

ECONOMIC EFFECTS OF THE PANDEMIC ON CONSUMER BEHAVIOR AND CARGO SECTOR

DOI: 10.17261/Pressacademia.2019.1045

PAP- V.12-2020(36)-p.114-115

Salih Kayikcioglu¹, Dilek Teker²

¹Isik University, Maslak Campus, Istanbul, Turkey.

salih.kayikcioglu@isikun.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3187-5785

²Isik University, Maslak Campus, Istanbul, Turkey.

dilek.teker@isikun.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3893-4015

To cite this document

Kayikcioglu, S., Teker, D. (2020).. Economic effects of the pandemic on consumer behavior and cargo sector. PressAcademia Procedia (PAP), V.12, p.114-115.

Permanent link to this document: <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2019.1045>

Copyright: Published by PressAcademia and limited licensed re-use rights only.

ABSTRACT

Purpose- The pandemic caused by the coronavirus, known as COVID-19, which first appeared in Wuhan, China in December 2019, has affected the whole world in many areas such as health, economy, business life, social life and education. The coronavirus has moved the retail industry, which is currently undergoing a rapid transformation, to the virtual environment even more rapidly. E-commerce and cargo companies can be seen as the most important actors of this transformation process. Within the scope of this study, the increased interest in e-commerce due to changing consumer behavior during the pandemic period and the reflection of these behavior change resulting on the amount of cargo transported are examined.

Methodology- In this study, internet usage, e-commerce volume and its effects on the cargo sector are analyzed in comparison with the world.

Findings- With the pandemic process, the number of internet users reached 60% of the whole world population, while the 18-44 age group constitutes 80% of internet users. While the share of e-commerce for the total retail volume in developed countries was 7.90% in 2015, this rate increased to 12.30% in 2019. While this rate was 7.40% in 2015 for the world in general, it is estimated to be 16% in 2020 and 22% in 2023. World e-commerce sales revenues were 1.3 trillion USD in 2014 and 3.5 trillion USD in 2019, and 6.5 trillion USD to be estimated. While the domestic e-commerce sales volume was 83.3 billion TL in the first 6 months of 2019, it was 91.7 billion TL in the first 6 months of 2020. The number of domestic cargoes transported approximately 3 times compared to 2019, and cargo companies employed a significant number of additional personnel to meet the increasing need. It was observed that the most ordered products were hygiene and sports products during the pandemic period.

Conclusion- Heavy workload of cargo has led to the emergence of new insights apart from the new projects. Especially the pandemic process has shown companies that turning to e-commerce is vital for the continuity of their commercial activities and companies have tended to be the supplier of major e-commerce platforms as well as establishing their own e-commerce sites. Seeing this need in the sector, entrepreneurs (especially for the delivery of perishable grocery products) developed new models and developed delivery models even during the day (with time commitments such as 20 minutes - 30 minutes). It is understood that these situations can change all processes from style to shopping habits and can direct commercial mentalities / activities. The possible effects of the pandemic are expected to continue in 2021. With the pandemic, the experienced digital transformation has retreated a few more years and accelerated.

Keywords: Pandemic period, Covid-19, retail industry, e-commerce, cargo companies

JEL Codes: M20, M30

PANDEMİNİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA VE KARGO SEKTÖRÜNE EKONOMİK ETKİLERİ

ÖZET

Amaç- İlk olarak 2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan ve COVID-19 olarak bilinen Koronavirüsün sebep olduğu salgın hastalık, kısa sürede bütün dünyayı sağlık, ekonomi, iş hayatı, sosyal hayat ve eğitim gibi pek çok alanda etkilemiştir. Koronavirüs, halehazırda hızlı bir dönüşüm yaşamakta olan perakende sektörünü, daha da hızlı bir şekilde sanal ortama kaydırmıştır. Bu dönüşüm sürecinin en önemli aktörleri olarak, e-ticaret ve kargo firmaları görülebilir. Bu çalışma kapsamında, pandemi döneminde değişen tüketici davranışları nedeniyle e-ticarete alan ilginin artması ve bu davranış değişimi sonuçlarının taşınan kargo miktarına yansımalarının incelenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem- Bu çalışmada internet kullanımı, e-ticaret hacmi ve kargo sektörüne olan etkileri, Dünya ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Bulgular- Pandemi süreciyle birlikte, internet kullanıcı sayısı tüm dünya nüfusuna göre %60 seviyesine ulaşırken, 18-44 yaş grubu internet kullanıcılarının %80'nini oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerde 2015 yılında toplam perakende hacmi için e-ticaretin payı %7.90 iken, bu oran 2019 yılında %12.30'a çıkmıştır. Bu oran Dünya geneli için 2015 yılında %7.40 iken, 2020 yılında %16 ve 2023 yılında %22 olması tahmin edilmektedir. Dünya e-ticaret satış gelirleri 2014 yılında 1.3 trilyon USD ve 2019 yılında 3.5 trilyon USD olarak gerçekleşmiş ve 2023 yılı için 6.5 trilyon USD olarak tahmin edilmektedir. 2019 yılının ilk 6 aylık döneminde yurtiçi e-ticaret satış hacmi 83.3 milyar TL iken, 2020 yılının ilk 6 aylık döneminde 91.7 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Yurtiçi taşınan kargo sayısı, 2019 yılına göre yaklaşık 3 kat artış gösterirken, artan ihtiyacı karşılamak için kargo firmaları önemli sayıda ilave personel istihdam etmiştir. Pandemi döneminde en fazla sipariş verişlen ürünlerin, hijyen ve spor ürünleri olduğu görülmüştür.

Sonuç- Kargo yoğunluğu, yeni projeler haricinde yeni anlayışların doğmasına neden olmuştur. Özellikle pandemi süreci firmalara e-ticarete yönelmenin ticari faaliyetlerinin devamlılığı adına hayati öneme sahip olduğunu göstermiş ve firmalar kendi e-ticaret sitelerini kurma yanında belli başlı e-ticaret platformlarının tedarikçisi olma eğilimine girmişlerdir. Sektördeki bu ihtiyacı gören girişimciler (Özellikle kolay bozulabilir market ürünlerinin teslimi konusunda) yeni yeni modeller geliştirerek gün içinde hatta (20 dakika – 30 dakika gibi zaman taahhütleri ile) teslimat modelleri geliştirmişlerdir. Sonuç olarak, içinde bulunulan geçici / kalıcı durumların, toplumsal olayların yaşam tarzından alışveriş alışkanlıklarına kadar tüm süreçleri değiştirebildiği bu durumların ticari zihniyetlere/faaliyetlere yön verebildiği anlaşılmaktadır. Pandeminin olası etkilerinin 2021 yılında da süreceleceği tahmin edilmektedir. Yaşanan dijital dönüşüm, pandemi ile beraber birkaç yıl daha geriye çekilmiş ve hızlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pandemi dönemi, Covid-19, perakende sektörü, e-ticaret, kargo firmaları

JEL Kodları: M20, M30

KAYNAKÇA

<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/turkiyede-koronavirusun-e-ticarete-etkisi-41594196>

<http://uib.org.tr/tr/kbfile/covid-19un-e-ticaret-uzerindeki-etkileri>

<https://www.techinside.com/e-ticarette-corona-virus-covid-19-etkisi/>

<https://www.ticimax.com/blog/pandemide-e-ticaret-buyuk-artis-gosterdi>