



**TÜKETİCİ BİRLİĞİ
FEDERASYONU**

**MARKET ENDEKSİ
2023 İLK YARI YIL RAPORU**

"KUSURSUZ FIRTINA"

TEMMUZ 2023

Türkiye ekonomisi 2018 yılının Ağustos ayında yaşanan ve kamuoyu tarafından “Rahip Krizi” olarak adlandırılan gelişmeden bu yana salgın dönemi, ardından yeni ekonomi politikalarının uygulanmaya başlaması ile uzun bir aradan sonra yüksek enflasyon ile yaşamaya başladı.

TÜİK verilerine göre, 2018 Ağustos-2023 Haziran döneminde tüketici fiyatları % 267,52 arttı. TCMB tarafından ilan edilen döviz kuru rakamlarına göre de, Amerikan Dolarındaki artış, aynı dönemde % 635,79’a ulaştı. [1]

Kur ve enflasyondaki bu yükseliş tüketicinin satın aldığı her türlü mal ve hizmet fiyatlarına da olumsuz şekilde yansdı. Özellikle 2021 yılının Eylül ayında, gıda ürünlerindeki fiyat artışları, 2022 yılının ilk yarısı boyunca devam etti.

Açıklanan resmi enflasyon rakamları ile tüketicinin çarşı, pazar ve markette hissettiği enflasyon arasındaki makas gitgide açıldı. Resmi enflasyon rakamlarını açıklayan TÜİK verilerine olan kamuoyu güveni zayıflamaya başladı.

Tüketici Birliği Federasyonu, tüketici örgütü olmanın gerektirdiği sorumluluk ile 2021 yılının Eylül ayından itibaren **Market Endeksi** çalışmasını başlattı.

Tüketicinin zorunlu tüketim kalemleri olan gıda, temizlik ve hijyen ürünlerinin fiyatları üzerinde yapılan gözlemler ile oluşturulan market Endeksi rakamları o tarihten bu yana düzenli olarak kamuoyuna açıklanmaktadır.

Herhangi bir dış kaynak alınmaksızın ve yoğun emek gücü ve dikkat gerektiren bu çalışmayı yürüten **Tüketici Birliği Federasyonu Market Endeksi Çalışma Grubu’nun**, “**üçüncü bir göz**” olarak ülkemiz tüketicisi için yaptığı özverili çalışma her türlü takdiri güçlü bir şekilde hak etmektedir.

2023 yılının ilk altı ayına ilişkin ayrıntılı değerlendirmeleri içeren bu raporun ekonomi yönetimi, ilgili paydaşlar ve ülkemiz tüketicisi için yararlı olacağı inancımı paylaşmaktan onur duyuyorum.

Mehmet Bülent Deniz
Tüketici Birliği Federasyonu Genel Başkanı

Market Endeksi Çalışma Grubu oluşturulmadan önce asıl serüven başlamıştı; süregelen dengesizliğin, sosyal ve ekonomik değerlerin yapılanmasına etkilerini ölçebilmek ve gözlemlemek için başlatmayı düşündüğümüz projenin öncelikli olarak anayasasını belirlememiz gerekiyordu.

“Olmazsa olmaz”ı, sürdürülebilir, güvenilir ve objektif niteliklere sahip bir proje için ilke ve kuralları oluşturduk; **Her ayın ilk günü, aynı satış yerinden alınacak, kanıtlanabilir verilerle** Market Endeksi rakamlarını oluşturacaktık.

Artık her ayın ilk günü, Market Endeksi Çalışma Grubu üyelerinin **kutsal günü** olmuştu. Ajandamızda o bir gün eksikti; hastalanmak yasak, tatile çıkmak olanaksız, diğer tüm işler o kutsal günün dışında olmalı...

Verilerin toplanacağı satış yerlerinde değişiklik yapmayacaktık; aynı adreste, aynı satış yeri...

Kanıtlanabilirlik için de, teknolojiden yararlandık; ürünün etiketini, konum bilgisini de içerecek şekilde fotoğraflamak...

Ve projenin başladığı bir buçuk yılın sonunda elimizde devasa bir arşiv oluştu. Bu veri bankası, ülke ekonomisine yön verenler, merak edenler için erişime hep açık oldu.

Gün oldu, raflarda ürünleri bulamadık; gün oldu, ürün bulduk, etiketleri bulamadık. Rafların arasında dolaşırken, satış yerinin görevlileri ile yaşadıklarımız da ayrı öyküler.

Veriler, kanıtlar toplanır akşamüstü. Şimdi sıra, gelen yüzlerce rakamdan endeksi çıkarmakta. Fiyatların artmadığını gördüğümüzdeki sevinç, çoğu kez etiketlerin füze olup uçtuğu aylarla yer değiştirdi.

Ve sıra kamuoyunu haberdar etmede... TÜİK saat 10:00’da aylık verileri açıkladığında, biz de aynı anda Tüketici Birliği Market Endeksi rakamlarını açıkladık. Çoğu kez manşet oldu, sosyal medyada etkileşim aldı. Hiçbir dış kaynak almadan, sadece Tüketici Birliği Federasyonu’nun aktivistlerinin özverili emeği ile oluşan bu büyük proje için hep şunu dedik; *“yorulduk, ama değdi...”*

Bingöl Ceviz
Market Endeksi Çalışma Grubu Başkanı



Abdurrahman Özkaynak



Arife Gökkaya Dinç



Bingül Ceviz



Merve Kazancı



Musa Öztürk



Yavuzhan Cengiz

Kısa Tarihçe

Tüketici Birliği Federasyonu Market Endeksi çalışması 01.09.2021 tarihinde BETA niteliğinde başlamış olup 01.01.2022 tarihinde sürdürülebilir ve objektif bir çalışmaya dönüştürülmüştür.

2021 yılının Eylül ayında, sadece bir satış yerindeki 13 ürünle başlayan yolculuk, 2022 yılında, üç farklı ilde, yedi satış yerinde, 37 ürün grubundaki, 207 ürün üzerinde devam etti.

2023 yılından itibaren de, beş farklı ildeki, dokuz satış yerinde bulunan 47 ürün grubundaki 343 ürünle Market Endeksi oluşturulmaya başlandı.

Ekip

Çalışma; Tüketici Birliği Federasyonu Market Endeksi Çalışma Grubu Başkanı Bingül Ceviz, Abdurrahman Özkaynak, Arife Gökkaya Dinç, Merve Kazancı, Musa Öztürk, Yavuzhan Cengiz'den oluşan **Market Endeksi Çalışma Grubu** tarafından gerçekleştirilmektedir.

Verilerin Sağlanması

- Market Endeksi rakamını oluşturan veriler;
- A101 Market, (İzzet Baysal Cad. Tabaklar Mah. Şeref Sok. No:1 Bolu)**
 - BİM Market, (Osman Bektaş Mah. Özden Cad. No:1 Kayakyolu Erzurum)**
 - Carrefour Market, (İstinye Mah. Çayır Cad. No:1 Sarıyer İstanbul)**
 - Çelikkayalar Market, (Havzan Mah. Ebusuud Efendi Cad. No:43/A Meram Konya)**
 - Emirgan Market, (13 Mart Mah. Vali Ozan Bulvarı Artuklu Mardin)**
 - HAPPY Market, (Yeniköy Mah. Güzelce Ali Paşa Cad. No:54 Sarıyer İstanbul)**
 - Migros Market, (www.migros.com.tr)**
 - ŞOK Market, (Merkez Mah. Hacı Alibey Sok. No:6/1 Beykoz İstanbul)**
 - Tarım Kredi Koop., (Muradiye Mah. Ahmet Özcan Cad. No:96/A Meram Konya)**

Kapsamı

Market Endeksini oluşturan veriler; paketlenmiş gıda ürünleri, sebze, meyve, sağlık ve temizlik ürünlerinin oluşturduğu sepetteki fiyat değişimlerinden oluşmaktadır.

Ürün Grupları

Her ay fiyatı tespit edilen 343 ürünün oluşturduğu 47 ürün grubu řu şekildedir; ay çekirdeği, ayçiçek yağı, beyaz peynir, bisküvi, bulaşık deterjanı, bulgur, çamaşır deterjanı, çamaşır suyu, çay, çikolata, çocuk bezi, diş macunu, domates, fındık, gazlı içecek, hijyenik ped, kahve, küp şeker, kırmızı mercimek, kıyma, kuru fasulye, limon, maden suyu, makarna, margarin, meyve suyu, nohut, patates, peçete, pirinç, sabun (katı), sabun (sıvı), salça soğan kuru, su, süt, şampuan, tavuk, toz şeker, tuvalet kâğıdı, tuz, Türk kahvesi, un, yeşil mercimek, yoğurt, yumurta, zeytin.

Yöntem

47 ürün grubunu oluşturan 343 ürünün etiketlerindeki birim fiyatlar referans alınmaktadır.

Bir ürün grubunda yer alan farklı marka ve gramaj ürünlerin birim fiyatlarının ortalaması veri olarak kaydedilmekte, böylelikle oluşturulan 47 ürün grubundaki rakamdaki değişim ortalaması o döneme ilişkin Market Endeksi rakamını oluşturmaktadır.

B-2023 YILI İLK YARI VERİLERİ

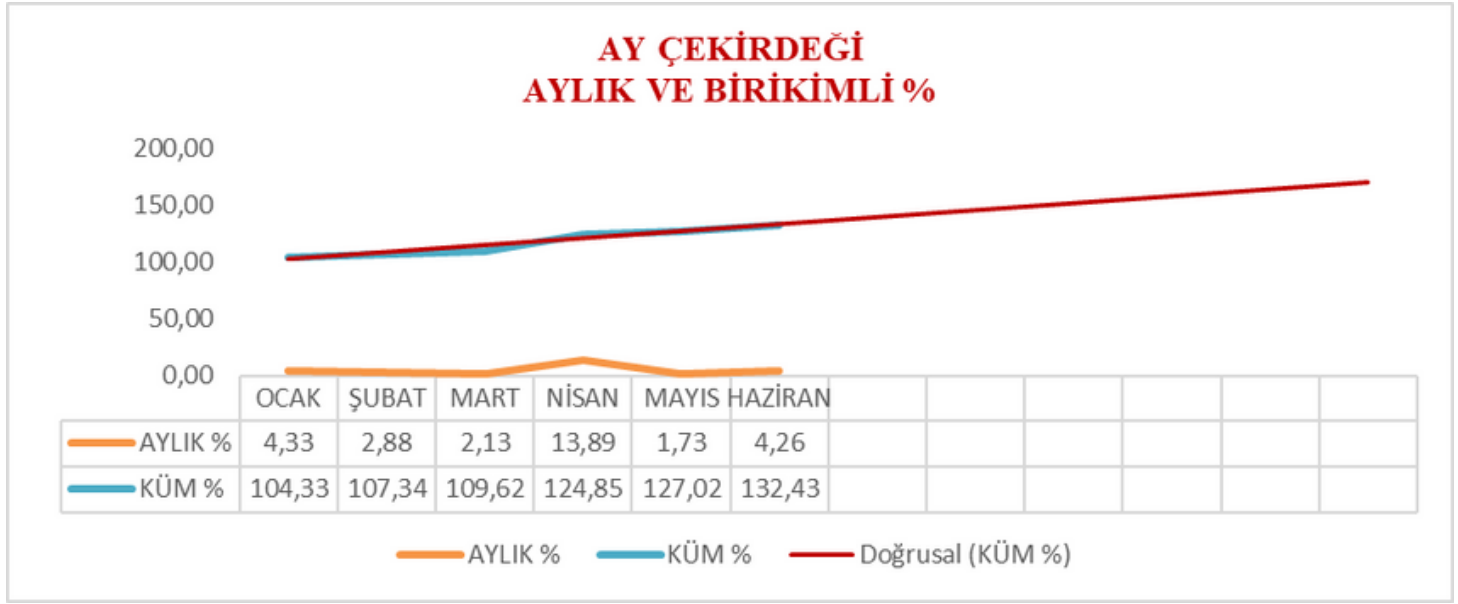
I-Ürün Grupları Bazında

1-Ay Çekirdeği

a) Ürün grubunda yer alan ürünler

Çerezya tuzlu (250 gram), Sinbad (250 gram), Tadım (180 gram), Pınar Çerezpınarı (500 gram), Amigo iri boy tuzsuz (400 gram), Tarım Kredi tuzsuz (500 gram), çerez

b) Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

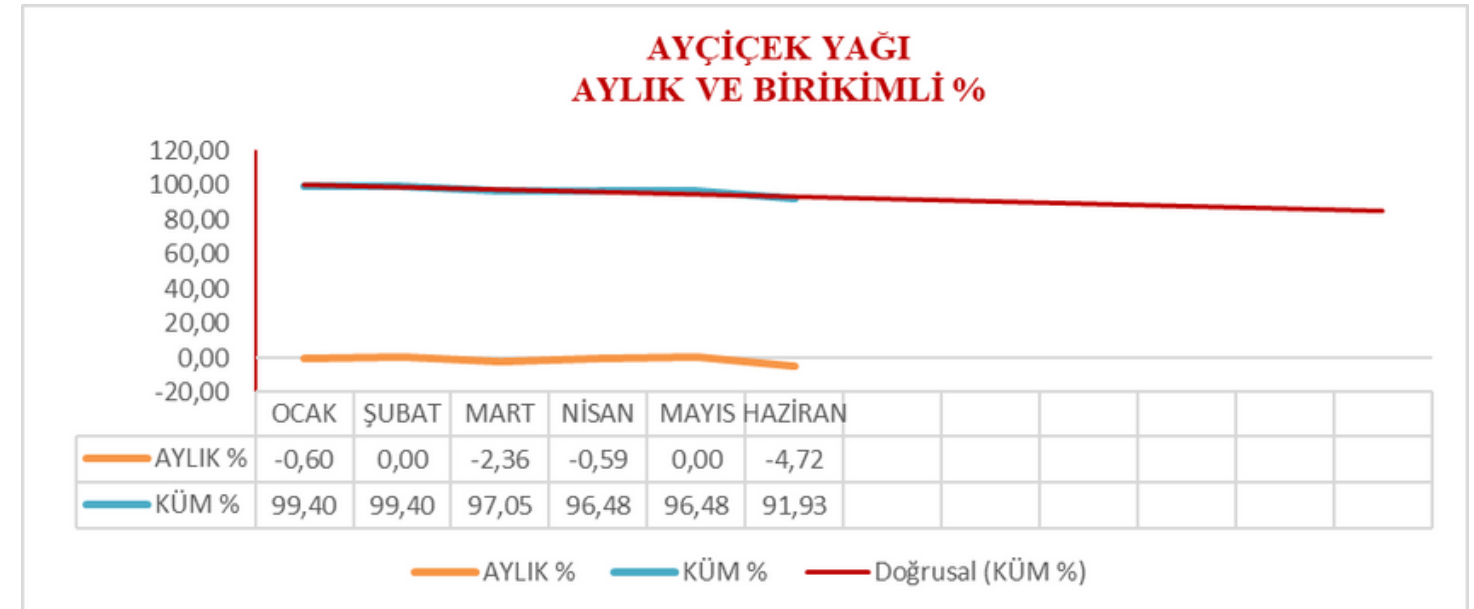


2-Ayçiçek Yağı

a) Ürün grubunda yer alan ürünler

Vera, Sole, Yudum, Orkide, Komili, Evin, Tarım Kredi. (1 Litre)

b) Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

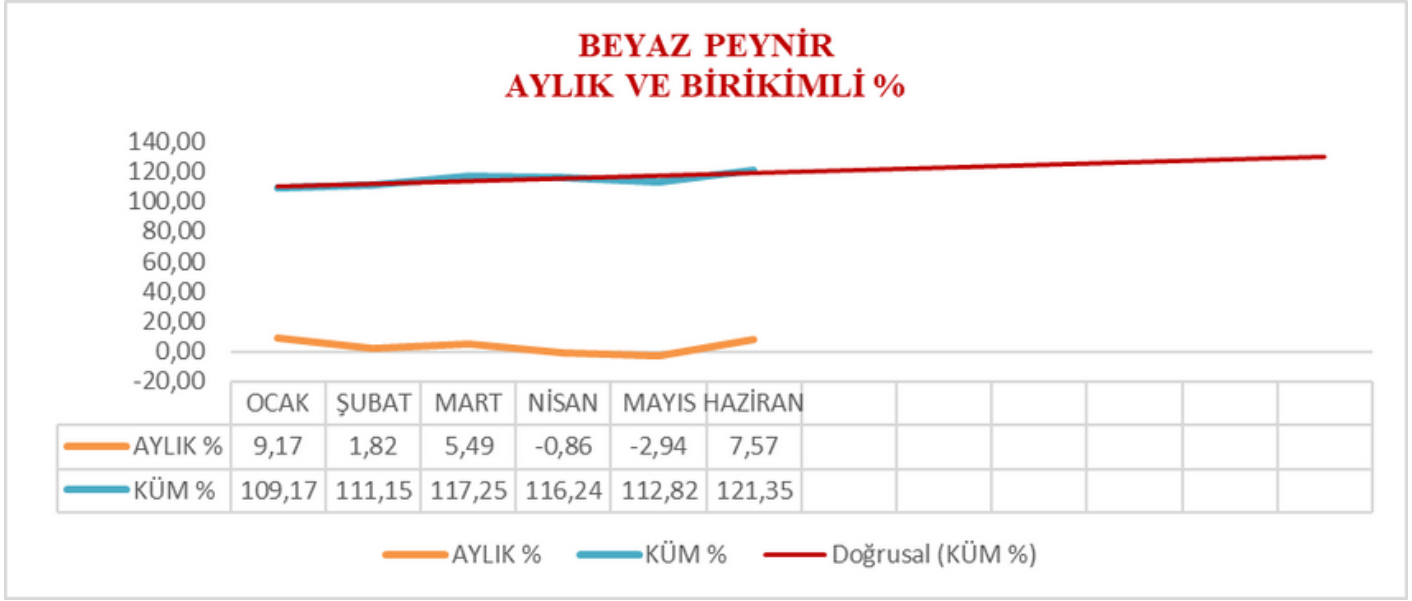


3-Beyaz Peynir

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Peynes Süzme Tam Yağlı (1 kg.), Dost Süzme (1. kg.), Torku (900 gr.), İçim (900 gr.), Cemalim Tam Yağlı (1 kg.), Tahsildaroğlu Klasik İnek (1 kg.), Mis (1 kg.), Aynes (900 gr.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

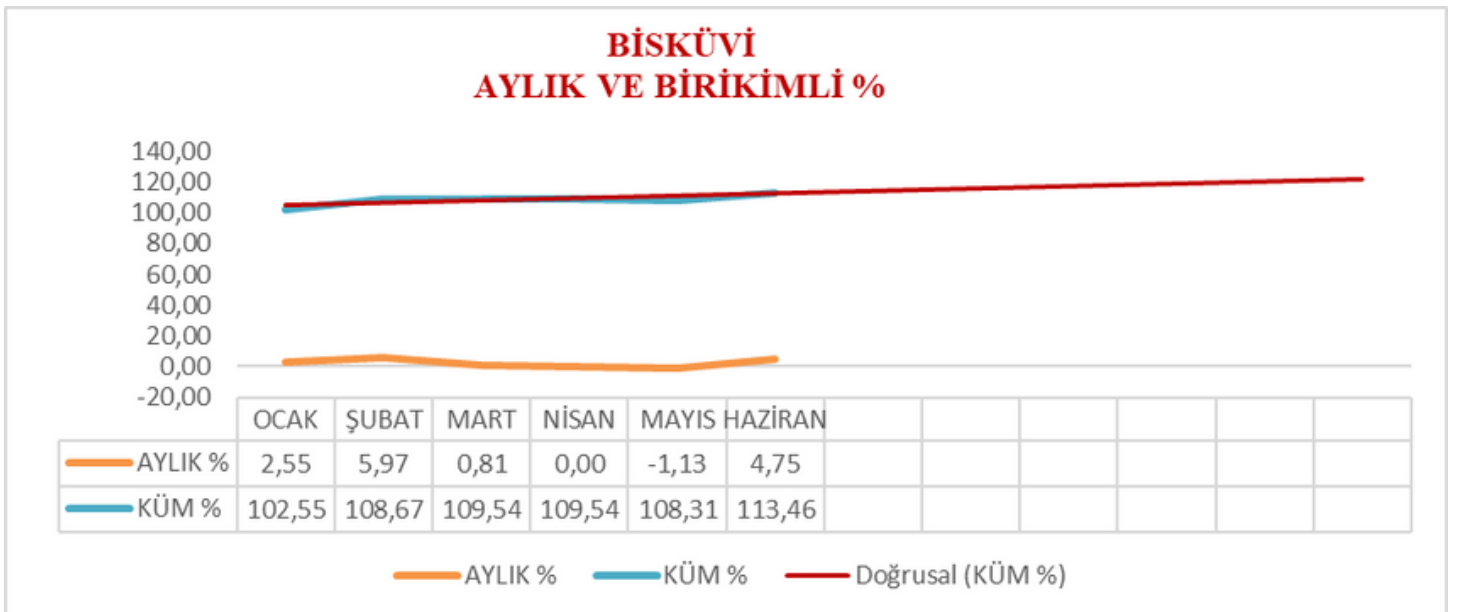


4-Bisküvi

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Ülker Petibör Kakaolu (175 gr.), Süsse Petibör Sade (175 gr.), Ülker Canpare (81 gr.), Ülker Petibör (800 gr.), Ülker Petibör (450 gr.), Haylayf (64 gr.), Ülker Petibör (175 gr.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

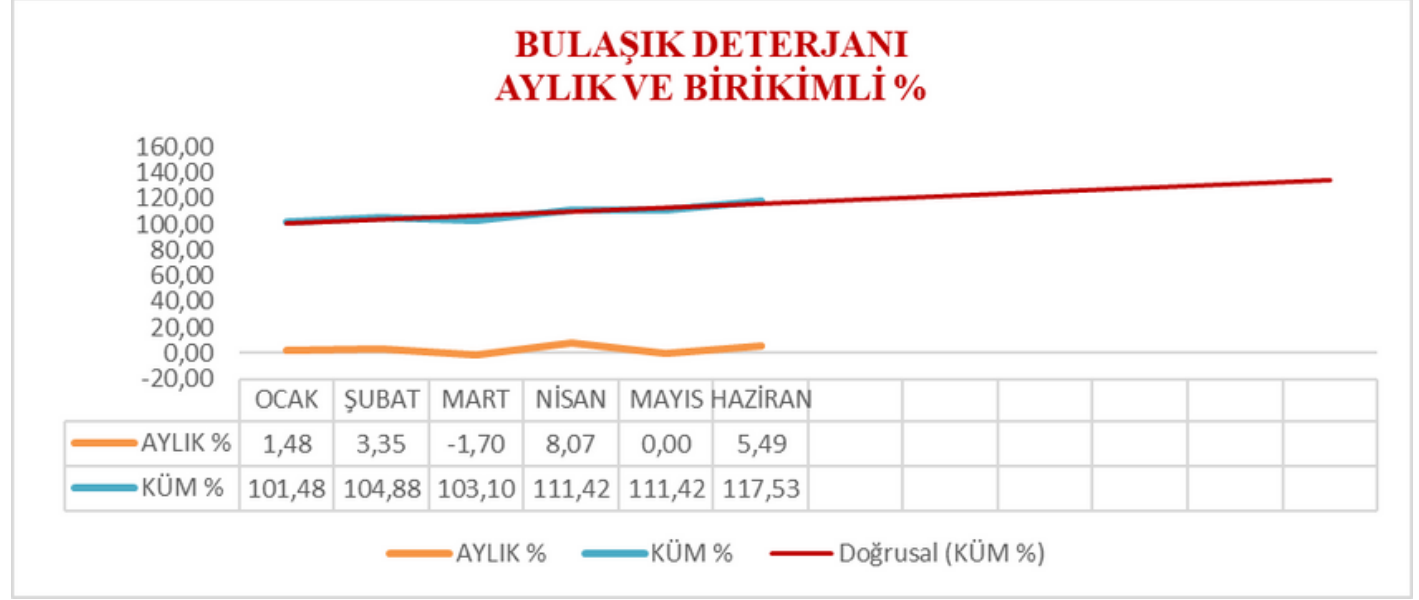


5-Bulaşık Deterjanı

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Fairy Platinum Plus (22 adet), Bind Activit (50 adet), Fairy Platinum Plus (60 adet), Pril Gld (45 adet), Finish Quantum Hepsini Birarada (50 adet), Mintax Bulaşık Makinesi Tablet (33 adet).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

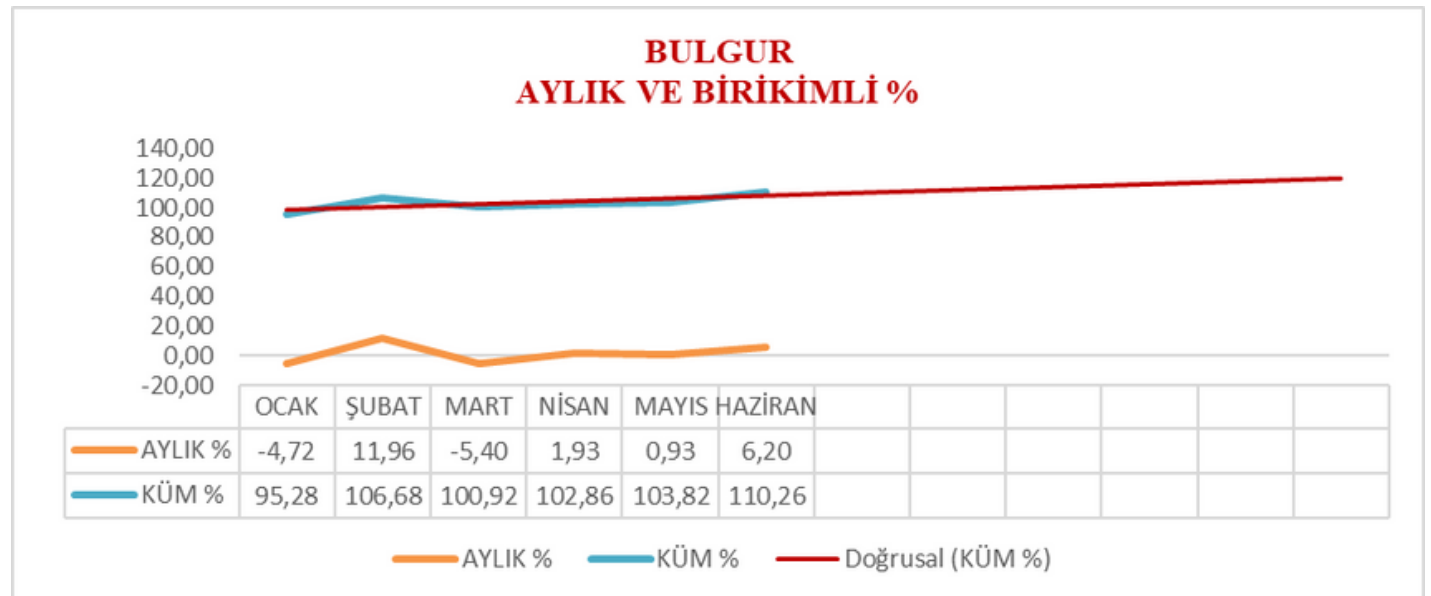


6-Bulgur

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Saban, Reis Esmer İri Pilavlık, Duru Pilavlık, Happy Pilavlık, Anadolu Mutfağı, Tarım Kredi Pilavlık (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

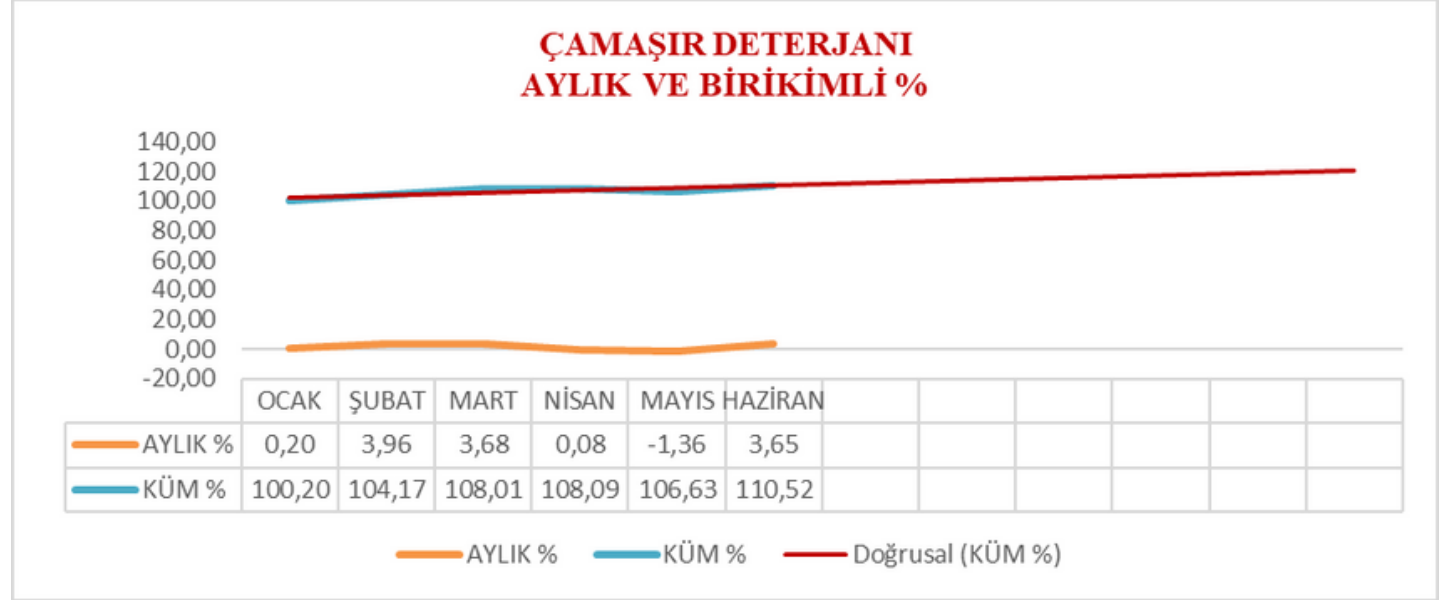


7-Çamaşır Deterjanı

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Omo Toz Deterjan (5,5 kg.), Artmatik (5 kg.), Omo Fresh Toz (1,5 kg.), Omo Active Fresh Renkli/Beyaz (4 kg.), Bingo (1.5 kg.), Tursil Leylak (1,5 kg.), Elitmatik (5 kg.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

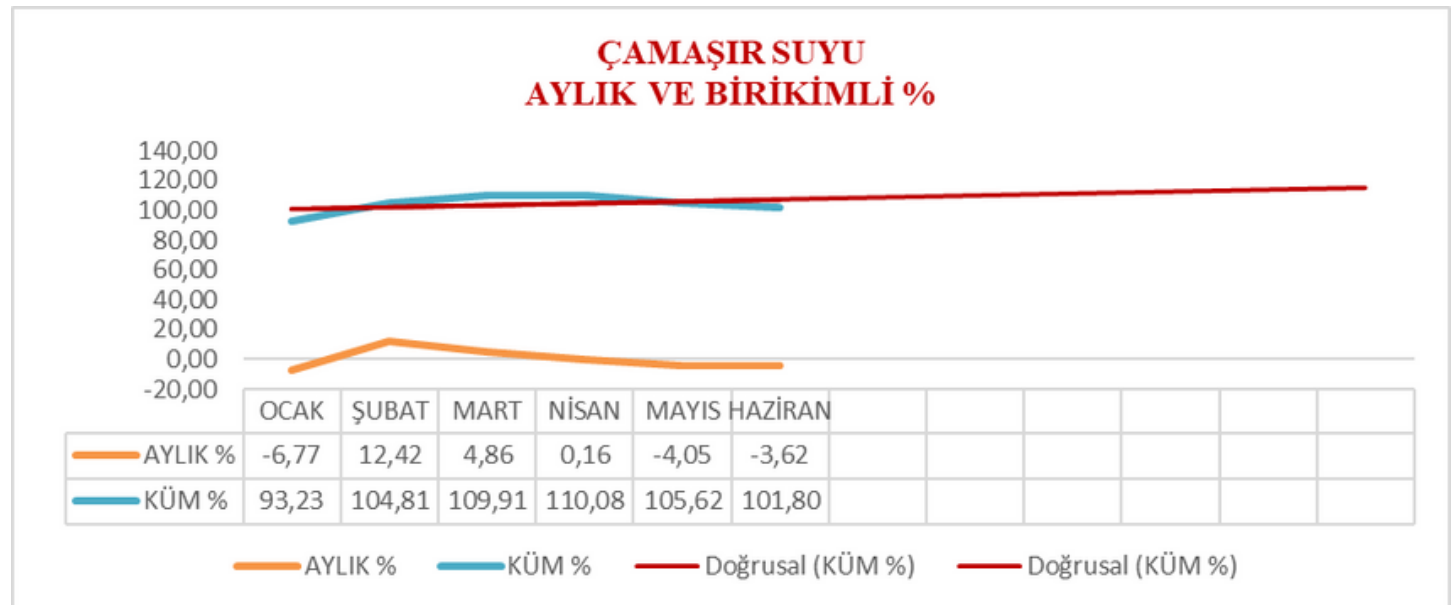


8-Çamaşır Suyu

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Çiçeğim (1,25 litre), Güldal (1.25 litre), Domestos Kar Beyazı (0,750 litre), Ace Klasik (4 litre), Bingo (0,750 litre), Ace (2 litre), Elit (4 litre)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

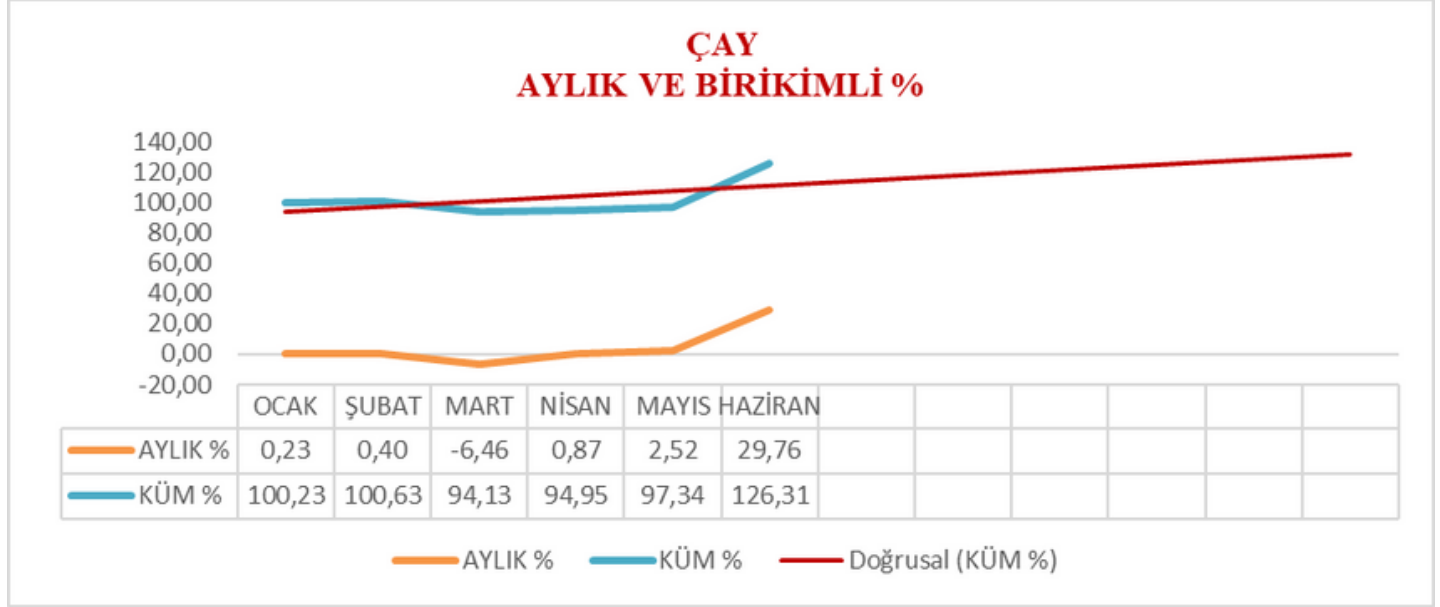


9-Çay

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Çaykur Tiryaki, Çaykur Rize Turist, Lipton, Doğuş, Doğuş Tiryaki (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

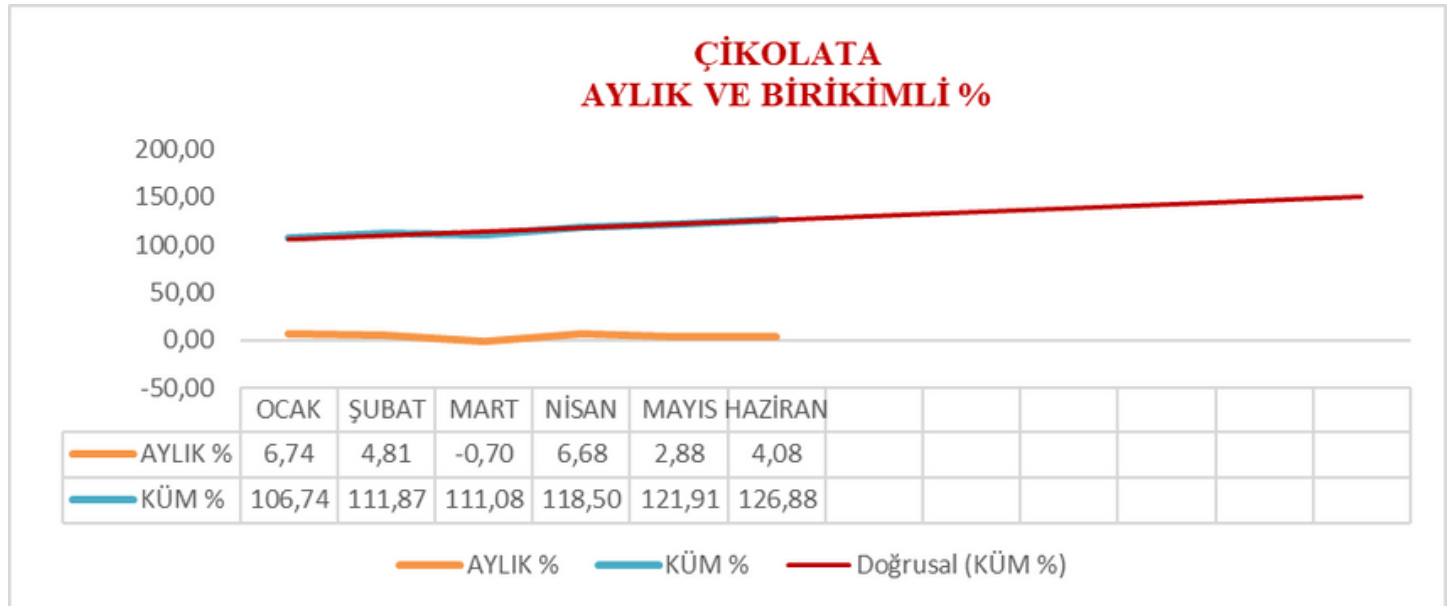


10-Çikolata

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Ülker Antep Fıstıklı (65 gr.), Eti Antep Fıstıklı (60 gr.), Ülker Antep Fıstıklı %100 Bitter (65 gr.), Damak (60 gr.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

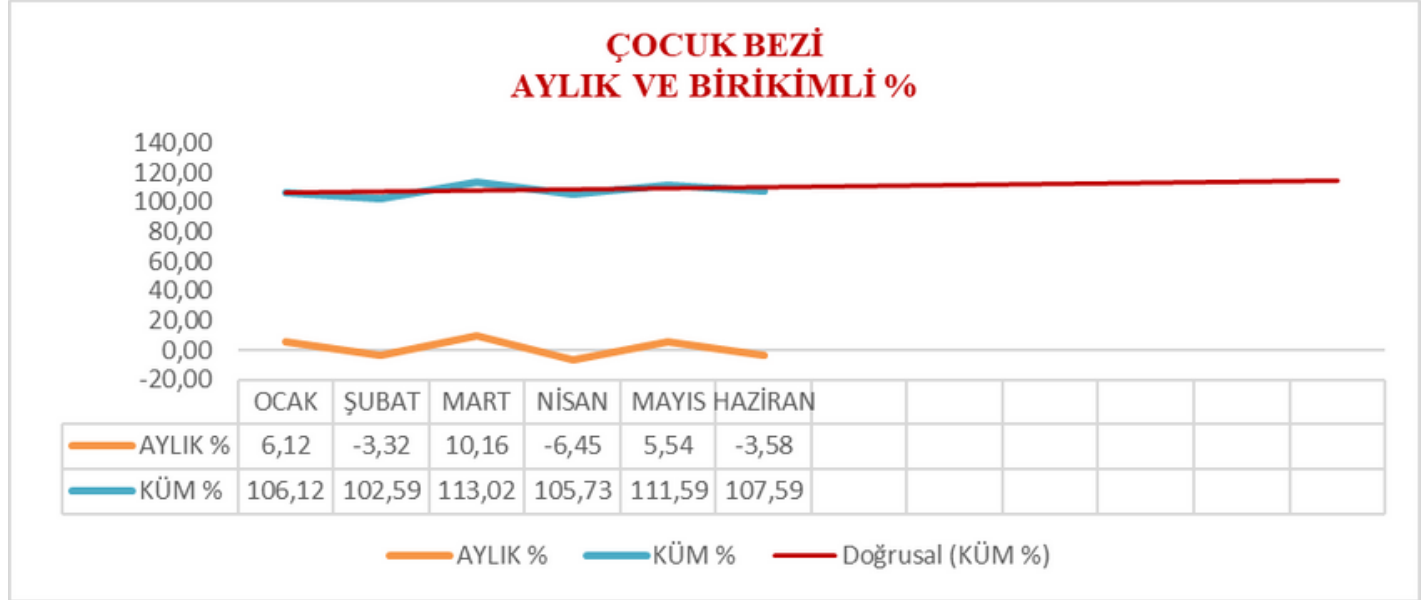


11-Çocuk Bezi

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Soffio Pour Touch Mini (42 adet), Jenny 4 Numara (44 adet), Prima 2 Beden (72 adet), Molfix Midi3 4-9 Kg. (MOLFIX MIDI3 4-9 KG (68 adet), Sleepy Natural 2'li Jumbo XXI (28 adet), Önlem Mini Jumbo (50 adet).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

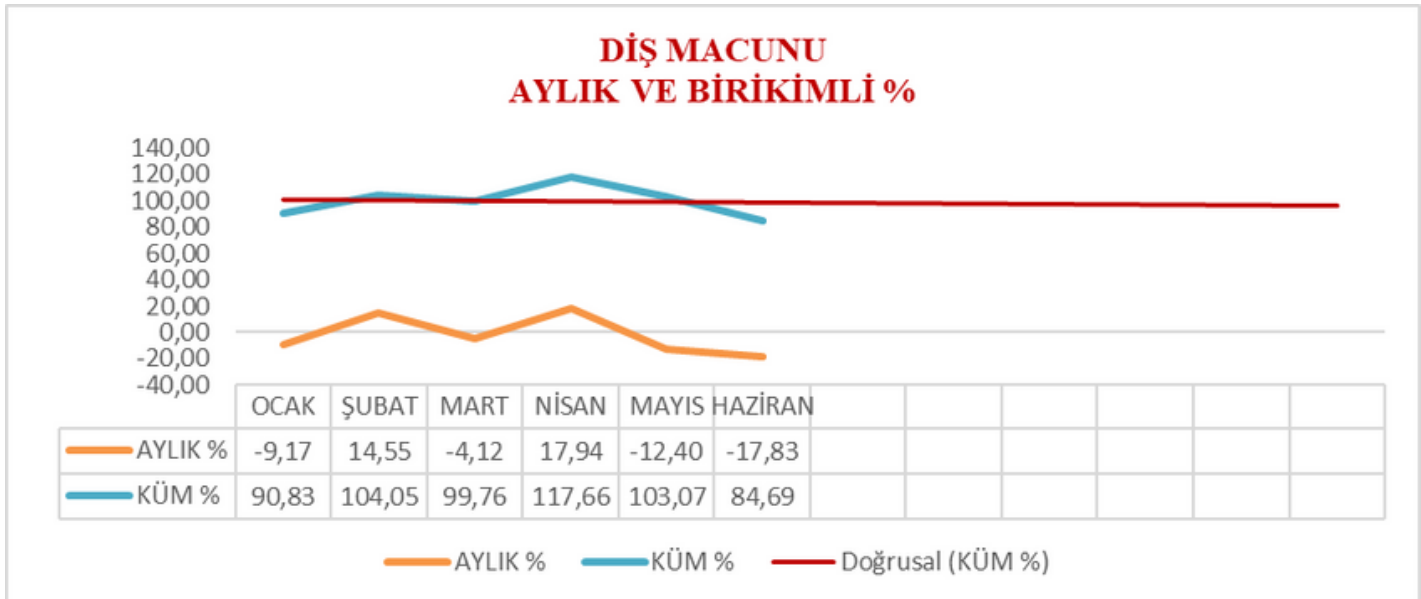


12-Diş Macunu

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Ipana 3D White Lux, Ipana 3D Lux Sigara, Signal White Now, Colgate White, Signal White Now (75 ml.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

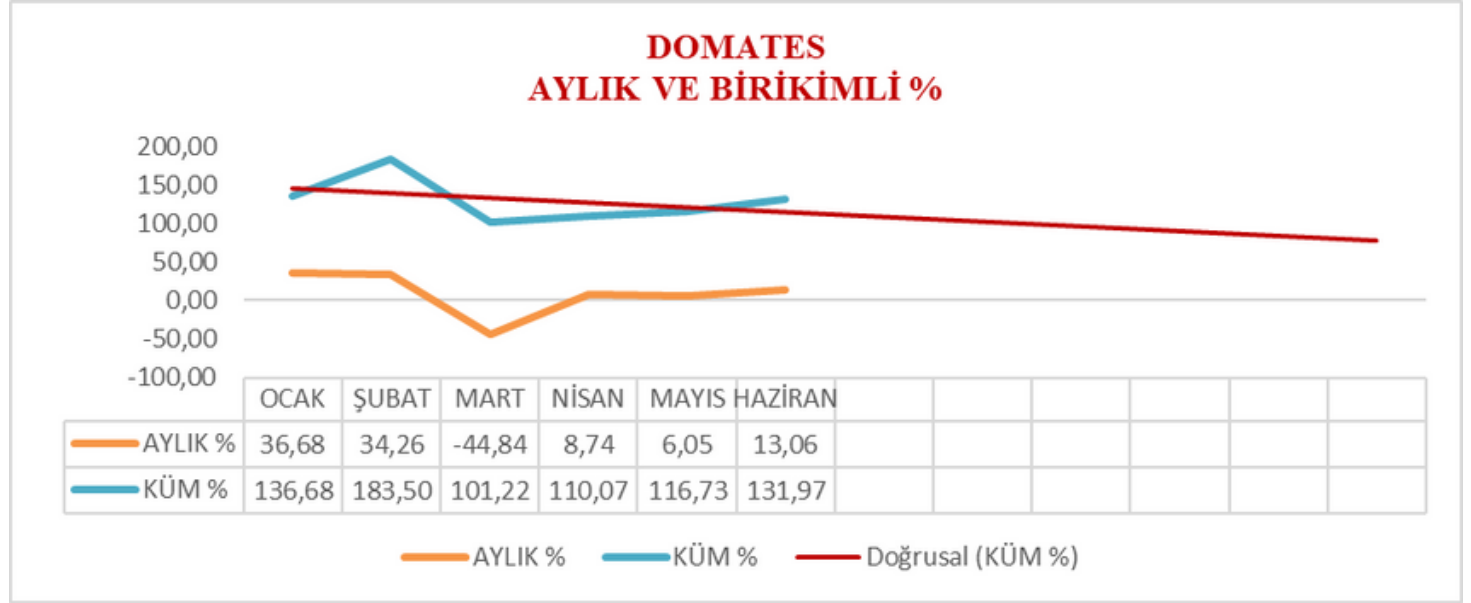


13-Domates

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Açık Pazar (1 kg.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

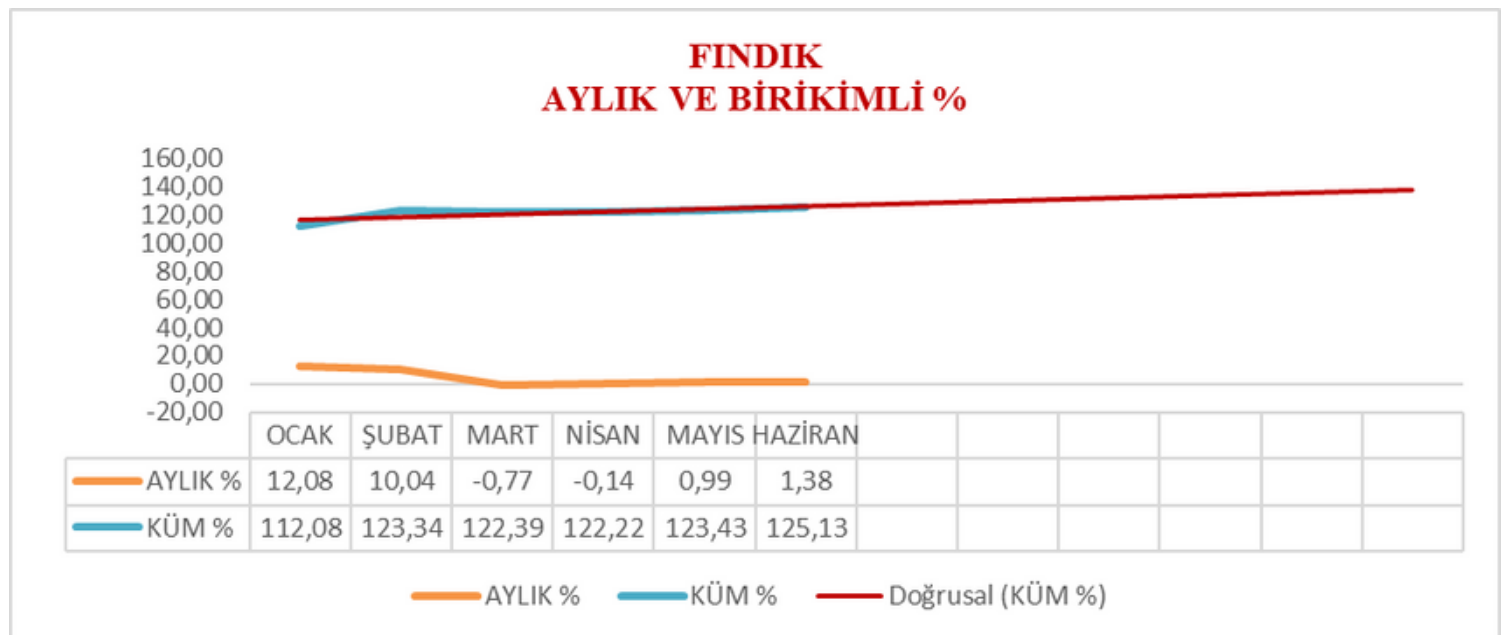


14-Fındık

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Çerezya (150 gr.), Simbat (150 gr.), Tadım (180 gr.), Pınar Kavrulmuş (500 gr.), Amigo Dalından Çiğ (150 gr.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

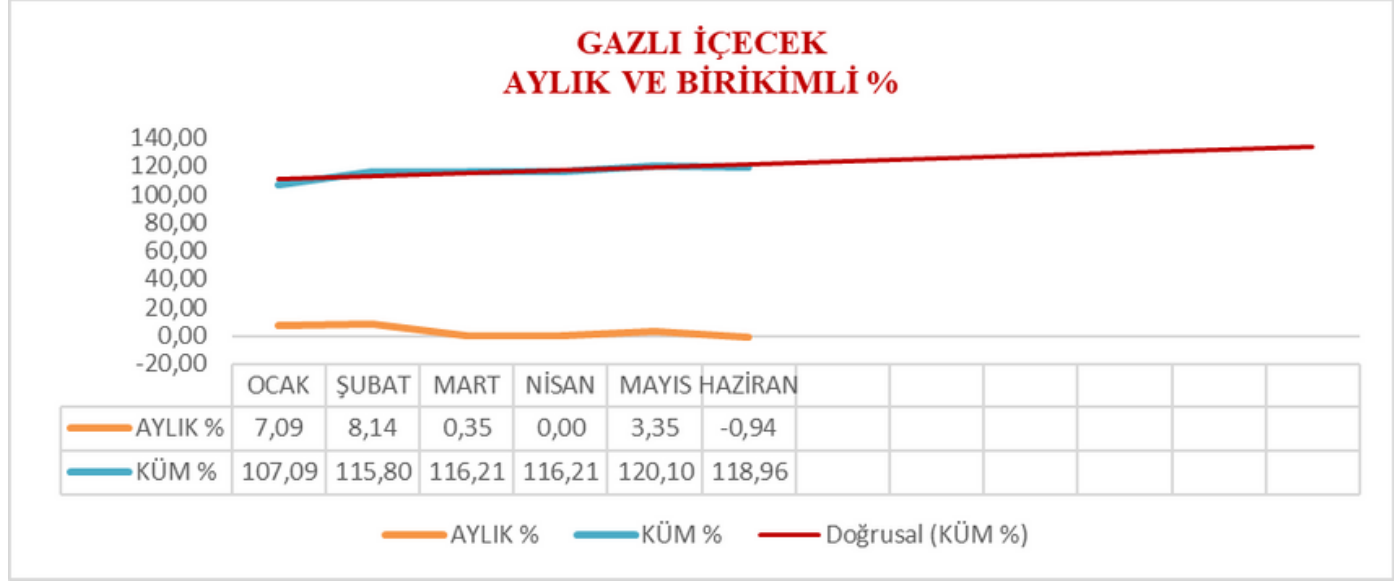


15-Gazlı İçecek

a) Ürün grubunda yer alan ürünler

Le Cola, Fanta, Coca Cola, Pepsi, Sprite, Schweppes (1 litre)

b) Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

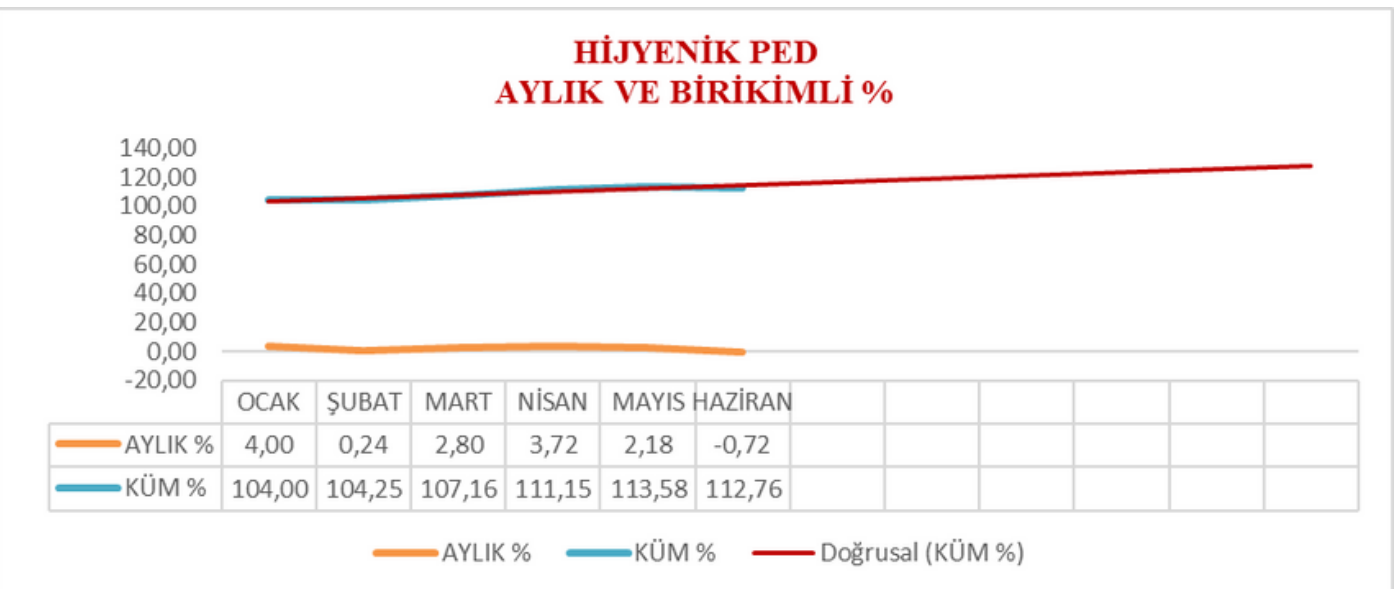


16-Hijyenik Ped

a) Ürün grubunda yer alan ürünler

Kotex Ultra Normal (12 adet), Molped (9 adet), Molped Limited Kanatsız Eko (22 adet), Orkid Ultra Gece-Gündüz (18 adet), Molped Kanatsız Uzun (18 adet), Kotex Natural Ultra Tekli Uzun (7 adet), Orkid Ultra Ekstra 2 Boy (22 adet), Softy Klasik Kanatlı Normal (10 adet), Molped Organik Pamuk (32 adet).

b) Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

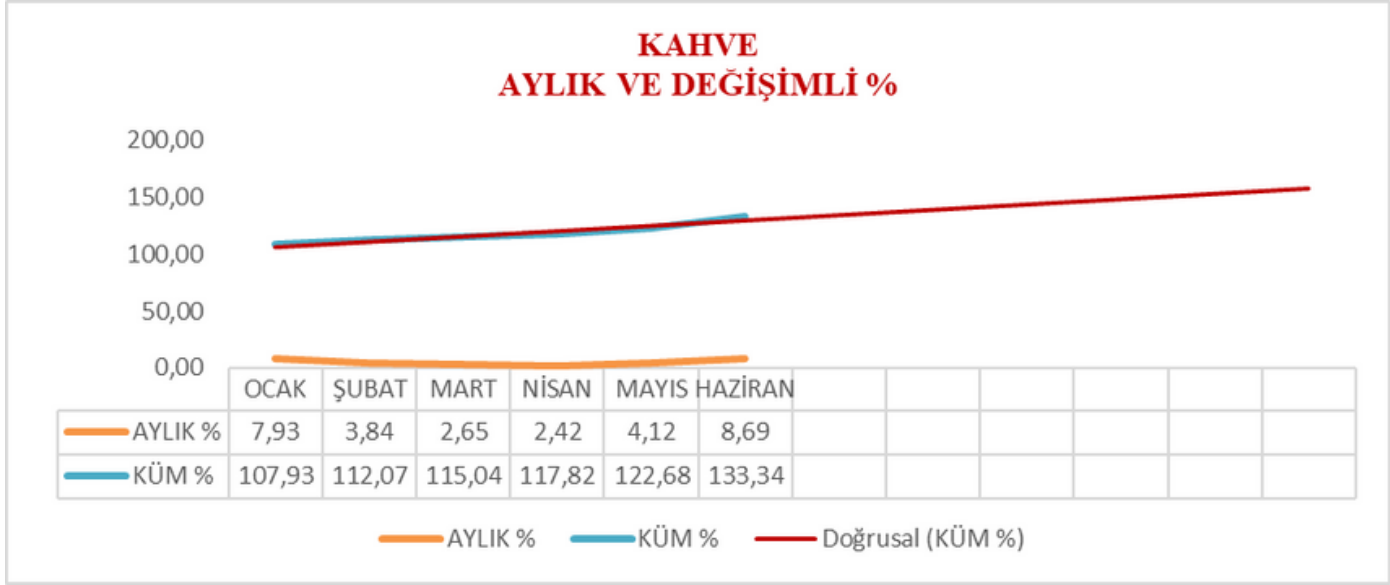


17-Kahve

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Nescafe Matinal (100 gr.), Nescafe Classic (100 gr.), Nescafe Gold 100 gr.), Nescafe Gold (200 gr.), Tscibo Gold Selection Kavanoz (100 gr.), Jacobs Cronat Gold (100 gr.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

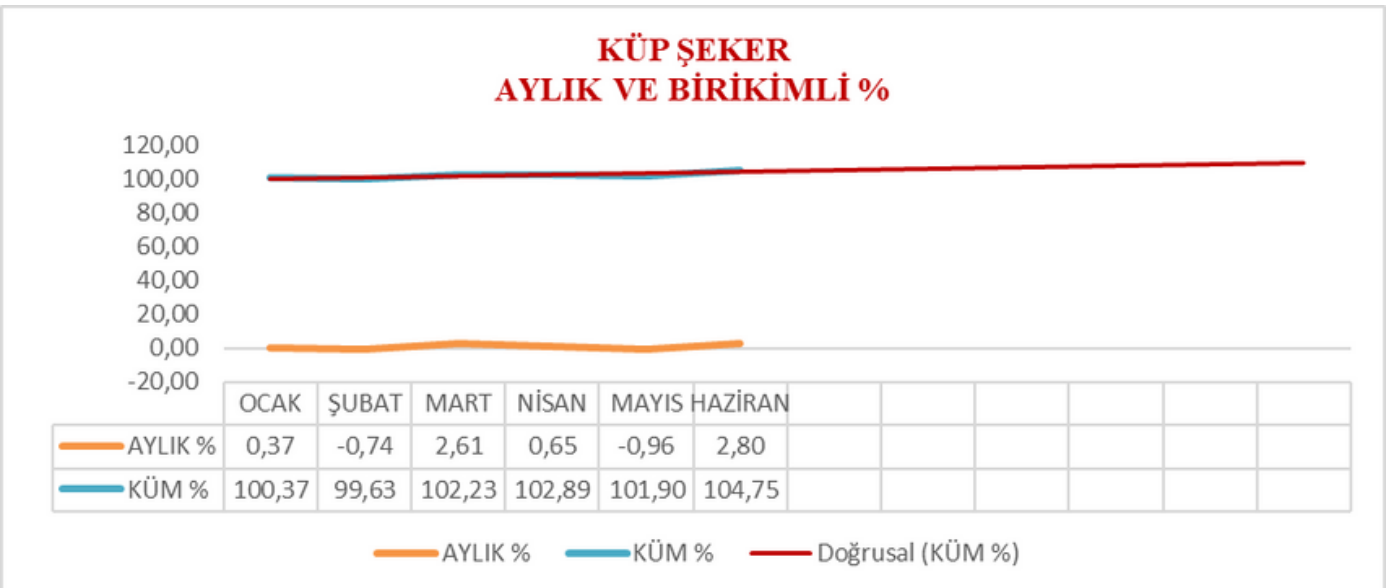


18-Küp Şeker

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Gül Aras (1 kg.), Bal Küpü (1 kg.), (Torku 750 gr.), Irmak (1 kg.), Altinküp (1 kg.), Tarım Kredi (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

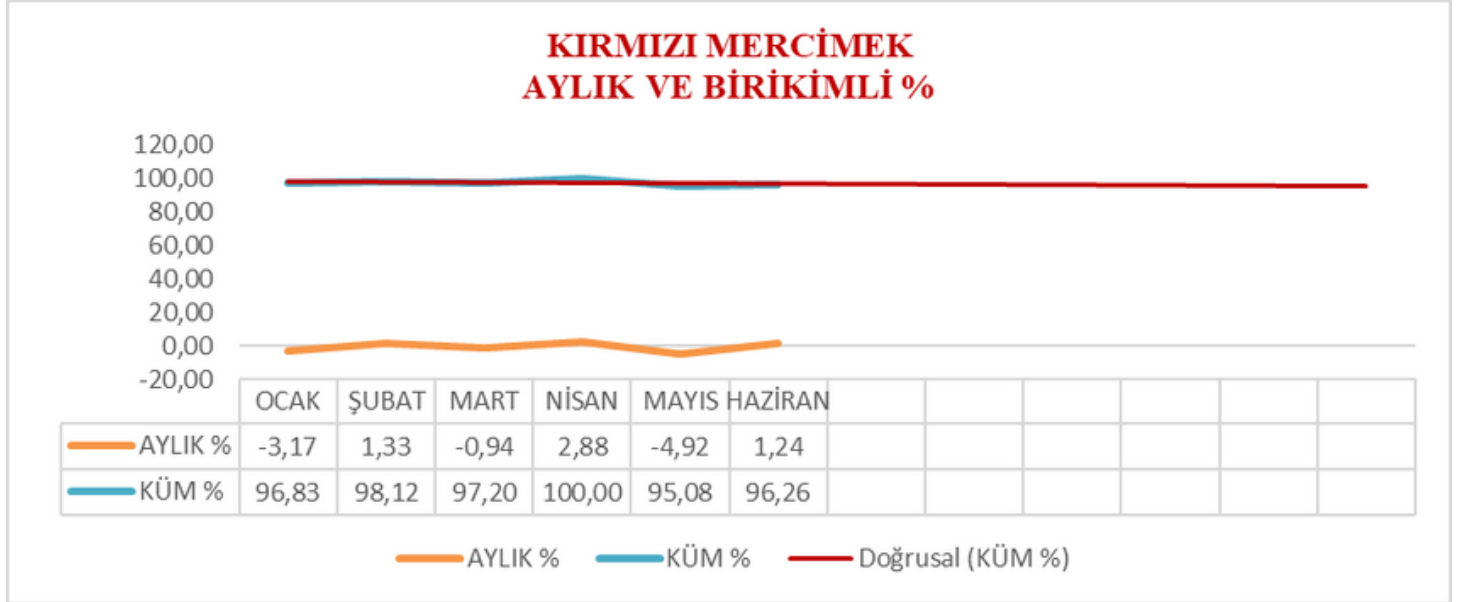


19-Kırmızı Mercimek

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Yöremce Yerli, Saban, Tat Yerli Futbol, Duru, Reis, Yayla, Anadolu Mutfağı, TMO (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

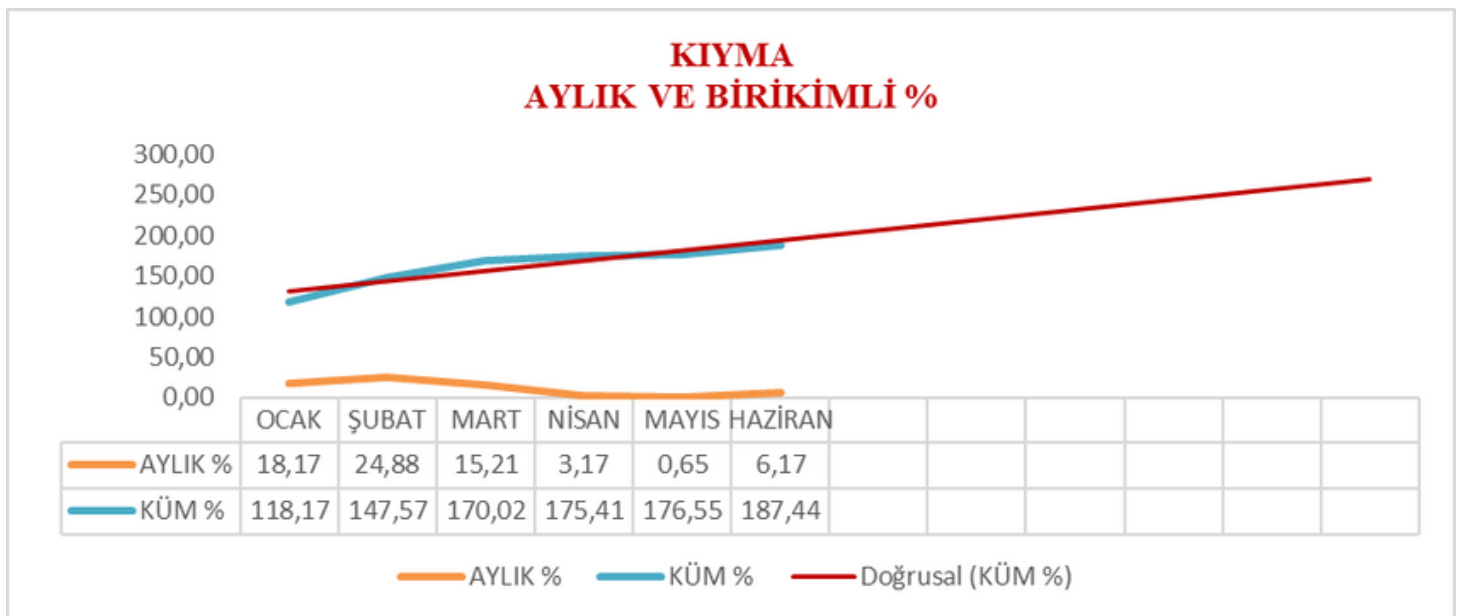


20-Kıyma

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Kombinet Dana (400 gr.), Emin % 20 Yağlı (400 gr.), Dana Döş Sarma % 14-20 Yağlı (1 kg.), Dana Kıyma (1 kg.), Lezzetlim (400 gr.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

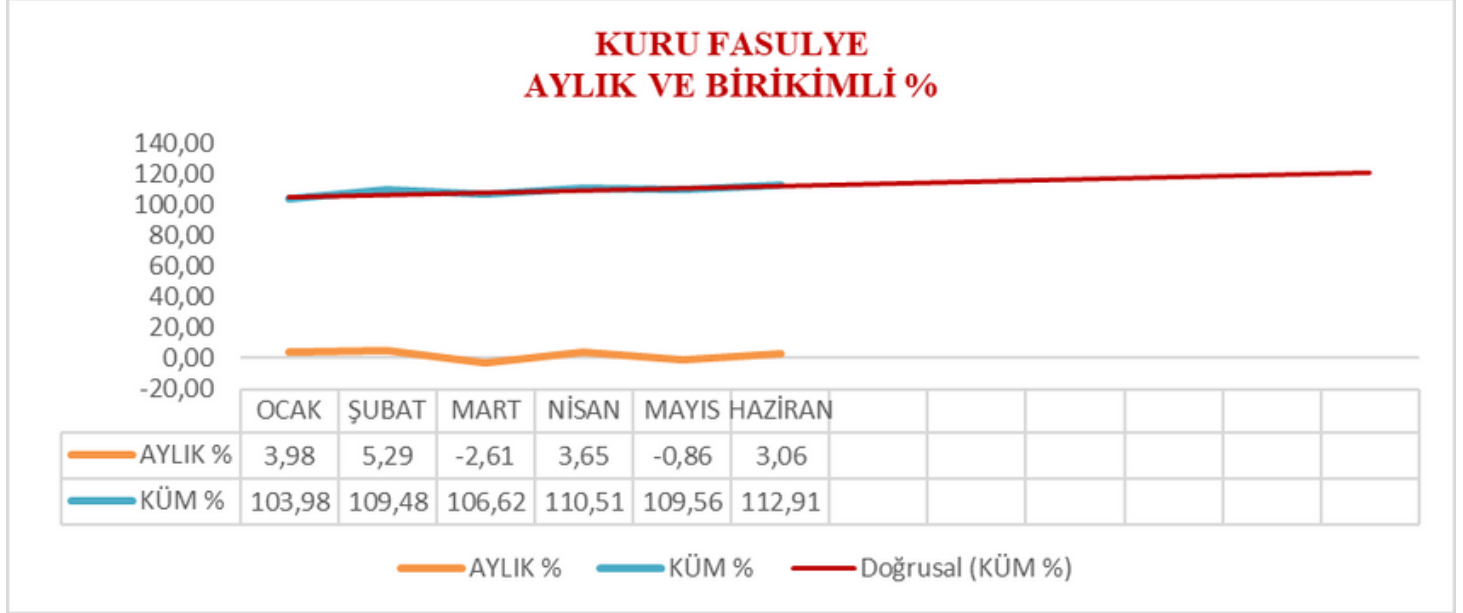


21-Kuru Fasulye

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Yöremce İri Dermason, Saban, Reis, Gökdere Sıra, Happy, Migros Dermason, Anadolu Mutfağı, Tarım Kredi Sıra (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

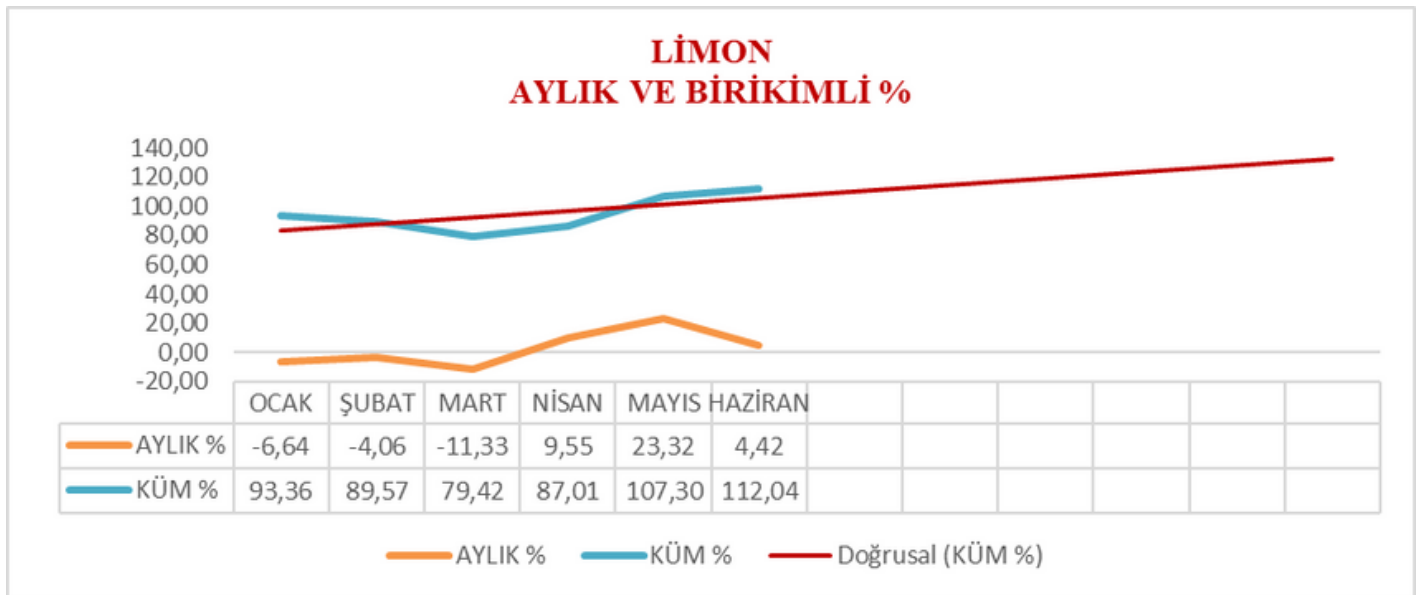


22-Limon

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Açık Pazar (1 kg.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

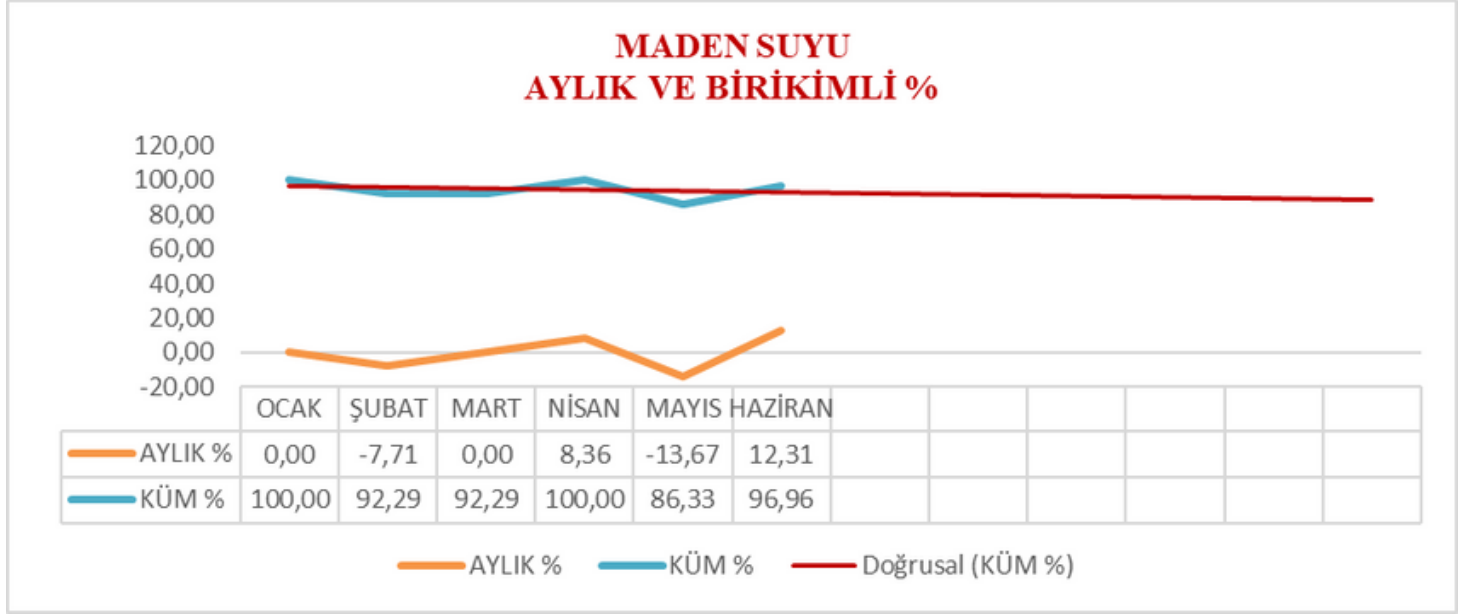


23-Maden Suyu

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Kızılay, Sırma (6 adet)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

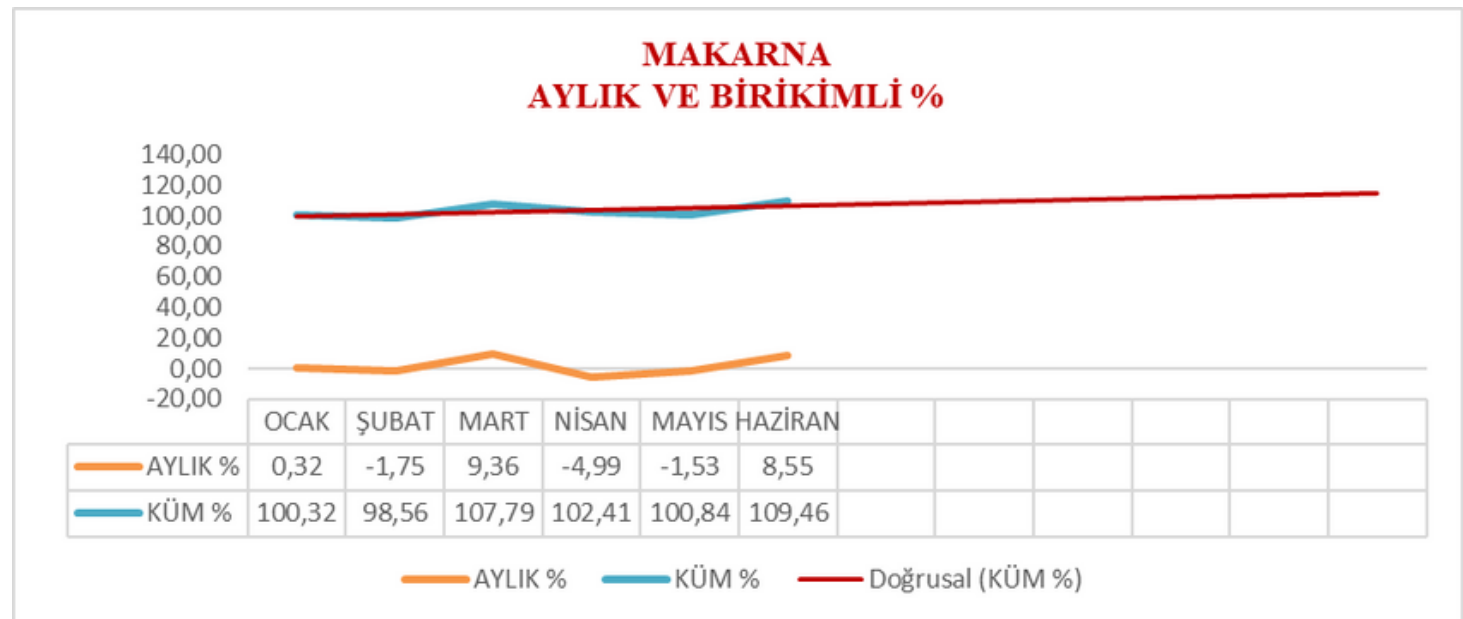


24-Makarna

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Nuhun Ankara Vitaminli Fiyonk, Cardella, Filiz, Nuhun Ankara, Veronelli, Barilla, Piyale, Tarım Kredi Buğday (500 gr.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

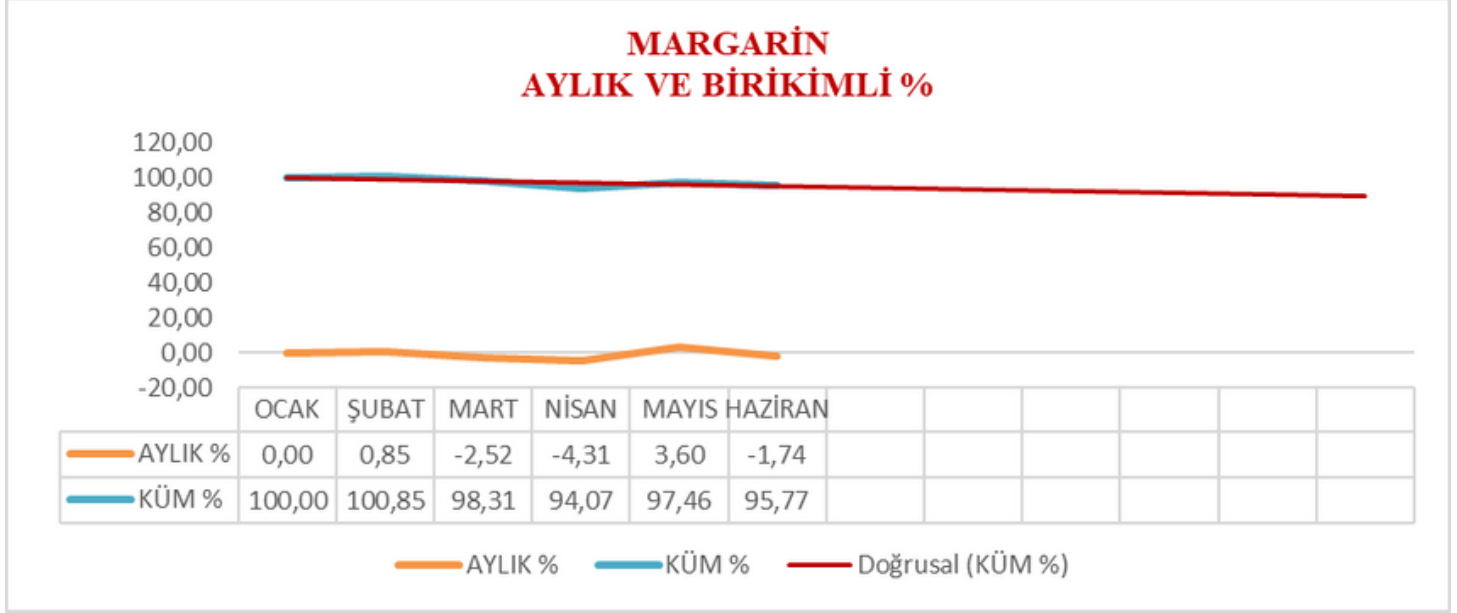


25-Margarin

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Sana Tereyağ Lezzeti, Sole, Sana Kase, Ülker Bizim, Ülker Tereyağ Kase, Ülker Teremyağ, Becel Kase Klasik, Evin (250 gr.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

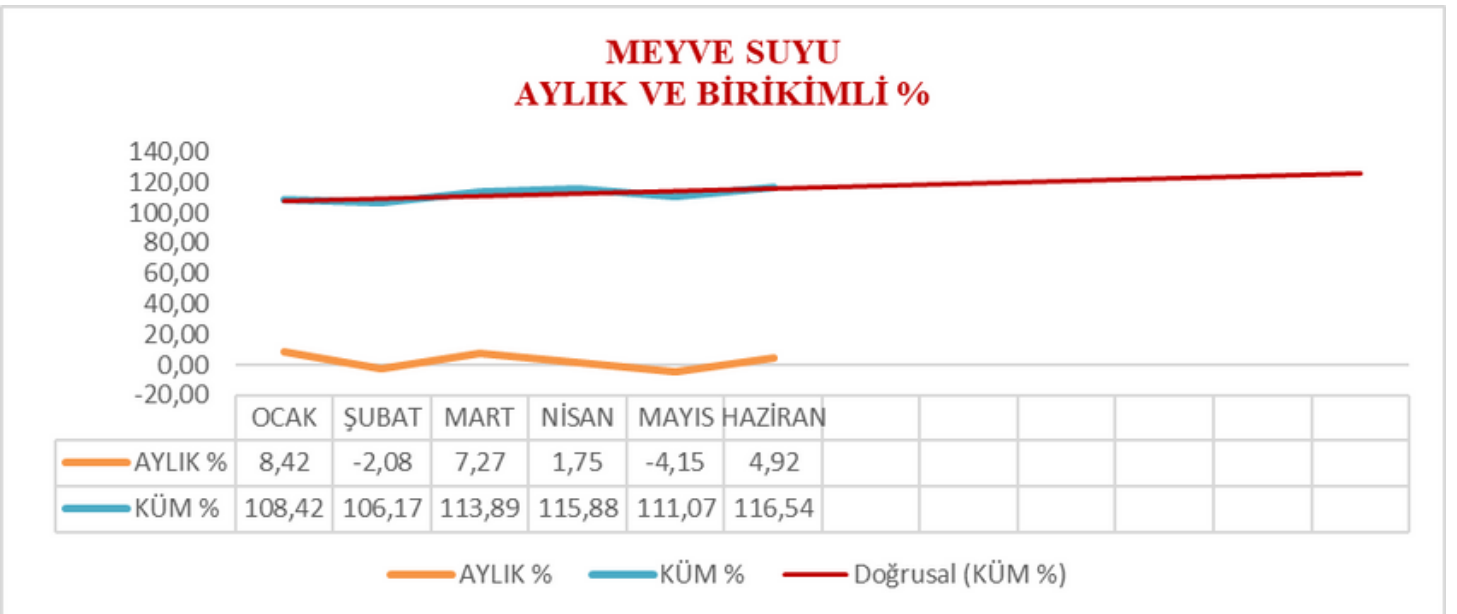


26-Meyve Suyu

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Dooy Meyve Nektarı Şeftali, Jucy Vişne, Dimes Karışık Tetra, Pınar Nektar Şeftali, Pınar, Aroma Karışık, Migros Şeftali, Mis Karışık, Tarım Kredi Kayısı (1 litre).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

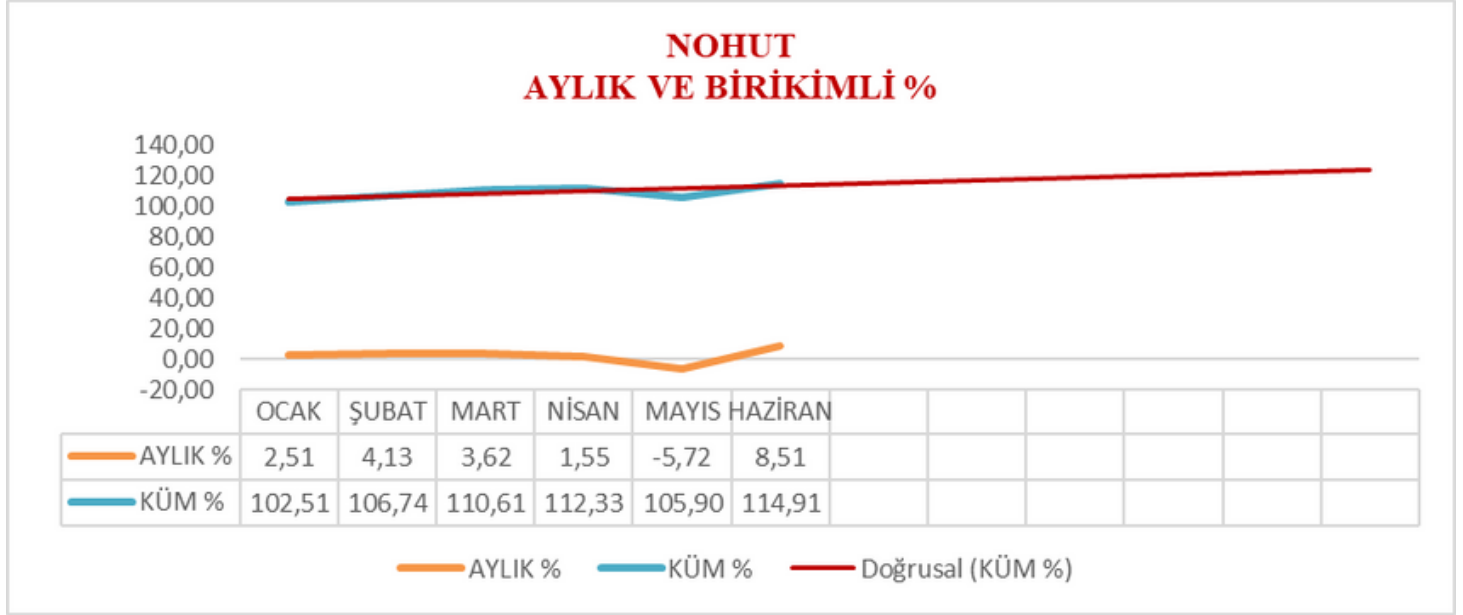


27-Nohut

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Yöremce Beyaz, Saban, Reis Gökçe, Gökdere Koçbaşı, Yayla Koçbaşı, Duru 9 mm., Migros, Anadolu Mutfağı, Tarım Kredi Koçbaşı (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

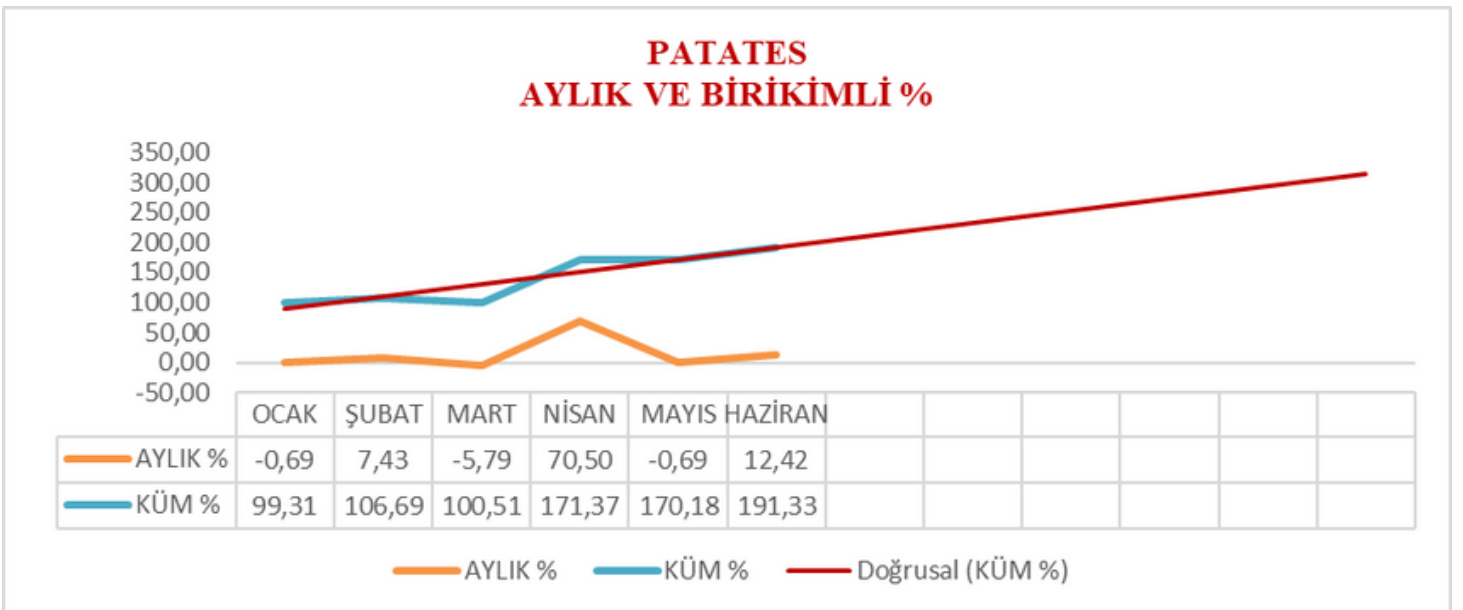


28-Patates

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Açık Pazar (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

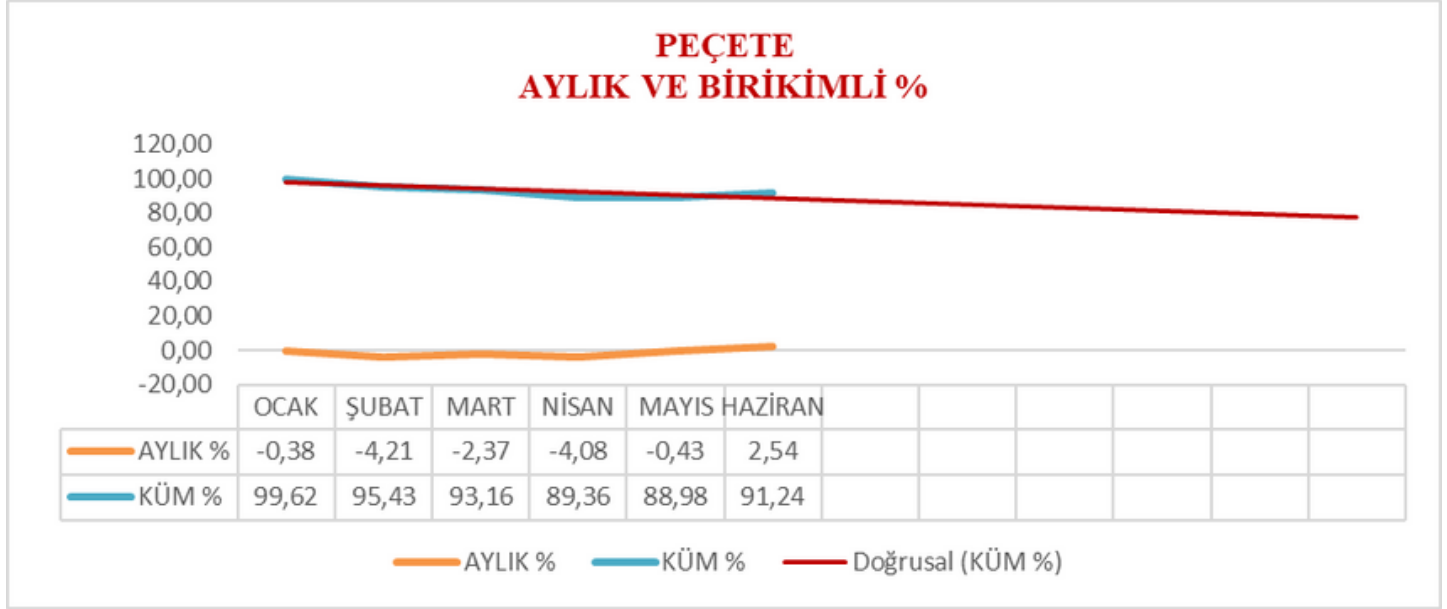


29-Peçete

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Mistral (200 adet), Blume Servis (100 adet), Servis Peçete (200 adet), Maylo (100 adet), Solo (100 adet), Maylo (200 adet), Beyaz Güvercin (200 adet), Elit (100 adet).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

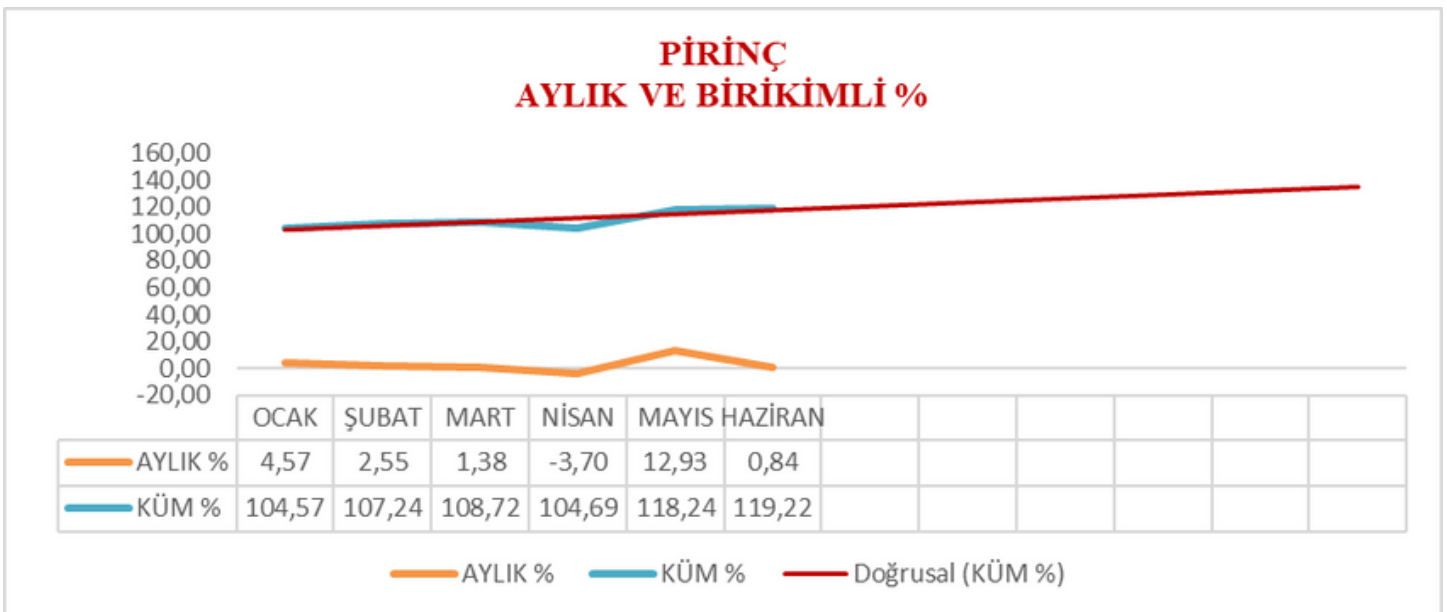


30-Pirinç

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Yöremce Osmancık (1 kg.), Efsane Baldo (1 kg.), Zeki Osmancık (1 kg.), Duru Pilavlık (2,5 kg.), Reis Gönen (1 kg.), Migros Baldo (1 kg.), Anadolu utfağı Baldo (1 kg.), Tarım Kredi Anadolu Osmancık (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

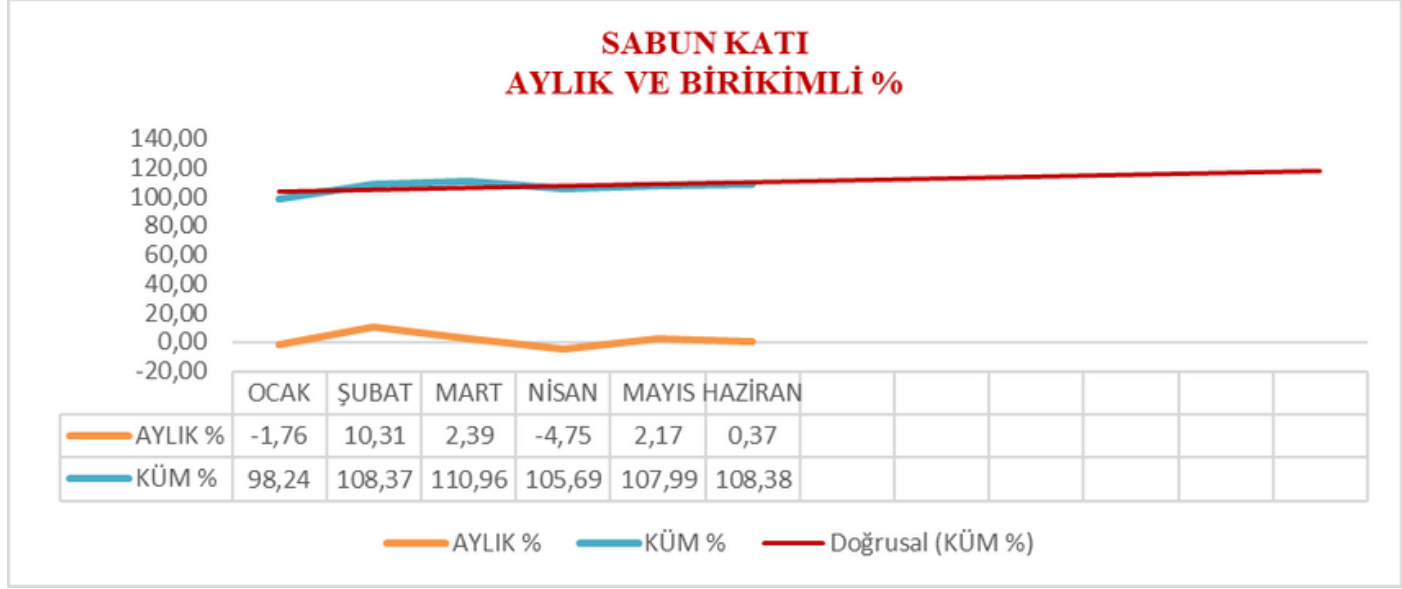


31-Sabun Katı

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Duru Duş 4'lü (600 gr.), Duru Fresh Duş (150 gr.), Dalan Geleneksel Saf El (280 gr.), Dalan Antik (900 gr.), Hacı Şakir (600 gr.), Elit El Sabunu 4*70 (280 gr.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

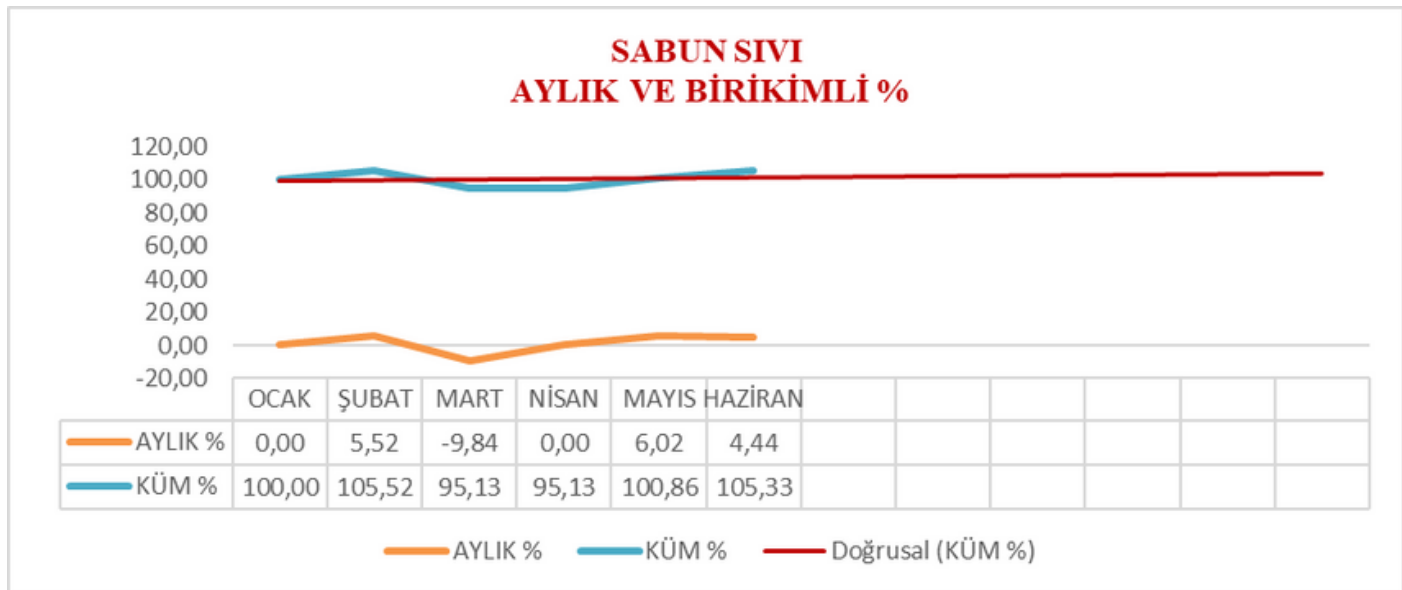


32-Sabun Sıvı

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Aqualin Sıvı (0,750 litre), Eyüp Sabri Tuncer Ayvalık Zeytin (0,750 litre), Eyüp Sabri Tuncer (0,500 litre), Elit (0,750 litre).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

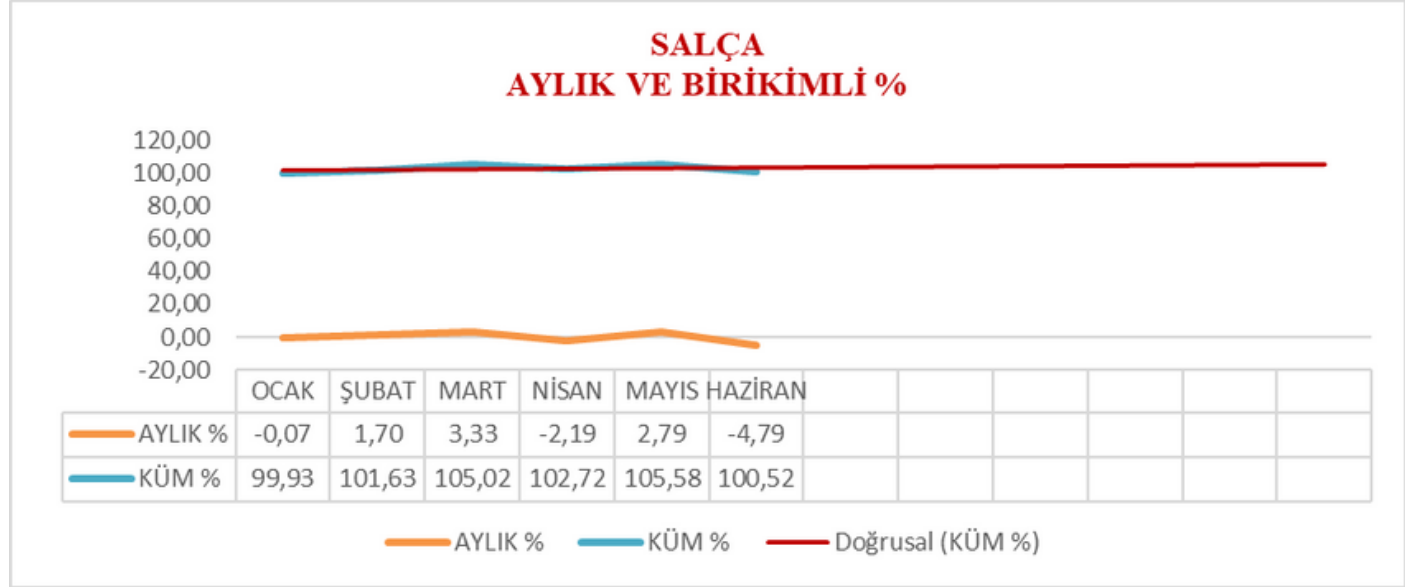


33-Salça

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Yurdum Domates (830 gr.), Tat Domates (710 gr.), Tat Domates (830 gr.), Öncü (830 gr.), Tamek (830 gr.), Vatan Domates (830 gr.), Tarım Kredi (830 gr.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

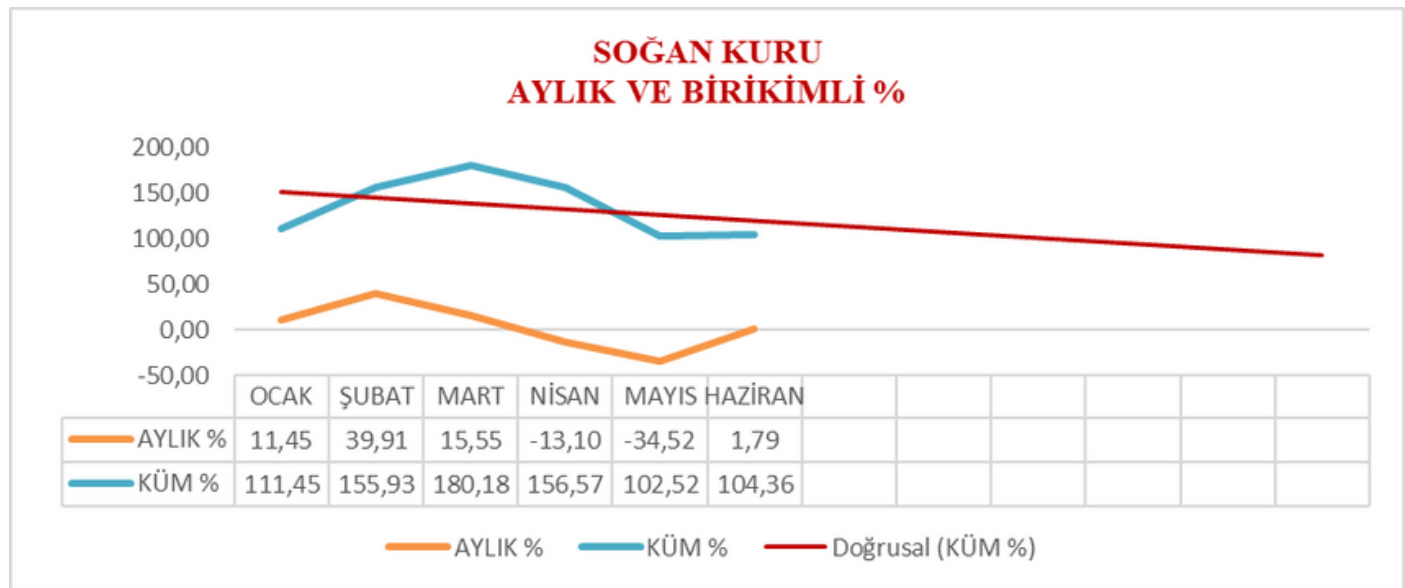


34-Soğan Kuru

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Açık Pazar (1 kg.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

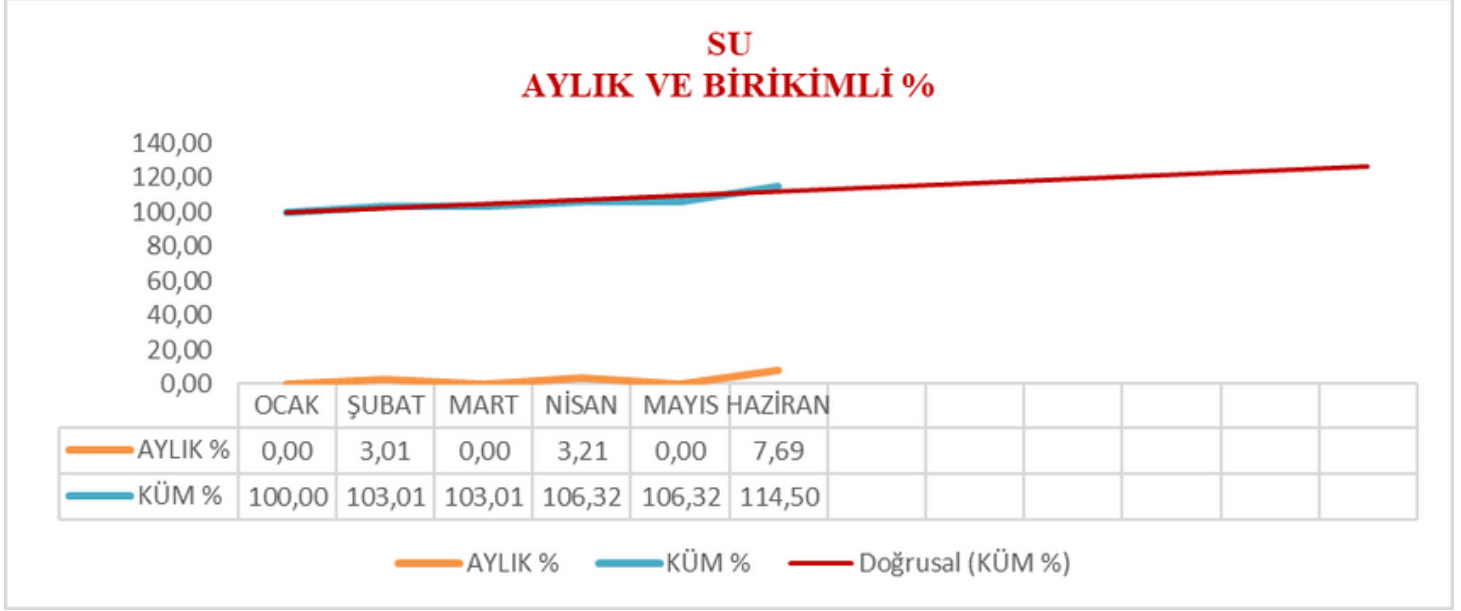


35-Su

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Erikli, Beysu, Munzur, Damla, Abant, Bahçepınar (1,5 litre).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

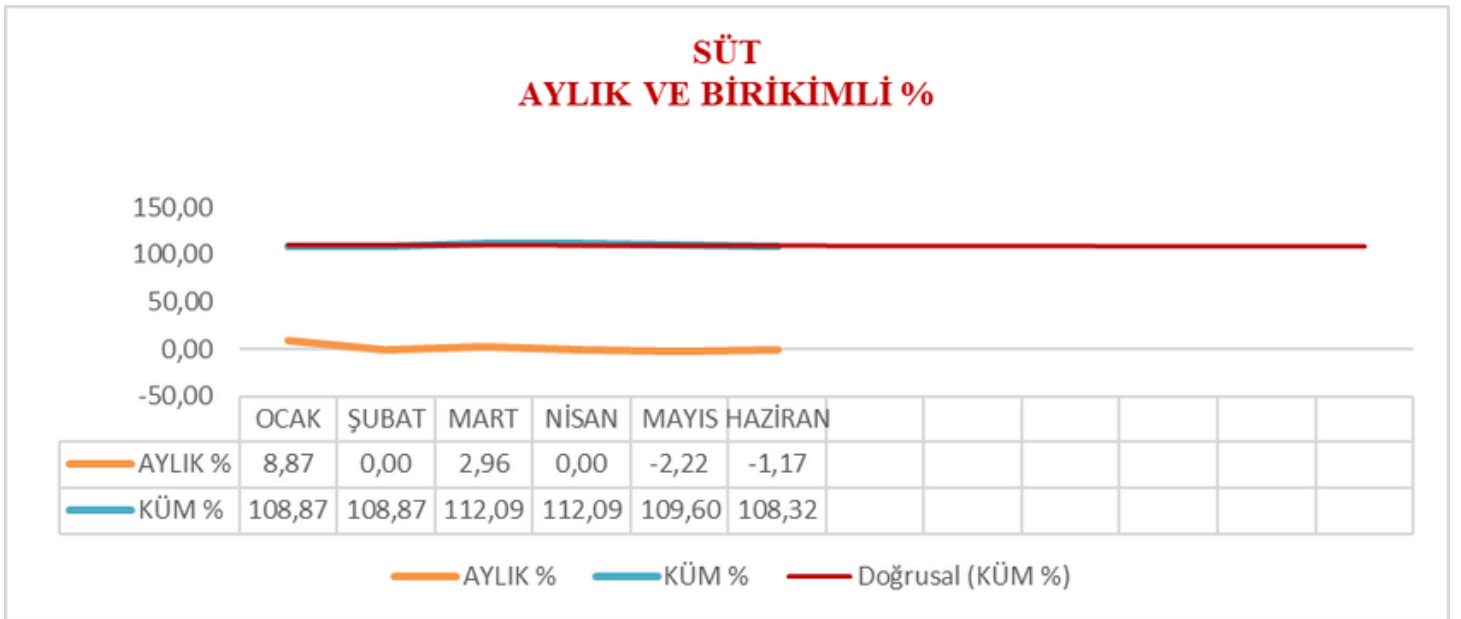


36-Süt

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Pınar % 3,3 Tam Yağlı, Torku Yarım Yağlı, Pınar % 1 Yağlı, SEK % 3 Yağlı, İçim Rahat Laktozsuz, Mis UHT Yağsız, Tarım Kredi % 3,1 Yağlı (1 litre).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

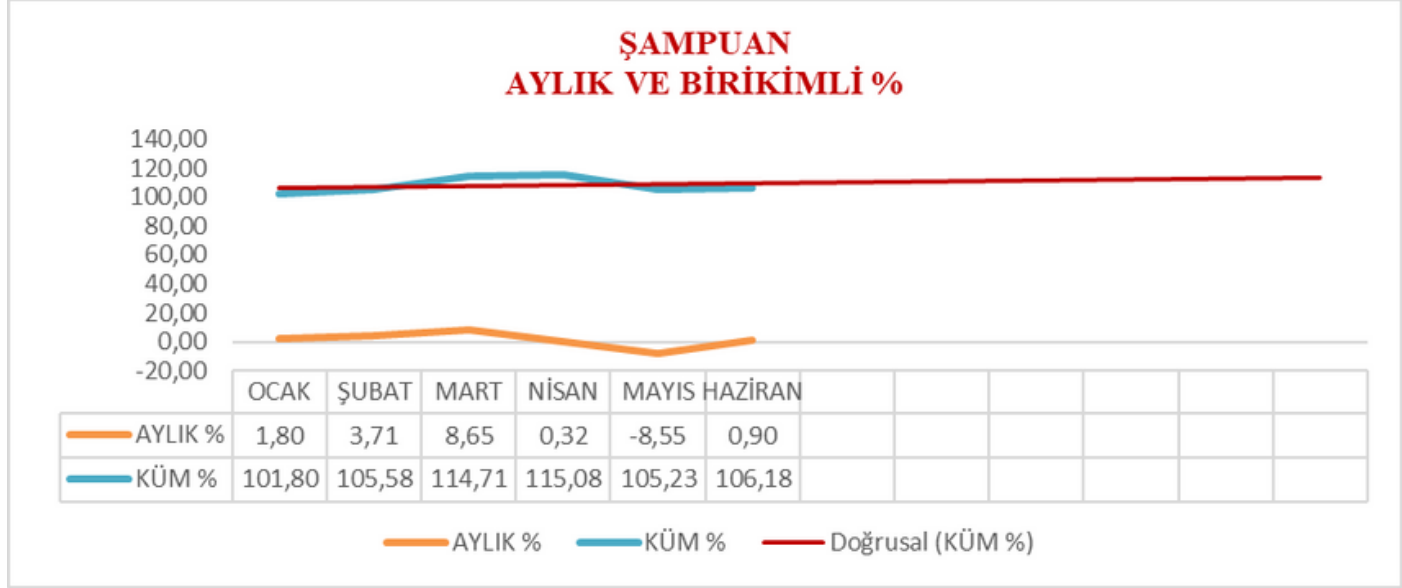


37-Şampuan

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Elidor Karma (0,500 litre), A Plus (0,600 litre), Pantene Yağ Terapisi (0,400 litre), Syoss Man (0,500 litre), Dove Yoğun Onarıcı (0,400 litre), Elidor Güçlü Parlak (0,500 litre), Duru Hacim Veren (0,600 litre).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

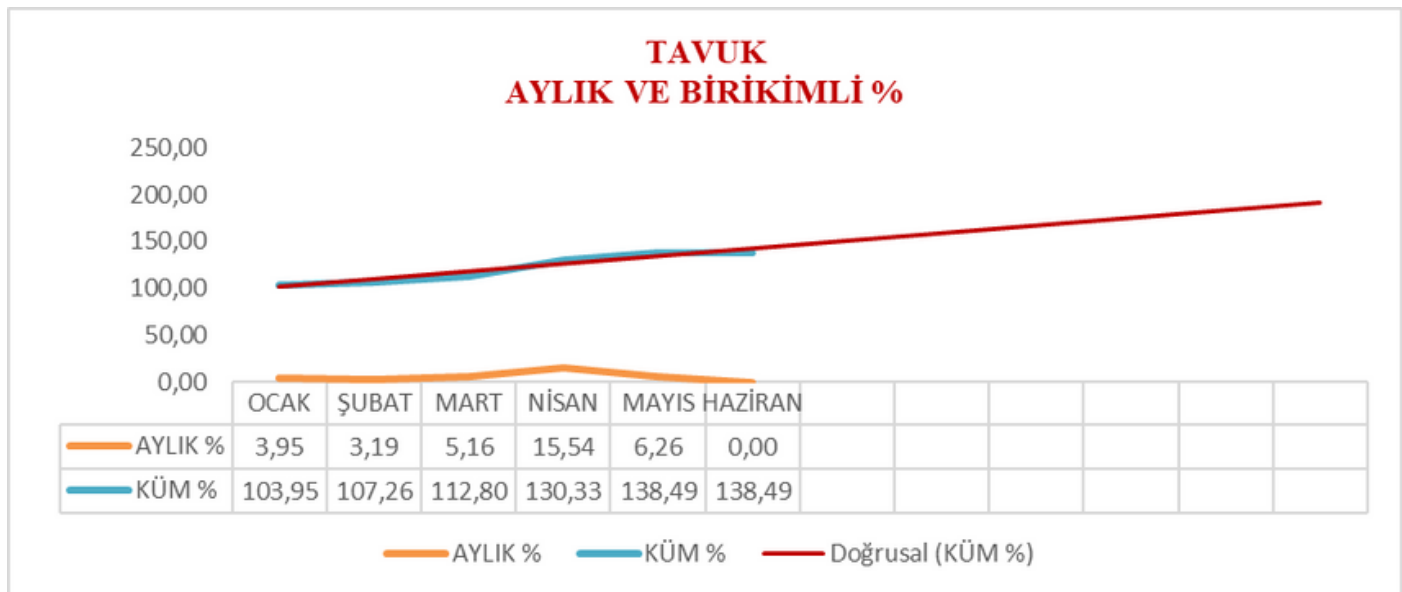


38-Tavuk

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Er Piliç Fırınlık Bütün, Banvit Bütün Poşetli, Keskinoglu, Tapdi Piliç, ESK Tavuk (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

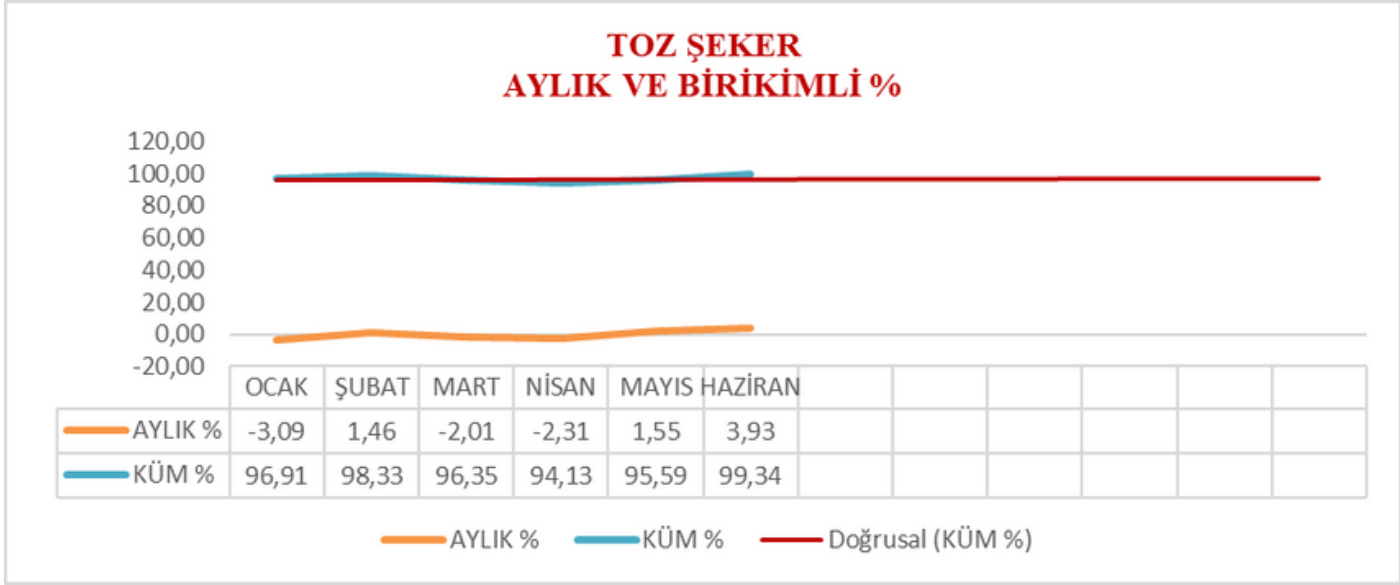


39-Toz Şeker

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Türkat, Bor, Torku, Migros, Destan (5 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

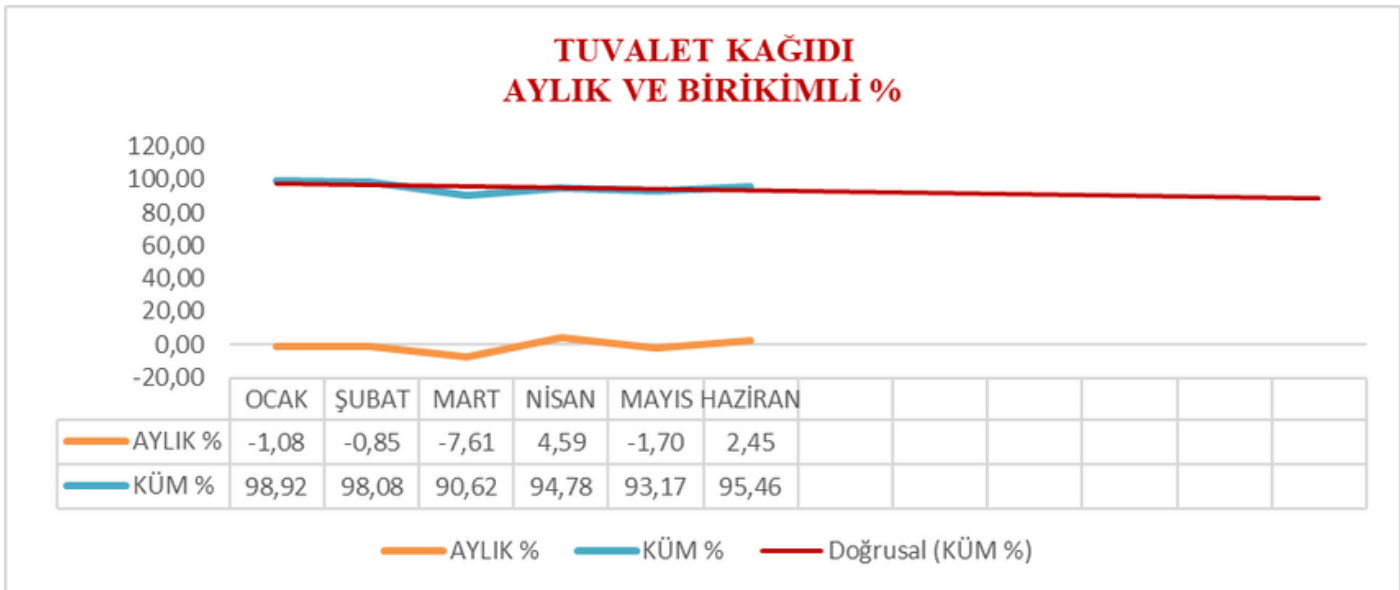


40-Tuvalet Kâğıdı

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Mistral 3 Katlı (12 adet), Blume 2 Katlı (16 adet), Solo (24 adet), Selpak Banyo Ferahlatıcı (16 adet), Only (32 adet), Solo (32 adet), Comfort (16 adet),

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

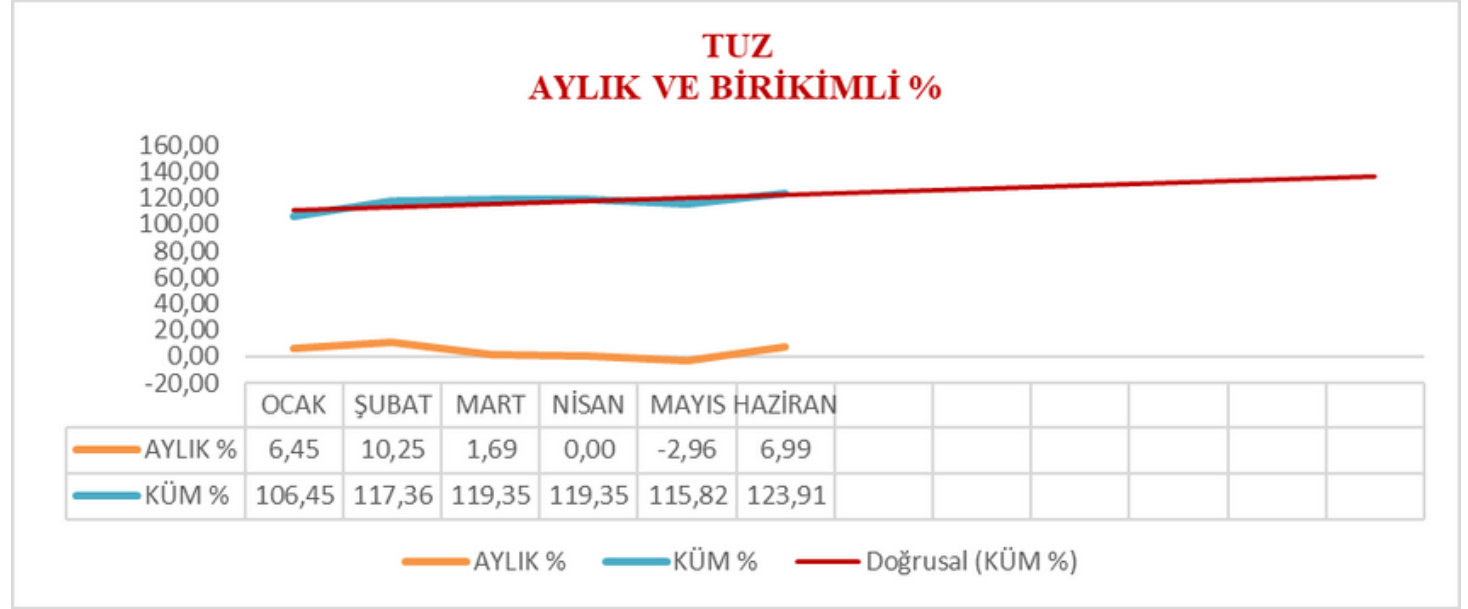


41-Tuz

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Sofra İyotlu (750 gr.), Carrefour Sofra (750 gr.), Cihan Sofralık İyotlu (1,5 kg.), Saray (750 gr.), Salina (750 gr.), Billur Tuz (750 gr.), Işıl Sofralık İyotlu (750 gr.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi



42-Türk Kahvesi

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Keyfe Özel Seri, Abdullah Efendi, Mehmet Efendi, Kocatepe 1949, Tarım Kredi (100 gr.)

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

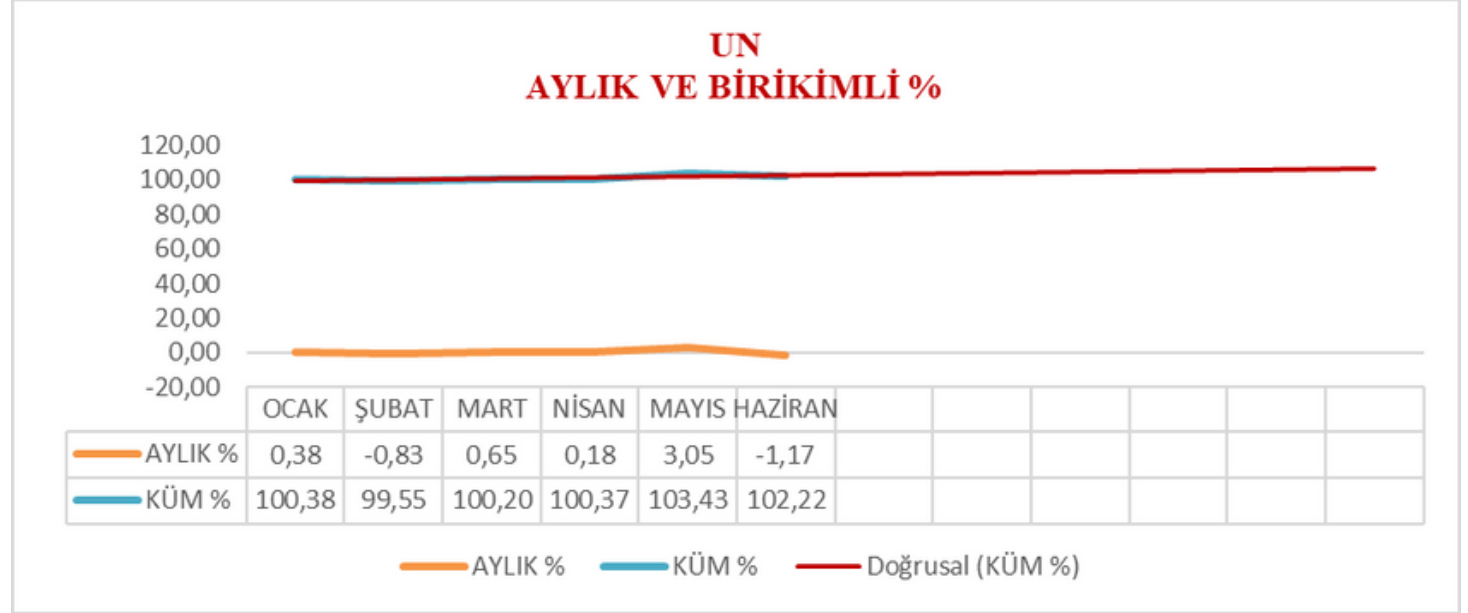


43-Un

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Gelenek Tam Buğday (2 kg.), Efsane Buğday (2 kg.), Sinangil (2 kg.), Hekimoğlu (5 kg.), Söke Geleneksel (2 kg.), Migros (2 kg.),Piyale (2 kg.), Tarım Kredi Anadolu (5 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

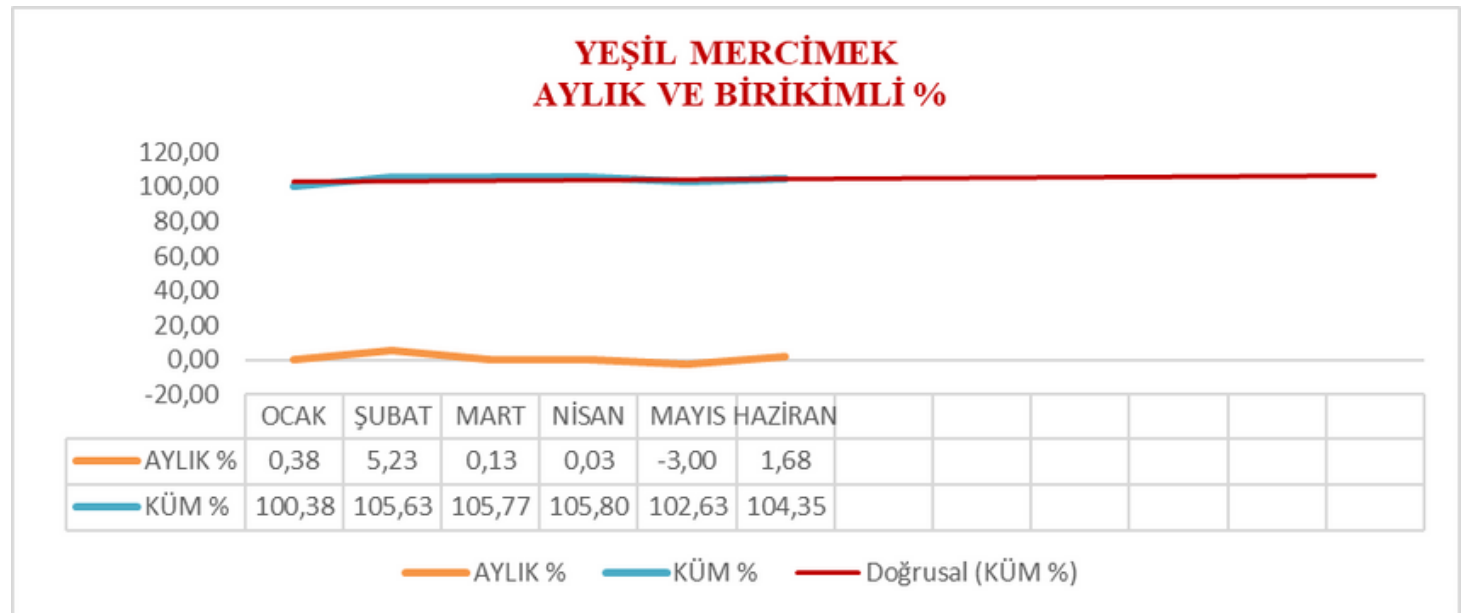


44-Yeşil Mercimek

a)Ürün grubunda yer alan ürünler

Yöremce (1 kg.), Saban (1 kg.), Carrefour (1 kg.), Altınıyıldız (900 gr.), Reis Sarıkaya (1 kg.), City Farm (1 kg.), Anadolu Mutfağı (1 kg.), Tarım Kredi (1 kg.).

b)Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

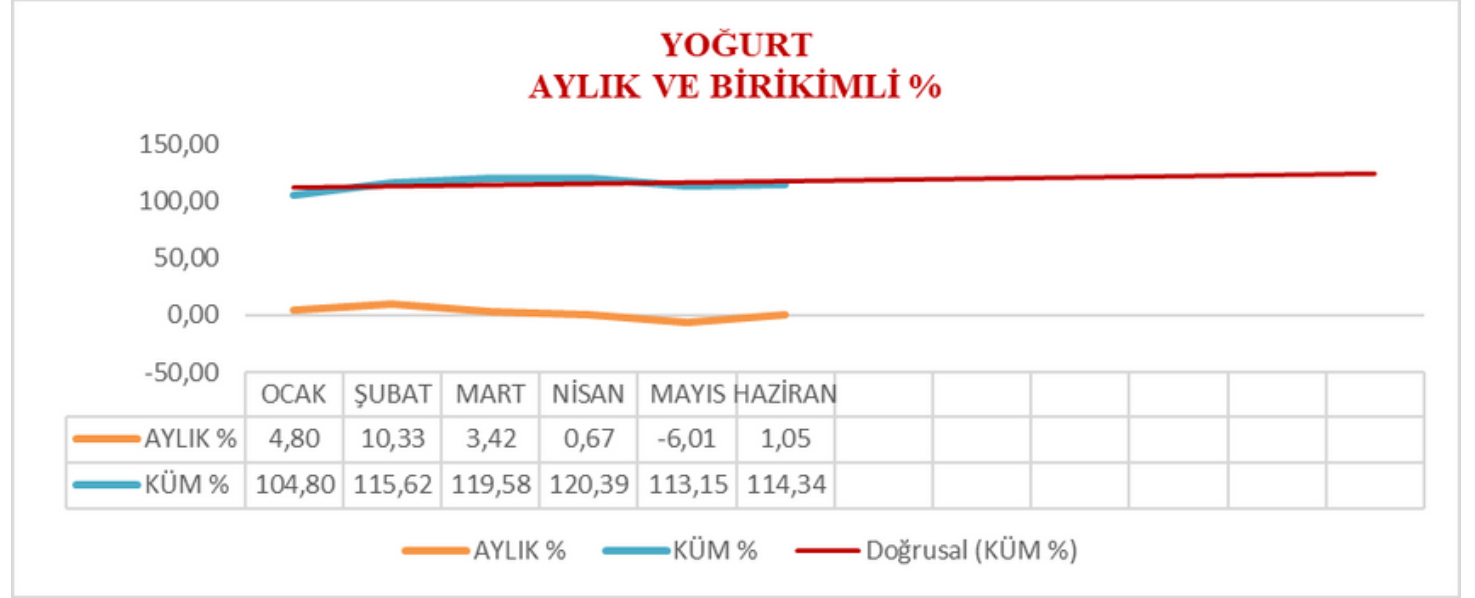


45-Yoğurt

a) Ürün grubunda yer alan ürünler

Birşah (1,5 kg.), Dosta Tam Yağlı (3 kg.), Torku Doğal Kase (1,5 kg.), İçim Kaymaksız (2 kg.), Aynes (2 kg.), Pınar Organik (1 kg.), Mis (1,5 kg.), Aynes (1 kg.)

b) Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

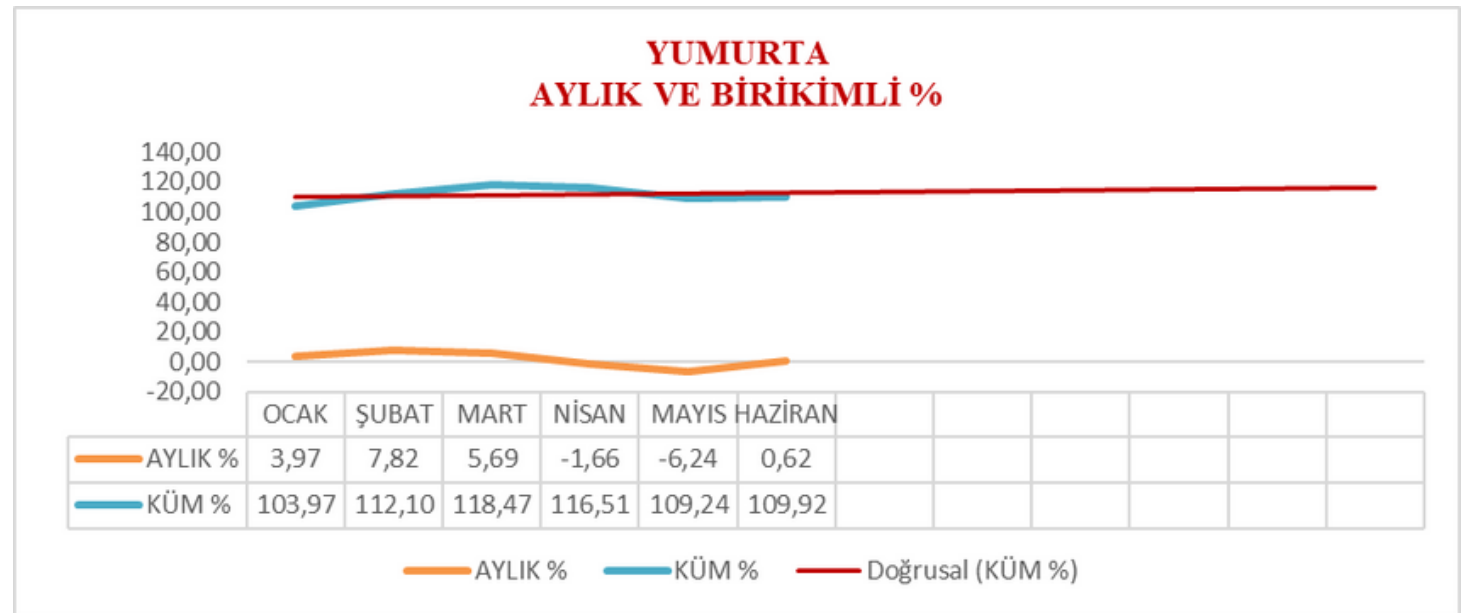


46-Yumurta

a) Ürün grubunda yer alan ürünler

MNS M Boy (6 adet), Bili Bili M Boy (30 adet), Kumbasar M Boy (10 adet), Rana L Viyol (30 adet), Dicle (30 adet), Raya M Boy (8 adet), Anadolu Çiftliği 63-72 Gr. (15 adet), Seltav M (30 adet)

b) Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi

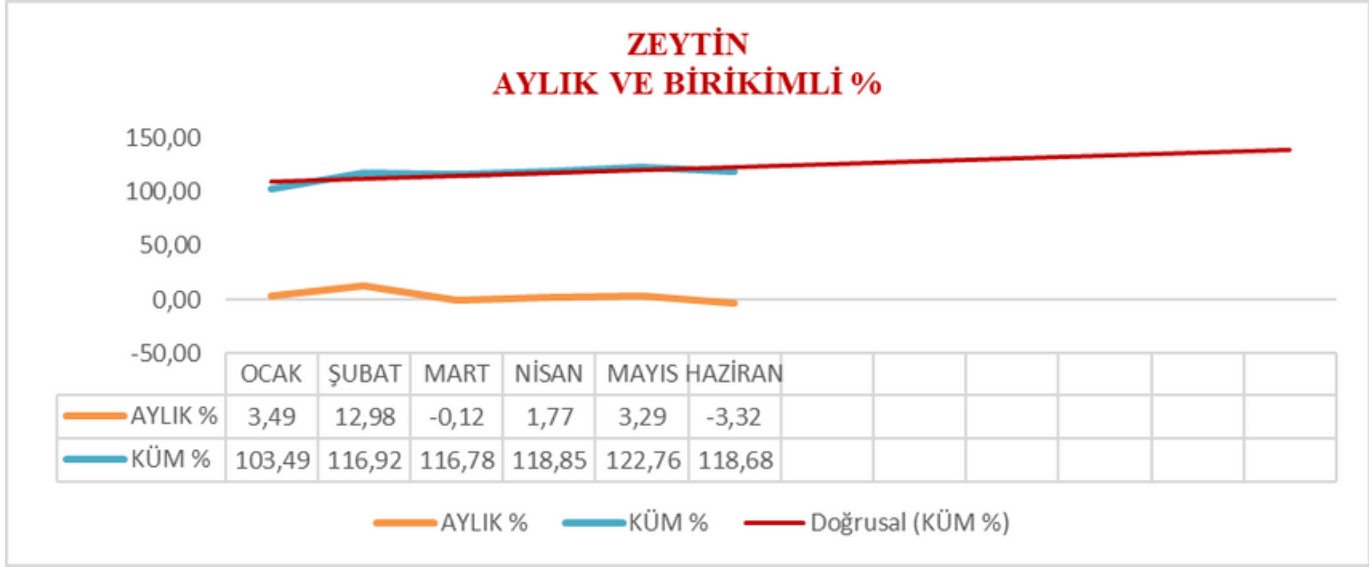


47-Zeytin

a) Ürün grubunda yer alan ürünler

Zeo Yeşil Kıрма 4 XL (400 gr.), İnci Doğal 231-290 Kalibre (500 gr.), Marmarabirlik M Boy (500 gr.), Cebel Salamura Yeşil Kokteyl (600 gr.), Öncü Zeytin Az Tuzlu (1 kg.), Happy Premium (1 kg.), Fora Gemlik Az Tuzlu 291-320 (800 gr.), Lio Salamura 321-380 (500 gr.), Tarım Kredi Doğal Salamura M (900 gr.).

b) Aylık dönemler ve birikimli yüzdesel fiyat değişimi



II-Satış Yerleri Bazında (alfabetik sıra ile)

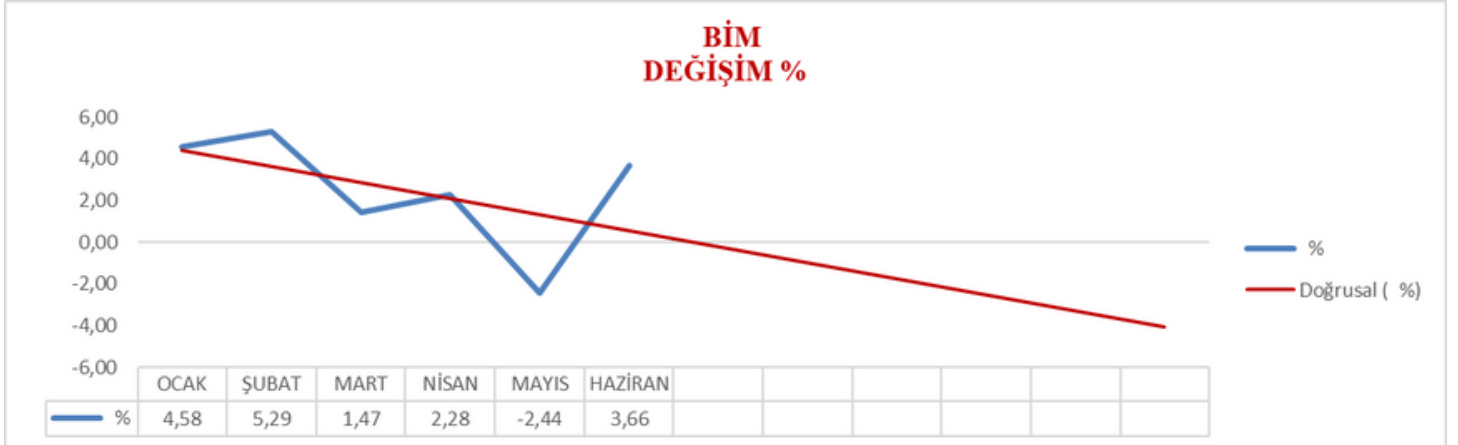
1-A101 Market

Bu satış yerinde 37 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.



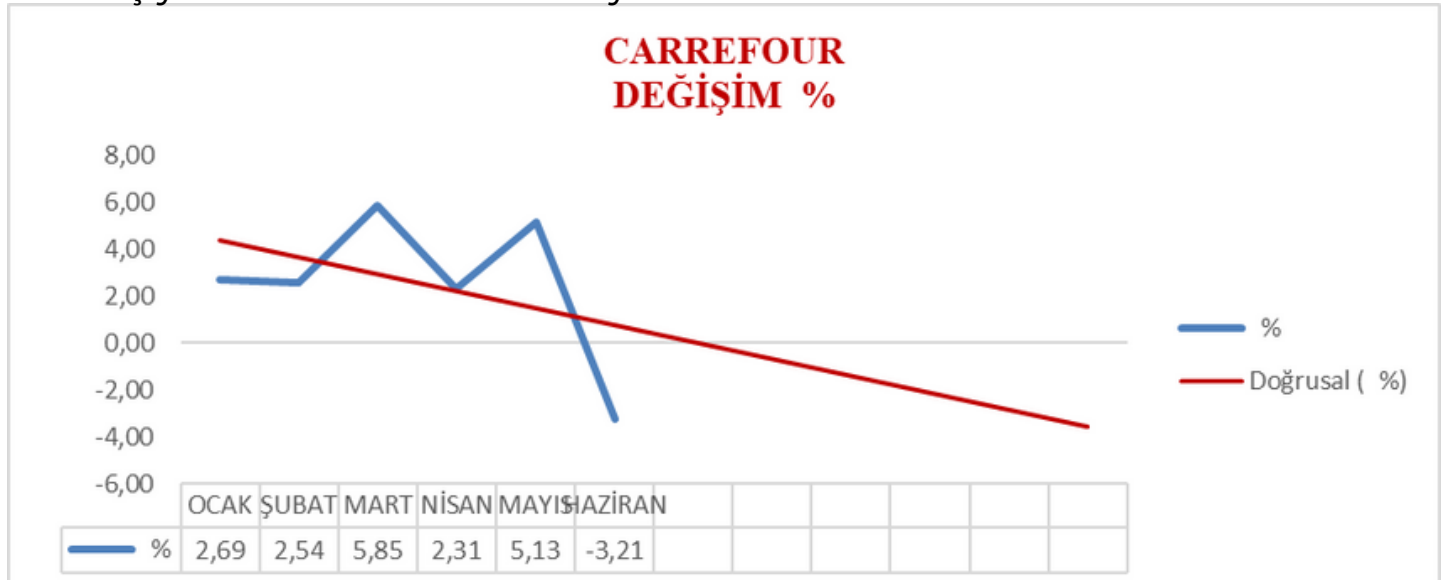
2-BİM

Bu satış yerinde 41 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.



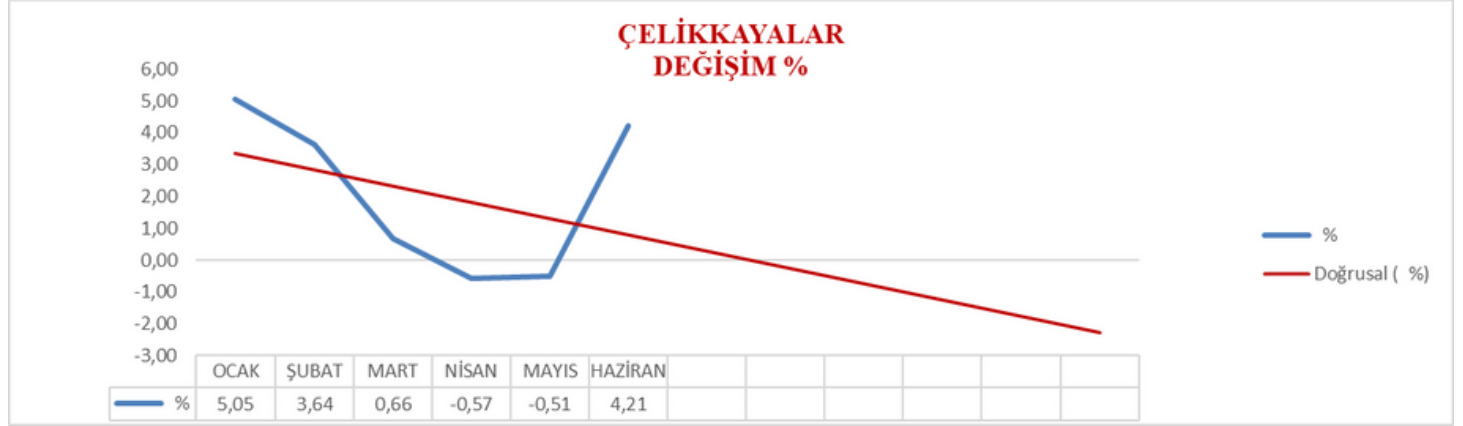
3-Carrefour

Bu satış yerinde 41 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.



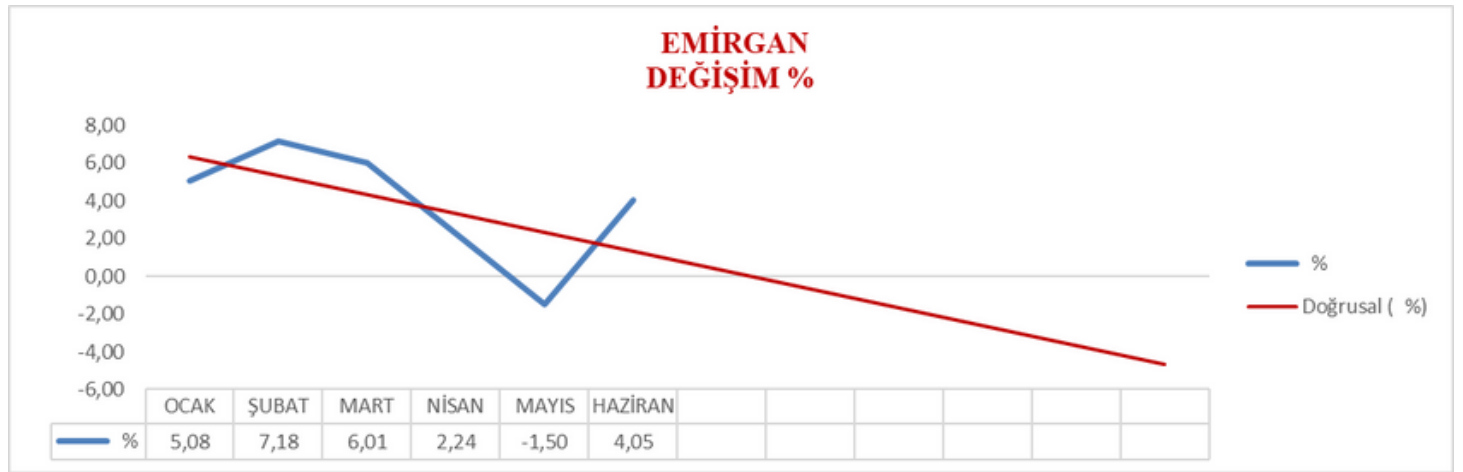
4-Çelikkayalar

Bu satış yerinde 39 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.



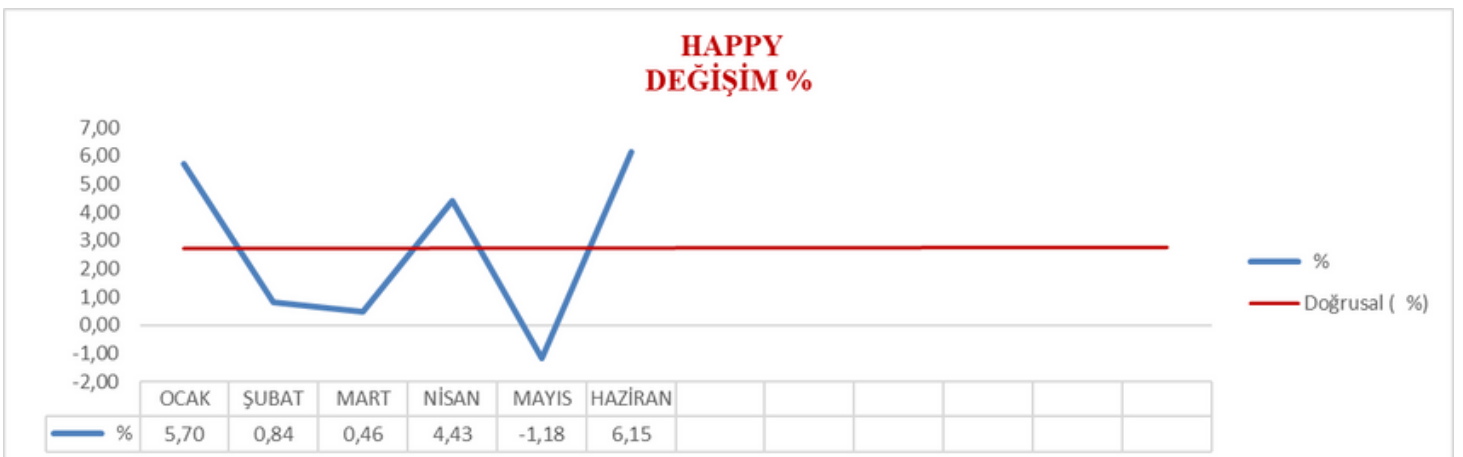
5-Emirgan

Bu satış yerinde 27 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.



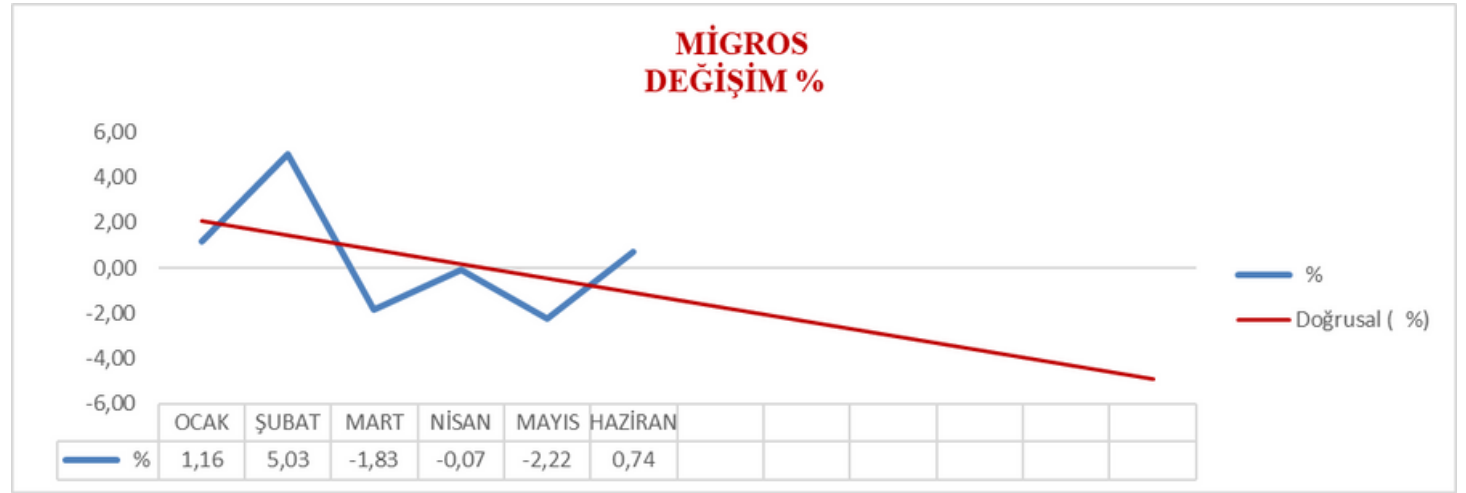
6-Happy

Bu satış yerinde 37 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.



7-Migros

Bu satış yerinde 38 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.



8-ŞOK

Bu satış yerinde 41 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.

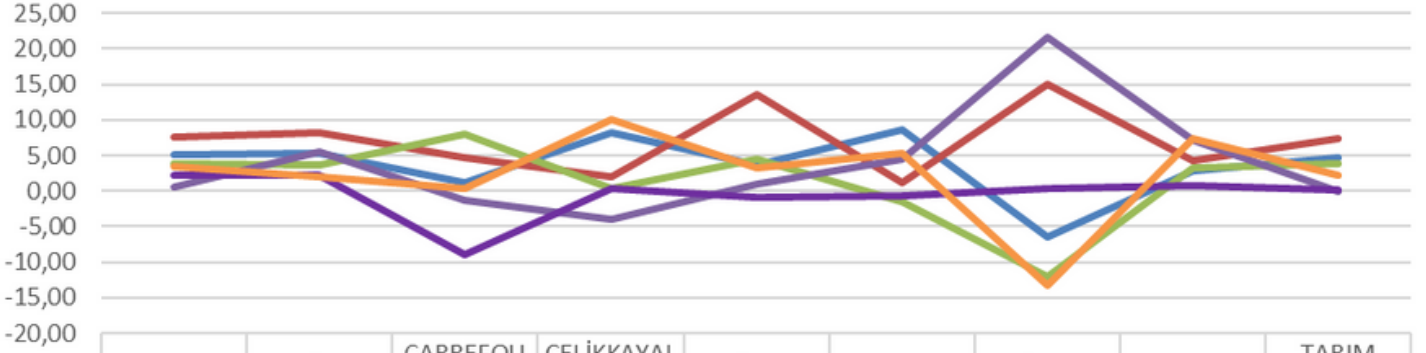


9-Tarım Kredi Kooperatifi

Bu satış yerinde 42 adet ürünün fiyatı alınmaktadır.



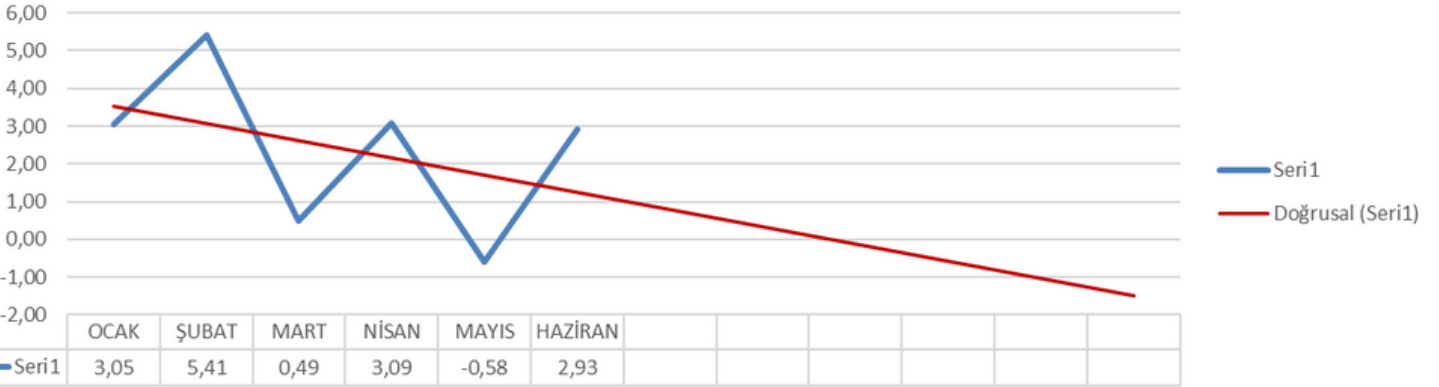
MARKET DEĞİŞİM %



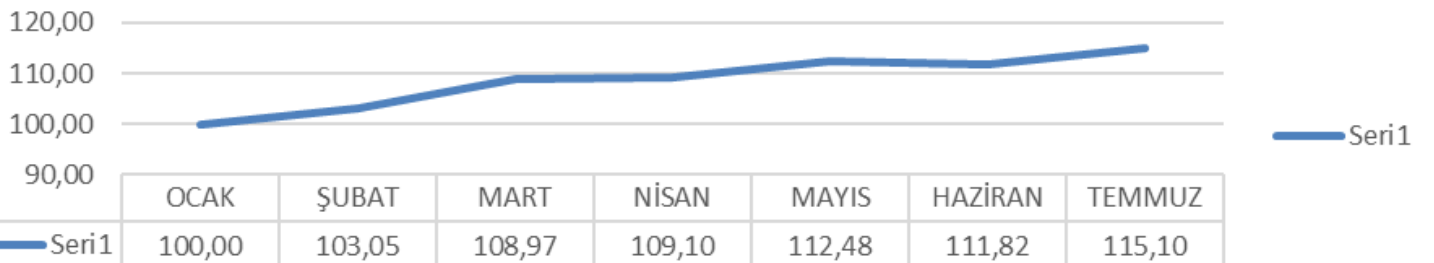
Seri1 Seri2 Seri3 Seri4 Seri5 Seri6

III-Aylık Dönemler Bazında ve Birikimli Değişim

AYLIK DEĞİŞİM %



AYLIK BİRİKİMLİ %



C-DEĞERLENDİRME

2022'den 2023'e yolculuk

2022 yılı yüksek fiyat artışlarının olduğu bir yıl oldu. Nitekim TÜİK 2022 yılında gerçekleşen TÜFE rakamını % 64,27 olarak açıkladı.[2]

TÜİK verilerine göre, 2023 yılının ilk altı aylık dönemi için gerçekleşen TÜFE rakamı da % 12,31 oldu.

2022 yılının ikinci yarısından itibaren bazı mal ve hizmet fiyatlarından alınan vergilerin düşürülmesi ve baz etkisi nedeniyle 2023 yılına girerken mal ve hizmet fiyatlarındaki artış devam etmekle birlikte hız kesmeye başladı.

Eşzamanlı olarak Tarım Kredi Kooperatifine bağlı marketlerin devreye alınması, iktidarın zincir marketlere **“fiyat sabitleme”** çağrısı,[3] 6 Şubat Depremi ile birlikte toplumdaki dayanışma duygusunun etkisi ve sonrasında Mayıs seçimleri nedeniyle ekonomi yönetimin uyguladığı **“seçim ekonomisi”** nedeniyle 2023'ün ilk yarısında da fiyat yükselişleri yaşanmakla birlikte 2022'ye nazaran yükselişin hızının kesildiği görülmektedir.

Genel görünüme ilişkin bu tespitler yanında, Tüketici Birliği Federasyonu Market Endeksi kapsamında yer alan gıda, alkolsüz içecekler ve sağlık ve temizlik ürünlerinin yer aldığı; TÜİK TÜFE alt kırılımları olan “gıda ve alkolsüz içecekler ve çeşitli mal ve hizmetler” deki değişim oranları ile karşılaştırıldığında, her iki veri kaynağının birbirini onaylamakta olduğu görülmektedir.

Özellikle Nisan, Mayıs aylarında uygulanan seçim ekonomisinin ortaya çıkardığı bu tablonun, market niteliğindeki satış yerleri üzerinde ekonomi yönetiminin ve toplumsal yakınmanın oluşturduğu hissedilir baskının market sepetindeki fiyat değişimini sınırlı tuttuğu görülmektedir.

Ancak, biliyorduk ki...

Mayıs seçimleri ile birlikte ekonomide yeni bir dönemin başlayacağı tüm paydaşlar tarafından biliniyordu. Ancak bu yeni dönemin, yaklaşan 2024 yerel seçimlerini ne denli dikkate alacağı sorusu, herkes için farklı yanıtlar içeriyordu.

[2] <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Aralik-2022-49651>

[3] <https://www.trthaber.com/haber/ekonomi/zincir-marketler-fiyat-sabitledi-735558.html>



Kimi çevreler yeni dönemin beraberinde getireceği sıkı ekonomik düzenin sonbahar aylarında başlayacağını öne sürerken, diğer bir kısım çevreler de sıkı ama gevşek de olmayan bir ekonomik düzenin yerel seçimlere kadar devam edeceği görüşündeydi.

Tüketici Birliği Federasyonu örgütlenmesi içinde ve özellikle Market Endeksi Çalışma Grubu tarafından yapılan arama konferansı niteliğindeki çalışmalarda, seçim sonrası yeni kabinenin

ile birlikte **“önden yüklemeli”** sıkı para politikası, kamu açığına azaltmayı amaçlayan önlemlerin hızlıca yaşama geçirileceği görüşüne ulaşıldı.

Öngörüye göre; “kurdaki artışın frenlenebilmesi için TCMB politika faizlerinin artıracaktır. Vergi oranlarında artış yapılacaktır. Ana maliyet kalemlerinden biri olan akaryakıt fiyatlarının, deyim yerindeyse “serbest salınım”a terkedilecektir. Asgari ücrete yapılacak ara zam ile birlikte market sepeti rakamları, hızlı yükselişe geçecektir. Eylül ayı ile birlikte eğitim giderleri, doğalgaz ve elektriğe yapılacak zamlar ile birlikte Haziran ayından itibaren 2022 yılının ilk yarısındaki günleri yeniden yaşamaya başlayacağız.”

Kusursuz Fırtına

Tüketici Birliği Federasyonu'nun yakından izlediği tüm genel veriler yanında, Tüketici Güven Endeksi, bireysel kredi ve kredi kart borç verileri ve benzeri göstergeler ışığında oluşturulan bu öngörüler sonuç olarak tek bir yere işaret ediyor; **Kusursuz Fırtına**.

Eylül ayına doğru şiddetini artıracak olan kusursuz fırtına nedeniyle Market Endeksi'nin, 2023 yılını % 100'ün üzerinde bir rakam ile bitireceğini gösteriyor. [4].