**III. INTERNATIONAL ACADEMIC STUDIES CONGRESS**

**COVİD-19 PANDEMİ KRİZİNİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ**

Nihal Bozkuş

Batman Üniversitesi, Türkiye

[nihalbozkus94@gmail.com](mailto:nihalbozkus94@gmail.com)

ORCID: 0000-0002-6594-6687

**ÖZET**

Covid-19 pandemi krizi ile tüketim davranışlarının değiştiği ve satın alma sürecinde tüketicilerin etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, covid-19 pandemi krizinin tüketici davranışı ile ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Tüketici davranışı; mal ve hizmeti satın almadan önce, satın alma esnasında ve sonrasında tüketicilerin tutum ve davranışlarını kapsamaktadır. Covid-19 pandemi döneminde neredeyse tüm sektörler etkilenmiştir. Temizlik malzemeleri, eczane ve ilaç şirketleri ile gıda üreticileri dışındaki sektörler yaşanan bu süreçten olumsuz olarak etkilenmiştir. Covid-19 pandemisi ile birlikte alınan kısıtlama kararları, tüketicilerin internette daha fazla zaman geçirmesine ve zarurî ihtiyaçlar dışında diğer ihtiyaçlarını e-ticaret ortamında gerçekleştirmelerine neden olmuştur. Covid-19 pandemi krizi ile tüketim alışkanlıklarının ve e-ticaret ile beraber alışveriş alışkanlıklarının değiştiği, satın alma sürecinde tüketicilerin etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Teknolojinin hızla büyümesiyle birlikte e-öğrenme portalı ve e-ticaret alanında ciddi bir büyüme olmuştur. Corona virüs (Covid-19) pandemisinin bulaş hızı göz önünde bulundurularak ve insan sağlığı korumak amacıyla yüz yüze eğitime ara verilmiş olup, eğitim modelleri EBA TV ve EBA canlı ders projeleriyle Udemy, Prezi, Edmodo ve Coursera gibi farklı uzaktan eğitim metodlarıyla desteklenmiştir. Corona virüsü, teknolojinin her geçen gün gelişmesi ile birlikte neredeyse tüm sektörlerde zorunlu bir hâl alan dijitalleştirme sürecini hızlandırmıştır. Pandemi sürecinde uygulanan karantina ve kısıtlamalar insanları zamanının çoğunu evden geçirmeye zorlamıştır. Bu da insanların eski alışkanlıklarını, algılarını, bakış açılarını ve dolayısıyla yaşam biçimini değiştirmiştir. Covid-19 pandemi sürecinde insanlar tıp bilimine daha çok önem vermekle beraber günlük yaşamlarına tıbbi bilgiler doğrultusunda yön vermişlerdir. Tüketiciler, temel ihtiyaçları dışındaki ihtiyaçlarını kısarak hayatlarını idame etmişlerdir. Bu çalışma ile covid-19 pandemi döneminde tüketici algıları, tüketicilerin tüketim alışkanlıkları, tutum ve davranışları nitel olarak incelenmiştir. İçerik analizi sonucu ulaşılan sonuçlar covid-19 pandemi ve covid-19 pandemi sonrası tüketici davranışları kıyaslanarak ampirik sonuçlara da ulaşılabilir.

**Anahtar Kelimeler:** *Covid-19 Pandemisi, Tüketici Davranışları, Pandemi Döneminde Tüketici Davranışları*

**THE EFFECT OF THE COVID-19 PANDEMIC CRISIS ON CONSUMER BEHAVIORS**

Nihal Bozkuş

Batman University, Turkey

[nihalbozkus94@gmail.com](mailto:nihalbozkus94@gmail.com)

ORCID: 0000-0002-6594-6687

**ABSTRACT**

It has been revealed that consumption behaviors have changed with the covid-19 pandemic crisis and consumers are affected during the purchasing process. This study aims to reveal the relationship between the covid-19 pandemic crisis and consumer behavior. Consumer behavir; ıt covers the attitudes and behaviors of consumers before, during and after purchasing goods and services. Almost all sectors have been affected during the covid-19 pandemic period. Sectors other than cleaning supplies, pharmacies and pharmaceutical companies and food manufacturers were adversely affected by this process. Restriction decisions taken with the covid-19 pandemic have caused consumers to spend more time on the internet and to fulfill their other needs in the e-commerce environment, except for essential needs. It has been revealed that consumption habits and shopping habits with e-commerce have changed with the covid-19 pandemic crisis, and consumers are affected during the purchasing process. With the rapid growth of technology, there has been a serious growth in the field of e-learning portal and e-commerce. Considering the rate of transmission of the Corona virüs (Covid-19) pandemic and to protect human health, face-to-face education was suspended, and education models were supported by different distance education methods such as Udemy, Prezi, Edmodo and Coursera, with EBA TV and EBA live course projects. The Corona virüs has accelerated the digitization process, which has become mandatory in almost all sectors withthe development of technology day by day. The quarantine and restrictions applied during the pandemic have forced people to spend most of their time at home. This has changed people’s old habits, perceptions, perspectives, and therefore their lifestyle. In the covid-19 pandemic process, people have given more importance to medical science and have directed their daily lives in line with medical information. Consumers have maintained their lives by reducing their needs other than their basic needs. In this study, consumer perceptions, consumption habits, attitudes and behaviors of consumers during the covid-19 pandemic period were analyzed qualitatively. The results obtained as a result of the content analysis can be compared to the consumer behavior after the covid-19 pandemic and the post-covid-19 pandemic, and empirical results can be reached.

**Keywords:** *Covid-19 Pandemic Process, Consumer Behavior, Consumer Behavior During Pandemic Period*