**KORONAVİRÜS’ÜN EKONOMİYE ETKİLERİNİN SEKTÖREL BAZDA İNCELENMESİ VE EKONOMİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK[[1]](#footnote-2)**

Rabia Çifcisoy[[2]](#footnote-3), Dr.Cihat Kartal[[3]](#footnote-4)

**ÖZET**

Bu çalışma, küresel dünyada yaşanan salgın hastalıkların, ülke ekonomilerini nasıl etkilediğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. İnternet gibi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, ekonomik ve sosyal anlamda ülkelerin sınırlarını ortadan kaldırmıştır. Bu nedenle bir ülkede yaşanan bir değişim, dünyanın diğer ucundaki bir başka ülkeyi de etkileyebilmektedir. Tüketici davranışlarının birçok çevre unsurundan etkilendiği bir ortamda, Koronavirüs pandemisinin tüketicilerin psikolojileri üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmek günümüz pazarlama dünyasının önemli bir sorunsalıdır. Bu çerçevede dünya ve Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri, birbirlerine entegre şekilde incelenmesi istendiği için Türkiye’nin turizm ve dış ticaret endeksleri analiz edilerek diğer ülkelerle etkileşimlerinin daha kolay görülebileceği değerlendirilmiştir. Çalışmamızda Koronavirüs pandemisinin en çok etkilediği sektörlerden turizm, gıda, kozmetik, medikal malzeme ve farmakoloji, temizlik ve kişisel bakım ürünleri sektörleri ile psikoloji mesleği üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu yaklaşımla tüketici davranışlarında yaşanan değişim sektörel bazda incelenebilmiştir.

Çalışmamızda ayrıca dijital pazarlamaya ilgi konusunda yaşanan değişimler ve ülkelerin e-ticaret hacimlerinde meydana gelen değişiklikler de incelenmiştir. Bu anlamda literatür araştırmasının yanı sıra uzmanlarla çeşitli kişisel görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak bu çalışmanın bir çok alanda krize yol açan Koronavirüs pandemisi sonrası ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanıp sağlanamayacağı üzerine ekonomi çevresinin aydınlatmasının yanı sıra tüketicilerin salgına verdikleri tepkilerin incelenerek tüketim alışkanlıklarında yaşanan değişikliklerin, ilerde yaşanabilecek benzeri bir salgında geliştirilecek pazarlama stratejilerine yol göstermesi umulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Koronavirüs Pandemisi, Dijital Pazarlama, Tüketici Davranışları.

**SECTORAL EXAMINATION OF CORONAVIRUS EFFECTS ON THE ECONOMY AND ECONOMIC SUSTAINABILITY**

**ABSTRACT**

In this study, it is aimed to reveal how the epidemics in the global world can affect the economies of the countries. As a result of the developments in the internet and similar communication technologies, the borders of the countries have disappeared in economic and social terms. Therefore, a change in one country can affect another country in another part of the world. In a world where consumer behavior is affected by many environmental factors, revealing the effects of the coronavirus pandemic on the psychology of consumers is an important problem in today's marketing world. In this context, since the effects on the world and on the Turkish economy are wanted to be examined in an integrated manner, It is thought that Turkey's tourism and foreign trade indices can be analyzed and its interactions with other countries can be seen more easily. In this study, the effects of the coronavirus pandemic on tourism, food, cosmetics, medical equipment and pharmacology, cleaning and personal care products sectors and the psychology profession were examined. With this approach, the change in consumer behavior could be examined on a sectoral basis.

In our study, the changes in the interest in digital marketing and the changes in the e-commerce volumes of the countries were also examined. In this sense, in addition to the literature research, face-to-face personal interviews were conducted with the experts. As a result, it is hoped that this study will guide the marketing strategies to be developed in a similar epidemic that may occur in the future, by examining the reactions of consumers to the epidemic, in addition to informing the economic environment about whether economic sustainability can be achieved after the coronavirus pandemic, which caused a crisis in many areas.

**Keywords:** Coronavirus Pandemic, Digital Marketing, Consumer Behaviors.

1. ‘Koronavirüs’ün Dijital Pazarlama ve Tüketici Davranışları Üzerine Etkilerinin Psikolojik Açıdan İncelenmesine Yönelik Kavramsal Bir Çalışma’ başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir. [↑](#footnote-ref-2)
2. İşletme Bilim Dalı Öğrencisi, T.C.Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

   E-posta: [rabiacifcisoy@gmail.com](mailto:rabiacifcisoy@gmail.com), ORCID ID: **0000-0001-7658-8224** [↑](#footnote-ref-3)
3. Dr. Öğr.Üye., T.C.Kırıkkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama A.B.D.

   E-posta: [dr\_cihat\_kartal@yahoo.com](mailto:dr_cihat_kartal@yahoo.com), ORCID ID: **0000-0003-2390-8268** [↑](#footnote-ref-4)