T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE'DE SİYASİ İSTİKRARIN PERAKENDE GÜVEN ENDEKSİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ: ARDL SINIR TESTİ YAKLAŞIMI

SİMGE ZEDE

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. İSMAİL ORÇUN GÜNDÜZ

EDİRNE-2021

Tezin Adı: Türkiye'de Siyasi İstikrarın Perakende Güven Endeksi Üzerindeki Etkisinin Analizi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı

Hazırlayan: Simge ZEDE

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Siyasi İstikrar İndeksi'nin Perakende Güven Endeksi üzerindeki etkisinin ampirik olarak araştırılmasıdır. Çalışmada, "Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı" (TEPAV)'nın yayınlamış olduğu "Perakende Güven Endeksi" ve "Siyasi İstikrar İndeksi" 2013:01 ve 2019:12 yılları arasında aylık veriler kullanılmış olup, "Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model ARDL sınır testi" yaklaşımı ile Türkiye'de Siyasi istikrar indeksinin Perakende güven endeksi üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Ampirik analizde Perakende güven endeksi bağımlı, Siyasi istikrar indeksi ise bağımsız değişken olarak seçilmiştir. Değişkenlerin durağanlığı "Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF)" ve "Phillips-Perron (PP)" testleri ile incelenmiştir. ADF ve PP birim kök test sonuçlarına göre Perakende Güven Endeksi değişkeni seviye değerinde I(0) durağan iken; Siyasi İistikrar İndeksi değişkeni ise I(1) değerinde durağan olduğu tespit edilmiştir. Analizde kullanılacak her iki değişkeninde farklı seviyelerde durağan olması ve en fazla birinci farkta birim kök içermemesi durumu göz önüne alındığında Peseran vd. (2001) tarafından ortaya çıkarılan ARDL ("Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model") modelin kullanılması uygun görülmüştür. Sınır Testi sonrası modelde CUSUM ve CUSUM kare testleri ile yapısal kırılmanın varlığı araştırılmış ve modelde yapısal kırılma olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Analiz sonucuna göre, incelenen dönemlerde Siyasi istikrar endeksi ile Perakende güven endeksi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Bir başka deyişle bu dönemde Türkiye'de Siyasi istikrar indeksi arttığında Perakende güven endeksi de artmaktadır. Yapılan analiz sonucunda, literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde Siyasi istikrar endeksinin ekonomik göstergeler üzerindeki etkisi de çalışmayı desteklemektedir.

Anahtar kelimeler: Eştümleşme, Ardl, Perakende, Siyasi İstikrar

Name of Thesis: Analysis of the Effect of Political Stability on Retail Confidence Index in Turkey: Autoregressıve Distributed Lag Bound Test
Prepared by: Simge ZEDE

ABSTRACT

The main goal of the present study is to experientially investigate the effects of Political Stability Index on Retail Trust Index. Monthly data of Political Stability Index and Retail Trust Index published by Turkey Economic Policies Research Institution (TEPAV) between 2013:01 and 2019:12 were used for the study and effects of Political Stability Index on Retail Trust Index in Turkey were studied with Autoregressive Distributed Lag Bound Test (ARDL).

For the empirical analysis, retail trust index was designated as the dependent variable, and the political stability index was designated as the independent variable. The stationarity of the values were investigated using "Augmented Dickey Fuller (ADF)" and "Phillips-Perron (PP)" tests. According to the ADF and PP unit root tests, the Retail Trust Index variable was stable at level value I (0) and, The Political Stability Index variable was stable at level value I (1). As the variables were stable at different levels and not consisting of root unit most in first difference were taken into consideration, it was decided to use the ARDL model of Pesaran et al. for the study. After the bound test, structural break was searched with CUSUM and CUSUM square tests and no structural break was found in the model.

According to the analysis result, it was decided that there is a significant and positive relation between the Political Stability Index and Retail Trust Index during the period of the study. In other words, during this period one can see that when Political Stability Index rises in Turkey, Retail Trust Index rises as well. The literature evaluation results also supports the study in the case of Political Stability Index having effects on economic indicators.

Key words: Cointegration, Ardl, Retail, Political Stability

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının hazırlanmasında bilgi ve birikimlerinden faydalandığım başta değerli danışman hocam Prof. Dr. İsmail Orçun GÜNDÜZ olmak üzere diğer tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Her zaman yanımda olan, eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi desteğini esirgemeyen kıymetli annem Aynur ZADE'ye ve ikiz kardeşim Özge ÖZTÜRK'e teşekkür ederim.

Tez çalışmam boyunca anlayışı ve sabrı ile yanımda olan sevgili eşim Öğr. Gör. Eren ZEDE'ye tüm desteği için teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **I**
ABSTRACT ..... **II**
TEŞEKKÜR ..... **III**
ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **VI**
TABLOLAR DİZİNİ ..... **VII**
GRAFİKLER DİZİNİ ..... **VIII**
KISALTMALAR DİZİNİ ..... **IX**
GİRİŞ **1**

1. BÖLÜM **3**
1.1. Perakendecilik Kavramı ve Tanımı 3
1.2. Dünya'da ve Türkiye'de Perakende Sektörü ve Tarihsel Süreci 5
1.3. Perakendeciliğin Dağıtım Kanalındaki Yeri 10
1.4. Perakendecilik Fonksiyonları 13
1.5. Perakendeciliğin Ekonomiye Katkıları 15
1.6. Perakendeciliğin Sınıflandırılması 18
1.6.1. Büyüklük Esasına Göre Perakende Mağazalar 18
1.6.2. Satılan Mal Türüne Göre Perakende Mağazalar 21
1.6.3. Mülkiyet Durumuna Göre Perakende Mağazalar 21
1.6.4. Örgütsel Yapı ve Uyguladıkları Yöntemlere Göre Perakende Mağazalar ... 23
1.6.5. Satış Yöntemine Göre Perakende Mağazalar 23
1.7. Ekonomik Güven Endeksleri Nelerdir? 24
1.8. TEPAV Perakende Güven Endeksi 27
1.8.1. TEPAV Perakende Anket Soruları ve Hesaplama Yöntemi 28
1.9. TEPAV Perakende Güven Endeksi ile TÜİK Perakende Ticaret Sektör Güven Endeksi Arasındaki Farklar 29
1.9.1. Kapsanan İşletmeler (Örneklem) 31
1.9.1.1. İşletme Hacmi 31
1.9.1.2. Örneklemin yenilenmesi 32
1.9.2. Uygulama Yöntemi 32

1.9.3. Sınıflamalar 33
1.9.4. Veri Analizi 34
1.9.4.1. Mevsimsellikten Arındırma 34
1.9.4.2. Cevapsızlık Düzeltmesi 35
1.9.5. Hesaplama Yöntemi 35

2. BÖLÜM 37
2.1. Siyaset ve Politika Tanımları 37
2.2. Siyasi İstikrar Ve Siyasi İstikrarsızlık 39
2.3. Siyasi İstikrarsızlığın Nedenleri 45
2.4. Siyasi İstikrar İndeksi Hesaplama Yöntemi 49
2.5. Siyasi İstikrar, Ekonomi Ve Perakende Güveni Arasındaki İlişki 51
2.5.1. Siyasi İstikrar/İstikrarsızlık Ve Ekonomi Arasındaki İlişki 51
2.5.2. Perakende ve Ekonomi Arasındaki İlişki 55
2.5.2.4. Perakende Sektörü İstihdam Gelişimi 61
2.5.2.5. Yatırımlar 62

3. BÖLÜM 69
3.1. Veri Seti ve Model 69
3.2. Analiz Yöntemi 69
3.2.1. Birim Kök Süreci ve ARDL Sınır Testi Yaklaşımı 69
3.3. Analiz Bulguları 75

SONUÇ 87
KAYNAKÇA 89

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Perakendeciliğin Dağıtım kanallarındaki yeri.....10

Şekil 2. Tipik bir dağıtım kalanında ürünlerin akışı.....11

Şekil 3. TÜİK Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksi ve TEPAV Perakende Güven Endeksi (TEPE) karşılaştırması (Ocak 2011 - Ağustos 2019).....30

Şekil 4. İşletmelerin çalışan sayılarına (büyüklüklerine) göre dağılımı.....32

Şekil 5. Perakende Güven Endeksi değişkeninin zaman serisi grafiği.....76

Şekil 6. Siyasi İstikrar Endeksi değişkeninin zaman serisi grafiği.....76

Şekil 7. Akaike Bilgi Kriteri.....80

Şekil 8. CUSUM Testi Sonuçları.....85

Şekil 9. CUSUMQ Testi Sonuçları.....85

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Sİİ'ini Oluşturan Alt İndeksler ve Ağırlıkları (%).....50

Tablo 2. Model Kullanılacak Değişkenler ve Kısaltmaları.....69

Tablo 3. ADF Birim Kök Test Sonuçları.....77

Tablo 4. Birinci farkı alınmış serilere ait ADF Birim Kök Test Sonuçları.....78

Tablo 5. PP Birim Kök Test Sonuçları.....78

Tablo 6. Birinci farkı alınmış serilere ait PP Birim Kök Test Sonuçları.....79

Tablo 7. F Sınır Testi Sonuçları.....81

Tablo 8. Tanımlayıcı Test Sonuçları.....82

Tablo 9. ARDL(1,2) Uzun Dönem Tahmin Sonuçları.....83

Tablo 10. ARDL(1,2) Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli Sonuçları.....84

GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1. Yıllar bazında GSYH ve Perakende Satış Değişimleri.....57

Grafik 2. Kişi Başına Düşen Perakende Gıda Satışı (TL).....58

Grafik 3. Hanehalkı Harcama Dağılımları.....58

Grafik 4. Sektör Bazında GSYH Büyümesi.....59

Grafik 5. Sektörlerin GSYH İçindeki Payı.....60

Grafik 6. Kayıt Dışılık Oranı.....61

Grafik 7. Hizmet Sektöründe Çalışanların İstihdam İçerisindeki Payı.....62

Grafik 8. Alt Sektörler Pazar Payı Değişimleri.....63

Grafik 9. Organize Gıda.....64

Grafik 10. Organize Gıda Dışı Ciro Değişimleri.....65

Grafik 11. Organize Gıda Dışı Metrekare Değişimleri.....65

Grafik 12. Toplam Kiralanabilir Alan (Milyon Metrekare).....67

Grafik 13. Türkiye'deki Yabancı Yatırımcı Firmaların Ülke Bazında Dağılımı.....68

KISALTMALAR DİZİNİ

ADF **:** Augmented Dickey Fuller

AIC **:** Akaike Bilgi Kriteri

ARDL **:** Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif

ARIMA **:** Bütünleşik Otoregresif hareketli Ortalama

AVM **:** Alışveriş Merkezi

AYD **:** Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği

DF **:** Dickey Fuller

EKK **:** En Küçük Kareler

GSYH **:** Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

HQ **:** Hannan-Quinn

KPMG **:** Klynveld Peat Marwick Goerdeler

OECD **:** Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü

PP **:** Phillips Perron

PWC **:** PriceWaterhouseCoopers

SGE **:** Sektörel Güven Endeksleri

SIC **:** Schwartz Bilgi Kriteri

TAMPF : Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu

TCMB : Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

TEPAV **:** Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı

TEPE **:** TEPAV Perakende Güven Endeksi

TL **:** Türk Lirası

TÜİK **:** Türkiye İstatistik Kurumu

VAR **:** Vektör otoregresyon

GİRİŞ

Ekonomi ve siyaset kavramları birbirleri ile yakından ilişkilidir. Bir ülke ekonomisi, iktidarda yer alan hükümetin siyasi kararlarından etkilenir. Siyasi kararların, ekonomi politikaları üzerinde etkisi olabilir. Ülke içerisinde siyasi anlamda kararlılık ve istikrarlı tutum ülke ekonomisinin de gelişmesini sağlar. Aksi halde siyasi istikrarsızlık durumu, ülke ekonomisini de olumsuz etkileyecek ve toplumun ekonomiye olan güveni azalacaktır.

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan güven endeksleri, tüketicilerin ve üreticilerin mali durumları ve ekonomiye olan güvenlerini ölçmeyi amaçlayan göstergelerdir. Bu sayede tüketicilerin ve üreticilerin genel ekonomiye karşı tutum ve beklentileri hakkında bilgi edinilir. Bir ülkenin iktidarında meydana gelebilecek siyasi istikrarsızlık durumunda tüketici ve üreticiler bu durumdan olumsuz etkilenecek, tüketici güveninde bir azalış meydana gelecek ve tüketim alışkanlıklarını da etkileyecektir. Tüketicilerin gelecekte ekonomik beklentileri, harcama ve tasarruflarını etkiler. Dolayısıyla alışveriş tutumları ve alışkanlıkları perakende sektörünü de etkilemektedir. Aynı şekilde perakendecilik, üreticiler içinde tüketici taleplerini karşılama, tüketiciye ulaşma konusunda bir sinyal görevi görür. Perakende sektöründe meydana gelecek olumlu gelişmeler, ülke ekonomisi için önem teşkil eden istihdam oranlarını da olumlu yönde etkileyecektir. Ülke içerisinde meydana gelen siyasi ve ekonomik gelişmeler perakende sektörünü de etkilemektedir. Bu çalışmada siyasi istikrar endeksinin perakende güven endeksi üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde perakendeciliğin kavramı ve tanımı, tarihsel süreci, dağıtım kanalındaki yeri, fonksiyonları, sınıflandırılması ve ekonomiye katkıları işlenmiştir. Perakende güven endeksi ve ekonomideki güven endeksleri hakkında tanımlamalar yapılmış ve hesaplama yöntemi gösterilmiştir.

İkinci bölümde, siyaset, siyasi istikrar ve istikrarsızlık kavramları ele alınmış; siyasi istikrarsızlığın nedenleri, tarihçesi, siyasi istikrar ve ekonomi

arasındaki ilişkisi incelenmiştir. Aynı zamanda modelde bağımsız değişken olarak yer alan siyasi istikrar indeksi'nin hesaplama yöntemi hakkında bilgiler verilmiştir.

Son bölümde ise, siyasi istikrar indeksinin perakende güven endeksi üzerindeki etkisi "Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model ARDL sınır testi" yaklaşımı ile incelenmiştir. Ampirik analiz sonucu tablo ve şekil yardımı ile gösterilmiş, bazı tanısal testler ile de kontrol edilmiştir.

1. BÖLÜM

1.1. Perakendecilik Kavramı ve Tanımı

Perakendeci, hizmet ve ürünlerin, dağıtım kanalları yoluyla tüketiciye ulaştırılmasını sağlayan, nihai tüketicilerin ihtiyaç ve taleplerini karşılamak amacı ile ürün çeşitliliğini en iyi şekilde sunmayı amaçlar. (Varinli, 2013: 4).

Perakendecilik ve perakendeci ile ilgili birden fazla tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlamalardan bazıları şunlardır:

Perakendecilik, üreticilerin üretmiş oldukları malların veya hizmetlerin direkt olarak son tüketiciye pazarlanması ve ulaştırılmasını sağlayan faaliyetlerin tamamıdır. Perakendeci kuruluşlar, mal ve hizmetlerin üretiminden başlayarak tüketiciye ulaştırılmasını kapsayan sürecin son çıkış kapısıdır. (Tek, 1984: 1).

Perakendecilik, üretici ve tüketici arasındaki ürünlerin naklini sağlayan bir aracılık hizmetidir. (Öztürk, 2006: 69).

Perakende ile ilgili bir tanımlama "Türk Gelir Vergisi Kanununa" göre "Satışı yapılan madde ve malzemenin aynen veya işlendikten sonra satışını yapan kimseler dışındaki kişilere satılmasıdır." (Öztürk, 2006: 69).

Perakendecilik, tüketici ve üretici arasındaki ürünlerin satın alınmasıyla ilgili dağıtım zincirinin son halkasıdır. (Mucuk, 1994: 256).

Perakendeci, esnaf veya tacir olarakta faaliyetlerini yerine getirebilen, sadece işletme ihtiyaçlarını değil aynı zamanda şahsi ve ailevi ihtiyaçlarında karşılanması amacı ile doğrudan doğruya tüketiciye mal ve hizmetlerin satışlarını yapan kişi ve kuruluşlara denir. (Varinli, 2011: 5). Bu tanımdan hareketle, belirtilen faaliyetleri yürüten ne tipte kuruluşlar olursa olsun, mal ve hizmetler, kişisel, telefon ile veya posta yoluyla yapılırsa yapılsın, sokakta ya da tüketicinin evinde satılırsa satılsın, bu kişi veya kuruluşlar perakendecilik faaliyeti yapıyor sayılırlar. Migros,

Carrefour, Yenikaramürsel (YKM), Akmerkez, Cevahir Çarşı'daki mağazalar seyyar satıcılar, kapıdan kapıya dolaşan ansiklopedi satıcıları, ziyaret edilen avukatlar, doktorlar, ev bakım, onarım işlerini görenler vb. perakendeci sınıfına girmektedirler. (Tek ve Özgül, 2013: 532).

Perakendecilik kavramı belirli bir süreç doğrultusunda çeşitli aşamalardan geçerek bugünkü konumuna ulaşmıştır. Bu aşamalar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Fonksiyonel yaklaşım, "*üretilen malların üretim noktalarından tüketicilere ulaştırılmasını sağlayan ve böylece malların taraflar arasında fiziksel olarak değişiminin gerçekleşmesine yardımcı olan ve dağıtım maliyetlerini azaltmaya odaklı klasik bir aracılık faaliyeti olarak değerlendirilmiştir."* Bu yaklaşım tüketicilerin talep ve ihtiyaçlarına yönelik üreticilerin ürettiği ürün ve hizmetlerin dağıtılmasını kapsar.
- Satış odaklı yaklaşım, "*nihai tüketici için geliştirilen sunumların satışı ile ilgili tüm faaliyetlerdir"* şeklinde tanımlanmıştır. Satış odaklı yaklaşımda tüketici için üretilen ürünlerin satışını sağlayan faaliyetler söz konusudur.
- Pazarlama odaklı yaklaşım,*"tüketici tatmini yaratmak amacıyla mal ve hizmetlerin satış faaliyetlerini de kapsayan pazarlama faaliyetleri"*şeklinde tanımlanmıştır. Tüketici taleplerini karşılamak amacı ile satış faaliyetlerinide kapsayan pazarlama yöntemleridir.
- Değişim işlemine odaklı yaklaşım,"*mal ve hizmetlerin kişisel, ailevi veya hane halkı kullanımı amacıyla taraflar arasında değişim işlemini gerçekleştirmek için yürütülen bir takım işletme faaliyetleri*"olarak tanımlanmıştır. Tüketiciye satılan bir ürünün, hane içinde de kullanılması amacıyla yapılan değişim işleminin gerçekleştirilmesi durumudur.
- Değer odaklı yaklaşım*, "tüketicilere satılan mal ve hizmetlere değer ekleyen işletme faaliyetleri şeklinde tanımlanmıştır"*. Perakendecilik, tüketicilere ve ailelerinin faydaları doğrultusunda, ürün ve hizmet satarak bir değer yaratır.
- Deneyim odaklı yaklaşım, "*tüketicilerin ihtiyaç duydukları malların tüketicilere küçük miktarlarda satışı veya pazarlanması faaliyetinin çok ötesinde, tüketici deneyimlerini planlayıp yöneten ve tüketicilere benzersiz*

deneyimler geliştirerek sunan, tüketicilere fonksiyonel, duygusal, sosyal ve deneyimsel değerler sunan, eğlenme, öğrenme ve boş zaman değerlendirme ile alışveriş yapma imkânlarını bütünleştiren faaliyetler bütünü" olarak tanımlanmaktadır. Perakendecilikte yaşanan yoğun rekabet sonucunda tüketiciler bir süre sonra sadece ürün ve hizmet satın almak istememişlerdir. Ürün ve hizmet satın almanın yanısıra eğlence, boş zaman değerlendirme gibi hizmetler alarak çeşitli deneyimler öğrenmek istemişlerdir. (Varinli, 2013: 5).

Buradan hareketle, perakendeciliği deneyimsel perakendecilik ve geleneksel perakendecilik olarak da ayırmak mümkündür. Geleneksel perakendecilik ve deneyimsel perakendecilik arasındaki farklar şu şekildedir;

Geleneksel perakendecilikte ön plana ürünün özellikleri ve faydaları alınmaktadır, kategorilerini ve aynı zamanda reakbeti tanımlamada, tüketicileri rasyonel karar vericiler olarak değerlendirir.

Deneyimsel perakendecilikte ise ön planda müşteri deneyimi yer almaktadır ve her ürünle ilgili durumlarını inceler, tüketicilere rasyonel karar alıcılar olarak bakar.

1.2. Dünya'da ve Türkiye'de Perakende Sektörü ve Tarihsel Süreci

Perakendeciliğin ortaya çıktığı dönemlerde pazar yerleri ve seyyar satıcılar bulunmaktaydı. İlk alışveriş merkezi günümüzden 4000 yıl önce Kuzey Mezopotamya'da yaşayan Asurlu tüccarlar tarafından kurulmuş, "Karum" adı verilmiştir.(Öztürk, 2013; aktaran Anıl, 2016). Eski Yunan'da "Agora" adı verilen kent meydanları pazar yerleri olarak kullanılmakta, Başta Çin olmak üzere Uzak Doğu bölgesinde pirinç, ipek, inci gibi ürünlerin satıldığı pazar yerleri bulunmakta, Anadolu'da ise Selçuklular tarafından kurulan kervansaraylar, pazar yerleri ve panayırlar ilk perakende alışverişleridir. (Aydın, 2010; aktaran Anıl, 2016).

Perakende tarihine bakıldığında birçok ürün pazaryerlerinde seyyar satıcılar tarafından satılmıştır. Seyyar satıcılar, bir köyden diğerine seyahat ederken ellerinde

bulunan ürünleri yolculuk esnasında satarlarmış. Bu durum Avrupa'da rönesans dönemine kadar devam etmiştir. Daha sonraki süreçte, burada bulunan pazaryerleri kalıcı hale gelmiş ve bugünkü iş merkezlerini oluşturmuştur. Çin'de milattan önce birkaç yüzyıl öncesinde, 16.ve 17. yüzyıllarda Avrupa'da ise bazı şehirlerde perakende zincirlerinin olduğu bilinmektedir. 15.ve 16. yüzyıllarda Almanya'da ilk zincirli mağazacılık faaliyetini yerine getiren "Fugger" ailesi olmuştur. Kanada'da ise 1670 yılında kurulan "Hudson's Baby Company", ilk mağazalar zinciridir. 1859 yılında New York şehrinde günümüzde de yer alan "Great Atlantic&Pasific Tea Company, Inc. (A&P)" olarak bilinen şirketin kurulması modern zincir mağazalarının doğuşu olmuştur. (Aydın, 2010: 2).

Perakende tarihinde insanlar, ilkçağlarda ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile takas yoluna gitmişlerdir. Paranın bulunması ile birlikte alışverişlerde artık para kullanılmaya başlanmıştır. Zaman içerisinde tüketici ihtiyaçlarına yönelik değişikler yaşanması ile üreticiler, ürettikleri ürünleri satabilmek amacı ile perakendecilere ihtiyaç duymaya başlamıştır. (Ünal ve Altay, 1).

18.yy'da Avrupa'da perakendecilik tüketicinin, ihtiyaçlarına konu olan ürünlerin gelişigüzel stoklanarak tezgahta sunulduğu bir satış yöntemi idi. Perakende sektörü, günümüzde de halen yer alan, haftanın belirli günlerinde mahalle ve semt pazarların kurulduğu, çeşitli ürünlerin satıldığı pazarlardır. Zaman içerisinde nüfusun artması, artan tüketici ihtiyaçlarının karşılanması, makineleşme ve daha geniş kitlelere hitap etmek amacı ile perakende sektörü gelişmiş, üreticiden alınıp, tüketiciye satılmaya başlanmıştır. (Gürman, 2006: 30).

Perakendecilik 19.yy'dan itibaren ise, Amerika'da bölümlü mağazacılık olarak ortaya çıkmıştır. Amerika'da 1930'lu yıllarda şehir dışlarında yer alan süpermarketler ve hipermarketler kurulmuştur. (Mucan, 2014: 29). Bölümlü mağazalar, birden fazla ürünün tek çatı altında ve ayrı ayrı bölümlerde, reyonlarda sunulması bu dönemde perakendecilikte önemli bir gelişme olmuştur. Bu sayede tüketicilerin ürün çeşitliliği içerisinde ürün seçmesi kolaylaşmış ve zaman tasarrufu sağlamıştır. (Gürman, 2006: 31).

Avrupa'da ise perakendecilik sektöründe ilk adımı atan Fransa, İngiltere ve daha sonra diğer Batı ülkeleri de büyük ölçekli mağazacılıkla sektöre girmiştir. (Yurtgüder, 2004: 4). Ve bugün Avrupa'da perkendecilik sektöründe en başarılı ülkeler, perakende de Avrupa ortalamasının iki katı ciroya sahip olan, İngiltere ve Almanya'dır. (Ünal ve Altay, 1).

20.yy'ın başlarında ise zincir mağazalar kurulmuş, perakendecilik sektörünün kurucusu olan Amerika'da süpermarketler 1950'li yılların sonunda gelişim göstermiştir. Perakende sektörünün öncüsü olan Amerika'da, süpermarket ve hipermarketlerden yapılan alışverişler Amerika'da yer alan tüketicilerin zamanla isteklerini karşılayamamış ve şehir içinde yer alması tüketiciler için bir sorun haline gelmiştir. Aynı durum Avrupa'da nüfusun hızla artması, Avrupa'ya göçün başlaması ve aile yapısının oluşması nedeniyle tüketicilerin alışveriş tercihlerinde değişiklik yaratmış ve perakendenin satış noktaları değişmiştir. (Cengiz ve Özden, 2010: 2).

20.yy.'ın sonlarına doğru ise perakendecilik uygulamalarından ortaya çıkan bir gelişme olan alışveriş merkezleri, tüketicinin ihtiyacı olan tüm ürünleri ve hizmetleri tek çatı altında toplayarak, alışveriş yapmasına imkan sağlaması amacıyla kurulmuştur. (Aydın, 2010: 2).

Osmanlı döneminde devlet kontrolü ile pazarda ticaret gerçekleştirilen İstanbul, Osmanlı İmparatorluğu ve dünya ekonomisi arasındaki ana pazarı ve ticaret bağlantısını oluşturmuştur. (Baş ve Göral, 2018: 853). Osmanlı döneminde ilk perakendecilik, 1461 yılında Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptırılan kapalı çarşı olarak bilinmektedir. Kapalu çarşı 31 hektar alan üzerine kuruludur. Bu dönemde perakende alışverişlerinin kapalı çarşı ve pazar yerleri olduğu söylenebilir (Anıl, 2016: 52). Günümüzde de halen kapalı çarşı bu Pazar yerlerinin en bilineni olduğu için İstanbul'da yaşayan yerliler ve turistlerin alışveriş yaptığı yer olarak özelliğini korumaktadır.

Ortaçağdan itibaren Anadolu'da perakendecilik özellikle gıda maddeleri alanında hızla gelişmeye başlamıştır. Ülkemizde, sanayileşmede kitle üretimi bir çok

Avrupa ülkesine göre daha geç başladığı için modern perakendecilikte ülkemize sonradan gelmiştir. (Baş ve Göral, 2018: 853).

Cumhuriyet dönemi ile birlikte geleneksel bakkal alışverilerinin yanısıra semt pazarları ve marketler tüketici hizmetine sunulmuştur. Bu yıllarda yabancı ekonomi ile ilişkilerin az olması, merkezi gıda dağıtımı olması ve merkezi yapının çözümsüzlüğü ile birlikte perakende sektörü ile ilgili farklı yöntemler denenmiştir. 1913 yılında İstanbul'da tüketim kooperatifleri kurulmuş, 1939 yılında ise çıkarılan kanun ile birlikte, devlet kontrolü altında, ürünlerin fiyatları düşük tutulmuştur. (Öztürk, 2006: 71).

1946 yılından itibaren liranın değer kaybetmesi ile birlikte hükümet vatandaşların refah seviyesinin artması için çalışmalar yapmıştır. 1950'lerde sermaye ve dağıtım sistemlerinin organizasyon yetersizliği, üretim düşüklüğü ve gıda ürünlerinde de özellikle büyük şehirlerde kıtlık olunca ilk zincir mağaza Migros kurulmuş ve ilk Tanzim satış mağazalar açılmıştır. (Öztürk, 2006: 71). 1954 yılında Migros'un temelleri atılmıştır. Bu temel yüzde 51 oranında İsviçre menşeli Migros, yüzde 49 oranında "İstanbul Belediyesi" ile "Toprak Mahsulleri Ofisi" ve "Et ve Balık Kurumu"'nun ortaklığı ile atılmıştır. 18 Eylül 1956'da hayatı ucuzlatmak ve aynu zamanda taşra kentlerinin de perakendeciliği tanıması amacıyla, devrin Başbakanının da desteği ile Gima (Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Türk A.Ş.) kurulmuştur. İsviçre 1975 yılında, Migros'taki sahip olduğu tüm hisselerini Koç grubuna devretmiştir. (Tuzcuoğlu, 1999; aktaran Cengiz ve Özden, 2010: 3).

1960'lı yıllarda "Vakko", "Beymen", "İGS", "YKM", "19 Mayıs" Mağazaları gibi özel sektör girişimi ile birden fazla büyük mağaza açılmıştır. 1960'lardan sonra bakkallarda ilaç, parfümeri ve kırtasiye gibi ürünler satılamaz hale gelmiştir. 1970'li yıllarda ise özel sektör yatırımlarında yüksek bir artış meydana gelmiştir. Bakkalların sermaye birikimleri ise, gıda ürünlerinde sorunların yaşandığı dönemden sonra işadamlarını, bakkallıktan gıda ürünleri toptancılığına ulaştırmıştır. 1970'li yılların sonlarına doğru gıda ürünlerinde uzmanlaşmaya doğru bir değişim yaşanmaya başlamıştır. Tüketim kooperatifleri, 1960-1970 yılları arasında büyük bir perakendecilik şekli olmuştur. 1966 yılından 1970 yılında kadar kooperatif sayısı

327'den 445 yükselmiştir.Ve bu dönemde hizmet verilen üye 55 bine yükselmiştir. 1974 yılında 18 adet İstanbul içerisinde, belediye'ye ait kooperatif bulunmaktaydı.. Tüketim kooperatifleri çoğunlukla self servis mağazacılık alışkanlığını oluşturmuştur. Bu dönemde perakende ticaretin GSYİH'daki payı da artmıştır. Ancak yine de kapalı ekonomik yapı, fiyat kontrolleri ve kısıtlı ürün çeşidi bu gelişimin hızını azaltmıştır. (Öztürk, 2006: 71).

1980'li yıllarda ekonomide ithal ikameci modelin terk edilmesi ile birlikte bu dönemde ithal yasakların kaldırılması, küreselleşme olgusu, dışa dönük sanayileşme, ekonomide politikaları perakendecilik sektörünü geliştirmiştir. 1987 yılında özelleştirme yasaları çıkarılması ile Migros ve Gima özelleştirilmiştir. 1988 yılında ise İstanbul Ataköy'de ilk modern alışveriş merkezi olan "Galeria" açılmıştır. (Öztürk, 2006: 72).

Almanya'da kurulan ve Avrupa'nın en büyük marketler zinciri olan "Metro", 1989 yılında ülkemiz pazarına girmiştir. Bunu takiben 1995 yılında ise Carrefour ülkemize gelerek perakende sektörünün gelişimine katkıda bulunmuştur. (Azabağaoğlu 1999: 53).

1990'lardan itibaren Türkiye'de büyük şehirlerde kurulan büyük ölçekli alışveriş merkezleri, süpermarketler, hipermarketler, perakende sektöründe faaliyere geçmiş ve pazar paylarını arttırmışlardır. (Kompil ve Çelik, 2009: 91).

Türkiye'de perakende sektöründe 2000 yılından itibaren önemli gelişmeler yaşanmıştır. 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz sebebi ile satın alma gücü düşmüş ve bu dönemde bazı perakendeciler kapanmış, ayakta kalan perakendeciler arasında da ürün fiyatlarında rekabet yaşanmıştır. (Mısırlı, 2009: 82).

2002-2005 dönemlerinde ise ekonomide TL'nin değerlenmesi ile tüketici taleplerinde bir artış yaşanmış ve piyasa düzelmeye başlamıştır. Yine TL'nin değerlenmesi sebebi ile ithal mallar ucuzlamış ve ithalatta artış yaşanmıştır. Ayrıca bazı parekendeci büyük şirketler 2005-2010 dönemini"yatırım dönemi"olarak adlandırmış ve büyük ölçekli yatırım projelerine girmişlerdir. (Mısırlı, 2009: 82).

1.3. Perakendeciliğin Dağıtım Kanalındaki Yeri

Perakendeciliğin ürünün tüketiciye iletilmesinin yanısıra bir başka yönü ise hizmetleri de kapsamasıdır.

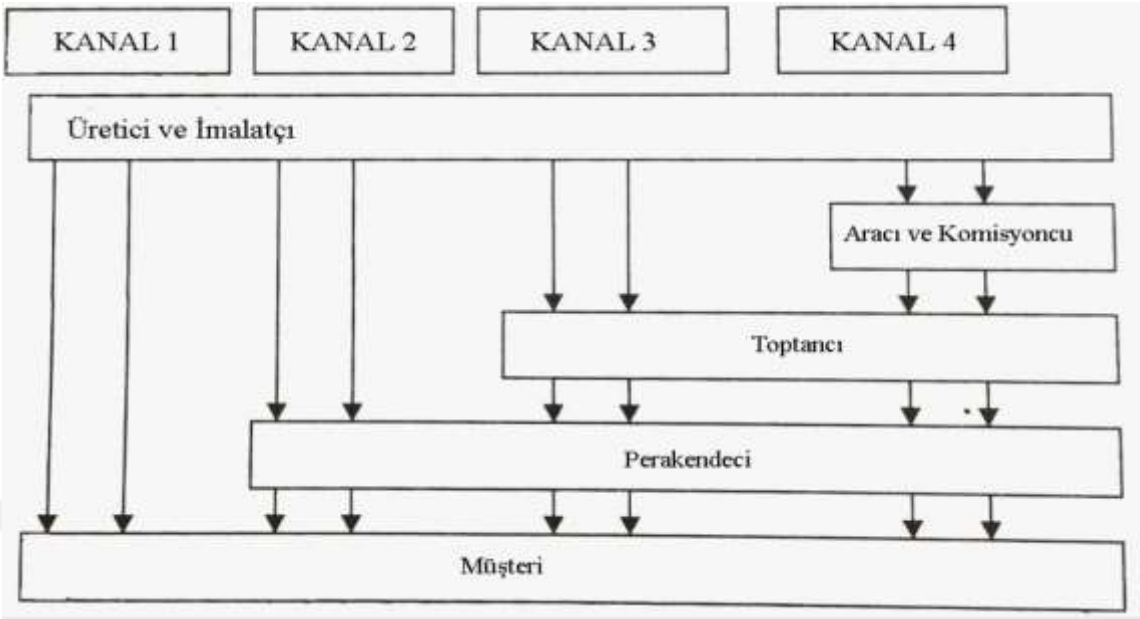


Şekil 1: Perakendeciliğin Dağıtım kanallarındaki yeri

Şekil 1 perakendecilerin dağıtım kanallarındaki yerini göstermektedir. Buradan yola çıkarak üreticiler ürettikleri malı tüketiciye satmak için öncelikle toptancılara, ardından toplantıcılar perakendicilere, ordan da tüketiciye ulaştırıp satarlar. (Varinli, 2013: 4).

Perakendecilerin dağıtım kanallarındaki yeri oldukça önemlidir. Dağıtım kanallarında işlenen süreçte üreticinin ürettiği ürün ve hizmetlerin tüketiciye ulaşmasını sağlayan kişi ve kuruluşlar burada aracı veya pazarlama aracı görevini üstlenmektedir. Bu aracılardan biri dağıtım kanalları içerisinde yer alan perakendecilerdir. (Gürman, 2006: 2).

Dağıtım kanalı, mal ve hizmetlerin üreticiden nihai tüketiciye doğru izlediği bir yoldur. Dağıtım kanalının bir diğer ismi de pazarlama kanalı olarak bilinir. (Aydın, 2010: 11). Bu akış içerisinde perakendeci, nihai tüketiciden önce yer alır. Perakendeciler, üreticiden aldıkları ürünleri, tüketiciye satarak böylece üreticinin mal arzının devamlılığını sağlar ve aynı zamanda da tüketicinin ihtiyaç ve isteklerini karşılayarak, satın aldıkları üründen verim almalarını sağlar ve kendileri için bir gelir kanalı oluştururlar. (Varinli, 2011: 8).



Şekil 2: Tipik Bir Dağıtım Kanalında Ürünlerin Akışı (Warren G. Meyer, Retail Marketing, McGraw-Hill Company (1998), ss.7-8; akt. Varinli 2011:8)

Tüketim malları için, dağıtımda, şekilde belirtilen kanallar kullanılır. Buna göre; (Cemalcılar; akt. Aydın, 2010).

Dağıtım kanallarında en önemlisi tüketim mallarının dağıtılmasıdır. Bu kanalda üreticiden tüketiciye dağıtım esastır. Örneğin, bir derginin içerisinde gördüğünüz bir ürün, bu derginin imalatçısından ya da üreticisinden size doğrudan gönderiliyor ise bu kanal kullanılıyor demektir.

İkinci kanala ise gıda mağazaları örnek gösterilebilir. Bu kanalda ise mal ve hizmetler üreticiden perakendeciye, perakendeciden de tüketiciye ulaşır. Bu kanal sayesinde daha geniş talep yaratılır ve satış potansiyeli daha büyük olur. Ancak burada üreticiler, araya perakendecilerin girmesi ile birlikte fiyat kontrollerini bir nebze kaybederler.

Üçüncü kanalda, mal ve hizmetler, üreticiden toptancıya, toptancıdan perakendeciye, perakendeciden ise tüketiciye ulaşır. Bu kanal daha çok içki ve madeni eşya gibi malların satışında kullanılır. Üreticiler için daha avantajlı olan bu

kanal sayesinde, üreticiler, kredi işlem yapma, muhasebe tutma ve şahsi satış yapmak zorunda kalmazlar.

Yalnızca bir kaç üreticinin olduğu özel ürünler için kullanılan dördüncü kanalda ise ürün ve hizmetler, üreticiden ajans veya komisyoncuya, ajans veya komisyoncudan toptancıya, toptancıdan perakendeciye ve perakendeciden tüketiciye ulaştırılır. Burada belirtilen ajans veya komisyoncu herhangi bir ünvan almadan alıcı ve satıcıyı bir araya getiren aracıdır.

Açıklandığı üzere ilk kanal hariç, dağıtım kanallarında yer alan diğer tüm kanallarda perakendeci yer almaktadır. Dolayısıyla perakendecinin dağıtım kanallarındaki önemi göz ardı edilemez.

Dağıtım kanalında yer alan üyelerin (imalatçı, toptancı, perakendeci ve tüketici) aralarında işbirliği olduğu kadar çıkar çatışmaları da meydana gelmektedir. Bu çatışmalar, yatay ve dikey çatışmalar olarak adlandırılır. Örneğin; eczanelerde, deniz ürünleri ve kozmetik ürünlerinin satılması spor ve parfümeri ürünleri satan işletmeler ile yatay çatışmaya girmesine; imalatçıların hem perakendecilere hem de tüketicilere ürün satmaları ise dikey çatışmaya örnek olarak gösterilebilir. (Tek, 1984: 7).

Dağıtım kanallarında yer alan her üyeler arasındaki ilişki sebebi ile ortaya çıkan çıkar çatışmaları sistemin işlemesi, yaratıcılığı açısından normal ve gereklidir ancak bu durum kontrol altında tutulmalıdır. (Tek, 1984: 7). Bir perakendeci işletmenin başarılı olması için, dış faktörlerle olan ilişkisinden daha çok dağıtım kanalları içerisinde yer alan, ilişkili olduğu diğer üyeler ile uyumlu olması ve bu kanallar ile ilişkisini kontrol edebilmesine bağlıdır. Pazarlama ve dağıtım sürecinin uzaması, kontrol mekanizmasını zor duruma sokar. Bu sebeple kısa dağıtım kanalında fiyat, devamlılık, kalite, miktar kontrolleri sağlanabilir. Bu yüzden dağıtım kanallarındaki üyeler arasında kanalları kısaltalarak”dikey ilişkiler”; güçlenmek ve rekabetten korunmak için ise”yatay ilişkiler”kurulabilir. Dikey ilişkilere”dikey bütünleşme”yatay ilişkilere”yatay bütünleşme”denilmektedir. (Tek, 1984: 7).

Dikey bütünleşme, bir işletmenin ürettiği ürünlerin üretim aşaması ve dağıtım kanalında, kendi faaliyetlerini kapsayan konuların bir önceki veya bir sonraki aşamasını bu faaliyetlere eklemesi durumuna denir. Örneğin, üreticilerin yapmış oldukları büyük reklam harcamaları ile kendi markalarını satış öncesinde tüketiciye kabul ettirmeleri gibi. (Tek, 1984: 7).

Yatay bütünleşme, üretim, toptan, perakende gibi aynı dağıtım düzeyinde yer alan üyelerin çeşitli yollar ile bir araya getirilmesi durumudur. Örneğin, bir şehirdeki perakendecilerden belli sayılardaki bakkalın tek yönetim altında birleşmesi gibi. (Tek, 1984: 7).

1.4. Perakendecilik Fonksiyonları

Perakendeciler tüketici tercihlerini en iyi bilmeleri yönüyle bu tercihlere göre mağaza ortamını planlamaları, tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak ürün ve hizmetlerin çeşitliliğini sağlamaları, ürün stok ve takibinin yapılması, ürün siparişlerinin tüketicilere ulaştırılması, tüketicilere özel taksit ve kredi imkanı sunmaları gibi birçok fonksiyonu dağıtım kanalları içerisinde gerçekleştirirler. Bu fonksiyonları yerine getirmesi özelliğiyle üreticilere destek sağlamış ve üretim sürekliliğini gerçekleştirmiş olurlar. Perakendecilik fonksiyonlarını 5 ana başlık altında inceleyebiliriz (Ünal ve Altay, 20).

- **Ürün ve hizmetleri çeşitlendirme**, perakendecilerin ürün çeşitlendirme fonksiyonu sayesinde tüketiciler, satın almak istedikleri ürünleri renk, marka, model, boyut ve fiyat aralığındaki ürünler arasından rahatlıkla seçebileceklerdir. Diğer yandan üreticiler, bazı ürünleri üretmekte uzmanlaşmışlardır. Örneğin, Migros gıda ürünlerinde, Yeşil Kundura ayakkabıda, Yeni Karamürsel giyim ve aksesuarlarda uzmanlaşmıştır. Dolayısıyla tüketiciler, bu mağazalara gittiğinde istekleri doğrultusunda bir ürünün onlarca çeşidini bulabilirler.
- **Küçük miktarlarda satma**, perakendeciler, taşıma mliyeti ve toplu alımlarda daha uygun fiyat avantajı gibi maliyetlerden ötürü toptancılardan

ve üreticilerden büyük miktarlarda ürün satın alırlar. Ancak tüketiciler, ihtiyaçları kadar, sınırlı ve küçük miktarlarda ürün satın alırlar. Bu durumda perakendeciler, bu ürünleri, mağazalarda tüketicilerin ihtiyaçları doğrultusunda küçük miktarlarda sunarlar.

- **Stok bulundurma**, tüketiciler, ihtiyaçları kadar, küçük miktarlarda ürün satın alırlar. Bu ürünlerin stoklarından perakendeci sorumludur. Tüketiciler için, ürün stokları maliyetlerini de karşılayarak bu ürünleri hazır bulundururlar.
- **Hizmet sağlama,** perakendeciler, tüketicilerin satın almış oldukları üründen fayda sağlamaları ve verimliliğini arttırmak amacı ile çeşitli hizmetler verirler. Örneğin, tüketicinin mağazadan aldığı elbisenin terzi işlemlerinin yapılması, bir market alışverişin eve servis edilmesi hizmetinin sağlanması gibi.
- **Bilgi paylaşımı**, perakendeciler bu fonksiyonları sağlarken tüketiciler ile bilgi alışverişinde bulunur. Tüketiciler, bilgi teknolojileri sayesinde ürün çeşitlendirmesi, fiyatları konusunda taleplerini bu platformdan ileterek kendilerine avantaj sağlarlar. Dolayısıyla perakendeciler ve üreticiler bu geri iletim yoluyla bir bilgi aışverişinde bulunurlar.

Perakendeciler, üretici açısından"üreticilerin satış temcilcisi"; tüketici açısından ise"tüketicilerin satın alma temsilcisi"olarak birçok fonksiyonu yerine getirir."Üreticilerin satış temsilcisi"yönüyle, tüketiciler ile görüşür, tüketici taleplerini iletir, ürün çeşitliliğini sağlar, ürünleri stoklar, pazar bilgisi sunar, üreticinin riskine ortak olur, finansman sağlar. (Varinli, 2013: 9). Perakendeciler, tüketicilerin talep ve ihtiyaçlarını üreticilere aktararak tüketici ve üretici arasındaki bilgi akışını sağlar. Perakendecilerin üretici ve tüketici arasında köprü görevi görmesi sebebiyle üreticiler daha etkin bir üretim gerçekleştirir ve bu sayede verimlilik artar. Perakendecilerin üreticilere sağlamış olduğu bir başka fayda ise tüketicilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda üretilen ürünleri satın alarak tüketiciye ulaştırır ve dolayısıyla finansal yük üreticiden perakendeciye geçerek riskleri üstlenmiş olur. (Azabağaoğlu 1999: 16).

"Tüketicilerin satın alma temsilcisi"yönüyle ise, tüketici isteklerini karşılar ve üreticiye bilgi aktarır, ürün çeşitliliğini ve hazırlanmasını sağlar, tüketiciye ürünleri ulaştırır, finansman sağlar, tüketicinin riskine ortak olur, ürünlere garanti sağlar. (Varinli, 2013: 9). Perakendecilerin dağıtım kanallarındaki önemi ve üretici ile ilişkisi göz önüne alındığında, üreticiden aldıkları ürünleri miktar olarak daha fazla almaları yönünden tüketiciye fiyat indirimi sağlayabilirler. Tüketicilerin talepleri doğrultusunda ürün çeşitliliğini sağlar ve bu ürünleri belirli özelliklere göre sınıflandırıp, mağazada sunarlar. Böylece tüketici ürün çeşitliliği açısından talepleri doğrultusunda alternatif ürün seçme şansına sahip olur. Perakendeciler aynı zamanda tüketicinin talepleri doğrultusunda üretilen ürünleri temin edip, stoklar ve tüketiciye satmaya hazır hale getirir. Tüketiciler, perakendecilerden ürün ile ilgili bilgi desteği de beklerler. Perakendeciler, çeşitli reklamlar yoluyla ve mağazada görev yapan personeller aracılığı ile ürün tanıtımını sağlayarak, tüketiciye bilgi desteğinde bulunur. Son olarak perakendecilerin tüketiciye yarattığı faydalardan biri de tüketiciye verdiği hizmettir. Bunlar, mağazaların Pazar günleri açık olması, çocuk parkları, kredi ve taksit imkanları, indirim günleri düzenlenmesi ve uzun çalışma saatleridir. (Azabağaoğlu 1999: 16).

1.5. Perakendeciliğin Ekonomiye Katkıları

Perakendeci, üreticinin üretmiş olduğu ürünleri, tüketicilere dağıtım kanalı yoluyla ulaştıran bir aracıdır. Dolayısıyla perakendeci içinde bulunduğu sosyal ve ekonomik çevreden ayrı düşünülemez. Perakendeci bir aracı olarak, dağıtım kanalı içerisinde önemli bir faydaya sahiptir. Perakendecilik faaliyetleri ekonomide yer, zaman, mülkiyet ve şekil faydasını yaratır. Perakendecilik faaliyetinde yaratılan bu faydalar ülkelerin ekonomik ve gelişmişlik seviyelerine göre değişiklik gösterebilir. Gelişmiş ülkelerde perakende sektörünün yaratmış olduğu bu faydaları gereken biçimde yerine getirdiği ve karşılığını aldığı söylenebilir. Gelişmekte olan ülkelerde ise bu faydalardan yarar sağlanılabilmesi için perakende sektöründe modernleşmeye ihtiyaç vardır. (Tek, 1984: 48).

Perakendeciliğin ekonomik etkileri, ekonomide 4 fayda ile açıklanır; (Tek, 1984: 48).

- **Yer faydası,** tüketicinin satın almak istediği ürünler tüketicinin istediği yerde yapılmalıdır. Tüketici istediği yerde ürüne ulaşamazsa eğer almak istediği ürün yerine ikame ürün alabilir, o üründen tamamen vazgeçebilir veya mümkün ise ürünü kendi imal edebilir. Eğer bunları yapamıyor ise ürünleri satın alabileceği yere ulaşmaya çalışır. Bu da ona, ürüne ulaşmak adına sarfedilen çaba, zaman ve taşıma gibi maliyetlere sebep olabilir. Antony Downs, satın alma faaliyetinin tüketiciler yönünde olan maliyetine "tüketim maliyeti" demektedir. Tüketim maliyetinin üç ana öğeden oluşur. Bunlar, para, zaman ve enerjidir;
  - **Para maliyetini,** satın alınan malların maliyeti, otopark ve ulaştırma giderleri, fırsat maliyeti ve alışveriş sırasında harcanan gelir olarak açılayabiliriz.
  - **Zaman maliyetini,** ev ile mağaza arasında geçirilen süre, alışveriş sırasında ve ödeme yapılırken geçen süre olarak açıklayabiliriz.
  - **Enerji maliyetini ise,** herhangi bir zaman diliminde harcanan enerji, satın alınan ürünlerin nakliyesi, satınalma esnasında çocukların gözetimi ve trafik sıkışıklığının neden olduğu ek enerji harcamaları olarak açıklayabiliriz.

Downs, tüketicinin ürünün satın alınması sırasında harcadığı para, zaman ve enerjinin ürünün fiyatı içerisinde dahil edilmesi gerektiğini savunmuştur. Downs'ın"tüketicinin etkinliği"kuramına göre "tüketici tüketim maliyetini azaltıp, yararını çoğaltmaya çalışır." Öncelikli olarak tüketicinin gelir durumu, bir mala olan ihtiyacının yoğunluğu ve diğer faktörler "tüketim maliyeti"ne verdiği önemi etkiler. Ancak tüketiciler genellikle, başka mağaza daha az fiyara satıyor diye daha uzakta yer alan bir yere gitmezler. Eğer ürünler arasında çok fazla fark yok ise uzak bir mağazadan yapacağı alışverişlerden elde edeceği tasarruf, yakındaki mağazadan alışverişin maliyetini etkilemiyorsa ödeme yapmaya razı olacaktır.

Üretici veya toptancılar ürünleri, tüketicinin istediği yerde satışa sunabilir ancak bunun maliyeti yüksektir. Ama perakendeci birden fazla ürünü toptan alıp, tüketicilere ulaştırdığı için buradaki maliyeti ürünler üzerine dağıtabilir. Aynı zamanda perakendecilerin reklamları sayesinde, yer faydası yaratılmasını sağlayabilir. Böylece tüketici, satın almak istediği ürünün satış noktasına kolaylıkla ulaşabilir. Yine perakendeciler, bazı ürünleri, tüketicinin evine kadar taşıyarak yer faydası yaratırlar. Tüketici, satın aldığı ürünü kendisi taşıyorsa yer faydasını kendisi yaratmış olur.

- **Zaman faydası,** tüketici ürünleri, ihtiyacı olduğu belli zamanlarda talep etmektedir. Bu durumda ürünü hazır bulundurmak perakendecinin görevidir. Perakendeci, ürünleri tüketicinin istediği zamanda çıkarmak için, ürünleri stoklamalıdır. Buna karşılık perakendeci stokladığı ürünler için aşınma payı, depo kirası, sipariş maliyeti, taşıma giderleri, vergi ve sigorta gibi birtakım maliyetleri göze almak zorundadır. Bu maliyetler nedeni ile ürünlerin fiyatına ekleme yapmak zorundadırlar. Bu fiyat, ürünün, perakendecinin elinde kalma süresine göre belirlenir.
- **Mülkiyet faydası,** perakendeci, tüketiciye satacağı malların mülkiyetine sahip olmak için tedarikçilerle ve üreticilerle iş birliği yapmak zorundadır. Dolayısıyla ulaşım ve iletişim masrafları da ürünün fiyatına eklenecektir. Perakendeci, müşterilerine kredi ile ürün satarak, ödemeyi vadelere bağlar. Böylece, ürünü, tüketiciye satmış olsa da vadelere bağlayarak, ürünün, mülkiyetini elinde bulundurur. Ancak ürünün bedelinin ödenmesi süresi boyunca bazı finansman masraflarına katlanmak zorundadır. Bu masraflar, mülkiyet faydasını yaratmayı sağlar. Perakendecinin istihdam ettiği satış elemanları da mülkiyet faydasına katkıda bulunurlar. Satış elemanları, müşterileri ürün hakkında bilgilendirir, tahsilat yapar, fiş ve fatura keserler.
- **Şekil faydası,** perakendeciler, sattıkları ürünleri, tüketiciye göre şekillendirebilirler. Ürünler üzerinde bazı değişiklikler yaparlar. Örneğin, oyuncakları, makineli aletleri, masaları monte ederler, elbiseleri

değiştirirler, resimlere çerçeve takabilirler. Büyük mağazalarda bu işler için"işleme, komandatura, tadilat atölyeleri"bulunur.

Perakendeci, bulunduğu sosyal ve ekonomik çevre ile alakalı bir faaliyetler bütünüdür. Dolayısıyla bu çevrede meydana gelen değişikliklerden bağımsız düşünülemez. Bu çevre yapısı içerisinde, nüfus artışı, politik değişiklikler, ekonomik şartlar, yasal ve idari düzenlemeler, kültürel ve sosyal faktörler, teknolojik değişiklikler yer almaktadır. Tüm bu unsurlar perakendeciliğin ekonomide yaratacağı faydanın düzeyini etkilemektedir. (Gürman, 2006: 7). Bunların yanısıra, perakendecilik, dünya ticaretinde ve birçok ülkede önemli bir boyuta sahiptir. Bu sektördeki gelişmeler ve değişimler, kendi alanı dışında, imalat sektörünü de etkilemektedir. Perakendeciliği ekonomiye katkıları arasında, yaptıkları satışlar, verimlilik artışı, istihdam sağlaması, kayıt dışılığın azaltılması, tüketicilere sunmuş oldukları ürün ve hizmetlerin kalitesindeki artış sayılabilir. (Ünal ve Altay, 46).

1.6. Perakendeciliğin Sınıflandırılması

Perakendeciliği yapısı ülkeden ülkeye, km başına, nüfus yoğunluğuna, alışkanlıklara, iklime, ülkenin zenginliğine, ailelerin gelirlerine ve yürürlükte olan ticaret yasalarına bağlıdır. Ülkeden ülkeye farklılıklar göstermesine rağmen, mevcut perakendecilik sistemi çeşitli esaslara göre sınıflandırılmaktadır; (Varinli, 2011: 9).

1.6.1. Büyüklük Esasına Göre Perakende Mağazalar

Perakende işletmelerini büyüklük esasına göre sınıflandırmada çeşitli kriterler kullanılabilir. Bunlar;

- Mağazadaki kasa sayısı (süpermarketler ve hipermarketler için)
- Mağazadaki satış alanı
- Mağazanın yıllık satışları
- Mağazada çalışan personel sayısı
- Mağazanın kuruluş sermayesi
- Mağazanın hukuki yapısı sayılabilir.

Bir perakende işletmenin büyük veya küçük ölçekli işletme olup olmadığının kararı yukarıda sayılan kriterlerin bir veya birkaçı dikkate alınarak değerlendirilir. Dünya Bankasının 1980 yılında "Küçük ve Orta Ölçekli Sanayinin Gelişimi ile İstihdam Yaratma Eğilimi ve Umutları" isimli raporuna göre; 1-50 arası personel çalştıran işletmeler küçük, 50-200 arası personel çalıştıran işletmeler orta ölçekli, 200'den fazla personel çalıştıran işletmeler ise büyük ölçekli işletmeler olarak kabul edilmiştir. (Varinli, 2011: 9).

Küçük ve büyük ölçekli işletmeler arasında sermaye yapısı, işletme yönetimi, işletme maliyeti, rekabet gücü gibi konularda farklılıklar vardır. Küçük ölçekli işletmelerin, büyük ölçekli işletmelere göre avantajları şu şekilde sıralanabilir; (Varinli, 2011: 12).

Küçük ölçekli perakende işletmeler, genelde sahibi tarafından yönetildiği için değişen ekonomik duruma ve çevresel faktörlere göre sahibi tarafından daha kolay kararlar alınıp, daha hızlı uygulanabilmektedir.

- Küçük ölçekli perakende işletmeler, büyük ölçekli perakende işletmelere göre, faaliyet konusu olarak daha serbest, iş hacmi olarakta daha esnekliğe sahiptir.
- Küçük ölçekli perakende işletmeler, sahibi tarafından yönetildiği için müşteriler ve müteşebbis arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur.

Küçük ölçekli işletmelerin, büyük ölçekli işletmelere göre dezavantajları ise şu şekilde sıralanabilir; (Varinli, 2011: 13).

- Küçük ölçekli perakende işletmelerde iş bölümünün olmaması sebebi ile stok kontrolü, raf düzenleme, mal sergileme ve vitrin düzenleme gibi konularda yetersiz kalmaktadır.
- Bu işletmeler finansman yetersizliği sebebi ile gerekli reklam harcamalarını yapamazlar.
- Müşterilerine sundukları satış hizmetleri itibari ile belli bir standarda sahip olmayıp, farklılıklar gösterirler.

Büyük ölçekli işletmelerin, küçük ölçekli işletmelere göre avantajları ise şu şekilde sıralanabilir; (Varinli, 2011: 14).

Büyük ölçekli perakende işletmelerde iş bölümü vardır. Bu sayede müşteri ihtiyaçlarını eksiksiz karşılarlar. Ayrıca düzenli kontroller sayesinde de gerekli mallar zamanında tedarik edilerek müşteri kaybı önlenir.

- Büyük işletmeler genellikle profesyonel yöneticiler tarafından yönetilir.
- Ürünleri doğrudan üreticiden temin ettikleri için toptancı karına da sahiptirler.
- Tüketiciye belli bir alan içerisinde birden fazla ürün sunarak, tüketici tercihlerini arttırırlar.
- Büyük ölçekli perakende işletmeler, birden fazla ürün alarak ayrıca toplu alım indiriminden faydalanır ve böylece küçük ölçekli perakende işletmelere göre satın alma yönünden de avantaja sahiptirler.
- Standart ve ambalajlı ürün satmak zorundadırlar. Dolayısıyla üreticileri bu çeşitte ürün üretmeye zorlarlar.
- Küçük ölçekli perakende işletmelere göre finansman açısından daha güçlü oldukları için kendi marka ve reklamlarını yapabilirler.
- Dikey ve yatay bütünleşme imkanına sahiptirler.
- Yönetim ve dağıtım maliyetlerini daha çok mal birimine dağıtmak suretiyle satış maliyetlerini düşürürler.

Büyük ölçekli işletmelerin, küçük ölçekli işletmelere göre dezavanatajlarını da şu şekilde sıralayabiliriz; (Varinli, 2011: 15).

- Donanımlı personel bulmakta güçlük çekmesi,
- Şehir merkezlerinde yer alan büyük perakende mağazalarının müşterilerinin park yeri sorunu ile karşılaşmaları,
- Şehir merkezlerinde kurulan büyük perakende mağazalarının yüksek kiralar ödemesi

1.6.2. Satılan Mal Türüne Göre Perakende Mağazalar

Perakende mağazalarını satılan mal türüne göre şu şekilde sıralandırabiliriz; (Tek ve Özgül, 2013: 533).

- Genel, her türlü tüketim malını satanlar (köy,kasaba,bakkal gibi)
- Çeşit mağazaları
- Departmanlı mağazalar
- Kolay ulaşılan malları satanlar (büfeler, bakkallar)
- Beğenmelik mal satanlar (hazır giyim, mobilya gibi)
- Çok ürün dizisi bulunduran kolaylık mağazaları (supermarket gibi)

1.6.3. Mülkiyet Durumuna Göre Perakende Mağazalar

Perakende mağazalarını mülkiyet durumuna göre şu şekilde sıralayabiliriz; (Varinli, 2011: 18).

Bağımsız mağazalar, her perakende işletme büyüklüğüne veya küçüklüğüne bakılmaksızın, işletmenin hem sahipliğini hem de yöneticiliğini üstlenen kişiler tarafından, bağımsız olarak işletilmesidir. Bağımsız perakende mağazalarının sahipliği ne üreticiye ne de tüketiciye aittir. Bakkallar, manavlar, kuruyemişçiler gibi.

- **Üreticinin satış mağazaları,** üreticilerin kendilerine bağlı perakende mağazaları açarak ticari faaliyette bulunduğu mağazalardır. Bu mağazalar tüketiciye yakın bir yerde kurulur. Bu tür mağazaların mülkiyeti ise ya üreticiye aittir ya da kira ile tutulur.

- **Zincirleme mağazalar,** her birinde aynı veya benzer ürünlerin satışa sunulduğu, iki veya daha fazla perakendeci kuruluşun bir yönetim altında birleştiği mağazalardır. Bir supermarket zinciri ve departmanlı mağazalar örnek olarak verilebilir.
- **Toptancı Desteğindeki Perakendeciler (Gönüllü Zincirler),** bir toptancı ile bağımsız perakendeci grubun anlaşarak toptan ihtiyaçlarını karşıladıkları bir gruptur. Toptan ihtiyaçlara konu olan ürünlerin alınması için bir grup toptancı ve gönüllü perakendeci arasında düzenlenen anlaşma ile reklam malzemeleri, tezgah düzenlemeleri, yer seçimleri, mal alım satımı ile ilgili açıklamalar yapılır.
- **Perakendecilerin Kurduğu Gönüllü Kooperatifler,** perakendeci grupların, ürünlerin bir kısmını veya tamamını satın almak için toptancılar ile sözleşme yaptıkları bir dikey bütünleşme sistemidir. Örneğin, aksesuar, tişört, sebze, meyve gibi mallarda miktar indirimlerin yararlanmak için küçük siparişlerin birleşmesi, küçük perakendecilerin zincirleme mağazaların düşük fiyatları ile rekabet etme gücünü arttırır. Yine kooperatiflerin sağladığı finansman güç ile reklam yapabilirler. Perakende kooperatiflerinde toptancı birden fazla perakendeciye bağlı iken, gönüllü zincirlerde birçok perakendeci bir veya daha fazla toptancıya bağlıdır.
- **Tüketici Kooperatifleri,** nihai tüketiciler tarafından oluşturulan, benzer tüketim ihtiyaçları olan ve karşılıklı fayda elde etmek amacı ile faaliyet gösteren bir kuruluşlardır. Tüketim kooperatifleri sayesinde tüketiciler, ihtiyaç duydukları ürünleri, aracı kuruluşları atlayarak daha uygun fiyata temin ederler. Tüketim kooperatifleri daha çok çalışanlarına ucuz mal temin etmek isteyen kurumlarca ve belediyeler ile açılmıştır.

1.6.4. Örgütsel Yapı ve Uyguladıkları Yöntemlere Göre Perakende Mağazalar

Örgütsel yapı ve uyguladıkları yöntemlere göre perakende mağazalar klasik (geleneksel) perakende mağazalar ve modern perakende mağazalar olarak ikiye ayrılır; (Tek ve Özgül, 2013: 53).

Klasik (geleneksel) Perakende Mağazalar, klasik dağıtım kanallarında yer alan, bağımsız, küçük imalatçı ve toptancı ve perakendecilerin oluşturduğu kasap,bakkal,manav gibi dükkanların yer aldığı pazarlama kuruluşlarıdır.

- **Modern Perakende Mağazalar,** klasik perakendeciler dışında kalan, bütünleşik dağıtım kanalları içerisinde yer alan, ölçek, hizmet, işlev bakımından geleneksel perakende mağazalara göre farklılık gösteren pazarlama kuruluşlarıdır. Örnek olarak bölümlü mağazalar, hipermarketler, zincir mağazaları, alışveriş merkezleri gösterilebilir.

1.6.5. Satış Yöntemine Göre Perakende Mağazalar

Satış yöntemine göre perakende mağazaları şu şekilde sıralayabiliriz; (Varinli, 2011: 10).

Geleneksel satış

- Posta yoluyla satış
- Gezici satış
- Self servis yöntemiyle satış
- İndirimli satış mağazaları
- Otomatik makinelerle satış

Perakende mağazaları satışın mağazada gerçekleşip gerçekleşmeyeceğine dair iki grupta incelenir;

Mağazalı perakendecilik, fiilen bir satış noktasının bulunduğu ve burada müşterilerine satışlarının yapıldığı perakendecilik türüdür. Örneğin, zincir mağazaları, süpermarketler, hizmet mağazaları, self-servis mağazaları, hipermarketler gibi. (Tek ve Özgül, 2013: 536).

Mağazasız perakendecilik, bir perakendeci mağazası dışında gerçekleştirilen perakendecilik türüdür. (Tek ve Özgül, 2013: 536). Bu tür perakendecilik, perakendecilerin herhangi bir mağaza olmadan ürünlerini sattıkları yerdir. Böylece müşteriler herhangi bir mağazaya gitmeden alışveriş yapabilirler. Örneğin, gezici satış, otomatik makinelerle satış, doğrudan pazarlama ve bilgisayar etkileşimli perakendecilik yapılması gibi. (Varinli, 2011: 34).

1.7. Ekonomik Güven Endeksleri Nelerdir?

Ekonomik güven endeksi, hem tüketicilerin hem de üreticilerin genel ekonomik duruma ilişkin değerlendirmelerini, beklentilerini ve eğilimlerini özetleyen bileşik bir endekstir. Endeks, tüketiciler, reel sektör, hizmetler, perakende ticaret ve inşaat sektörlerinin mevsimsellikten arındırılmış güven endekslerinin alt endekslerinin ağırlıklı toplamı olarak hesaplanmaktadır. (TÜİK, 2020).

Ekonomik güven endeksi, "Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)" ve "Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)" işbirliğinde gerçekleştirilen Tüketici Eğilim Anketi, TCMB tarafından yapılan İktisadi Yönelim Anketi (imalat sanayi), Aylık Hizmet Eğilim Anketi, Aylık Perakende Ticaret TÜİK tarafından yapılan Eğilim Anketi ve Aylık İnşaat Eğilimi Anketi ile oluşturulur. Alt endeksler ve endeksler her ayın ilk iki haftasında bu anketlerle toplanan verilerden hesaplanmaktadır. Ekonomik güven endeksi hesaplamasında kullanılan alt endeksler mevsimsellikten arındırılmış değerlerdir. (TÜİK, 2020).

Ekonomik güven endeksinin kapsadığı alt endeksleri şu şekilde sıralayabiliriz; (TÜİK,2020)

Tüketici Güven Endeksi, TÜİK tarafından aylık Tüketici Eğilim Anketi ile tüketicilerin kişisel mali durumu ve genel ekonomik gidişata ilişkin mevcut durum değerlendirmelerini ve gelecek dönem beklentilerini ölçmeyi ve tüketicilerin yakın gelecek için harcama ve tasarruf eğilimlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. (TÜİK, 2020).

Tüketici güven endeksi'ne ait alt endeksler şu şekilde hesaplanmaktadır;

- Son 12 aya göre hane halkının şu anki güncel durumu,
- Bir sonraki 12 aylık periyotta hane halkının mali durum beklentisi,
- Bir sonraki 12 aylık periyotta genel ekonomik durum beklentisi,
- Son 12 aya kıyasla bir sonraki 12 ayda dayanıklı tüketim malları için para harcama değerlendirmesi

Reel Sektör (İmalat Sanayi) Güven Endeksi, aylık olarak İktisadi Yönelim Anketi ile hesaplanmaktadır. İmalat sanayinde kısa dönemli eğilimlerin gözlemlenerek, ekonomik faaliyetlerin yönünü tahmin edebilmek amacı ile üretilen göstergelerdir. İmalat sanayinde etkinlik gösteren işyeri yöneticilerinin, yakın geçmişe ait değerlendirmelerinin, mevcut duruma görüşlerinin ve geleceğe yönelik beklentilerinin izlenerek, imalat sanayinin kısa dönemdeki eğilimlerini yansıtacak göstergelerin üretilmesidir. (TCMB, 2020).

Reel sektör (imalat sanayi) güven endeksi'ne ait alt endeksler şu şekilde hesaplanmaktadır; (TÜİK, 2020).

· Mevcut durumda toplam sipariş miktarı,
· Mevcut durumda mamul mal stok miktarı,
· Önümüzdeki 3 aya göre çıktı hacmi,
· Önümüzdeki 3 aya göre toplam istihdam,
· Son 3 aya göre toplam sipariş miktarı,
· Önümüzdeki 3 aya göre ihracat siparişleri,
· Sabit yatırım harcaması,
· Genel iş durumu

Hizmetler Güven Endeksi, TÜİK tarafından Hizmet eğilimi anketi ile hesaplanmaktadır. Hizmetler güven endeksinin oluşturulmasında, iş durumu, talep (ciro), istihdam, satış fiyatları, mevcut kaynaklarda herhangi bir farklılık olmadan faaliyeti artırma olasılığı, ticari faaliyeti sınırlayan ana faktörler, sabit sermaye yatırımı gibi konular Hizmet eğilimi anketi ile ele alınarak, aylık olarak hesaplanmaktadır. (TÜİK,2020).

Hizmetlerin alt endeksleri güven endeksi şu şekilde hesaplanmaktadır;

- Son 3 ay içindeki iş durumu,
- Son 3 ay içindeki talep-ciro,
- Önümüzdeki 3 aylık talep-ciro beklentisi

Perakende Ticaret Güven Endeksi, TÜİK tarafından Perakende ticaret eğilimi anketi ile hesaplanmaktadır. Perakende ticaret güven endeksinin oluşturulmasında, ticari faaliyet, stok hacmi, tedarikçilerden verilen siparişler, istihdam, satış fiyatları, mevcut kaynaklarda herhangi bir değişiklik olmadan faaliyeti artırma olasılığı, iş faaliyetini sınırlayan ana faktörler, sabit sermaye yatırımı gibi konular Perakende ticaret eğilimi anketi ile ele alınarak, aylık olarak hesaplanmaktadır. (TÜİK, 2020).

Perakende ticaret güven endeksi'ne ait alt endeksler şu şekilde hesaplanmaktadır;

- Son 3 aydaki ticari faaliyet satışları,
- Mevcut stok hacmi,
- Önümüzdeki 3 aylık ticari faaliyet-satış beklentisi

İnşaat Güven Endeksi, TÜİK tarafından İnşaat eğilimi anketi ile hesaplanmaktadır. İnşaat güven endeksinin oluşturulmasında, inşaat faaliyeti, iş faaliyetini sınırlayan ana faktörler, genel sipariş defterleri, istihdam, satış fiyatları, mevcut kaynaklarda herhangi bir değişiklik olmadan faaliyeti artırma imkanı, sabit sermaye yatırımı gibi konular İnşaat eğilimi anketi ile ele alınarak, aylık olarak hesaplanmaktadır. (TÜİK, 2020).

İnşaat güven endeksi'ne ait alt endeksleri şu şekilde hesaplanmaktadır;

- Mevcut genel sipariş defterleri,
- Önümüzdeki 3 aylık toplam istihdam beklentisi

Ekonomik güven endeksinin oluşturulmasında kullanılan alt endeksler tüketici % 20; imalat sanayi % 40; hizmetler % 30; perakende ticaret % 5; İnşaat:% 5 olarak ağırlıklandırılmaktadır. (TÜİK, 2020).

Eğer Ekonomik Güven Endeksi 100'ün üzerinde ise ekonomik duruma iyimser bir görünüm verirken, 100'ün altında hesaplanırsa kötümser görünüme işaret etmektedir. (TÜİK, 2020).

1.8. TEPAV Perakende Güven Endeksi

TEPAV Perakende Güven Endeksi (TEPE), Mayıs 2008'de "İş Dünyası ve Tüketici Uyumlaştırılmış Anket Programı" ile, uygulanmaya başlanmıştır. Bu program Avrupa Komisyonu Ekonomik ve Finansal İşler Direktörlüğü'ne aittir. TEPE örneklemi, "Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2002 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı" veritabanınından faydalanılarak oluşturulmuştur. Bu veritabanından faydalanılarak oluşturulan örneklemde 500 işletme yer almaktadır. "TEPAV Perakende Güven Endeksi Anketi" kapsamında aylık bazda 500 firmanın yöneticileriyle telefonla görüşülerek endeks oluşturulmuştur.

Perakende güven endeksinde amaç, perakende sektöründeki geçmiş, mevcut ve gelecekteki yönelimlerini takip edebilmektir. Yine bu endeksin perakende

sektöründe ve ilgili tüm kesimler tarafından bir referans olarak kullanılması amaçlanmaktadır.

Yiyecek ve içecek, tekstil, tütün ürünleri, hazır giyim, ayakkabı, radyo ve televizyonlar, elektrikli ev aletleri, BYS mobilya, aydınlatma ekipmanı ve ev içi kullanım ürünleri, motorlu taşıtlar, birden fazla farklı türlerde ürün satışı yapan büyük mağazalar kapsam olarak perakende güven endeksi içerisinde yer almaktadır.

Endeks, otuz iki şehir seçilerek yapılmaktadır. Bu şehirler Türkiye'nin yedi farklı bölgesinden seçilmektedir.

Seçilen illerin bölgelere göre dağılımları şu şekildedir :

Bölge Adı	Seçilen İller
Marmara Bölgesi	İstanbul, Tekirdağ, Balıkesir, Bursa, Kocaeli, Yalova
Ege Bölgesi	İzmir, Denizli, Muğla, Kütahya, Uşak
Akdeniz Bölgesi	Antalya, Adana, Mersin, Osmaniye
Karadeniz Bölgesi	Trabzon, Ordu, Zonguldak, Kastamonu, Samsun, Tokat
İç Anadolu Bölgesi	Ankara, Konya, Kayseri, Niğde, Eskişehir
Doğu Anadolu Bölgesi	Malatya, Erzurum, Van
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Gaziantep, Diyarbakır, Mardin

1.8.1. TEPAV Perakende Anket Soruları ve Hesaplama Yöntemi

Perakende güven endeksinin oluşturulduğu anket kapsamında şu sorular sorulmaktadır.

1. Geçmiş çeyrekte işlerinizin gidişatı nasıl bir yol izledi? (arttı mı?, aynı mı kaldı? , azaldı mı?)

2. Halihazırdaki stoklarınızın yeterliliği hakkında düşünceniz nedir? (Yeterlilik normalin üzerinde mi?, Yeterlilik normal mi?, Yeterlilik normalin altında mı?)

3. Tedarikçilerden verdiğiniz siparişlerin gelecek çeyrekte gidişatının nasıl bir yol izleyeceğini düşünüyorsunuz? (artacak mı?, aynı mı kalacak?, azalacak mı?)

4. Satışlarınızın gelecek çeyrekte gidişatının nasıl bir yol izleyeceğini düşünüyorsunuz? (artacak mı?, aynı mı kalacak?, azalacak mı?)

5. Gelecek çeyrekte, istihdam yarattığınız personel sayısının gidişatının yönü hakkında ne düşünüyorsunuz? (artacak mı?, aynı mı kalacak?, azalacak mı?)

6. Satış fiyatlarınızın gelecek çeyrekte gidişatının nasıl bir yol izleyeceğini düşünüyorsunuz? (artacak mı?, aynı mı kalacak?, azalacak mı?)

7. İşleriniz bir önceki yıla kıyasla dönem bazında, içinde bulunduğumuz yılda nasıl değişti? (işleriniz arttı mı?, işleriniz aynı mı kaldı?, işleriniz azaldı mı?)

8. Mağaza sayınızın bir sonraki on iki ayda nasıl bir yol izlemesini bekliyorsunuz? (artar mı?, fikrim yok, azalır mı?)

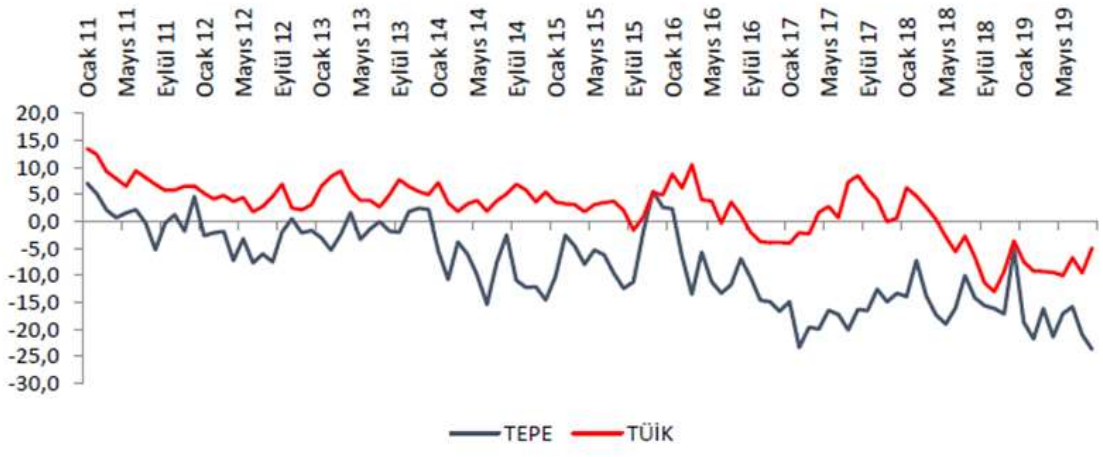
Perakende güven endeksi, ankette belirtilen ilk üç soruya verilen yanıtların ortalama balansları alınarak hesaplanır. (TEPAV, 2020).

1.9. TEPAV Perakende Güven Endeksi ile TÜİK Perakende Ticaret Sektör Güven Endeksi Arasındaki Farklar

"TEPAV Perakende Güven Endeksi (TEPE), Mayıs 2008'de Avrupa Birliği Uyumlaştırılmış İşyeri ve Tüketici Anketleri Ortak Programı" kapsamında faaliyete girmiştir. TEPE, perakende sektörünün mevcut durumunu değerlendirmek ve gözlemlemek amacıyla oluşturulmuştur. Mayıs 2011'den itibaren "TÜİK Perakende Ticaret Güven Anketi" TUİK tarafından uygulamaya başlamıştır. Bu anket "Avrupa Birliği Uyumlaştırılmış İşyeri ve Tüketici Anketleri Ortak Programı" kapsamındadır. Bu her iki endekste aynı konuyu, benzer soru setleri ile incelese de zaman içerisinde birbirlerinden farklılaşmışlardır. TÜİK ve TEPE arasındaki en büyük fark şirket büyüklükleridir. TÜİK, perakende ticaret sektörüne aylık eğilim anketi

uygulamaktadır. Bu anket "İşyeri Eğilim İstatistikleri" kapsamında olup, 10 veya daha fazla personel istihdam eden özel sektörde çalışan yöneticilere uygulanmaktadır. TEPAV Perakende Güven Endeksi anketleri ise yine özel sektör yöneticilerine uygulanır. Ancak bu ankette personel sayılarına göre herhangi bir kısıt gözetilmez. TEPAV Perakende Güven Endeksi anketlerinin büyük bir bölümü 1'den fazla 10'dan az personel istihdam eden şirketlere uygulanmaktadır. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

Her iki güven endeksi karşılaştırıldığında, hem endeks değerlerinde hem de eğilimlerinde değişiklikler mevcuttur. Örnek olarak, 2011 yılının Nisan ve Mayıs ayları arasında, eğilimdeki ilk farklılaşma, "TEPAV perakende güven endeksinde" bir artış yaşanmasına, "TÜİK perakende ticaret sektörü güven endeksinde" ise bir azalışa sebep olmuştur. Buna bağlı olarak birçok aylık değişimde de aynı farklılık görülmektedir. 2019 yılı içerisinde Şubat – Mart ayları ve Nisan – Mayıs ayları arasında TEPE endeksinde artış meydana gelirken, TÜİK endeksinde azalış izlenmektedir. 2019 yılında Temmuz ayından Ağustos ayına kadar TÜİK perakende ticaret sektörü güven endeksinde artış izlenirken; TEPAV perakende güven endeksinde azalış izlenmektedir.



Şekil 3: TÜİK Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksi ve TEPAV Perakende Güven Endeksi (TEPE) karşılaştırması (Ocak 2011 - Ağustos 2019)

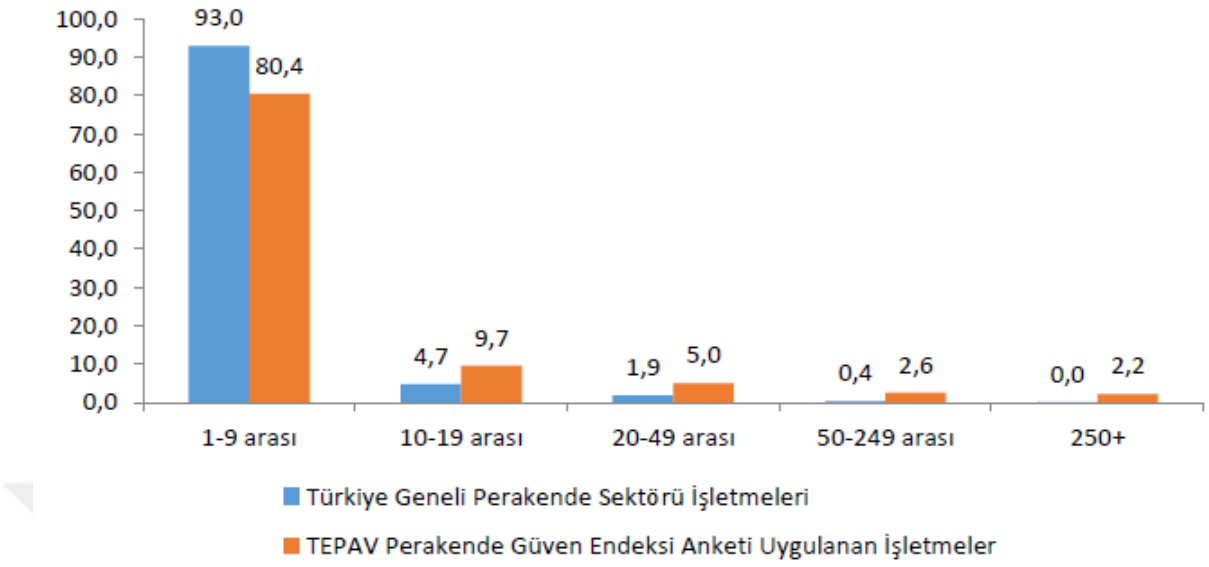
TÜİK ve TEPAV arasındaki bu farklılıkların muhtemel sebepleri aşağıda belirtilen başlıklarda açıklanmıştır.

1.9.1. Kapsanan İşletmeler (Örneklem)

1.9.1.1. İşletme Hacmi

TÜİK'in Perakende ticaret sektörüne uyguladığı ve İşyeri Eğilim İstatistikleri kapsamında değerlendirdiği, aylık eğilim anketi 10 ve daha fazla personel istihdam eden sahip özel sektör yöneticilerine yapılmakta, 1'den fazla 10'dan personel istihdam eden şirketlere ise bu anket uygulanmamaktadır. TEPAV Perakende Güven Endeksi anketleri ise çalışan sayılarına göre bir kısıt gözetmeksizin özel sektör girişim yöneticilerine uygulanmaktadır. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

Türkiye'de perakende sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin personel sayılarının dağılımı göz önüne alındığında 1'den fazla 10'dan az personel istihdam eden küçük ölçekli şirketler, tüm şirketlerin yüzde 93'ünü oluşturmaktadırlar. TEPE örnekleminde şirketlerin hacimsel olarak dağılımına bakılırsa, 1'den fazla 10'dan az personel istihdam eden şirketlerin sahip olduğu payın yüzde 80,4 olduğu gözlenmektedir. Ülkemiz genelinde perakende sektörü şirket büyüklükleriyle uyumlu bir dağılım izlediği gözlenmektedir. Türkiye genelinde 1'den fazla 10'dan az personel istihdam eden şirketlerin, perakende sektöründeki tüm şirketlerin yüzde 93'ünü oluşturmakla beraber aynı zamanda toplam personel sayısının yüzde 60,7'sine iş imkanı yarattığı göz önüne alındığında, TEPE'nin Perakende Güven Endeksi hesaplamalarını yaparken, perakende sektöründeki hem şirket, hem de istihdam sayısı açısından bakıldığında çok büyük bir paya sahip bölümünü bu hesaplamalara kattığı görülmektedir. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).



Şekil 4: İşletmelerin çalışan sayılarına (büyüklüklerine) göre dağılımı

1.9.1.2. Örneklemin yenilenmesi

TÜİK Perakende ticaret güven anketinin örneklem çerçevesi her yıl güncellenmekte ve yıl içerisinde ana faaliyetini değiştiren veya kapanan işletmeler anket dışına çıkarılmaktadır. Ancak faaliyet konusunu değiştiren işletmeler örneklem çerçevesi içerisinde hesaba alınmaktadır. TEPAV Perakende güven anketi de her yıl güncellenmektedir, Bu güncelleme ile temel faaliyetini değiştiren ya da kapanan işletmeler anket dışına çıkarılmaktadır. Fakat yıl içerisinde yaşanan sektör kaymaları örneklem çerçevesi içerisinde dikkate alınmamaktadır. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

1.9.2. Uygulama Yöntemi

TÜİK, "İşyeri Eğilim Anketini", her ay yayınlamaktadır. Internet üzerinden yayınlanan bu anket, yayınlandığın ayın birinci günününden onbeşinci gününe kadar uygulanmaktadır. TEPAV Perakende Güven Endeksi Anketi de aylık olarak yapılmaktadır. Ancak ayın beşinci gününden yirmibeşinci gününe kadar yapılmak ve bu yönüyle TUİK anketinden farklılaşmaktadır. TEPE anketinin uygulanmasında

görüşmeler Mayıs 2008 ile Nisan 2011 arasındaki dönemde yüz yüze yapılırken bu tarihten sonra ise görüşmeler, yüz yüze yapılmaktan ziyade telefon görüşmeleri şekilde yapılmaya başlnamıştır. TEPE anketleri 2014 yılından beri telefon ile yapılmaktadır. Anketler yapılırken sorulan soruların ilk altısı aynıdır. Bunlar anket yer alan temel sorular olarak tanımlanmaktadır. Endeks hesaplaması yapılırken kullanılan sorular ise 1., 2. ve 4. sorulardır. Sorulan sorular içerisinde ortak olarak sorular aynı olmakla veya bu soruları soruş biçimi değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin; ilk soruda TÜİK,"Son çeyrekte iş hacminiz (satışlarınız) nasıl bir yol izledi?"şeklinde bir soru sorarken, aynı soruyu TEPE, "Son çeyreği düşündüğünüzde işinizin hacminde (satış miktarınızda) nasıl bir değişme oldu?" şeklinde sormaktadır. AB genelinde uygulanan anket sorularının soruş şekli ile TEPE anketinde uygulanan soruların soruş şekli aynıdır. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

1.9.3. Sınıflamalar

TÜİK ve TEPE anketlerinde, "Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması, NACE Rev.2 sektör sınıflaması" uygulanmaktadır. Perakende sektörü, bu iki anketin de örneklemini oluşturmaktadır. Perakende sektörü aynı zamanda "NACE Rev.2 sınıflaması" ile uyumlu olarak;

- "Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı (45)"
- "Perakende ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç) (47)"

faaliyet kodlarını kapsamaktadır.

"Avrupa Komisyonu, İşyeri ve Tüketici Anketleri Kullanıcı Kılavuzu" tarafından dikkate alınmayı hariç tutulması önerilen faaliyet kodları (4'lü) bu faaliyet kodlarından dışlanmaktadır. TÜİK bu uygulamaya Avrupa Komisyonu'nun güncellemesine göre 2017 yılında son vermiştir. TEPAV ise, Mayıs 2008'den beri seçili 4'lü faaliyet kodlarının dışlandığı sektör sınıflaması ile anketlerini devam ettirmiştir. TEPAV bu uygulamaya son vermesi ise 2018 yılını bulmuştur. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

1.9.4. Veri Analizi

Ankette toplanan veriler üzerinde analiz gerçekleştirilirken TEPE ve TÜİK, "Eurostat" tarafından belirtilen standartları temel alır ancak yöntemsel farklılıklarla bu iki endeksin hesaplanması sırasında karşılaşılmaktadır. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

1.9.4.1. Mevsimsellikten Arındırma

TÜİK ve TEPAV, "Sektörel Güven Endekslerinin (SGE)" ve TEPE'nin mevsimsel düzeltmesini, "İspanya Merkez Bankası'nın" geliştirmiş olduğu ve "Eurostat" tarafından da önerilen "TRAMO-SEATS" yöntemini kullanmaktadır Bu yöntem "ARIMA" modeline dayalıdır. TÜİK, bu yöntemin kullanılmasında "Almanya Merkez Bankası" ve "Avrupa Birliği İstatistik Ofisi" anlaşması ile "Belçika Merkez Bankası" tarafından "Avrupa İstatistik Sistemi" direktifleri doğrultusunda gerçekleştirilmiş olan "JDemetra+" yazılımını kullanmaktadır. TEPE ise bu yazılımın "1.0.3" sürümü kullanmaktadır."(Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

TÜİK ve TEPE endeks hesaplarken, ilk olarak alt faktörleri mevsim etkilerinden arındıran dolaylı yaklaşımı uygulamaktadır. Dolaylı yaklaşımda mevsim etkilerinin arındırılmasından bir sonraki aşamada, arındırılan bu veriler toplılaştırılmasıdır. Bu sayede hem mevsim etkilerinden arındırılmış hem de toplulaştırılmış veriler elde edilmektedir. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

Avrupa Birliği İstatistik Ofisi'nin önerilerine uygun olarak, TÜİK tarafından mevsim etkilerinden arındırılmış veriler, cari yıl, geçen üç yılın güncellenmesi ile yayınlanmaktaydı. Ancak geçmişe dönük yenileme işleminden TÜİK tarafından 2016 yılında vazgeçilmiş olmasına rağmen, TEPE günümüzde bile verileri geçmişe dönük güncellemektedir. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

1.9.4.2. Cevapsızlık Düzeltmesi

Cevapsızlık hatası, kapsam içinde olan bir birim bilgilere ulaşılamaması durumunda ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla cevapsızlık hatasının sebep olduğu durumlar, gereken örneklem genişliğinin azalmasına, varyans değerinde artışa ve araştırma tahminlerinde yanlılıktır. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

Cevapsızlık düzeltmesi, cevapsızlık oranları üzerinden hesaplanır. Araştırma kalitesine etki eden parametrelerden bir tanesi cevapsızlık oranlarının hesaplanmasıdır. Cevapsızlık düzeltmesi mümkün olan homojen birimler üzerinden gerçekleştirilmelidir. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

TÜİK, örneklemi için yedek girişim seçmemektedir. Bu sebeple TÜİK, cevapsızlık düzeltmesini, ankete yanıt vermeyenler için yapmaktadır. TEPE anketinde ise ankete yanıt vermeyen girişimler için yedek girişim ile görüşme yapıldığı için örneklem sayısı tamamlanmaktadır. Dolayısıyla cevapsızlık düzeltmesi yapılmasına gerek görülmemektedir. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

1.9.5. Hesaplama Yöntemi

"TÜİK ve TEPE endeksi", "Avrupa Birliği"'nin kullandığı denge yöntemine göre hesaplanmaktadır. Bu yöntemde bir denge katsayısı elde edilmektedir. Denge katsayısı, sorulara pozitif cevap verenlerin yüzdesinden negatif cevap verenlerin yüzdesi çıkartılarak bulunur. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

TÜİK sorular için bir yayılma endeksi hesaplamaktadır. Bu yayılma endeksi, denge katsayısına 100 ekleyerek bulunmaktadır ve her soru için bu hesaplama yapılmaktadır. Hesaplanan yayılma endekslerinin aritmetik ortalaması 0 ila 200 arasında değer alan güven endeksini oluşturmaktadır. Eğer bu endeks "100'den büyük ise sektör mevcut ve gelecek döneme ilişkin iyimser, 100'den küçük ise kötümser" olarak değerlendirmektedir. TEPE, endeksinde yayılma endeksinden farklı olarak, denge katsayısına yayılma endeksinde eklenen 100 değerini eklememektedir. Bu endeskte; soruların denge katsayılarının aritmetik ortalaması,

“Endeks değerleri pozitif ise iyimserliği negatif ise kötümserliği” ifade etmektedir. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

“Her iki endeks için mevcut mal stok düzeyi endeksinin artışı stok azalışını, stok düzeyi endeksindeki azalış ise stok artışını” göstermektedir. (Kulaksız ve Dündar, 2019: 1-6).

2. BÖLÜM

2.1. Siyaset ve Politika Tanımları

Siyaset veya politika sözcüğü ile ilgili birden fazla tanımlama yapmak mümkündür. Siyaset ve politika sözcükleri eş anlamlı kelimeler olarak kullanılır. TDK'ya göre politika sözcüğü "*Devlet işlerini düzenleme ve yürütme sanatıyla ilgili özel görüş veya anlayış*" olarak tanımlanmaktadır. (TDK,2020)

Siyaset kelimesi Arapça kökenli olup, kelime anlamı itibari ile yetiştirmek, eğitmek, yönetmek anlamında kullanılır. İlk başlarda deve veya at gibi hayvanların eğitilmesi, yetiştirilmesi anlamında kullanılırken daha sonraları kişiyi yetiştirmek, eğitmek anlamında kullanılmış ve günümüz itibari ile artık toplumu ve şehiri yönetmek anlamında kullanılmaktadır. Bugün ise insanları, devletleri ve hükümetleri yönetmek, idare etmek anlamında kullanılmaktadır. (Ertekin, 2006:23).

Politika sözcüğünün kökeni ise Yunanca'dan Polise (şehir devlete, siteye) ait işler anlamında kullanılmıştır. Ancak dilimize İtalyanca'da "Politica"dan geçmiştir. Günümüzde, siyasetçiler, yazarlar, siyaset bilimciler, birbirinden farklı siyaset tanımlamaları yapmışlardır. Örneğin; Aristo, "insan mutluluğunu geliştirme sanatı", Büyük Selçuklu hükümdarı Nizamülmülk, "adalete ve bilgiye dayanan yönetim biçimi", Platon ise "insanları rızaları ile yönetme sanatı" olarak tanımlamıştır. (Öztürk, 2004:4).

Politika, toplumda yaşayan insanlar arasındaki mücadele, çatışma ve kavga olarak görebileceğimiz gibi bir yandan da toplumun bütünlüğünü sağlamak, özel çıkarlara karşı koyarak toplumun ortak iyiliği gerçekleştirmesi olarak görebiliriz. (Sezgin, 2005:138).

Politika kavramını açıklayabilmek için ilişkili olduğu kavramları da bilmek gerekir. Bunlar;

a) **İktidar etme sanatı olarak politika:** Politikayı iktidar etme sanatı olarak gören kişilerin kabul ettiği görüş"devletle ilgili olan"geleneksel görüştür. Bu görüşe göre politika, bakanlar kurulunda, hükümet dairelerinde ve yasama meclislerinde yürütülür. Özellikle siyasetçiler, lobi görevlileri ve kamu görevlileri gibi az sayıda insanlar tarafından faaliyete geçirilir.

b) **Kamusal faaliyetler olarak politika:** Bu görüş açısına göre politika"adil toplum"oluşturma amacını kapsar. Bu politikaya ait görüş, iktidar etme sanatı olarak politika görüşüne göre daha geniş kapsamlı olarak kamunun yürüttüğü işler ve kamusal hayatı da kapsar. Bu görüş, siyasi olan ile siyasi olmayan ayrımını yapar ve böylece özel alan ile kamusal alana vurgu yapmış olur. Hükümet veya devletin çerçevesinde kamusal alan siyaset, sanat ve kültür, ticaret, iş, sivil toplum çerçevesinde özel yapılar ise, kişisel alan, özel teşebbüs, aile ve ev içi hayatı kapsamaktadır.

c) **Uzlaşma olarak politika:** Bu görüşe göre politika,"mümkün olanın sanatı"olarak ifade edilmektedir. Siyasette kararların alınma yoluyla ilgilenir ve daha çok çatışmayı çözmenin yolu olarak görür. Toplumda düzen oluşturma probleminin çatışma, şiddet ve zorlama yerine uzlaşarak çözülmesi gerektiğine inanır.

d) **Hükümetin ve kaynakların dağıtımı olarak politika:** Politikanın hem kökten hemde en geniş anlamı olan bu görüş, politikayı devlet, hükümet, kamu gibi sınırlı alanlara sığdırmaktan çok tüm beşeri alanlarda ve sosyal faaliyetlerde olduğu görüşünü savunur. Bu manada politika, ailelerde, arkadaş gruplarında, toplumda, uluslararası alanlarda ve sosyal etkileşimin olduğu her yerde de mevcuttur. (Heywood, 2017: 23-30).

Yukarıda belirtilen bu maddelere göre politika, resmi ve resmi olmayan, kamu ve özel tüm ortaklaşa faaliyetlerin, tüm kurumların, beşeri grupların ve toplumun tam merkezinde yer almaktadır. (Heywood, 2017: 30).

Siyasetin günümüzdeki anlamı ile devlet yönetimi, iktidar veya egemenliğin kullanımı ve bu süreçte ortaya çıkan kuruluşların işleyiş ve davranış biçimlerini inceleyen sosyal bilimin bir dalı olduğunu söyleyebiliriz. Siyaset biliminin

amaçlarından biri iyi bir yönetim şeklidir ancak"iyi"kavramına kişiler farklı açılardan yaklaşabilir. Siyaset bilimindeki"iyi"kavramına ahlaki, dini, ekonomik ve ideolojik açılardan bakılıp farklı yorumlanabilir. Siyaset biliminde, fen biliminde olduğu gibi kesin doğrular yoktur. Siyaset kavramının tarih, psikoloji, sosyoloji ve ekonomi gibi birçok bilim dalı ile yakından ilişkisi vardır. (Ertekin, 2006:23-24). Bu çalışmada ise siyaset kavramı, siyasi istikrar kavramı altında ekonomi ile ilgili olarak perakende kavramı ile ilişkisi incelenecektir. Politika ve siyaset kavramlarının anlamını pekiştirdikten sonra siyasi istikrar kavramını açıklayabiliriz.

2.2. Siyasi İstikrar Ve Siyasi İstikrarsızlık

İstikrar kavramı TDK'ya göre"*Aynı kararda, biçimde sürme, kararlılık, stabilizasyon*"olarak tanımlanır. (TDK,2020)

Siyaset kavramını ise eski yunanda ve insanlar üzerinde olduğu gibi toplum refahını arttırmak, şehirleri yönetmek, idare etmek ve bu süreçte ortaya çıkabilecek problemlerin giderilmesini sağlamak anlamına gelirken; modern anlamda ise devleti yönetmek ve yine bu süreçte ortaya çıkabilecek problemlerin giderilmesinin yanısıra aynı zamanda siyasi güç, etki ve otorite de bu kapsama girmiştir. (Ertekin, 2006:75).

Siyasi istikrar kavramını ise yukarıda belirtilen açıklamalar doğrultusunda, benzer şekilde siyasal karar almada istikrarlılık, düzenlilik, amaçlanan hedeflere ulaşmada kararlılık, sistemin sürekliliğinin sağlanması olarak açıklayabiliriz. Bu anlamda siyasette istikrar kavramı, sisteme ilişkin istikrarı ve siyasal sürecin içinde yer alan siyasi partiler, bürokrasi ve baskı grupları, seçmenlerin düşünce ve faaliyetlerindeki kararlılığı ve sürekliliği içermektedir. Fakat siyasi istikrar kavramı, demokrasi ile idare edilen toplumlar için geçerli olup, toplum adına siyasi kararların ayrıcalıklı bir zümre veya diktatör tarafından alınan toplumlarda geçerli olmamaktadır. Çünkü bu şekilde yönetilen toplumlarda, bireylerin kişisel tercih ve hakları bulunmadığı için yönetimde söz hakkına sahip değillerdir. Bu şekilde yönetilen toplumlarda dolayısıyla istikrarsızlık söz konusu olmadığı için istikrardan da bahsetmek mümkün değildir. Siyasi iktidara sahip olanların verecekleri bireysel

ve toplumsal kararlar tekdüze ve nettir. Bu nedenle istikrarsızlık daha çok demokratik yönetimler ile açıklanır. (Ertekin, 2006:75).

Demokratik yönetimlerde siyasi karar alma sürecinde temel unsurlar, kuvvetler ayrılığı, hukukun üstünlüğü, seçimler ve siyasi partilerin varlığı, çoğunluğun yönetme hakkı ve şeffaflık olarak sayılabilir. Bu unsurlar birbirleri ile ilişkili olup, toplumsal kararlar alınırken bu unsurların dışına çıkılmaması demokratik bir gerekliliktir. Her ne kadar bu unsurların dışına çıkılmaması ve hukukun üstünlüğü bir demokratik gereklilik olsa da uygulama aşamasında bu karar alma sürecinde yer alan aktörler, toplumsal çıkarları bireysel çıkarlara dönüştürebilmektedirler. Siyasal süreç, yasal yollardan etkilenebileceği gibi yasal olmayan yollardan da etkilenebilir. Bu da siyasi karar alma yetkinliğini kullananların oluşturduğu partilere güvenin ve toplumsal beklentilerin yerini siyasi rant sürecine bırakmış olduğu anlamına gelir. (Ertekin, 2006:75).

Uygulamada siyasi istikrar kavramı daha kısıtlı bir şekilde algılanıp, yürütme organının istikrarı şeklinde tanımlanmaktadır. İstikrar kavramının içeriğinde devletleri oluşturan siyasi partilerin iktidarda kalma süreleri, devletin tek başına mı yoksa bir koalisyon oluşturularak mı kurulduğu, koalisyon ise karar alma sürecinde yer alan koalisyon ortaklarının birlik ve anlaşması gibi konuları içermektedir. Fakat siyasi istikrarı sadece devletin istikrarına bağlamak yeterli olmaz. Siyasi istikrar sadece yürütme organının istikrarı değil, aynı zamanda siyasi partilerin yapısı, şeffaflık, yasama organının istikrarı, yargı bağımsızlığı gibi birçok unsuru kapsamaktadır.

Yukarıda yapılan açıklamalar doğrutusunda siyasi istikrar, hükümetin kurulma biçimi, hükümetin iktidarda kalma süresi, seçmen kararlılığına, siyasi partilerin amaçları ve siyasi üslupları, diğer partilere yaklaşım şekli, partilerin sorunlara çözüm bulma dereceleri, siyasette yer alan kişilerin dürüst, üretken, çağdaş, iyi niyetli ve yurtsever olması gibi birçok faktöre bağlıdır.

Bu anlamda siyasi istikrar, toplum adına siyasi iktidarlar tarafından siyasi, ekonomik ve sosyal konularda alınan kararların, toplumun beklenti ve ihtiyaçlarını

karşılamadaki başarısının ve devamlılığının sağlanıp sağlanmadığıdır. Bu devamlılık sadece devlete bağlı olmayıp, siyasal rejim, seçmenlerin sosyo-kültürel yapısı, parti ve seçim sistemleri, ülkenin mali durumu, uluslararası siyasi konjonktür gibi etmenlere de bağlıdır. (Ertekin, 2006:75).

Literatüre bakıldığında siyasi istikrar ve siyasi istikrarsızlık kavramları üzerinde araştırmacıların birden fazla tanımlamaları mevcuttur. Bu tanımlamalar şu şekildedir;

Posner(1997)' ye göre siyasi istikrar, kısıtlı anlamda, bir ülkedeki askeri darbelerin, ülkedeki iç savaşların, politik terörün, yozlaşmanın, ülkede sık anayasal değişikliliklerin, kamulaştırmanın olmaması olarak tanım yapmaktadır. (Posner, 1997: 344).

Claud Ake'ye göre siyasi istikrar, siyasi değişim akımlarının düzenli olması halidir. Bu akımlar düzenli olursa istikrar da o anlamda düzenli olur. Toplumda yer alan bireyler siyasi rollerini ve eylemlerini kendilerine tanınan sınırlar içerisinde sürdürürlerse siyasi istikrar düzenli olur. Aksi halde siyasi istikrar, düzensiz olur. Siyasi istikrarın boyutunu belirleyebilmek için siyasi değişim sürecindeki düzensizlikleri ve düzenlilikleri tanımlamak gerekir. Bu siyasi değişim sürecindeki davranışların siyasi değişim sistemini ihlal etmiyor olması gerekir. (Ake, 1975: 271-283).

Arora(1970) ise siyasi istikrar kavramını, daha çok politik, yapısal ve yönetimsel düzenlemelerin bir işlevi olarak tanımlamıştır. Siyasi istikrarın değişkenliğinin ekonomik kalkınma ile ilişkisi değerlendirildiğinde toplumun sahip olduğu kaynaklar ile birlikte dikkate alındığını ifade etmiştir. (Arora, 1970: 1203).

David Sanders (1981) siyasi istikrarı üç yaklaşımda tanımlamıştır. Bunlar, devamlılık (süreklilik) yaklaşımı, sıklık yaklaşımı ve politik gazetecilerin istikrarsızlık yaklaşımı. Devamlılık yaklaşımına göre, zaman içerisinde sürekliliğini sağlayan hükümet istikrarlıdır. Sıklık yaklaşımına göre, ülke içerisinde meydana gelebilecek terör, darbe olayları, gösteri, devrimler, suikastlar vb. politik olaylar sonucu hükümet değişikliği oldukça istikrarsızlık meydana gelir. Gazetelerin

istikrarsızlık yaklaşımına göre ise, gazeteciler, bir ülkede meydana gelen politik olayların bir veya birkaçına bakarak ülkenin politik durumunun istikrarlı veya istikrarsızlığı ile ilgilenmektedirler. (Sanders, 1981: 50).

Radu'ya göre siyasi istikrar kavramı, bir ülkenin ekonomik büyümesinin yanısıra düşük seviyede ekonomininde bir ölçüsüdür. İstikrarlı politik ortam, bir ülkenin ekonomisinde sürdürülebilir kalkınma için tutarlı ve sürekli bir yol oluşturmaya yardımcı olur. (Radu, 2015:751)

Margolis'e göre bir ekonomide siyasi istikrar faktörleri şu şekilde ifade edilir; . (Margolis, 2010; akt. Özek, 2019).

- Bir siyasi yapıda şiddetin olmaması,
- Hükümetin öz değerlerini tehdit eden unsurların olmaması,
- İktidarın politikalarını kontrol edebilme becerisi,
- İktidarın siyasi problemlerini karşılayabilme kabiliyeti,
- İktidarın siyasi faaliyetlerindeki düzenin kademesi

Dolayısıyla bu faktörlerin bir kısmı veya tamamında oluşabilecek bir eksiklik o ülkenin ekonomisinde siyasi istikrarsızlığın sebebi olarak tanımlanabilir.

Speicher'e göre siyasi istikrar kavramı, Sovyetler Birliği'nin çöküşü, sadece batı ülkeleri için en büyük tehdidin kaybolması anlamına gelmemektedir. Sovyetler sonrası var olan ve geçiş ekonomileri diye isimlendirilen ülkeler, batı için bir başka anlama daha gelmektedir. Bu da batılı endüstrileşmiş ülkeler ile aynı ilkelere sahip, yeni bir ülke grubunun ortaya çıkmasıdır. Siyasi istikrar kavramı, merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerinde pek çok avantajı beraberinde getirmektedir. Bunlar ise,

- Devletin bütçe açıklarının kapatılması için vergi gelirlerinin kullanılması,
- Savunma için yapılan harcamaların daha da düşmesi,
- Ekonomik büyümeye destek olması,
- Sosyal refah programlarının devamı,
- Finansal piyasalarda istikrarın sağlanması yer almaktadır.

Siyasi istikrar, ekonomik kalkınma ile bağlı olan bir kavramdır. Merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerinde ekonomik kalkınma olgusu özel sektörün elinde yer almaktadır. (Speicher, 1997; akt. Özek 2019).

Alesina and Perotti (1993)'te yapmış oldukları çalışma doğrultusunda, siyasi istikrarsızlığı iki şekilde açıklamışlardır. İlki, yürütmede istikrarsızlığı vurgular. İkincisi ise siyasi şiddet durumunda toplumsal huzursuzluk göstergelerine dayanmaktadır. İlk yaklaşım, siyasi istikrarsızlığı"hükümet değişikliklerini gözlemleme eğilimi"olarak tanımlar. Değişikliklerin"anayasal"olabileceği yani kanun içinde yer alabileceği veya"anayasaya aykırı"olabileceği yani darbe olabileceğini savunmuşlardır. (Alesina and Perotti, 1993:3)

Leon Hurwitz (1973) siyasi istikrar kavramını beş farklı yaklaşım ile açıklamaktadır. Bu yaklaşımlar; (Hurwitz, 1973:449-458)

- **Siyasi İstikrarda Şiddetin Yokluğu :** Siyasi istikrarın en yaygın görüşü olarak sayılabilir. Bu yaklaşıma göre, siyasi istikrarın varlığı için iç çatışma ve şiddet olmaması gerekir. Politik-toplumsal değişim ve karar alma da oluşabilecek sorunları çatışma yolu ile değil, kurumsallaşmış ve işlevsel prosedürlerin sonucu olan barışçıl, yasalara saygılı bir toplum olarak yönetilen süreçler istikrarlıdır. Örneğin, yöneticiler, siyasi şiddet içeren süreçler sonucu değişiyor ise burada istikrarsızlık söz konusudur. Demokrasi ile yönetilenlerin rızasının alınması gerekli olsa da bu rızanın değişmesi durumunda barışçıl bir yaklaşım sergilenmelidir.
- **Hükümetin Görevde Kalma Süresi/Dayanıklılığı :** Siyasi istikrarın sağlanması için ikinci bir yaklaşım hükümetin veya kabinenin uzun ömürlülüğü yani görevde kalma süresidir. Örneğin, A ülkesi B ülkesine göre görevde daha uzun süre kaldı ise A ülkesi, daha istikrarlı olarak kabul edilir. Bir hükümetin görev süresi, siyasi istikrarın ölçülmesinde temel ve en kolay anlaşılır yaklaşımıdır.
- **Meşru Bir Anayasal Düzenin Varlığı:** Siyasi istikrarın üçüncü önemli tanımı ve yaklaşımı"meşruiyet"olarak sunulmaktadır. Bu yaklaşım, toplumun siyasi sistemi ve çıktılarını doğru ve uygun bir biçimde kabul etmesi

gerektiğini savunur. Meşruiyet kavramı, siyasi istikrarı tanımlamaya yardımcı olur ancak istikrarlı bir sistemin sonucu olarak görülmemesi gerekir. Bu tür bir yaklaşımda istikrar kavramı yalnızca olumsuz olguların varlığı değil , olumlu olguların da kabul edilmesi ile açıklanabilir.

- **Yapısal Değişimin Olmaması:** Siyasi istikrar kavramının açıklanabilirliği için dördüncü yaklaşım yapısal değişimin olmaması ile ilişkilendirilir. Yıllar içinde temel yapısında düzenleme veya değişiklik yapmamış olan bir sistem"kararlı"veya"istikrarlı"olarak tanımlanabilir. Bu yaklaşıma göre yapısal değişime uğramamış sistem, sürekliliği ve kararlılığı sayesinde, çevresel baskılar karşısında kalıplarını koruyamayan siyasete göre istikrarlı sayılır.
- **Çok Yönlü Bir Toplumsal Özellik Olarak Siyasi İstikrar:** Siyasi istikrar kavramını açıklamaya yönelik son yaklaşım harhangi bir izole edilmiş ölçüt yerine, çok yönlü ölçütlerin oluşturduğu sistematik istikrar olarak açıklanmasıdır. Bu yaklaşım"istikrar"kavramının izole edilmiş tek bir değişkene indirgenemeyeceğini kabul eder. Bunun yerine çeşitli yaklaşımları sentezleyerek bütünleştirmesi gerektiğini savunur.

Bir ülke ekonomisinde siyasi istikrar kavramı kadar siyasi istikrarsızlık kavramının nedenleri de önemlidir. İstikrarsızlık kavramı,"*İstikrarsız olma durumu, dengesizlik, kararsızlık"*olarak tanımlanmaktadır. (TDK,2020).

Siyasi istikrarsızlık kavramı için ise üç yaklaşımdan bahsedebiliriz. Bunlar;
(Pehlivan, 2009: 5-6)

- **Sosyal düzensizlik:** Bir toplumsal yapının meydana gelebilmesi için toplumsal öğelerin bir sistem oluşturacak şekilde birbirleriyle etkileşim halinde olması gerekir. Belirsizlik söz konusu olduğu taktirde bu etkileşimin sağlanması engellenmektedir. Toplumsal öğeler arasında etkileşimin zayıf olması siyasi istikrarsızlığa sebep olmaktadır. Siyasi istikrarsızlık bu yönü ile düşünüldüğünde mülkiyet haklarını da etkilemektedir ve siyasi olarak teşvik edilen askeri darbe, cinayet, yağma ve grevlerin olması sıklıklarıyla örnek olarak verilebilir.

- **Miyopluk ve kutuplaşma:** Siyasi istikrarsızlık, hükümet değişikliklerinin sayısı ile ilişkiendirilmektedir. ilişkilendirilmiştir. Miyopluk, ekonomik birimlerin uzağı görememesi yani veri bilgi düzeyinde gelecek hakkında tam öngörüde bulunulamamasıdır. Ekonomik birimlerin faaliyetlerini etkileyen bir diğer konu, anayasal olarak belirlenen seçim dönemlerine, erken seçim kararı alınmasının oluşturduğu belirsizliktir. Siyasi istikrarsızlık bu şekilde tanımlandığında, hükümetin değişme hızı ile ölçülebilir.
- **Zayıf hükümet yaklaşımı:** Hükümetin varlığını ve hayatını tehdit eden önemli siyasi sorunların varlığı siyasi istikrarsızlığa sebep olmaktadır. Bu anlamda siyasi istikrarsızlığın temel nedeni belirsizliktir.

Martin Lipset'e göre siyasi istikrarsızlık kavramı, demokrasi ve otokrasi arasında gidip gelmeler olması durumunda siyasi istikrarsızlıktan bahsedilebilir. Siyasi istikrarlılık için mevcut olan siyasi sistemin sürekli devamlı olması gerekir. (Cangir, Telatar 2014:12).

2.3. Siyasi İstikrarsızlığın Nedenleri

Siyasi istikrarı sağlamak, toplumsal refahı arttırmak gibi düşünceler yüzyıllardır insanların zihnini meşgul etmektedir. Siyasi istikrar ile ilgili çalışmalar 1960'lı yıllarda çeşitli veriler ile başlamış, siyasi sistemleri istikrarlı yapan unsurlar ile siyasi rejimlerin sebepleri, siyasi olayların nedenleri gibi ülkeler temelindeki farklılıklar üzerinde durulmaya çalışılmıştır. 1980'li yılların ortalarından itibaren siyasi istikrar kavramı ekonomik göstergelere yansımış ve böylece birçok çalışma iktisat literatürüne girmiştir. Fakat siyasi istikrar/istikrarsızlık nedenleri ve ölçümü konusunda bir uzlaşma söz konusu olmamıştır. Bunun sebebini Gurr (1974) , siyasi sistemin ne olduğu konusundaki anlaşmazlıkların, istikrar konusundaki kavramsal ve uygulamalı farklılıkları ortaya çıkardığını aktarmaktadır. (Şimşek, 2015: 39-54).

Siyasi istikrarsızlık konusu politika bilimi açısından önemli bir araştırma konusudur. Bu konu hakkında literatürde çeşitlilik gösteren görüşler mevcuttur.

Siyasi göstergelerin ve kavramlarının anlaşılabilmesi için bazı açıklamaların yapılması gerekmektedir. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra başarısız olması sebebi ile anayasal mühendislik yaklaşımı, Almanya ve bazı ülkelerce anlamını kaybetmiştir. 1950'li yıllarda siyasi unsurlarla açıklanan siyasi istikrar artık sosyoekonomik ve çevresel değerlerle açıklanmaya başlanmıştır. Siyasi istikrarsızlığın sebebi çeşitli araştırmacalar tarafından farklı bakış açıları ile açıklanmıştır. Bu anlamda literatürde bu konu ile ilgili çalışma yapmış araştırmacılardan bazılarının görüşleri şu şekildedir; (Şimşek, 2015: 39-54).

Sanders (1981), istikrarsızlığa sebep olan çeşitli dışsal etkenleri iki gruba ayırmaktadır. İlki, değişkenleri politik değişme dizileri adı altında açıklamaktadır. Burada gelişme ve bağımlılık olarak gösterilen değişim süreçleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. İkinci gruptaki dışsal etkenleri de devlet baskısı, etnik veya dini bölünmeler, eşitsizlikler şeklinde siyasi sistemin yapısal nitelikleri adı altında açıklamaktadır. (Şimşek, 2015: 39-54).

Gasiorowski (1998), siyasi istikrarsızlığın nedenlerinin araştırmasında iki ayrı çalışmadan bahsetmiştir. Bunlar, muhalefetin mevcut ortamdan ne derece etkilenmesi ve popüler hoşnutsuzluğun nedenlerinin araştırılmasıdır. Bu hoşnutsuzlukların sebebi olumsuz ekonomik koşullardır. Muhalefetin, bu hoşnutsuzluğun toplum içerisinde yarattığı memnuniyetsizliği gidereceğine dair sunduğu vaatler siyasi istikrarsızlığa sebep olmaktadır. Yine bu anlamda yapılan çalışmalarda; etnik bölünmeler, uluslararası savaşlar, sosyo-ekonomik şartlar, dünyanın ekonomik yapısı gibi unsurlar da istikrarsızlığı arttırmaktadır. (Şimşek, 2015: 39-54).

Acemoğlu ve Robinson (2007) çalışmasında, siyasi istikrarsızlığın sebebini gelir dağılımındaki adaletsizlik olarak açıklamaktadır. Demokratik politik sistemlerde zengin kesim, fakir kesime göre varlığı sebebi ile daha yüksek vergi ödemektedir. Bu durum fakir kesimi demokrasi yanlısı yapmakta iken, zengin kesimi darbe yapmaya teşvik etmektedir. Bu gelir adaletsizliği, demokratik olmayan toplumlarda ise tam tersi söz konusu olmakta, yoksulları, sosyal huzurluk sebebi ile darbe girişiminde bulunmaya teşvik etmektedir. Bir toplumda yüksek oranda görülen

gelir adaletsizliğinin yarattığı bu durum ekonomide durgunluğa sebep olmakta ve yeni bir rejim arayışını tetiklemektedir. Latin Amerika'nın demokrasiye geçiş dönemlerinin bu ekonomik krizler esnasında olduğu örnek olarak verilmektedir. Bu sebeple, gelir eşitsizliği, siyasi sistemin istikrarsızlığının nedenleri arasında sayılmaktadır. (Geleri, 2018: 14).

Dutt ve Mitra (2008)'da çalışmasında gelir dağılımındaki adaletsizliğin siyasi istikrarı arttırdığını aktararak Acemoğlu ve Robinson (2007)'u desteklemektedir. Yine Alesina ve Perotti (1996) 1960-1985 döneminde 71 ülkeyi de kapsayan çalışmasında, gelir dağılımındaki adaletsizliğin siyasi istikrarı arttırdığını, orta sınıf oluşturulmasının istikrarı güçlendirdiğini savunmuştur. . (Şimşek, 2015: 39-54).

Huntington (1972)'ye göre iktisadi anlamda kalkınma, nasıl ki yatırım ve tüketim davranışları ile ilgili iken, siyasi düzen kavramıda siyasi kurumların gelişimi ve yeni sosyal güçlerin siyasete katılımı ile ilgilidir. 1950 ve 1960'lı yıllarda, gelişmekte olan ülkelerde görülen siyasi istikrarsızlığın temel sebebi, yeni grupların hızlı bir şekilde siyasete katılmalarına rağmen, kurumların bu duruma adapte olamayarak yavaş gelişim göstermesidir. Siyasi gelişme ve modernleşme farklı iki kavramdır. Modern olma durumu istikrarı arttırır ancak modernleşme ve zenginleşme çabaları siyasi bozulmaya, yasaların değişmesine ve yozlaşmaya; yozlaşma ise kamuda görev yapan personellerin davranışlarının bozulmasına sebep olmaktadır. Siyasi kurumlardaki gelişmenin, sosyal ve ekonomik değişime göre geri planda kalması siyasi anlamda düzensizliğe ve istikrarsızlığa neden olmaktadır. (Şimşek, 2015: 39-54).

Araştırmacıların görüşlerinden de anlaşılabileceği gibi siyasi istikrarsızlığa sebep olabilecek birçok unsur sayabiliriz. Yine literatürde dikkat çekilen siyasi istikrarsızlığa neden olan unsurlar arasında jeopolitik istikrarsızlık, askeri müdahaleler, terör, hükümet değişiklikleri, kurumsal zayıflıklar, toplumsal kutuplaşma da sayılabilir.

Jeopolitik istikrarsızlığı, iklim değişikliği, hükümetlerin kırılganlıkları, kıt kaynaklar için yapılan mücadeleler, ideolojik çatışmaların ortaya çıkması, ülke içerisinde veya bulunduğu coğrafyadaki diğer ülkelerde de istikrarsızlığa sebep olan tehditler olarak sıralayabiliriz. Siyasi istikrarsızlığın sebeplerinden biri olan bu istikrarsızlık, insanların göç etmesini, uluslararası ticareti, nüfusun büyüme hızını ve hükümetin yönetim yapılarını etkilemektedir. (AKKUŞ, 2017: 32).

Askeri müdahalelerden kaynaklanan siyasi istikrarsızlığın hükümet politikaları üzerinde ciddi etkilerinin olduğu savunulmaktadır. Yasama ve yürütme vasıtası ile gerçekleştirilen savunma politikalarının askeri bürokrasi tarafından yürütülmesi beklenmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ordu, içerden ve dışardan gelebilecek hükümet değişikliği tehlikelerine karşı, kendisine ülkeyi korumak gibi bir amaç edinmiştir. Gelişmiş ülkelerde dahi ordunun iktidara karşı itaat etme ve ülke savunmasını gerçekleştirme gibi görevler ile sınırlandırılmasına rağmen hükümet üzerinde etkileri mevcuttur. . (AKKUŞ, 2017: 33).

Bir ülkede yaşayan insanların yaşam haklarının elinden alınmasına ve ekonomik maliyetleri nedeni ile ülke ekonomisine zarar vererek, terörün meydana geldiği ülkelerde iktidarda bulunan hükümetin sorgulanmasına ve dolayısıyla siyasi olarak istikrarsızlığa neden olmaktadır. (AKKUŞ, 2017: 33).

Hükümet değişiklikleri sebebi ile meydana gelen siyasi istikrar kavramını Feng(1997), üç farklı şekilde açıklamaktadır. Rejim seviyesindeki hükümet değişiklikleri, rejim içerisinde ancak önemli derecedeki hükümet değişiklikleri ve yine rejim içerisinde fakat önemli olmayan hükümet değişikliklerinin siyasi istikrarsızlığa sebep olduğunu açıklamıştır. Rejim düzeyindeki hükümet değişiklikleri, askeri müdahaleler gibi güç unsurlarından faydalanılarak gerçekleştirildiğini savunmaktadır. Rejim içerisinde fakat önemli olmayan hükümet değişikliklerinin ise anayasanın tamamının değiştirilmesini gerektirmeyen daha önceden anayasada belirtilmiş şekilde düzenli olarak gerçekleşen hükümet değişikliklerini ifade ettiği belirtilmektedir. Rejim içerisinde ancak önemli derecedeki hükümet değişiklikleri ise yürütülen siyasi politikaların seçmenler

tarafından beğenilmemesi ve yeni bir hükümetin icranın başına geçmesi amacı ile yapılan hükümet değişikliklerini ifade eder. (AKKUŞ, 2017: 35).

Siyasi istikrarsızlığın sebeplerinden biri olan kurumsal zayıflıklar, Acemoğlu (2003) vd. tarafından, bir ülkedeki yatırımları ve ekonomik gelişmeleri olumsuz etkilediği yönünde açıklanmıştır. Ülkelerdeki kurumsal yapı zayıfladıkça, ekonomik istikrarsızlıkta artar ve bunu yaşayan ülkeler istikrarsızlığı tecrübe etmek zorunda kalırlar. Politik gücü elinde bulunduran politikacılar, kurumsal zayıflıkların olduğu ülkelerde, çok fazla kısıtlanmamakta ve önemli ekonomik kazançlar elde etmektedir. Bu durumda politikacılar, politik gücü elde eldemeyenlere göre daha güçlü pozisyonda olurlar. Bu tür ülkelerde ortaya çıkan önemli problemlerden biri, politik gücü elinde bulunduranların sağladığı ekonomik kazançlardan dolayı toplumda bu gücü elde etmek için farklı çıkar grupları arasında kargaşa meydana gelmektedir. Bu sebeple bir ülkenin kurumsal yapısının zayıflaması hem ekonomik istikrarsızlığaı hem de siyasi istikrarsızlığı ortaya çıkarmaktadır. (AKKUŞ, 2017: 36).

Toplumsal kutuplaşma açısından siyasi istikrarsızlığı incelediğimizde, son yıllarda dünya genelinde ve özellikle Ortadoğu ülkelerinde meydana gelen gelişmeler etnik, dini, ideolojik ve ekonomik olarak toplumun kutuplaşmaya başladığı, bunun sonucunda da toplumda iç çatışma meydana geldiğini göstermektedir. Toplum içerisinde meydana gelen bu iç çatışma hali, ülkedeki siyasi ortamı olumsuz etkilemekte ve belirsizliğe sebep olmaktadır. Bu nedenle ülke içerisinde hükümet değişikliklerinin sonucu olarak ise siyasi istikrarsızlık meydana gelmektedir. (AKKUŞ, 2017: 37).

2.4. Siyasi İstikrar İndeksi Hesaplama Yöntemi

Sİİ hesaplamasında ele alınan toplam temel gösterge 133 adettir. Temel göstergelerin 2 ile 28 arasında alt göstergeleri vardır. Alt göstergelerden özellikle ekonomik olanlarında çok sayıda ilk gösterge bulunmaktadır. Etkinleşen ve fonda

kalan göstergelerle eşanlı devreye alınmaması gerekenler mevcut olduğundan toplam gösterge sayısı vermek çok da anlamlı değildir. (Uzunoğlu vd., 2020: 135).

Yukarıda değinilen nitelikte siyasi vakıa serilerinin açık, erişilebilir, somut kayda dayalı olanları modele belli esaslara tabi biçimde dâhil edilerek ölçümlenmektedir. Ölçümlerin dönüştürülmesiyle Sİİ ve değişimi izlenebilir kılınmıştır. Model; kayıt ve işleyiş esasları, alt sektörleri, parametreleriyle birlikte Temel Statü içerisinde Noter vasıtasıyla resmileştirilip saklanmaktadır. (Uzunoğlu vd., 2020: 135).

Analizde kullanılacak olan Siyasi İstikrar İndeksi değişkeni, S Bilişim Danışmanlık tarafından hazırlanmış olup, belirtilen kurallar çerçevesinde hesaplanmıştır. (S.Bilişim Danışmanlık, 2010)

Tablo 1. Sİİ'ini Oluşturan Alt İndeksler ve Ağırlıkları (%)

	İndeks Payı (%)	**Toplam Temel Gösterge (Alt ve Üst Gruplamalar hariç)**
Temel Meşruiyet ve Yönetim Normları	**15**	**16**
Parlamento Desteği ve Yapısı	**15**	**25**
Hükümet Kurulum ve İşleyişi	**10**	**13**
Siyasi Uygulama Etkinliği ve Yönetişim	**10**	**14**
Kurumlarla İlişkiler	**15**	**22**
Dış Politik Aktörlerle İlişkiler	**5**	**10**
Bürokratik Kapasite ve Kullanımı	**5**	**10**
Şiyasi Şiddet	**10**	**10**
Ekonomik İstikrar Faktörleri	**15**	**13**
Siyasi İstikrar İndeksi	**100**	**133**

Kaynak: Sİİ Tanıtım ve Hesaplama Metodolojisi dökümanlarından derlenmiştir.

Göstergelerin puanlamalarında 8 temel kategori mevcuttur. İşareti olumlu (+) ya da olumsuz (-) şeklindedir. Puanlamalar kati 1 ve 0.875, ciddi 0.75 ve 0.625, muhtemel 0.50 ve 0.375, ihtimal 0.25 ve 0.125 olarak yapılmaktadır. Göstergelerin farklı zamanlarda istikamet ve etkinlik kazanma derecelerine göre puanları değişebilmektedir. Zaman, konjonktür, marjinal ve kaynak filtrelerine göre puanlamalar kalibre edilmektedir. (Uzunoğlu vd., 2020: 136).

2.5. Siyasi İstikrar, Ekonomi Ve Perakende Güveni Arasındaki İlişki

2.5.1. Siyasi İstikrar/İstikrarsızlık Ve Ekonomi Arasındaki İlişki

Her siyasi rejimde siyaset ile ekonomi arasında bir ilişki vardır. Siyaset ekonomiden etkilendiği gibi, ekonomiyi de etkilemektedir. Bir ülkenin siyasi yapısı, o ülkenin benimsemiş olduğu siyasi ideoloji ve siyasi yapısını, dolaylı ve dolaysız etkileyen faktörleri ekonominin modelini ve işleyişini etkiler. Buna karşılık ekonominin yapısı ve başarısının ortaya çıkardığı sonuçlarda siyasi yapıyı ve modeli etkilemektedir. (Sheinbaum, 64; akt. Onur, 2004).

Ekonomi ve siyasi ilişki arasındaki ortak nokta, bir yandan hükümetin siyasi ve ekonomik ideolojisinin, diğer yandan piyasa ekonomisinin karar ve tercihlerinin karşılıklı etkileşimine dayanmaktadır. (Kılıçbay, 1994; akt. Onur, 2004).

Ekonomi ve siyaset arasında incelenen faaliyetler birim ve yöntem olarak üç temel konuda farklılık gösterir. Bu farklılıklar; (Savaş, 1986; akt. Onur, 2004).

Ekonominin incelediği temel faaliyet, piyasa ekonomisindeki dengelerin karşılıklı ve gönüllü olmasıyla, siyasetin incelediği temel faaliyet ise dengelerin karşılıksız ve mecburi olmasıyla ortaya çıkmaktadır. İktidara verilen zor kullanma, para basma ve vergi toplama gibi yetkiler zorunluluğun ve karşılıksızlığın temelini oluşturmaktadır. Zor kullanma yetkisi anayasa ile sınırlandırılabilirken, para basma ve vergi toplama yetkisinde herhangi bir sınırlandırılmanın olmaması, siyasetin

ekonomiye müdahalesini sağlamaktadır. Bu durum, siyasetin ekonomiye hakim olması anlamına gelmektedir. (Savaş, 1986; akt. Onur, 2004).

Ekonomi, bireyi inceler. Ekonomi bilimcileri bireyi, üretici olarak firma, tüketici olarak ise hanehalkı olarak adlandırmaktadır. Bireyin yapmış olduğu tercihlerin homojen olduğunu ve toplumsal tercihlerin de tüm bireylerin tercihlerini yansıttığını farzetmektedir. Siyaset biliminde ise, tercihlerden ziyade kararlar geçerli olmakta ve kararlar belirli bir kurumsal yapıdaki toplulukların karşılıklı etkileşimi ile ortaya çıkmaktadır. Böylelikle siyaset biliminde bireylerin öneminden çok, kurumlar ön plana çıkmaktadır. (Savaş, 1986; akt. Onur, 2004).

Ekonomi ve siyaset biliminde ele alınan rasyonellik konusunda da farklılıklar olmaktadır. Neo klasik ekonomi teorisine ait olan rasyonellik tüketicinin en az masrafla en yüksek doyuma ulaşmasını yani, fayda maksimisazyonunu açıklamaktadır. Üreticinin ise en az maliyetle en yüksek kâra ulaşmasını yani kâr maksimisazyonun eş anlamı olan optimizasyon varsayımı politika bilimi açısından önemsizdir. Çünkü, politikada piyasa kaynakları ve iktidar eşit dağılmamakla birlikte bilgilenme yetersiz ve/veya pahalı olmaktadır. Mülkiyet haklarını ve mülkiyet ilişkilerini belirleyen hukuki kuralların varlığı söz konusu olmaktadır. (Savaş, 1994; akt. Onur, 2004).

Bir ülkenin ekonomisinin istikrarlı olabilmesi için siyasi yapının güçlü ve istikrarlı olması gerekmektedir. Ülkedeki siyasi yapının güçlü ve istikrarlı olması, ekonomi politikaları konusunda belirsizliği ve endişeleri azaltacaktır. Ancak siyasi yapıda meydana gelen istikrarsızlık, ekonomik istikrarı da etkileyecektir. Genel olarak siyaset anlayışı içerisinde, ekonomik gelişmeleri takip etmeyen, dünya ekonomisinde yaşanan değişimlere adapte olamayan ve ülke ekonomisinin beklentilerini karşılayamayan bir siyaset anlayışı, ekonomik gelişmeyi engelleyici bir etkendir. (Haydaroğlu, 2020: 1520).

Ekonomi ve siyaset arasındaki ilişki literatürde Politik ekonomi adı altında da karşımıza çıkabilir. Politik ekonomi ile ilgili ekonomi bilimcilerinin tanımlarını şu şekilde sıralayabiliriz;

Politik ekonomi, 17.yy.'da politik aritmetikçiler tarafından ekonomi bilimine kabul edilmiştir. 17.yy.'nin ikinci yarısında "Merkantilistler" tarafından kullanılmıştır. Merkantilistlere göre ekonomi "bir bireyi yönetme sanatı", politik ekonomi ise "devleti yönetme sanatı" anlamına gelmektedir. (Savaş, 1986; akt. Onur, 2004).

Klasik ekonomistlerden Smith ve Malthus'a göre politik ekonomi,"servetin niteliğinin ve kaynağının araştırılması"anlamına gelirken, Ricardo'ya göre"ürünün yaratılmasına katılan sınıflar arasında, ürünün bölüşüm konusunun araştırılması"anlamına gelmektedir. (Kazgan, 1989; akt. Onur, 2004).

Keynes ise, politik ekonominin tanımını üç farklı tanımda açıklamaktadır: ilki, "politik ekonomi pozitif bir bilimdir; ne olup bittiği ile ilgilidir. İkincisi politik ekonomi normatif bir bilimdir; ne olması gerektiği ile ilgilidir." Son olarak "politik ekonomi bir sanattır; belli amaçlara ulaşmak için gereken kurallar sistemidir." Keynes sınırlarının çizilmesinin çok zor olduğunu belirtmesi sebebiyle politik ekonomiyi, ekonomi bilimi dışında tutmaktadır. (Savaş, 1986; akt. Onur, 2004).

Siyasi istikrarsızlık ve ekonomik göstergeler arasında da bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki, siyasi istikrarsızlığın ekonomiyi etkileyebileceği gibi ekonomi de siyasi istikrarsızlığı etkileyebilir veya karşılıklı olarak birbirlerini etkileyebilirler. (Sofuoğlu, 2019: 72).

Brückner ve Gradstein (2012) göre, kişi başına düşen Gayri safi yurtiçi hasılasında görülen bir artışın, politik istikrarsızlığı azalttığını savunmuştur.

Leahy ve Whited (1996) göre, politik istikrarsızlığın ülke ekonomisinde meydana getireceği olumsuz etkiye karşılık, ülkeye gelecek doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve portföy yatırımlarının karlılığında oluşan risklerin yatırımcıları da olumsuz etkileyeceğini ifade etmiştir.

Lensink vd. (2000) göre, bir ülkede meydana gelen politik istikrarsızlık sebebi ile fiziksel sermaye ve finansal sermayenin yurtiçinden çıkıp yurtdışına gideceğini ifade etmiştir.

Fielding (1999)'e göre politik istikrarsızlığın yurtiçi tasarruflar üzerinde azaltıcı etkisi olduğunu vurgulamıştır.

Alesina ve Perotti (1996), gelir dağılımında meydana gelen bir eşitsizliğin, sosyo-politik istikrarsızlığı arttırdığını ifade etmiştir. Bu sebeple meydana gelen politik istikrarsızlığın ise yatırımlar üzerinde azaltıcı bir etkisi olduğunu belirtmiştir.

Bussiere ve Mulder (1999), siyasi gelişmelerin döviz kuru üzerinde etkisi olduğunu savunmuştur.

Cukierman vd. (1989), bir ülkedeki politik istikrarsızlığın artması durumunda ülkedeki vergi yapısında bozulmalara sebep olduğunu ve bu yüzden de bazı ülkelerin senyoraj politikası uyguladığını ifade etmiştir.

Aisen ve Veiga (2005) ise, politik istikrarsızlığın yüksek olduğu ülkelerde enflasyon oranlarınında yüksek olduğunu ifade etmiştir.

Şanlısoy ve Kök (2010) ise, politik istikrarsızlığın büyüme üzerinde meydana getirdiği olumsuz etkilerden birini de beyin göçü veya beşerî sermaye göçünün meydana gelmesi olarak ifade etmişlerdir.

Aynı zamanda ekonomik büyüme literatüründe, siyasi istikrarsızlığın büyümeyi etkilediğini gösteren çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalarda ortaya çıkan temel bulgu, siyasi istikrara sahip ülke ekonomilerinin, siyasi olarak istikrarsız ülkelerin ekonomilerine göre daha hızlı büyüme gösterdikleridir. Söz konusu çalışmaların ortak noktası, büyüme sürecinde siyasi istikrarsızlığın büyümeyi etkileyen bir değişken olduğudur. (Arslan, 2011: 73).

Türkiye'nin siyasi tarihine bakıldığında, darbeler muhtıralar veya anayasal olmayan yollar ile iktidara gelme veya iktidardan uzaklaşma çabaları oldukça fazladır. Dolayısıyla bu durum, yatırım, ekonomik büyüme, sermaye birikimi gibi vb. ekonomik değişkenlerin, hükümetlerin uygulayacağı ekonomi politikalarında bir belirsizlik yaratmıştır ve yaratmaya da devam etmektedir. (Arslan, 2011: 73).

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzerine siyaset ve ekonomi bir etkileşim içerisindedir ve ülke içerisinde meydana gelen siyasi istikrarsızlık durumu ekonomiyi etkilemektedir. Dolayısıyla siyaset ve ekonomiyi birbirinden bağımsız düşünmek mümkün değildir.

2.5.2. Perakende ve Ekonomi Arasındaki İlişki

Perakende sektörü yapısı gereği, zeminle temas halinde olduğu için pek çok sektöre de temas eder. Bu nedenle sektörün sayısal büyüklükleri, mal ve hizmet sürecindeki her alanda önemli bir konumdadır ve gösterge niteliği taşır. Bir başka yönden, hanehalkı ihtiyaçlarının karşılandığı ve bireysel tüketimin yer aldığı bu alan, trendlerin de test edildiği ve belirlendiği bir yer olarak öne çıkmaktadır. (KPMG, 2020)

Perakende sektörü, yeniliklere açık, canlı ve düzenli dönüşüm içinde bir yapı sunar. Perakende sektörü, gelişmelerin ve tüketici eğilimlerinin doğrudan doğruya en çok hissedildiği alanlardan biridir. (KPMG, 2020)

2.5.2.1. Organize ve Geleneksel Perakendenin Türkiye'deki Mevcut Konumları ve Projeksiyonlar

2014 yılında Türkiye ekonomisi yavaşlama sürecine girmiştir. Bu yavaşlamanın sebepleri para politikalarında sıkılaşma, yavaşlayan "Avrupa Birliği (AB)" ekonomisi, komşu ülkelerde meydana gelen siyasi gerginliklerdir. (Pwc,2016:18)

Perakendeciler döviz kurundaki dalgalanmalar ve tüketici güven endeksindeki düşüş sebebiyle, büyüme ve yüksek karlılık yerine, uzun dönemli yatırım ve satışa odaklanmışlardır. Tüketiciler ise borçlanma eğilimindeki düşüşten anlaşılacağı üzerine harcamalarını daha dikkatli yapmışlardır. (Pwc, 2016:18)

2015 yılına gelindiğinde ise Rusya, Ukrayna, Irak ve Suriye gibi komşu ülkelerde meydana gelen gerilim ve çatışmalar, ticaret üzerinde olumsuz etkilere yol

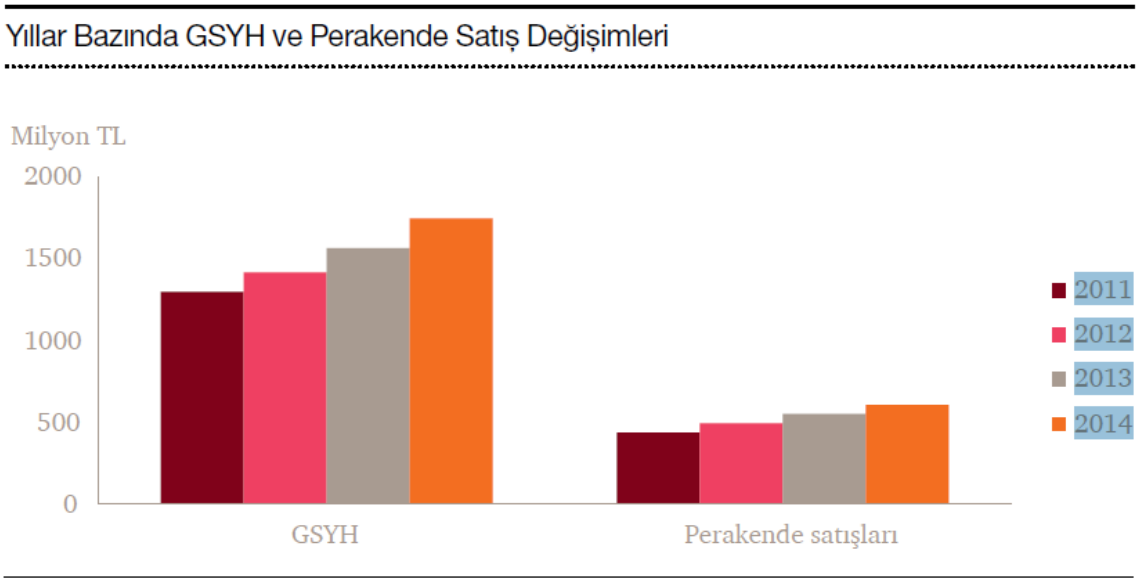
açmış ve bu durum perakendecileri de etkilemiştir. Hammadde alımını Amerikan doları üzerinden yapıp, ithalatı, Avrupa ülkelerine ve Rusya'ya yapan perakendeciler, para birimlerinin Amerikan doları karşısında değer kaybetmesi ile birlikte kur farkından dolayı ciddi zararlara uğramışlardır. Ancak bunların yanı sıra, yerel markaların hem yurtiçinde hemde yurtdışında mağaza sayılarını arttırması Türkiye ekonomisinde yüzde 4'lük bir büyümeye; organize perakende de ise yüzde 9'luk bir büyümeye neden olmuştur. (Pwc, 2016:18)

Avrupa ekonomisi 2014 yılı baz alındığında, "Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH)" büyüme oranlarına ve bu büyüme oranlarının hizmet sektörünün büyüme oranlarıyla karşılaştırması yapıldığında Türkiye'nin Avrupa ortalamasının üstünde olduğu görülmektedir. (Pwc, 2016:18)

Türkiye'deki genç nüfus oranının hızla büyümesi ve harcama düzeyindeki genel artış beklentileri, modern perakende sektöründeki potansiyelinde büyüyeceği beklenilmektedir. (Pwc, 2016:18)

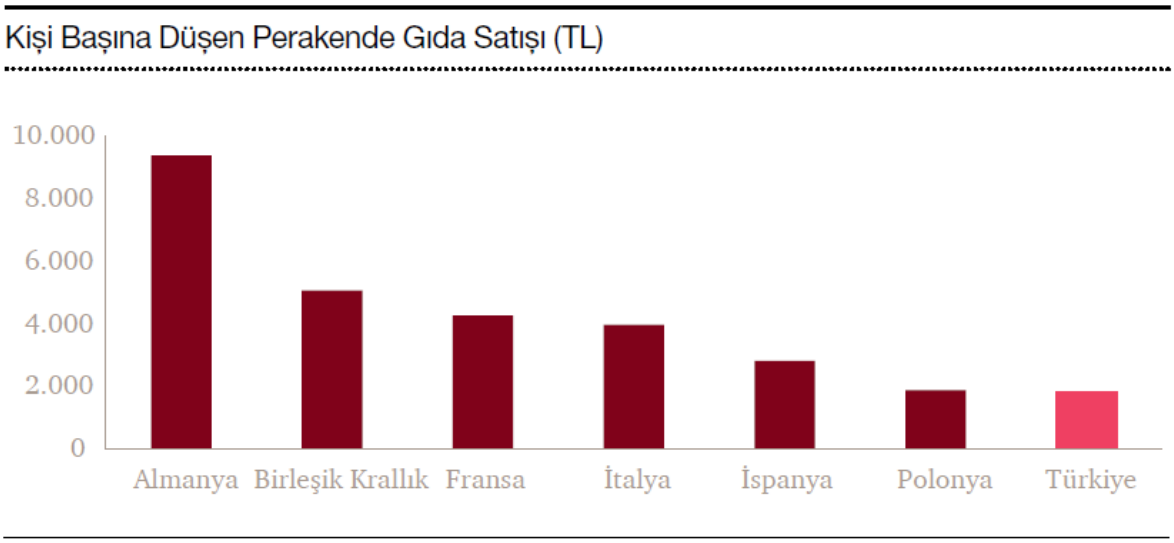
Türkiye'de organize perakendenin, toplam perakende pazarına olan oranı, gelişmiş ülkere göre oldukça geri de kalmaktadır. Yerel perakende pazarının büyük bir bölümü geleneksel oyunculardan oluşmaktadır. (Pwc, 2016:19)

Perakende sektörünün gelişimi, istihdam, kayıtlı ekonomi ve yatırım gibi ekonomi de önemli alanlarda pozitif yönlü bir etki yaratmaktadır. Organize perakendenin ekonomiye en önemli katkısı ise ekonominin kayıt altında tutulmasını sağlamaktadır. Bir diğer olumlu etkisi ise kredi kartı kullanımının yaygınlaşması ve alışveriş merkezi yatırımlarının artması sayesinde, Türkiye ekonomisinde kayıt dışı ticaret oranını düşürmektedir. (Pwc, 2016:19)

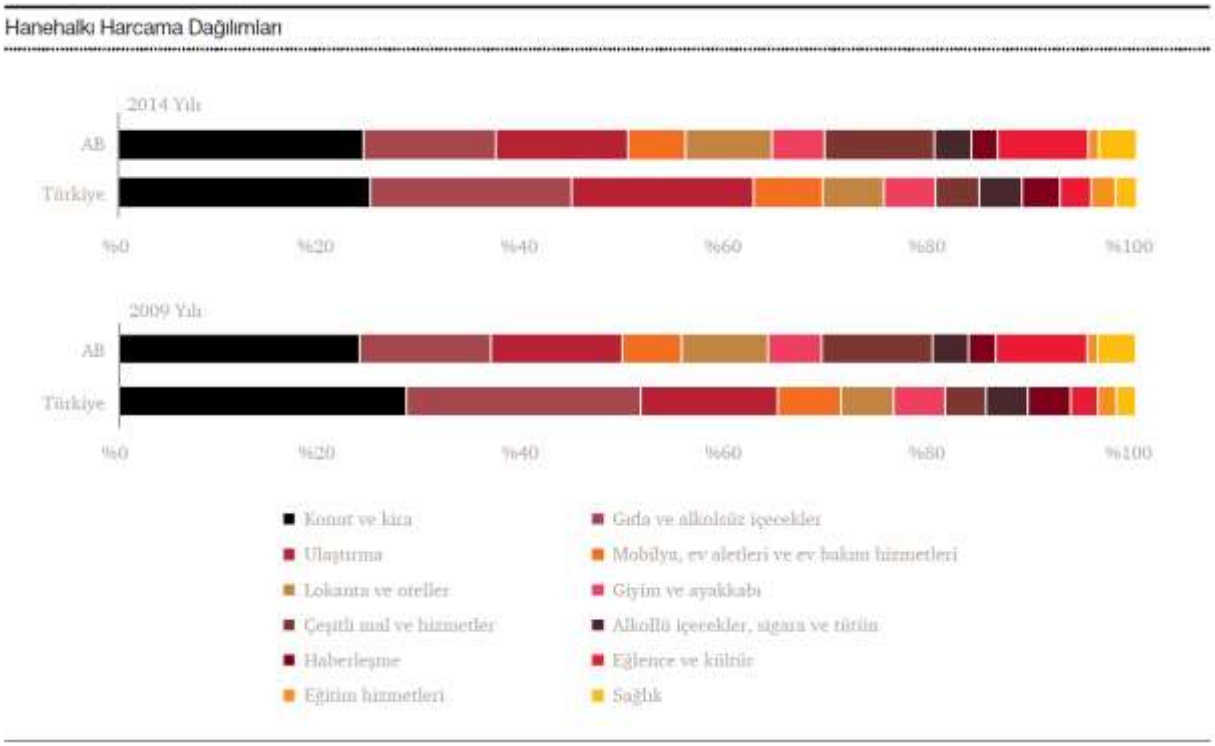


Grafik 1. Yıllar bazında GSYH ve Perakende Satış Değişimleri Kaynaklar: TÜİK, TAMPF aktaran Pwc, 2016:19

Gıda perakende sektörü, perakende satışlarının toplamda yüzde 62'sini oluşturur. Bu da geleneksel perakendecilerin yüzde 80'e yakınını oluşturmaktadır. Türkiye, Avrupa'da, "kişi başına düşen perakende gıda satış miktarı" bazında son sıralarda yer almaktadır. Türkiye'de gıda harcamaları hanehalkı harcamalarında ikinci büyük kalem olmaktadır ve bu harcamaların yüzde 80'ini "geleneksel kanal" üstünden gerçekleştirmektedir. Gıda harcamalarındaki organize ve geleneksel perakende kırılımı ile Avrupa sıralaması göz önüne alındığında, organize perakendenin gıda sektöründeki büyüme etkisi göze çarpmaktadır. (Pwc, 2016:20)



Grafik 2. Kişi Başına Düşen Perakende Gıda Satışı(TL)Kaynak : (Planet Retail, 2013. aktaran Pwc, 2016:20)



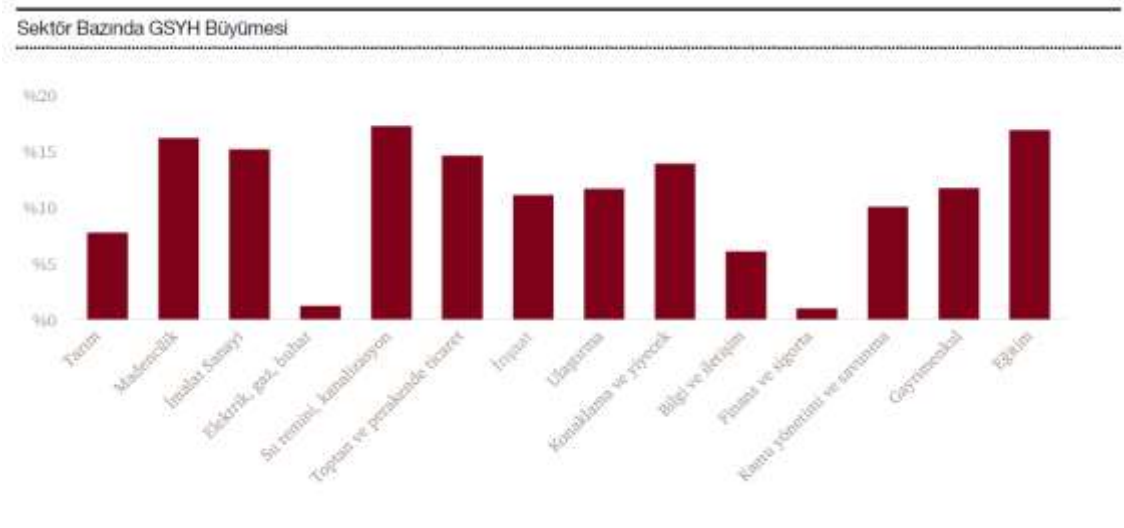
Grafik 3. Hanehalkı Harcama Dağılımları Kaynak: (Eurostat, Tüik aktaran. Pwc,2016:20)

2009 yılından 2014 yılına kadar, AB ülkeleri ve Türkiye hanehalkı tüketim harcamalarının dağılımı incelendiğinde, harcama gücü artan Türk tüketicilerinin

harcama düzeylerinde gıda, kira, konut ve alkolsüz içeceklerinin payı yüzde 3,3'e düşerken, ulaştırma harcamalarının payının yüzde 4 arttığı görülmektedir. (Pwc, 2016:20)

2.5.2.2. Organize Perakende Sektörü Ciro Gelişimi

2008 yılında meyfana gelen finansal krizin ardından Türkiye ekonomosinin lokomotif gücü özel sektör olmuştur. Özel sektör yatırımları 2014 yılında pozitif artış göstererek GSYH'nin büyümesine sebep olmuştur. 2014 yılında yüzde 2,9 büyüyen Türkiye ekonomisi, beklenen büyümenin oranının altında kalmıştır. Net mal ve hizmet ihracatının büyümeye katkısı tahminlerin üzerinde gerçekleşirken, hedeflenen büyüme hızının altında kalmasında özel tüketim ve yatırımlarda kaydedilen azalma etkili olmuştur. 2015 yılında ise ekonominin yüzde 4 oranında büyümesi tahmin edilmektedir. (Pwc, 2016:21)

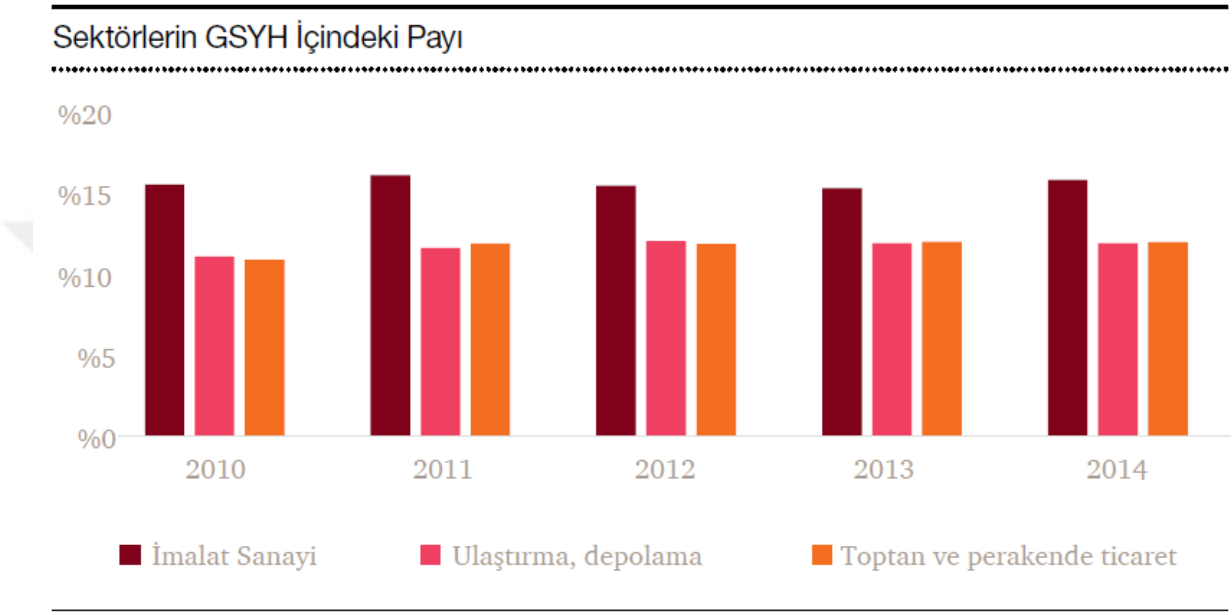


Grafik 4. Sektör Bazında GSYH Büyümesi Kaynak : Tüik, 2014.

2015 yılı incelendiğinde, Türkiye'de yaklaşık 2 milyon kişi perakende sektöründe istihdam edilmektedir. (TAMPF) (Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu)

GSYH içindeki payların sabit fiyatlara göre değişimi incelendiğinde, imalat ve tarım sektöründen sonra toptan ve perakende ticaretin büyüklük açısından üçüncü

sırada yer almaktadır. Hizmet sektörü GSMH'nin toplam yüzde 57,7'sini, toptan ve perakende satışlar ise yüzde 12'sini oluşturmaktadır. Bu oranlar, perakende sektörünün Türkiye ekonomisine yaptığı dengeli katkıyı göstermektedir. (Pwc, 2016:22)



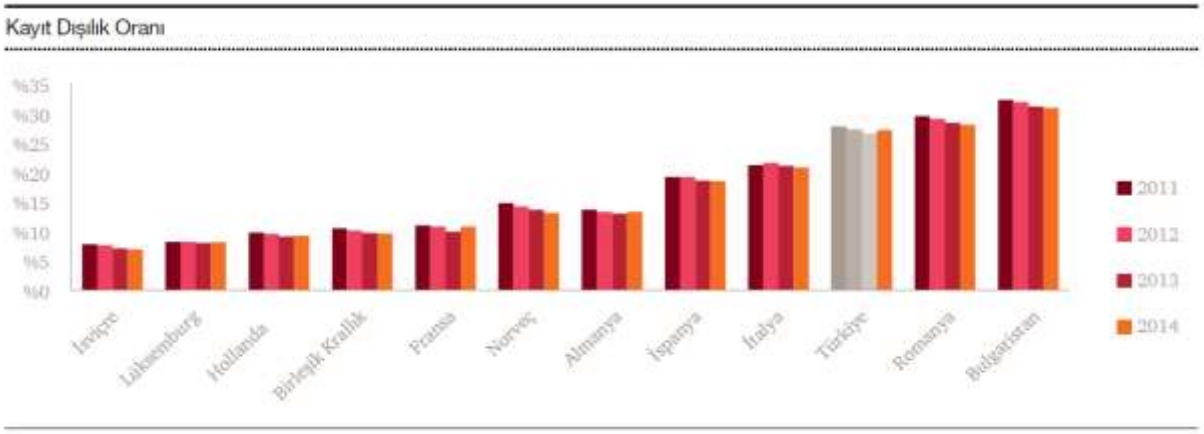
Grafik 5. Sektörlerin GSYH İçindeki Payı Kaynak : Tüik.

2.5.2.3. Kayıtlı Ekonomi

Türkiye, Avrupa Birliği ülkelerine kıyasla büyük bir kayıt dışı ekonomiye sahiptir. Türkiye'de kayıt dışılık oranı zaman içerisinde düşüş gösterse de, Avrupa Birliği ülkeleri arasında üçüncü sırada yer almaktadır. Ülkelerin kayıtlı ekonomisi ile GSYH büyüklüğü arasında ters orantı vardır. Örneğin, Avrupa Birliği ülkeleri arasında yaklaşık 2,7 trilyon Euro ile en yüksek GSYH'ye sahip olan Almanya'da kayıt dışılık oranı yüzde 13 iken, 41 milyarlık GSYH ile Bulgaristan'da bu oran yüzde 31,2'dir. (Pwc,2016:24)

Kayıt dışı ekonomi sebebiyle, perakende sektörü ciro hesaplamaları farklı değerler vermektedir. Organize perakende çalışma yöntemi kayıt dışılığa izin vermemekte ve bu sebeple sektörde organize perakendenin artması ile birlikte kayıt

dışı ekonomi ile mücadele için etkisi en önemli unsur haline gelmektedir. (Pwc,2016:24)



Grafik 6. Kayıt Dışılık Oranı Kaynak : Journal of Money Laundering Control, 2014

Son yıllarda, organize perakendenin payı gelişmiş ülkelere paralel olarak Türkiye'de de artmaktadır. Türkiye'de organize pazarın toplam pazara oranının gelişmiş ülkelere kıyasla düşük olması nedeniyle perakende sektörü artış potansiyeline sahip olmaktadır. Bundan dolayı perakende sektörüne olan beklentileri artmaktadır. (Pwc,2016:25)

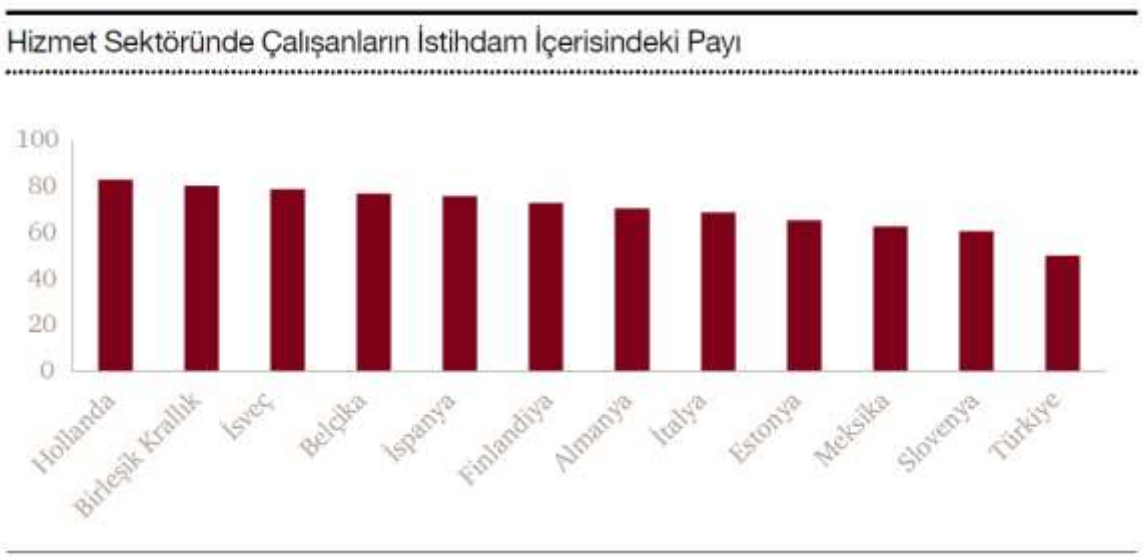
2.5.2.4. Perakende Sektörü İstihdam Gelişimi

Türkiye ekonomisinde ciro bakımından ilk sırada imalat sektörü yer alırken ikinci sırada perakende sektörü yer almaktadır. 2014 yılında perakende sektöründe sigortalı ücretli istihdamı 54 bin kişi artmıştır. (Pwc,2016:28)

Perakende sektörünün hem küresel olarak hem de ülke çapnda büyümesinden dolayı bu sektörde istihdam edilenlerin sayısı artmaktadır. PwC'nin dünya çapında 27 şehir üzerinde yaptığı araştırması olan "Fırsat Sunan Şehirler (Cities of Opportunity)" araştırmasına göre dünyada 2012 - 2025 yılları arasında, toptan ve perakende satış sektöründe net 1,6 milyon ek iş fırsatı yaratılacağı tahmin edilmektedir. (Pwc,2016:29)

Ülkelerin kalkınma seviyeleri arttıkça tarım sektöründeki istihdam oranı azalırken, sanayi ve hizmet sektöründeki oran artmaktadır. Yine ülkelerdeki kişi başı Gayri Safi Yurtiçi Hasıla arttıkça kişilerin sanayi ürünleri yerine eğitim, eğlence ve sağlık gibi sektörleri tercih etmeleri de hizmet sektörüne olan istihdamı arttırmaktadır. (Pwc,2016:29)

Perakende sektörü istihdam alanında önemli bir kaynak olmakla birlikte çeşitli iş olanakları da sunmaktadır. Dünya çapında sigorta ve bankacılık sektörlerinden sonra, yarı zamanlı çalışan ve kadın çalışan oranları açısından üçüncü sırada yer almaktadır. (Pwc,2016:29)



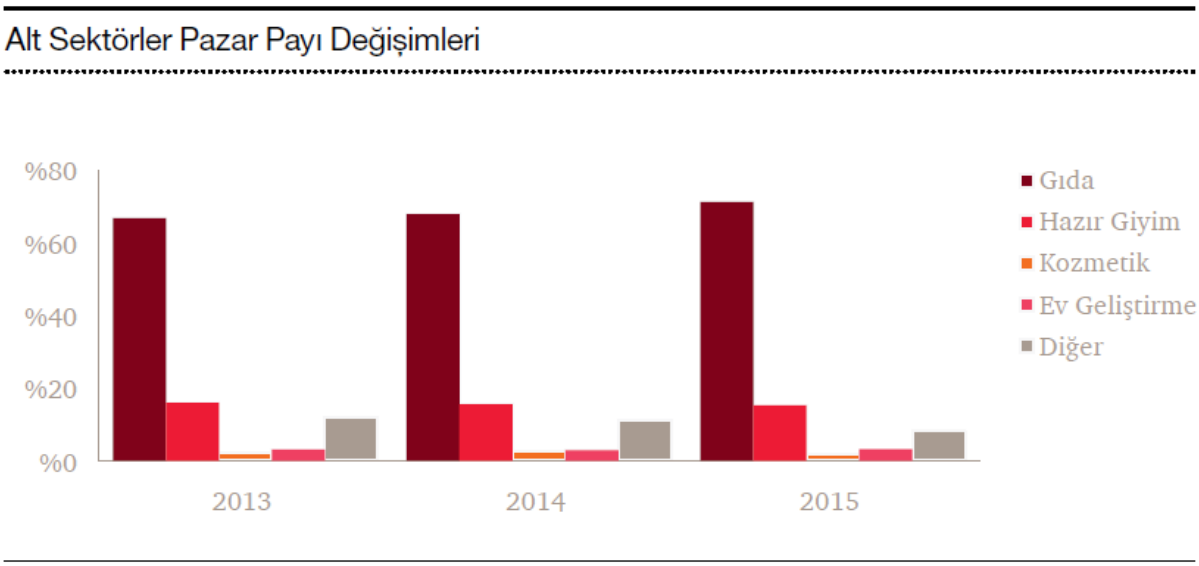
Grafik 7. Hizmet Sektöründe Çalışanların İstihdam İçerisindeki Payı Kaynak: OECD

2.5.2.5. Yatırımlar

Organize perakende sektörü yatırımları "gıda perakendeciliği, gıda dışı perakendecilik, alışveriş merkezleri"(AVM'ler)" olmak üzere üç ana başlıkta incelenmektedir.

Organize perakende sektörü yatırımlarının metrekare bazında dağılımları incelendiğinde, satışlarının yarısından fazlasının gerçekleştiği gıda perakendeciliği

en yüksek paya sektör olurken, hazır giyim sektörünün ise gıda perakendeciliğinin ardından ikinci sırayı aldığı gözlenmektedir. (Pwc,2016:33)

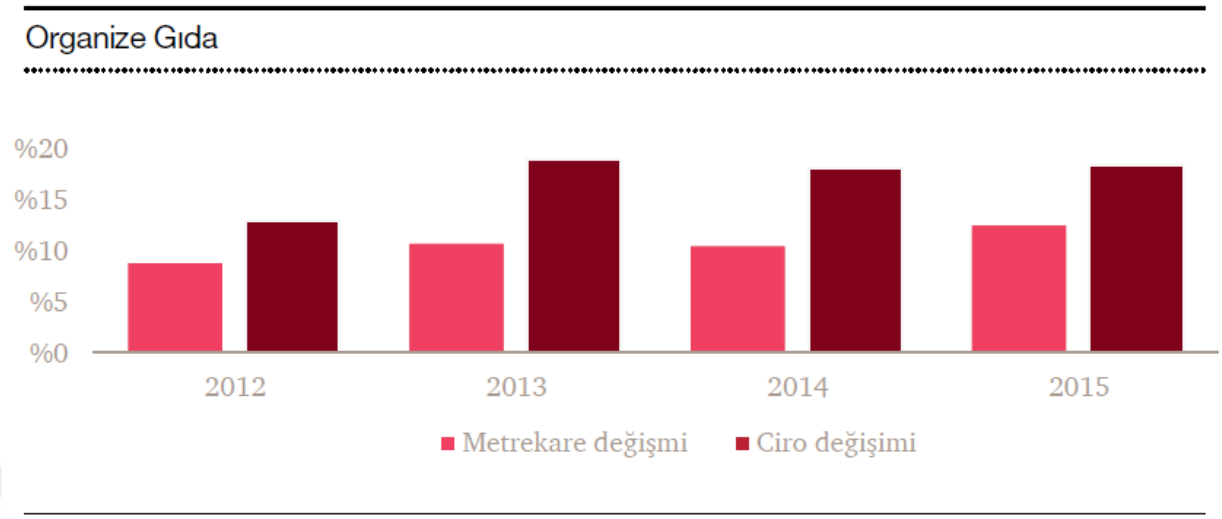


Grafik 8. Alt Sektörler Pazar Payı Değişimleri Kaynak : TAMPF (Pwc,2016:33)

2.5.2.5.1. Organize Gıda Perakendesi Yatırımları

2012 ile 2015 yılları arası gıda perakendesi sektöründe metrekare ve ciro değişimleri performansı incelendiğinde, organize gıda perakendesi istikrarlı bir artış göstermektedir. Yıllık gıda perakendesi ciro artışı toplam metrekare değişimine paralel bir artış göstermiştir. (Pwc,2016:33)

Türkiye'de gıda perakendesi sektöründeki organize perakende payı arttıkça yatırımlar da artmaktadır. Toplam satış alanının artmasında en büyük etken zincir gıda perakendecilerinin mağaza sayılarını artırmalarıdır. Zincir perakendeciler, düzenli olarak büyümenin yanı sıra küçük zincir marketleri de bünyelerine alarak büyümeye devam etmektedir. Sektör içerisinde yaşanan satın alımlar ve son yıllarda sayılarını hızla artıran indirimli satış mağazaları ve semt marketleri gibi yeni mağazalar da gıda perakendesi sektörüne yatırımların artmasında önemli ölçüde etki etmiştir. (Pwc,2016:33)

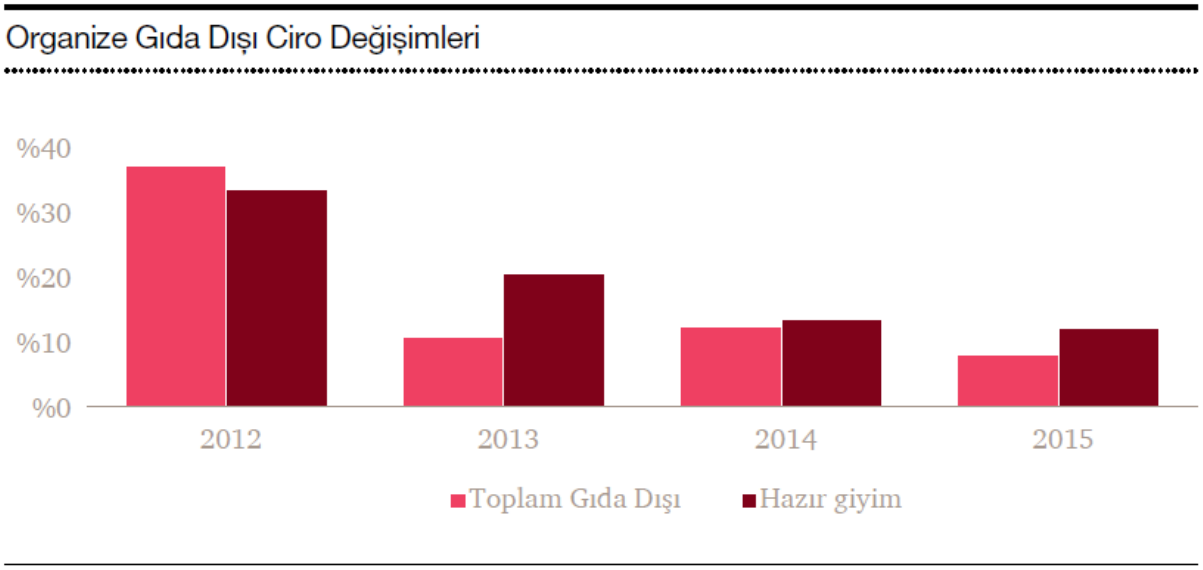


Grafik 9. Organize Gıda Kaynak: TAMPF (Pwc,2016:33)

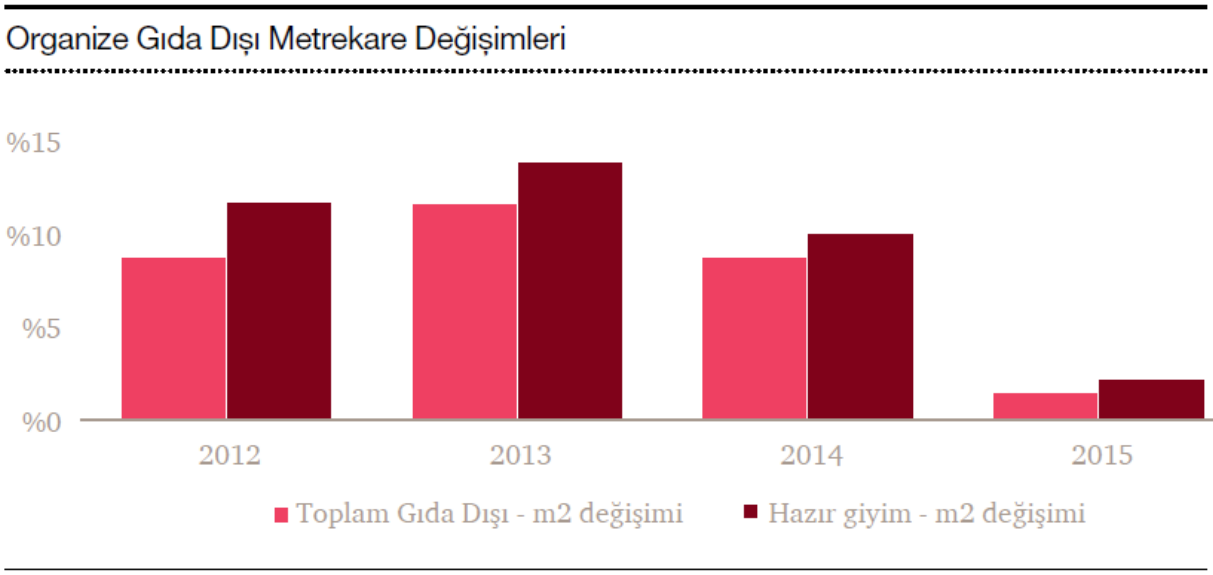
2.5.2.5.2. Organize Gıda Dışı Perakende Yatırımları

Gıda dışı sektörlerin metrekare artış hızları kıyaslandığında, hazır giyim sektörünün listenin başında yer aldığı görülmektedir. (Pwc,2016:34)

2011-2014 yılları arası hazır giyim perakendesi toplam satış alanının, yıllık ortalama yüzde 6,4 büyüyerek yüzde 5 olan gıda dışı perakende segmenti ortalamasının üzerinde kaldığı görülmektedir. (Pwc,2016:33)



Grafik 10. Organize Gıda Dışı Ciro Değişimleri Kaynak: TAMPF (Pwc,2016:34)



Grafik 11. Organize Gıda Dışı Metrekare Değişimleri Kaynak: TAMPF (Pwc,2016:34)

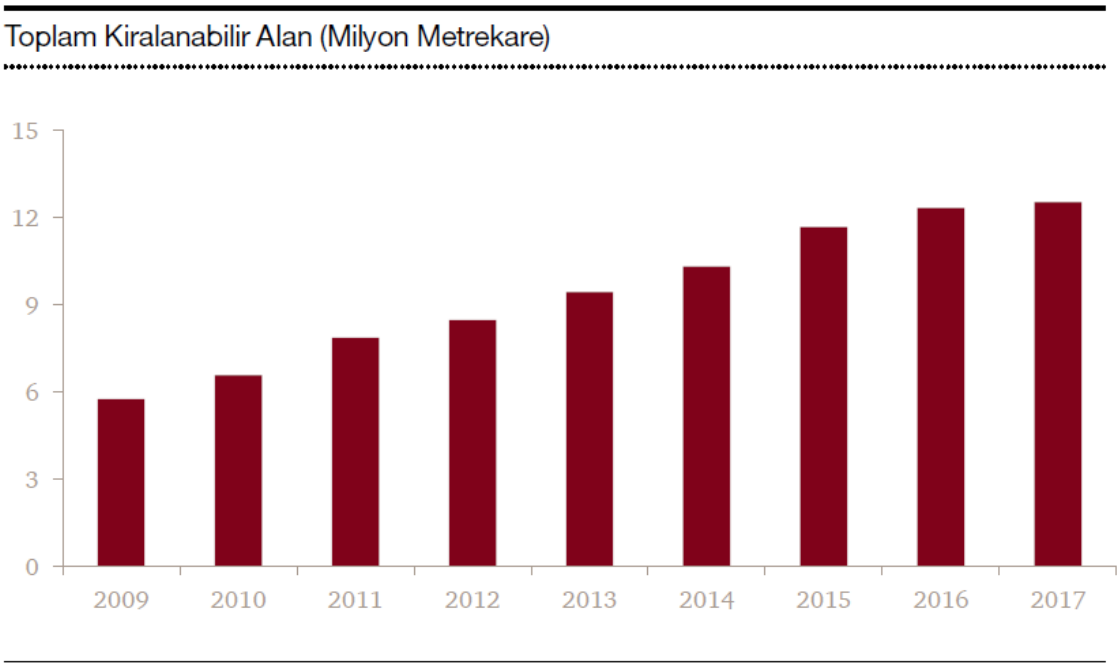
Hanehalkının alım gücünün artmasıyla birlikte tüketim tercihlerini bu alana yönlenmiştir. yatırımcıların da daha fazla şube açmış ve tüketiciye ulaşmayı kolaylaştırmaya çalışmışladır. 2012 yılında internet üzerinden satışların artmasıyla beraber, "hazır giyim sektöründeki metrekare başına ciro değişimi" nispeten düşük bir artış göstermiştir. İnternet üzerinden satışlar ile toplam satışlar oranlandığında

internet satışlarının oranı yüzde 1 ile 3 arasında olsa da, metrekare başına düşen satıştaki artışın bir önceki döneme göre daha düşük olmasına neden olmuştur. (Pwc,2016:35)

2013 yılı içerisinde satışlar eski düzenine geri dönmüşlerdir. 2014 yılında ise "tüketici güveni"nin düşmesiyle birlikte tüketici harcamaları azalış göstermiş ve "perakende satış alan yoğunluğunun" belli bir seviyeye ulaşması sonucunda, satışların da "metrekare başına satış alanlarının artışı" da yavaşlama göstermiştir.. (Pwc,2016:35)

2.3.2.5.3. AVM Yatırımları

2010 yılından 2012 yılına kadar geçen iki yılda AVM sayısı 231'den 296'ya yükselmiştir. Bu artışa paralel olarak toplam kiralanabilir alan hacmi de 6,2 milyon m^2 değerinden 8,3 milyon m^2'ye kadar yükselmiştir. "Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD)" verilerine göre, Türkiye'de toplam 360 adet AVM bulunmaktadır. Bu AVM'lerin 103'ü İstanbul'da bulunmakdur. Türkiye çapında tüm AVM'lerde toplam kiralanabilir alan ise 10,5 milyon m^2'ye ulaşmıştır. (Pwc,2016:35)

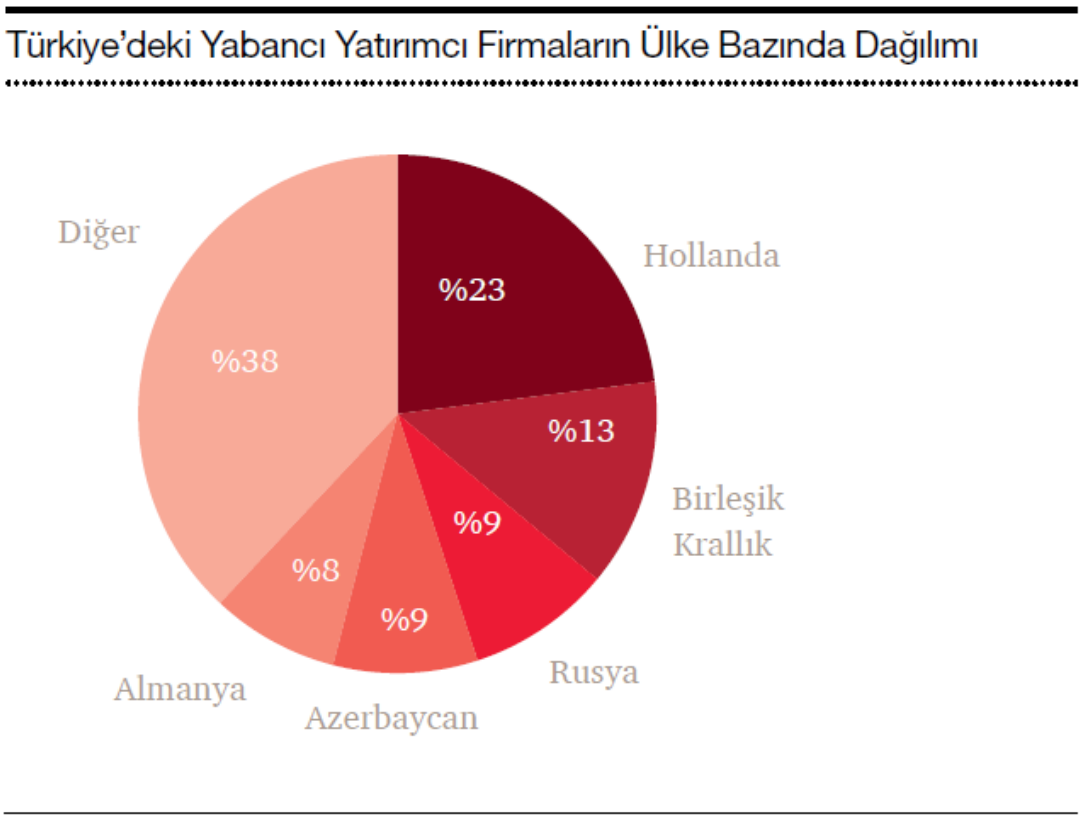


Grafik 12. Toplam Kiralanabilir Alan (Milyon Metrekare) Kaynak: AYD (Pwc,2016:35)

2014 yılında, Türkiye'deki AVM yatırımların büyük bir bölümü yabancı yatırımcılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu yabancu yatırımcıların yüzde 23'ü Hollanda, yüzde 13'ü Birleşik Krallık ve yüzde 9'u ise Rusya Federasyonu menşeli yatırımcılar tarafından gerçekleştirilmiştir. (Pwc,2016:36)

2010 yılı ile 2014 yılı arasında yabancı yatırımcıların büyüklüğü sıralaması yer değiştirmiştir. 2010 yılında ilk sıra Almanya'ya aitken 2014 yılında birinciliği Hollanda almış olup, Birleşik Krallık ve Rusya'nın sırasıyla ikinci ve üçüncü sırayı alacak şekilde yatırımlarını arttırmışlardır. (Pwc,2016:36)

Türkiye içerisinnde yer alan 360 AVM'nin 79'u yabancı yatırım ile kurulmuştur. Bu AVM'lerin 2,9 milyon metrekare toplam kiralanabilir alana sahiptirler. İstanbul toplam 15 AVM ile yabanacı yatırımcıların en çok yatırım yaptığı il olmuştur. İstanbul'dan sonra sırasıyla İzmir'de 8 AVM, Ankara'da ise 5 AVM ise yatırımcı yatırımı almış olup ikinci ve üçüncü sırayı paylaşmışlardır. (Pwc,2016:36)



Grafik 13. Türkiye'deki Yabancı Yatırımcı Firmaların Ülke Bazında Dağılımı Kaynak: TCMB, 2014 (Pwc,2016:36)

3. BÖLÜM

3.1. Veri Seti ve Model

Çalışmada "Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV)"'nın yayınlamış olduğu "Perakende Güven Endeksi" ve "Siyasi İstikrar Endeksi" 2013:01 ve 2019:12 yılları arasında aylık veriler kullanılacak olup, "Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model ARDL sınır testi" yaklaşımı ile Türkiye'de Siyasi İstikrar Endeksinin Perakende Güven endeksi üzerindeki etkisi araştırılacaktır. Analizde Eviews 11 programından faydalanılmıştır.

Modelde kullanılacak değişkenler ve kısaltmaları tablo 2' de gösterilmektedir.

Değişken isimleri	Kısaltmaları
Perakende Güven Endeksi	PGE
Siyasi İstikrar Endeksi	Sİİ

Tablo 2. Model Kullanılacak Değişkenler ve Kısaltmaları

Analizde kullanılacak modelin teorik gösterimi aşağıdaki gibidir;

$$PGE_t = \beta_0 + \beta_1 S\dot{I}\dot{I}_t + u_t$$

Bu modelde yer alan PGE, perakende güven endeksi'ni; Sİİ, siyasi istikrar indeksi'ni; β_0, sabit terimi ve u_t, hata terimini göstermektedir.

3.2. Analiz Yöntemi

3.2.1. Birim Kök Süreci ve ARDL Sınır Testi Yaklaşımı

Ekonometrik araştırmalarda zaman serisi modellerinde verilerin ortalamasında ve varyansında zaman içerisinde herhangi bir değişiklik olmaması

beklenir. Bu durum zaman serisi ekonometrisinde durağanlık kavramı olarak açıklanır. Böylece incelenen modeldeki seriler etkin ve tutarlı olur. Ancak zaman serisi verileri zaman içerisinde sürekli bir artış gösterir ve bu yüzden durağan olmayan seriler ortaya çıkar. (Sevüktekin ve Çınar, 2017: 53).

Zaman serisi modellerinde verilerin durağan olması gerekmektedir. Serilerin zaman süreci içerisinde ortalamada ve varyansta dalgalanma göstermesi durumunda sahte regresyon diye tanımlanan bir model ortaya çıkmaktadır. Model içerisindeki değişkenler arasındaki ilişkinin gerçek olması serilerin durağanlığına bağlıdır. (Gujarati, 2011: 207). Serilerin durağanlık araştırmaları zaman yolu grafiklerine ve birim kök testlerine tabi tutularak kontrol edilir. Durağanlığın sağlanması amacıyla modele iki işlem uygulanabilir. Bunlar modele fark alma işlemi uygulamak veya regresyon artıkları ile çalışmak ve modele zaman trendi dahil etmektir. (Sevüktekin ve Çınar, 2017: 247). Çalışmada durağanlığın kontrol edilmesi amacıyla literatürde yaygın olarak kullanılan birim kök testleri "Genişletilmiş Dickey ve Fuller (ADF)" testi, "Phillips ve Perron (PP)" testinden yararlanılmıştır. (Lebe, 2016: 183).

Dickey ve Fuller (1979) testi seride birim kök araştırılması için kullanılan bir testtir. DF(1979) testinin modelde yer alan bağımlı değişkenin gecikme değerleri eklenerek bir otoregresif (AR) süreci oluşturulmuştur. ADF(1981) araştırması ile hata terimleri arasında oluşabilecek otokorelasyon durumuna karşı ADF birim kök testi geliştirilmiştir. (Azazi, 2019: 95). ADF birim kök testi, "Dickey ve Fuller (1981)" tarafından ortaya çıkarılmış olup, modelde yer alan parametreler "En Küçük Kareler (EKK) yöntemi" ile tahmin edilmektedir. (İçen, 2018: 5). Dickey ve Fuller (1981) birim kök testi ile modelde yer alan hata terimleri arasında otokorelasyon olması durumunda, modelde kullanılan bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinide modele dahil ederek oluşan otoregresif süreçte hata terimlerinin yer alması durumunu incelemeyi amaçlamaktadır. (Sönmezler vd., 2019: 22).

Genişletilmiş Dickey ve Fuller (ADF) testi modelde üç regresyon denkleminden yararlanmaktadır:

Sabit terimsiz model: $\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{j=2}^{k} \Delta Y_{t-j+1} + \varepsilon_t$

Sabit terimli model: $\Delta Y_t = \alpha + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=2}^{k} \Delta Y_{t-j+1} + \varepsilon_t$

Sabit terimli ve trendli model: $\Delta Y_t = \alpha + \beta t + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=2}^{k} \Delta Y_{t-j+1} + \varepsilon_t$

Yukarıdaki denklemlerde de belirtildiği üzere bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinin eşitliğin sağ tarafına dahil edilmesi ile Genişletilmiş ADF denklemleri oluşturulmuştur. Dickey ve Fuller (1971) tarafından geliştirilen Tau istatistikleri, ADF (1981) kritik değerleri içinde kullanılmaktadır. (Sevüktekin ve Çınar, 2017: 336).

ADF(1981) testi için oluşturulan hipotezler;

H_o: $\delta \geq 0$ Seri birim kök içermektedir.

H_1: $\delta < 0$ Seri birim kök içermemektedir.

Dickey ve Fuller testinde modelde yer alan hata terimlerinin arasında bir otokorelasyon olmadığı ve sabit varyanslı olduğu varsayılmaktadır. Literatürde yaygın olarak kullanılan bir diğer birim kök testi Phillips ve Perron (PP) parametrik olmayan bir testtir. PP testi, DF tarafından geliştirilen teste hata teriminin dağılımı ile ilgili daha esnek bir varsayımda bulunmaktadır. PP testi, DF testinin hata terimlerinin temiz dizi sürecine sahip olduğu varsayımı geliştirerek yeni bir Z testini geliştirmiş ve DF testinde olduğu gibi üç farklı regresyon denkleminden faydalanmıştır. (Sevüktekin ve Çınar, 2017: 378-379).

Sabit terimsiz model: $Y_t = \delta Y_{t-1} + u_t$

Sabit terimli model: $Y_t = \beta_1 + \delta Y_{t-1} + u_t$

Sabit terimli ve trendli model: $Y_t = \beta_1 + \delta Y_{t-1} + \beta_2 \left(t - \frac{T}{2}\right) + u_t$

Yukarıda denklemde belirtilen T gözlem sayısı; u_t ise saf hata sürecini ifade etmektedir.

PP testi de DF testi gibi aynı hipotezlere sahiptir;

H_o: $\delta \geq 0$ Seri birim kök içermektedir.

H_1: $\delta < 0$ Seri birim kök içermemektedir.

ADF ve PP tesleri sıfır hipotezi serilerde birim kök varlığını; alternatif hipotez ise serilerde birim kök olmadığını ifade eder. Bu durumda sıfır hipotezi (H0) reddedildiği taktirde seriler durağan; sıfır hipotezi (H0) reddedilemediği taktide ise serilerin durağan olmadığını ifade eder. (Lebe, 2016)

İktisadi araştırmalarda iki veya daha fazla değişken arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkiler farklı ekonometrik yöntemler ile tahmin edilebilmektedir. Durağan olmayan iki veya daha fazla değişken arasında uzun dönemli durağan bir ilişkinin elde edilmesi eştümleşme olarak tanımlanmaktadır. (Sevüktekin ve Çınar 2017: 559). Ekonometrik modellerde uzun dönemli ilişkinin araştırılması için birden fazla eştümleşme testinden yararlanılmaktadır. Bu yöntemler Engle-Granger(1987), Johansen-Juselius(1990) ve Johansen(1988,1991) eştümleşme testleridir. Engle-Granger(1987) eştümleşme testi yöntemine göre birinci dereceden I(1) eştümleşik serileri düzey halleri ile tahmin edilir ve değişkenlerden elde edilen hata terimlerine birim kök testi uygulanır. İkinci aşamada ise bu modelden elde edilen hata terimleri hata düzeltme modelinde kullanılır. (Sevüktekin ve Çınar, 2017: 561). Johansen eştümleşme testleri ise bir modelde birden fazla eştümleşme ilişkisini araştıran, temelde VAR modeline dayanan bir yöntemdir. Bu testler analizde kullanılan

değişkenlerin aynı dereceden eşbütünleşik olması gerektiğini savunur. (Çağlayan, 2006).

Literatürde yaygın olarak kullanılan bu testler serilerin aynı dereceden eşbütünleşik olması kriterine dayandığı için yapılan analizlerde bu bir kısıt ortaya çıkarmaktadır. Peseran vd.(2001) tarafından ortaya çıkarılan ARDL (Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model) modeli bu kısıtın ortadan kaldırılmasına olanak sağlamıştır. Bu sayede analizde kullanılacak değişkenlerin düzey hallerinde I(0) veya birinci farkta durağan I(1) olması durumunda ARDL sınır testi uygulanabilmektedir. Aynı zamanda analizde kısıtsız hata düzeltme modeli kullandığından diğer eştümleşme testlerine göre istatistiksel olarak daha güvenilir sonuçlar sağlamaktadır. Hata Düzeltme Modeli sayesinde ise değişkenlerin uzun ve kısa dönem dinamikleri hakkında bilgi sahibi olunabilmektedir. (Akel ve Gazel, 2014). ARDL sınır testi En Küçük Kareler Yöntemi ile oluşturulmuştur. Bu test değişkenlerin düzey değerlerinde I(0) durağan veya birinci farkta I(1) durağan olmaları durumunda faydalanılır, değişkenlerin I(2) veya daha yüksek dereceden durağanlık seviyelerinde kullanılamaz. Diğer eştümleşme testlerine nazaran değişkenler arasında eştümleşme derecelerinin I(0) veya I(1) olmasını dikkate almaması ve küçük örneklemlerde daha iyi sonuç vermesi testin avantajları arasındadır. (Çağlayan, 2006).

ARDL sınır testi yaklaşımında ilk olarak kısıtlanmamış bir hata modeli kurulur. Bu hata düzeltme modeli En Küçük Kareler (EKK) yöntemi ile tahmin edilir. Modele konu olan sınır testi denklemi teorik gösterimi aşağıdaki gibidir:

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{m} \beta_1 \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^{m} \beta_2 \Delta X_{t-i} + \beta_3 Y_{t-1} + \beta_4 X_{t-1} + \varepsilon_t$$

Model'de yer alan denklemde Δ sembolü değişkenlerin birinci farkı alınmış halini, β_0 katsayısı sabit terimi; ΔYt'nin gecikmeli değerleri β_1 katsayısını; ΔXt nin gecikmeli değerleri β_2 katsayıları ve β_3 ve β_4 katsayıları ise uzun dönem katsayılarını belirtmektedir.

ARDL sınır testinin uygulanabilmesi için eşitlikte m olarak belirtilen uygun gecikme uzunluğunun bulunması gerekir. Uygun gecikme uzunlukları Akaike (AIC),

Schwarz (SIC) ve Hannan-Quinn (HQ) gibi bilgi kriterlerinden faydalanılarak otokorelasyon probleminin olmadığı en küçük gecikme uzunluğu seçilerek model EKK yöntemi ile tahmin edilir. (Yıldırım, 2013).

Model tahmini için kurulan hipotezler aşağıda belirtilmiştir:

$H_0: \beta_3 = \beta_4 = 0$ Eştümleşme yoktur.

$H_0: \beta_3 = \beta_4 = 0$ Eştümleşme vardır.

Ho hipotezi eştümleşme yoktur; alternatif hipotez H1 ise eştümleşme vardır olarak hipotezler kurulur. ARDL sınır testi için kurulan bu hipotezler F veya Wald test istatistik değerleri ile sınanır. (Çağlayan, 2006: 426).

Peseran vd.(2001) tarafından geliştirilen kritik değerler alt ve üst sınır olarak iki bölümden oluşmaktadır. Hesaplanan F istatistik değeri üst sınırın üstünde ise eştümleşme ilişkinin var olduğunu (H0 reddedilir); hesaplanan F istatistik değeri alt sınırın altında ise (H0 reddedilemez) eştümleşme ilişkisinin olmadığı kararına varılır. F istatistik değeri alt ve üst sınırın arasında bir değer alıyorsa da kararsız kalınıp, değişkenlerin durağanlık seviyeleri doğrultusunda farklı bir eştümleşme testi yapılır. (Yılancı, 2012: 70).

Modelde yer alan değişkenler arasında eştümleşme ilişkisi var ise diğer bir deyişle H0 hipotezi reddedilir ise uzun dönem ilişkisini gösteren ARDL modeli kurulur. Uzun dönem ilişkisini gösteren katsayıların hesaplanması için kullanılan ARDL modelinin teorik gösterimi aşağıdaki gibidir:

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{p} \beta_1 Y_{t-i} + \sum_{i=0}^{q} \beta_2 X_{t-i} + \varepsilon_t$$

Model'de yer alan denklemde p ve q, değişkenlerin uygun gecikme uzunluklarını göstermektedir. Uygun gecikme uzunlukları için AIC, SIC ve HQ bilgi kriterlerinden faydalanılacaktır. Tahmin edilen ARDL (p,q) modelinden hareketle uzun dönem katsayıları ve katsayıların istatistiksel olarak anlamlılığı hakkında yorum yapılabilinecektir. (Yıldırım, 2013: 100). Uzun dönem katsayılarının anlamlılıkları belirlendikten sonra modelin güvenilirliği ve anlamlılığı için tanısal

testler kontrol edilir. Son aşamada ise modeldeki değişkenlerin kısa dönem ilişkileri yani hata düzeltme modeli kurulur. (Akel ve Gazel, 2014: 32).

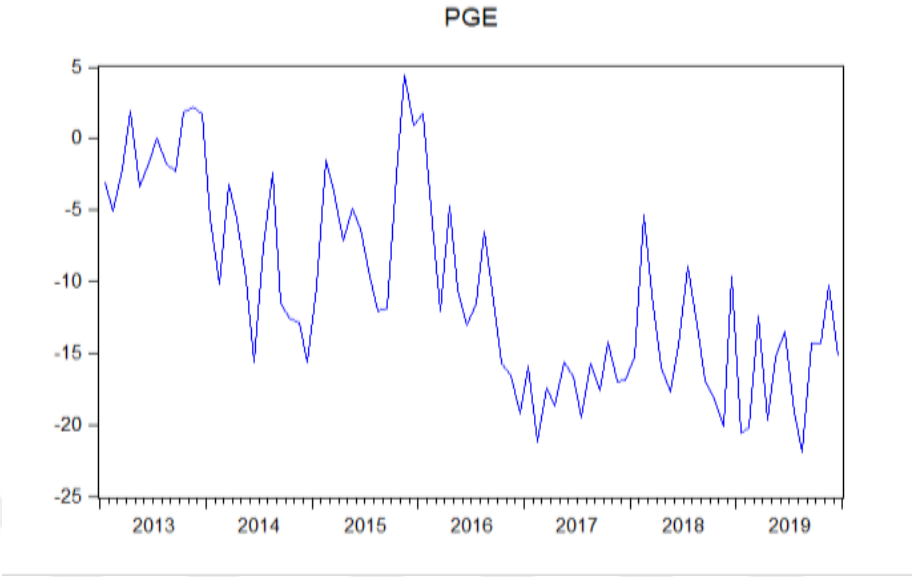
Hata düzeltme modeli teorik gösterimi aşağıdaki gibidir:

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \beta_1 e_{t-1} + \sum_{i=1}^{p} \beta_2 \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^{q} \beta_3 \Delta X_{t-i} + u_t$$

Model'de yer alan denklemde et-1, hata düzeltme terimidir. Bir önceki aşamada tahmin edilen uzun dönem ilişkisini gösteren modelin hata teriminin bir dönem gecikmeli değeri olarak hesaplanmıştır. Hata düzeltme teriminin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif işaretli olması beklenmektedir. Bu şartları sağlayan bir hata düzeltme terimi uzun dönemde oluşabilecek bir sapmanın ne kadar bir sürede giderileceği anlamına gelmektedir. (Keskin, 2008: 228).

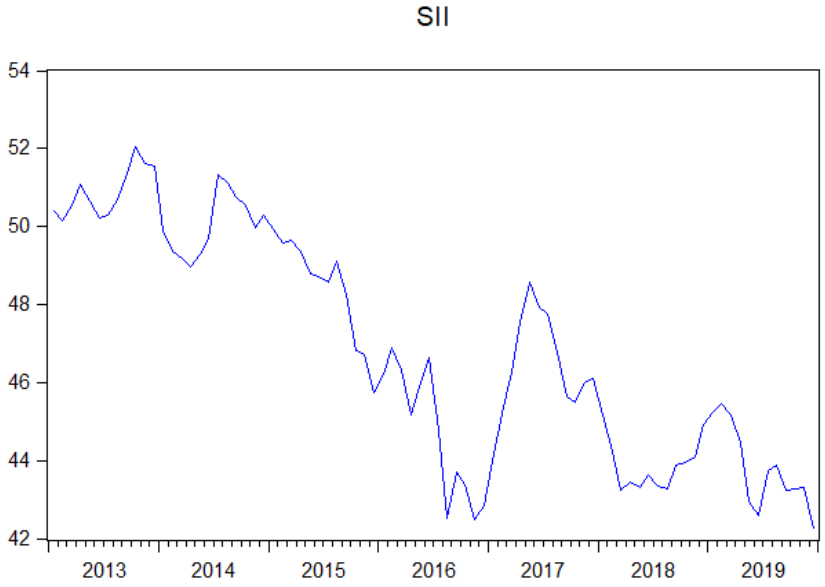
3.3. Analiz Bulguları

Zaman serisi analizlerinde öncelikli olarak serilerin durağanlıkları incelenmektedir. Çalışmada ilk aşamada siyasi istikrar endeksi ve perakende güven endeksi değişkenlerinin zaman serisi grafiği ve birim kök süreci incelenecektir. Bu amaçla literatürde yaygın olarak kullanılan birim kök testleri Genişletilmiş Dickey ve Fuller (ADF) testi, Phillips ve Perron (PP) testi kullanılacaktır.



Şekil 5. Perakende Güven Endeksi değişkeninin zaman serisi grafiği

Perakende güven endeksi değişkeninin zaman serisi grafiği incelendiğinde değişkenin ortalamada ve varyansta durağan olmadığı görülmektedir.



Şekil 6. Siyasi İstikrar Endeksi değişkeninin zaman serisi grafiği

Siyasi istikrar endeksi değişkeninin zaman serisi grafiği incelendiğinde yine ortalamada ve varyansta durağan olmadığı görülmektedir.

Serilerin zaman yolu grafikleri incelendiğinde her iki serininde birim kök içerebileceği kanısına varılmıştır. Ancak zaman serisi analizlerinde serilerin birim kök süreci ile ilgili değişkenlerin sadece zaman yolu grafiklerini incelemek yetersiz olacağından aynı zamanda serilere ADF ve PP birim kök tesleri uygulanmıştır. Serilere ait ADF birim kök test sonuçları Tablo 3' de gösterilmiştir.

Tablo 3. ADF Birim Kök Test Sonuçları

		PGE	Sİİ
		I(0)	I(0)
Sabitli	t-istatistik	-2.222129	-1.357447
	Olasılık	0.2002	0.5990
Sabitli ve trendli	t-istatistik	-4.233996	-3.399135
	Olasılık	0.0066*	0.0587***

Not: *,** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeylerini ifade etmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde PGE değişkeni sabitli modelde seviye değerinde I(0) birim kök içerirken; sabitli ve trendli modelde %1 önem düzeyinde birim kök içermemektedir. Dolayısıyla PGE değişkeni sabitli ve trendli modelde seviye değerinde I(0) durağandır sonucuna ulaşılabilir.

Sİİ değişkeni ise sabitli modelde seviye birim kök içerirken; sabitli ve trendli modelde ise %10 önem seviyesinde birim kök içermemektedir. Ancak sosyal araştırmalarda maksimum %5 önem seviyesi değeri daha güvenilir sonuçlar vereceğinden Sİİ değişkeni için birim kök varlığını yok etmek amacı ile birinci fark alma işlemi uygulanmıştır. Birinci farkı alınmış serilere ait ADF Birim Kök Test Sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Birinci farkı alınmış serilere ait ADF Birim Kök Test Sonuçları

		PGE	Sİİ
		I(1)	I(1)
Sabitli	t-istatistik	-6.939891	-4.552145
	Olasılık	0.0000*	0.0004*
Sabitli ve trendli	t-istatistik	-6.911952	-4.522913
	Olasılık	0.0000*	0.0026*

Not: *,** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeylerini ifade etmektedir.

Tablo 4 incelendiğinde Sİİ değişkenine fark alma işlemi uygulandığında hem sabitli hem de sabitli ve trendli modelde %1 önem düzeyinde birim kök içermediği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir deyişle Sİİ değişkeni I(1)'de durağandır.

Tablo 5. PP Birim Kök Test Sonuçları

		PGE	Sİİ
		I(0)	I(0)
Sabitli	t-istatistik	-3.157621	-1.110139
	Olasılık	0.0262**	0.7086
Sabitli ve trendli	t-istatistik	-4.999814	-2.835608
	Olasılık	0.0005*	0.1891

Not: *,** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeylerini ifade etmektedir.

Tablo 5 incelendiğinde PGE değişkeni sabitli modelde %5 önem seviyesinde; sabitli ve trendli modelde ise %1 önem seviyesinde birim kök içermemektedir. Bir başka ifade ile PGE değişkeni seviye değerinde I(0) durağandır sonucuna ulaşılabilir. Sİİ değişkeni ise hem sabitli modelde hem de sabitli ve trendli modelde birim kök içermektedir. Birim kökün varlığını ortadan kaldırmak amacı ile Sİİ değişkenine birinci fark alma işlemi uygulanmıştır. Birinci farkı alınmış serilere ait PP Birim Kök Test Sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Birinci farkı alınmış serilere ait PP Birim Kök Test Sonuçları

		PGE	Sİİ
		I(1)	I(1)
Sabitli	t-istatistik	-21.47400	-6.660020
	Olasılık	0.0001*	0.0000*
Sabitli ve trendli	t-istatistik	-21.31632	-6.622628
	Olasılık	0.0000*	0.0000*

Not: *,** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 önem düzeylerini ifade etmektedir.

Tablo 6 incelendiğinde Sİİ değişkenine fark alma işlemi uygulandığında hem sabitli hem de sabitli ve trendli modelde birim kök içermediği sonucuna ulaşılmıştır. Sİİ değişkeni I(1)'de durağandır.

ADF ve PP birim kök test sonuçlarına göre PGE değişkeni seviye değerinde I(0) durağan iken; Sİİ değişkeni ise I(1) değerinde durağan olduğu tespit edilmiştir.

Analizde kullanılacak her iki değişkeninde farklı seviyelerde durağan olması ve en fazla birinci farkta birim kök içermemesi durumu Peseran vd.(2001) tarafından ortaya çıkarılan ARDL (Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model) modelin kullanılmasını mümkün kılmaktadır.

Perakende Güven Endeksinin bağımlı değişken, Siyasi İstikrar Endeksinin bağımsız değişken seçildiği değişkenler arasında ARDL sınır testi yaklaşımını incelemek için oluşturulan model aşağıda gösterilmiştir.

$$\Delta PGE_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{m} \beta_{1i} \Delta PGE_{t-i} + \sum_{i=0}^{m} \beta_{2i} \Delta S\dot{I}\dot{I}_{t-i} + a_1 PGE_{t-1} + a_2 S\dot{I}\dot{I}_{t-1} + u_t$$

Yukarıda gösterilen modelde PGE, perakende güven endeksi'ni; Sİİ, siyasi istikrar indeksi'ni göstermektedir. Modelde yer alan Δ, ilk farkları ifade etmektedir.

Modele ilişkin eştümleşme analizi için kullanılacak olan hipotezler;

H_0: Eştümleşme yoktur.

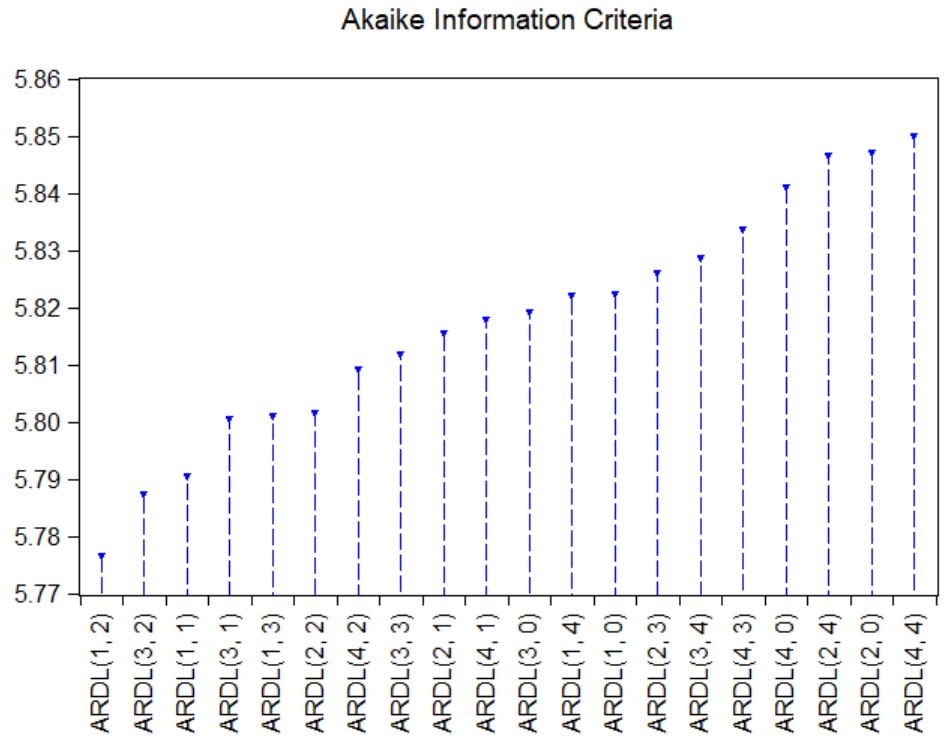
H_1: Eştümleşme vardır.

Değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisini incelemek için ARDL modeli;

$$PGE_t = a_0 + \sum_{i=1}^{m} a_{1i} PGE_{t-i} + \sum_{i=0}^{n} a_{2i} S\dot{I}_{t-i} + u_t$$

olarak tahmin edilecektir.

Öncelikli olarak modele ilişkin gecikme uzunluğunun belirlenmesi amacıyla Akaike bilgi kriterinin kritik değerinden faydalanılmıştır. Akaike bilgi kriterine göre uygun gecikme uzunluğu için seçilmiş olan model şekil 7' de gösterilmiştir.



Şekil 7. Akaike Bilgi Kriteri

Uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi amacıyla Akaike bilgi kriterine göre en küçük gecikmeye sahip olan model ARDL (1,2) olarak seçilmiştir. Bir başka ifade ile Siyasi istikrar endeksinin Perakende güven endeksi üzerindeki uzun dönem parametrelerinin tahmin edilmesi amacıyla Akaike bilgi kriteri Perakende güven endeksi için 1; Siyasi istikrar endeksi için 2 gecikme uzunluğunu uygun bulmuştur. Seçilen ARDL(1,2) modeline istinaden değişkenler arasındaki eştümleşme sınır testi yardımıyla belirlenmiştir. Belirlenen modele ait sınır testi sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. F Sınır Testi Sonuçları

	F istatistiği	Anlam düzeyi	Alt Sınır	Üst Sınır
ARDL (1,2)	12.66189	10%	4.135	4.895
		5%	5.06	5.93
		1%	7.095	8.26

Not: * , %1 önem düzeylerini ifade etmektedir.

Tablo 7 incelendiğinde "ARDL sınır testi" sonuçlarına göre F istatistik değeri (12.66189), tablo üst kritik değerinden %1, %5 ve %10 anlam düzeylerinde büyük olarak hesaplanmıştır. Bu durumda modele ilişkin kurulan hipotezlerden H0 hipotezi reddedilir. Dolayısıyla değişkenler arasında eştümleşme ilişkisi vardır sonucuna ulaşılır.

Modelden elde edilen sonuçların güvenilir olması için bazı tanımlayıcı testlerden geçmesi gerekir. Modelde normal dağılım sorununu test etmek amacı ile Jaque Bera testi; otokorelasyon sorununu için Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Testi; spesifikasyon hatası için Ramsey Reset testi; değişen varyans sorunu için Heteroskedasticity Test Breusch-Pagan-Godfrey testi kullanılmıştır. Bu testlere ait sonuçlar Tablo 8' de gösterilmiştir.

Tablo 8. Tanımlayıcı Test Sonuçları

Tanımlayıcı Testler		Probability
Jaque-Bera Normallik Testi	1.780478	0.4105
Breusch-Godfrey Otokorelasyon LM Testi	0.692820	0.5033
Ramsey Reset Testi	1.428969	0.1571
Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey	0.997503	0.4142

ARDL(1,2) modelinde normallik varsayımının geçerli olup olmadığının incelenmesi amacı ile kullanılan Jaque-Bera testine ait temel hipotez 0.05 önem düzeyinde reddedilemez (0.05<0.4105). Dolayısıyla modele ait artıklar normal dağılır sonucuna ulaşılır. Modelde otokorelasyon problemini incelemek için kullanılan Breusch-Godfrey Otokorelasyon LM Testine ait temel hipotez 0.05 önem düzeyinde reddedilemez (0.05<0.5033). Dolayısıyla modelde otokorelasyon problemi yoktur sonucuna ulaşılır. Model için sabit varyans varsayımının geçerli olup olmadığını incelemek amacı ile kullanılan Breusch-Pagan-Godfrey testine ait temel hipotez 0.05 önem düzeyinde reddedilemez (0.05<0.4142). Modelde sabit varyans varsayımı geçerlidir. Tanımlayıcı testlerde son olarak modelde tanımlama hatası olup olmadığının incelenmesi amacı ile kullanılan Ramsey Reset Testine ait temel hipotez 0.05 önem düzeyinde reddedilemez (0.05<0.15). Modelde tanımlama hatası yoktur sonucuna ulaşılır.

Model gerekli varsayımları sağladığı için bir sonraki aşama uzun dönem katsayılarının ve işaretlerinin hesaplanmasıdır. ARDL (1,2) modeline ait uzun dönem tahmin sonuçları Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9. ARDL(1,2) Uzun Dönem Tahmin Sonuçları

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-istatistiği	Olasılık
Sİİ	1.608912	0.379094	4.244100	0.0001*

Not: *; %1 önem düzeyini ifade etmektedir.

Uzun dönem katsayısı incelendiğinde Siyasi istikrar endeksi değişkeni ve Perakende güven endeksi değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle bu dönemde Türkiye'de Siyasi istikrar endeksi arttığında Perakende güven endeksi de artmaktadır.

ARDL modeline ilişkin kısa dönem bilgisinin incelenmesi amacıyla hata düzeltme modelinden yararlanılmıştır. Hata düzeltme modeli ile kısa dönemde meydana gelen şokların uzun dönemde giderilip giderilmeyeceğine yönelik durumu incelenmiştir. Modele ait değişkenlerin kısa dönem bilgisi incelenmesi için kurulan model aşağıda belirtilmiştir.

$$\Delta PGE_t = a_0 + \sum_{i=1}^{m} a_{1i} \Delta PGE_{t-i} + \sum_{i=0}^{n} a_{2i} \Delta S\dot{I}\dot{I}_{t-i} + \lambda HGT_{t-1} + u_t$$

olarak tahmin edilecektir. Modelde yer alan "HGT değişkeni", hata giderme terimidir. Bu değişkene ait katsayı λ, kısa dönemde dengesizliğin ne kadarının uzun dönemde düzeltileceğini göstermektedir. Hata düzeltme modelinin kararlılığının sağlanması için bu değişkene ait katsayının işaretinin negatif ve anlamlı olması beklenmektedir.

ARDL(1,2) modeline ait kısa dönemde oluşan dengesizliklerin giderilmesi durumunu inceleyen hata düzeltme modeli sonuçları Tablo 10' da gösterilmiştir.

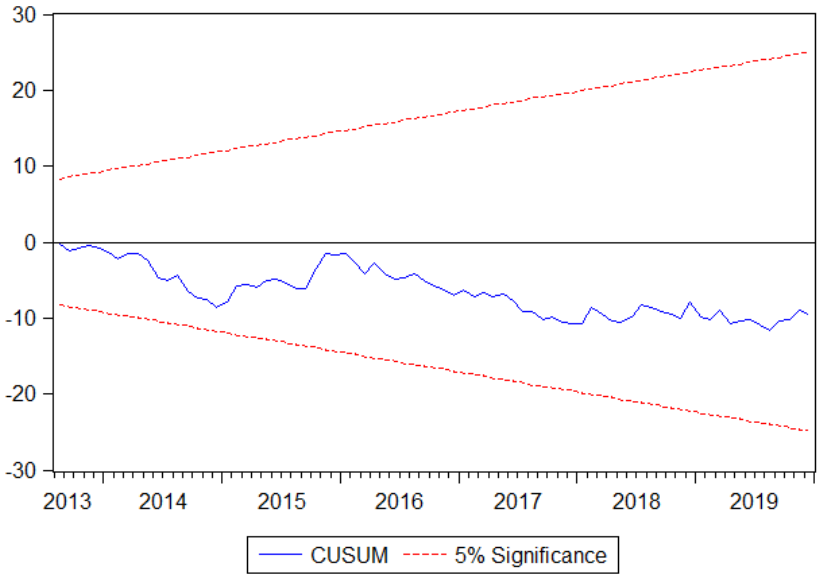
Tablo 10. ARDL(1,2) Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-istatistik	Olasılık değeri
C	-37.88028	7.454635	-5.081440	0.0000
D(SII)	-0.340630	0.640531	-0.531793	0.5964
D(SII(-1))	-1.168234	0.675109	-1.730438	0.0876
CointEq(-1)	-0.437463	0.086372	-5.064846	0.0000

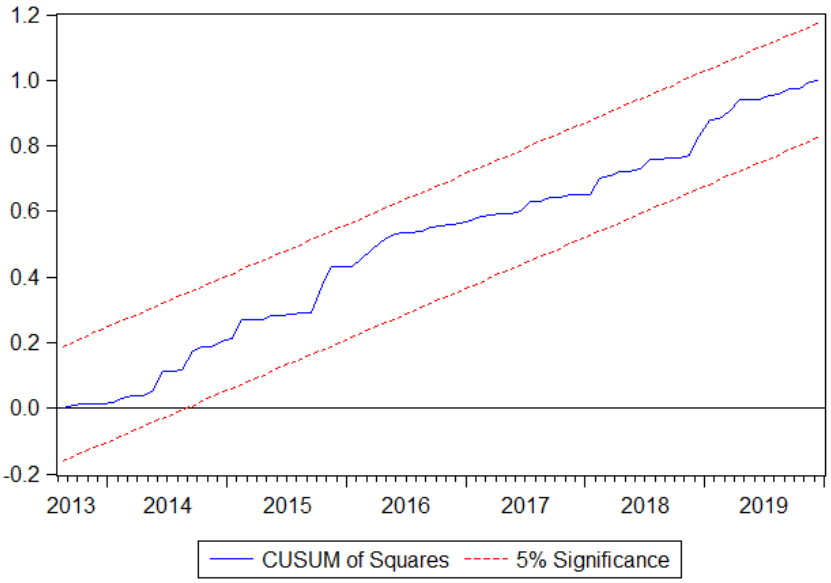
Tablo 10' da yer alan kısa dönem hata düzeltme modeli sonuçları incelendiğinde hata düzeltme terimi (CointEq(-1)) beklenildiği üzere istatistiksel olarak anlamlı ve negatif işaretlidir. Dolayısıyla kısa dönemde oluşan dengesizlikler uzun dönemde gideriliyor ve ARDL(1,2) modeline ilişkin hata düzeltme modeli çalışıyor demektir. Aynı zamanda Siyasi istikrar endeksinin kısa dönemde Perakende güven endeksi üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamsızdır ancak gecikmeli değeri %10 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı ve negatif etkilemektedir. Dolayısıyla Siyasi istikrar endeksinin bir ay önceki etkisi Perakende güven endeksi üzerinde anlamsız iken; iki ay önceki etkisi negatif ve anlamlıdır.

Modelde yer alan katsayıların istikrar koşulunu sağlayıp sağlamadığını ölçmek amacıyla Brown vd. (1975) tarafından geliştirilmiş "CUSUM" ve "CUSUMQ" testlerinden yararlanılmıştır. Modele ilişkin elde edilen "CUSUM" ve "CUSUMQ" test grafikleri şekil 8 ve şekil 9'da gösterilmiştir.

Şekil 8. CUSUM Testi Sonuçları



Şekil 9. CUSUMQ Testi Sonuçları



Şekil 8 ve Şekil 9 incelendiğinde modelde yer alan artıkların %5 önem düzeyinde bantlar içerisinde kaldığı görülmektedir. Aynı zamanda modelde tahmin

edilen katsayıların istikrar koşulunu sağladığı ve modelde yapısal kırılma bulunmadığını ifade etmektedir.

SONUÇ

Her ülkenin siyasi rejimi ile ekonomisi birbirinden etkilenmektedir. Bir ülkenin ekonomisinin gelişmesi, kalkınması için ülke adına alınan kararların istikrarlılığı ve tutumu oldukça önem arz etmektedir. Siyasi yapının istikrarlı ve güçlü olması, ülke ekonomisinin de istikrarlı olduğu anlamına gelmektedir. Siyasi anlamda, ülke içerisinde sürdürülen istikrarlı yapı, ülke ekonomisini de istikrarlı hale getirecek ve böylece toplumun ekonomiye olan güvenini arttıracaktır.

Ekonomide yer alan güven endeksleri ile ekonomik birimlerin gelecekle ilgili tutum ve beklentileri belirlenir. Psikolojik bir veri olarak güvenin, bu ekonomik tercihler ve dolayısıyla ekonomik değişkenler üzerinde bir etkisi olması beklenmektedir. Ekonomik birimlerinin geleceğe yönelik beklentilerinde ve öngörülerinde ortaya çıkan bir belirsizlik süreci tüketim, üretim ile ilgili kararların değiştirmelerine neden olabilmektedir. Böylece tüketim harcamalarında ve üretimde ortaya çıkan dalgalanmalar çıktı, istihdam ve işsizlik gibi değişkenleri de etkileyebilmektedir. Siyasi istikrar belirsizliğe ve dolayısıyla güven kaybına neden olan önemli faktörlerden biridir. Dolayısıyla, Türkiye'de siyasi istikrarın perakende sektörü güveni üzerindeki etkisinin incelenmesi de bu açıdan önem kazanmaktadır.

Perakende sektörü içinde bulunduğu sosyal ve ekonomik çevreden etkilenir. Dolayısıyla bu çevrede meydana gelen siyasi ve ekonomik değişiklikler, perakende üzerinde olumlu veya olumsuz bir etki yaratır.

Bu çalışmada Siyasi istikrar indeksi'nin Perakende güven endeksi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV)'nın yayınlamış olduğu Perakende Güven Endeksi ve Siyasi İstikrar İndeksi 2013:01 ve 2019:12 yılları arasında aylık veriler kullanılmıştır. Zaman serisi analiz yöntemlerinden biri olan Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model ARDL sınır testi yaklaşımı kullanılmıştır. Yapılan çalışmada bağımlı değişken olarak Perakende güven endeksi seçilirken, bağımsız değişken olarak ise Siyasi istikrar indeksi seçilmiştir. Modelde kullanılan bu değişkenlerin durağanlığı Genişletilmiş Dickey

Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) testleri ile incelenmiştir. Birim kök testleri sonucunda Perakende güven endeksi seviye değerinde durağan iken; Siyasi istikrar indeksi değişkeninin ise birinci farkta durağan olduğu tespit edilmiştir. Ardından Siyasi istikrar indeksinin, Perakende güven indeksi üzerindeki uzun dönem parametlerinin tahmin edilmesi amacıyla Akaike bilgi kriterinden faydalanılmış, Perakende güven endeksi için 1; Siyasi istikrar indeksi için 2 gecikme uzunluğu olarak seçilmiştir. Sınır Testi sonucunda değişkenler arasında eştümleşme ilişkisinin varlığına ulaşılmıştır. Modelden elde edilen sonuçların güvenilirliği için bazı tanımsal testler yapılmış ve modelde herhangi bir hataya rastlanılmamıştır.

Analiz sonuçlarının tamamını toparlayacak olursak, incelenen dönemlerde Siyasi istikrar endeksi ile Perakende güven endeksi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Bir başka deyişle uzun dönemde Türkiye'de Siyasi istikrar indeksi'nde meydana gelecek artışın Perakende güven endeksini de arttırarak olumlu yönde etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

Ake, C. (1975). A Definition of Political Stability. *Comparative Politics*, Vol. 7 (2), 271- 283.

Akel, V., Gazel, S. (2014). Döviz Kurları İle BIST Sanayi Endeksi Arasındaki Eşbütünleşme İlişkisi: Bir ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı 44, s. 23-41).

Akıncı, A. ve Usta, S. (2016). Türkiye'de Çok Partili Hayata Geçişte Etkili Olan Dış Faktörlerin Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt 21, Sayı 1, s.275-288.

Akkuş, H.T.; Gülcan, N. (2019). Türkiye'de Farklı Kesimler İçin Oluşturulan Güven Endeksleri Arasındaki Uyum Ve Etkileşimin İncelenmesi, MUFİDER, 2(1), 11-19.

Akkuş, Ö. (2017). *Ekonomik Politika Belirsizliği ve Politik İstikrarsızlığın Makroekonomik Değişkenler Üzerine Etkisi*, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Alesina, A. ve Perotti, R. (1993). Income Distribution, Political Instability and Investment. *NBER Working Paper*, 4486, 3.

Arısoy, İ. (2012). Türkiye Ekonomisinde İktisadi Güven Endeksleri ve Seçilmiş Makro Değişkenler Arasındaki İlişkilerin VAR Analizi, Maliye Dergisi, 162, Ocak-Haziran, 304-315.

Arora, S. K. (1970). Economic Growth, Social Justice and Political Stability. *Economic and political weekly*, 1202-1210.

Arslan, A. (2007). 12 Eylül 1980 Askeri Müdahalesi Sonrası Türkiye'nin Siyasi Yapısı. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, Sayı 11, s. 1-29.

Arslan, Ü. (2011). Siyasi İstikrarsızlık ve Ekonomik Performans: Türkiye Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi,* Sayı 1, Cilt 11, s. 73-80.

Ayan, Sezer (2007). Siyasi Yapılanma Sürecinde 1961 ve 1982 Anayasası. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* Cilt 8, Sayı 2, s.1-24.

Azabağaoğlu, M.Ö. (1999). *Türkiye'de Süpermarket-Hipermarket Perakendeciliği Hareketi ve Tüketici Davranışı.* Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.

Azazi, H. (2019). *Ekonomik Finansal ve Politik Risklerin Tüketici ve Reel Kesim Güveni Üzerindeki Etkisi: Türkiye İçin ARDL Sınır Testi Yaklaşımı.* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Baş, M., Göral, S. (2018). Tüketicilerin Perakende Markalarına Bakışı: Kooperatif Marka Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi,* Sayı 3, Cilt 53, s. 852-864.

Cangir N. ve Telatar E. (2014). Türkiye İçin Politik İstikrarsızlık Endeksleri: 1955–2009 Dönemi. *Sosyo Ekonomi Dergisi*, 1, 12.

Cengiz, E., Özden B. (2010). Perakendecilikte Büyük Alışveriş Merkezleri Ve Tüketicilerin Büyük Alışveriş Merkezleri İle İlgili Tutumlarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi,* Sayı 1, Cilt 2, s. 65-78.

Chawdhury.J. (2016). Political Instability A Major Obstacle To Economic Growth In Bangladesh, Centria University Of Applied Sciences Business Management, 11 Temmuz 2020 tarihinde https://core.ac.uk/reader/80992222 adresinden erişildi.

Çağlayan, E. (2006). Enflasyon, Faiz Oranı ve Büyümenin Yurtiçi Tasarruflar Üzerindeki Etkileri. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı 1, Cilt 21, s. 423-438.

Damodar Gujarati, *Econometrics By Example ,* Palgrave Macmillan, Hampshire , 2011, s. 207.

Duman, D. ve İpekşen, S.S. (2013). Türkiye'de Genel Seçim Kampanyaları (1950-2002). *Turkish Studies- International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* 8 /7, 117-135.

Ertekin, Ş. (2006). *1980 Sonrası Dönemde Türkiye'de Siyasal İstikrar-Vergilendirme İlişkisi,* Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Fatih Anıl, *Pazarlamadan Perakendeye Hayata Dair,* 1.Baskı, Yakamoz Yayınları, İstanbul, 2016, s. 51-52.

Geleri, M. (2018). *Politik İstikrarsızlık ve Ekonomik Performans: Türkiye Örneği*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Gürman, A.A. (2006). *Dünya Perakendeciliğinde Globalleşme Eğilimleri ve Türk Perakendecilik Sektörüne Etkileri*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Güven Gürkan Öztan, *Türk Siyasal Hayatı Ders Notları*, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul, s.278-279.

Haydaroğlu, C. (2020). Oylama Gücünün Enflasyon Üzerindeki Etkisi. *Anemon Muş Alpaslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Sayı 5, Cilt 8, s. 1519-1530.

Heywood, A. (2017). *Siyaset*. (Çevirenler: Bekir Berat Özipek, Bahattin Seçilmişoğlu, Atilla Yayla, Hasan Yücel Başdemir). Ankara: Liberte Yayınları.

Hurwitz, L. (1973). Contemporary Approaches to Political Stability. *Comparative Politics*, Vol. 5 (3):449-458.

İçen, H. (2018). *Doğrusal Olmayan ARDL Yaklaşımı İle Eşbütünleşme ve Bir Uygulama.* Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

İnci Varinli, *Marketlerde Pazarlama Yönetimi*, 3.Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, 2011, s. 5.

İnci Varinli, *Perakendeciliğe Giriş,* 1.Baskı, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2013, s.4

İsmet Mucuk, *Pazarlama İlkeleri,* 6.Baskı, Der Yayınları, İstanbul, 1994, s.256.

Kaplan, E.A. (2014). *Politik İstikrarın Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Ampirik İnceleme*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Kenan Aydın, *Perakende Yönetiminin Temelleri*, Genişletilmiş 3.Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2010, s. 11.

Keskin, N. (2008). *Finansal Serbestleşme Sürecinde Uluslararası Sermaye Hareketleri Ve Makroekonomik Etkileri: Türkiye Örneği.* Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Kompil, M., Çelik, H.M. (2009). Türkiye'de Batı Tarzı Büyük Ölçekli Tüketim Mekanlarının Gelişimi ve Kentsel Perakende Alanlarının Yasal ve Yapısal Olarak Düzenlenmesi Gayretleri. *Megaron Dergisi*, Sayı 2, Cilt 4, s. 90-100.

KPMG;"Perakende, Sektörel Bakış"2020.

Kulaksız, A., Dündar, M. (2019). TEPAV Perakende Güven Endeksi ile TÜİK Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksi Arasındaki Farklar Nereden Kaynaklanmaktadır?. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı Değerlendirme Notu, s. 1-6.

Küçük, A. (2019). Türkiye'de Sosyal ve Siyasal Değişim: 1980 ve Sonrası. *Harran Üniversitesi İİBF Dergisi,* Sayı 4, Cilt 3, s.27-28.

LEBE, F. (2016). Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezi: Türkiye İçin Eşbütünleşme ve Nedensellik Analizi. *Doğuş Ünversitesi Dergisi*, Sayı 17, Cilt 2, s. 177-194.

Margolis, J. E. (2010),"Understanding Political Stability and Instability."*Civil Wars* 12.3, 326-345.

Mısırlı, M. (2009). *Perakendecilikte Gelişmeler, Hazır Giyim Perakendeciliği ve Türkiye İçin Rekabetçi Bir Model Önerisi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Mucan, B. (2014). *Çok Kanallı Perakendecilikte Tüketicilerin Mağaza Deneyimlerinin Satın Alma Niyetine Etkisi ve Giyim Perakendeciliği Üzerine Bir Uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Mustafa Erdoğan, *Türkiye'de Anayasalar ve Siyaset*, 4.Baskı, Liberte Yayınları, Ankara, 2003, s. 61-79.

Mustafa Sevüktekin ve Mehmet Çınar, *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi Eviews Uygulamalı*, Genişletilmiş 5.Baskı, Dora Yayıncılık, Bursa, 2017.

Onur, S. (2004). Literatürde Ekonomi-Politika İlişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı 1, Cilt 6.

Ömer Baybars Tek ve Engin Özgül, *Modern Pazarlama İlkeleri Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım,* Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 2013, s. 532.

Ömer Baybars Tek, *Perakende Pazarlama Yönetimi,* Üçel Yayımcılık Dağıtımcılık, İzmir, 1984, s.1

Özek, Y. (2019). *Avrupa Birliği Üyesi Geçiş Ekonomilerinde Politik İstikrarın Makroekonomik Belirleyicileri*, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Öztürk, İ. (2006). Türkiye'de Perakende Sektörü. *Journal of Social Sciences,* Sayı 1, Cilt 3, s. 69-81.

Öztürk,H. (2004). *Siyasi İstikrarsızlık ve Ekonomi Üzerindeki Etkileri: Türkiye Uygulaması (1950-2003),* Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Pehlivan, H. (2009). *Politik İstikrar ve Ekonomik Performans: Ampirik Bir İnceleme*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Polat M.; Gemici E. (2017). Analysis of the relationship between BIST and BRICS stocks in terms of portfolio diversification: cointegration analysis with ARDL boundary test. Journal of Economics, Finance and Accounting (JEFA), v.4, Iss.4, 393-403.

Posner, R. A. (1997). Equality, Wealth, and Political Stability. *The Journal of Law, Economics, and Organization*, 13(2), 344-365.

PwC, TAMPF;"Dönüşürken Büyüyen Türkiye Perakende Sektörü"2016.

Radu, M. (2015). Political Stability-a Condition for Sustainable Growth in Romania?. *Procedia Economics and Finance*, 30, 751-757.

S.Bilişim Danışmanlık;"Siyasi İstikrar İndeksi: Siyasi Performansın Standartları, Kısa Siyasi Analizin Standartları, Kısa Siyasi Analizin Araçları, Siyasi Risk İzlek Standartları"Ekim 2010.

Sanders, D. (1981). *Patterns of Political Instability*. The Macmillan Press Ltd.

Sezgin, Ş. (2005)."Politika Ve Ekonomi Etkileşiminde Teorik Yaklaşımlar", *Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Dergisi*, 4, s.133-156.

Sofuoğlu, E. (2019). *İklim Değişikliği ve Politik İstikrarsızlık Arasındaki İlişki: Mena Ülkeleri Örneği (1985:01-2016:12)*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Sönmezler, G., Gündüz, İ.O., Torun, M. (2019). Türkiye'de Kredi Kartı Harcamaları İle Tüketici Güven Endeksi ve Enflasyon Arasındaki İlişki Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Sayı 1, Cilt 28, s. 17-29.

Speicher C. J. (1997). *The Creation of an Entrepreneurial Class in Central Europe and Eastern Europe: Its Importance in Political and Economic Stability,* The Temple University, Doktora Tezi, Philadelphia ABD.

Süleyman İnan ve Ercan Haytoğlu, *Yakın Dönem Türk Politik Tarihi*, 3.Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara, 2011, s.156.

Süslü B.; Bekmez S. (2010). Türkiye'de Zaman Tutarsızlığının ARDL Yöntemi ile İncelenmesi, BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar, Cilt 4, Sayı 2, Sayfa 85-110.

Şaduman Halıcı, *Türkiye'de Demokrasi ve Parlamento Tarihi,* 1.Baskı, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2013, s.129.

Şen, M.A. (2016). *Politik İstikrar ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği,* Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Şerif Demir, *Türkiye'de Demokrasi ve Parlamento Tarihi,* 1.Baskı, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2013, s.165.

Şimşek, T. (2015). Politik İstikrarsızlık Çerçevesinde Politika ve İktisat Etkileşimi. *Uluslararası Yönetim, Eğitim ve Ekonomik Perspektifler Dergisi*, 3(2), s. 39-54.

T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, Türkiye'de Siyasi Reform Uyum Paketleri ve Güncel Gelişmeler, https://www.ab.gov.tr/files/pub/tsr.pdf, (05.11.2020), s. 5-12.

TCMB (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası). https://www.tcmb.gov.tr/ , (12.10.2020).

TDK (Türk Dil Kurumu). (2019). Güncel Türkçe Sözlük. https://sozluk.gov.tr/ (05.11.2020).

TEPAV (Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı). (2020). https://www.tepav.org.tr/tr/ , (02.09.2020)

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). https://www.tuik.gov.tr/ , (12.10.2020).

Uzun, H. (2010). Tek Parti Döneminde Yapılan Cumhuriyet Halk Partisi Kongreleri Temelinde Değişmez Genel Başkanlık, Kemalizm ve Milli Şef Dönemi. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmalar Dergisi*, 9 (20), s. 233-271.

Uzunoğlu S., Özdurak, C., Dursun, S. (2020). Dış Politik Aktörlerle İlişkiler, Döviz Kuru ve CDS Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği 2007-2020. *Maliye ve Finans Yazıları,* Sayı 114, s. 129-148.

Yılancı, V. (2012). Türkiye'de Para Talebi İstikrarlılığının Testi: Kayan Pencerelerde Sınır Testi Yaklaşımı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Sayı 33, s. 67-74.

Yıldırım, S. (2013). *Türkiye'de Para ve Sermaye Piyasalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı.* Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Yurtgüder, A.Y. (2004). *Perakendecilikte Özel Marka Kullanımı ve Tüketiciler Tarafından Benimsenme Durumu.* Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Zekai Ünal ve Gurbet Altay, *Perakendeciliğe Giriş Ders Notları*, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul, s. 20.