**COVİD 19 PANDEMİSİNİN TÜRKİYE’DEKİ PERAKENDE GIDA SEKTÖRÜNDE ONLİNE ALIŞVERİŞ ÜZERİNE ETKİSİ**

Abdulcelil GAZİOĞLU[[1]](#footnote-1)

Zeynep DEMİRCİ ÇAKIROĞLU[[2]](#footnote-2)

Teknolojide yaşanan gelişim ve dönüşümlerin neticesi olarak 90’lı yıllarda hayatımıza giren elektronik ticaret günümüzde oldukça geniş bir uygulama alanı bulmaktadır. Özellikle Endüstri 4.0 devrimi ile birlikte günlük hayatın değişmezi haline gelen dijital teknolojiler, elektronik ticareti de başka bir boyuta taşımıştır. Günümüzde akıllı telefonlar ve diğer teknolojik aygıtlar sayesinde günün her anı kolaylıkla internete erişim sağlanabilmektedir. Bu durumun doğal sonucu olarak özellikle 2010’lu yıllarda internet kullanımı her geçen yıl bir öncekine göre önemli derecede artış göstermiştir. İnternet kullanımındaki bu artış, elektronik ticaretin daha fazla uygulanmasını ve kullanılmasını sağlamıştır. Yaşanan bu süreç ile birlikte bireylerin satın alma tercihleri ve alışkanlıklarında da değişimler olmuştur. Tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek olan işletmeler ise teknolojik dönüşümle birlikte satış ve pazarlama anlayışında değişikliklere gitmiş ve online ticaret siteleri oluşturmaya başlamıştır. 7/24 hizmet verebilen online ticaret siteleri kişilere hem zaman hem de emek tasarrufu sağlamaktadır. Bu anlamda giyim eşyaları, teknolojik cihazlar, temizlik ürünleri, ofis ve kırtasiye malzemeleri gibi hemen hemen perakende sektöründeki her ürün elektronik ortamlardan satın alınabilir hale gelmiştir. Ayrıca Migros ve Carrefoursa gibi ulusal çapta faaliyet gösteren gıda marketleri de online alışveriş siteleri kurmuştur.

2019 yılının sonlarında Çin’de ortaya çıkan ve hızla tüm dünyaya yayılan Covid 19 salgını sosyal ve ekonomik hayatı tamamen durma noktasına getirirken, bireylerin davranışlarını da oldukça değiştirmiştir. Dünya Sağlık Örgütü tarafından tavsiye edilen maske, mesafe ve hijyen tedbirleri kapsamında bir çok kısıtlamanın yaşandığı bu dönemde insanlar kalabalık ortamlardan uzak durmak zorunda kalmıştır. Halihazırda yükselen bir ivme yakalamış olan e- ticaret ise Covid 19’un etkisiyle katlanarak büyümüştür. Bunun en çarpıcı örneklerinden biri, perakende gıda sektöründe yaşanmıştır. Türkiye’de daha önce birkaç ulusal gıda market zinciri tarafından kullanılan e-ticaret, insanların hijyen koşulları nedeniyle marketlere gitmeyi tercih etmemesi üzerine ulusal çapta faaliyet gösteren birçok market tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Gıda sektöründeki bu online alışveriş talebi o kadar artmıştır ki yerel çapta faaliyet gösteren gıda marketleri ve Trendyol, Hepsiburada gibi online ticaret platformları hizmetlerine perakende gıda marketlerini de eklemiştir. Ayrıca Vodafone gibi gıda sektörünün dışında faaliyet gösteren firmalar da bu furyaya katılmış ve online gıda alışverişine imkan sağlamıştır.

Bu bağlamda çalışmada, perakende gıda sektörünün e-ticaretteki gelişimi ele alınmış ve Covid-19 pandemisinin bu sektördeki elektronikleşmeye etkisi incelenmiştir. Yerli ve yabancı yazındaki e-ticaret üzerine çalışmalar araştırılmış, uluslararası organizasyonlar tarafından internet kullanımı ve e-ticaret üzerine hazırlanmış raporlar değerlendirilmiştir. Sonuç olarak salgının tüketici davranışlarına etkisi ve teknolojik imkanlardaki gelişmeler ile birlikte insanların elektronik ticarete güvenlerinin arttığı ve online alışverişi tercih ettiği görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, E-ticaret, Perakende Gıda Sektörü, Covid 19.

1. Arş. Gör.,  İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, abdulcelil.gazioglu@ikc.edu.tr ,<https://orcid.org/0000-0001-5940-4737> [↑](#footnote-ref-1)
2. Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, zeynep.demirci@ikc.edu.tr ,<https://orcid.org/0000-0002-2613-2525> [↑](#footnote-ref-2)