Enflasyon ve İşsizlik Oranı Algısının İncelenmesi: Bir Anket Çalışması

Mürüvvet Büyükboyacı
Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisat Bölümü, Ankara
e-posta: muruvvet@metu.edu.tr

Özlem Özdemir
Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İşletme Bölümü, Ankara
e-posta: yozlem@metu.edu.tr

Serkan Küçükşenel
Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İktisat Bölümü, Ankara
e-posta: kuserkan@metu.edu.tr

Özet

Bu çalışmada bireylerin kişilik ve demografik özelliklerinin enflasyon ve işsizlik oranı algıları üzerine etkisi incelenmektedir. Türkiye'de bu konuyla ilgili yapılmış ilk anket çalışmasının sonucunda, kişilerin enflasyon ve işsizlik oranı algılarının resmi değerden sapma miktarları, kişilerin kendilerini finansal konularda daha fazla bilgili hissetmeleri ve aldıkları iktisat dersi sayısı ile ters orantılı bulunmuştur. Literatürdeki bulgulara paralel olarak kadınların hem enflasyon hem de işsizlik oranlarını erkeklere göre daha fazla algıladıkları tespit edilmiştir. Ek olarak, kişilerin deneyime daha açık olanları hem enflasyon oranını hem de bu oranın resmi enflasyon oranı arasındaki farkı daha fazla algılamışlardır. İşsizlik oranı algısının ve bu algıyla resmi oran arasındaki farkın ise nevrotik kişilerde diğer kişilere göre daha fazla olduğu gözlemlemiştir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Kişilik, Enflasyon Oranı, İşsizlik Oranı

1. Giriş

Enflasyon ve işsizlik oranı gibi önemli ekonomik değişkenlerin resmi açıklanan değerleriyle bireylerin bu oranları nasıl algıladıkları arasında farklılıklar olabilir. Resmi oranların yanında algılanan oran da bireylerin ekonomik kararlarını etkileyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, kişilerin para biriktirme ya da borçlanma davranışları şimdiki ve beklenilen enflasyon değerlerine göre değişkenlik gösterebilmektedir. Enflasyonun olduğundan (resmi açıklanan orandan) daha yüksek olacağını algılayan kişilerin şimdi daha az para biriktirme kararı ile emekli olduklarında düşük maaşa tahammül etmesi beklenebilir. Benzer bir argüman işsizlik oranını olduğundan fazla algılama için de yürütülebilir. Mesela, işsizliği olduğundan daha fazla algılayan kişiler, kendi maaşları için pazarlık ederken daha çekingen davranıp düşük maaşı kabul edebilirler. Farklı sosyoekonomik gruplar arasındaki maaş farkları (ülkedeki göçmenler ile ülkenin yerli vatandaşları, ya da erkek ve kadınlar arasındaki maaş farkları) bu kişilerin resmi değerlerden farklı enflasyon ve işsizlik oranı algılarına sahip olmalarından kaynaklanmış olabilir. Bu beklentilerin nasıl oluştuklarını anlamak değişik gruplarının iş bulma/çalışma, para biriktirme, borçlanma kararlarını anlamaya ek olarak politika yapıcıların para politikalarına doğru şekilde karar vermeleri açısından da önemlidir. Örneğin, kişilerin enflasyon beklentileri Merkez Bankaları aracılığıyla etkilenmek istense de literatürde kişilerin enflasyon beklentilerinin nasıl oluştuğuna ya da bunun Merkez Bankaları tarafından nasıl etkilendiğine dair bir fikir birliği bulunmamaktadır (Bernanke 2007; Bachmann, Berg ve Sims 2015; Coibion ve Gorodnichenko 2015). Dolayısıyla, kişilerin enflasyon ya da işsizlik algılarının nasıl şekillendiğini, bunları etkileyen faktörleri anlamak önemlidir.

Literatürdeki enflasyon algısı çalışmalarının çoğunda (Jonung, 1981; Souleles, 2004; Duffy ve Lunn, 2009) kişilerin farklı beklentilere sahip olabileceği görmezden gelinmiştir. Bunun temel sebebi olarak da teoriye göre kişilerin farklı beklentilere sahip olmasının imkânsızlığı gösterilmiştir. Fakat düşünüldüğünde, kişilerin beklentileri, sahip oldukları bilgiye göre şekillenir. Yani, farklı kişilerin aynı beklentiye sahip olması ancak ve ancak aynı bilgiye sahip olmalarıyla mümkündür. Şimdiye kadar enflasyon algısı ile ilgili yapılan tüm anket çalışmalarında kişiler arasındaki enflasyon algısının farklılığı çok büyüktür. Bu çalışmalarda genel olarak enflasyon algısının gerçek enflasyon seviyesinden yüksek olduğu (Bryan ve Venkatu, 2001) bulunmuştur.[1] Fakat bu çalışmalarda neden algının gerçek orandan farklı olduğu davranışsal iktisat bakış açısıyla incelenmemiştir.

Enflasyon çalışmalarına kıyasla, işsizlik ile ilgili beklentiler üzerine daha az çalışma vardır (Malgarini ve Margani, 2008). Enflasyon ve işsizlik oranı gibi değişkenler farklı grupların refahını değişik şekillerde etkilemektedir. Örneğin, Cardoso (1992) yüksek enflasyonun fakirleri etkilemediğini bulurken, Rezende (1998) tam tersini bulmuştur. Gelir düzeyi yüksek olan kişiler enflasyondan daha çok etkilenirken, gelirleri sadece işe bağlı olan kişiler işsiz kalma riski ile daha çok karşı karşıya kalan kişilerdir. Dolayısıyla bu iki değişken değişik gruplar tarafından değişik şekilde algılanabilir ya da her iki değişken de ekonominin durumuna bağlı olarak tüm gruplar tarafından benzer şekilde algılanabilir.

[1] Papacostas (2007) da büyüme, enflasyon, işsizlik oranı algılarının Avrupa'da nasıl değiştiği üzerine çalışmıştır. Sonuçlara bakıldığında, Avrupa'daki çoğu ülkede insanların değişkenleri gerçek değerinden farklı algıladıkları ve bu farklılıkların ülkeden ülkeye de değiştiği gözlemlenmiştir.

Grupların enflasyon ve işsizlik değişkenlerini farklı algılamalarında kişilik özelliklerinin bir rolü olup olmadığı da önemli sorulardan biridir. Kişilik özellikleri politika yapıcılar açısından değiştirilemez olsa da bu konudaki bilgi hangi bireylere neyin nasıl aktarılması gerektiği ve belli politikaların uygulama yöntemleri için kullanılabilmektedir. Örneğin, Orland (2017) Almanya'da yaptığı çalışmada nevrotik kişilik özelliği gösterenlerin hem enflasyon hem işsizlik oranını diğer kişilere göre olduğundan daha fazla algıladıkları bulunmuştur. Bu kişilerin ekonomik kararları da buna göre olacaktır ve politika yapıcıların bilgi aktarımının bu kişileri teskin edici yönde olması beklenmektedir. Almanya'da yapılan bu çalışmanın sonuçlarının, kültürel açıdan farklı bir durumda olan Türkiye için de geçerli olup olmadığı sorusu da bu anlamda önem teşkil etmektedir.

Bu çalışma, kişilik özellikleri ve demografik özellikleri dahil birçok faktörü dahil ederek, enflasyon ve işsizlik oranı algılarını ve bu algılarla resmi oranlar arasındaki farkı açıklamayı hedeflemektedir. Bu amaçla, veriler 727 öğrenciye sorulan yüz yüze anket yoluyla toplanmıştır. Analizler sonucu, kişilerin enflasyon ve işsizlik oranı algılarının resmi değerden sapma miktarlarının, kişilerin kendilerini finansal konularda daha fazla bilgili hissetmesi ve aldıkları iktisat dersi sayısı ile ters orantılı olduğu saptanmıştır. Literatürdeki bulgularla paralel olarak kadınların her iki değişkeni erkeklere göre daha fazla algıladıkları tespit edilmiştir. Kişilik özellikleri arasından, deneyime açıklık hem enflasyon oranı algısını hem de algılanan oranla resmi enflasyon oranı arasındaki farkı arttırmaktadır. Son olarak da Orland (2017) bulgusuyla paralel olarak, nevrotik kişilerin ise işsizlik oranını resmi orandan daha fazla algıladıkları ve bu kişilik özelliğinin işsizlik oranı algısıyla resmi işsizlik oranı arasındaki farkı arttırdığı saptanmıştır.

Makalenin bir sonraki bölümü enflasyon ve işsizlik oranlarını kişilerin nasıl algılandığı ve bu algıyı etkileyen faktörleri inceleyen davranışsal iktisat çalışmalarını özetlemektedir. Bunu yaparken de şimdiki çalışmada kullanılan bazı kavram ve ölçüleri de açıklamaya çalışmaktadır. Üçüncü bölüm ise araştırmanın yöntemiyle ilgili bilgilendirmeyi ve son bölüm de çalışmanın analizleri ve sonuçlarını içerecektir.

2. Literatür Taraması

Literatürde teorik olarak kişilerin farklı enflasyon veya işsizlik beklentileri yoktur ve bu oranların algısı çalışmalarının çoğunda (Jonung, 1981; Souleles, 2004; Duffy ve Lunn, 2009) kişilerin farklı beklentilere sahip olabileceği ele alınmamıştır. Oysa davranışsal iktisat çalışmalarında, bulgular karışık olsa da resmi oranlar ve algılanan oranlar arasında bazı farklılıklar olabileceğini ve bunu hangi faktörlerle açıklayabileceğimizi irdelemektedir (Bryan ve Venkatu, 2001; Malgarini ve Margani, 2008; Cardoso, 1992; Rezende,1998). Kişilerin enflasyon ve işsizlik oranlarını nasıl algıladıklarına dair yapılan en son çalışma Orland (2017), kişisel algıyı yıllık enflasyon ve işsizlik oranı tahminini direk olarak sorarak ölçmüştür. Bu çalışmada da Almanya verisiyle karşılaştırma yapabilmek için aynı metotla veriler toplanmıştır.

Kişilerin enflasyon ve işsizlik oranları algılarını etkileyen faktörleri inceleyen çalışmalar genellikle kişilerin demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, etnik grup, gelir seviyesi ve eğitim) ele almışlardır. Bu araştırmalardan enflasyon algısını çalışanların

çoğu, enflasyon algısında cinsiyetler arası bir fark olduğunu bulmuştur (Easaw vd. 2013, Bryan ve Ventaku 2001). Fakat bu farkın hangi yönde olduğu konusundaki bulgular değişkenlik göstermektedir. Bu çalışmaların bazıları kadınların enflasyonu erkeklere göre olduğundan daha yüksek algıladıklarını belirtirken, Duffy ve Lunn (2009) kadınların algısındaki bu sapmanın hem olduğundan daha düşük, hem de olduğundan daha fazla olabileceğini göstermiştir. Örneğin, Jonung (1981) çalışmasında kadınların erkeklere göre daha yüksek bir enflasyon beklentisinin olduğunu göstermiştir. Bunun İsveç'te alışverişi genelde kadınların yapmasından ve temel olarak yiyecek fiyatlarındaki göreceli olarak yüksek artışın kadınların enflasyon algısını etkilemesinden kaynaklanmış olabileceğini belirtmiştir. Başka bir çalışma, Bryan and Venkatu (2001) enflasyon beklentisine ek olarak kişilerin Tüketici Fiyat Endeksi diye bir şey duyup duymadıklarını sormuş ve daha az kadının bu endeksi duymasına rağmen kadınların enflasyonu erkeklerden daha fazla takip ettiklerini göstermişlerdir. İşsizlik içinse Blanchflower ve Kelly (2008) İngiltere'deki işsizlik beklentilerini analiz etmişler ve kadınların işsizlik oranını mevcut resmi değerlerden daha fazla algıladığını bulmuşlardır. Farklı ülkelerde yapılan çalışmalarda da gösterildiği üzere kadınlar, erkeklere kıyasla hem enflasyon hem de işsizlik oranını resmi olarak açıklanan oranlardan daha fazla algılamaktadır.

Enflasyon ve işsizlik oranı algısını etkileyen bir diğer önemli demografik özellik ise eğitim düzeyidir. Bununla ilgili çalışmalar, kişilerin eğitim seviyeleri arttıkça enflasyonu daha doğru (gerçek değerlerine daha yakın) algıladıklarını göstermektedir (Easaw vd. 2013, Souleles, 2004). Benzer şekilde, Blanchflower ve Kelly (2008) okulu 16 yaşından önce bırakanların, zanaatkârların işsizlik oranını olduğundan daha fazla algıladıklarını bulmuşlardır. Birçok çalışmada eğitim, eğitim için harcanan yıl olarak ya da kazanılmış en yüksek eğitim derecesi olarak tanımlanmıştır. Orland (2017) çalışmasında üniversite öğrencilerini örneklem olarak aldığı için, "üniversitedeki geçen dönem sayısı, en son not ortalaması ve seçtiği alan" bilgilerini eğitim değişkeni olarak kullanmıştır. Hem üniversitede geçirilen dönem sayısının hem de not ortalamasının her iki oranı doğru algılamada pozitif rolü olduğunu bulmuştur. Şimdiki çalışmada da bu konu ile ilgili alınan iktisat ders sayısı ve genel not ortalaması ile ilgili iki soru bulunmaktadır. Bu soruların yanında kişilerin finansal konulardaki algısal bilgi düzeylerini ölçebilecek bir soru da eklenmiştir. Çoğu çalışmada finansal konulardaki algısal bilgi düzeyi kişilerin finansal işlerle ne kadar uğraştığını veya evlerinin finansal işleri ile uğraşıp uğraşmadıkları soran sorularla ölçülmüştür (Bruin de Bruin vd., 2010).[2] Bu çalışmada ise kişilerin finansal bilgi seviyeleri kendi algılarıyla direk olarak ölçülmüştür.

Kişilerin medyayı takip etme alışkanlıkları enflasyon ve işsizlik oranını bilmelerine ya da az hata payıyla algılamalarına sebep olabilir. Örneğin, Blinder ve Krueger (2004), insanların ekonomik bilgileri daha çok TV ve gazetelerden edindiğini göstermiştir. Bu konu ile ilgili olarak kişilerin gazete ve TV'deki haberleri ne sıklıkla takip ettikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Önceki çalışmalar, kişilerin gelir seviyesinin enflasyon oranı algısını etkilediğini göstermiştir. Örneğin, Bryan ve Venkatu (2001) düşük gelir seviyesindeki kişilerin

[2] Jonung (1981) ve Duffy ve Lunn (2009) evlerinin finansal işleri ile uğraşan kişilerin ekonomi hakkında daha iyi bilgiye sahip olduklarını göstermişlerdir. Christensen vd. (2006) de Hollanda menkul kıymet piyasası katılımcılarının evdeki yönetimsel işlerle (alım satım işleri) uğraşma seviyelerine göre enflasyon ve büyümeyi doğru olarak algıladıklarını bulmuşlardır.

enflasyonu olduğundan fazla algıladığını; Duffy ve Lunn (2009) geliri düşük olan kişilerin enflasyon oranı algısının olduğundan az ya da fazla olabileceğini, yani sapmanın iki yönlü de olabileceğini; Souleles (2004) ise enflasyon algısındaki sapmanın gelir seviyesi ile azaldığını bulmuştur.[3] İşsizlik içinse, Malgarini ve Margani (2008) İtalya'da değişik çalışma koşullarına sahip kişilerin işsizlik oranı üzerine algılarını incelemişlerdir. Sonuç olarak, bu algılardaki hata kısmının kişilerin kendi ekonomik ve finansal durumlarına dair sübjektif inançları ile ilintili olduğunu bulmuşlardır. Şimdiki çalışmadaki örneklem tam zamanlı öğrenci statüsünde olduğu için, gelir seviyelerinin çok yakın olduğu varsayılabilir. Nitekim, öğrencilerin gelirinden ziyade bu gelirin aileden mi geldiği, burs mu olduğu, ya da yarı zamanlı iş ile mi kazanıldığını belirlemek önem teşkil etmektedir. Kişinin parasını kendisinin kazanmasının piyasa bilgisini arttıracağını ve bu değişkenleri algılamadaki sapmayı azaltacağını tahmin ediyoruz. Ayrıca ailenin gelir seviyesi ile öğrencinin ailesinin ekonomik konulara ilgisinin alakalı olacağını düşündük. Dolayısıyla ailenin gelir seviyesi arttıkça kişilerin işsizlik ve enflasyon değişkenlerini daha doğru algılaması beklentiler dahilindedir. Bu değişkenlere ek olarak kişilerin işsizlik oranı algısını, iş bulamamaktan ne kadar korktuklarının etkileyeceği düşünülmektedir. Bu amaçla çalışmamızda bireylerin iş bulma korkusu da irdelenmiştir.

Literatürde yaşın enflasyon ve işsizlik oranları algısına etkisi incelenmiştir. Bazı çalışmalar gençlerin yaşlılara göre enflasyonu daha yüksek algıladıklarını bulurken (Easaw vd. 2013, Bryan ve Ventaku 2001) bazı çalışmalar yaşlıların gençlere göre enflasyonu daha yüksek algıladıklarını bulmuştur (Jonung, 1981).[4] Önceki çalışmalar kişilerin etnik geçmişlerinin enflasyon oranı algısında rol oynadığını da bulmuşlardır.[5] Çalışmamızdaki katılımcıların hepsi üniversite çağındaki gençlerden oluştuğu için katılımcıların yaşları arasında yeterli varyasyon yoktur. Makalenin asıl amacı kişilik özelliklerin enflasyon ve işsizlik oranı algısındaki rolünü anlamak olduğu için bu özelliklerdeki örneklem içi varyasyon aranmamaktadır.[6]

Son olarak, enflasyon ve işsizlik oranlarını bireylerin nasıl algıladığını etkileyen faktörler sorgulandığında karşımıza potansiyel faktör olarak bireyin kişilik özellikleri çıkmaktadır. Bu doğrultuda kişilik özellikleriyle ilgili önemli modellerden biri McCrae ve Costa (1985, 1992) tarafından literatüre kazandırılmış, Beş Faktör Model'idir (BFM). Bu modele göre insan kişiliği beş farklı yöne sahiptir: Deneyime açıklık, Dışadönüklük, Nevrotiklik, Öz disiplin ve Uyumluluk. Bu kişilik özelliklerinin zamana bağlı olarak değişmediği (Roberts ve Del Vecchio, 2000) ve birçok veri toplama metodunda benzer sonuçları vermiş olduğu gözlemlenmiştir (Lang vd., 2011).

[3] Souleles (2004) olduğundan düşük ya da yüksek algıyı nelerin etkilediği sorusundan ziyade, gerçek değerden sapmayı nelerin etkilediğine konsantre olmuştur.

[4] Malmendier ve Nagel (2016), 54 yıllık bir veri kümesi kullanarak insanların geçmiş deneyimlerinin enflasyon beklentilerini oluşturmadaki rolünü anlamaya çalışmışlardır. Gençlerin enflasyon beklentilerini oluştururken daha güncel gözlem kullandığı, yaşlıların ise beklentilerini daha geniş bir aralıktaki gözleme dayalı olarak oluşturduklarını bulmuşlardır.

[5] Bryan ve Venkatu (2001) ve Anderson vd. (2010) beyaz olmayan kişilerin enflasyonu olduğundan fazla algıladıklarını bulmuşlardır.

[6] Literatürdeki ortak bulgu, enflasyonun kadınlar, daha fakir insanlar, azınlıklar ve daha az eğitimliler tarafından olduğundan daha fazla algılandığıdır. Algılardaki bu farklılık Bruin de Bruin vd., (2010) tarafından kişilerin finansal okuma yazma seviyelerindeki farklılıkla açıklanmaya çalışılmıştır. Yani, eğer kişiler sadece aldıkları malzemeler için verdikleri fiyata odaklanıyorlarsa ya da kişilerin finansal bilgi seviyesi düşükse bu kişiler enflasyonu olduğundan fazla algılamaya meyillidirler.

Psikologlar kişileri bu kişilik özelliklerine göre tanımlama metodunu uzun zamandır kullansalar da ekonomistler bu kişilik özellikleri ile ekonomik tercihler ya da ekonomik çıktılar arasındaki ilişkiyi açıklamaya yeni başlamışlardır. Kullandığımız kişilik testi 5'li kişilik testi olarak geçip psikoloji ve ekonomide sıkça kullanılmaktadır. Sutin vd. (2009), Heineck ve Anger (2010), ve Lindqvist ve Vestman (2011) kişilik özelliklerinin işgücü piyasası üzerine etkisini inceleyen çalışmalarda bulunmuşlardır. Zhao ve Seibert (2006), bu kişilik özelliklerinin girişimcilik üzerine etkisine, Sjoberg (2003) ve Soane ve Chmiel (2005) risk tercihlerindeki tutarlılığa etkisine bakmıştır. Bu çalışmada kişilik özelliklerinin, kişilerin enflasyon ve işsizlik oranı algısını nasıl etkilediği incelenmektedir. Bu doğrultuda, önceki çalışmalarda kullanılan Beş Faktör Modeli-BFM kullanılarak ankette her kişilik özelliği için üç soru sorulmuştur. Deneyime açıklık dışındaki her kişilik özelliği için o kişiliğin tersine karşılık gelecek bir soru da sorulmuş ve bunun cevabının tersi alınarak üç sorudaki cevapların toplamı elde edilmiştir.

Bu özelliklerden nevrotiklik, kişilerin duygusal olarak dengede olup olmadıklarını ve anksiyete durumları ile ilgili bilgi vermektedir. Dışadönüklük, kişilerin sosyal ya da konuşkan olmalarıyla ilişkilendirilmiştir. Yani dışadönük kişiler, atılgan, aktif, şakacı, enerjik, iyimser, eğlenceden hoşlanan, arkadaş canlısı, kolay iletişim kurabilen, heyecan ve coşkuyu tercih eden, ani karar verip atak davranabilen, tehlikeli durumlara atılmaktan çekinmeyen bununla birlikte duygularını kontrol etmede ve kendine engel olmada zorlanabilen kişilerdir (Tatlılıoğlu, 2014). Deneyime açıklık kişinin kuvvetli entelektüel meraka sahip olması veya orijinallik tercihi ile ilişkilendirilmiştir. Ayrıca bu yapıdaki kişiler bağımsız düşünebilen ve gelenekleri sorgular yapıdadır (Tatlılıoğlu, 2014). Uyumluluk, başkalarına karşı yardımsever ya da işbirlikçi olmayla ilişkilendirilmiştir. Son olarak öz disiplinli olmak, kişinin organize ya da başarı odaklı olmasıyla ilişkilendirilmiştir. Nevrotik insanların daha karamsar oldukları literatürde çok kere gösterilmiştir. Dolayısıyla bu kişilik özelliğine sahip kişilerin enflasyon ve işsizlik oranını resmi değerlerinden daha yüksek algılaması beklemektedir.

Williams (1992) iyimserliğin dışadönüklük ile doğru orantılı olduğunu nevrotiklik ile ters orantılı (Marshall vd., 1992) olduğunu bulmuştur. Dışadönüklüğün ise iyimserlikle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla dışadönük insanların enflasyonu ve işsizliği olduğundan fazla algılamayacakları düşünülmektedir.[7] Deneyime açıklık kişilerin entelektüel meraka sahip olması ile ilişkilendirilmiştir. Dolayısıyla deneyime daha açık olan kişilerin daha çok öğrenmeye açık oldukları ve bu değişkenleri daha doğru algılayacakları düşünülebilir. Benzer şekilde öz disiplin özelliği yüksek olan kişilerin daha disiplinli olduğu ve bu değişkenleri daha doğru algılayacakları beklenebilir.

3. Yöntem

Bu çalışmada kullanılan değişkenler ve bu değişkenlerin ölçümü için kullanılan anket soruları Tablo 1 de verilmiştir. Anket uygulaması Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ndeki değişik disiplinlerden ve sınıflardan öğrencilere kolayda/uygun örnekleme (convenient sampling) yöntemiyle 2017 yılında yapılmıştır. Örneklem hacmi sosyal bilimler

[7] Fullone vd. (2007) İtalya'da büyüme, enflasyon, işsizlik ve bütçe açığının gayri safi milli hasılaya oranına dair algıların olduğundan daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Yazarlar, büyümedeki sapmayı iyimser olmakla açıklarken, enflasyondaki sapmayı kötümser olmakla açıklamaktadır.

(işletme, iktisat, uluslararası ilişkiler, psikoloji ve sosyoloji) için 326 (bunlardan 209 öğrenci işletme ve iktisattan olmak üzere), temel bilimler ve mühendislik alanlarında da 401 öğrencidir.[8] Veri toplama süreci öğrencilerle yüz yüze gerçekleşmiştir. Ankete katılan öğrencilerin %48'i erkek, yaş ortalaması 21 (min. 18, max. 38), kendi gelirlerinin aylık ortalaması 822 TL, ailelerinin gelirlerinin ortalaması 2542 TL, yaklaşık %40'ı yurtta kalıyor, %30'u ailesiyle kalıyor, hemen hemen yarısı hiç ekonomi dersi almamış, %36'sı 2. sınıfta ve geri kalanı dört sınıf için hemen hemen eşit sayıda tespit edilmiştir. Kişilik özellikleri için sorular 7'li likert ölçeğine göre sorulmuştur. [9] Kişilik özelliklerinin verimiz için varyasyonuna baktığımızda, cevaplayanların minimum 0-maksimum 6 cevabını verebilecekleri 3'er soruyla ölçülen 5 farklı kişilik boyutu vardır. Bu kişilik boyutlarından en fazla derecede olunduğu durum "açıklık" ortalaması 13, en az olan ise "nevrotik" ortalaması 8 bulunmuştur. Örneklemde standart sapmalar 3 ve üzeri görülmektedir ki minimum 0- maksimum 18 aralığında makul bir varyasyonu yansıtabilmektedir.

Tablo 1: *Değişkenler ve Anket Soruları*

Değişken	**Anket Soruları**
Enflasyon ve İşsizlik Oranı Algısı[10]	Aşağıdaki ekonomik verileri tahmin ediniz. Yıllık enflasyon oranı _____ % Yıllık işsizlik oranı _____ %
Aile desteği	Günlük harcamalarınız için hangi finansal kaynakları ne oranda (yüzde cinsinden) kullanıyorsunuz? Ailemin desteği _____% Burs _____% Kendim çalışıyorum _____% Diğer (Belirtiniz) _____%
Haber takip etme sıklığı	Ne kadar sıklıkla haberleri takip ediyorsunuz (online/gazete/ TV)? □ Hiç etmiyorum □ Haftada bir □ Haftada 2-3 □ Her gün □ Gün içinde birkaç kez
Algısal bilgi düzeyi	Kendinizi finansal konularda ne kadar bilgili hissediyorsunuz? Çok yetersiz Çok yeterli □ 0 □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
İş bulma korkusu	Mezun olunca iş bulamamaktan ne kadar korkuyorsunuz? Hiç korkmuyorum Çok korkuyorum □ 0 □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
Cinsiyet	Cinsiyetiniz: □ Kadın □ Erkek
Aile geliri	Ailenizin ortalama aylık geliri (Maaş/ücret, kira, yan gelir, ürün geliri, serbest meslek kazancı toplamı) □ 0-1500 TL □ 1501-3000 TL

[8] Anketin derste uygulanması, derse devam eden öğrencilerin (özellikle ekonomi öğrencilerinin) konuya daha ilgili olmaları sebebiyle ankette sorulan sorulara daha doğru cevap verebilecekleri sorusunu akıllara getirebilir. Böyle bir durumun oluşmasını engellemek için öğrencilerin derslere katılımının nispeten fazla olduğu, dönem başı, anketin uygulanma zamanı olarak seçilmiştir.

[9] Bunun temel sebebi, çalışmamızı karşılaştırdığımız Orland, A (2017)'nın ve bu kişilik özelliklerini Türkiye örnekleminde kullanan Tatlılıoğlu (2014)'nun kişilik özellikleri ile ilgili soruları benzer şekilde sormasından kaynaklanmaktadır.

[10] Enflasyon ve işsizlik soruları farklı yöntemlerle de (çapraz sorgu içeren ve dolaylı olarak ifade edilen) elde edilebilirdi. Çalışmamızın sonuçları Orland (2017)'deki sonuçlarla karşılaştırıldığından oradaki yöntemi kullanarak bu soruları direk olarak sorduk.

	□ 3001-4500 TL □ 4501-6000 TL □ 6001 TL ve üzeri
İktisat ders sayısı	Şimdiye kadar kaç tane ekonomi/iktisat dersi aldınız? _____
Not ortalaması	Genel not ortalamanız (CGPA): _____
Deneyime açıklık	3 Soru, 0-6 aralığı; 7 Likert Ölçeği (Orijinal ve yeni fikirler üretirim; Sanat ve estetiğe değer veririm, Hayal gücüm kuvvetlidir)
Dışadönüklük	3 Soru, 0-6 aralığı; Likert Ölçeği (Konuşkanımdır; Sosyal ve girişkenim, Çekingenimdir)
Nevrotik	3 Soru, 0-6 aralığı; 7 Likert Ölçeği (Çok endişeli bir tipim; Kolay sinirlenirim, Gergin durumlarda sakin kalabilirim)
Öz disiplin	3 Soru, 0-6 aralığı; 7Likert Ölçeği (Bir işi dört dörtlük/titizlikle yaparım; Tembelliğe meyilliyim, İşlerimi verimli/etkili yaparım)
Uyumluluk	3 Soru, 0-6 aralığı; 7 Likert Ölçeği (Bağışlayıcı bir yapıya sahibim; Bazen başkalarına karşı kaba olabilirim, Hemen hemen herkese karşı düşünceli ve naziğimdir)

Araştırmada kullanılan önemli değişkenlerden sürekli (continuous) değeri olanların tanımsal (descriptive) analizi şu şekilde özetlenebilir. Çalışmada incelenen enflasyon oranı algısı ortalaması %13,64 (min. %2, max. %90), işsizlik oranı algısı ortalaması da %17,92 (min. %2, max. %91) olarak bulunmuştur. Enflasyonun kişisel algıdan anket dönemi için resmi rakam olan %10,13'ün çıkarılması ve mutlak değerinin alınmasıyla bulunan enflasyon farkının mutlak değerinin ortalaması %5,57 (min. 0, max. 79.97), işsizliğin kişisel algıdan anket dönemi için resmi rakam olan %12,1'in çıkarılması ve mutlak değerinin alınmasıyla bulunan işsizlik farkının mutlak değerinin ortalaması %7,24 (min. 0, max. 78.9) olarak tespit edilmiştir.

Değişkenler arasındaki korelasyona bakıldığında enflasyon ve işsizlik oranı algısı arasında pozitif ve anlamlı bir korelasyon olduğu bulunmuştur (Pearson korelasyon katsayısı, r=0.569, p-değeri= 0.00). Ek olarak enflasyon farkının mutlak değeriyle işsizlik farkının mutlak değeri arasında da pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon vardır (r= 0.538, p-değeri= 0.000). Kişisel özellikleri oluşturan 5 faktör arasındaki korelasyonlarda deneyime açıklık ve dışadönüklük arasında pozitif (r= 0.317, p-değeri= 0.000), deneyime açıklık ve öz disiplin arasında pozitif (r= 0.310, p-değeri= 0.000), dışadönüklük ve öz disiplin arasında pozitif (r= 0.215, p-değeri= 0.000), nevrotik ve uyumluluk (r=-0.176, p-değeri= 0.001), nevrotik ve dışadönüklük (r= -0.119, p-değeri= 0.000) arasında negatif anlamlı bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

4. Analizler

Veri analizi için toplam dört regresyon modeli kullanılmıştır. Modellerin hepsinde bağımsız değişkenler: kişilik özellikleri (uyumluluk, dışadönüklük, deneyime açıklık, öz disiplin, nevrotik), cinsiyet, bilgi seviyesindeki kişisel algı, aylık aile geliri, ne sıklıkla haberlerin takip edildiği, not ortalaması, mezun olduğunda iş bulamama korkusu, iktisat alanında aldığı ders sayısı olarak tanımlanmıştır. Bağımlı değişkenler ise sırayla: enflasyon oranı algısı, enflasyon oranı algısı ve resmi oran arasındaki fark, işsizlik oranı algısı, işsizlik oranı algısı ve resmi işsizlik oranı arasındaki fark olarak alınmıştır.

Birinci modelde bağımlı değişken enflasyon oranı algısını bağımsız değişkenlerin nasıl etkilediğine bakılmıştır. Lineer regresyon analizine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F= 3.827, p-değeri= 0.000), mevcut bağımsız değişkenler enflasyon oranı algısındaki değişkenliği %5,4 (Ayarlanabilir R^2 değeri = 0.054) açıklayabilmektedir.

Enflasyon oranı algısı, kendini finansal konularda daha bilgili hissedenler için (β=-0.097, p-değeri= 0.035), alınan iktisat dersi sayısıyla (β=-0.106, p-değeri=0.008) azalmakta; kadın olanlar (β= 0.156, p-değeri=0.000: kadınlar, erkeklere kıyasla enflasyon oranını daha fazla algılarlar) ve deneyimlere açık kişiler için (β= 0.089, p-değeri=0.031) artmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2 *Enflasyon Oranı Kişisel Algıyı Etkileyen Faktörler*

	Model 1	Model 2**
Bağımsız Değişkenler	Katsayı, β (p-değeri)	Katsayı, β (p-değeri)
Sabit	(0.023)	(0.000)
Aile desteği	-0.042(0.281)	
Haber takip etme sıklığı	-0.005(0.911)	
Algısal bilgi düzeyi	-0.097(0.035) *	-0.101(0.016) *
İş bulma korkusu	-0.008(0.854)	
Cinsiyet	0.156(0.000) *	0.153(0.000) *
Aile geliri	0.063(0.110)	
İktisat ders sayısı	-0.106(-0.008) *	-0.106(0.007) *
Not ortalaması	0.008(0.835)	
Deneyime açıklık	0.089(0.031) *	0.083(0.033) *
Dışadönüklük	-0.009(0.823)	
Nevrotik	0.047(0.248)	
Öz disiplin	0.024(0.556)	
Uyumluluk	-0.055(0.177)	
	F = 3.827(p=0.00) R-kare=0.054	F=10.253 (p=0.00) R-kare=0.06

*İstatistiksel olarak anlamlı değişkenler (p-değeri <0.05)
**Model 2, Model 1 de istatistiksel olarak anlamsız olan değişkenlerin çıkartılmasıyla oluşan daraltılmış modeldir.

İkinci modelimizdeki bağımlı değişken olan enflasyon oranı algısı ve resmi enflasyon oranı arasındaki farkı etkileyen faktörlere bakıldığında ise, model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F = 3.181, p-değeri = 0.000), mevcut bağımsız değişkenler enflasyon oranı algısı ile resmi enflasyon oranı arasındaki farktaki değişkenliği %3,8 (Ayarlanabilir R^2 değeri = 0.038) açıklayabilmektedir.

Enflasyon oranı algısı ve resmi oran arasındaki fark, kendini finansal konularda daha bilgili hissedenler için (β= -0.080, p-değeri= 0.074: kendilerini finansal konularda daha fazla bilgili hissedenlerin enflasyon oranı algıları resmi olarak açıklanan oranlara daha yakındır), alınan iktisat dersi sayısıyla (β= -0.099, p-değeri=0.009: alınan iktisat dersi sayısı arttıkça kişilerin enflasyon oranı algıları resmi olarak açıklanan oranlara yakınlaşır) azalmakta; kadın olanlar (β= 0.141, p-değeri=0.001: kadınlar, erkeklere kıyasla enflasyon oranını resmi olarak açıklanan oranlardan daha fazla algılarlar) ve deneyimlere açık kişiler için (β= 0.064, p-değeri=0.109) artmakta olduğu bulunmuştur (Tablo 3).

Tablo 3: *Enflasyon Oranı Algısı ile Resmi Oran Arasındaki Farkı Etkileyen Faktörler*

	Model 1	Model 2**
Bağımsız Değişkenler	Katsayı, β (p-değeri)	Katsayı, β (p-değeri)
Sabit	(0.224)	(0.000)
Aile desteği	-0.028(0.456)	
Haber takip etme sıklığı	-0.024(0.566)	
Algısal bilgi düzeyi	-0.080(0.074) *	-0.102(0.017) *
İş bulma korkusu	-0.032(0.425)	
Cinsiyet	0.141(0.001) *	0.15(0.07) *
Aile geliri	0.043(0.241)	
İktisat ders sayısı	-0.099(0.009) *	-0.067(0.094) *
Not ortalaması	0.004(0.916)	
Deneyime açıklık	0.064(0.100) *	0.08(0.08) *
Dışadönüklük	-0.008(0.845)	
Nevrotism	0.039(0.326)	
Öz disiplin	0.002(0.964)	
Uyumluluk	-0.050(0.202)	
	F = 3.181(p=0.00) R-kare=0.038	F=3.053 (p=0.00) R-kare=0.039

*İstatistiksel olarak anlamlı değişkenler (p-değeri <0.05; p-değeri<0.10)
**Model 2, Model 1 de istatistiksel olarak anlamsız olan değişkenlerin çıkartılmasıyla oluşan daraltılmış modeldir.

Üçüncü modelde bağımlı değişken işsizlik oranının algısıdır. Bu model de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F= 9.031, p-değeri= 0.000), mevcut bağımsız değişkenler işsizlik oranı algısındaki değişkenliği %13,4 (Ayarlanabilir R^2 değeri = 0.134) açıklayabilmektedir.

İşsizlik oranı algısı, kendini finansal konularda daha bilgili hissedenler için (β= -0.116, p-değeri= 0.007), alınan iktisat dersi sayısıyla (β= -0.129, p-değeri=0.001) azalmakta; kadın olanlar (β= 0.270, p-değeri=0.000: kadınlar, erkeklere kıyasla işsizlik oranını daha fazla algılarlar), aile geliri arttıkça(β= 0.080, p-değeri=0.027), deneyimlere açıklık (β= 0.065, p-değeri= 0.091) ve nevrotik (β= 0.075, p-değeri= 0.05: nevrotik kişiler işsizlik oranını olduğundan daha yüksek algılarlar) ile artmaktadır (Tablo4).

Tablo 4: *İşsizlik Oranı Algısını Etkileyen Faktörler*

	Model 1	Model 2**
Bağımsız Değişkenler	Katsayı, β (p-değeri)	Katsayı, β (p-değeri)
Sabit	(0.026)	(0.001)
Aile desteği	-0.022(0.539)	
Haber takip etme sıklığı	0.006(0.880)	
Algısal bilgi düzeyi	-0.116(0.007) *	-0.102(0.010) *
İş bulma korkusu	0.022(0.564)	
Cinsiyet	0.270(0.000) *	0.282(0.000) *
Aile geliri	0.080(0.027) *	0.067(0.060) *
İktisat ders sayısı	-0.129(0.001) *	-0.128(0.001) *
Not ortalaması	-0.052(0.166)	
Deneyime açıklık	0.065(0.091) *	0.074(0.042) *
Dışadönüklük	0.050(0.191)	
Nevrotik	0.075(0.050) *	0.069(0.060) *
Öz disiplin	0.040(0.298)	
Uyumluluk	-0.018(0.642)	
	F = 9.031(p=0.00) R-kare=0.134	F- 18.635 (0.00) R-kare=0.143

*İstatistiksel olarak anlamlı değişkenler (p-değeri <0.05; p-değeri<0.10)
**Model 2, Model 1 de istatistiksel olarak anlamsız olan değişkenlerin çıkartılmasıyla oluşan daraltılmış modeldir.

Son modelimizdeki bağımlı değişken olan işsizlik oranı algısı ve resmi işsizlik oranı arasındaki farkı etkileyen faktörlere bakıldığında ise, model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=7.718, p-değeri= 0.000), mevcut bağımsız değişkenler işsizlik algısı ile resmi işsizlik oranı arasındaki farktaki değişkenliği %10,9 (Ayarlanabilir R kare değeri = 0.109) açıklayabilmektedir.

İşsizlik oranı algısıyla resmi oran arasındaki fark, kendini finansal konularda daha bilgili hissedenler için (β= -0.083, p-değeri= 0.054), alınan iktisat dersi sayısıyla (β= -0.123, p-değeri=0.001: alınan iktisat dersi sayısı arttıkça kişilerin işsizlik oranı algıları resmi olarak açıklanan oranlara yakınlaşır), not ortalamasının artmasıyla (β= -0.076, p-değeri= 0.040: genel not ortalaması arttıkça kişilerin işsizlik oranı algıları resmi olarak açıklanan oranlara yakınlaşır) azalmakta; kadın olanlar (β= 0.233, p-değeri=0.000: kadınlar, erkeklere kıyasla işsizlik oranını resmi olarak açıklanan oranlardan daha fazla algılarlar), aile geliri daha yüksek olanlar (β= 0.083, p-değeri= 0.020) ve nevrotik kişiler için (β= 0.076, p-değeri=0.045) artmakta olduğu bulunmuştur (Tablo 5).

Tablo 5: İşsizlik Oranı Algısı ile Resmi Oran Arasındaki Farkı Etkileyen Faktörler

	Model 1	Model 2**
Bağımsız Değişkenler	Katsayı, β (p-değeri)	Katsayı, β (p-değeri)
Sabit	(0.931)	(0.721)
Aile desteği	-0.012(0.727)	
Haber takip etme sıklığı	-0.019(0.637)	
Algısal bilgi düzeyi	-0.083(0.054) *	-0.155(0.018) *
İş bulma korkusu	0.028(0.460)	
Cinsiyet	0.233(0.000) *	0.193(0.023) *
Aile geliri	0.083(0.020) *	0.014(0.072) *
İktisat ders sayısı	-0.123(0.001) *	-0.127(0.001) *
Not ortalaması	-0.076(0.040) *	-0.041(0.082) *
Deneyime açıklık	0.051(0.185)	
Dışadönüklük	0.049(0.195)	
Nevrotik	0.076(0.045) *	0.072(0.044) *
Öz disiplin	0.061(0.113)	
Uyumluluk	-0.028(0.450)	
	F = 7.718 (p=0.00) R-kare=0.109	F=13.916 (p=0.00) R-kare=0.139

*İstatistiksel olarak anlamlı değişkenler (p-değeri <0.05; p-değeri<0.10)
**Model 2, Model 1 de istatistiksel olarak anlamsız olan değişkenlerin çıkartılmasıyla oluşan daraltılmış modeldir.

5. Sonuç

Bu çalışmanın hedefi bireylerin enflasyon ve işsizlik oranı algılarını ve bu oranların resmi kaynaklarla açıklanan oranlardan farkını etkileyen faktörleri araştırmaktır. Bu amaca uygun olarak ve çalışmamızdaki sonuçları Orland (2017) bulgularıyla karşılaştırmak amacıyla, veriler ODTÜ'nün değişik bölümlerinden öğrencilere yüz yüze anket soruları sorarak toplanmıştır.

Çalışmamızın bulgularına genel olarak bakıldığında enflasyon oranı algısı ortalamasının %13,64, işsizlik oranı algısı ortalamasının da %17,92 olduğu görülmektedir. Bu değerler anket yapıldığı andaki resmi enflasyon oranı olan %10,13 ve işsizlik oranı olan %12,1 değerlerinden büyüktür. Bir başka deyişle bireyler ortalamada iki oranı da resmi oranlardan daha fazla olarak düşünmektedirler. Algının ekonomik kararları belirleyici olduğu düşünüldüğünde bu bulgu politika uygulamalarında göz önüne alınması gereken bir faktör olarak önümüze çıkmaktadır. Nitekim resmi oranlarla çizilen Philips eğrisinin yukarısında olan bir algı mevcuttur. Ek olarak, enflasyon oranı ve işsizlik oranı yine Philips eğrisinin tersine doğru orantılı olarak çıkmıştır. Kişiler bu iki oranı aynı yönde değişen iki değişken olarak algılamaktadır.

Daha önceki çalışmaların bulgularını desteleyen bir şekilde (Easaw vd. 2013, Bryan ve Ventaku 2001) analizlerimiz sonucu kadınların erkeklere nazaran enflasyon ve işsizlik oranlarını olduğundan daha fazla algıladıkları görülmektedir. Bu bulgu, aynı zamanda

Blanchflower ve Kelly (2008) ile de paraleldir. Böyle bir sonucun olası nedenleri arasında acaba kadınlar daha az risk almaya yatkın ve bu algıları bunun sonucunda mı oluşuyor? Yoksa ortalama olarak daha az kadın finansal konularla ilgileniyor ve gerçek değerlerden daha farklı algılayabiliyor? gibi soruların gelecekte incelenmesi gereken araştırma soruları olarak göz önüne alınması gerekir.

Aile gelir seviyesi çalışmada öne çıkan demografik değişkenlerden bir diğeridir. Aile geliri sadece işsizlik oranı algısı ve bu algıyla resmi oran arasındaki farkı arttırmaktadır. Beklenilenin aksine aile geliri yüksek olan kişilerin işsizlik oranını olduğundan fazla algıladıkları bulunmuştur. Bu bulgunun sebeplerinin de araştırılması gerekmektedir. Acaba bu kişilerin ekonomik ve iş sahipliği düzeyindeki beklentileri mi gelir seviyesi düşük olanlara kıyasla daha yüksektir?

Çalışmada ortaya çıkan bir başka ilginç sonuç da finansal konularda kendilerini bilgili gören ve aldığı iktisat dersi sayısı fazla olan kişilerin hem enflasyonu hem işsizliği daha doğru algıladığıdır. Bruin de Bruin vd. (2010) da kişilerin finansal konulardaki bilgi seviyelerini enflasyon algılarındaki sapmaları açıklamak için kullanmıştır. Jonung (1981) ve Duffy ve Lunn (2009) da finansal işlerle uğraşan kişilerin makroekonomik değişkenleri daha doğru algıladıklarını bulmuşlardır. Biz önceki çalışmalardan farklı olarak kişilerin finansal konularda bilgili olup olmadıklarını ölçmeye çalışmadık, bunun yerine kendi bilgi seviyeleri hakkındaki bireysel algı düzeylerini sorduk. Sonuç olarak, kendilerini finansal konularda daha bilgili gören kişilerin enflasyonu daha doğru algıladıklarını gösterdik. Benzer şekilde kişilerin finansal konularda bilgilerinin artmasını sağlayan iktisat derslerinin de bu oranları doğru algılamaya yardımcı olduğu ortaya çıkmaktadır. Yani kişinin aldığı iktisat ders sayısının algıladığı enflasyon ve gerçek enflasyon değeri arasındaki farkı azalttığını tespit ettik. Bir başka deyişle, finansal okur yazarlığın iki önemli makro iktisat değişkeni olan ve birçok ekonomik karara öncülük eden enflasyon ve işsizlik oranı algılarını etkilediğini görmüş olduk. Bu bulgu doğrultusunda politika yapıcıların enflasyon ve işsizlik oranı gibi temel ekonomik değişken bilgilerini çeşitli kanallardan kişilere ulaştırmasının ve değişik seviyelerde finansal okur yazarlığı arttırıcı eğitimleri teşvik etmesinin önemini de vurgulamış oluyoruz.

Kişilik özelliklerinin enflasyon ve işsizlik oranı algılarına etkisine baktığımızda nevrotik insanların daha karamsar olduğu, dolayısıyla her iki makroekonomik değişkeni olduğundan daha fazla algılamaları beklenirken, enflasyon oranı algısı ile gerçek değeri arasındaki farkın açıklanmasında anlamlı olmadığı görülmüştür. Nevrotik kişilik işsizlik oranı algısını ve bu algıyla gerçek değeri arasındaki farkı pozitif etkilemiştir. Sonuç olarak Orland (2017) çalışmasındaki bulgularla paralel olarak nevrotik kişilerin sadece işsizlik oranını olduğundan fazla algıladıkları belirlenmiştir. Bu noktada neden işsizlik de enflasyon değil sorusu da ilginç bir sorudur. Nevrotik kişilik yapısı psikoloji literatüründe genellikle sinirli olma, anksiyete, sakin olamama hali şeklinde ölçülmektedir. İşsizlik oranı daha kişisel boyutta ve iş bulamama şeklinde bir endişe yaratabilmektedir. Bu konuda kanımızca yine bilgilendirme ve doğru yönlendirme kişiyi endişe ve sinirli çaresiz durumdan uzaklaştırabilecektir.

Kişilik özellikleri ile ilgili son olarak deneyime açık olmanın enflasyon oranı algısı ve algılananın gerçek değerinden sapmasını anlamlı şekilde etkilediği ortaya çıkmıştır. Deneyime açık olmanın enflasyon algısındaki sapmayı azaltması beklenirken bu kişilerin enflasyonu olduğundan fazla algılıklarını bulunmuştur. Benzer bir çalışmayı

Almanya'da gerçekleştiren Orland (2017) kişilik özelliklerinden hiçbirinin enflasyon oranı algısının gerçek değerden sapmasını açıklayamadığını belirtmiştir. İki çalışma arasındaki fark, Türkiye'deki deneyime açık kişilerin enflasyon hakkında bir şey bilmeden algı sorusunu yanıtlamada sakınca görmeyip Almanya'dakilerin ancak biliyorlarsa açık uçlu enflasyon oranı algısı sorusuna cevap vermelerinden kaynaklanabilir. Deneyime açık kişiler aynı zamanda odaklanma ve bir konuda uzmanlaşma güçlüğü yaşıyor olabilirler. Nitekim bu noktada da politika belirleyicilerin yeni iletişim araçlarıyla yeni deneyimleri teşvik ederek finansal okur yazarlığı arttırması gerekecektir.

Kaynaklar

ANDERSON, R., BECKER, R. ve OSBORN, D.R. (2010). "Heterogeneity in consumers' learning about inflation", *Newcastle University Business School Discussion Paper in Economics* , No. 2010/02.

BACHMANN R., BERG T.O., SIMS E.R. (2015), "Inflation Expectations and Readiness to Spend at the Zero Lower Bound: Cross-Sectional Evidence", *American Economic Journal: Economic Policy*, 7, 1–35.

BERNANKE B.S. (2007), "Inflation Expectations and Inflation Forecasting," speech at *NBER Monetary Economics Workshop*,
http://www.federalreserve.gov/newsevents/speech/Bernanke20070710a.htm

BLANCHFLOWER D.G. ve KELLY R. (2008). "Macroeconomic Literacy, Numeracy and the Implications for Monetary Policy," Working Paper, Bank of England.

BLINDER, A.S. ve A.B. KRUEGER (2004): "What Does the Public Know about Economic Policy, and How Does It Know It?" *Brookings Papers on Economic Activity*.

BORGHANS, L., DUCKWORTH, A.L., HECKMAN, J.J. ve TER WEEL, B. (2008). "The economics and psychology of personality traits", *Journal of Human Resources*, 43, 972–1059.

BRUINE DE BRUIN, W., VANDERKLAAUW, W., DOWNS, J.S., FISCHHOFF, B., TOPA, G. ve ARMANTIER, O. (2010) "Expectations of Inflation: The Role of Demographic Variables, Expectation Formation, and Financial Literacy." *Journal of Consumer Affairs*, 44, 381-402.

BRYAN, M.F. ve VENKATU, G. (2001). "The demographics of inflation opinion surveys", *Federal Reserve Bank of Cleveland Economic Commentary*, Ekim 15, 2001.

CARDOSO, E. (1992). "Inflation and poverty", *NBER Working Paper*, 4006.

COIBION, O. ve GORODNICHENKO, Y. (2015) "Is the Phillips Curve alive and well after all? Inflation expectations and the missing disinflation", *American Economic Journal: Macroecononomics*, 7 (1) (2015), 197-232.

DUFFY, D. ve LUNN, P.D. (2009). "The misperceptions of inflation by Irish

consumers", *The Economic and Social Review*, 40, 139–163.

EASAW, J., GOLINELLI, R. ve MALGARINI, M. (2013). "What determines households inflation expectations? Theory and evidence from a household survey", *European Economic Review*, 61, 1–13.

FEINGOLD, A. (1994). "Gender differences in personality: a meta-analysis", *Psychological Bulletin*, 116, 429–456.

FULLONE, F., GAMBA, M., GIOVANNINI, E. ve MALGARINI, M. (2007). "What do citizens know about statistics? The results of an OECD/ ISAE survey on Italian consumers", in: Statistics, Knowledge and Policy 2007: Measuring and Fostering the Progress of Societies, OECD, Paris.

HEINECK, G. ve ANGER, S. (2010). "The returns to cognitive abilities and personality traits in Germany", *Labour Economics*, 17, 535-546.

JONUNG, L. (1981). "Perceived and expected rates of inflation in Sweden", *American Economic Review*, 71, 961-968.

LANG, F.R., JOHN, D., LUDKE, O., SCHUPP, J. ve WAGNER, G.G. (2011). "Short assessment of the Big Five: robust across survey methods except telephone interviewing", *Behavior Research Methods*, 43, 548-567.

LINDQVIST, E. ve VESTMAN, R. (2011). "The labor market returns to cognitive and noncognitive ability: evidence from the Swedish enlistment", *American Economic Journal: Applied Economics*, 3, 101–128.

MALGARINI, M. ve MARGANI, P. (2008). "Unemployment expectations across heterogeneous groups", *Economics Bulletin*, 4, 1-6.

MALMENDIER, U. ve NAGEL, S. (2016). "Learning from inflation experiences", *Quarterly Journal of Economics*, 131, 53-87.

MARSHALL, G.N., WORTMAN, C.B., Kusulas, J.W., HERVİG, K.L. ve Vickers R.R. (1992), "Distinguishing optimism from pessimism: Relations to fundamental dimensions of mood and personality", *Journal of Personality and Social Psychology* 62, 1067–1074.

MCCRAE, R.R. ve COSTA, P.T. (1985). The NEO personality inventory – manual, Odessa: *Psychological Assessment Resources*.

MCCRAE, R.R. ve COSTA, P.T. (1992). Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO five factor inventory – professional manual, Odessa: *Psychological Assessment Resources*.

ORLAND, A. (2017). "Personality traits and the perception of macroeconomic indicators-survey evidence", *Bulletin of Economic Research*, 69(4), 150-172.

PAPACOSTAS, S. (2007). "Special Eurobarometer: European knowledge on

economical indicators", in *Statistics, Knowledge and Policy 2007: Measuring and Fostering the Progress of Societies*, OECD, Paris.

REZENDE, F. (1998). "Prospects for Brazil's economy", *International Affairs*, 74, 563–76.

ROBERTS, B.W. ve DELVECCHIO, W.F. (2000). "The rank-order consistency of personality traits from childhood to old age: a quantitative review of longitudinal studies", *Psychological Bulletin*, 126, 3–25

SJOBERG, L. (2003). "Distal factors in risk perception", *Journal of Risk Research*, 6, 187–211.

SOANE, E., ve CHMIEL, N. (2005). "Are risk preferences consistent? The influence of decision domain and personality." *Personality and Individual Differences*, 38, 1781-1791.

SOULELES, N.S. (2004). "Expectations, heterogeneous forecast errors, and consumption: micro evidence from the Michigan Consumer Sentiment Surveys", *Journal of Money, Credit and Banking*, 36, 39-72.

SUTIN, A.R., COSTA, P.T., MIECH, R. ve EATON, R.R. (2009). "Personality and career success: concurrent and longitudinal relations", *European Journal of Personality*, 23, 71-84.

TATLILIOĞLU, K. (2014). Üniversite öğrencilerinin beş faktör kişilik kuramına göre kişilik özellikleri alt boyutlarının bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(17), 939-971.

WILLIAMS, D.G. (1992). "Dispositional optimism, neuroticism, and extraversion", *Personality and Individual Differences*, 13, 475-477.

ZHAO, H. ve SEIBERT, S.E. (2006). "The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review", *Journal of Applied Psychology*, 91, 259-271.

Extended Summary

An investigation of inflation and unemployment rate perceptions: a survey study

Abstract

In this study, the effects of the personality traits and demographics on individuals' perceptions of inflation and unemployment rates are examined. As a result of the first survey conducted on this topic in Turkey, we find that the amount of deviations in people's inflation and unemployment rate perceptions from the official values are inversely proportional to individuals' thinking themselves to be more knowledgeable about financial matters and the number of economics courses they took. In line with the findings in the literature, we find that women perceive both rates more than men. Openness to experience among personality traits increases both the inflation rate perception and the difference between this rate and the official inflation rate. Perceived unemployment rate and the difference between their perceived unemployment rate and official rate are higher among neurotic individuals' than the others'.

Keywords: Behavioral Economics, Personality, Inflation Rate, Unemployment Rate

There may be differences between the officially announced values of important economic variables such as inflation and unemployment rate and how individuals perceive these rates. In addition to the official rates, the perceived rate is an important factor affecting the economic decisions of individuals. For example, saving money or borrowing behavior of people may vary according to current and expected inflation values. Those who perceive that inflation will be higher than it is (the officially announced rate) can now be expected to endure a lower salary when they retire with the decision to save less money today. A similar argument could be used for the overestimation of the unemployment rate. For example, people who perceive unemployment rate more than it really is, may be more timid and accept lower wages when negotiating for their own salaries. Salary differences between different socioeconomic groups (between immigrants in the country and indigenous citizens of the country, or between men and women) may have resulted from their perceptions of inflation and unemployment rate different from official values. Understanding how these expectations are formed is important for policy makers to make the right decisions on monetary policies, in addition to understanding the decisions of different groups to find a job, save money, and borrow. For example, although individuals' inflation expectations are intended to be influenced by Central Banks, there is no consensus in the literature on how individuals' inflation expectations are formed or how these are affected by Central Banks (Bernanke 2007; Bachmann, Berg and Sims 2015; Coibion and Gorodnichenko 2015). Therefore, it is important to understand how people's perceptions of inflation or unemployment rates are shaped and the factors affecting them.

This study aims to explain perceptions of inflation and unemployment rate and the difference between these perceptions and official rates by including many factors

including personality traits and demographic characteristics. For this purpose, data were collected through a face-to-face questionnaire that was asked to 727 students. As a result of the analysis, it was determined that the deviation of the perceptions of inflation and unemployment rate from the official value was inversely proportional to the fact that people felt more knowledgeable about financial matters and the number of economics courses they took. In line with the findings in the literature, we found that women perceive both variables more than men. Among personality traits, openness to experience increases both the perception of the inflation rate and the difference between the perceived rate and the official inflation rate. Finally, in line with the Orland (2017) findings, we found that neurotic people perceive the unemployment rate more than the official rate and this personality trait increases the difference between the perception of the unemployment rate and the official unemployment rate.