



EK HAVADİS



Gayemiz kıt olanı yetirmek

ARALIK 2020 Sayı: 20

➤ KASIM AYI ENFLASYON

RAKAM LARI

➤ KASIM AYI TÜFE

➤ SWAP



➤ E-TİCARET

➤ COVID-19 EKONOMİYİ NASIL ETKİLEDİ?

➤ ONLINE STAJ



/İktasatsbf

Sahibi

SBF İktisat Bölüm Başkanlığı

Adına

Doç. Dr. Kadir ARSLANBOĞA

Editör

Deniz ÜNSAL

Redaksiyon

Seray KARAKUŞ

Adres

**Çanakkale Onsekiz Mart
Üniversitesi Terzioğlu Kampüsü**

Siyasal Bilgiler Fakültesi

Kat: 2

e-Mail: sbf.iktisat@gmail.com



/İktisatsbf

SBF İktisat Bölüm Başkanı'ndan...

EkoHavadis adıyla hazırladığımız derginin yeni sayısı siz değerli okuyucularımızla birlikteyiz. Bundan tam dört yıl önce İktisat bölümündeki öğrencilerimizle olan münasebetimizi ders veren-ders alan dışına çıkararak çeşitli faaliyetlerle bölüm, fakülte ve üniversite içerisinde mesleki farkındalık oluşturmak arzusunda idik. Şükürler olsun ki, bir senelik süreç sonunda amaçlarımızın çoğunu gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşamaktayız.

İktisat Bölüm Başkanlığı altında öğrencilerimizle yaptığımız faaliyetlerimizi dört farklı alanda planladık. Bunlar, öğrencilerimizin yazar olarak yer aldığı aylık dergi; geleceğe yönelik bilgi ve mesleki tecrübelerimizi artırmak amacıyla düzenlenen konferanslar; metin yazarlığını ve sunuculuğunu öğrencilerimizin yaptığı radyo programı ve son olarak da kampüs dışarısında gerçekleştirdiğimiz kahvaltı, gezi vb. sosyal organizasyonlardır.

Bölümün öğretim üyeleri ve öğrencileri olarak teoride gördüğümüz derslerin pratik hayata yansımalarını müşahade etmek amacıyla birçok başlık altında iktisadın piyasadaki cereyanlarını bir dergide toplamayı düşündük. Bu faaliyet ile bölüm içerisindeki bütünleşmeyi sağlamakla birlikte, ekonomist olarak mezun olacak öğrencilerimizin pratik alandaki beceri, yorum ve öngörülerini geliştirmek hedefiyle EkoHavadis adında pdf olarak bir dergi çıkarmaktayız. Bu sayede birçok öğrenci arkadaşımız çeşitli konular hakkında yaptıkları araştırmalar sonrasında iktisadın uygulama alanlarında pratik bilgiler edindikleri gibi, ekonomi ve piyasanın geneli noktasında da bilgi birikimlerinin artması sağlanmaktadır.

Dergi faaliyetlerimizle birlikte iki sene üst üste Türkiye'nin en iyi üniversite radyosu seçilen Kampüs Fm'de ekonomi haberleri sunma düşüncesi ve isteğimizi gerçekleştirdik. Her Salı saat 13.15'de iktisat bölüm öğrencilerimizin hazırlayıp sunduğu EkoHavadis isimli radyo programımızla sizlerle özel ortamdayız

Bölüm faaliyetlerimizden bir diğerinde ise konferanslar ve workshop düzenledik. Konuşmacı olarak yerel ve ulusal birçok önemli ismi tecrübe ve bilgi birikimlerinden faydalanmak amacıyla davet ettik. Şimdiye kadar sekiz konferans düzenledik. Bir tane de Ekonomi Haberciliği konusunda workshop tertip ettik. Bu dönem itibarıyla de konferanslarımız devam edecektir.

Son faaliyet olarak da sosyal organizasyonlar düzenleyerek birlikteliğimizi kampüs ve şehir dışına çıkardık. TBMM ve Anıtkabir ziyaretleri ile şehir içerisinde çeşitli amaçlarla toplantılar düzenledik. Sosyal faaliyetlerimizde devam edecektir.

SWAP ANLAŞMALARININ TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE KAPIDAKİ YAPTIRIMLAR

Swap, kelime olarak değiş- tokuş veya takas anlamına geliyor.

Finansal piyasalarsa ise; iki tarafın belirli bir zaman dilimi içerisinde farklı faiz ödemelerini ve / veya farklı para birimlerini karşılıklı olarak değiştirdikleri takas anlaşmasına “swap sözleşmesi” deniyor.

Swap piyasalarında ağırlıklı döviz swapları ile faize dayalı swap sözleşmeleri işlem görüyor. 2000’lerin sonundaki küresel likidite krizi sırasında sıkça başvurulmuş swap hattı uygulaması ile merkez bankaları kendi para birimlerini diğer bankalara verip, yabancı para birimi alabiliyor. Böylece likidite sağlanarak, herhangi bir ülkenin döviz bulma ya da ödeme yapma sıkıntısı yaşamasının önüne geçilmesi hedefleniyor.



Türkiye, koronavirüs salgınının yarattığı likidite sorununun hafifletilmesi amacıyla ABD Merkez Bankası’nın (FED) genişlettiği swap hattına dahil olmak ve diğer başka ülkelerle swap hattı açmak için görüşmeler yürütmüştü. İlerleyen dönemlerde yapılan açıklamalarla 17 Ağustos 2018’de Katar ile yapılan swap anlaşmasının tutarının 5 milyar dolar karşılığı Türk Lirası ve Katar Riyalinden 15 milyar dolar karşılığı Türk Lirası ve Katar Riyaline yükselttiği açıklanmıştı.

Açıklamalarda, “Para takası anlaşmasının temel hedefi yerel para birimleri üzerinden gerçekleştirilen ticareti kolaylaştırmak ve iki ülkenin finansal istikrarına destek sağlamaktır.” denilmişti.

Son yıllarda Türkiye’deki yatırımlarını artıran Katar devleti, son olarak Borsa İstanbul A.Ş.’nin (BİST) yüzde 10’luk payını satın almak üzere Türkiye Varlık Fonu ile mutabakat zaptı imzaladı. Geçtiğimiz günlerde Türkiye Varlık Fonu(TVF) ve Katar Yatırım Otoritesi (QIA) arasında Borsa İstanbul’un yüzde 10’luk devrini içeren işlem tamamlandı.

Borsa İstanbul'un yüzde 10'luk payına 200 milyon dolarlık bir ödeme ile işlem tamamlanırken, söz konusu bedel Borsa İstanbul'un 2 milyar dolarlık (15.6 milyar tl) toplam sermaye değeri üzerinden belirlendi.

Mevcut durumlarda jeopolitik durum ne kadar önemli sorusu üzerinde devam ettiğimizde Akdeniz'de, Yunanistan'la yaşanan sınır sorunu ve ABD ile olan ilişkilerin Rusya'dan alınan S-400'lerle ilgili olarak gerilmesi böyle bir dönemde Türkiye'yi ekonomik zorluklara itecek gibi duruyor. 11 Kasım 2020 de AB liderler zirvesinde Türkiye'ye yaptırım kararı çıkmazken mevcut durumun mart ayında tekrar ele alınacağı bildirildi. Hemen ardından ABD senatosu Türkiye'ye yaptırımın önünü açan yasayı kabul etti.

ABD senatosunda, Türkiye'ye yaptırımın önünü açan yasaya onay verildi. Senato, Kuzey Akım 2 boru hattı projesine ve Türkiye'ye Rus S-400 füze savunma sisteminin alınması nedeniyle yaptırımların önünü açan Ulusal Savunma Yetkilendirme Yasa(NDAA) Tasarısı'nı 84-13 oyla kabul etti.

Borsa İstanbul'un yüzde 10'luk payına 200 milyon dolarlık bir ödeme ile işlem tamamlanırken, söz konusu bedel Borsa İstanbul'un 2 milyar dolarlık (15.6 milyar tl) toplam sermaye değeri üzerinden belirlendi.

Mevcut durumlarda jeopolitik durum ne kadar önemli sorusu üzerinde devam ettiğimizde Akdeniz'de, Yunanistan'la yaşanan sınır sorunu ve ABD ile olan ilişkilerin Rusya'dan alınan S-400'lerle ilgili olarak gerilmesi böyle bir dönemde Türkiye'yi ekonomik zorluklara itecek gibi duruyor. 11 Kasım 2020 de AB liderler zirvesinde Türkiye'ye yaptırım kararı çıkmazken mevcut durumun mart ayında tekrar ele alınacağı bildirildi. Hemen ardından ABD senatosu Türkiye'ye yaptırımın önünü açan yasayı kabul etti.



ABD senatosunda, Türkiye'ye yaptırımın önünü açan yasaya onay verildi. Senato, Kuzey Akım 2 boru hattı projesine ve Türkiye'ye Rus S-400 füze savunma sisteminin alınması nedeniyle yaptırımların önünü açan Ulusal Savunma Yetkilendirme Yasa(NDAA) Tasarısı'nı 84-13 oyla kabul etti.

Yasa tasarısı ayrıca, 740 milyar dolarlık savunma bütçesini, 12 bin ABD askerinin Almanya'dan geri çekilmesini, Ukrayna'ya daha fazla silah satışını ve Rusya-ABD askeri iş birliğinin yasaklanmasını içeriyor.

Yaptırımların kaldırılması için bazı şartların yerine gerilmesi şart koşuldu. Yaptırım uygulandıktan sonraki 1 yıl içinde Kongre'nin gerekli komiteleri, Türkiye'nin artık S-400'leri almadığını ya da kullanmadığını görecektir. Türk topraklarında S-400'lerin çalıştırılmadığını ya da niyetinin olmadığını teyit edecek. Türkiye, S-400 veya onun yerini alabilecek bir sistemin almayacağını taahhüt edecek. Gibi şartlar öne sürülürken mevcut durumun nasıl seyredeceğini önümüzdeki günlerde göreceğiz.

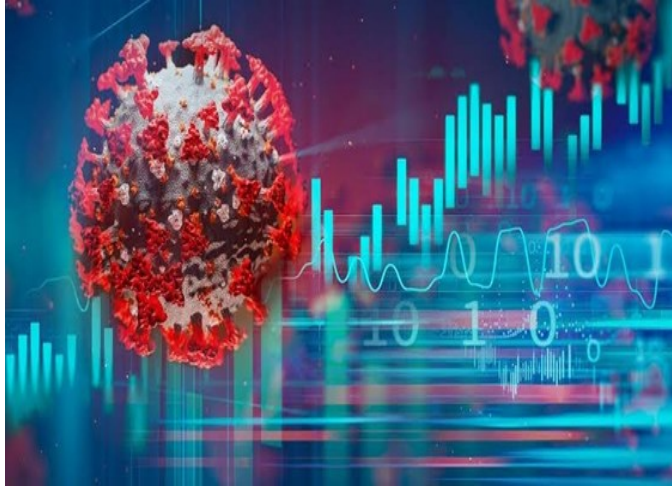


Naci YILMAZ

COVID -19 EKONOMİYİ NASIL ETKİLEDİ ?

Türkiye ekonomisinde salgının seyri, salgına karşı alınan önlemlerin kapsamı ve süreç dinamiklerindeki belirsizlik bu kapsamda ciddi bir boyuta ulaştı.

Covid-19 krizi, bundan daha önce yaşanmış olan ekonomik krizlerden oldukça farklıdır. Karantina, genç ve yaşlılara sokağa çıkma yasağı, kamusal alanlarda toplanma yasağı ve işletmelerin kapatılmasıyla birlikte ekonomiler büyük ölçüde zarara uğradı. Salgın karşısında kısıtlama önlemleri sonucunda belirli sektörlerde faaliyetler ciddi derecede azaldı ya da durdu. Salgına karşı uygulanan kısıtlamalar nedeniyle çok sayıda kişi işini kaybetti veya gelirlerinde büyük bir düşüş oldu. Bazı sektörlerde işten çıkarmalar ve süreli/süresiz izin verilmeye gidildi. Önceki



krizlerde bütün şirketler aynı anda kapanmadıkları için ekonomideki küçülmeler, işten çıkarmalar ve iflaslar zamana yayılıyordu .

Ama şimdi ekonomi bir anda bıçak gibi kesilerek daraldı. Devamında salgın nedeniyle Türkiye'de uzaktan eğitim ve çalışma, ulusal market zincirleri, sağlıklı ürünler ve hobi sitelerinin etkileşimleri artarken, salgın en fazla, özel sağlık kurumları, hava yolu şirketleri ve konaklama şirketlerini vurdu. Ayrıca seyahat sektörü de kötü etkilendi.

Havayolları uçuş sayıları azalttı, müşteriler iş seyahatlerini ve tatillerini iptal etti.

Birçok ülke salgının yayılmasını önlemek amacıyla seyahat sınırlaması getirdi. Bundan dolayı da salgının etkisi seyahat sektöründe ağır yaşandı. Ayrıyeten borsalarda da düşüş yaşandı.

Şirketlerin hisse senetlerinin alınıp satıldığı borsalarda büyük düşüşler yaşanması emeklilik fonlarının değerini ve bireysel tasarruf hesaplarını da etkiledi.

Bazı sektörler ciddi şekilde yavaşlayıp ve kayba uğrarken bazı sektörlerde ise artış gözlemlendi. Hava yolu ulaşımı, kara ulaşımı, eğlence ve otelcilik gibi turizme dayalı birçok sektör hasar görürken temizlik maddeleri, maske yapımı, online alışveriş, uzaktan eğitim sistemleri gibi sektörlerde artış gözlemlendi .

Sonuç olarak, korona virüs krizi kısa vadede Türkiye ekonomisini şu şekillerde etkilemektedir/etkileyecektir: Milli gelirden ve toplam talepte ciddi bir gerileme yaşanacak, işsizlik oranı kayda değer ölçüde yükselecek, turizm gelirlerinde dramatik bir düşüş yaşayıp, bütçe açığı genişleyecek, dış ticaret hacmi önemli ölçüde daralacaktır. Orta vade ise toparlanma ve yeniden yapılanma süreci olacaktır.

Seren KURT

ONLINE STAJ

Öncelikle online staj ne demek ve kullanım tarihine göz atalım. Geleneksel yüz yüze stajlar, artık içinde bulunduğumuz dönemde geçerliliğini yitirmiş ve buna ek olarak koronavirüs pandemisinin başladığından bu yana online staja kaymıştır.

Online staj öğrencilerin evden kolaylıkla yapacağı bir iş deneyimi olmuştur. Stajyerler yaptıkları işler hakkında genel bilgileri ilerlemelerini yöneticilere online olarak aktarırlar. Peki şirketler bunu yaparken hangi programları tercih ediyorlar? Genellikle birçok okulun ve üniversitelerin kullandığı program olan Microsoft Teams, mail, Skype, Zoom ve kendi uygulamasını da yapan şirketler de yok değil.

Online staj denince herkesin aklına gelen soru olan ‘peki bilgisayar başında staj nasıl yapılacaktır?’ ya da ‘saatlerce ekran başında mı olacağız?’ tabiki de hayır. Bunun belki de yüz yüze staj gibi hissettirecek olan kahve molaları ve meslektaşlarla sohbet etmek için verilen zamanlarda bulunmaktadır. Bununla birlikte çalışma süresi beklenenin ve sanılanın aksine uzun ve sıkıcı değil 120 saat olarak bir kotaya sahip ve ideal bir çalışma süresidir.

Hangi sektörler bu imkanı sunuyor dersiniz günümüzde hem startuplar hemde büyük şirketlerde bulabilirsiniz. Bu kariyerinize ve CV’ye eklenecek güzel bir deneyim.

ONLINE STAJIN FAYDALARI NELERDİR ?

Paradan ve zamandan tasarruf etmek: Geleneksel stajlardan farklı olarak işe gidip gelme beklenmez ve dünyanın her yerinde staj yapabilirsin.

Özgeçmişini güçlendirir: Evden çalışma, iş tecrübesi kazandırırken zaman yönetimi ve öz disiplin gibi konularda sizi geliştirecektir.

Kültürler arası küresel bakış açılarını genişletir: Eğer staj yaptığınız şirket uluslararası bir şirketseniz dünyanın her yerinden insanla iletişim halinde olmanız demektir.

Topluluk hissi kazandırır ve bağlantılarını güçlendirir: Buda online kahve molaları ve haftalık katılım oturumları sayesinde kuracaksınız.



Peki bu kadar artılara sahip olan ve online staj imkanını size sunan şirketler hangileri ?

ZORLU HOLDİNG

Bu yıl online staja geçen Zorlu Holding kendine ait olan Zorlu Akademi platformu üzerinden bu imkanı size sunmuştur.

Bunun yanında her stajyer için eşledikleri bir staj koçları da stajyerlere tüm staj süresi boyunca eşlik etmektedir. Bir ay boyunca devam eden bu staj programında; 8 webinar, 4 yönetici buluşması, 9 kişisel gelişim eğitimi ve 7 Zorlu Akademi eğitimi gerçekleştirildi.

QNB FİNANSBANK

QNB’de kendilerinin hayat geçirdiği Finans Pro ve Finans 101 online staj programını kullanmaya başlamış ve şubelerde yerine getirdikleri benzer sorumlulukları online olarak yerine getirme imkanı da sunmuştur.

TÜPRAŞ , WEBTURES-SEO INTERN
MICROSOFT , TUIÇ , AKINSOFT ,HP
TÜRKİYE ,TÜRKİYE İŞ BANKASI,
LC WAİKİKİ gibi şirketler staj programlarını kullanmaktadır .

Diğer bir konu ise bilindiği üzere stajyerler de belirli bir ücret almaktadır fakat bu online stajda mümkün mü?

Sonuç olarak şirket bünyesinde olduğunuz için ve uzaktan da olsa stajyer olarak görüldüğünüz için alacaksınız. Fakat birçok firma bunu kabul etse de bazı startuplar bunu yapmayı göze almayabilir ancak öğrencilerin kariyerini hızlandıracak benzersiz bir deneyim sunmaktadır.



Bu kadar yararı ve nerede ve nasıl yapıldığından bahsettik ama her alanda karşılaşma ihtimalimiz olan dezavantajlar da yok değil. Öyleyse dezavantajlarına bakalım:

İlk olarak şirketin stajyerlerle iletişim kurma konusundaki başarısı, stajyerin kendi motivasyonu, ofis ortamında deneyimin olmaması ki bu şu anda stajyerlere yüz yüze iş deneyimleyemeye başladığı zaman adaptasyon ve onlineda gösterilen görevleri hayata geçirme konusunda zorluklar yaşayabilmektedir.

Fatma ARICAN

KASIM AYI TÜFE

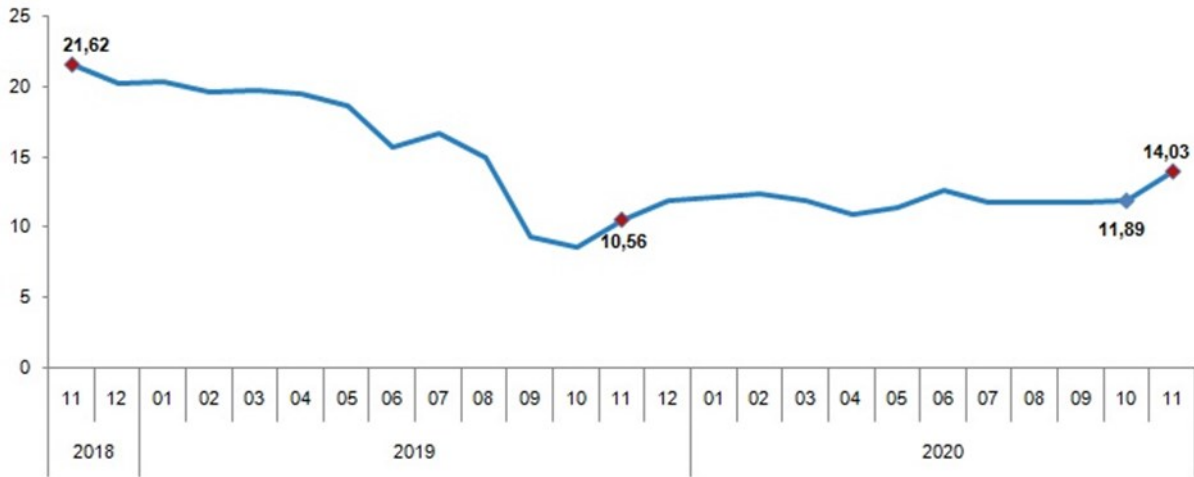
Tüketici fiyat endeksi (TÜFE) yıllık %14,03 , aylık %2,30 arttı.

2020 yılı Kasım ayında enflasyon, bir önceki aya göre %2,30 , bir önceki yılın Aralık ayına göre %13,19 , bir önceki yılın aynı ayına göre %14,03 ve on iki aylık ortalamalara göre %12,04 artış gerçekleşti.

TÜFE değişim oranları (%), Kasım 2020

	Kasım 2020	Kasım 2019	Kasım 2018
Bir önceki aya göre değişim oranı	2,30	0,38	-1,44
Bir önceki yılın Aralık ayına göre değişim oranı	13,19	11,01	20,79
Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim oranı	14,03	10,56	21,62
On iki aylık ortalamalara göre değişim oranı	12,04	15,87	15,63

TÜFE yıllık değişim oranları (%), Kasım 2020

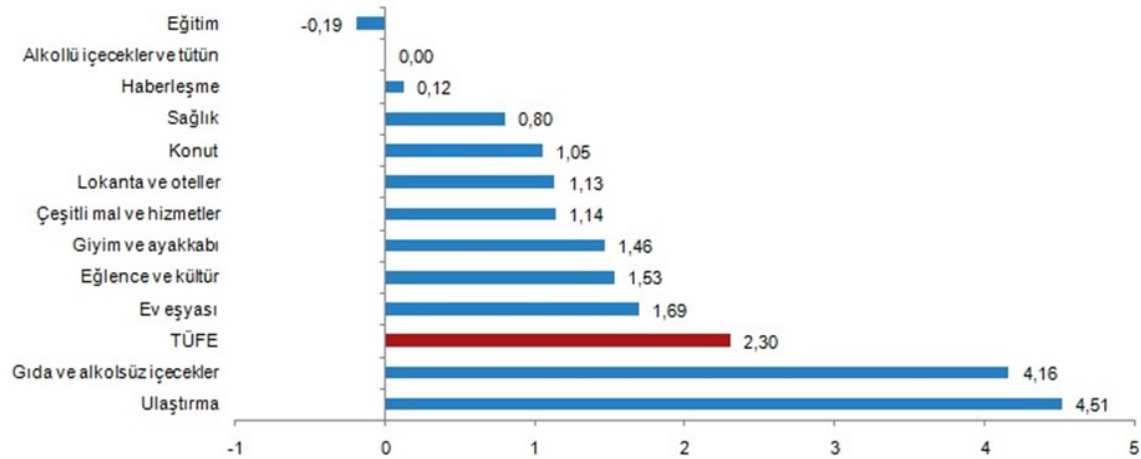


Yılın en düşük artışı %0,67 ile alkollü içecekler ve tütün grubunda gerçekleşti. 2019 Kasım ayına göre artışın düşük olduğu diğer ana gruplar sırasıyla, %0,99 ile giyim ve ayakkabı, %5,19 ile haberleşme ve %7,00 ile eğitim oldu. Buna karşılık, 2019 Kasım ayına göre artışın yüksek olduğu ana gruplar ise sırasıyla, %29,42 ile çeşitli mal ve hizmetler, %21,08 ile gıda ve alkolsüz içecekler ve %18,67 ile ulaştırma oldu.

Aylık düşüş gösteren tek grup ise %0,19 ile eğitim oldu

Ana harcama grupları itibarıyla 2020 Kasım ayında azalış gösteren tek ana grup %0,19 ile eğitim olmuştur. Alkollü içecekler ve tütün ana grubunda aylık değişim olmazken, en az artış gösteren gruplar %0,12 ile haberleşme ve %0,80 ile sağlık oldu. Buna karşılık, ana harcama grupları itibarıyla 2020 yılı Kasım ayında artışın en yüksek olduğu gruplar ise sırasıyla %4,51 ile ulaştırma, %40,16 ile gıda ve alkolsüz içecekler ve %1,69 ile ev eşyası oldu.

TÜFE ana harcama gruplarına göre aylık değişim oranları (%), Kasım 2020



Özel kapsamlı TÜFE göstergesi yıllık %13,72 , aylık %2,14 arttı
İşlenmemiş gıda ürünleri, enerji, alkollü içecekler ve tütün ile altın hariç TÜFE’de 2020 yılı Kasım ayında bir önceki aya göre %2,14 , 2019 yılı Aralık ayına göre %13,23, 2019 yılı Kasım ayına göre %13,72 ve on iki aylık ortalamalara göre %11,50 artış gerçekleşti.

Özel kapsamlı TÜFE göstergeleri ve değişim oranları (%), Kasım 2020

Grup	Kapsam	Değişim oranı (%)				Endeks
		Bir önceki aya göre	Bir önceki yılın Aralık ayına göre	Bir önceki yılın aynı ayına göre	On iki aylık ortalamalara göre	
A	Mevsimlik ürünler hariç TÜFE	2,09	13,34	14,17	12,62	516,83
B	İşlenmemiş gıda ürünleri, enerji, alkollü içkiler ve tütün ile altın hariç TÜFE	2,14	13,26	13,72	11,50	442,13
C	Enerji, gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içkiler ile tütün ürünleri ve altın hariç TÜFE	2,12	13,19	13,26	10,81	421,79
D	İşlenmemiş gıda, alkollü içecekler ve tütün ürünleri hariç TÜFE	1,93	12,94	13,38	11,77	462,12
E	Alkollü içecekler ve tütün hariç TÜFE	2,43	13,99	14,89	11,69	483,26
F	Yönetilen-yönlendirilen fiyatlar hariç TÜFE	2,72	14,90	15,91	11,11	493,22

Aleyna ALPTEKİN

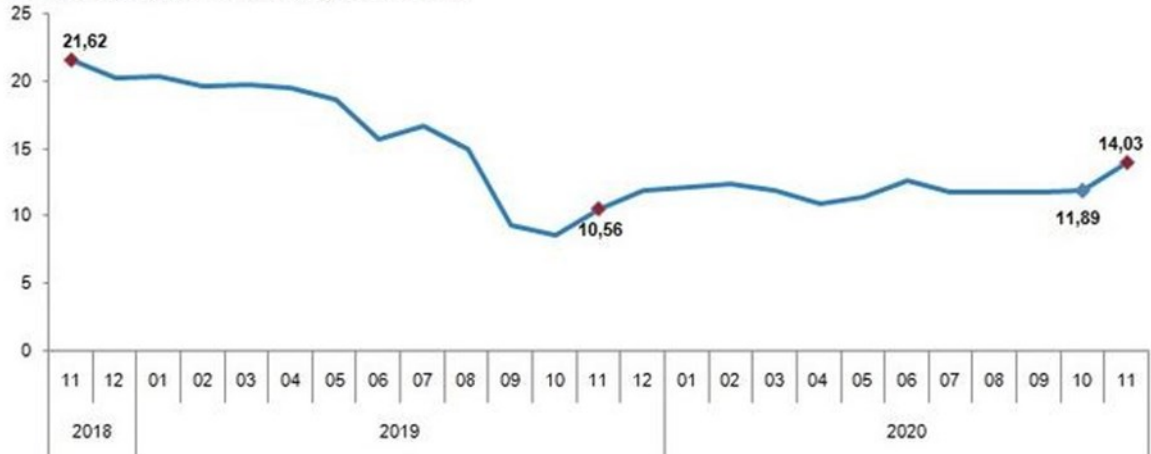
KASIM ENFLASYONU

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Kasım ayı enflasyon oranlarını duyurdu. Kasım ayında bir önceki aya oranla yüzde 1,44 düşüş, bir önceki senenin Aralık ayına oranla yüzde 20,79, bir önceki senenin aynı ayına oranla yüzde 21,62 ve on iki aylık ortalamalara göre yüzde 15,63 yükseliş oldu. Enflasyon Ekim ayında Enflasyonla Topyekun Mücadele kampanyasına karşın yüzde 2,67 yükselmisti.

TÜFE değişim oranları (%), Kasım 2020

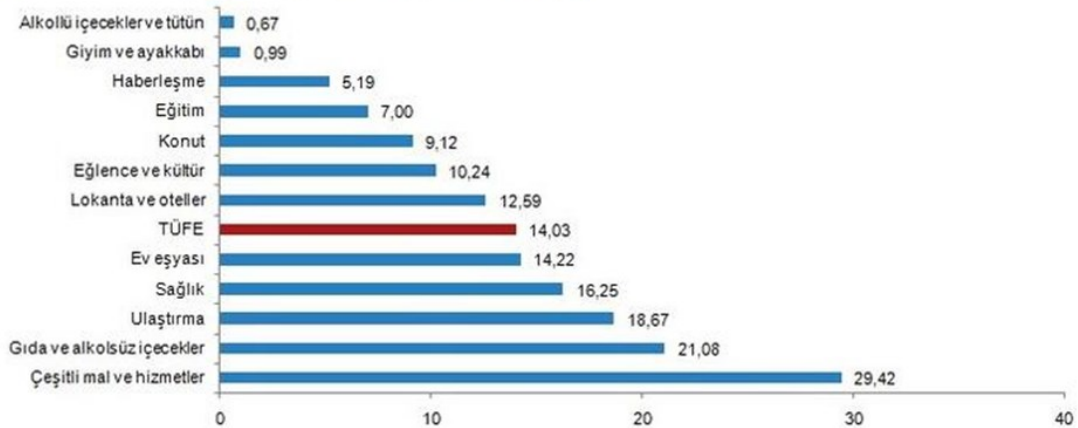
	Kasım 2020	Kasım 2019	Kasım 2018
Bir önceki aya göre değişim oranı	2,30	0,38	-1,44
Bir önceki yılın Aralık ayına göre değişim oranı	13,19	11,01	20,79
Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim oranı	14,03	10,56	21,62
On iki aylık ortalamalara göre değişim oranı	12,04	15,87	15,63

TÜFE yıllık değişim oranları (%), Kasım 2020



YILLIK EN DÜŞÜK ARTIŞ %0,67 İLE ALKOLLÜ İÇECEKLER VE TÜTÜN GRUBUNDA GERÇEKLEŞTİ

TÜFE ana harcama gruplarına göre yıllık değişim oranları (%), Kasım 2020

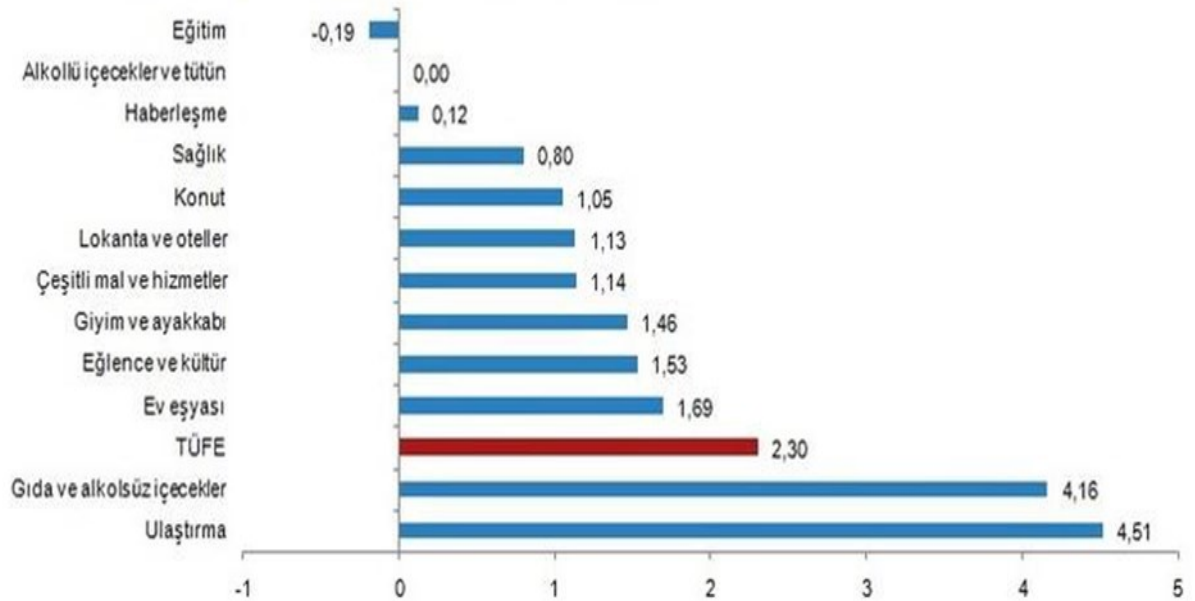


Bir önceki yılın aynı ayına göre artışın düşük olduğu diğer ana gruplar sırasıyla, %0,99 ile giyim ve ayakkabı, %5,19 ile haberleşme ve %7,00 ile eğitim oldu. Buna karşılık, bir önceki yılın aynı ayına göre artışın yüksek olduğu ana gruplar ise sırasıyla, %29,42 ile çeşitli mal ve hizmetler, %21,08 ile gıda ve alkolsüz içecekler ve %18,67 ile ulaştırma oldu.

AYLIK DÜŞÜŞ GÖSTEREN TEK GRUP %0,19 İLE EĞİTİM OLDU

Ana harcama grupları itibarıyla 2020 yılı Kasım ayında azalış gösteren tek ana grup %0,19 ile eğitim oldu. Alkollü içecekler ve tütün ana grubunda aylık değişim olmazken, en az artış gösteren gruplar %0,12 ile haberleşme ve %0,80 ile sağlık oldu. Buna karşılık, ana harcama grupları itibarıyla 2020 yılı Kasım ayında artışın yüksek olduğu gruplar ise sırasıyla, %4,51 ile ulaştırma, %4,16 ile gıda ve alkolsüz içecekler ve %1,69 ile ev eşyası oldu.

TÜFE ana harcama gruplarına göre aylık değişim oranları (%), Kasım 2020



Kasım 2020'de, endekste kapsanan 418 maddeden, 54 maddenin ortalama fiyatında düşüş gerçekleşirken, 42 maddenin ortalama fiyatında değişim olmadı. 322 maddenin ortalama fiyatında ise artış gerçekleşti.

Ana harcama gruplarına göre TÜFE ve değişim oranları (%), Kasım 2020

Ana harcama grupları	Harcama grubu ağırlıkları	Değişim oranı (%)				Endeks
		Bir önceki aya göre	Bir önceki yılın Aralık ayına göre	Bir önceki yılın aynı ayına göre	On iki aylık ortalamalara göre	
TÜFE	100,00	2,30	13,19	14,03	12,04	498,58
Gıda ve alkolsüz içecekler	22,77	4,16	17,64	21,08	13,04	593,07
Alkollü içecekler ve tütün	6,06	0,00	0,67	0,67	19,80	872,43
Giyim ve ayakkabı	6,96	1,46	2,96	0,99	6,19	273,24
Konut	14,34	1,05	8,86	9,12	12,44	530,64
Ev eşyası	7,77	1,69	14,09	14,22	9,42	425,61
Sağlık	2,80	0,80	15,77	16,25	14,13	300,04
Ulaştırma	15,62	4,51	18,00	18,67	11,38	501,61
Haberleşme	3,80	0,12	4,89	5,19	4,10	159,86
Eğlence ve kültür	3,26	1,53	10,36	10,24	6,68	318,50
Eğitim	2,58	-0,19	6,87	7,00	11,15	437,27
Lokanta ve oteller	8,67	1,13	12,14	12,59	12,12	733,60
Çeşitli mal ve hizmetler	5,37	1,14	28,88	29,42	21,37	742,61

ÖZEL KAPSAMLI TÜFE GÖSTERGESİ (B) YILLIK %13,72, AYLIK %2,14 ARTTI
İşlenmemiş gıda ürünleri, enerji, alkollü içkiler ve tütün ile altın hariç TÜFE'de 2020 yılı Kasım ayında bir önceki aya göre %2,14, bir önceki yılın Aralık ayına göre %13,26, bir önceki yılın aynı ayına göre %13,72 ve on iki aylık ortalamalara göre %11,50 artış gerçekleşti.

Özel kapsamlı TÜFE göstergeleri ve değişim oranları (%), Kasım 2020

Grup	Kapsam	Değişim oranı (%)				Endeks
		Bir önceki aya göre	Bir önceki yılın Aralık ayına göre	Bir önceki yılın aynı ayına göre	On iki aylık ortalamalara göre	
A	Mevsimlik ürünler hariç TÜFE	2,09	13,34	14,17	12,62	516,83
B	İşlenmemiş gıda ürünleri, enerji, alkollü içkiler ve tütün ile altın hariç TÜFE	2,14	13,26	13,72	11,50	442,13
C	Enerji, gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içkiler ile tütün ürünleri ve altın hariç TÜFE	2,12	13,19	13,26	10,81	421,79
D	İşlenmemiş gıda, alkollü içecekler ve tütün ürünleri hariç TÜFE	1,93	12,94	13,38	11,77	462,12
E	Alkollü içecekler ve tütün hariç TÜFE	2,43	13,99	14,89	11,69	483,26
F	Yönetilen-yönlendirilen fiyatlar hariç TÜFE	2,72	14,90	15,91	11,11	493,22

Hatice SÜREN

E-TİCARET'İN GÜNÜMÜZ GÖZDESİ

2010 yılında Demet Mutlu Üçok liderliğinde e-ticaret sektöre atılan Trendyol, günümüz teknolojisinde sektörün gözde isimlerinden oldu. Kadın girişimci Demet Mutlu'dan kısaca bahsetmek gerekilirse, Mutlu 22 Ağustos 1971 New York doğumludur. Liseyi İtalya'da okuduktan sonra New York Üniversitesi Ekonomi Bölümünü birincilikle tamamlayan Mutlu, daha sonra Harvard'da MBA'e (Master Of Business Administration) kabul edildi. Ama Mutlu master eğitiminin ikinci yılında, kendi işini kurma hayaliyle Harvard'ı yarım bırakmıştır. Mutlu, 2010 yılının Mart ayında Bebek'teki evinin salonunda 300 bin dolar sermaye ile Trendyol'u yayına geçirerek, ilk 16 ayda siteyi değeri 150



milyon dolar olan bir şirket haline getirdi. Demet Mutlu Üçok'un aldığı ödüller ise Fortune Dergisi, Dünyanın En Güçlü 10 Kadın Girişimcisi (2011), Ekovitrin Dergisi, Yılın Starları Anketi, Yılın İş Kadını Ödülü (2012), Dünya Ekonomik Forumu, Genç Küresel Lider Ödülü (2016). Temmuz 2018'de hızla büyüyen şirketin %75 hissesi Alibaba'ya 728 milyon dolar karşılığında satıldı. Bu satış ile Trendyol, Yemeksepeti satışını da geride bırakarak satış rekoru kırdı. Yemeksepeti'nin tamamı, dünyanın en büyük online yemek sipariş platformu Delivery Hero'ya 2015 yılında 589 milyon dolar değerleme üzerinden satılmıştı.

Trendyol, birçok insana istihdam sağladı. Pandemi sürecinde iş ortağı KOBİ'lerin işlerini sorunsuz sürdürebilmeleri amacıyla pazarlama, eğitim ve finansman katkıları içeren 80 milyon liralık KOBİ Destek Paketi'ni hazırladı. Trendyol'un açıklamasına göre, salgın nedeniyle müşterilerinin sağlıklı evde kalması için kesintisiz hizmet veren iş ortaklarına destek için harekete geçti.

“Birlikten kuvvet doğar!” söylemiyle yola çıkan Trendyol, pazar yerinde iş ortağı KOBİ'lerin işlerini sorunsuz sürdürmesine destek olmak amacıyla destek paketini uygulamaya aldı.

Trendyol kalitesini ve müşteri memnuniyetini artıracak birçok yeniliğe adım attı. Bunlardan bahsetmek gerekirse, Hızlı Market markasıyla 2020 yılının Haziran

ayında online market alışverişi işine girdi. İstanbul'da sınırlı sayıda bölgeye hizmet eden Hızlı Market kullanıcılarına 1 saat içerisinde market ürünlerini ulaştırmayı hedefliyor.

İkinci el ürün platformu Dolap, 2016'da kuruldu ve 2018'de Trendyol'a satıldı. Kullanıcılarının kullanmadığı ya da az giydiği ve elinden çıkarmak istediği kıyafetleri satışa çıkardığı platformda, 200 farklı kategoride 25 milyon ürün var. 500 bin üyesi bulunan Dolap, 2022'de 5 milyar liralık satış hacmi hedefliyor.

Trendyol bir yeniliğinin e-ticarete talebin artış hızına yetişebilmek için kendi kargo altyapısını oluşturdu. 2018’de kurduğu taşıma ağı Trendyol Express, teknolojinin desteği ile teslimat kalitesini artırmayı hedefliyor. İlk olarak İstanbul’da ağını genişleten şirket, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Ankara dahil 37 ilde dağıtım yapıyor.

Trendyol Türkiye ile sınırlı kalmayıp yurtdışındaki tüketicilerine de ürünleri ulaştırıyor. İlk olara 2018’de Almanya’daki tüketiciler trendyol.de üzerinden Türk ürünlerini doğrudan satın alabiliyorlar. Farklı ülkelerdeki platformlar üzerinden de 190 ülkeye Türkiye’de üretilen ürünleri ihraç ediyor.

Başta bir kadın girişimci olmasında ve Türkiye’de bu platformu bu denli ilerletip büyütmesinden dolayı Demet Mutlu Üçok’u içtenlikle kutluyor ve tebrik ediyorum.



Seray KARAKUŞ