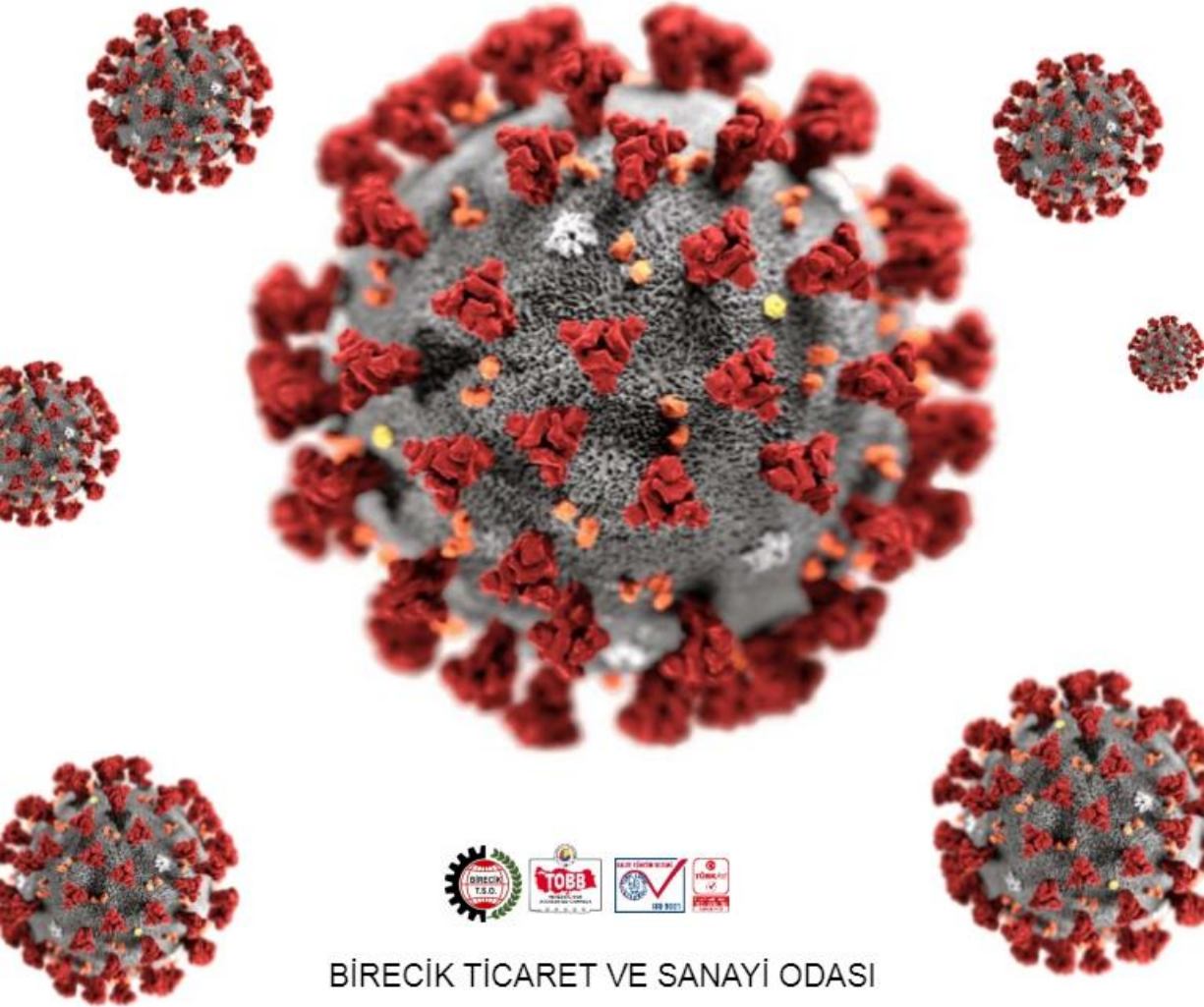


COVID-19

RAPORU

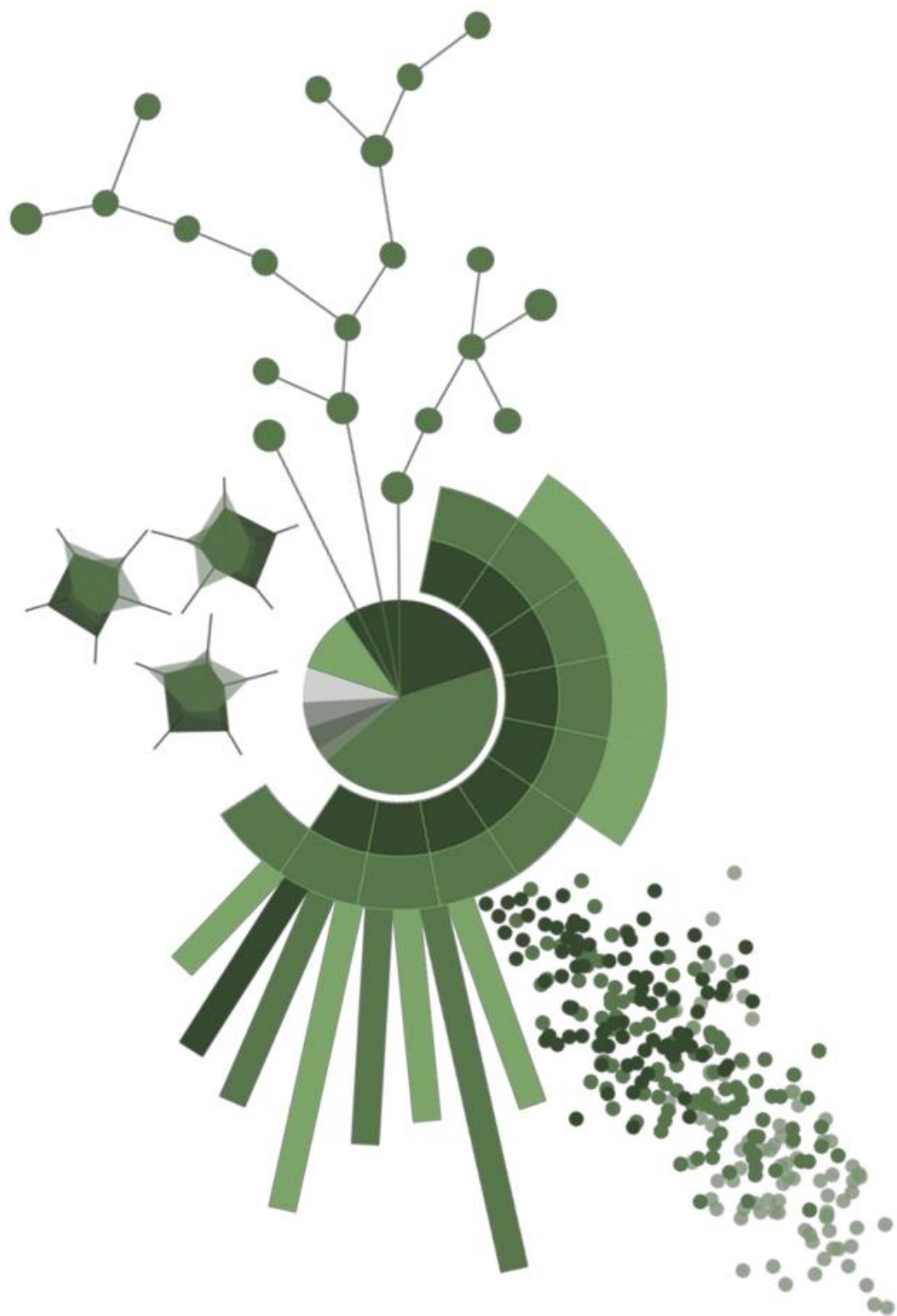


BİRECİK TİCARET VE SANAYİ ODASI

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	8
2019 SONU İTİBARIYLA TÜRKİYE EKONOMİSİNİN GENEL DURUMU	10
1.Büyüme	12
2.Enflasyon	13
3.Dış Ticaret ve Cari İşlemler	14
4.İstihdam	16
COVID-19 KÜRESEL SALGININ SEKTÖREL ETKİLERİ	20
SEKTÖRLERİN EVDE YAŞAM,SOSYAL YAŞAM,PROFESYONEL YAŞAM ALANLARINDA DAĞILIMI	25
TÜRKİYE'DE COVID-19 SÜRECİNDE MEVCUT DURUM	27
1.Covid-19 Pandemi Mücadelesinde Sosyal ve Toplumsal Önlemler	29
2.Yerli ve Milli Üretimin Stratejik Alanlardaki Önemi ve Stratejik Teşvikler	29
3.Toplumsal Dayanışma Tedbirleri	29
GÜNCEL TAKİP PLATFORMLARI	31
TÜRKİYE CORONAVİRÜSÜ İSTATİSTİKLERİ	32
COVID-19 SÜRECİNDE POLATLI İLÇESİ, İŞLETMELERDE KRİZ YÖNETİMİ, EKONOMİK HASAR VE İHTİYAÇ TESPİTİ	34
1.KRİZ YÖNETİMİ	36
1.1 Kriz Yönetiminin Tanımı ve Özellikleri	36
1.1 Kriz Yönetimi Süreci ve Bu Süreçte Uygulanan Teknikler	36
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	46
KAYNAKÇA	48
	50







GİRİŞ

Aralık 2019'da Çin'in Wuhan kentinde başlayan Korona virüs (Covid-19) salgını, önce Uzak-Doğu ekonomilerine, peşinden Amerika, Avrupa ve tüm dünyaya hızla yayıldı. Mart ayının sonlarına doğru Dünya nüfusunun yaklaşık %25'ini risk altına sokan Covid-19, küresel ekonomide başta turizm olmak üzere, sanayi, hizmetler sektörlerinde üretimin, iç ticaret ve dış ticaretin hızla gerilemesine neden oldu . Tüketici ve üretici güven endeksleri büyük düşüşler yaşadı. Hükümetlerin bütçe gelirleri düştü, harcamaları arttı. İşsizlik yükseldi. Bu bağlamda Korona virüs (Covid-19) salgınının dünya çapında yayılması üretimi, tedarik zincirlerini ve tüketimi etkilerken dünyadaki ekonomik faaliyetleri sert şekilde daraltmış, bazı sektörleri durma noktasına getirmiştir.

Salgının gelişimiyle ilgili belirsizlikteki artış problemi daha vahim hale getirmektedir. Finansal koşullardaki sıkışma, hane halklarının gelir kaybı ve firmaların nakit akışındaki bozulma, talepte de belirgin bir zayıflamaya yol açmaktadır. Salgının yayılmasına karşı uygulanan sosyal yalıtım tedbirleri hizmetler sektörü faaliyetlerini büyük oranda azaltmıştır. Salgının doğurduğu finansal sorunlar, işsizlik, talep azalması, üretim güçlükleri ve belirsizlik dünyadaki hemen her ekonomide az veya çok olumsuz etkiler doğurmuş, bir kriz sürecine girilmiştir. Tüm dünyayı etkisi altına alan salgının 2008 küresel finans krizinden daha derin ekonomik etkileri olduğu görülmektedir. İstihdam, tedarik zincirleri ve üretim kapasitesi üzerinde meydana gelebilecek kalıcı bir

tahribatın önlenmesi amacıyla küresel çapta büyük ölçekli parasal ve mali tedbirler uygulamaya konulmuştur. Parasal tedbirler kapsamında gelişmiş ve gelişmekte olan ülke merkez bankalarında faiz indirimleri, varlık alımları, likidite artırımı ve kredi destek programları gibi çeşitli uygulamalar öne çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelere yönelik portföy akımlarında bir önceki yılın son çeyreğindeki toparlanma eğilimi 2020 yılı başında da sürerken, salgının küresel bir nitelik kazanmasını takiben bu ülkelerden büyük ölçekli sermaye ve fon çıkışları gerçekleşmiştir. Mart ayında, küresel finansal kriz dönemi de dahil olmak üzere, Gelişmekte olan ülkelerin portföy piyasalarından şimdiye kadarki en yüksek miktarlı çıkış gerçekleşmiştir. Normalleşme sürecine ilişkin belirsizlikler halen yüksek seyretmekle birlikte açıklanan para ve maliye politikası önlemlerinin de etkisiyle söz konusu ülkelerin portföy piyasalarına akımların 2020 yılının ikinci yarısında bir miktar toparlanması beklenmektedir. Diğer taraftan, seyahat kısıtlamaları, sokağa çıkma yasağı uygulamaları, ücretsiz izin uygulamaları ve çalışma saati düzenlemeleriyle hane gelirinin azalması, salgının psikolojik etkileri ve arzdaki kısıtlamalar doğal olarak sektörel talep değişimleri oluşturmuş ve dolayısıyla salgın hem üretimi hem de üretime olan talebi etkileyen bir boyut kazanmıştır. Talepteki ve arzdaki bu daralmalar, dünya çapında milli gelir tahminlerini etkilemiş; hatta uluslararası

kuruluşlar dünyanın Büyük Buhrandan beri en ciddi ekonomik krizi yaşayacağı konusunda uyarılar yapmıştır . Salgına bağlı gelişmeler Türkiye’de de Mart ayının ortasından itibaren ekonomik faaliyetleri dış ticaret, turizm ve iç talep kanallarıyla etkilemeye başlamış, etkiler Nisan ayı itibarıyla derinleşerek tüm ekonomiye yansımıştır. Türkiye’de de ikinci çeyrekte yavaşlamanın arttığı gözlenmektedir. Türkiye’de salgına karşı tedbir olarak Alışveriş merkezleri kapanmış, hizmet sektöründeki; kafe-kahvehane, berber, kuaför gibi faaliyetlere tümüyle ara verilmiş, restoran, pastahane gibi işkollarında faaliyetler sınırlandırılmıştır. Tekstil- hazır giyimden, otomotiv sanayiindeki çok sayıda işkolunda iç ve dış talebin düşmesiyle üretim durma noktasına gelmiştir. Bu çalışma Polatlı ilçesinde faaliyet gösteren işletmelerin 2020 yılında pandemi ile birlikte ortaya çıkan küresel kriz sürecinde kendini hissettirmeye başlayan ve 2020 yılının ortalarında şiddeti doruğa çıkan küresel ekonomik krizden etkilenme düzeylerini ve kriz yönetimi çalışmalarını ortaya koymak için gerçekleştirilmiştir. Pandemi ile birlikte ortaya çıkan küresel ekonomik krizin işletmeler üzerindeki etkilerini saptamaya yönelik olan bu araştırma, Polatlı ilçesindeki işletmelerle sınırlı olup temel problemi buradaki işletmelerde “Kriz Yönetimi, Ekonomik Hasar ve İhtiyaç Tespiti” konusundaki durumun ne olduğu sorusuna cevap bulmaktır.



2019

SONU İTİBARIYLA TÜRKİYE EKONOMİSİNİN GENEL DURUMU

Türkiye ekonomisinin 2015-2019 yılları genel dengesi Tablo 1'de yer almakta olup, Türkiye'nin GSYH'si, 2019 yılında 754 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında GSYİH, 2018 döviz krizinin etkisi ile % 0,9 büyümüştür. Enflasyon 2018 de % 20,30 olurken 2019 yılında % 11,84 ile 2017 yılı seviyesine inmiştir. İşsizlik Oranı % 13,0, İşgücüne Katılım Oranı % 52,3 olarak gerçekleşmiştir. TL bu dönemde reel olarak % 23,3 değer kaybederek TÜFE Bazlı Reel Efektif Döviz Kuru endeksi 2015 yılındaki 99,2 seviyesinden 76,1'e gerilemiştir. 2019 yılı sonu itibarıyla 1 USD = 5,95 TL, EUR= 6,68 TL olmuştur. Dış ticaretteki rakamlar, 2019 yılında 2018 yılına göre; ihracat % artarak 180,8 milyar dolar, ithalat % azalarak 210,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Dış ticaret açığı 29,5 milyar dolar, ihracatın ithalatı karşılama oranı % 86, cari işlemler fazlası 8,7 milyar dolar, cari işlemler fazlasının GSYİH içindeki payı, % 1,2 olmuştur. Net Doğrudan Yatırımlar 5,6 milyar dolar olmuştur. Kamu Bütçesi bağlamında bütçe

gelirleri; 875,8 milyar TL, harcamalar 999,5 milyar TL, bütçe açığı 123,7 milyar TL olarak GSYH'nin % 2,9'u olarak gerçekleşmiştir. Faiz giderleri 99 milyar TL ile bütçenin %10'u düzeyinde gerçekleşmiştir. Merkezi yönetim toplam borç stoku 2015 yılında 678,2 milyar TL iken 2019 yılında % 96 artışla 1.328,8 milyar olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde enflasyon oranının %78 olduğu göz önüne alındığında borç stokunun reel olarak %10 civarında arttığı görülmektedir.

Türkiye Ekonomisinin Genel Dengesi (2015-2019) rakamları irdelendiğinde, özetle artan ve kronik hale gelen işsizlik, 2018 krizinin etkisiyle düşük büyüme oranı ve bunun düşürdüğü dış ticaret açığının etkisiyle uzun yıllardan sonra verilen ve konjonktürel olduğu görülen cari fazla enflasyonist bir ekonomi, döviz kurunun son beş yılda % 23 oranında reel değer kaybı, vergi gelirlerinin düşmesi ve askeri harcamalardaki artışın getirdiği bütçe açığının artması ve bunun birikimli olarak toplam borç stokunu 5 yılda reel olarak % 10 arttırdığı görülmektedir.

COVID-19 VE EKONOMİK YANSIMALARI KISA VADEDE EKONOMİK KAZANANLAR VE KAYBEDENLER



Kaynak: Döde Economic & Financial Consulting (<https://dodedef.com/en/infografijski>),
Görsel Türkiye Bilimler Akademisi (TCBA) tarafından Türkiye'de yayınlanmıştır.

Tablo 1. Türkiye Ekonomisinin Genel Dengesi (2015-2019)

Büyüme	2015	2016	2017	2018	2019
GSYH (milyar USD)	862	863	853	789	754
GSYH (milyar TL)	2.339	2.609	3.111	3.724	4.280
Büyüme Oranı (%)	6,1	3,2	7,5	2,8	0,9
Enflasyon (%)					
TÜFE (yıllık)	8,81	8,53	11,92	20,30	11,84
Yurt İçi ÜFE (yıllık)	5,71	9,94	15,47	33,64	7,36
İşgücü Piyasası Verileri Mevsim sellikten Arındırılmış					
İşsizlik Oranı (%)	10,2	12,0	9,9	12,8	13,0
İşgücüne Katılım Oranı (%)	51,7	52,4	53,1	53,0	52,3
Döviz Kurları					
TÜFE Bazlı Reel Efektif Döviz Kuru	99,2	93,6	86,3	76,4	76,1
USD/TL	2,92	3,52	3,79	5,32	5,95
EUR/TL	3,17	3,71	4,55	6,08	6,68
Döviz Sepeti (0,5*EUR+0,5*USD)	3,04	3,61	4,17	5,70	6,32
Dış Ticaret Dengesi (1) (milyar USD)					
İhracat	151,0	149,2	164,5	177,2	180,8
İthalat	213,6	202,2	238,7	231,2	210,3
Dış Ticaret Dengesi	-62,6	-52,9	-74,2	-54,0	-29,5
İhracatın ithalata Karşılama Oranı (%)	70,7	73,8	68,9	76,6	86,0
Ödemeler Dengesi (1) (milyar USD)					
Cari İşlemler Dengesi	-27,3	-26,8	-40,6	-20,7	8,7
Finans Hesabı	-21,2	-21,7	-46,8	-10,9	1,8
Doğrudan Yatırımlar (net)	-14,2	-10,8	-8,4	-9,4	-5,6
Portföy Yatırımları (net)	15,3	-6,4	-24,1	3,1	1,2
Diğer Yatırımlar (net)	-10,6	-5,3	-6,2	5,7	-0,2
Rezerv Varlıklar (net)	-11,8	0,8	-8,2	-10,4	6,3
Net Hata ve Noksan	6,1	5,1	-6,3	9,8	-6,9
Cari İşlemler Açığı/GSYH (%)	-3,2	-3,1	-4,8	-2,6	1,2
Bütçe Gerçekleşmeleri (2)(3) (milyar TL)					
Harcamalar	506,3	584,1	678,3	830,5	999,5
Faiz Harcamaları	53,0	50,2	56,7	74,0	99,9
Faiz Dışı Harcamalar	453,3	533,8	621,6	756,5	899,5
Gelirler	482,8	554,1	630,5	757,8	875,8
Vergi Gelirleri	407,8	459,0	536,6	621,3	673,3
Bütçe Dengesi	-23,5	-29,9	-47,8	-72,8	-123,7
Faiz Dışı Denge	29,5	20,3	8,9	1,3	-23,8
Bütçe Dengesi/GSYH%	-1,0	-1,1	-1,5	-2,0	-2,9
Merkezi Yönetim Toplam Borç Stoku (milyar TL)					
İç Borç Stoku	440,1	468,6	535,4	586,1	755,1
Dış Borç Stoku	238,1	291,3	341,0	481,0	573,7
Toplam Borç Stoku	678,2	760,0	876,5	1.067,1	1.328,8

Kaynak: TÜİK, TCMB, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, T.C. Ticaret Bakanlığı verileriyle hazırlanmıştır.

COVID-19

PANDEMİSİNİN TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİLERİNİN MAKRO DEĞERLENDİRMESİ

Covid-19 pandemisinin Türkiye ekonomisine etkilerini makro bağlamda değerlendirmek için, büyüme, enflasyon, kamu maliyesi, istihdam, dış ticaret ve cari açık, faiz, döviz kuru, üretim, finansal sektör gibi makro büyüklükler üzerindeki etkilerin irdelenmesini gerektirmektedir.

1. Büyüme

2019 yılının son çeyreğinde %6, yılın tamamında %0,9 oranında büyüyen ve Orta Vadeli Program'a göre bu yıl için büyüme tahmini yüzde 5 olan Türkiye ekonomisi, salgın nedeniyle çeşitli tahminlere göre 2020 yılını küçülerek tamamlayacak, 2021 yılında büyümeye geçecektir.

Türkiye'de 10 Mart'ta ilk korona vakasının belirlenmesinden sonra alınan tedbirler ve tecrit önlemleri ekonomiyi yavaşlatmıştır. İşletmelerin kendi aldığı veya kamunun uyguladığı tedbirler kapsamında öncelikle ekonominin arz tarafına çeşitli kısıtlamalar getirilmiştir. Bazı tesislerde üretimin durdurulması veya kapasite sınırlaması getirilmesi ile özellikle hizmet ve perakende sektörlerinde yer alan çeşitli işletmelerin kapatılması gibi tedbirler, üretkenliğin azalmasına neden olmuştur.

Bu bağlamda, AB Komisyonu, Türkiye ekonomisinin 2020 yılında yüzde 5.4 daralacağını 2021 yılında ise yüzde 4.4 büyüyeceğini öngörmektedir. Fitch Solutions, bu yıl Türkiye'de yüzde 3.4 daralma beklediklerini, gelecek yıllarda ise ılımlı bir toparlanma olacağını açıklamıştır. IMF, 2020 yılında Türkiye için de yüzde 5 küçülme öngörmektedir. Moody's Investors Service yayınladığı Global Makro Görünüm 2020-2021 raporunda, G20 ülkeleri için 2020 ve 2021 yılı büyüme tahminlerini revize etmiş ve Türkiye ekonomisinin 2020 yılında yüzde 5

daralacağını, 2021 yılında ise yüzde 3,5 büyüme yaşanacağını öngörmektedir .

Dünya Bankası (DB), 9 Nisan 2020 tarihli raporunda Türkiye için 2020 büyüme tahminini yüzde 0,5'e indirmiştir. DB, 2021 yılında Türkiye ekonomisinin yüzde 4 2022 yılında yüzde 4.0 büyüyeceğini öngörmektedir . Reuters anketine katılan yaklaşık 40 ekonomistin tahminlerinin medyan (ortanca) değerine göre, Türkiye Gayrı Safi Yurtiçi Hasılası'nın (GSYH) bu yılın tamamında yüzde 1.4 daralması beklenirken, ikinci ve üçüncü çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre sırasıyla yüzde 8.6 ve yüzde 5.3 daralma yaşanacağı tahmin edilmektedir .

Deloitte'in farklı senaryolar ve politikalara göre hesaplamalar yaptığı çalışmada, Türkiye için senaryolara göre yüzde 0,6 ile yüzde 8 gibi geniş bir aralıkta daralma tahmini yapılmıştır. Tablo 2'de Senaryo 1'in üç aylık toparlanma süreci öngören sonuçları sunulmaktadır. Senaryolara göre; Türkiye ekonomisinin salgının olumsuz etkilerinden asgari düzeyde hasarla kurtulabilmesi için Mayıs sonu itibarıyla aktif vaka sayısının kontrol edilebilir seviyede tutulabilmesi, Haziran'da tedbirlerin kademeli olarak gevşetilmeye başlamasıyla beraber Haziran sonu itibarıyla ekonominin normale dönebilmesi gerekmektedir. Tablo 2'de kurumların güncellenen büyüme tahminleri ve bu çalışmadaki IMF'nin salgın sonrası büyüme beklentisi en büyük daralmayı öngörmektedir.

Tablo 2. Covid-19 Salgını Sonrasında Türkiye İçin Değişen Büyüme

Tahminleri,%	Covid-19 öncesi	Covid-19 sonrası	Fark
Kurum			
IMF	3,0	-5,0	8,0
Dünya Bankası	3,5	0,5	3,0
EIU	3,8	-3,5	7,3
Ortalama	3,4	-2,7	6,1
Deloitte Türkiye	3,5	-1,9	5,4

Kaynak: Deloitte Türkiye. (Nisan 2020).

Türkiye ekonomisi, salgının etkilerinin yoğun hissedilmediği 2020 yılının ilk çeyreğinde %4,5 büyümüştür. Bir önceki çeyreğe göre ise mevsim ve takvim etkisinden arındırılmış verilerle büyüme %0,6 artmıştır. Cari fiyatlarla GSYH 4,3 trilyon TL'den 4,4 trilyon TL'ye, dolar cinsinden ise 754 milyar dolardan 758 milyar dolara yükselmiştir.

2020 yılının ilk çeyreğinde %4,5 büyümenin 4 puanını tüketim kalemi, 5,3 puanını stoklar oluşturmuştur. Son 7 çeyrektir yatırımlar büyümeye negatif katkı sağlarken, bu çeyrekte de büyümeye -0,4 puan negatif etkisi

olmuştur. Net ihracat ilk çeyrekte net ihracatın büyümeye -4,3 puan negatif etkisi olmuştur. Büyümeye üretim yönüyle baktığımızda, %4,5'lik büyümeye en büyük katkıyı 1,3 puanla sanayi sektörü vermiştir. Bunu 0,8 puanla hizmet sektörü takip etmiştir. Kamu yönetimi, eğitim, insan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri büyümeye 0,5 puan, bilgi ve iletişim sektörü 0,3 puan, tarım sektörü ise 0,1 puan katkıda bulunmuştur. İnşaat sektörü ise son 7 çeyrekte negatif katkıda bulunmakta olup bu çeyrek -0,1 puanlık negatif katkı sağlamıştır.

2.Enflasyon

2019 sonunda %11,84 olarak gerçekleşen Tüketici Fiyatları Enflasyonu (TÜFE); Şubat 2020'de 12,37; Mart ayında % 11,87 ve 2020 yılının ilk çeyreğinde yüzde 11,86 olmuştur. Nisan ve Mayıs aylarında sırasıyla aylık TÜFE artışı %0,85 ve %1,36 olurken yıllık TÜFE enflasyonu Mayıs ayı itibarıyla %11,39 olmuştur.

Tablo 3. Türkiye Aylık Enflasyon Rakamları, Ocak-Mayıs 2020

Ay	TÜFE (%)		2020 Yılı		ÜFE (%)	
	Aylık	Yıllık	Ay	Aylık	Yıllık	
Ocak	1,35	12,15	Ocak	1,84	8,84	
Şubat	0,35	12,37	Şubat	0,48	9,26	
Mart	0,57	11,86	Mart	0,87	8,50	
Nisan	0,85	10,94	Nisan	1,28	6,71	
Mayıs	1,36	11,39	Mayıs	1,54	5,53	

Kaynak: TÜİK

**Şekil 1.Yıllık Enflasyonun Gelişimi**

Kaynak: İşbank (2020/a)

Türk Lirası'nda son aylardaki hızlı değer kaybı enflasyonist bir etki yaratsa da dünya piyasalarında petrol ve emtia fiyatlarındaki gerileme ve taleplerdeki düşüşün bu etkiyi büyük ölçüde azalttığı görülmektedir .Bu çerçevede, TCMB 30 Nisan'da yayımladığı Enflasyon Raporu'nda 2020 yılsonu enflasyon tahminini, yıllık ortalama petrol fiyatı tahminininin 60 USD'den 32,6 USD'ye çekilmesi, gıda enflasyonu öngörüsünün %11'den %9,5'e indirilmesi ve çıktı açığında yapılan aşağı yönlü güncelleme nedenleriyle %8,2'den

%7,4'e çekerken 2021 yılsonu enflasyon tahminini olan %5,4'ü değiştirmedir .

Dünya Bankası, korona virüs salgınının kontrol altına alınmasına bağlı olarak Banka'nın Türkiye için 2020 yılı enflasyon tahmini yüzde 11 olurken, enflasyonun 2021'de yüzde 9,0'a ve 2022'de yüzde 8,5'e gerileyeceği öngörüsünde bulunmuştur (Worldbank,2020). IMF Türkiye'de enflasyonun 2020 yılında yüzde 11.4, 2021'de ise yüzde 11.7 olarak gerçekleşeceği tahmininde bulunmuştur .

3. Dış Ticaret ve Cari İşlemler Bilançosu

TÜİK verilerine göre Mart ayında ihracat hacmi geçen yılın aynı ayına kıyasla %17,8 azalarak 13,4 milyar USD olurken, ithalat %3,1 artışla 18,8 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Böylece, dış ticaret açığı %181,6 genişleyerek 5,4 milyar dolara yükselmiştir. Dış ticaret açığındaki genişleme yılın birinci çeyreğinde Ocak-Mart 2020 döneminde %117,3 olmuştur. Bu dönemde ihracatın ithalatı karşılama oranı 2019'daki %88,2 seviyesinden %76,8'e gerilemiştir. Korona virüs salgınının yarattığı olumsuzluklar nedeniyle ihracatta Mart'ta başlayan yıllık bazdaki düşüş Nisan ayında

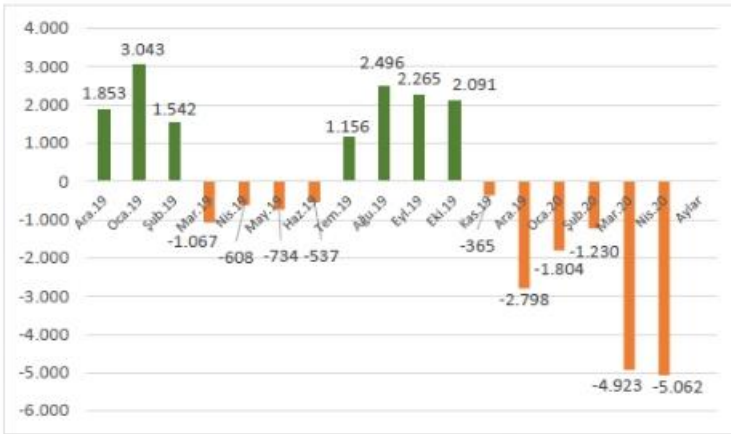
devam etmiştir. TÜİK verilerine göre Nisan ayında ihracat hacmi geçen yılın aynı ayına kıyasla %41,4 azalarak 9 milyar USD olurken, ithalat %25 daralarak 13,6 milyar USD düzeyinde gerçekleşmiştir. Böylece, dış ticaret açığı % 67 genişleyerek 4,6 milyar USD'ye yükselmiştir. Dış ticaret açığındaki genişleme Ocak-Nisan 2020 döneminde %102,3 olmuştur. Bu dönemde ihracatın ithalatı karşılama oranı 2019'daki %87,4 seviyesinden %74,7'ye gerilemiştir. Dış satım mayıs ayında bir önceki aya göre yüzde 10,84 artmıştır.



Geçtiğimiz yılın Mart ayında 120 milyon USD seviyesinde olan cari açık Mart 2020’de 4,92 milyar USD olmuştur. Geçtiğimiz yılın ilk çeyreğinde ekonomik aktivitedeki zayıflığa bağlı olarak sınırlı düzeyde gerçekleşen cari açık, ithalat hacminde özellikle yılın ilk iki ayında kaydedilen yükseliş ve Mart ayında yaşanan belirgin artışın da etkisiyle bu yılın aynı döneminde 7,6 milyar USD olmuştur. Cari açığındaki bu hızlı genişlemede dış ticaret açığının yıllık bazda yaklaşık 6 katına çıkmasının yanı sıra virüs salgını nedeniyle hizmet gelirlerinde yaşanan düşüş de önemli rol oynamıştır. 12 aylık cari fazla da azalarak Mart ayında 1,5 milyar USD olmuştur. Nisan 2020’de Cari açık 5.062 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bunun sonucunda on iki aylık cari işlemler açığı 3.291 milyon ABD doları olmuştur .



Pandeminin etkisiyle önceki yıla göre Nisan 2020’de ihracatımız; Fransa’ya %66; İspanya’ya %59; İngiltere’ye % 57,7;İtalya’ya %51; Belçika’ya %48,8; Almanya’ya %35,9; Irak’a %34,4 ve ABD’ye %25,1 oranında düşmüştür. Nisan 2020’de AB ülkelerine ihracatımız 2019 Nisan ayına göre % 49 azalışla 3 milyar 739 milyon dolar olurken bu bölgeye yapılan ihracat toplam ihracatımızın %41,9’unu teşkil etmiştir. (T.C.Ticaret Bakanlığı,2020).



Şekil 3. Aylık Cari İşlemler Dengesi (Milyar Dolar)

Kaynak: T. C. Ticaret Bakanlığı verileriyle oluşturulmuştur.

4. İstihdam

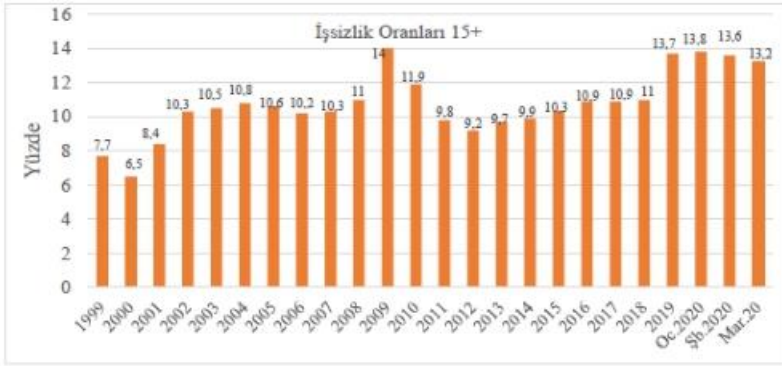
Türkiye ekonomisinde Şekil 11’de yer aldığı gibi Ocak 2018’de 28 milyon 29 bin olan mevsim etkisinden arındırılmamış istihdam, 2018 Ağustos ayında 29 milyon 318’e yükselmiştir. Bu tarihten Şubat 2019’a kadar azalış gösteren istihdam sayısı Şubat 2019’da artış, Temmuz 2019’dan sonra ise azalmaya başlamıştır. 2020 Ocak ayında istihdam rakamları Ağustos 2018 itibariyle 2 milyon 52 bin azalarak 27 milyon 266 bine gerilemiştir. Mart 2020’de istihdam edilenlerin sayısı 26 milyon 133 bine, istihdam oranı ise yüzde 42 ile 2018 krizinden bu yana en düşük rakamlara düşmüştür. İstihdam edilenlerin %16,4’ü tarım, %21,1’i sanayi, %4,9’u inşaat, %57,6’sı ise hizmet sektöründe yer almaktadır. Türkiye’de işgücüne katılım oranı % 50-54 aralığındadır.

İşsizlik oranı ise, 2019 yılında 2018’e göre 2,7 puan artarak %13,7 olmuştur. 2019 yılında genç işsizlik oranı %25,4 olmuştur.

TÜİK tarafından 11 Mayıs 2020 tarihinde açıklanan (Ocak-Şubat-Mart) verilerinde Covid-19’un yarattığı ekonomik krizin sonuçları, işsizlik ve istihdama etkileri henüz görülmemektedir. TÜİK verilerine göre işgücü ve istihdamın birlikte düştüğü görülüyor. İşgücü, 2019 Şubat ayına göre 1 milyon 102 bin azalarak 30 milyon 982 bine gerilerken, işgücüne katılma oranı ise 2.6 puanlık azalış ile %49.9 olarak gerçekleşmiştir. İstihdam son bir yılda 602 bin azalmıştır. Toplam istihdam uzun bir süreden sonra ilk kez 27 milyonun altında gerçekleşerek Şubat 2020’de 26 milyon 753 bin olmuştur. İstihdam 2018 krizi öncesine göre (Ağustos 2018) 3 milyon 185 bin azalmıştır.



Şekil 11. Türkiye Ekonomisinde İstihdam Rakamları, Haz.2018-Mar.2020
Kaynak: TÜİK verileriyle oluşturulmuştur



Şekil 12: İşsizlik Oranları (1999-2020),%

Kaynak: TÜİK verileriyle oluşturulmuştur

İşgücüne katılım oranı Mart 2020 döneminde Mart 2019 dönemine göre 2 milyon 235 bin kişi azalarak 30 milyon 104 bine düşmüştür. İşgücüne katılma oranı ise % 48,4 olmuştur. Mart 2020 döneminde herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşuna bağlı olmadan çalışanların toplam çalışanlar içindeki payı olan kayıt dışı çalışanların oranı, % 29,1 olmuştur. Tarım dışı sektörde de kayıt dışı çalışanların oranı % 8,6 olmuştur (TÜİK).

Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı'nın derlediği verilere göre, 2020 yılı I. döneminde toplam kamu istihdamı 2019 yılının aynı dönemine göre %4,0 oranında artarak 4 milyon 699 bin kişi olmuştur.

Covid-19 nedeniyle ortaya çıkabilecek işsizlik konusunda yapılan bir çalışmaya göre, dar tanımlı iş ve istihdam kaybının 12 milyona, geniş tanımlı işsizliğin 15-16 milyon civarına ulaşabileceğini tahmin edilmektedir (DİSK-AR,2020).

İŞKUR Nisan 2020 verilerine göre Mart 2020'de 167 bin 306 olan açık iş sayısı Nisan 2020'de 52 bin 418'e düşmüştür. Geçen yılın aynı dönemine göre ise Nisan ayında 200 bin 468 olan açık iş sayısı 52 bin 428'e gerilemiştir. Böylece son 1 yılda açık iş sayısı korona nedeniyle yüzde 73,8 oranında azalmıştır (İŞKUR).



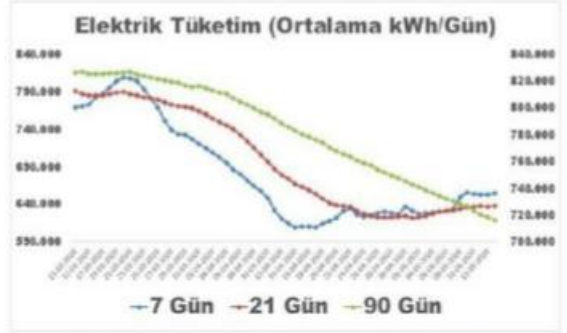
6.Üretim

Yurt içinde korona virüs salgınının etkilerinin henüz gözlenmediği Şubat ayında sanayi üretimindeki toparlanma devam etmiş ve bu dönemde takvim etkisinden arındırılmış verilere göre yıllık bazda %7,5 oranında artmıştır. Ocak-Şubat döneminde endekste ki yıllık yükseliş %7,6 olmuştur.

Covid-19 salgını nedeniyle güven endekslerinde Nisan 2020'de sert düşüşler yaşanmıştır. Reel kesim güven endeksi Nisan'da 62,3 ile 2009'dan bu yana en düşük seviyeye gerilemiştir. Bu dönemde sektörel güven endeksleri hesaplanmaya başlandığı 2011 yılından bu yana en düşük seviyelerinde gerçekleşirken, tüketici güven endeksi de 54,9 ile hesaplanmaya başlandığı 2004 yılından bu yana dip seviyesine indi (İşbank,2020/b)

Elektrik talebi ve tüketimi ekonomik faaliyetlerde bir gösterge olarak kullanılabilir (Cicala,2020). Bu bağlamda Türkiye'de elektrik tüketiminin 90 günlük gelişimi Şekil 16'da görülmektedir. Grafik Nisanın ilk günlerinden başlayan keskin bir düşüşü gösterirken. 3 aylık ortalama elektrik harcamalarının ivme kaybı %15'tir. Diğer taraftan haftalık tüketimin Mayıs ayı ikinci haftasından sonra çıkışa yöneldiği görülmektedir.

Üretimde bir ölçüde Kapasite Kullanım Oranı (KKO) olup Şekil 17'de görüldüğü gibi İmalat sanayi KKO Nisan ayında %61,6 olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılı içerisinde sırasıyla en düşük %63,8 ve %65,3 olan dayanıklı ve dayanıksız tüketim malı KKO Nisan 2020'de sırasıyla %51,2 ve %59,8 olmuştur (TCMB,2020/c). İmalat sanayi genelinde kapasite kullanım oranı (KKO), mayısta bir önceki aya göre 1 puan artarak yüzde 62,6 seviyesinde gerçekleşmiştir.



Şekil 16. Elektrik Tüketim Miktarları.13.Mart.2020-12.Mayıs.2020
Kaynak: ALKAN (2020).

Pandemi etkisinin yoğun yaşandığı Nisan 2020'de, Tablo 'da görüldüğü gibi Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre sanayi üretimi aylık yüzde 30,4 ve yıllık yüzde 31,4 geriledi. Sanayinin alt sektörlerinde; madencilik ve taş ocakçılığında % 14,5, imalat sanayiinde % 33,3 ve elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektöründe % 14,9 azalma yaşandı.



Şekil 17. İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı

Kaynak: TCMB (2020). İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı Mayıs 2020



Otomotiv Sanayii Derneği'nin verilerine göre otomotiv üretimi Nisan 2020'de %91 oranında gerilemiştir. Ocak-Nisan döneminde otomotiv üretimi 2019'a göre %28 düşüşle 352.309 adet olmuştur (OSD,2020). Otomotiv İhracatçıları Birliğince, Nisan ayında tüm fabrikaların kapalı olması nedeniyle yüzde 77'lik gerileme yaşandığını, 32 milyar dolar olan ihracat hedefinde yılsonunda yüzde 20 ila 30 arasında bir daralmayla karşı karşıya kalınacağı ve bununla 6-7 milyar dolarlık bir daralma anlamına geldiği değerlendirilmektedir (OİB,2020).

Tekstil ve Hazır giyim sektörü üretiminde, Mart ayında başlayan gerileme, Nisan ayında artarak yıllık bazda % 60 seviyesini geçmiştir. Perakende satış hacim endeksi Nisan ayında %19,3 azalmıştır. Bu dönemde gıda satışları %12,5 artarken, gıda dışı satışlar %36,7 oranında azalmıştır. Beyaz eşya sektörünün toplam üretimi Nisan ayında adet bazında 2019'a göre %52,3 oranında gerilerken, yurt içi satışlar %11,4 oranında azalmıştır. Turizm sektöründe düşüş çok keskin olmuştur. Nisan ayında yabancı ziyaretçi sayısı yıllık bazda %99,3 oranında düşerek 24,2 bin kişi seviyesine inmiştir. . Turizm sektöründe 2020 birinci çeyreğinde, 2019'un aynı çeyreğine göre gelirler %11,4 düşerek 4,1 milyar dolara gerilemiştir.



KÜRESEL SALGININ SEKTÖREL ETKİLERİ

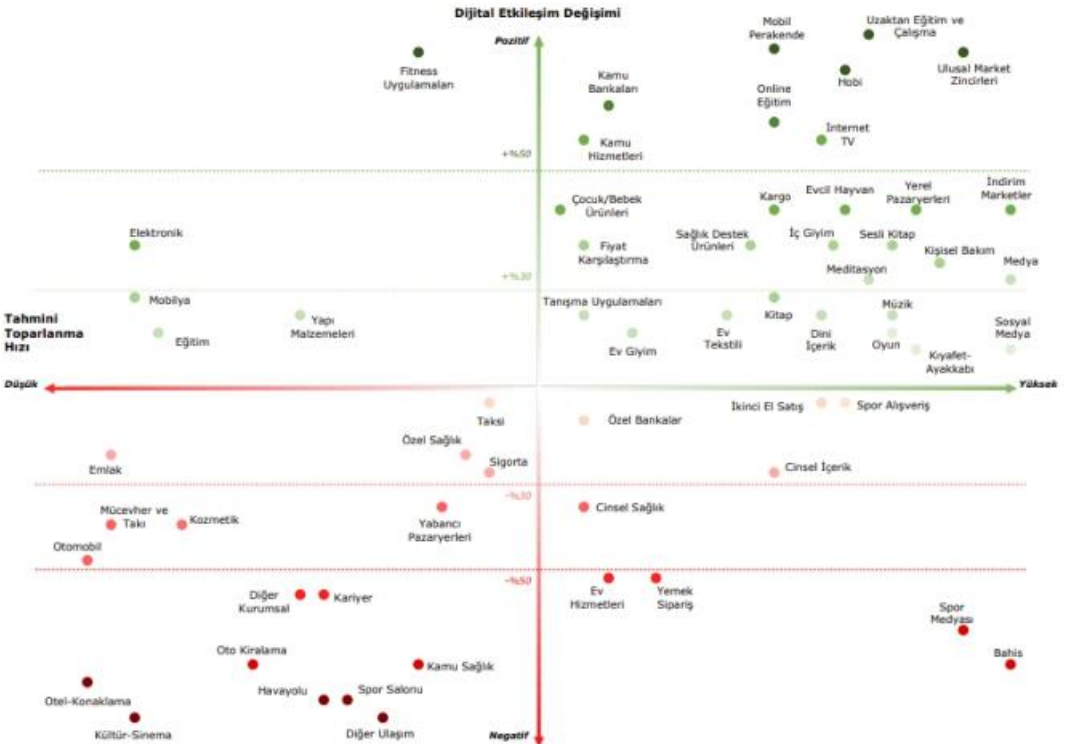
İlk olarak Aralık 2019'da Çin'de ortaya çıkan korona virüs, tüm dünyayı etkisi altına aldı. Hayatımıza girdiği andan itibaren hiçbir şey eskisi gibi olmadı. Gerek yaşam tarzı gerekse iş yapış şekillerinde ciddi oranda değişikliğin ortaya çıkmasına sebep oldu. Bu değişim sektörden sektöre farklılık göstermekte olup bazı sektörler için olumlu etki yaratırken bazı sektörler için ise yıkım etkisi yarattı. Nitekim yapılan araştırmalar Covid-19'un hızlanmasıyla, küresel olarak bu süreçten etkilenmeyecek hiçbir sektör olmayacağını da gösteriyor. Covid-19 hangi sektörü ne yönde etkiledi? Bu konuda, Deloitte "Küresel Covid-19 Salgını'nın Türkiye'de Farklı Kategorilere Etkileri Raporu"nu yayımladı. Rapora göre; ilk negatif etki hizmet sektöründe görülürken, en yüksek pozitif etkilenen kategorilerin başında uzaktan eğitim ve çalışma gelmiştir.

COVID-19

Türkiye'de Covid-19 salgını sonrası incelenen kategorilerin dijital etkileşim değişimi ve tahmini toparlanma hızları, Nisan 2020 itibarıyla aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

• Dikey eksende gösterilen dijital etkileşim değişimi, baz alınan Ocak ayı ortası dönem ile Nisan ayının son haftaları arasındaki sayfa görüntüleme, arama ve sosyal medya gibi dijital etkileşimlerdeki değişimi göstermektedir. Dijital etkileşimin talebi işaret ettiğini ve ciro değişimi olmadığını belirtmektedir.

• Yatay eksende bulunan tahmini toparlanma hızı ise kategorinin salgın sonrası normal performansına dönme hızı öngörümüzü içermektedir. Toparlanma hızı yüksek olan kategorilerin salgın sonrasında ticari ve sosyal hayat normale dönünce hızlıca eski ortalamalarına dönecekleri tahmin edilmektedir.



Uzaktan eğitim ve çalışma %1.500	Fitness uygulamaları %250	Mobil perakende %200	Ulusal market zincirleri %150	Hobi %120	Kamu bankaları %80	Online eğitim %75	Kamu hizmetleri %70	İnternet TV %70	Evcil hayvan %50
Çocuk/bebek ürünleri %50	İndirim marketleri %50	Yerel pazarları %50	Kargo %50	Elektronik %40	İç giyim %40	Sağlık destek ürünleri %40	Sesli kitap %40	Fiyat karşılaştırma %40	Kişisel bakım %40
Meditasyon %30	Medya %30	Kitap %25	Mobilya %25	Müzik %20	Tanıtma uygulamaları %20	Dini içerik %20	Yapı malzemeleri %20	Ev tekstili %20	Ev giyim %15
Eğitim %15	Oyun %15	Fiyat karşılaştırma %10	Sosyal medya %10	İkinci el satış -%5	Taksi -%5	Spor alışveriş -%5	Özel bankalar -%10	Emlak -%20	Özel sağlık -%20
Cinsel içerik -%25	Sigorta -%25	Cinsel sağlık -%35	Yabancı pazarları -%35	Kozmetik -%40	Otomobil -%40	Mücevher ve takı -%50	Ev hizmetleri -%55	Yemek sipariş -%55	Diğer kurumsal -%60
Kariyer -%60	Spor Medyası -%70	Bahis -%80	Oto kiralama -%80	Kamu sağlık -%80	Özel Konaklama -%85	Spor salonu -%90	Havayolu -%90	Kültür-Sinema -%95	Diğer ulaşım -%95

⊖ **Uzaktan eğitim ve çalışma:** Mart ayına paralel şekilde aralarında Skype, Zoom ve EBA gibi platformların bulunduğu uzaktan eğitim ve video görüşme yazılımlarına talep artışı gerçekleşmiştir.

⊖ **Fitness uygulamaları:** Spor salonlarının kapanması ve sağlık endişeleri ile Mart'ın ikinci haftası başlayan trend Nisan ayında kuvvetlenerek devam etti. Sosyal mesafe ve sağlık endişelerine ek olarak eklenen kampanyalarla yeni kullanıcıların spora yöneliminin devam edeceği düşünülmektedir.

⊖ **Mobil perakende:** Mart ayının ikinci haftası itibariyle 2 katına sonra 3 katına çıkan tüketici talebi, Nisan ayı ortasında trendini korumuştur. Nisan ayı sonlarında trendde yumuşama gözlemlenmektedir. Ürün kategori sayılarını artıran mobil perakendeciler ile teslimat kapasitelerini artıran ulusal market zincirleri arasında Mayıs ayında yeni bir tür rekabet başlamıştır.

⊖ **Ulusal market zincirleri:** Mart ayında en yüksek pozitif etkilenen kategoriler arasında yer alan ulusal market zincirleri, gıda alışverişinin sanala kayması sonrası görülen hızlı talep artışını Nisan ayında da devam ettirmiştir. Ancak Nisan ayı verileri detaylı analiz edildiğinde, ay sonu itibariyle talebin yavaşlamaya başladığı görülmektedir.

⊖ **Hobi:** Hobi kategorisi, özellikle evde geçirilen vakit artışı ile birlikte, Mart ayında kuvvetli büyüyen kategoriler arasında idi. Nisan ayı itibariyle buradaki kuvvetli etkileşimin daha da hızlandığını görmekteyiz. Sektörde faaliyet gösteren bazı firmaların geçtiğimiz ay yaşanan fırsatı değerlendirmek adına ürün çeşitliliğinde artışa gittiklerini ve bu şekilde farklı yaş, cinsiyet ve ilgi gruplarını hedeflemeye başladığını gözlemlenmektedir.

⊖ **Kamu bankaları:** Mart ayında ilk şok dalgasında özel bankalara göreceli olarak daha iyi performans gösteren kamu bankalarının, Nisan ayında özel bankalara kıyasla kredi arzına devam etmeleri ile aradaki fark kuvvetli bir şekilde açılmıştır. Bu talebin içinde bireysel kullanıcıların ilgisi kadar KOBİ'lerin de etkisi olduğunu düşünülmektedir.

⊖ **Online eğitim:** Beyaz yaka çalışanlarının profesyonel hayatın yavaşlamasıyla vakitlerini değerlendirmek ve yetkinliklerine yatırım yapmak için online eğitimlere yöneldiğini ve bu talep içerisinde özellikle güvenilir, sertifikalı ve uluslararası platformların öne çıktığını görmektedir.

⊖ **Kamu hizmetleri:** Nisan ayında devlet tarafından sunulan pandemi özel destekleri, işten çıkarmalar gibi nedenler ile e-devlet hizmetlerine olan talep hızlı bir şekilde artmıştır. Bu artış bize işsizlikte yüksek bir artış dalgasının başladığına işaret etmektedir.

⊖ **İnternet TV:** Mart ayı itibarıyla tüketicilerin özellikle kültür-sinema kategorisinde toplu etkinliklerden uzaklaştığı ve sınırlamalar ile internet TV platformlarında daha fazla zaman geçirmeye başladığını gözlemliyoruz. Bu kategorideki alışkanlık değişimi ücretsiz içerikler, güncel/yeni yayınlar ve kampanyalar ile desteklenmiştir. Sınırlamalar kalktıktan sonra da alışkanlıklarda ki bu değişimin uzun vadede devam edeceği düşünülmektedir.

⊖ **Evcil hayvan:** Özellikle evde geçirilen vakitteki artış ile evcil hayvanların temel ve yan ihtiyaçlarının karşılanmasında bir artış olduğunu gözlemlemiştik. Alışkanlıkların değişim etkilerini bu kategoride Nisan ayı içerisinde de görüyoruz. Özellikle büyük paketli ürünler ve kargo avantajının tüketicinin beğenisini kazanmış olduğunu düşünüyoruz. Bu vesile ile bir kez daha

Sokaklar da gıda ve su sıkıntısı çeken canlılar için dışarıya mama ve su koymanızı öneririz.

⊖ **Çocuk/bebek ürünleri:** Ebeveynlerin Mart aylarında erteledikleri kıyafet, oyuncak ve diğer aksesuar alımlarının Nisan ayında geri döndüğünü gözlemliyoruz. Mağazalı satış yapan oyuncuların odaklarını e-ticarete kaydırmaları da kuvvetli trendi devam ettiriyor.

⊖ **İndirim marketleri:** Salgın döneminde dijital kanallara kayan talebe hazırlıksız yakalanan indirim marketler, odaklarını geç de olsa e-ticaret alanına döndürdüler. Özellikle Mart ayının ikinci yarısı içerisinde dijital etkileşimlerinde düşüş gözlemlenen bu kategori, dijital çalışmalara hızlıca odaklanmış ve çalışmalarının geri dönüşünü Nisan ayı içerisinde almaya başlamışlardır. Bununla birlikte indirim marketlerin hala dijitale erken dönemde yatırım yapmış ulusal zincirlerin arkasında oldukları görülmektedir.

⊖ **Yerel pazaryerleri:** Mart ayı içerisinde hızla artan talep, öne çıkan (gıda gibi) farklı kategorilere kargo kapasiteleri nedeniyle yavaş uyum sağlayan pazaryerleri Nisan ayında farkı kapattılar. Yeni tedarikçiler, yeni ürünler (daha fazla gıda, maske vb.) yüksek promosyon, daha hızlı teslimat ile tüketici talebini geri çevirdiler. Nisan ayı içerisinde lider pazaryerleri arasında uyum yarışı sonrası ilk üç sıralamanın değiştiğini gözlemliyoruz. Pazaryerlerinin yeni müşterileri elde ve canlı tutmaları, yeni tedarikçilere yol göstermeleri ve ileriki dönemde değişen koşullara uyumu ülkemizde e-ticaretin gelişimi için de kritik olacaktır.

⊖ **Kargo:** Mart ayında pazaryerlerinin salgın ve etkilerine hazırlıksız yakalanması ve tüketici talebinin market alışverişine kaymasıyla görece daha düşük performans gösteren kargo talebi, pazaryerlerinin hızla uyum sağlaması ve kapasiteleri genişletmeleri

sonrası kuvvetli bir şekilde geri dönüş göstermiştir. Talebin bu doğrultuda devam etmesini öngörülmektedir.

⊖ Elektronik: Mart ayının ikinci yarısı itibariyle toparlanmaya başlayan tüketici elektroniği kategorisi, Nisan ayında döviz kurlarında yaşanan artışa rağmen hızlı toparlama göstermiştir. Mart ayı içerisinde kategorideki en büyük artış etkeni olan küçük ev aletleri kategorisine ek olarak Nisan ayı içerisinde bilgisayar kategorisi de artışa katkı sunmuştur.

⊖ Havayolu: Mart ayının 4. haftası ile sert bir şekilde negatife dönen trend, sınırlamalar ve ticarete yaşanan aksamalar ile devam ediyor.

⊖ Sağlık destek ürünleri: Mart ayı içerisinde hızla artan talebin Nisan ayında yerini doygunluğa bıraktığını gözlemliyoruz. Aktar ve bal kategorisinde Mart'a göre talep daha hızlı düşerken vitaminlerde daha yumuşak bir normalleşme süreci gözlemlenmiştir.

⊖ Kitap: Evde geçirilen süredeki artışın hobi kategorisinde de olduğu gibi bu kategoride de bir dijital etkileşim artışını tetiklediğini gözlemliyoruz. Online kanallara olan talepteki artış Nisan ayında da devam etmiş görünüyor. Talep artışının korunmasında yayınevlerinin yürüttükleri kampanya çalışmaları ve lider kitap e-ticaret sitelerinin hobi ürünleri promosyonlarının etkili olduğunu gözlemlenmektedir.

⊖ Kişisel bakım: Mağazalarını kapatan lider perakende zincirlerinin online kanallarda yaptıkları agresif kampanyalar talebi canlı tutmaya devam ediyor. Lüks kozmetik kategorisinde düşüş olmakla birlikte orta fiyat segmentindeki kişisel bakım ürünlerinde talep hala canlı görünüyor.

⊖ Medya: Salgın döneminin başında yaşanan belirsizlik durumunun ana akım medyaya yönelim ile sonuçlandığını gözlemlemiştik. Ancak medya kurumlarına olan talebin Nisan ayının 3. haftası itibariyle düşerek, yerini sosyal medyaya doğru bırakmaya başladığı gözlemlenmektedir.

⊖ Mobilya: Mobilya firmalarının Mart ayında artan risk algısı nedeni ile yaşadıkları kayıpları, e-ticaret alanında farklı kategorilere odaklanarak telafi etmeye başladıklarını gözlemliyoruz. Büyük mobilya grupları yerine daha küçük fonksiyonel ve dekorasyon ürünleri öne çıkıyor.

⊖ Müzik: Mart ayında sınırlı değişim yaşanan müzik yayını (streaming) kategorisi Nisan'da evde geçirilen vaktin artması ve sınırlamalar sonrası eğlence sektöründeki sert düşüş sonrası artış trendine girmiştir. Müzik yayıncı ve yapımcılarının Spotify gibi üyelik modeli sunan müzik platformlarına ilerleyen süreçte daha fazla ilgi göstereceğini ve trendin devam edeceğini düşünülmektedir.

⊖ Yapı malzemeleri: Nisan ayında e-ticaret kanallarında yürütülen kampanya ve iletişim faaliyetlerinin dönüşünün kuvvetli olduğunu gözlemliyoruz. Mart ayında da gözlemlediğimiz kategoriler arası geçişin devam ettiğini söyleyebiliriz. Mobilyaya kıyasla küçük dekoratif ürünler ve balkon/bahçe ürünlerinin pozitif ayrışması devam ediyor. Birçok otel, restoran ve evde ertelenen küçük tadilatlar bu dönemde devreye alınmıştır, talepte bunun da etkisi olduğu gözlemlenmektedir.

⊖ Ev tekstili: Mart ayında tüketicilerin gıda alışverişine yönelmesi sonrasında görece azalan ev tekstili Nisan ayında evde daha fazla vakit geçirilmesi ile büyüme rotasına girmiştir. Firmaların yaptıkları kampanyalar, kargo promosyonları gibi faaliyetler de talebi artırmıştır.

🎮 Oyun: Evde daha fazla vakit geçiren tüketicilerin Mart ayında oyun kategorisine yöneldiğini analiz etmiştik. Nisan ayı itibarıyla bu canlanmada yavaşlamanın başladığını gözlemliyoruz. Konsol ve bilgisayar oyunlarında yavaşlamanın aksine PUBG gibi mobil oyunlarda %50'den fazla artış olmuştur. Önümüzdeki dönem içerisinde özellikle Mayıs ayı itibarıyla dijital etkileşim değerlerinin Ocak ayı normallerine dönmesi beklenmektedir.

👕 Kıyafet-Ayakkabı: Sosyal etkileşimin sınırlandığı bu dönemde, kategorideki dijital etkileşim artışının geçici olduğuna ilişkin Nisan ayındaki öngörümüz doğrultusunda talep yavaşlamaya başlamıştır. Mart ayı içerisinde salgının gündemde yer almaya başlaması sonrası dijital etkileşim düşüşü yaşayan kategorinin agresif indirim kampanyaları ile kısa vadede toparlandığını hatırlıyoruz, ancak Nisan ayı itibarıyla artan talep yerini yavaşlamaya bırakmıştır.

📱 Sosyal medya: Salgın dönemi başında sınırlı performans artışı gösteren sosyal medya kategorisi, Nisan ayı içerisinde özellikle Instagram içerik üreticilerinin sürece uyum sağlaması ile yukarı yönelmiştir. Instagram trafiklerindeki artışın, sosyal medya kategorisini yukarı çektiğini gözlemliyoruz. Mart ayı içerisinde pozitif ayrılan platformlardan olan Twitter'ın kuvvetli trendi Nisan ayında da devam ediyor.

🛒 İkinci el satış: Türkiye'de hızla artan ikinci el trendi Mart ve Nisan döneminde tüketicilerin birinci ele yönelmesi ve hijyen endişeleri ile yavaşladı. Durgunluğun artması ve fiyat artışı gören kategoriler nedeniyle gelecek aylarda bu kategoride hareketlenme görebiliriz. Kargo ve kurye desteği veren düşük komisyonlu sitelerin ayrıştığı bir dönem olmuştur.

🏠 Emlak: Mart ayı içerisinde sert düşüş yaşayan ev, işyeri ve arsa kiralama ile satışı yapılan siteler, bir miktar da olsa toparlanmaya başladı. Ancak, tüketicilerin risk algısının devam etmesi ile uzun dönemli bir yatırım olan emlak kategorisi dijital etkileşime negatif etki etmeye devam edebilir.

🏥 Özel sağlık: Salgının devam etmesine paralel olarak randevu talepleri ve hastane dijital etkileşimleri negatif eğilimini sürdürmektedir. Vatandaşların acil ve çok gerekli durumlar haricinde hastanelere gitmemeyi tercih ettiklerini, ihtiyaçlarını ötelediklerini görüyoruz. Özel sağlık kuruluşları da kamu sağlık kuruluşları gibi salgın nedeniyle tüketicilerin uzak durmak istedikleri alanlar oldu. Buna rağmen özel sağlık kurumlarının kamu kadar etkilenmedikleri gözlemlenmektedir.

🛒 Sigorta: Mart ayında başlayan talep azalmasının Nisan ayına da yansıdığını tüketicilerin bireysel emeklilik ve sigorta harcamalarını tekrar değerlendirdiklerini düşünüyoruz. Nisan ayının sonlarında ise negatif trendin yavaşlayıp normale dönüş için öncü işaretler gözlemlenmiştir.

🚗 Otomobil: Mart ayında oluşan negatif görüntünün devam ettiğini gözlemliyoruz. Buna karşın Nisan ayının son haftasında talepteki canlanmaya dair ilk işaretler görülüyor. Otomobil firmalarının arz sıkıntılarını çözmesi ve müşterilerin risk algısının azalmasının zamana yayılacağı düşünülmektedir.

🍽️ Yemek sipariş: Negatif görünüm Nisan ayı içerisinde kötüleşerek devam etmiştir. Kök neden olarak değerlendirdiğimiz profesyonel/ofis ortamlarında geçirilen zamandaki azalış ve tasarruf ihtiyaçlarında toparlanma olmadığı sürece, özellikle Mayıs ayında trendin devam edeceğini düşünülmektedir.

KATEGORİLERİN EVDE YAŞAM/SOSYAL YAŞAM/ PROFESYONEL YAŞAM ALANLARINDA DAĞILIMI

Evde Yaşam

Ocak-Nisan ayları arası dijital etkileşim değişimi			
Uzaktan eğitim ve çalışma	%1.500	Kişisel bakım	%35
Fitness uygulamaları	%250	Meditasyon	%30
Mobil perakende	%200	Kitap	%25
Ulusal market zincirleri	%150	Mobilya	%25
Hobi	%120	Ev tekstili	%20
Online eğitim	%75	Yapı malzemeleri	%20
İnternet TV	%70	Dini içerik	%20
Çocuk/bebek ürünleri	%50	Ev giyim	%15
Evcil hayvan	%50	Oyun	%15
İndirim marketler	%50	Müzik	-%5
İç giyim	%40	Spor alışveriş	-%5
Elektronik	%40	İkinci el satış	-%5
Sesli kitap	%40	Cinsel içerik	-%25
Fiyat karşılaştırma	%40	Ev hizmetleri	-%55
Sağlık destek ürünleri	%40		



Ekonomi/

Profesyonel yaşam

Ocak-Nisan ayları arası dijital etkileşim değişimi			
Kamu bankaları	%80	Sigorta	-%25
Kamu hizmetleri	%70	Yabancı pazaryerleri	-%35
Yerel pazaryerleri	%50	Otomobil	-%40
Kargo	%50	Kariyer	-%60
Eğitim	%15	Diğer kurumsal	-%60
Özel bankalar	-%10	Oto kiralama	-%80
Emlak	-%20		

Sosyal yaşam

Ocak-Nisan ayları arası dijital etkileşim değişimi			
Medya	%30	Yemek sipariş	-%55
Tanışma uygulamaları	%20	Spor medyası	-%70
Kıyafet-ayakkabı	%10	Kamu sağlık	-%80
Sosyal medya	%10	Bahis	-%80
Taksi	-%5	Otel-konaklama	-%85
Özel sağlık	-%20	Havayolu	-%90
Cinsel sağlık	-%35	Spor salonu	-%90
Kozmetik	-%40	Diğer ulaşım	-%95
Mücevher ve takı	-%50	Kültür-sinema	-%95





TÜRKİYE’DE COVID-19 KONUSUNDA MEVCUT DURUM

Türkiye, Covid-19 ile ilgili olarak dünyada en erken önlem alan ülkelerden birisidir. Bu bağlamda Türkiye’de:

- Kaynağa yönelik (kaynağın bulunması, hastalığın bildirilmesi, kesin tanı, hastaların tedavisi, izolasyon, taşıyıcı araması, şüphelilerin sürveyansı, sağlık eğitimi)
- Bulaşma yoluna yönelik (Çevre koşullarının düzeltilmesi, yiyecek ve içecek maddelerinin denetimi, sağlık eğitimi, kişisel temizlik ve koruyucu ekipman kullanımı, nüfus hareketlerini kısıtlamak)

- Sağlam kişiye yönelik (karantina, gözlem) önlemler alınmıştır ve alınmaya devam etmektedir.

Türkiye’de indeks vaka 11.03.2020 tarihinde tespit edilmiştir. Bu tarihten sonra aşamalı olarak virüsün toplumda yayılmasını engellemek ve azaltmak için ülke çapında yerel tedbirler alınmaya başlanmıştır. Dünyada ilk koronavirüs vakası çıktıktan sonra ve ülkemizde ilk vaka tespit edildikten sonra alınan tedbirler/önlemler kronolojik olarak Tablo-1’de verilmiştir. Bu tedbirler toplumsal katmanlarda hayatın normal akışını sınırlasa da ekonomik ve sosyal haklara zarar vermeden yürütülmüştür.

Tablo-1: Pandemi kapsamında Türkiye'de Alınan Tedbirler Kronolojisi ve Yansıması

Önemli Olaylar-Düzenlemelerin Kronolojik Listesi

31.12.2019: Çin'de ilk vaka tespiti
10.01.2020: Sağlık Bakanlığınca Coronavirüs Bilim Kurulu'nun Kurulması
11.01.2020: Çin'de ilk ölüm gerçekleşti
14.01.2020: İlk 2019-n CoV Hastalığı Rehberi hazırlanması
22.01.2020: Çin'deki bir hava yolu firması tarafından yapılan Vuhan-İstanbul uçuşları durduruldu
04.02.2020: Öncelikle hastalığın görüldüğü ülkelerden gelenler, havalimanlarında termal kameralar aracılığıyla test edilmeye başlandı
05.02.2020: Çin'den gelen tüm uçuşlar durduruldu
23.02.2020: Türkiye ile İran arasındaki kara hudut kapıları kapatıldı
29.02.2020: Türkiye ile İtalya, Türkiye ile Güney Kore, Türkiye ile Irak arasında gidiş-geliş tüm yolcu uçuşları tedbiren durduruldu
11.03.2020: İlk Vaka Görüldü
12.03.2020: Okulların tatil edilmesi
13.03.2020: Kamuya açık toplu etkinliklerin kısıtlanması
15.03.2020: Kapsamlı seyahat ve ulaşım kısıtlamaları. İnsanların toplu bulunduğu mekanların geçici olarak kapatılması. Umreden son katile geldi. Yurtlarda gözlem altına alındı. Umreden son katile geldi. Yurtlarda gözlem altına alındı.
16.03.2020: Cuma namazı ve vakit namazların cemaat ile kılınmasına ara verildi. Elektif ameliyatların ve diş hekimliği uygulamalarının ertelenmesi kararı alındı.
17.03.2020: Uçuşa kapanan ülke sayısı 20'ye yükseldi.
19.03.2020: Futbol, Basketbol, Hentbol, Voleybol ligleri ertelendi. Covid-19 testi yapan merkez sayısı 18'e yükseldi
21.03.2020: Covid-19 testi yapan merkez sayısı 73'e yükseldi (44 ilde). Uçuşa kapanan ülke sayısı 68'e yükseldi. Lokantalara sadece paket servis sınırlaması getirildi.
22.03.2020: Kamuda esnek çalışmaya geçildi.
24.03.2020: Toplu taşıma araçlarının kapasitesi %50 ye düşürüldü. Yolcular arası sosyal mesafe kuralı getirildi.
27.03.2020: Pazar yerlerinde zaruri ihtiyaç olmayan malzemelerin satışı yasaklandı. Tezgahlar arasına 3 metre mesafe getirildi
28.03.2020: Şehirler arası otobüs-uçak yolculuklarının izne tabi edildi. Yurt dışına uçuşlar durduruldu. Yurt dışına uçuşlar durduruldu

31.03.2020: Covid-19 testi yapan merkez sayısı 75'e yükseldi
01.04.2020: Pazar yerleri ile ilgili ek genelge yayınlandı. Giriş-çıkışlar denetlenecek.
04.04.2020: 20 yaş altı vatandaşlara sokağa çıkma yasağı getirildi. 30 Büyükşehir ve Zonguldak iline giriş-çıkış yasağı getirildi. Toplu çalışılan yerler, market ve pazarlarda maske takmak zorunlu hale getirildi
05.04.2020: 20-65 yaş arası vatandaşlara ücretsiz maske dağıtım uygulamasının başlaması.
09.04.2020: Çevre ve Şehircilik Bakanlığının aldığı karar ile maske ve eldivenler ayrı bir atık kutusunda toplanıp, 72 saat sonra belediye ekiplerine teslim edilecek.
10.04.2020: Hafta sonu sokağa çıkma yasağı ilan edildi (11-12.04.2020 tarihlerinde)
15.04.2020: Hafta sonu sokağa çıkma yasağı ilan edildi (18-19.04.2020 tarihlerinde)

Covid-19 Pandemi Mücadelesinde Sosyal ve Toplumsal Önlemler

T.C. Cumhurbaşkanlığı liderliğinde yürütülen pandemi ile mücadele sürecinde hızlı etkin ve sık güncellenen kararlar hayata geçirilebilmiştir. Kamuda vatandaşların topluca bulunacağı ve bulaşma riskinin artacağı ortamlara yönelik olasılıkları ortadan kaldıracı tedbirler alınmıştır. Kamuda ve özel sektörde esnek mesai, dönüşümlü mesai, evden çalışma alternatif yöntemlerinin

mevzuat altyapısı düzenlenmiştir. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı ve YÖK tarafından eğitime zorunlu ara verilmesi kararını takiben sürecin belirsizliği ve uzaması öngörüsü ile uzaktan eğitim yürütülmesi konusunda ve esnek akademik takvime geçilmesi konusunda mevzuat düzenlemeleri gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda planlanmış sportif faaliyetler, her türlü bilimsel etkinlikler ile sanatsal faaliyetler dondurularak ötelenmiş veya iptal edilmiştir.

Yerli ve Milli Üretim Stratejik Alanlardaki Önemi ve Stratejik Teşvikler

Türkiye stratejik alanlara yönelik yapmış olduğu öncelikle listesi üzerinden tıbbî araç gereçte yapay zeka, kendi hastane ekipmanlarını üretimdeki mevcut oranları yükseltme ve iyileştirme ile ilaç ve aşı üretiminde dışa bağımlılığı azaltma hedefleri çerçevesinde yeni teşvik modelleri geliştirmektedir. Pandemi benzeri süreçlerde gerek hastalığı önleme gerekse de tedavi

süreçlerinde kullanılacak teknoloji ve ekipmanların temini ve yerli ürün olarak üretilmesi ve geliştirilmesi için kamu kurumları tarafından hızlı bir şekilde destek projesi çağrısına çıkmıştır. T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK ve KOSGEB gibi kurumlar tarafından çıkılan proje çağrılarında üniversite sanayi iş birliği ile kamunun diğer ilgili paydaş kurumlarının öncelikli taleplerinin karşılanması konusunda acil önlem ve teşvik paketleri uygulamaya konulmuştur.

Toplumsal Dayanışma Tedbirleri

Covid-19 pandemi mücadelesi sırasında kamu kurumları ve özel sektör dahil olmak üzere tüm teşhis ve tedavi hizmetleri devlet

güvencesi altında SGK tarafından karşılanmak üzere özel düzenleme gerçekleştirilmiştir. Mücbir sebepler nedeniyle pandemi

mücadelesi gereği üretim ve istihdamına zorunlu ara verilen iş kolları ile yine zorunlu ve gönüllü çalışma durumunda olan iş kollarında vergi ödemelerindeki indirim ve ötelemeler ile özel teşvik ve destek uygulamaları ilgili bakanlıkların koordinasyonunda gerçekleştirilmiştir. Toplumsal dayanışma ve ülkenin tüm vatandaşlarının desteklemesi amacıyla da kampanyalar aracılığı ile bu konudaki bütçe yükü dengelenmeye çalışılmaktadır. Alınan kararlar gereği sokağa çıkmasında sakınca olan yaşlı ve engelliler ile yalnız yaşayan bireylerin gereksinimlerine çözüm üretme amaçlı güvenlik güçleri başta olmak üzere yerel yönetimler ve STK'lardan destek alınmaktadır.

Ayrıca Türkiye kendi tıbbî malzeme gereksinimleri yanısıra talepler üzerine özellikle sağlık çalışanlarının temel izolasyon ve koruma ekipmanları konusunda diğer ülkelere de kendi üretim ve stoklarından uluslararası dayanışma stratejisi çerçevesinde çeşitli ülkelere (İtalya, İspanya, İngiltere, İran, Bosna Hersek, Sırbistan, ABD, Çin, Pakistan, Somali, Sudan, Libya, Suriye ve Türki Cumhuriyetler vb.) yardım desteği sağlamıştır. Yumuşak güç kavramı içerisinde uluslararası alanda bu tür insani dayanışmalar ülkemizin siyasi ve ekonomik ilişkileri açısından da değerlidir.



GÜNCEL VERİ TAKİP PLATFORMLARI

Covid-19 sürecine ilişkin veriler, bu platformlar sayesinde açık kaynak paylaşımı ile ülke yöneticilerine, bilim insanlarına, sağlık çalışanlarına ve toplumun her kesiminden bireylere bilgiye erişim olanağı sunmuştur.

Coronavirüs hastalığı (Covid-19) yeni keşfedilen bir coronavirüsün neden olduğu bulaşıcı bir hastalıktır. Covid-19 virüsü bulaşmış çoğu insan hafif ile orta şiddette solunum yolları hastalığı yaşayacak ve özel tedavi gerektirmeden iyileşecektir. Yaşlı olanlarda, kardiyovasküler hastalık, diyabet, kronik solunum yolu hastalığı ve kanser gibi altta yatan tıbbi sorunları olanlarda ciddi sonuçlar (ölüm) gelişme riski daha fazladır. Bulaşmayı önlemenin ve yavaşlatmanın en iyi yolu; Covid-19 virüsü, bu virüsün neden olduğu hastalık ve nasıl yayıldığı hakkında iyi bilgilenmektir. Teknolojiyi kullanmak ve bilgiyi daha erişilebilir hale getirmek bu savaşı kazanmak için elzemdir. Bu bölüm ile dünyada ve ülkemizde Covid-19 ile ilgili veri platformlarında hangi bilgiye nereden ulaşılabileceğine rehber olmak amaçlanmaktadır.

Bu rehberin içeriği iki bölümden oluşmaktadır; uluslararası ve ulusal platformlar.

Uluslararası Platformlar

Dünya Sağlık Örgütü

ABD Hastalık Kontrol ve Korunma Merkezleri

Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi

Coronavirus Covid-19 Global Cases by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU)

Covid-19 İzleyici haritası

Coronavirus Pandemic: Real Time Counter, World Map, News

CoronaTracker

Worldometers Covid-19

HEALTHLYNKED Covid-19 Tracker

Ulusal Platformlar

Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı

Covid-19 Türkiye Web Portalı

HASUDER Yeni Coronavirüs (Covid-19) Haber Postası

TÜRK TABİPLERİ BİRLİĞİ

Covid-19 HUB



TÜRKİYE CORONAVİRÜSÜ İSTATİSTİKLERİ

CANLI
COVID19 HARİTA

Toplam Vaka
153.548

Toplam Ölüm
4.249

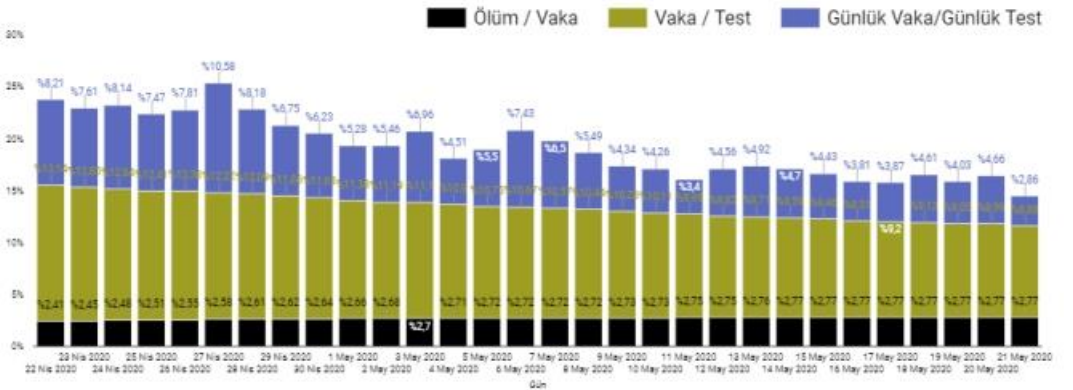
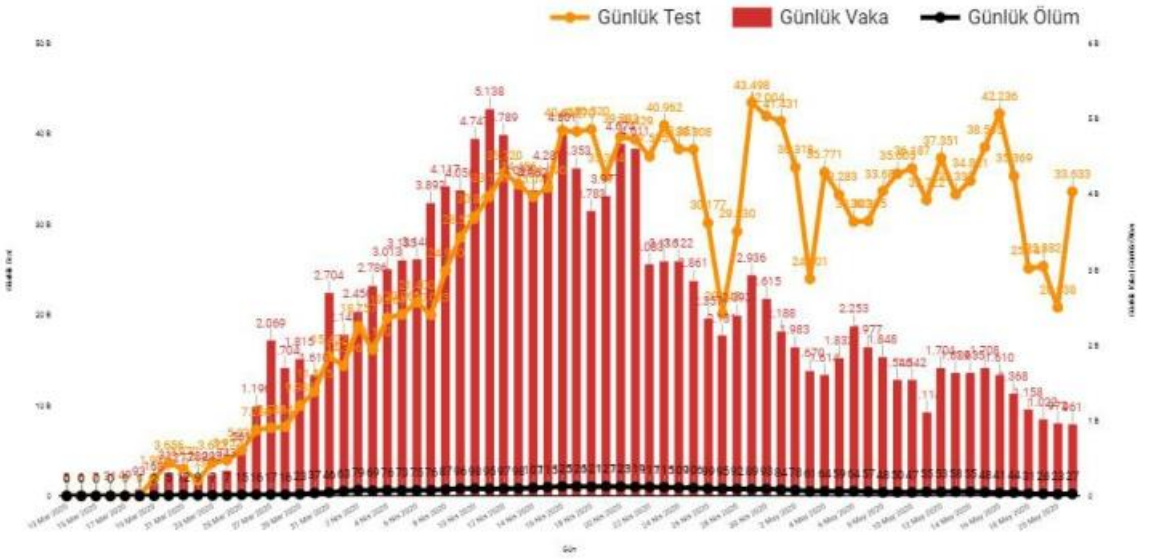
GLOBAL
VERİ ANALİZLERİ

Ortalama Günlük Test
26.875

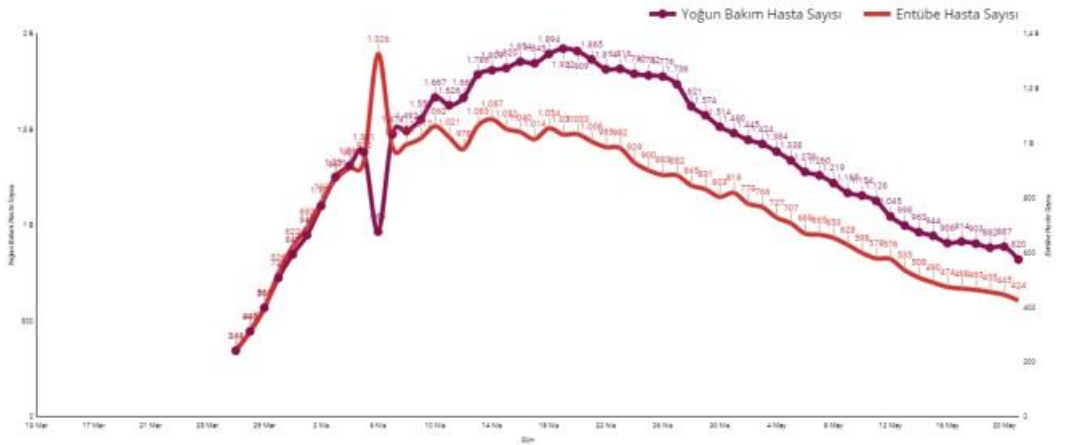
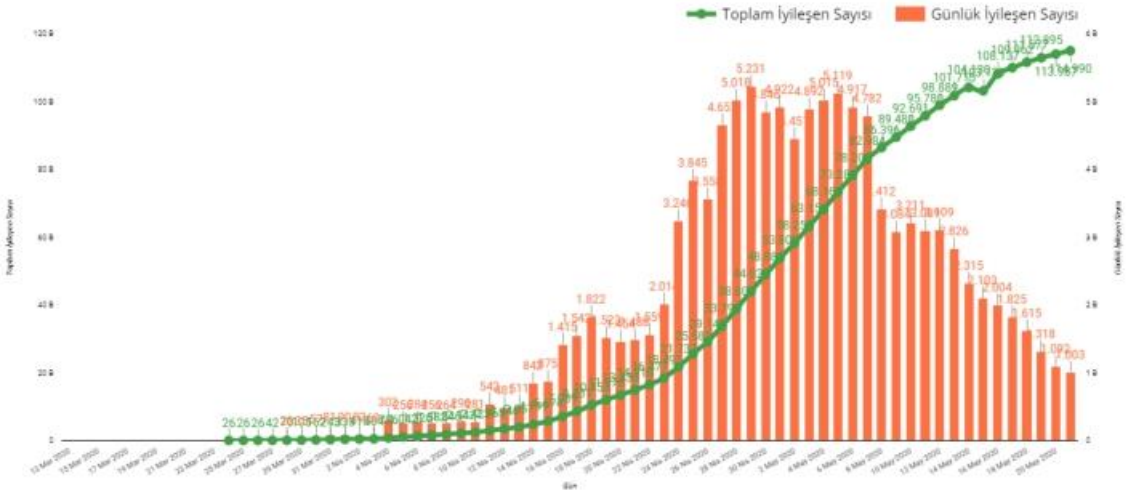
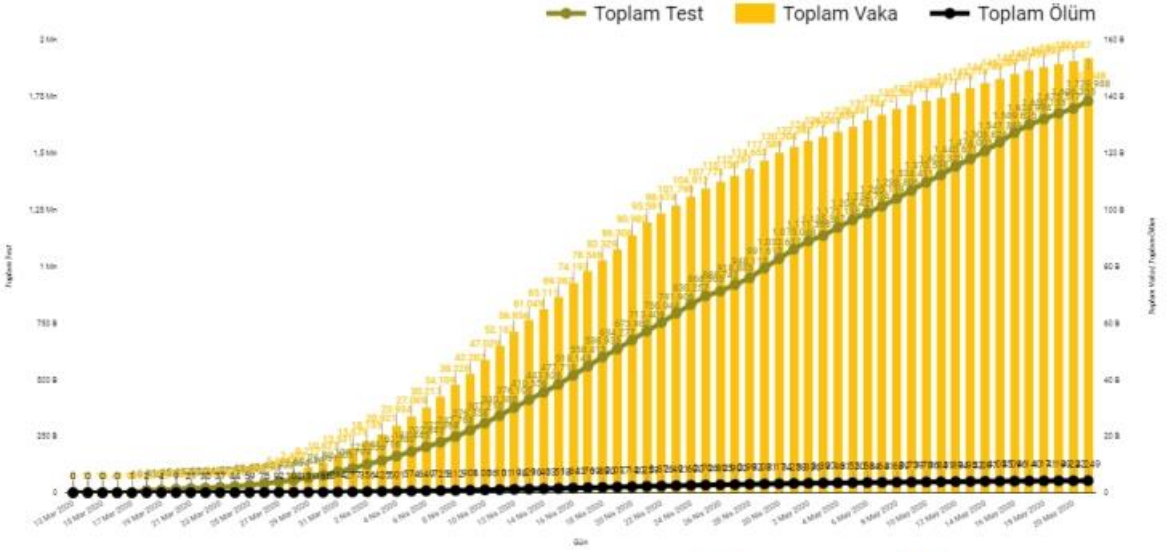
Toplam İyileşen Sayısı
114.990

Son Güncelleme Saati:
21 Mayıs 2020 - 19:45

Toplam Test
1.729.988



COVID-19 YAYILIM HIZI



sürecinde karşılaştığı finansal sorunlar, krizi yönetmede uyguladıkları politikalar, bu politikalar çerçevesinde krizden nasıl etkilendikleri ve geleceğe dair beklentileri bir anket çalışmasıyla ortaya konmaya çalışılmış ayrıca anket sonuçları ışığında çeşitli öneriler sunulmuştur.

2019 yılının son günlerinde Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkmış olan Covid-19

1. KRİZ YÖNETİMİ

1.1. Kriz Yönetiminin Tanımı ve Özellikleri

Kriz yönetimiyle ilgili değişik tanımlar yapılmaktadır. Bir tanıma göre kriz yönetimi "karşılaşılabilecek bir kriz durumunda, kriz sinyallerinin yakalanarak değerlendirilmesi ve işletmenin durumunu en az kayıpla atlatabilmesi için gerekli önlemlerin alınması ve uygulanması faaliyetlerinden oluşan bir süreçtir". Bir diğer tanımda ise "yöneticinin muhtemel tehlike durumlarında, örgüt amaçlarını kabul edilir bir maliyetle karşılamaya çalışma süreci" olarak geçmektedir. Ayrıca, insan sağlığı ve güvenliğine yönelik tehditleri, kamu ve özel şirket malvarlığı kayıplarını ve işletme veya faaliyetleri üzerinde olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla bir örgütün beklenmedik durumlarla hızlı, etkili ve etkin bir şekilde mücadele etme yeteneği şeklinde tanımlanmaktadır.

1.2. Kriz Yönetimi Süreci ve Bu Süreçte Uygulanan Teknikler

Kriz durumlarının, işaretlerin fark edilmesi, hazırlık ve önleme, zararı kontrol altına alma, iyileştirme ve öğrenme olmak üzere beş farklı aşaması vardır. Etkili bir kriz yönetimi için yukarıdaki kriz aşamalarının başarılı bir şekilde yönetilmesi gerekir. Birinci aşama olan işaretlerin farkına varılması ilk uyarı işaretlerinin algılanmasını kapsamaktadır. İkinci aşama, önleme ve hazırlık aşamasıdır. Kontrol altına alma aşaması olan üçüncü aşama, krizin olumsuzluklarını hafifletmeyi ve

pandemisi küreselleşmeyle birlikte dünyaya yayılmış olduğundan Küresel Ekonomik Krizin Polatlı İlçesinde faaliyet gösteren işletmelere etkilerinin neler olduğu ve bu işletmelerde kriz yönetiminin var olup olmadığı varsa bunun için ne tarz çalışmalar yapıldığına dair işletmelere anket yapılarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Kriz yönetiminin kendine özgü bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlar; başı ve sonu olmayan, süreklilik gerektiren bir uygulamadır. Çeşitli kriz türleri olduğundan ve her biri kendine özgü işaretler ve çözümler içerdiğinden kriz yönetimi de türlere göre şekillenmektedir. Ayrıca iletişim, düzenleme, kontrol, maliyet, kültür, planlama, sistemlerin karmaşıklığı ve birbirine bağlılığı gibi etkenler son derece önemlidir ve bu olağandışı durumları yönetmek için yetenekli, sabırlı ve toleranslı olunmalıdır.

Amaç krizleri önceden görüp onlarla mücadele için gerekli önlemleri alabilen, bunlardan yeni şeyler öğrenebilen ve mümkün olan en kısa sürede toparlanabilen işletmeleri ortaya çıkarmaktır.

örgütün etkilenmemiş bölümlerine yayılmasını engellemeyi amaçlamaktadır. Dördüncü aşama olan iyileştirme aşamasında, örgütler rutin faaliyetlerini yeniden başlatmak amacıyla tasarlanan test edilmiş kısa ve uzun dönemli programlar geliştirmekte ve uygulamaktadır. Öğrenme aşaması adı verilmiş beşinci aşamada geçmişten alınmış önemli derslerin sürekli incelenmesi ve sorgulanması üzerinde durmaktadır.

Kriz yönetim sürecinde başarıya ulaşmak için bazı teknikler kullanılır. Bu teknikleri beş grupta toplamak mümkündür.

a. Stratejik Tahmin: İşletmelerin yeni durumlara uyum sağlayacağı varsayımına dayanan stratejik tahmin geleceğe dönük tahminler yapmayı gerektirmektedir. Bu tahmin tekniğinin özünü büyük veya geniş değişikliklerin etkisini doğru bir şekilde tahmin etme ve değerlendirme oluşturmaktadır.

b. Olasılık Planlaması: Olayların beklenen şekilde gerçekleşmemesi durumunda yerine konulabilecek alternatif planlardır. Hazır olasılık planlarına sahip olma işletmelerin yalnızca krize karşı korunmasına değil, aynı zamanda ortaya çıkan kriz durumlarını çözmesine yardımcı olmaktadır.

c. Sorun Analizi: Olasılık planlaması ile benzerlik gösteren sorun analizinde amaç, işletmenin dışsal çevresindeki eğilimleri

yavaş yavaş geliştirerek işletmede karar veren yöneticileri tetikte tutmaktır.

d. Senaryo Analizi: Ortaya çıkabilen olumlu ve olumsuz durumlar ve bu durumların ortaya çıkmasına neden olan süreçleri önlemede, kolaylaştırmada veya engellemede işletmenin uygulamaya koyabileceği alternatifler çözümler hakkında düşünmeyi gerektirmektedir.

e. Kriz Yönetimi Takımı Oluşturmak: Kriz döneminde açık bir emir komuta zincirine sahip her altı ayda ve daha fazla sürede potansiyel krizleri ve onlara nasıl cevap verileceğini tartışmak için toplanan bir kriz yönetimi takımı oluşturmak önemlidir. Böylece potansiyel olasılıklar karşısında doğru karar alma süreci gerçekleşecektir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME:

2019 yılı Aralık ayında, Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan şehrinde ortaya çıkan ve COVID-19 olarak adlandırılan pandemi tüm dünyayı etkisi altına almıştır. İster gelişmiş, isterse gelişmekte olan ekonomiler olsun, dünya ekonomisi bir bütün olarak bu durumdan hali hazırda olumsuz olarak etkilenmiştir, önümüzdeki yakın gelecekte de etkilenmeye devam edecektir. Ülkeler bir yandan COVID-19 salgını ile mücadele ederken, bir yandan da neredeyse ekonominin tüm sektörleri üzerinde oluşan derin etkilerin maliyetlerini azaltma gayreti içerisindeyler.

Sokağa çıkma yasağı, sosyal karantina uygulaması, okulların kapatılması, spor müsabakalarının durdurulması, iş yerlerinin kapatılması, ülkelerarası sınır geçişlerinin kapatılması gibi pek çok tedbir pandemi ile mücadele anlamında birçok ülkede uygulanmaktadır. Turizmden eğitime, tarımdan enerjiye, sivil havacılıktan finans kurumlarına kadar ekonominin tüm sektörleri bu tedbirlerden olumsuz olarak etkilenmektedir. Alınan bu tedbirlerin sosyo-kültürel ve psikolojik sonuçları olduğu gibi şüphesiz en büyük sonuçları ekonomi üzerinde olmaktadır. ILO tarafından yapılan tahminlere göre dünyada bu sürecin sonunda 5-25 milyon insanın işsiz kalacağı öngörülmektedir. IMF ise dünyanın 2020 yılında resesyona gireceğini ve dünya ekonomisinin %3 daralacağını tahmin etmektedir. ABD, İtalya, İspanya, Japonya, Türkiye gibi pek çok ülkede 2020 yılında daralma beklenirken, Avro bölgesinde bu daralmanın %10'ları bulması öngörülmektedir. Öte yandan tüm bu alınan tedbirler, cari açık, bütçe açığı, kamu harcamaları, enflasyon, işsizlik gibi makro göstergeleri negatif olarak etkilemektedir.

Pandemi döneminde yaşanan bu krizden ülkeler ve işletmeler önemli derecede etkilenmişlerdir. İşsizliğin artması, talebin azalması satışların düşmesi, maliyetlerin yükselmesiyle karlılığın düşmesi, kredi

faizlerindeki yükselme neticesinde finansman sorunlarıyla karşı karşıya kalınması, döviz kurlarındaki dalgalanmalarla dış ticaret dengesinin bozulması ve krizle oluşan belirsiz ortam sayesinde yatırımların azalması gibi krizin yarattığı olumsuzluklar hem ülke ekonomilerini hem de işletmeleri derinden etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir.

İşletmelerin krizlerin bu olumsuz etkilerini en aza indirmeleri ve hatta krizleri fırsata dönüştürmeleri için kriz yönetim çalışmaları yapmaları gerekir. Eğer işletmelerin kriz yönetim planı ve ekibi, kriz yönetim çalışması ile kriz yönetiminde eğitilmiş yöneticileri yoksa krizden etkilenmeleri de kaçınılmaz olacaktır. Etkili bir örgütlenme modeli oluşturamamış işletmelerde kriz yönetimi bir ekip işinden çok işletme yöneticisinin bilgi birikimi, tecrübesi ve sezgileri ile sınırlı kalmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen Polatlı İlçesindeki işletmelerin çoğunluğunda etkili bir kriz yönetim çalışmasına, kriz yönetim ekibine, kriz yönetim planına rastlanmamıştır. Bu da işletmeleri krizlerin olumsuz etkilerine açık hale getirmektedir.

Türkiye'nin çoğu yerinde olduğu gibi, Polatlı İlçesindeki işletmeler de birçok sorunla karşı karşıya bulunmakta ve yaşanan krizlerden olumsuz yönde etkilenmektedirler. Krize karşı duyarlı olan işletmelerin krizle ilgili öncelikli sorunları finansman güçlükleri, kriz yönetimiyle ilgili yeterli eğitime sahip olmamaları ile nicelik ve nitelik açısından düşük istihdamdır.

Yapılan anket çalışması sonuçlarına göre, Polatlı İlçesindeki işletmelerin pandemi sürecinden ciddi ölçüde etkilendikleri ortaya çıkmaktadır. Pandemi ile birlikte oluşan küresel kriz üretimi düşürmüş, satışları azaltmış, işsizliği arttırmış, maliyetleri yükseltmiş, kapasite kullanımını düşürmüş, verimliliği ve karlılığı azaltmıştır.

İşletmelere gelecekle ilgili beklentileri sorulduğunda büyük çoğunluğu kredi faizlerinin ve enflasyonun yükseleceğini,

işsizliğin, ithalat ile ihracatın artacağını belirtmişlerdir.

Yapılan çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda ve Polatlı Ticaret Odasına kayıtlı diğer firmaların görüş ve değerlendirmeleri ışığında sunulacak öneriler ise şöyle sıralanabilir:

- İşletmeler krizlerin etkilerini en aza indirmek ve hatta krizleri fırsata çevirmek için etkin bir kriz yönetim çalışması yapmalı,
- Kriz Yönetim ekibi kurmalı ve kriz yönetim planı oluşturmalı,
- Yöneticiler kriz yönetimi konusunda eğitim almalı,
- Müşteri ilişkilerine önem verme, rakiplerle karşılaştırma yaparak işletme, başarısını değerlendirme ve tedbirler alma, personel görüşlerine önem verme, örgüt yapısında esnekliği ön planda tutma ve toplam kalite uygulamalarından yararlanma gibi kriz önleme çalışmaları yapılmalı,
- İşletmelerin krizle mücadelede etkili yöntemleri uygulamasının işletme yöneticilerinin bu yöntemlerden haberdar olması ve benimsemesi ile mümkün olacağı düşüncesinden hareketle, işletmelere yönelik olarak bilgilendirme toplantıları ya da eğitim programları düzenlenmeli,
- Türkiye’de halihazırda yükselen işsizliğin COVID-19 salgını ile daha büyük bir krize dönüşmesini önlemek açısından istihdam temelli yardımların KOBİ’lere odaklanması,
- Alt yüklenici KOBİ’lerin iflası sonucunda oluşacak bir tedarik krizinin önlenmesi amacıyla bu kapsamdaki şirketlere finansal desteğinin genişletilmesi,
- İstihdamın korunması sözü karşılığında, işçi maaşı ödemelerindeki SGK primlerinin devlet tarafından karşılanması,
- Üretim sektöründe ithal edilen makina, makina ekipmanı ve yedek parçaların Türkiye’de üretilmesi için teşvik, hibe ve kredi fonu oluşturulması,
- Gıda sektöründe hammadde arzında oluşabilecek problemler karşısında, hammadde ithalatını kolaylaştırarak gıda üretiminde devamlılığın sağlanması,
- Otomotiv sektöründe vergi oranlarının düşürülmesi ile daralan iç pazarın genişletilmeye çalışılması,
- Beyaz esya ve elektronik sektöründeki şirketlerin sağlık ekipmanları üretmek için başlatacağı AR-GE çalışmalarına devlet desteğinin artırılması,
- Temel tüketim maddelerindeki KDV ve ÖTV yükünün azaltılması ile piyasadaki daralmanın yavaşlatılması,
- Üreticilerin enerji girdilerinden KDV gibi dolaylı vergilerin azaltılması ve dönemsel muafiyet sağlanması,
- Evden çalışma olanaklarının güçlendirilmesi amacıyla Türkiye’nin internet altyapısını geliştirmek için yapılan harcamaların artırılması,
- Üreticilerin salgın süresince oluşan; su, elektrik, doğalgaz, internet gibi temel altyapı kalemlerindeki faturalarının, 1 sene süreyle ötelenmesi
- Üreticilerin salgın süresince oluşan vergi yükümlülüklerinin 1 sene süreyle ötelenmesi

KAYNAKÇA

DURAN, S. Mahmut ve ACAR, Mustafa. *Bir Virüsün Dünyaya Ettikleri: Covid-19 Pandemisinin Makroekonomik Etkileri International Journal of Social and Economic Sciences E-ISSN: 2667-4904 10(1): 54-67, 2020 Research Article*

TUNÇSİPER , Bedriye ve DİKİLİ, Gökhan. *Küresel Ekonomik Kriz Çerçevesinde İşletmelerde Kriz Yönetimi Ve Balıkesir İli Örneği, Akademik Fener Dergisi, Balıkesir, Bandırma İİBF, 2006-2007*

AKDEVE, Erdal ve BENLİ ,Erman. *Covid-19'un Küresel Tedarik Zinciri Ve Sektörlere Etkisi.Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi,Thinktech STM Teknolojik Düşünce Merkezi.Perspektif.2020*

ADIGÜZEL, Muhittin. *Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Analizi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı Yıl:19 Sayı:37 Bahar (Özel Ek) s.191*

Deloitte (2020).*Covid-19 Salgınının Elektrik Talebine Olan Etkisi İle Türkiye 2020 Büyüme Beklentilerinin İncelenmesi, Nisan 2020*

Deloitte (2020). *COVID-19:Çalışanlara ve Çalışma Hayatına Olası Etkileri, Mart 2020*

Deloitte (2020). *Küresel Covid-19 Salgınının Türkiye'de Farklı Kategorilere Etkileri – II, Mayıs2020*

Türkiye Bilimler Akademisi. Covid-19 Pandemi Değerlendirme Raporu. Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, TÜBA Raporları No: 34. Ankara. 17 Nisan 2020

TÜİK Web Sitesi, www.tuik.gov.tr

Sözcü-Türkiye Corona Virüs İstatistikleri. <https://datastudio.google.com/reporting/1GEUxSCE2LH11QJlt-Ak1i8dZT2scb7NB/page/qCuJB>

Covid-19 Sürecinde Polatlı İlçesi ,İşletmelerde Kriz Yönetimi Ekonomik Hasar ve İhtiyaç Tespiti Anket Sonuçları, Kasım 2020





YENİ KORONAVİRUS RİSKİNE KARŞI

#14 KURAL



Ellerinizi sık sık su ve sabun ile en az 20 saniye boyunca ovarak yıkayın.



Soguk algınlığı belirtileri gösteren kişilerle aranızda en az 3-4 adım mesafe koyun.



Bulduğunuz ortamları sık sık havalandırın.



Kıyafetlerinizi 60-90°C'de normal deterjanla yıkayın.



Ateş, öksürük, nefes darlığı gibi şikayetleriniz varsa, maske takarak bir sağlık kuruluşuna başvurun.



Ellerinizi gözlerinize, ağzınıza ve burnunuza dokunmayın.



Yurt dışından dönüşte ilk 14 gün evinizde geçirin.



Öksürme veya hapşırma sırasında ağız ve burnu tek kullanımlık mendille kapatın, mendil yoksa dirseğin iç kısmını kullanın.



Yurt dışı seyahatlerinizi iptal edin ya da erteleyin.



Kapı kolları, ammatürler, lavabolar gibi sık kullandığınız yüzeyleri su ve deterjanla her gün temizleyin.



Tokalaşma, sarılma gibi yakın temaslardan kaçının.



Soguk algınlığı belirtileriniz varsa yaşlılar ve kronik hastalarla temas etmeyin, maske takmadan dışarı çıkmayın.



Hiçbir kişisel eşyanızı (havlu gibi gündelik eşyaları) ortak kullanmayın.



Bol sıvı tüketin, dengeli beslenin, uyku düzeninize dikkat edin.



BİRECİK TİCARET VE SANAYİ ODASI
Merkez Mah. HastaneCad. Bahçelievler. No:1
Birecik/Şanlıurfa

Telefon:0 (414) 652 11 65

Fax:0 (414) 652 78 25 E-posta: info@bireciktso.org.tr

www.bireciktso.org.tr