



ERHAN ASLANOĞLU
Enflasyonda sürpriz yok/17



Enflasyonda sürpriz yok

Enflasyon rakamlarında sürpriz yok. Tüketici fiyat endeksi hesaplamasında kullanılan 400'den fazla ürün var, fakat yaklaşık 30 civarında ürün toplam endeks ağırlığının yaklaşık yüzde 50'sini oluşturuyor. Bu 30 ürün arasında hemen her gün fiyatlarını izleyebileceğimiz kira artışları, otomobil, sigara, benzin, motorin, LPG, dolmuş ücreti, elektrik, su, doğalgaz gibi ürünler var. Bu ve benzeri ürünlerde aylık artışa kabaca bakıldığında bile enflasyonun çift haneli gelme ihtimali ortaya çıkıyordu. Bu çerçevede en doğru hesaplamaları yapan iktisatçılardan, DÜNYA gazetesi yazarı Alaattin Aktaş'ın yazdıklarını Aralık ayında izleyenler için açıklanan veriler sürpriz olmadı.

Rakamlar gerçekten çok yüksek. TÜFE aylık yüzde 13,58, yıllık yüzde 36,08 değerine ulaşmış durumda. Gıda sektöründe aylık artış yüzde 16'ya, yıllık artış ise yüzde 44 seviyesine geldi. Ulaşım sektöründe yıllık artış yüzde 53,66, ev eşyasında yüzde 40,95 seviyesinde artış gerçekleşti. Hayatımıza doğrudan dokunan bu ve benzeri ürünlerin artış oranı, hissettiğimiz enflasyonun aslında ne kadar yüksek olduğunu da bize söylüyor.

Enflasyon dinamikleri açısından yurtdışı üretici fiyatları ve çekirdek enflasyonun seyri de bize önemli oranda fikir veriyor. ÜFE'nin yüzde 80'lere gelmesi ve TÜFE ile arasındaki farkın 43 puana çıkması TÜFE üzerinde baskının önümüzdeki dönemde de devam edeceğini gösteriyor. Çekirdek enflasyon olarak adlandırığımız ve özel kapsamlı endeks-



EKONOMİ VE PİYASALAR

Erhan Aslanoglu

erhan.aslanoglu@dunya.com

ler çerçevesinde izlenen, temelde gıda, enerji, alkollü içki, tütün ve altın hariç enflasyonu ölçen endekslerdeki (B ve C) artışlar da yıllık yüzde 34 seviyelerine gelmiş durumda. Bu endeksler ile döviz kurları arasındaki korelasyon yüksektir. Merkez Bankası'nın faiz indirimlerine başladığında yüzde 17-18 civarında olan B ve C endeksleri Aralık ayında yüzde 34 seviyelerine geldi. Bu veri kur geçişkenliğinin hızının arttığını, süresinin kısaldığını bize gösteriyor. Özellikle son haftalarda, fiyatlama davranışlarındaki değişim, günlük, hatta saatlik fiyat değişimleri bu durumun bir yansımasıydı. Türkiye'de hiperenflasyon (yüzde 200 ve üzerinde sürekli artma eğiliminde olan enflasyon) yok, olması da kolay değil ama bu fiyatlama davranışı bizlere büyük oranda hiperenflasyonun nasıl bir durum olduğunu hissettirdi. Bu durum iki riske işaret ediyor. Birincisi, döviz kurlarının enflasyon üzerindeki geçişkenliği çok daha artmış durumda. Enflasyonun kontrolü için döviz kurlarındaki istikrar bundan sonra daha da önemli olacak. İkincisi, fiyatlama davranışları beklentilerin enflasyon üzerindeki etkisini güçlendirmiş durumda.

TÜFE sepetinde ağırlığı yüksek ürün örneklerini yukarıda vermiştik. 1 Ocak tarihinden bu yana peş peşe gelen yüksek oranlı zamları düşünürsek, Ocak ayında sonunda yıllık enflasyonun yüzde 40 üzerine çıkma olasılığının yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Pazartesi günü **İstanbul Sanayi Odası** tarafından Satınalma Yöneticileri Endeksi (PMI) verileri yayınlandı. Endeks yatay seyretti ve 52,1 değerini aldı. Veriler son çeyrekte sanayi üretiminin yüzde 7-8, ekonominin genelinin ise yüzde 5-6 civarında büyüdüğüne işaret ediyor. Fakat detayda enflasyon ile ilgili iki önemli bilgi bulunuyor. Bunlardan bir tanesi firmaların maliyet artışlarının ve satış fiyatlarının çok yüksek oranda arttığıdır ki bunu enflasyon rakamlarında gördük. İkincisi, ihracat siparişleri artarken toplam siparişlerin gerilemesidir. Yani iç siparişler gerilemektedir. Gereğesi ise yükselen fiyatların talebi azaltmasıdır. Ücret artışlarına bağlı olarak yılın ilk aylarında öne alınan talebin etkisiyle iç talep belli bir canlılığı koruyabilir fakat orta vadede Türkiye ekonomisinin asıl lokomotif olan iç talebi olumsuz etkileme ihtimali yüksektir.

Sonuç olarak, yüksek enflasyon üretim ve yatırım ortamının en büyük engelidir. Firmalar faaliyet dışı gelirlere yönelir. Düşük enflasyon ve bunun sonucu oluşacak düşük faizler firmaları faaliyet gelirlerine, üretim ve yatırıma yönlendirir. Başta para politikasının doğrudan kullanımı olmak üzere güçlü ve kapsamlı bir dezenflasyon politikasına ihtiyacımız bulunuyor.



İSO Türkiye İmalat PMI aralıkta 52,1'e yükseldi

IHS Markit Ekonomi Direktörü Andrew Harker, "Kovid-19 salgınının Omicron varyantının yükselişinden kaynaklanabilecek olası sorunlarla birlikte tüm bu gelişmeler sektörün 2022 yılına zorlu bir ortamda girmesine yol açıyor" dedi.

İSTANBUL, AA

İstanbul Sanayi Odası (İSO) Türkiye İmalat Satınalma Yöneticileri Endeksi (PMI), aralıkta 52,1'e yükseldi.

İSO Türkiye İmalat PMI anketinin aralık sonuçları açıklandı.

Eşik değer olan 50'nin üzerinde ölçülen tüm rakamların sektörde iyileşmeye işaret ettiği anket sonuçlarına göre, kasımda 52 olarak ölçülen manşet PMI, aralıkta kritik eşik değeri 50'nin üzerinde kaldı ve hafif bir artışla 52,1 seviyesinde gerçekleşti. Böylece sektörün durumu son 7 ay boyunca iyileşme gösterdi.

Aralıkta faaliyet koşullarındaki iyileşmede etkili unsurlardan biri istihdam artışının devam etmesi oldu. İstihdam ağustos ayından beri en yüksek hızda artarken katılımcılar bu durumun genel olarak kapasite genişletmeye yönelik çabalardan kaynaklandığını belirtti.

Öte yandan güçlü enflasyonist baskıların faaliyetler üzerindeki olumsuz etkilerine bağlı olarak anketin diğer endekslerinde daha olumsuz bir tablo ortaya çıktı. Girdi maliyetleri, 2005 yılının ortalarında başlayan anket tarihinin en yüksek artışını kaydetti ve enflasyon oranı Eylül 2018'de gerçekleşen bir önceki rekor düzeyinde üzerine çıktı.

Firmalar, maliyet yüklerini artıran başlıca faktörün



Türk lirasındaki değer kaybı olduğunu belirtti. Buna karşılık, imalatçılar satış fiyatlarını da rekor hızda artırdı. Fiyat artışlarının birçok müşteriyi caydırması sonucu toplam yeni siparişler üst üste üçüncü ay yavaşlama kaydetti. Bu durum, uluslararası talepteki iyileşmeye bağlı olarak artmaya devam eden yeni ihracat siparişlerine rağmen gerçekleşti.

Kasım ayındaki ılımlı artışın ardından üretim aralıkta düşüş gösterdi. Fiyat baskıları, üretimde de yavaşlamaya yol açan faktörler arasında yer aldı. Firmalar maliyetleri kontrol altına almak ve talepteki ivme kaybına uyum sağlamak amacıyla satın alma faaliyetlerini yavaşlatırken aynı zamanda hem girdi hem de nihai ürün stoklarını azalttı.

Girdi temininde yaşanan zorluklar yaygın bir şekilde devam ederken tedarikçilerin teslimat süreleri anket geçmişinin ikinci en yüksek oranında arttı. Anket katılımcılarına göre, bazı örnek-

lerde fiyat dalgalanmalarının da etkisiyle ham madde temininde yaşanan zorlukların yanı sıra nakliye sıkıntıları ve yurt dışından mal temininde karşılaşılan sorunlar da gecikmelerde rol oynadı.

Yeni ihracat siparişleri ise yılın son ayında daha olumlu bir tablo çizdi

İstanbul Sanayi Odası

Türkiye Sektörel PMI aralık verileri, Türk lirasındaki değer kaybının enflasyonist baskıları artırması nedeniyle firmaların 2021 yılının sonunda ciddi maliyet artışları ile karşı karşıya kaldığına işaret etti.

Fiyatlardaki yükseliş müşterilerin yeni sipariş vermektense vazgeçmesine yol açtı ve anket kapsamında takip edilen 10 sektörün tamamında yeni siparişler yavaşladı. Son anketin öne çıkan olumlu gelişmesi, sektörlerin çoğunluğunda istihdam artışının devam etmesi oldu.

Maliyet baskıları aralıkta

yüksek düzeyde seyreden 10 sektörün altısında girdi fiyatları altı yıllık veri geçmişinin en sert artışını kaydetti.

Özellikle metalik olmayan mineral ürünler, tekstil ürünleri, kara ve deniz taşıtları kategorilerinde maliyet yükleri güçlü artışlar gösterdi. Bunun sonucunda satış fiyatları da yılı keskin artışlarla kapattı. En hızlı yükseliş metalik olmayan mineral ürünler sektöründe yaşandı. Ana metal **sanayi** ile ağaç ve kağıt ürünleri sektörlerinde de rekor artışlar kaydedildi.

Fiyatlardaki keskin artışlar, firmaların yeni sipariş almalarını da zorlaştırdı. Mayıs 2020'den beri ilk kez sektörlerin tümünde yeni siparişler azalma kaydetti. En hızlı düşüş, makine ve metal ürünleri sektöründe gerçekleşti. Yeni ihracat siparişleri ise yılın son ayında daha olumlu bir tablo çizdi ve takip edilen 10 sektörün yedisinde büyüme kaydetti.

Aralıkta ana metaller, kimyasal-plastik-kaucuk ve metalik olmayan mineral ürünler olmak üzere sadece üç sektörün üretiminde artış gözlemlendi. En belirgin yavaşlama, altı aylık büyüme döneminin sona erdiği giyim ve deri ürünleri sektöründe gerçekleşti.

İstihdam genel olarak artmaya devam etti

Tedarik zincirlerinde yaşanan ciddi aksamlar, faaliyetleri olumsuz etkilemeye

devam etti. Tedarikçilerin teslimat süreleri tüm sektörlerde keskin artış gösterdi ve kasım ayına göre daha uzun süreli gecikmeler yaşandı. Teslimat sürelerindeki en belirgin artışlar makine ve metal ürünleri ile elektrikli ve elektronik ürünler sektörlerinde gerçekleşti.

Firmaların yıl sonunda karşılaştığı zorluklara rağmen istihdam genel olarak artmaya devam etti. Çalışan sayılarını artıran sektör sayısı kasımda altı iken aralıkta yediye çıktı. En yüksek oranda yeni istihdam yaratan sektörler kimyasal, plastik ve kauçuk ile ana metal **sanayi** oldu.

Açıklamada görüşlerine yer verilen IHS Markit Ekonomi Direktörü Andrew Harker, aralık ayında maliyet yönlü baskıların Türk imalat sektörünün faaliyetlerini olumsuz etkilediğini ifade etti.

Harker, "Girdi maliyetlerinde ve satış fiyatlarında kaydedilen rekor artışlar müşterileri yeni sipariş vermektense vazgeçirdi. Bu durum imalatçıların satın alma faaliyetlerini azaltmasına ve tedarik zincirlerinde aksaklıkların yoğunlaşmasına neden oldu. Kovid-19 salgınının Omicron varyantının yükselişinden kaynaklanabilecek olası sorunlarla birlikte tüm bu gelişmeler sektörün 2022 yılına zorlu bir ortamda girmesine yol açıyor." değerlendirmesinde bulundu.



‘Ekonomik değil toplumsal mesele’

2021 yılını ‘sürdürülebilirlik yılı’ olarak ilan eden **İstanbul Sanayi Odası**’nın (İSO) Yönetim Kurulu Başkanı **Erdal Bahçivan**, iklim krizinin artık çevresel ya da ekonomik bir sorun değil, toplumun tamamını ilgilendiren bir konu olduğunu dile getiriyor.

Yepyeni fırsatlar doğar

İklim kriziyle mücadelede yalnızca sektörlerin değil, toplumda her bireyin üzerinde düşen sorumluluklarını yerine getirmesi gerektiğini ifade eden Bahçivan, “Ülke olarak gündemimizdeki farklı stresler, bugün bu konuya tamamen odaklanabilmemizi engelliyor olabilir. Fakat ülkemizde de bu alanda bir farkındalığın, devletin en üst kademelerinden itibaren başladığını görüyoruz” diyor.

Temmuzda açıklanan AB Yeşil

Mutabakat Eylem Planı’nın başta **sanayi** olmak üzere birçok sektöre yol gösterici bir rehber olduğunu söyleyen Bahçivan, şöyle konuşuyor:

“Türkiye’deki **sanayi** kuruluşlarının üretim kapasitelerinden bağımsız, sürdürülebilir kalkınma anlayışını iş modellerinin bir parçası haline getirmeleri, karbon ayak izlerini hesaplamaları ve ayak izini azaltmak için fosil kaynak kullanımını yenilenebilir enerji kaynakları ile değiştirmeleri, enerji ve kaynak verimliliğini artırmaya yönelik çalışmalar hayata geçirmeleri değişen düzene ayak uydurmaları için oldukça büyük



Erdal Bahçivan

CAN EROK

önem arz ediyor.”

Erdal Bahçivan, Avrupa Yeşil Mutabakatı’nın Türkiye için bir risk olduğu kadar, sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen bir dönüşümün aracı olabilecek yepyeni fırsatlar da doğuracağını düşünüyor.

**SERKAN ARMAN**

serkan.arman @milliyet.com.tr

BEYAZ BİR SAYFA

Yeni bir yıl, yeni umutlar taşır.
Ne olursa olsun, yeni yılda beyaz
bir sayfa açılır. Sözler verilir,
kararlar alınır. Tutulur ya da
tutulmaz, olur ya da olmaz...

Ama yeni yıl her zaman yeni
umutlarla gelir. Biz de yeni
yılı, yeni dergimiz Milliyet
Executive'le selamlıyoruz.

Türkiye ekonomisinin hemen
her rengini, açtığımız beyaz
sayfalara taşıyoruz. İlk sayımızda,
sayfalarımızın umutla dolduğunu
görüyoruz... Umutlu bakışlar
risklerin ardındaki fırsatları
görüyor, belki bardağın dolu
tarafını daha kolay fark ediyor.
Ekonomi basınına yeni bir soluk
getiren Milliyet Executive,
toplumsal cinsiyet eşitliğinin,
sürdürülebilirliğin ve iklim
değişikliğiyle mücadelenin de
yakın takipçisi olma çabasında.

İlk sayımızda neler mi var?

■ Tuncay Özilhan, Bülent
Eczacıbaşı ve Ebru Özdemir'den
2022'de nelerin daha fazla öne
çıkacağını dinliyoruz.

■ Ümit Boyner, 'cam tavan'ları
aşma yollarını; Simone Kaslowski,
Erdal Bahçivan ve Şekib Avdagiç
yeşil dönüşümü anlatıyor.

■ Hakan Aran teknolojik
bankacılığın yol haritasını çizerken
Hakan Bulgurlu dünyanın
zirvesinden sesleniyor.

■ Demet İkiler'le reklam ve
değişimi konuşuyoruz.

■ Nevzat Aydın'la startup
dünyasındaki yeni trendlere,
Gürcan Karakaş'la TOGG'daki geri
sayıma şahitlik ediyoruz.

■ Yazarlarımız Zeynep Ton,
Zeynep Aktaş, Servet Yıldırım ve
Şükrü Andaç iş yaşamı ve çalışma
hayatına yeni ufuklar açıyor.

Mutlu yıllar...