İSÜ İSTİNYE ÜNİVERSİTESİ İSTANBUL
ULUSLARARASI TİCARET VE İŞLETMECİLİK

EKONOMİ / TİCARET / İŞ DÜNYASI
HAFTALIK BÖLÜM BÜLTENİ

Perspektif
BUGÜNÜN HABERLERİ, YARININ SORULARI

SAYI 03

19-25 EKİM 2026

GÜNDEM + STRATEJİ DOSYASI

İŞLETME / DEVİR

Little Caesars Türkiye, Dinçerler Group’a geçti

Dinçerler Group, Rekabet Kurumu onayının ardından Little Caesars’ın Türkiye operasyonunu devraldı. Gloria Jean’s Coffees ve Magnolia Bakery’yi de bünyesinde bulunduran grup, böylece hızlı servis restoran alanına girdi. Yeni dönemde hizmet hızının artırılması ve dijital satış kanallarının geliştirilmesi hedefleniyor. Grubun 2029 için açıkladığı 1.000’i aşkın şube hedefi, portföyündeki tüm markaları kapsıyor.

PERSPEKTİF Tanınan bir markayı devralmak, yeni bir pazara giriş süresini kısaltabilir. Ancak büyümenin karşılığı yalnızca açılan şubelerle ölçülmez. Tedarik, teslimat ve hizmet kalitesi aynı hızda gelişmezse daha geniş bir ağ, yönetilmesi daha zor bir operasyona dönüşebilir.

KAYNAK 1 ↗

DİĞER GELİŞMELER

STRATEJİ / 2 EYLÜL 2026

Pegasus, ortak uçuşlarla erişimini genişletiyor

Pegasus-AirAsia kod paylaşımı anlaşması, AirAsia X’in İstanbul-Kuala Lumpur seferlerinin Pegasus üzerinden satın alınmasını sağlıyor. Kapsamdaki bağlantılı yolculuklarda check-in ve bagaj işlemleri son varış noktasına kadar yapılıyor. AirAsia yolcuları da İstanbul üzerinden Pegasus’un belirli Türkiye ve Avrupa hatlarına bağlanabiliyor. İki şirket, birbirlerinin uçuşlarıyla sundukları seçenekleri artırıyor.

PERSPEKTİF Her yeni noktaya kendi uçağıyla uçmak gerekmiyor. Ortaklık yatırım yükünü azaltabilir; ancak yolcu deneyimi şirketlerin uyumuna bağlıdır. Tek biletin arkasında aktarma, gecikme ve bagajın birlikte yönetilmesi gerekir.

KAYNAK 2 ↗

TEKNOLOJİ / PAZARLAMA

Canva, görsel üretim modeli Craft’ı tanıttı

Canva, kendi ekibinin geliştirdiği yapay zekâ modeli Craft’ı kullanıma sundu. Dream Lab üzerinden erişilen model, yazılı komutlardan görseller üretiyor. Önce metin ve nesnelerin yerleşimini planlayan Craft, tasarım odaklı çalışıyor. Üretilen içerikler, Magic Layers özelliğiyle düzenlenebilir tasarım öğelerine dönüştürülebiliyor.

PERSPEKTİF Üretimin kolaylaşması, küçük işletmelere daha fazla reklam deneme fırsatı sunabilir. Benzer araçlar yaygınlaştıkça farkı, markanın ne söylediği ve bunu ne kadar tutarlı anlattığı belirler.

KAYNAK 3 ↗

LOJİSTİK

Hürmüz’de gemilere yönelik saldırılar arttı

Reuters’ın 23 Ekim tarihli haberine göre, Hürmüz Boğazı ve çevresinde ticari gemilere yönelik saldırılar ekimde takip edilen dönemin en yüksek seviyesine ulaştı. Haber, 2017’den bu yana deniz güvenliği olaylarını izleyen Washington merkezli bir düşünce kuruluşunun verilerine dayanıyor. Bölgeden geçen yükler için güvenlik ve teslimat belirsizliği öne çıkıyor.

PERSPEKTİF Geciken sevkiyat üretimi aksatabilir; alternatif rota ve ek stok maliyeti artırabilir. Satın alma kararlarında fiyatın yanında teslimatın güvenilirliği de değerlendirilmelidir.

KAYNAK 4 ↗

Büyümek için her şeyi kendin yapmak gerekir mi?

SAID ACER

Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik • 4. sınıf

Bir şirketin büyüdüğünü duyduğumuzda aklımıza yeni şubeler, daha fazla çalışan veya daha büyük fabrikalar gelir. Büyümeyi çoğu zaman sahip olunanlarla ölçeriz. Oysa bir işletme, her işi kendi bünyesine katmadan da daha fazla müşteriye ulaşabilir. Bazen ihtiyaç duyduğu kapasiteyi oluşturmak yerine, o kapasiteye zaten sahip olan bir şirketle çalışır.

Pegasus'un ortak uçuş anlaşmaları bu yaklaşımı gösteriyor. Şirket, başka bir havayolunun gerçekleştirdiği seferleri yolcularına sunarak erişimini genişletebiliyor. Her yeni bağlantı için kendi uçuşunu başlatması gerekmiyor. Böylece yeni bir pazara ulaşmak, o pazarda bütün operasyonu tek başına kurmaktan farklı bir karara dönüşüyor.

Bu modelin çekici bir tarafı var: Her alanda uzmanlaşmaya çalışmak yerine, başkasının deneyiminden yararlanmak. Yeni bir operasyonun gerektirdiği yatırım ve hazırlık yükü azalabilir; şirket kaynaklarını daha iyi yaptığı işlere ayırabilir. Ancak ortaklıkla kazanılan hızın karşılığında, hizmetin bazı aşamaları üzerindeki doğrudan kontrol de paylaşılır.

Yolcu açısından bu paylaşım her zaman görünür değildir. Biletini aldığı markadan, yolculuğunun tamamında sorunsuz bir hizmet bekler. Aktarma aksadığında veya bagajı ulaşmadığında, şirketler arasındaki görev dağılımından önce sorunun çözülmesiyle ilgilenir. Bu nedenle bir ortaklığın değeri, sunduğu yeni bağlantılar kadar işler ters gittiğinde nasıl çalıştığıyla da ölçülmelidir.

Üstelik başlangıçta avantaj sağlayan bir iş birliği, zamanla bağımlılık yaratabilir. Ortağın fiyatları, öncelikleri veya hizmet kalitesi değiştiğinde şirketin ne kadar hareket alanı kalır? Alternatif geliştiremeyen bir işletme, kendi müşterisine verdiği sözü yerine getirmek için giderek daha fazla başka bir şirketin kararlarına bağlı hâle gelebilir.

Bu yüzden büyüme kararı verirken "Bunu kendimiz yapabilir miyiz?" sorusunun yanına "Hangi yetkinlikleri kendi içimizde korumalıyız?" sorusunu da koymak gerekir. Her şeyi yapmak, kaynakları dağıtabilir; çok fazla işi başkasına bırakmak ise şirketin kendi becerilerini geliştirmesini zorlaştırabilir. Sağlam bir büyüme, ortakların katkısından yararlanırken müşteriye verilen sözün sorumluluğunu taşıyabilmeyi gerektirir.

HABER KAYNAKLARI

01 Dünya • 22 Ekim 2026

02 Pegasus • 2 Eylül 2026

03 Canva • Craft duyurusu

04 Reuters • 23 Ekim 2026