

## AŞIRI FİYATLAMA, NEDENLERİ VE COVID-19'UN ETKİSİ

Neslihan CAVLAK<sup>1</sup>

Murat Selim SELVİ<sup>2</sup>

### Özet

Pandemi ile birlikte tüm dünyada düzenli olarak emtia fiyatları artma eğilimi göstermektedir. Bu dönemde tüketiciler, panik satın alma ile ürün stoklamak istemektedirler. İşletmeler de bu durumu fırsat olarak görebilmekte mal ve hizmet fiyatlarında anormal artışlar yaparak, haksız kazanç sağlayabilmektedirler. Çalışmanın amacı; mal ve hizmet fiyatlarında görülen aşırı fiyat artışlarını, nedenlerini ve Covid 19'un aşırı fiyatlar üzerindeki etkisini ortaya koymak ve tartışmaktır. Araştırmanın amacına ulaşmak için, genel olarak son iki yıllık ikincil kaynaklar (kitap, makale, rapor, internet sitesi) üzerinde doküman incelemesi yapılmıştır. Çalışma bu yönüyle Belge Tarama özelliği göstermektedir. Bu çalışmada, doğal afetler, savaş ve terör olayları ve salgınların fahiş fiyat artışlarının nedenleri arasında olduğu belirtilmektedir. Son iki yıldır devam eden Covid-19'un aşırı fiyat artışlarının en önemli nedenlerinden biri olduğuna ilişkin ciddi kanıtlar ortaya çıkmaktadır. Türkiye'deki aşırı fiyat artışlarında dünyadaki emtia (petrol, doğal gaz, tarımsal hammadde ve inşaat malzemeleri vb.) fiyatlarındaki artışların 2021 yılı yaz aylarında da devam etmesinin etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu araştırma aşırı fiyat artışı sorununun nereden ve nasıl oluştuğunu tespit etmek, doğru ve kalıcı bir çözüm için ayrıntılı akademik çalışmaların yapılması gerekliliğine işaret etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Emtia, Salgın Dönemi, Tedarik Zinciri, Perakende Satış, Aşırı Fiyat

**Jel Kodları:** M31, Q11, E31

## EXCESSIVE PRICING, CAUSES AND THE EFFECT OF COVID-19

### Abstract

There is a worldwide rising trend in commodity prices with the Covid 19 pandemic. Consumers tend to stock up products as a consequence of panic purchasing. Firms may exploit this situation as an opportunity for over pricing of goods and services and thus they may gain unfair profits. The objective of this study is to present and discuss the over pricing of goods and services, its reasons and the effect of Covid 19 pandemic on fancy pricing. In order to reach the objective of the study, a document analysis on secondary sources (books, articles, reports, and websites) has been conducted as the research method. According to this study, natural disasters, wars, terror incidents and pandemics are among the reasons of fancy pricing. Moreover, there are persuasive evidences that demonstrate the Covid 19 pandemic as the key reason of fancy pricing in last two years. The study also presents that the increase in commodity prices (prices of petrol, natural gas, agricultural raw material and construction goods etc.) have a certain impact on the overpricing in Turkey, as for 2021 summer. Finally, this study indicates that there is a further need for academic research for finding out the reasons and means of fancy pricing and offering a precise and permanent solution for overcoming it.

**Keywords:** Commodity, Epidemic Period, Supply Chain, Retail, Excessive Price

**Jel Codes:** M31, Q11, E31

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Malkara Meslek Yüksek Okulu, [ncavlak@nku.edu.tr](mailto:ncavlak@nku.edu.tr), ORCID: 0000-0002-6712-971X

<sup>2</sup> Prof. Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, [mssselvi@nku.edu.tr](mailto:mssselvi@nku.edu.tr), ORCID: 0000-0002-9114-3183

## 1. GİRİŞ

Dünyada ve Türkiye’de özellikle son iki yıldır en çok ihtiyaç duyulan bir takım temel mal ve hizmetlerde aşırı fiyat artışlarının yaşandığı, tüketicilerin bu mal ve hizmetlere erişmede zorluk çektikleri ve şikayetçi oldukları görsel ve yazılı basında sürekli dile getirilmektedir. Dolayısıyla dünyada ve Türkiye’de bu konu güncelliğini korumakta olup; basın organlarında sürekli tartışma programları yapılmaktadır. Covid-19’un da etkisi ile artan aşırı fiyatlandırma sorunu ve hayat pahalılığının nasıl çözümleneceği merak konusu olmaya devam etmektedir. Çünkü bu konu bir ülkede siyaset üstü olup, insanların hayatını doğrudan etkileyen temel ihtiyaç maddelerine erişim ile ilgilidir.

Bu çalışmanın amacı çerçevesinde aşağıda yer alan temel sorulara cevap aranmaktadır.

1. Aşırı fiyat artışı ne demek ve aşırı fiyat artışlarına neden olduğu ileri sürülen hususlar nelerdir?

2. Covid-19 salgınının fiyatlar üzerindeki etkisi nasıl açıklanmaktadır?

3. Türkiye’de mal ve hizmet fiyatları son aylarda ne yönde değişmektedir?

4. Dünyada emtia fiyatları son iki yıldır nasıl gelişmektedir?

Bu çalışma kapsamında aşırı fiyatlandırma ile ilgili akademik alan yazın incelenmiştir. Bu çerçevede Google Scholar arama motorunda, Scopus atıf veri tabanı ve ULAKBİM-Tr dizinli akademik dergilerde yayımlanmış makalelerden uygun olanlar seçilmiş ve yararlanılmıştır. Bu yayınlarda birtakım doğal afetlerin, (Neumayer ve Barthel, 2011; Cavallo vd., 2014; Kalkuhl vd., 2016; Sakai vd., 2017; Boshoff, 2021; Watanabe, 2020), salgın hastalıkların (Medical Press, 2014; Basco vd., 2021), savaş ve terör olaylarının (Rapp, 2005; Culpepper ve Block, 2008; Noy, 2009) pek çok mal ve hizmetin fiyatında aşırı artışlara neden olduğunu ileri süren araştırmalara rastlanmıştır. Covid-19 salgınının pek çok ülkede mal ve hizmet fiyatlarında aşırı artışlara neden olduğu belirten çalışmalar da mevcuttur (Sproul ve Harms, 2020; Nicomedes ve Avila, 2020; Cabral ve Xu, 2020; Aydın ve Özer, 2020). Diğer taraftan konuyla alakalı resmi ve özel internet siteleri de incelenmiştir (ör. IMF, TCMB, TÜİK, TOBB vb). Bu sitelerden Covid-19 döneminde Türkiye’de ve dünyada çeşitli mal ve hizmet fiyatlarının ciddi derecelerde arttığına ilişkin önemli ipuçları elde edilmiştir.

Bu çalışmanın amacı; son yıllarda tüketim mal ve hizmetlerinde gerçekleşen aşırı (fahiş) fiyat artışının ne anlama geldiğini, aşırı fiyat artışlarının nedenlerini ve Covid-19’un mal ve hizmet fiyatları üzerindeki etkisini incelemek ve konuyu tartışmaktır.

Araştırmada daha çok ikincil kaynaklardan yararlanılarak doküman incelemesi yapılmış olup, araştırma bu yönüyle Belge Tarama özelliği göstermektedir. Bu araştırma sonucunda doğal afetler, savaş ve terör olayları, enerji fiyatları, enflasyon ve döviz kurundaki dalgalanmalar, salgın dönemleri gibi dış şokların mal ve hizmet fiyatlarında aşırı artışlara neden olduğu ortaya çıkmıştır. Yine araştırma sonunda Covid-19 salgınının yarattığı panik satın alma dürtüsünün aşırı fiyatlamayı tetiklediği, kartla harcamaların ve e-ticaretin 2021 yılında bir önceki yıla göre daha çok arttığı ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada aşırı fiyat artışları ile mücadelede sorunun nerede, neden ve nasıl oluştuğunun yapılacak bilimsel çalışmalarla ayrıntılı olarak incelenmesi gerektiği vurgulanmıştır.

## 2. LİTERATÜR

Bir işletmenin pazarda var olabilmesi hedef kitlesinin istek ve beklentilerine uygun üretim yaparak; ürünlerini uygun fiyattan, doğru yerde ve zamanda tüketicilerine istenen şekilde ulaştırabilmesine bağlıdır. Yani bir işletmenin hedef pazarına uygun pazarlama karması elemanlarını iyi yönetmesi gerekmektedir. Fiyat, pazarlama karması elemanlarından biri olup; işletmenin amaçlarına ulaşmasında alacağı en önemli kararlardan biridir. İşletmeler fiyatlandırma yaparken maliyet dışında rekabet, pazarın yapısı, talep, ürünün kalitesi, tüketici beklentileri gibi unsurları da göz önüne almaktadır. Bu araştırmanın konusuna ve amacına yönelik olarak aşırı fiyatlamının ne anlama geldiği ve sözü edilen olayların yanı sıra Covid-19'un mal ve hizmet fiyatları üzerindeki etkisi kısaca açıklanmaktadır.

### 2.1. Aşırı Fiyatlama (Fahiş Fiyatlama)

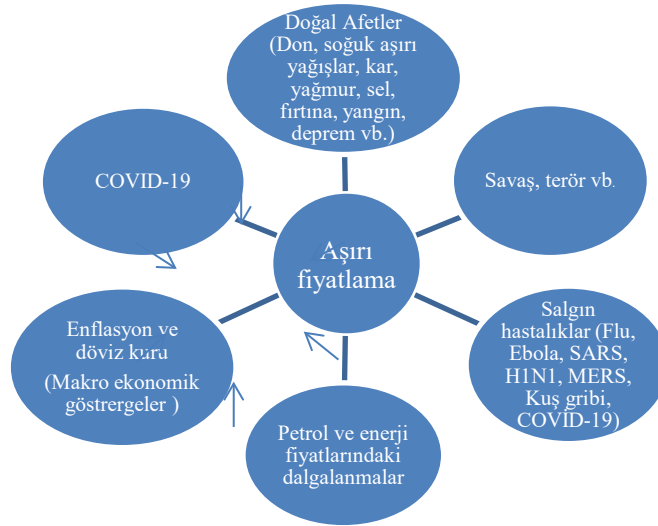
Fiyat pazarlama karması elemanlarından biri olup, basitçe müşterilerin mal ve hizmet satın almak için ödemek zorunda olduğu bir parayı ifade etmektedir. Bir mal ya da hizmetin fiyatı hangi hallerde “fahiş” ya da “aşırı” diye nitelendirilebilmektedir? Bir mal ya da hizmetin toplam maliyetleri ne kadar arttığında ve/veya bunun üstüne ne kadarlık bir kâr marjı eklendiğinde belirlenen fiyat “fahiş fiyat” olmaktadır? Yani belirlenen fiyat neye göre, kime göre aşırı yüksek olmaktadır? Bu konuda tartışmalar devam etse de bazı tanımlamalar bulunmaktadır. Örneğin Gani (2020) rekabetçi seviyelere göre önemli ölçüde yüksek olduğunda ve piyasa gücüne sahip bir işletmeden kaynaklandığında “aşırı” ya da “fahiş” fiyattan söz edilebileceğini belirtmektedir. Gilo ve Spiegel (2018: 504) doğrudan veya dolaylı olarak haksız alım veya satım fiyatlarının empoze edilmesinin de fahiş fiyatlandırma sayılabileceğine işaret etmektedir. Diğer taraftan fahiş fiyat, bir mal veya hizmet sağlayıcısının, doğal veya insan kaynaklı afetlerden sonra, fiyatlarını “makul olmayan bir şekilde” artırarak arz kıtlığından yararlanma girişimi olarak da ifade edilebilmektedir (Chen, 2011: 129). Aşırı fiyatlama, bir işletmenin pazarda hâkim konumunda bulunmasından dolayı, piyasanın sağladığı olanakları kendi menfaatine göre değerlendirerek, mal ve hizmetleri için yüksek fiyatlar belirlemesi olarak da ifade edilmektedir (Motta ve De Streel, 2007: 128). Fahiş fiyat, acil bir durumda, belirli bir malın satıcılarının fiyatlarını ihtiyaç duyulan düzeyin üzerinde keskin bir şekilde yükselttiği durumlarda oluşmaktadır (Zwolinski, 2008: 347). Yukarıda yapılan tanımlardan da anlaşılacağı üzere aşırı ya da fahiş fiyat uygulaması, satıcıların içinde buldukları mevcut durumu (piyasa hakimiyeti, doğal afetler, dışsal şoklar, arz ve talep şokları, savaş ve terör halleri, salgınlar, dünyadaki enerji başta olmak üzere girdi sayılabilecek diğer emtia fiyatları vb) kötüye kullanarak, alım-satım işlemlerinde doğrudan ya da dolaylı olarak elde ettikleri haksız kazançları ifade etmektedir.

Tüketicilerin fiyatları fahiş olarak algılamaları işletmeye olan bağlılıklarını sonlandırmalarına ve işletme hakkında olumsuz duygu ve düşünceler paylaşmalarına da neden olmaktadır (Xia vd., 2004; Campbell, 1999). Fahiş fiyat uygulama davranışı sadece işletmelere karşı öfke uyandırmakla kalmamakta, aynı zamanda tüketicilerin serbest piyasa sisteminin geçerliliğine de meydan okumalarına neden olmaktadır (Chen, 2011: 129). Aşırı fiyatlama tüketicilerin mal ve hizmetlere olması gerekenden çok daha fazla para ödemelerine neden olmaktadır. Rekabetin çok yoğun olduğu pazarlarda, fahiş fiyat uygulayan işletmelerin ürünleri tüketiciler tarafından tercih edilmemekte, bu durum işletmelerin pazarda uzun dönemde faaliyet

gösterememelerine ve yok olmalarına neden olabilmektedir. Ancak kriz zamanlarında (doğal afetler, salgın hastalıklar, savaş, terör vb.) fırsatçı ve kötü niyetli işletmeler, belirsizliğin olduğu ve tüketicilerin ne yapacaklarını bilemedikleri zamanlarda fahiş fiyat uygulamalarına yönelebilmekte ve tüketiciler üzerinden haksız kazanç elde edebilmektedir.

## 2.2. Aşırı Fiyatlamamın Nedenleri

Ekonomik sisteme yönelik aşırı dışsal şoklar (doğal afetler, savaş, terör, salgınlar, vb.) çeşitli mal ve hizmetlerin talebinde artışa ve tedarikte kesintilere neden olmakta; bu durum genellikle fiyatlarda keskin bir artış ile sonuçlanmaktadır (Boshoff, 2021). Aşırı fiyat artışlarına neden olduğu ileri sürülen bu dışsal şoklar yanında arz ve talep şokları, petrol ve enerji fiyatlarındaki dalgalanmalar, döviz kuru, enflasyon gibi makro ekonomik göstergeler de aşırı fiyatlamada etkili olabilmektedir. Okuyuculara yararlı olacağı düşüncesi ile aşırı fiyatlama nedenleri şekil 1’de gösterilmekte olup; her bir nedene ilişkin kısa bilgiler aşağıda verilmektedir.



Şekil 1: Aşırı Fiyatlamamın Nedenleri

### 2.2.1. Doğal Afetlerin Etkisi (Don-soğuk, aşırı yağışlar, kar-yağmur-sel, fırtına, yangın, deprem gibi)

Dünya üzerinde gerçekleşen doğal afetlerin, ülke ekonomileri üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır (Noy, 2009). Çoğu zaman doğal afetler ürünlere olan talebin artmasına ve bunun sonucu olarak da fiyat artışlarına neden olmaktadır (Neumayer ve Barthel, 2011: 16; Samuels ve Puro, 1991; Pelling vd., 2002: 290; Singh-Peterson ve Lawrence, 2015; Boshoff, 2021). Herhangi bir sektörde üretim sermayesinin bir felaket sonucu tahribata uğraması, ilgili ürünün üretiminde bir azalmaya ve fiyatında da bir artış yaşanmasına neden olmaktadır. Fiyattaki bu artış, tüketimde bir azalmaya yol açarak, talep ile azalan üretim arasındaki eşitliği yeniden tesis etmektedir (Hallegatte, 2014: 154). Örneğin, 2010 yılında Şili’de, 2011 yılında Japonya’da meydana gelen depremden 4-6 ay sonra fiyatlar genel düzeyinde bir artış gözlemlenmiştir (Cavallo vd. 2014). 2006 yılında Filipinler’de görülen tayfun mahsullerin zarar görmesine, gıda fiyatlarının da değişiklik göstermesine neden olmuştur. Bu tür doğal afetler sonucunda gerçekleşen fiyat yükselmelerinin, özellikle düşük gelirli tüketicilerin refah düzeylerini daha da azalttığı belirtilmektedir (Sakai vd., 2017). 2011 yılında Tokyo’da meydana gelen tsunami ve

depremin hemen sonrasında fiyatların %2,2 oranında arttığı gözlemlenmiştir (Watanabe, 2020). Küresel ısınma ile şiddetlenen kuraklık ve seller gibi hava olayları, küresel gıda fiyatı dalgalanmalarının temel nedeni olarak kabul edilir, çünkü mahsul kıtlığına neden olurlar ve küresel gıda arzını azaltırlar, bu da sonuç olarak gıda fiyatlarının artmasına neden olur (Kalkuhl vd., 2016: 63).

### 2.2.2. Savaş, Terör gibi nedenler

Savaş, terörist saldırılar gibi birden ortaya çıkan olumsuzluklardan dolayı da ülkeler fiyat artışları yaşamaktadır. Tüketicilerin umutsuz ve çaresiz olduğu bu gibi zamanlarda işletmelerin yaptıkları fiyat artışları tüketicilerin büyük çoğunluğunu öfkeliendirmektedir (Culpepper ve Block, 2008: 512). Örneğin 11 Eylül'de New York ve Washington'da gerçekleşen terör saldırısından saatler sonra Michigan'daki benzin istasyonu sahipleri benzin fiyatlarını neredeyse iki katına çıkarmıştır (Rapp, 2005: 537). Özellikle geri kalmış ya da gelişmekte olan ülkelerde yaşayanlar ani fiyat artışlarından çok fazla etkilenmektedir. Noy (2009: 221) savaş, terör olayları gibi olumsuzlukların kısa vadede gelişmekte olan ülkelerin büyümesine, gelişmiş ülkelere göre çok daha ciddi zarar verdiğini belirtmektedir. Yazara göre düşük gelirli toplumlar özellikle tarım sektöründe ani gelişen şoklara karşı daha az direnç gösterebilmektedirler.

### 2.2.3. Salgın Hastalıklar

Günümüze kadar dünya genelinde Flu (1968), SARS (2003), H1N1 (2009), MERS (2012), Ebola (2014), Zika (2016) ve COVID-19 (2019) gibi çok sayıda salgın hastalıklar yaşanmaktadır. Salgın hastalıkların ülkelerin ekonomileri üzerinde kısa, orta ve uzun vadede birçok olumsuz etkileri bulunmaktadır (Meltzer vd., 1999; Fernandes, 2020; Jordà vd., 2020; Sayed ve Peng, 2021). Salgın hastalıklar sırasında meydana gelen belirsizlik ortamı, temel gıda ürünlerine olan talebi arttırmakta ve genel olarak ekonomik faaliyetlerin aksamasına neden olmaktadır. Örneğin 1918 yılında ortaya çıkan İspanyol gribinin tüketim fiyatlarının aşırı derecede artmasına neden olduğu belirtilmiştir. 1918 yılında bir önceki yıla göre, tüketicilerin tekstil ürünlerine olan talebi % 10.3, hizmet alımlarında % 20.5, temel olmayan ürünlere olan taleplerde ise önemli ölçüde bir daralma yaşanmıştır. Buna karşın gıda tüketimine yönelik taleplerin ise % 4'ün üzerinde arttığı belirtilmektedir (Basco vd., 2021: 5). Diğer taraftan, 2003 yılında Çin'de ortaya çıkan SARS'ın gıda fiyatlarının yükselmesine neden olduğu ve ülkede enflasyon oranının 2004 ile 2006 arasında % 17 ile 18 arasında değişmesine neden olduğu belirtilmektedir (Narayan vd., 2009: 83). Yine 2003 yılında Çin'de ortaya çıkan akciğer iltihabını tedavi edilebileceği söylenen beyaz sirkenin fiyatının o dönem 12 katına kadar çıktığı ve işletmelerin bu durumdan çok büyük kar elde ettiği belirtilmektedir (Rosling ve Rosling, 2003: 416). 2014 yılında Gine'de ortaya çıkan Ebola salgınının Batı Afrika ülkelerinde fiyatların yükselmesine ve pazarın boşalmasına neden olduğu belirtilmektedir (Medical Press, 2014).

### 2.2.4. Enflasyon ve Döviz Kuru

Makro düzeyde gerçekleşen bazı olumsuzluklar fiyat artışlarının en önemli nedenleri arasında yer almaktadır. Enflasyon, fiyatlar genel düzeyindeki sürekli bir artış olarak ifade edilmektedir. Enflasyonun yüksek olduğu ekonomilerde, döviz kurunun yurtiçinde üretilen ya da dışarıdan alınan mal ve hizmet fiyatlarına yansıma derecesi de yüksek olmaktadır

(Borensztein ve Reinhart, 1994; Taylor, 2000). Bu durum, o ülkede mal ve hizmet fiyatlarının aşırı derecede yükselmesine neden olmaktadır. Bir ülkede uygulanan optimal bir para politikası, üretici fiyatlarının dolayısı ile de mal ve hizmet fiyatlarının istikrara kavuşmasına neden olmaktadır (Catão ve Chang, 2015). Yüksek ve değişken enflasyon ve fiyat artışları, tüketicilerin her türlü mal ve hizmete erişimlerini azaltmaktadır. Bu durum, özellikle gelirleri enflasyonla uyumlu olmayan ve tüketim kalıplarını stabilize edecek varlıkları olmayan yoksul ve savunmasız haneleri olumsuz yönde etkilemektedir (Kalkuhl vd., 2016).

Uluslararası emtia ticaretindeki sözleşmelerin çoğu ABD doları üzerinden yapıldığından, ithalat bağımlılığı olan ülkeler için döviz kuru çok önemli bir rol oynamaktadır (Kornher ve Kalkuhl, 2013). Döviz kurlarındaki değişiklikler, genel gıda arz-talep dengesini değiştirmeden ülkeler arasında satın alma gücünü ve fiyat teşviklerini yeniden tahsis etmektedir (Gilbert ve Morgan, 2010). Dolayısıyla, döviz kurundaki bir değerlendirme ya da değer kaybının fiyatlar üzerinde ciddi etkileri bulunmaktadır. Diğer taraftan, bir ülkede genel siyasi istikrar ve yönetim etkinliği, piyasaların işleyişini ve fiyat değişkenliğini etkilemektedir (Kornher ve Kalkuhl, 2013).

### 2.2.5. Petrol ve Enerji Fiyatlarındaki Dalgalanmalar

Petrol, dünyadaki en önemli emtialardan birini temsil etmekte ve bu nedenle dünya ekonomisi üzerinde önemli ve derin bir etkiye sahip olmaktadır. (Živkov vd., 2019). Petrol ekonomilerde çok önemli bir girdi görevi görmektedir. Petrol fiyatlarındaki artış, her türlü ürünün maliyetinde artışa ve tüketicinin satın alma gücünde bir düşüşe neden olmaktadır (Bourghelle vd., 2021). Ayrıca petrol, çeşitli küresel ekonomik ve politik faktörler nedeniyle büyük fiyat dalgalanmalarına karşı hassastır, bu nedenle petrol fiyatlarının reel ekonomi üzerindeki etkisi büyük olmaktadır (Cuestas ve Gil-Alana, 2018). Kısaca, petrol fiyatlarındaki artışın enflasyonu, döviz kurunu, faiz oranlarını ve hisse senedi fiyatlarını arttırmaya yönelik etkisi büyüktür (Cashin vd., 2014; Headey vd., 2008). Enerji fiyatlarının, ulusal ekonominin gelişmesi üzerindeki etkisi büyüktür. Bu nedenle, enerji fiyatlarının sabit ve sorunsuz olması ekonomik kalkınmayı ve istikrarlı bir genel fiyat seviyesinin sürdürülmesi için sıkı bir şekilde kontrol edilmesi gerekmektedir (He vd., 2010).

**Tablo 1. IMF Gerçek Piyasa Fiyatları 2020-2021**

| Emtia         | Birimler           | 2020Q3 | 2020Q4 | 2021Q1 | 2021Q2 | 7-2021 | 8-2021      |
|---------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| LNG Doğal gaz | \$/mmbtu           | 3.5    | 8.2    | 11.3   | 10.0   | 14.1   | <b>16.6</b> |
| Propan Gaz    | \$cents/<br>gallon | 0.5    | 0.6    | 0.9    | 0.9    | 1.1    | <b>1.1</b>  |

**Kaynak:** IMF,2021 <https://www.imf.org/en/Research/commodity-prices>, erişim: 14.10.2021

Tablo 1’de girdi maliyetlerini oluşturan enerji fiyatlarının 2021 yılı boyunca aylık olarak arttığı görülmektedir. Elektrik (Nguyen, 2008; Silva vd., 2009), kömür (He vd., 2010) ve doğalgaz (Doroodian ve Boyd, 2003; Boqiang ve Dunguo, 2008) fiyatlarındaki artış üretilen tüm mal ve hizmet fiyatlarının girdi ve çıktı fiyatlarını etkileyerek artmasına neden olmaktadır.

### 2.3. Covid-19'un Aşırı Fiyatlamaya Etkisi

Pandemi dönemlerinde medya kuruluşları çoğu zaman yanıltıcı haberler yayarak insanlarda gereksiz paniğe ve ardından da istenmeyen tepkilere neden olabilmektedir (Jones vd., 2010). İnsanların, özellikle de kriz dönemlerinde, kaynakları kullanma eğilimi çok daha artmaktadır (Nicomedes ve Avila, 2020: 15). Pandemi dönemleri belirsizlik doğurduğu için çoğunlukla insanlarda korku ve endişe yaratmaktadır. Bu panik durumuna sokak kısıtlamaları da eklenince insanlarda temel gıda ve temizlik maddelerine ilişkin aşırı derecede satın alma isteği doğmaktadır. Panik satın alma, genellikle büyük ölçekli ve şiddetli doğal afetlerin (kasırgalar, don, kar fırtınaları) veya COVID-19 gibi salgınların bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Prentice vd., 2020: 1). Tüketiciler sürekli kullandıkları temel gıda ve diğer temel ihtiyaç maddelerini kriz dönemlerinde arz kıtlığı oluşabileceği endişesi ile stoklamaya yönelmektedir (Yoon vd., 2018: 3615). Tüketicilerde COVID-19 korkusu nedeniyle artan büyük miktarlardaki satın alma isteğiyle birlikte işletmelerin çoğunda temel ihtiyaçlar için fiyatları artırma eğilimi oluşmaktadır (Nicomedes ve Avila, 2020: 15). COVID-19 kaynaklı arz sıkıntısının yanı sıra gıda ve tıbbi malzeme stokları ile birlikte kişisel bakım ürünleri, temizlik ürünleri ve tuvalet kâğıdı stoklayan tüketicilerden gelen güçlü talep nedeniyle bu ürünlerin fiyatları önemli ölçüde artmıştır (Valentina Stoevska, 2020). Covid-19 salgını başta temel gıda maddeleri olmak üzere pek çok mal ve hizmet fiyatının sürekli artmasının en önemli nedenleri arasında görülmektedir (Sproul ve Harms, 2020; Nicomedes ve Avila, 2020; Cabral ve Xu, 2020; Aydın ve Özer, 2020). Örneğin pandeminin ilk döneminde maske, dezenfektan ve eldiven fiyatlarında aşırı bir artış yaşanmıştır (Cabral ve Xu, 2020: 2). Örneğin Birleşik Krallık'ta da başta el dezenfektanı ve tuvalet kâğıdı olmak üzere çeşitli temel malzemelere olan talep artmakta ve fiyatlar her geçen gün yükselmektedir (Sproul ve Harms, 2020). Pandemi dönemleri işletmelerin sıklıkla fiyatları yükseltmelerine, belirli ürünlere miktar sınırlamaları getirmelerine ve bazı durumlarda ürünler için açık artırımla satış yapmalarına bile neden olabilmektedir (Buccafusco vd., 2021: 2).

Covid-19'un da neden olduğu fiyat artışlarının Türkiye'de ve dünyada pek çok mal ve hizmetlere yansıdığı anlaşılmaktadır. Örneğin 2021 yılı TÜİK verilerine göre TÜFE bir önceki yılın aynı ayına göre Mayıs ayında %16,59, Haziran'da %17,53, Temmuz'da %18,95, Ağustos'da %19,25 ve Eylül ayında %19,58 artmıştır. Ağustos 2021 verilerine göre TÜFE'de yer alan 415 maddenin 59 adedinin ortalama fiyatı düşerken, 49 adedinde bir değişim olmamıştır. 307 maddenin ortalama fiyatında ise artış yaşanmıştır (TÜİK, Ağustos 2021).

Tablo 2'ye göre 2021 yılı Haziran-Temmuz ve Ağustos aylarında gıda fiyatlarında sürekli bir artış görülmektedir. Hatta en çok artış gıda ve alkolsüz içecekler grubunda gerçekleşmektedir. Ayrıca ev eşyalarında, ulaştırma ücretlerinde, konut ve diğer mal ve hizmet fiyatlarında da önemli artışlar söz konusudur. Kısaca bu rakamlar Covid-19 pandemisi ile birlikte 2021 yılının yaz aylarında tüketici açısından temel ihtiyaç duyulan mal ve hizmet fiyatlarında ciddi artışlar olduğunu göstermektedir. Türkiye'de TÜİK verileri incelendiğinde Tarım Ürünleri Üretici Fiyat Endeksinin 2020'nin ilk çeyreğinde 173.63 iken 2021 yılının ilk çeyreğinde bu rakamın 211.04'e; 2021 yılı üçüncü çeyrekte ise bu rakamın 222.39'a çıktığı görülecektir. Başka bir deyişle tarımda üretim için gerekli girdilerin fiyatları sürekli artmakta ve sonuçta çiftçiye maliyeti de artmaktadır. Son aylarda Türkiye'de görülen emtia artışlarının nedenleri arasında dünyadaki bazı emtia fiyatlarında görülen artışın da etkisinin olduğu

görülmektedir. Demir, alüminyum, kereste gibi inşaat malzemelerinin de bu aylarda arttığı göze çarpmaktadır. Türkiye’de çimento, kireç ve alçı üretici fiyat endeksi de sürekli artmaya devam etmektedir. Örneğin bu endeks 2020 Mart ayında 395.87 iken, 2021 Mart ayında bu rakam 561.10’a çıkmıştır. Artış yıllık %41,73’tür. 2021 yılı Haziran’da bu endeks 611,73 iken, Temmuz’da 626,67’ye, Ağustos’ta ise 662,46’ya çıkmıştır (TCMB, EVDS verileri, 2021).

**Tablo 2. TÜFE ve değişim oranları (%), Temmuz-Ağustos-Eylül 2021**

| Temmuz 2021              |                           |                                |  |  |                                     |        |
|--------------------------|---------------------------|--------------------------------|--|--|-------------------------------------|--------|
| Ana harcama grupları     | Harcama grubu ağırlıkları | Bir öncek aya göre değişim (%) | Bir önceki Aralık ayına göre değişim (%) | Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim (%) | 12 aylık ortalamaya göre eğişim (%) | Endeks |
| TÜFE                     | 100,00                    | 1,25                           | 13,04                                    | 19,58  | 16,42                               | 570,66 |
| Gıda ve alkolsüz içecek  | 25,94                     | 0,50                           | 17,05                                    | 28,79  | 20,77                               | 711,76 |
| Konut                    | 15,36                     | 2,34                           | 16,57                                    | 20,97  | 13,77                               | 622,72 |
| Ev eşyası                | 8,64                      | 3,33                           | 14,35                                    | 23,27  | 21,25                               | 503,56 |
| Sağlık                   | 3,25                      | 0,52                           | 14,63                                    | 17,47  | 17,90                               | 346,61 |
| Ulaştırma                | 15,49                     | 0,54                           | 9,82                                     | 20,21  | 22,74                               | 565,44 |
| Çeşitli mal ve hizmetler | 4,73                      | 1,49                           | 11,05                                    | 13,92  | 20,60                               | 819,88 |
| Ağustos 2021             |                           |                                |  |  |                                     |        |
| Ana harcama grupları     | Harcama grubu ağırlıkları | Bir öncek aya göre değişim (%) | Bir önceki Aralık ayına göre değişim (%) | Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim (%) | 12 aylık ortalamaya göre eğişim (%) | Endeks |
| TÜFE                     | 100,00                    | <b>1,12</b>                    | 11,65                                    | <b>19,25</b>                                 | 15,78                               | 563,60 |
| Gıda ve alkolsüz içecek  | 25,94                     | <b>3,18</b>                    | 16,48                                    | <b>29,00</b>                                 | <b>19,64</b>                        | 708,25 |
| Konut                    | 15,36                     | 0,95                           | 13,91                                    | 19,30  | 12,84                               | 608,49 |
| Ev eşyası                | 8,64                      | 1,38                           | 10,67                                    | <b>22,91</b>                                 | <b>20,26</b>                        | 487,34 |
| Sağlık                   | 3,25                      | 0,31                           | 14,04                                    | 17,88  | <b>17,72</b>                        | 344,82 |
| Ulaştırma                | 15,49                     | -0,77                          | 9,24                                     | <b>21,76</b>                                 | <b>22,18</b>                        | 546,42 |
| Çeşitli mal ve hizmetler | 4,73                      | 1,21                           | 9,43                                     | 12,96  | <b>21,60</b>                        | 807,87 |
| Eylül 2021               |                           |                                |  |  |                                     |        |
| Ana harcama grupları     | Harcama grubu ağırlıkları | Bir öncek aya göre değişim (%) | Bir önceki Aralık ayına göre değişim (%) | Bir önceki yılın aynı ayına göre değişim (%) | 12 aylık ortalamaya göre eğişim (%) | Endeks |
| TÜFE                     | 100,00                    | 1,80                           | 10,41                                    | 18,95  | 15,15                               | 557,36 |
| Gıda ve alkolsüz içecek  | 25,94                     | <b>2,77</b>                    | 12,89                                    | <b>24,92</b>                                 | <b>18,35</b>                        | 686,41 |
| Konut                    | 15,36                     | 5,07                           | 12,84                                    | <b>19,31</b>                                 | 12,17                               | 602,72 |
| Ev eşyası                | 8,64                      | -0,66                          | 9,17                                     | <b>22,70</b>                                 | <b>19,10</b>                        | 408,72 |
| Sağlık                   | 3,25                      | 0,41                           | 13,68                                    | 18,61  | 17,47                               | 343,74 |
| Ulaştırma                | 15,49                     | 1,08                           | 10,08                                    | <b>24,62</b>                                 | <b>21,45</b>                        | 566,77 |
| Çeşitli mal ve hizmetler | 4,73                      | 0,13                           | 8,12                                     | 17,30  | 22,85                               | 798,23 |

**Kaynak:** TÜİK, 2021 <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=T%C3%BCketici-Fiyat-Endeksi-A%C4%9Fustos-2021-37386&dil=1>, erişim: 17.09.2021.



**Tablo 3. IMF Temel Emtia Fiyatları, 2020-2021 çeyrek dönemler**

| Yıl                              | Tüm temel emtialar | Enerji dışı  | Yiyecek (\$/Mt) | İçecek (US cts/kg) | Endüstriyel girdiler | Tarımsal hammadde Tahıl-hububat (\$ Mt) (orman ürünleri) | Metaller (\$/Mt) | Petrol, doğal gaz, kömür, propan dahil \$/MMBTU- \$/Mt Us cents/ gallon |
|----------------------------------|--------------------|--------------|-----------------|--------------------|----------------------|--|------------------|---|
| <b>2020-2021 çeyrek dönemler</b> |                    |              |                 |                    |                      |  |                  |   |
| 2020Q1                           | 108.1              | 111.0        | 101.2           | 88.4               | 118.7                | 99.0   | 126.5            | 116.0   |
| 2020Q2                           | 91.7               | 108.6        | 96.4            | 84.5               | 114.0                | 91.3   | 123.0            | 71.8  |
| 2020Q3                           | 106.7              | 118.1        | 98.8            | 88.2               | 132.1                | 95.2   | 146.8            | 97.1  |
| 2020Q4                           | 117.1              | 126.1        | 107.8           | 87.4               | 147.2                | 107.1  | 163.1            | 99.5  |
| 2021Q1                           | 139.7              | 138.4        | 119.4           | 92.0               | 170.9                | 112.4  | 194.1            | 133.9   |
| 2021Q2                           | <b>154.1</b>       | <b>152.3</b> | <b>132.9</b>    | <b>97.2</b>        | <b>194.3</b>         | <b>117.1</b>   | <b>225.0</b>     | <b>151.6</b>  |
| <b>2021 Aylar</b>                |                    |              |                 |                    |                      |  |                  |   |
| 01-2021                          | 137.4              | 136.4        | 116.4           | 89.8               | 167.4                | 111.2  | 189.7            | 120.3   |
| 02-2021                          | 140.6              | 138.6        | 119.5           | 92.8               | 170.3                | 111.7  | 193.5            | 136.3   |
| 03-2021                          | 141.2              | 140.3        | 122.3           | 93.4               | 175.0                | 114.5  | 199.0            | 145.1   |
| 04-2021                          | 145.0              | 146.2        | 129.8           | 92.3               | 181.2                | 114.1  | 207.9            | 142.9   |
| 05-2021                          | 155.7              | 155.9        | 137.3           | 98.6               | 198.2                | <b>118.9</b>   | 229.7            | 149.7   |
| 06-2021                          | 161.7              | 154.8        | 131.6           | 100.7              | 203.5                | <b>118.2</b>   | 237.4            | 162.3   |
| 07-2021                          | <b>166.2</b>       | <b>154.5</b> | <b>131.9</b>    | <b>106.2</b>       | 203.1                | 115.8  | <b>237.8</b>     | <b>167.1</b>  |

**Kaynak:** IMF, 2021 Primary Commodity Prices, <https://www.imf.org/en/Research/commodity-prices>

Tablo 3'e göre 2021 yılının yaz aylarına doğru tüm emtia fiyatlarında aylık olarak düzenli bir artış söz konusudur. IMF Temel Emtia Fiyatları Endeksi 2021/Q2 ikinci çeyrek itibari ile %68, Enerji Dışı Emtialar Fiyat Endeksi %40.2'lik bir artış göstermiştir. Endüstriyel Girdi fiyatları 2021/Q2 ikinci çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre %70.3, metal fiyatları % 83, gıda ve içecek fiyatları ise %36.1 artmıştır. Gıda ve içecek grubundaki bu artışın nedenleri arasında Covid-19 kaynaklı gıdaya olan aşırı talep, iklimsel değişiklikler ve kuraklık, rekolte düşüklüğü arz güvenliğinin sağlanamaması gibi çeşitli faktörler sayılabilir (IMF Emtia Fiyat Endeksleri, 2021).

Covid-19'un Türkiye'de bireylerin tüketim harcamalarını arttırdığı da görülmektedir. Örneğin TOBB ve Visa'nın yaptığı bir araştırmada 2021'in Ocak-Nisan döneminde kartlı harcamaların geçen yılın aynı dönemine göre %41 arttığı belirtilmiştir. Aynı araştırmada Mart 2021 bir önceki yılın Mart'ı ile karşılaştırıldığında, kartlı harcamaların Türkiye'de %50 büyüdüğü belirtilmiştir (TOBB, 2021). TCMB verilerine göre 2021 yılı ilk çeyreğinde kartla yapılan harcamalar bir önceki yılın ilk çeyreğine göre %28.80, ikinci çeyreğinde %65,40,

üçüncü çeyreğinde ise %52.73 artmıştır. Diğer taraftan Covid-19 nedeniyle Türkiye’de yapılan e-ticaret harcamalarının %45 arttığı belirtilmektedir (TUBİSAD, 2020).

### 3. YÖNTEM

Araştırmanın amacına ulaşmak için genel olarak son iki yıllık ikincil kaynaklar (kitap, makale, rapor, internet sitesi, yasal mevzuat vb.) üzerinde doküman incelemesi yapılmıştır. Başka bir deyişle görsel ve yazılı unsurlar doküman analize tabi tutulmuştur. (Yıldırım ve Şimşek 2008: 188; Baş ve Akturan, 2008: 119; Turan ve Özen, 2013: 134). Çalışma bu yönüyle Belge Tarama özelliği göstermekte olup; geleneksel derleme türünde hazırlanmıştır. Kararsar (2014: 77) tarama modellerinde araştırma amaçlarının genellikle “ne idi?”, “nedir?”, “ne ile ilgilidir?”, “nelerden oluşmaktadır?” gibi soru cümleleri ile belirtildiğine dikkat çekmektedir. Yararlanılan kaynaklardan elde edilen nitel karakterli veriler aynı kavramsal alt başlıklar altında toplanmış, cümleler kısaltılarak gerekli sadeleştirme çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmada yararlanılan ikincil verilerin doğru ve yansız olduğu varsayılmıştır. Elde edilen nitel ve nicel karakterli bazı veriler okuyucu açısından daha anlaşılabilir olması için betimlenerek özet tablolar halinde sunulmuştur. Hazırlanan bu çalışma üç akademisyene okutturulmuş konuyla ilgili bütünsel eleştirileri alınmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Bu unsurlar araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği için kanıt zinciri sayılabilecek niteliklerdir.

### 4. TARTIŞMA

Bu çalışmanın en önemli bulgularından biri doğal afetler, savaş, terör, salgın hastalıklar gibi olağan dışı durumların yaşandığı dönemlerde genellikle piyasalarda arz ve talep dengesinin bozulduğudur. Örneğin Covid-19 nedeniyle tüketicilerin endişe ve kaygı gibi nedenlerle stok yapma davranışı sergileyerek panik satın alma yapabildikleri belirlenmiştir. Pazarlama araştırmaları tüketicilerin stoklama davranışının ürünlerin fiyatlarında değişikliğe neden olduğunu göstermektedir (Assunção ve Meyer 1993; Guo ve Villas-Boas 2007; Yoon vd., 2018). İkincisi Covid 19 salgınının neden olduğu tüketicilerdeki bu davranış şeklinin firmaları aşırı fiyat artışı konusunda cesaretlendirmesidir. Aydın ve Özer (2020) bu görüşü destekleyerek işletmelerin bu dönemde özellikle ilaç, tıbbi malzemeler ve gıda fiyatlarını aşırı derecede yükselterek tüketicileri sömürme eğilimi gösterebildiklerine işaret etmektedir. Üçüncüsü Covid-19’un bireysel tüketim harcamalarını arttırdığı, özellikle kartla yapılan harcamalarda ciddi artışların yaşandığı, e-ticaretin daha çok yaygınlaştığı bu çalışmanın önemli bulguları arasındadır. Dördüncüsü dünyada 2021 yaz aylarında pek çok emtia fiyatlarının aylık olarak düzenli artış gösterdiği, IMF’nin verilerine göre örneğin tarımsal hammadde ürünleri, gübre, petrol, doğalgaz, demir, bakır gibi inşaat malzeme fiyatlarında ciddi artışlar yaşanmaktadır. Duncan vd., (2021) gübre fiyatlarının 2019’a kıyasla 2020’de de arttığını belirtmiştir. Terp vd., (2020) Çin’in ana fosfatlı gübre üreticisi ve virüsün merkez üssü olduğu için getirilen kısıtlamalarla mevcut gübre kıtlığının artmasına neden olmuştur. Türkiye’de de inşaat malzemelerinin fiyatlarında benzer artışlar söz konusudur. Bu durum tarım ve inşaat sektöründeki girdi maliyetlerini artırmaktadır.

Mal ve hizmet fiyatlarında gerçekleşen bir artış makul gerekçelerle izah edilemiyorsa etik dışı, haksız kazanç sağlayıcı, aşırı bir fiyatlandırma olarak görülebilmektedir. Herhangi bir maliyet artışı ya da üretimde bir problem olmamasına rağmen mal ve hizmet fiyatlarının sebepsiz yere artması işletmelerin fırsatçılık yaptığına ilişkin ciddi ipuçları verebilmektedir. Mal ve hizmet

üreticileri ya da satıcıları oluşan fiyatların kendilerinden kaynaklanmadığını, küresel ısınma ve iklim değişiklikleri, dünyadaki diğer gelişmelere bağlı olarak belli nedenlerin bir sonucu olduğunu iddia edebilirler. Özellikle tarımsal ürünlerde girdi maliyetlerinin yükselmesi rasyonel gerekçelere dayanıyorsa devletin bu maliyetleri azaltıcı ve/veya destekleyici rolünü zamanında göstermesi elzemdir. Diğer taraftan mal ve hizmet fiyatlarının hangi noktada artmaya başladığı, sorunun kaynağının neresi olduğu (kayıt dışılık, stokçuluk, yurt dışı kaynaklı vb) bilimsel metodlara dayalı verilerle tespit edilmesi kalıcı çözüm için gereklidir. Çünkü bu çalışmada elde edilen veriler genelde ikincil kaynaklara ve araştırmacıların kişisel gözlemlerine dayanmaktadır. Dolayısıyla saha araştırmasına dayalı birincil veriler elde edilememiştir. Kamuoyunda sıkça tartışılan aşırı fiyat artışları konusunda üreticiden-tüketiciye tüm tedarik zincirinde yer alan oyuncularını kapsayan ayrıntılı bilimsel araştırmalara ihtiyaç vardır.

Aslında meseleye şu şekilde bir yaklaşım yapmak da yanlış olmayacaktır. Bir ülkede mal ve hizmet fiyatlarında aşırı artıştan söz ediliyorsa sorunun hem makro hem de mikro boyutlarının olduğu görülecektir. Makro düzeyde enflasyonla mücadele, sıkı para ve maliye politikaları, milli paranın döviz karşısındaki değeri, ulusal ve uluslararası yatırımcılar açısından ülkenin adalet ve hukuk sistemine olan güven, verilen teşvik ve desteklerin miktarı gibi konular son derece önemlidir. Aşırı fiyat artışlarıyla ilgili mikro düzeyde bakılması gereken en önemli noktalardan biri ise denetim ve kontrollerdir. Piyasayı bozucu etik dışı davranışlar sergileyerek, mevcut durumu kötüye kullanıp haksız kazanç sağlamak isteyen satıcılara karşı mevcut kanun ve yönetmelik hükümlerinin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren sahada ne sıklıklarla ve nasıl uygulandığı ne tür etki ve sonuçlar doğurduğu çok önemlidir. Yukarıda belirtildiği gibi bilimsel çalışmaların sonucunda elde edilecek verilere dayalı olarak sorunun kaynağı kamuoyunda bir şüphe ve tereddüt uyandırmayacak şekilde tespit edilmesi gerekir.

## 5. SONUÇ

Aşırı fiyatlamanın nedenleri ile Covid-19 pandemisinin fiyatlar üzerindeki etkisinin araştırıldığı bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlar kısaca şu şekilde özetlenebilmektedir. 2021 yılı yaz ayları boyunca bir önceki yıla göre pandeminin de etkisi ile, pek çok ülkede petrol ürünleri, doğalgaz, elektrik, inşaat ve tarımsal girdi malzemelerinin fiyatlarında ciddi artışların olduğu ortaya çıkmıştır. Belirsizliğin arttığı ve tüketicilerin paniklediği pandemi dönemlerinde satıcıların mal ve hizmetlerde aşırı fiyat artışları yaparak karlarını daha da arttırmaya çalıştıkları literatürden anlaşılmaktadır. Yaşanan bu fiyat artışları tüketicilerin hayat standartlarının ve refah düzeylerinin her geçen gün daha çok düşmesine neden olmaktadır. Kriz ortamını fırsata çevirmeye çalışan işletmeler tüketicilerin mağduriyet yaşamalarına neden olmaktadır. Serbest piyasa ekonomisinin benimsendiği toplumlarda kısa vadede aşırı fiyat uygulaması yapan fırsatçı ve kötü niyetli firmaların uzun vadede pazarda imajını düzeltmeyecekleri, sürdürülebilir bir başarı elde edemeyecekleri ve nihayetinde piyasa dışına itilecekleri beklenen bir durumdur.

Temel ihtiyaç maddelerindeki aşırı fiyat artışlarının ne kadarının yurt dışı kaynaklı olduğu, ne kadarının doğal afetler, salgın, savaş, terör gibi olaylarla ilgili olduğu, ne kadarının girdi maliyetlerindeki artışlarla ilgili olduğunu kamuoyuna doğru olarak aktarmak gerekmektedir. Bu çalışma milyonlarca tüketicinin halen sıkıntı çektiği aşırı fiyat artışlarının haklı veya haksız nedenlerini anlamak, doğru tespit yapıp-doğru karar ve yöntemleri

uygulamak için bölgesel bazda ayrıntılı bilimsel araştırmaların yapılması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Aşırı fiyat artışlarıyla mücadelede en önemli unsurlar biri de, ülkenin makro düzeydeki göstergeleridir. Örneğın, milli paranın döviz karşısındaki durumu, enflasyon ve hayat pahalılığı, ülkedeki adalet ve hukuk sistemine olan güven, harcama ve teşviklerin miktarı ve dağıtımını ile alakalı Őeffaflık gibi hususlar çok önemlidir. Ayrıca aşırı fiyat artışlarını önlemede daha mikro düzeyde mevcut kanun ve yönetmelik hükümlerinin yürürlük tarihi itibari ile tüm ülkede ne sıklıkla ve nasıl uygulandığı, bu denetimlerin etkilerine ilişkin hangi sonuçların alındığı da çok önemlidir.

### KAYNAKÇA

Assuncao, J. L. ve Meyer, R. J. (1993). The rational effect of price promotions on sales and consumption. *Management Science*, 39(5), 517-535.

Aydin, A. Buęra ve Özer, Nurhak (2020), Turkey: COVID-19'un Rekabet Hukukundaki Etkileri: Rekabet Otoriteleri Salgına Nasıl Cevap Veriyor? Erişim tarihi: 15.09.2021, <https://www.mondaq.com/turkey/antitrust-eu-competition-/948644/covid-1939un-rekabet-hukukundaki-etkileri-rekabet-otoriteleri-salg305na-nas3051-cevap-veriyor>

Basco, S., Domènech, J. ve Rosés, J. R. (2021). The redistributive effects of pandemics: Evidence on the Spanish flu. *World Development*, 141, 105389.

Baş, Türker ve Akturan, Ulun (2013), Nitel Araştırma Yöntemleri, NVivi 7.0 ile Nitel Veri Analizi, Ankara: Seçkin yayıncılık.

Boqiang, L. ve Dunguo, M. (2008). The impact of energy price increases on macro-economy: An analyses based on CGE method [J]. *Economic Research Journal*, 11(9).

Borensztein, E. ve Reinhart, C. M. (1994). The macroeconomic determinants of commodity prices. *Staff Papers*, 41(2), 236-261.

Boshoff, W. H. (2021). South African competition policy on excessive pricing and its relation to price gouging during the COVID-19 disaster period. *South African Journal of Economics*, 89(1), 112-140.

Bourghelle, D., Jawadi, F. ve Rozin, P. (2021). Oil price volatility in the context of Covid-19. *International Economics*, 167, 39-49.

Buccafusco, C., Hemel, D. J. ve Talley, E. L. (2021). Price gouging in a pandemic. *Available at SSRN*.

Cabral, L. ve Xu, L. (2020). Seller reputation and price gouging: Evidence from the COVID-19 pandemic. *Covid Economics: Vetted and Real-Time Papers*, 12, 1-20.

Cashin, P., Mohaddes, K., Raissi, M. ve Raissi, M. (2014). The differential effects of oil demand and supply shocks on the global economy. *Energy Economics*, 44, 113-134.

Catão, L. A. ve Chang, R. (2015). World food prices and monetary policy. *Journal of Monetary Economics*, 75, 69-88.

Cavallo, A., Cavallo, E. ve Rigobon, R. (2014). Prices and supply disruptions during natural disasters. *Review of Income and Wealth*, 60, S449-S471.

Chen, A. C. (2011). A market-based and synthesised approach to controlling price gouging. *International Journal of Private Law*, 4(1), 128-142.

Cuestas, J. C., & Gil-Alana, L. A. (2018). Oil price shocks and unemployment in Central and Eastern Europe. *Economic Systems*, 42(1), 164-173.

Culpepper, D. ve Block, W. (2008). Price gouging in the Katrina aftermath: free markets at work. *International Journal of Social Economics*.

Doroodian, K. ve Boyd, R. (2003). The linkage between oil price shocks and economic growth with inflation in the presence of technological advances: a CGE model. *Energy Policy*, 31(10), 989-1006.

Duncan B., Joseph G., Isabel L., Derek H., Hiroyuki T., Kristi M., Ian M., Sophie G., Catherine R., Mywish K. M., Bart M., Xinshen D., (2021), Impacts Of COVID-19 On Agricultural Production And Food Systems in Late Transforming Southeast Asia: The Case of Myanmar, Agricultural Systems. Erişim tarihi: 15.10.2021 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308521X20308878>

Engle, R. F. ve Rangel, J. G. (2008). The spline-GARCH model for low-frequency volatility and its global macroeconomic causes. *The review of financial studies*, 21(3), 1187-1222.

Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. Available at SSRN 3557504.

Gani, W. (2021). Excessive prices: a new analytical approach. *European Competition Journal*, 17(1), 23-46.

Gilbert, C. L. ve Morgan, C. W. (2010). Food price volatility. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 3023-3034.

Gilo, D. ve Spiegel, Y. (2018). The antitrust prohibition of excessive pricing. *International Journal of Industrial Organization*, 61, 503-541.

Guo, L. ve Villas-Boas, J. M. (2007). Consumer stockpiling and price competition in differentiated markets. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(4), 827-858.

Hallegatte, S. (2014). Modeling the role of inventories and heterogeneity in the assessment of the economic costs of natural disasters. *Risk analysis*, 34(1), 152-167.

He, Y. X., Zhang, S. L., Yang, L. Y., Wang, Y. J. ve Wang, J. (2010). Economic analysis of coal price–electricity price adjustment in China based on the CGE model. *Energy Policy*, 38(11), 6629-6637.

Headey, D. ve Fan, S. (2008). Anatomy of a crisis: the causes and consequences of surging food prices. *Agricultural economics*, 39, 375-391.

IMF Primary Commodity Prices, Erişim tarihi: 29.09.2021, <https://www.imf.org/en/Research/commodity-prices>,

IMF Emtia Fiyat Endeksleri, 2021). <https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2021/09/Dunya-Ekonomisinde-Son-Gelismeler-2021-Yili-2-Ceyrek.pdf>, erişim: 29.09.2021

Jones, S. C., Waters, L., Holland, O., Bevins, J. ve Iverson, D. (2010). Developing pandemic communication strategies: Preparation without panic. *Journal of Business Research*, 63(2), 126-132.

Jordà, Ò., Singh, S. R. ve Taylor, A. M. (2020). *Longer-run economic consequences of pandemics* (No. w26934). National Bureau of economic research.

Karasar, N. (2014), *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, 27. Baskı, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.

Kornher L, Kalkuhl M (2013) Food price volatility in developing countries and its determinants. *Quarterly, Journal of International Agriculture* 52(4), 277-308

Kornher L, Kalkuhl M (2013) Food price volatility in developing countries and its determinants. *Quarterly, Journal of International Agriculture* 52(4), 277-308

Kalkuhl, M., Von Braun, J. ve Torero, M. (2016). *Food price volatility and its implications for food security and policy* (p. 626). Springer Nature.

Kornher L. ve Kalkuhl M. (2013) Food price volatility in developing countries and its determinants. *Quarterly, Journal of International Agriculture* 52(4), 277-308

Medical Press (2014), Ebola-hit countries seek recovery plan to “keep standing.” Erişim tarihi: 10.10.2021, <http://medicalxpress.com/news/2014-12-ebola-hit-countries-recovery.html>

Meltzer, M. I., Cox, N. J. ve Fukuda, K. (1999). The economic impact of pandemic influenza in the United States: priorities for intervention. *Emerging infectious diseases*, 5(5), 659.

Motta, M. ve De Streel, A. (2007). Excessive pricing in competition law: Never say never. *The pros and cons of high prices*, 1-156.

Narayan, P. K., Narayan, S. ve Smyth, R. (2009). Understanding the inflation–output nexus for China. *China Economic Review*, 20(1), 82-90.

Neumayer, E. ve Barthel, F. (2011). Normalizing economic loss from natural disasters: A global analysis. *Global Environmental Change*, 21(1), 13-24.

Nguyen, K. Q. (2008). Impacts of a rise in electricity tariff on prices of other products in Vietnam. *Energy Policy*, 36(8), 3145-3149.

Nicomedes, C. J. C. ve Avila, R. M. A. (2020). An analysis on the panic during COVID-19 pandemic through an online form. *Journal of affective disorders*, 276, 14-22.

Noy, I. (2009). The macroeconomic consequences of disasters. *Journal of Development economics*, 88(2), 221-231.

Pelling, M., Özerdem, A. ve Barakat, S. (2002). The macro-economic impact of disasters. *Progress in Development Studies*, 2(4), 283-305.

Prentice, C., Chen, J. ve Stantic, B. (2020). Timed intervention in COVID-19 and panic buying. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102203.

Rapp, G. C. (2005). Gouging: Terrorist attacks, hurricanes, and the legal and economic aspects of post-disaster price regulation. *Ky. LJ*, 94, 535.

Rosling, L. ve Rosling, M. (2003). Pneumonia causes panic in Guangdong province. *BMJ*, 326 (7386), 416

Sakai, Y., Estudillo, J. P., Fuwa, N., Higuchi, Y. ve Sawada, Y. (2017). Do natural disasters affect the poor disproportionately? Price change and welfare impact in the aftermath of Typhoon Milenyo in the rural Philippines. *World Development*, 94, 16-26.

Samuels, W. J. ve Puro, E. (1991). The problem of price controls at the time of natural disasters. *Review of Social Economy*, 49(1), 62-75.

Sayed, A. ve Peng, B. (2021). Pandemics and income inequality: a historical review. *SN Business & Economics*, 1(4), 1-17.

Silva, P., Klytchnikova, I. ve Radevic, D. (2009). Poverty and environmental impacts of electricity price reforms in Montenegro. *Utilities Policy*, 17(1), 102-113.

Singh-Peterson, L. ve Lawrence, G. (2015). Insights into community vulnerability and resilience following natural disasters: perspectives with food retailers in Northern NSW, Australia. *Local Environment*, 20(7), 782-795.

Sproul, G. ve Harms, S. (2020). The UK Government and the Competition Authority adopt two recent measures against shortages and high prices during the COVID-19 outbreak. *e-Competitions Bulletin*, (March 2020).

Taylor, J. (2000). Low Inflation, Pass-Through, and The Pricing Power of Firms. *European Economic Review*, 44, 1389-1408.

TCMB, EVDS (2021) erişim: 29.09.2021, <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/searchEvdsValue/QMOnaW1lbnRvQA==TCMB> (2021), erişim: 29.09.2021, <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>,

Terp S. J., Shah S. ve Jahn M. (2020), “Earth Day 2020 Call For Action: Mitigating The Global Food Crises Associated With COVID-19”, Erişim Tarihi: 30.09.2021. <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/geotech-cues/mitigating-the-impacts-of-global-food-crises-associated-with-covid-19/>

TOBB (2021), TOBB ve Visa Kartlı Harcamalar Araştırması, erişim tarihi: 29.09.2021, <https://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=26827&lst=MansetListesi>,

TUBİSAD (2020), Ekonominin dönüştürücü gücü: e-ticaret etki analizi, Erişim tarihi: 09.09.2021, [https://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad-e-ommerce\\_impact\\_assessment\\_launchpresentation.pdf](https://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad-e-ommerce_impact_assessment_launchpresentation.pdf)

TUIK; Ağustos 2021, erişim: 17.09.2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=T%C3%BCketici-Fiyat-EndeksiC4%9Fustos-2021-37386&dil=1>,

Turan, Selahattin ve Özen, Hamit (2013), “Dokümanlardan verilerin toplanması”, İçinde Saharan B. Merriam (Çev.Edi. Sebahattin Turan) Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber, 3.basımdan çeviri, Ankara, Nobel Yayınevi.

Valentina S. (2020), Covid 19 is Driving Up Food Prices All Over The World, Erişim tarihi: 28.02.2021, <https://ilostat.ilo.org/covid-19-is-driving-up-food-prices-all-over-the-world/>

Watanabe, T. (2020). The responses of consumption and prices in Japan to the COVID-19 crisis and the Tohoku Earthquake. Working Papers on Central Bank Communication erişim tarihi: 05.11.2021 <https://ideas.repec.org/s/upd/utmpwp.html>

Xia, L., Monroe, K. B. ve Cox, J. L. (2004). The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions. *Journal of marketing*, 68(4), 1-15.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 6.Baskı, Seçkin Kitapevi, Ankara.

Yoon, J., Narasimhan, R. ve Kim, M. K. (2018). Retailer’s sourcing strategy under consumer stockpiling in anticipation of supply disruptions. *International Journal of Production Research*, 56(10), 3615-3635.

Živkov, D., Đurašković, J. ve Manić, S. (2019). How do oil price changes affect inflation in Central and Eastern European countries? A wavelet-based Markov switching approach. *Baltic Journal of Economics*, 19(1), 84-104.

Zwolinski, M. (2008). The ethics of price gouging. *Business Ethics Quarterly*, 347-378.