

İTOSAM



İSTANBUL TİCARET ODASI
STRATEJİK ARAŞTIRMALAR MERKEZİ

HAFTALIK
EKONOMİ BÜLTENİ
04 KASIM 2024

Ekonomide Son Geliřmeler

03 KÜRESEL EMTİA PİYASALARI GENEL GÖRÜNÜMÜ

04 OTOMOTİV SEKTÖRÜ

06 YAŞAM TRENDLERİ ARAŞTIRMASI

08 DIŞ TİCARET İSTATİSTİKLERİ

10 TURİZM İSTATİSTİKLERİ III.ÇEYREK

12 EKONOMİK GÜVEN ENDEKSİ

14 HİZMET ÜRETİCİ FİYAT ENDEKSİ

15 MÜSİAD SAMEKS

16 İSO TÜRKİYE İMALAT PMI

18 İTO ENFLASYON

“Dünya Bankası: Küresel Emtia Fiyatları 2026 Yılına Kadar Düşebilir”

Dünya Bankası geçtiğimiz hafta “Emtia Piyasaları Görünüm Raporu”nun ekim sayısını yayımladı. Raporla öne çıkan hususlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Tahminlere göre emtia fiyatlarının bu yıl %3,4 düşmesi ardından 2025'te %5,1 ve 2026'da %1,7 oranlarında gerilemesi bekleniyor. Bu öngörüler gerçekleşirse emtia fiyatlarının 2020'den bu yana en düşük seviyeleri görmesi anlamına gelecek.
- Öngörülere göre ise petrol fiyatlarındaki düşüşlerin buna öncülük etmesi bekleniyor. Brent petrol fiyatlarının 2024'te varil başına ortalama 80 dolar seviyesinde olması; 2025'te 73 dolara ve 2026'da 72 dolara düşmesi bekleniyor.
- Orta Doğu'daki geniş çaplı artan çatışmalar enerji fiyatları üzerinde kısa vadeli bir etki oluştursa da OPEC+'ın bol petrol arz kapasitesi, Çin'in petrol talebinin yavaşlaması ve petrol üretiminin çeşitlenmesi petrol fiyatlarını aşağı yönlü etkileyen nedenler arasında yer alıyor.
- Öte yandan raporda endüstriyel faaliyet kaynaklı çift yönlü riskler üzerinde de duruluyor. Buna göre Amerikan ekonomisinin ortalamanın üzerinde büyümesi ve Çin hükümetinin destekleyici teşvikleri emtia fiyatlarını yükseltebilir. Ancak endüstriyel faaliyetlerin öngörülenden zayıf seyretmesi emtia fiyatlarını düşürebilir.

Dünya Bankası Emtia Fiyatları Tahminleri

	2022	2023	2024	2025	2026
Endeksler (2010=100, nominal Amerikan doları)					
Genel endeks	142,5	108	104,3	99	97,3
Enerji	152,6	106,9	100,8	94,5	92,5
Enerji dışı	122,1	110,2	111,6	108,2	106,9
Tarım	119,3	110,9	113,2	108,4	107,9
Hammaddeler	80,3	77,1	80,1	80,4	81,4
Gübreler	235,7	153,5	116,9	115,2	117,1
Metal ve mineraller	115	104	107,7	106,8	103,7
Değerli Metaller	136,8	147,3	177,6	178	174,3

Kaynak: Dünya Bankası, Emtia Piyasaları Görünüm Raporu
Not: 2024, 2025 ve 2026 tahmini değerleri göstermektedir.

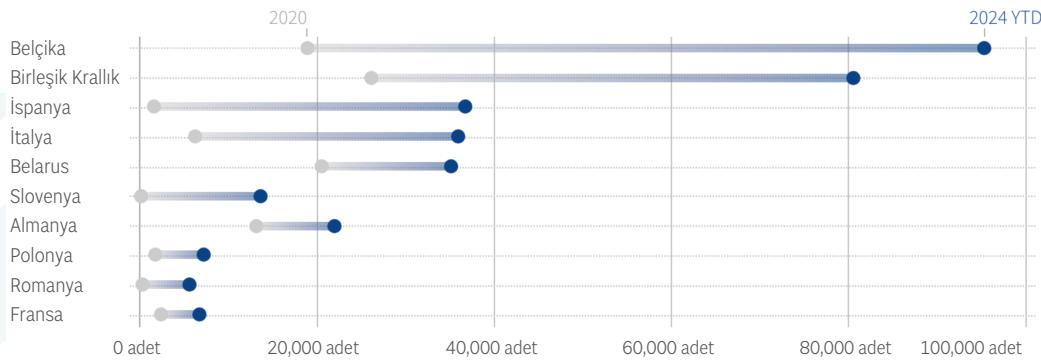
“Çin Yapımı Elektrikli Araçların AB Pazarındaki Payı Artıyor”

Avrupalı otomobil üreticileri Çin ile yarışmakta zorlanıyor. Bu durum, ortalama %20 daha ucuz olan Çin yapımı araçların Avrupa pazarında yoğun ilgi görmesinden kaynaklanıyor.

2020’de 1,6 milyar dolar değerini alan Çin’den AB’ye yapılan elektrikli araç ithalatı hızlı bir artışla 2023’te 11,5 milyar dolar değerine ulaştı. Avrupa Komisyonu, 2019’da %1’in altında olan ve 2023’te %8’i gören Çin menşeli elektrikli araçların AB pazarındaki payının 2025’te %15’e ulaşacağını tahmin ediyor.

Çin geçtiğimiz yıllarda sürpriz bir atak yaparak Avrupa ülkelerini geride bıraktı ve güneş enerjisi pazarında lider konumuna yükseldi. O dönemde AB, Çin’den gelen ithalatı sınırlamak için yalnızca kısıtlı önlemler aldı ve birçok Avrupalı güneş enerjisi şirketi iflas etti. Güneş enerjisi pazarında yaşananların elektrikli araç pazarında da tekrarlanma ihtimali ise Avrupalı politika yapımcıların endişelerini artırıyor.

AB Ülkelerinin Çin Yapımı Elektrikli Araç İthalatı



Kaynak: China Passenger Car Association, Reuters

“AB’den Çin Menşeli Elektrikli Araç İthalatına %45,3 Vergi”

Çin menşeli elektrikli araçların AB pazarındaki payının artması, yerel üreticilerin rekabet gücü açısından AB'yi endişelendiriyor. Avrupa Komisyonu tarafından 4 Ekim 2023'te Çin'deki elektrikli araç üreticilerine karşı bir soruşturma başlatılmıştı. Devam eden soruşturmasının bir parçası olarak 12 Haziran 2024 tarihinde Avrupa Komisyonu, Çin'deki elektrikli araç üreticilerinin adil olmayan sübvansiyonlardan yararlandığını ve bunun AB'deki elektrikli araç üreticilerine ekonomik zarar verme tehdidi oluşturduğunu belirtti.

Avrupa Komisyonu Çin'deki elektrikli araç üreticilerine karşı başlattığı soruşturmayı 29 Ekim 2024 tarihinde sonuçlandırdı ve Çin'den ithal edilen elektrikli araçlara %35,3 ek gümrük vergisi uygulanacağını duyurdu. Belirlenen son vergi oranının yürürlükte olan %10'un üstüne eklenmesiyle Çin menşeli araçlara uygulanan toplam vergi oranı %45,3'ü buluyor. Çin ise ithal elektrikli araçlara ek gümrük tarifeleri getiren Türkiye ve Kanada gibi ülkelerin yanı sıra AB hakkında da Dünya Ticaret Örgütüne şikâyette bulundu.

Beş yıl sürmesi beklenen %45,3 vergi uygulamasının bir yandan AB'deki elektrikli araç üreticilerini koruması beklenirken diğer yandan bu gelişme Çin ile Avrupa arasında yeni bir ticaret savaşı başlatma riski taşıyor.

“Sosyal Medya 18-24 Yaş Aralığındaki Bireylerin Kimlik İnşasında En Büyük Faktör”

Uluslararası danışmanlık şirketi Accenture’ın pazarlama alanındaki alt kuruluşu Accenture Song, “2025 Yaşam Trendleri” araştırmasını yayımladı. 22 bölgede 24.295 tüketicinin görüşlerini alarak oluşturulan araştırma, insanların benimsediği yaşam trendlerini ve söz konusu trendlerin şirketleri ve şirketlerin tüketiciye yönelik davranışlarını nasıl etkileyebileceklerini ele alıyor. Araştırmanın öne çıkan yaşam trendleri arasında dijital ortamlarda ebeveynlik farkındalığı ve çevrimiçi markalara karşı güvensizlik yer alıyor. Bu trendlerin kesişim noktasında insanların yeni teknolojileri kabullenseler bile bu teknolojilere duydukları güveni sorgulamaya devam etmeleri yer alıyor.

Araştırma sonuçlarına göre ebeveynlerin büyük çoğunluğu çocuklarının dijital davranışları konusunda endişe duyuyor ve bu davranışları izleyip yönetmek istiyorlar. Bununla beraber araştırmaya katılanların %65’i, çocukların gün boyunca sosyal medyada geçirdikleri zamanı ebeveynlerin sınırlaması gerektiğini ifade ediyor. 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların %56’sının sosyal medyanın benliklerini ve kimliklerini inşa ettiğini belirtmeleri bu endişeleri haklı kılıyor. Bu veriler ışığında, şirketlerin toplu ve kitlesel pazarlama faaliyetlerinden daha sorumlu ve çocuklara/gençlere özelleştirilmiş faaliyetlere yönelmeleri, çevrim dışı iletişim kanallarına da önem vermeleri ve ebeveynlerin sosyal medya kullanımını kontrol etmelerine yardımcı olacak çeşitli araçlar geliştirmeleri gerekecek.

%56

Sosyal medyanın kimlik oluşumuna etkisi olduğuna inanan 18-24 yaş aralığındaki bireyler

%65

Ebeveynlerin çocuklarının sosyal medyadaki zamanlarını sınırlamaları gerektiğini düşünenler

“Güvenmek Ya Da Güvenmemek, İşte Asıl Mesele Bu!”

Araştırmanın dikkat çekici sonuçları arasında katılımcıların %62’sinin markalara güvensizlik refleksi ile yaklaştıkları bulguları yer alıyor. Yapay zekânın gerçekçi ses ve görüntü üretimine olanak sağlamasıyla dolandırıcılık, sahtecilik ve siber saldırılar çok daha yaygın bir hâle geldi.

Geçtiğimiz sene içerisinde katılımcıların %52’si yalan haberlere maruz kaldıklarını, %33’ü deepfake (derin sahtecilik) saldırısına uğradıklarını ve %39’u internette sahte kullanıcı yorumlarıyla karşılaştıklarını söylüyor. Bu nedenle tüketiciler artık her gördükleri markaya, siteye ve içeriğe koşulsuz şekilde inanmadıklarını vurguluyorlar. Böylesi bir ortamda, çevrimiçi ürün satın almında tüketiciler karar vermekte tereddüt yaşadıklarını ve bu nedenle daha ince eleyip sık dokuduklarını belirtiyorlar. Araştırma sonuçları, şirketlerin müşterilerle daha şeffaf ve güvene dayalı bir iletişim kurmaları ve içerik denetimine önem vermeleri gerektiğini ortaya koyuyor.

Son bir yılda;

%33

Veri hırsızlığı veya dolandırıcılık amacıyla deepfake saldırısına maruz kalan kişiler

%39

Sahte kullanıcı yorumlarıyla karşılaşan kişiler

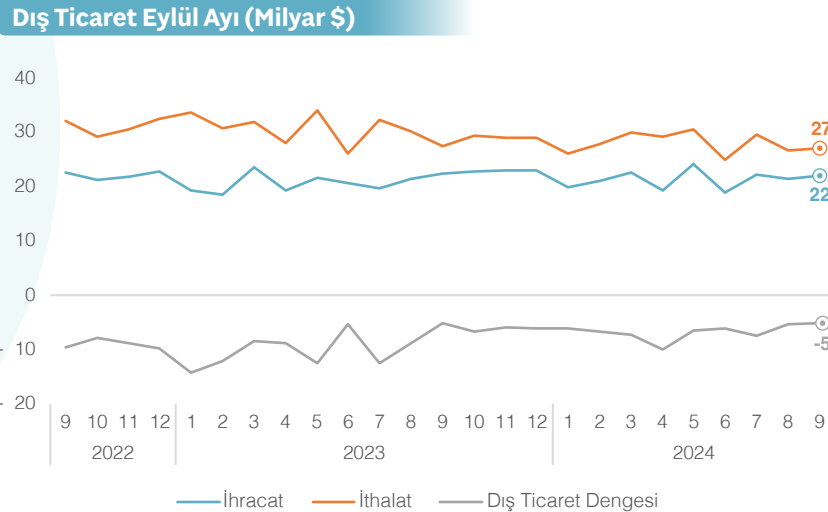
%52

Yalan haber veya makaleyle karşılaşan kişiler

“Eylül Ayında İhracatta %1,9; İthalatta %1,4 Azalış”

Dış ticaret verilerine göre eylül ayında ihracat, bir önceki yılın aynı ayına göre %1,9 azalarak 21 milyar 987 milyon dolar, ithalat %1,4 azalarak 27 milyar 116 milyon dolar oldu. Ocak-Eylül döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre ihracat %2,6 artarak 191 milyar 754 milyon dolar, ithalat %8,1 azalarak 252 milyar 183 milyon dolar olarak kaydedildi.

Eylül ayında dış ticaret açığı bir önceki yılın aynı ayına göre %0,7 artarak 5 milyar 129 milyon dolara yükseldi. İhracatın ithalatı karşılama oranı 2023 Eylül ayında %81,5 iken, 2024 Eylül ayında %81,1'e geriledi. Enerji ürünleri ve parasal olmayan altın hariç dış ticaret açığı 383 milyon dolar olurken dış ticaret hacmi %3,7 artarak 42 milyar 22 milyon dolar olarak gerçekleşti. Enerji ve altın hariç ihracatın ithalatı karşılama oranı ağustos ayında %98,5 iken eylül ayında %98,2'e geriledi.

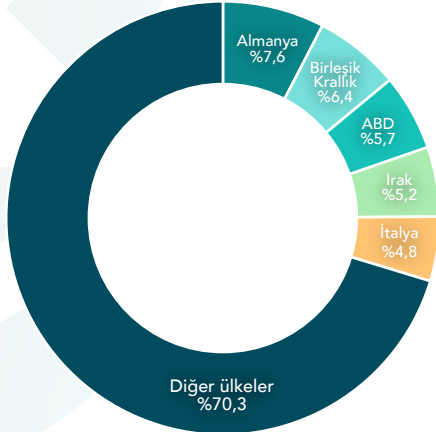


“Almanya İhracatta, Çin İthalatta İlk Sırada Olmaya Devam Ediyor”

Eylül ayında en çok ihracat gerçekleştirilen ülke 1 milyar 680 milyon dolar ile Almanya oldu. Bu ülkeyi sırasıyla; 1 milyar 400 milyon dolar ile Birleşik Krallık, 1 milyar 263 milyon dolar ile ABD, 1 milyar 133 milyon dolar ile Irak, 1 milyar 48 milyon dolar ile İtalya izledi. İlk 5 ülkeye yapılan ihracat, toplam ihracatın %29,7'sini oluşturdu.

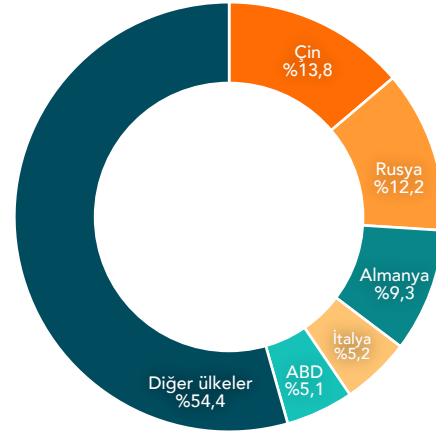
İthalatta ise ilk sırayı 3 milyar 737 milyon dolar ile Çin aldı. Bu ülkeyi sırasıyla; 3 milyar 304 milyon dolar ile Rusya Federasyonu, 2 milyar 521 milyon dolar ile Almanya, 1 milyar 412 milyon dolar ile İtalya, 1 milyar 392 milyon dolar ile ABD takip etti. İlk 5 ülkeden yapılan ithalat, toplam ithalatın %45,6'sını oluşturdu. Ocak-Eylül döneminde en çok ihracat yapılan ülkeler sırasıyla Almanya, ABD, Birleşik Krallık, Irak, İtalya olurken en çok ithalat yapılan ülkeler ise Çin, Rusya, Almanya, İtalya ve ABD oldu. İlk beş ülkeye yapılan ihracat toplam ihracatın %29,8'ini; ithalat ise toplam ithalatın %44,2'sini oluşturdu.

Ülkelere Göre İhracat, Eylül 2024



Kaynak: TÜİK

Ülkelere Göre İthalat, Eylül 2024



Kaynak: TÜİK

“Turizm Gelirinde %3,9'luk Artış”

Turizm gelirleri temmuz, ağustos ve eylül aylarından oluşan 3. çeyrekte bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %3,9 artarak 23 milyar 219 milyon 751 bin dolar oldu. Turizm gelirinin %14,7'si Türkiye'yi ziyaret eden yurt dışı ikametli vatandaşlardan elde edildi. Bu çeyrekte yapılan harcamaların 15 milyar 77 milyon 957 bin dolarını kişisel harcamalar, 8 milyar 141 milyon 794 bin dolarını ise paket tur harcamaları oluşturdu.

Türkiye'den çıkış yapan ziyaretçi sayısı bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %3,5 artarak 23 milyon 206 bin 579 kişi şeklinde gerçekleşti. Ziyaretçilerin %12,2'sini 2 milyon 835 bin 74 kişi ile yurt dışında ikamet eden vatandaşlar oluşturdu. 3. çeyrekte Türkiye'den çıkış yapan ziyaretçilerin gecelik ortalama harcaması 95 dolar; yurt dışında ikamet eden vatandaşların gecelik ortalama harcaması 62 dolar oldu. Söz konusu çeyrekte turizm geliri içerisindeki paket tur harcamalarının payı %35,1, yeme-içme harcamalarının payı %17,9, uluslararası ulaşırma harcamalarının payı ise %10,9 olarak kaydedildi.

Turizm Geliri ve Ziyaretçi Sayısı, III. Çeyrek: Temmuz-Eylül, 2024

	Çıkış Yapan Ziyaretçiler (Yurt Dışı İkametli)					
	2023 III	2024 III	Değişim Oranı* (%)	2023 9 Aylık	2024 9 Aylık	Değişim Oranı (%)
Turizm Geliri (Bin ABD \$)	22.338.157	23.219.751	3,9	43.979.823	46.880.070	6,6
Kişi Sayısı	22.428.234	23.206.579	3,5	44.605.295	48.314.553	8,3
Kişi Başı Ortalama Harcaması (ABD \$)	996	1.001	0,5	986	970	-1,6
Gecelik Ortalama Harcama (ABD \$)	91	95	3,8	92	96	4,4

Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.
* Değişim oranı: Bir önceki yılın aynı dönemine göre hesaplanmaktadır.

Kaynak: TÜİK

“Yurt Dışını Ziyaret Eden Vatandaşlarda %10,3 Artış”

Yurt içinde ikamet edip başka ülkeleri ziyaret eden vatandaşların harcamalarından oluşan turizm gideri, geçen yılın aynı çeyreğine göre %22,5 azalarak 1 milyar 874 milyon 216 bin dolar olarak kaydedildi. Bu harcamaların, 1 milyar 517 milyon 780 bin dolarını kişisel harcamalar, 356 milyon 436 bin dolarını ise paket tur harcamaları oluşturdu.

Ziyaretçilerin %71,6’sı gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amacıyla geldi. Ardından ikinci sırada %19,4 ile akraba ve arkadaş ziyareti, üçüncü sırada %4 ile alışveriş yer aldı. Yurt dışı ikametli vatandaşlar ise Türkiye’ye %69,6 ile en çok akraba ve arkadaş ziyareti amacıyla geldi. 3. çeyrekte, yurt dışını ziyaret eden vatandaş sayısı bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %10,3 artarak 3 milyon 286 bin 105 kişi olurken bu vatandaşların kişi başı ortalama harcaması 570 dolar olarak gerçekleşti.

Turizm Gideri ve Yurt Dışını Ziyaret Eden Vatandaş Sayısı, III. Çeyrek: Temmuz-Eylül, 2024

	Giriş Yapan Vatandaşlar (Yurt İçi İkametli)					
	2023 III	2024 III	Değişim Oranı* (%)	2023 9 Aylık	2024 9 Aylık	Değişim Oranı (%)
Turizm Gideri (Bin ABD \$)	2.416.784	1.874.216	-22,5	6.050.884	5.609.673	-7,3
Kişi Sayısı	2.978.418	3.286.105	10,3	7.925.097	8.699.118	9,8
Kişi Başı Ortalama Harcaması (ABD \$)	811	570	-29,7	764	645	-15,5

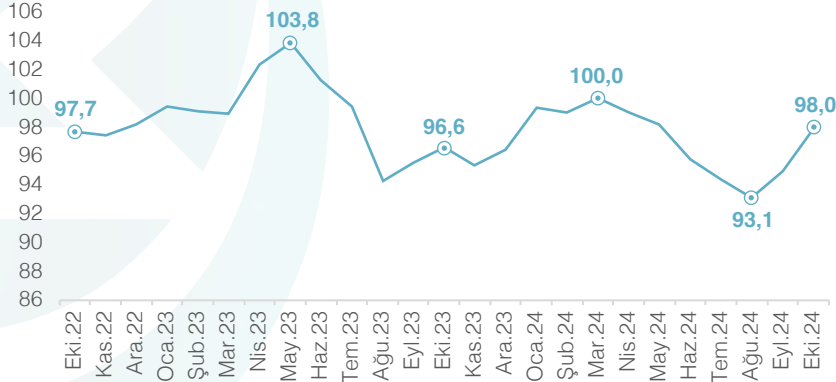
Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.
* Değişim oranı: Bir önceki yılın aynı dönemine göre hesaplanmaktadır.

Kaynak: TÜİK

“Ekonomik Güven Endeksi Yükselişini Sürdürüyor”

Ekonomik güven endeksi, eylül ayında 95,0 iken ekim ayında %3,2'lik artışla 98,0 seviyesine yükseldi.

Ekonomik Güven Endeksi



Kaynak: TÜİK

“

Ekonomik güven endeksi, tüketici ve üreticilerin genel ekonomik duruma ilişkin değerlendirmelerini, beklentilerini ve eğilimlerini özetleyen bir bileşik endekstir. Endeksin 100'den büyük olması genel ekonomik duruma ilişkin iyimserliği, 100'den küçük olması ise genel ekonomik duruma ilişkin kötümserliği göstermektedir.

”

“İnşaat Sektörü Hariç, Ekim Ayı Güven Endekslerinde Pozitif Seyir Hâkim”

Bir önceki aya kıyasla ekim ayında; tüketici güven endeksi %3,0 artışla 80,6'ya, reel kesim (imalat sanayi) güven endeksi %3,0 artışla 102,2'ye, hizmet sektörü güven endeksi %1,5 artışla 114,2'ye, perakende ticaret sektörü güven endeksi ise %0,1 artışla 110,7'ye ulaştı. Eylül ayında olduğu gibi ekim ayında da düşüş yaşayan tek endeks inşaat sektörü güven endeksi oldu. Endeks, ekim ayında %1,7 oranında azalarak 86,3 seviyesine geriledi.

Endeksler ve Değişim Oranları

	Endeks		Bir Önceki Aya Göre Değişim Oranı (%)	
	Eylül	Ekim	Eylül	Ekim
Ekonomik Güven Endeksi	95,0	98,0	2,0	3,2
Tüketici Güven Endeksi	78,2	80,6	2,4	3,0
Reel Kesim Güven Endeksi	99,2	102,2	1,2	3,0
Hizmet Sektörü Güven Endeksi	112,6	114,2	0,6	1,5
Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksi	110,6	110,7	2,5	0,1
İnşaat Sektörü Güven Endeksi	87,8	86,3	-0,2	-1,7

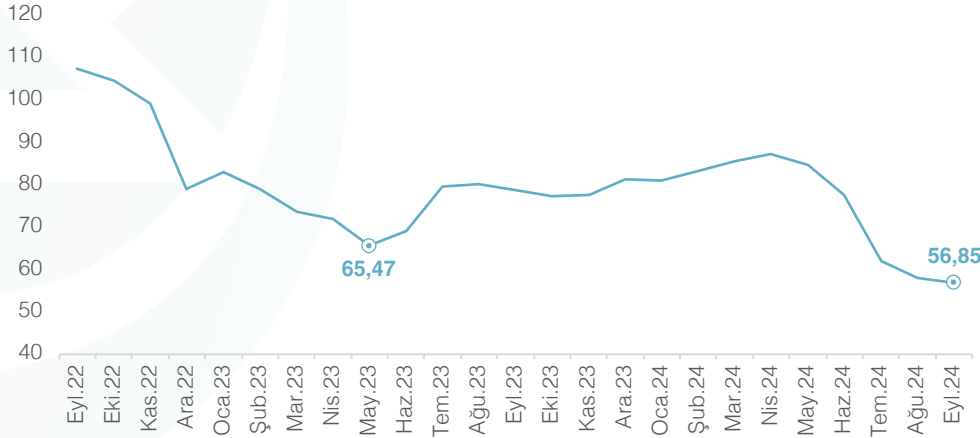
Kaynak: TÜİK

“Bilgi ve İletişim Hizmetlerinde Yıllık %62,38’lik Artış”

Hizmet Üretici Fiyat Endeksi (H-ÜFE) 2024 eylül ayında bir önceki aya göre %1,14; bir önceki yılın aynı ayına göre ise %56,85 oranlarında artış kaydetti. On iki aylık ortalamalara göre ise artış %74,23 oranında yaşandı. Bir önceki yılın aynı ayına göre; bilgi ve iletişim hizmetlerinde %62,38, mesleki, bilimsel ve teknik hizmetlerde %62,37, konaklama ve yiyecek hizmetlerinde %61,14’lük artış gerçekleşti.

Yıllık H-ÜFE’ye göre 12 alt sektör daha düşük (hava yolu taşımacılığı, programcılık ve yayıncılık hizmetleri, kiralama ve leasing hizmetleri vb.), 15 alt sektör daha yüksek (depolama ve destek hizmetleri, bilgi hizmetleri, istihdam hizmetleri vb.) değişim gösterdi.

H-ÜFE Bir Önceki Yılın Aynı Ayına Göre Yıllık Değişim Oranı (%), Eylül 2024



Kaynak: TÜİK

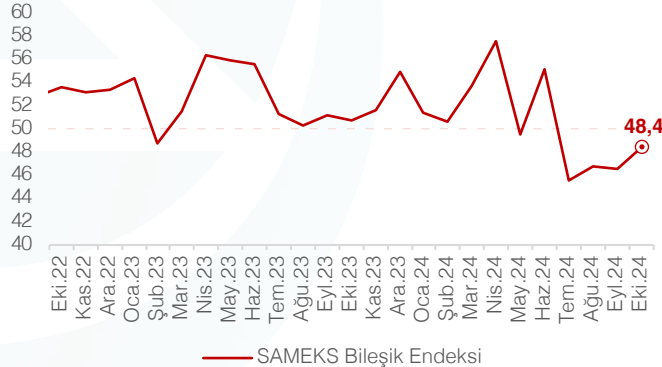
“**Hizmet Üretici Fiyat Endeksi (H-ÜFE)**, ülke ekonomisinde üretimi yapılan hizmetlerin üretici fiyatlarını zaman içinde karşılaştırarak fiyat değişimlerini ölçen fiyat endeksidir.”

“İş Hacmindeki Durgun Seyirde Dördüncü Ay”

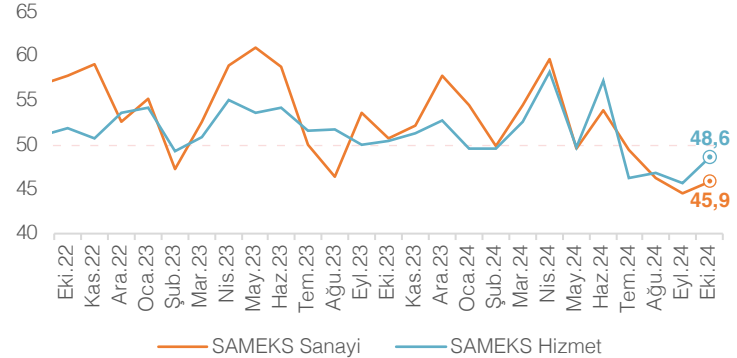
Ekim ayında SAMEKS Bileşik Endeksi, bir önceki aya göre 1,8 puan artış göstererek 48,4 değerine yükselmesine karşın referans değerinin altındaki seyrini sürdürdü. Bu dönemde Hizmet Sektörü SAMEKS endeksi önceki aya göre 2,8 puan artış göstererek 48,6; Sanayi Sektörü SAMEKS endeksi ise önceki aya göre 1,3 puan artış ile 44,6 seviyesine yükseldi. Artışlara rağmen endeksin referans değerinin altında seyretmeye devam etmesinde parasal sıkılaştırmanın etkisiyle iç talebin durağan kalması etkili oldu.

“ SAMEKS verilerinden hareketle hem imalat sanayinin hem de hizmetler sektörünün yönü önceden görülebilir. ”

SAMEKS Bileşik Endeksi



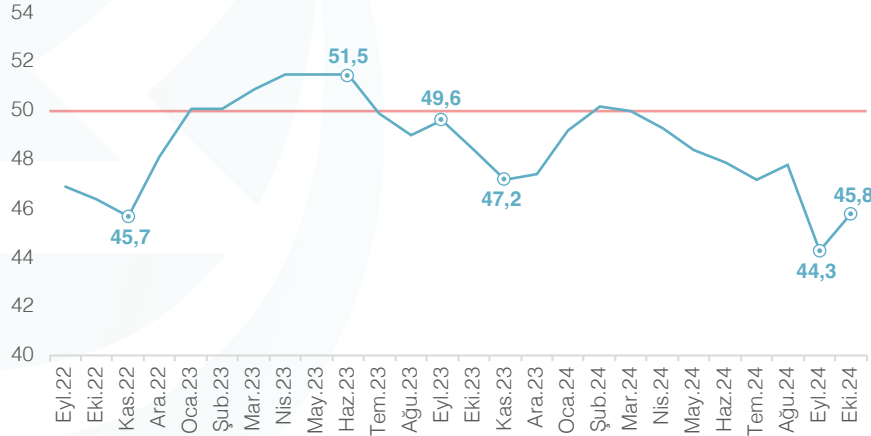
SAMEKS Sanayi ve Hizmet Endeksleri



“Türkiye İmalat PMI Ekim ayında 45,8 Oldu”

İstanbul Sanayi Odası (İSO) Türkiye İmalat PMI ekim ayında 45,8 olarak kaydedildi. Bir önceki aya göre 1,5 puan artan endeks, iktisadi canlılık için kabul edilen 50 eşik değerinin altında kalmaya devam etti. Bu durum imalat sanayindeki zayıflamanın devam ettiğini gösteriyor. Yeni siparişlerdeki durgunluğun etkisiyle istihdam ve satın alma faaliyetlerinde de gerileme kaydedildi. Ancak bu göstergelerde kaydedilen azalmaların bir önceki aya göre hafiflediği görülüyor.

Türkiye İmalat PMI



Kaynak: İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat PMI

“

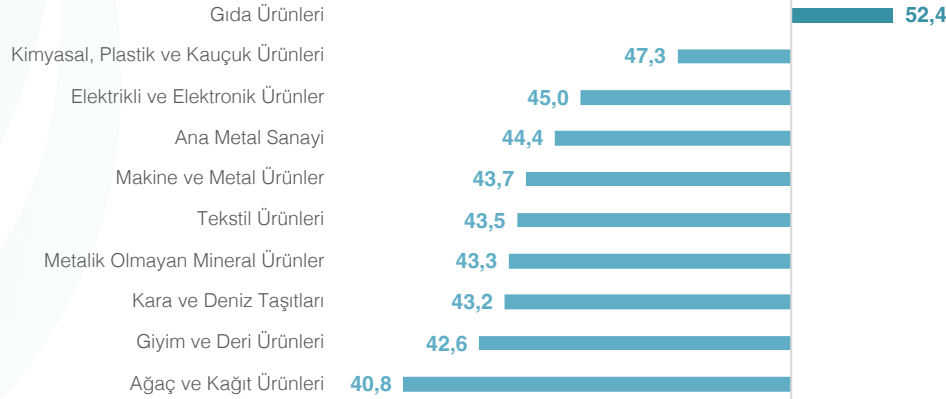
İSO Türkiye İmalat PMI, imalat sanayinin kaydettiği performansı sergilemek amacıyla tasarlanmış bileşik bir performans göstergesidir. 50 değerinin üzerinde ölçülen tüm rakamlar sektörde iyileşmeye işaret etmektedir.

”

“Üretim Gıda Ürünleri Hariç Tüm Sektörlerde Yavaşladı”

Ekim ayı Türkiye Sektörel PMI raporuna göre gıda ürünleri yeni siparişlerde ve istihdamda artış kaydedilen tek sektör oldu. Diğer sektörlerde ise zorlu faaliyet koşulları devam ediyor.

Türkiye Sektörel PMI Anketi, Ekim 2024

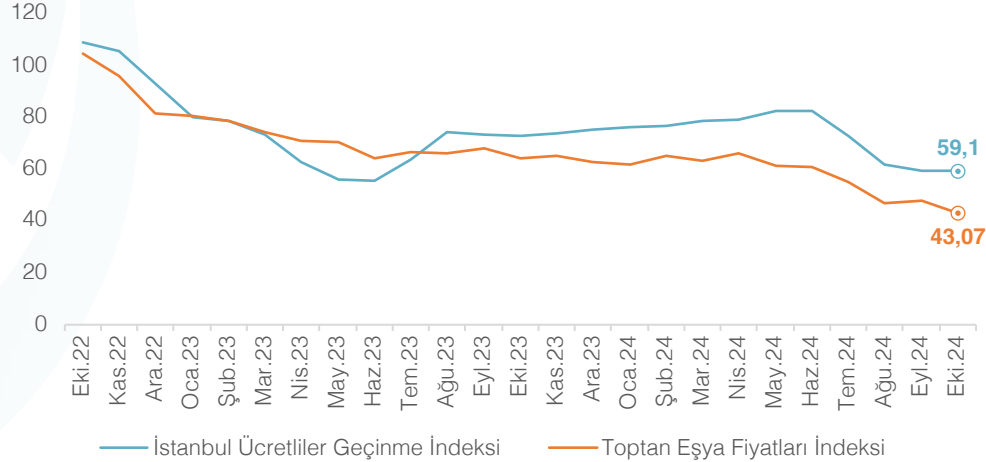


Kaynak: İstanbul Sanayi Odası Türkiye İmalat PMI

“Aylık Bazda Fiyat Artışı %3,64”

Perakende fiyatları yansıtan İstanbul Ücretliler Geçinme İndeksi ekim ayı verileri açıklandı. Buna göre fiyatlar bir önceki aya göre %3,64, bir önceki yılın aynı ayına göre ise %59,1 oranında artış gösterdi. Toptan fiyatlarını yansıtan Toptan Eşya Fiyatları İndeksi ise bir önceki aya göre %0,15, bir önceki yılın aynı ayına göre %43,07 arttı.

İstanbul Ücretliler Geçinme İndeksi ve Toptan Eşya Fiyatları İndeksi



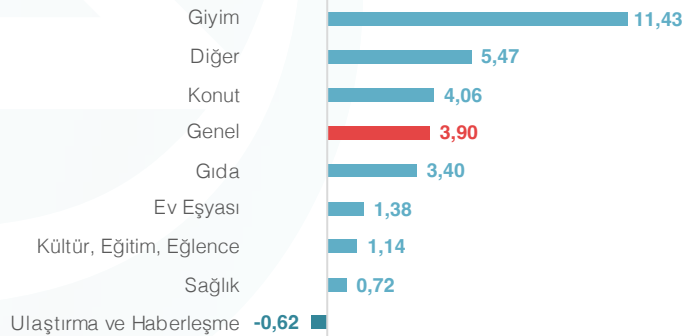
“En Yüksek Artış Giyim Grubunda”

İstanbul Ücretliler Geçinme İndeksi harcama gruplarına göre aylık değişim oranlarında en yüksek artış %11,43 ile giyim grubunda gerçekleşti. Ekim ayında düşüş gözlenen tek grup ise %0,62’lik azalışla ulaştırma ve haberleşme oldu. Giyim ve gıda gruplarında görülen fiyat değişimleri üzerinde kış mevsiminin etkili olduğu değerlendirildi.

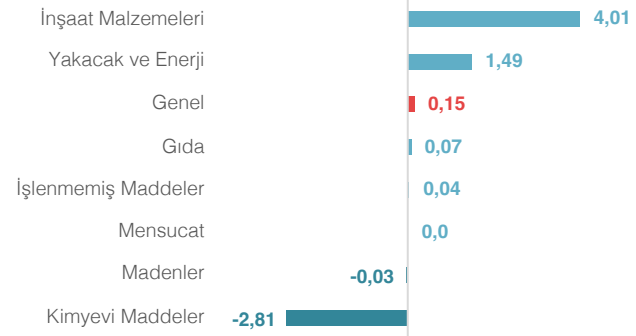
Toptan Eşya İndeksi harcama grupları içinde en fazla artışın yaşandığı grup %4,01 ile inşaat malzemeleri olurken en fazla düşüş yaşanan grup %-2,81 ile kimyevi maddeler grubu olarak kaydedildi. Mensucat grubunda ise fiyat değişimi yaşanmadı.

Ekim Ayında Gruplar İtibarıyla Aylık Değişim Oranları (%)

İstanbul Ücretliler Geçinme İndeksi



Toptan Eşya İndeksi



İTOSAM



İSTANBUL TİCARET ODASI
STRATEJİK ARAŞTIRMALAR MERKEZİ

Tasarım ve Hazırlık | Stratejik Araştırmalar Merkezi



itosamkurumsal



www.itosam.org.tr