

Yayın Geliş Tarihi: 2022-05-24

Yayın Onay Tarihi: 2022-06-06

DOI No: 10.35343/kosbed.1120586

Rüya Nisa KÖRKEN\*

Figen BÜYÜKAKIN\*\*

# Diyarbakır Kadınlarının Pandemi Sürecinde Değişen Tüketim Alışkanlıkları\*\*\*

*Changing Consumption Habits of Diyarbakır Women During the Pandemic Process*

## Özet

Ele alınan çalışmada, yeni süreçten en çok etkilenen kadınların, Diyarbakır özelinde söz konusu sürece uyum sağlarken tüketim alışkanlıklarının ne yönde şekillendiğinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda kadınların, hem aile bütçesi yönetiminin merkezinde olmaları hem de salgın döneminin en az hasarla atlatılabilmesi için başlatılan "hayat eve sığar (HES Kodu) uygulaması kapsamında karşılaştıkları sorumluluk artışı nedeniyle harcamalarında ve tüketim alışkanlıklarında nasıl bir değişim gösterdikleri sorgulanmaktadır. Diyarbakır kadınlarının dikkate alınmasının en önemli nedeni ise doğu kadınlarının zamanlarının çoğunu ailesi ve çocukları için ev işleriyle meşgul olarak geçirdiği ve çalışma hayatında çok fazla yer almadığı düşüncesinin yaygın olmasıdır. Çalışmada, Diyarbakır ili merkezinde yaşayan 400 kadın tüketici ile birebir görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara 34 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler, SPSS 26.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kadınların yaşları ile orantılı olarak genellikle zorunlu ihtiyaçların giderilmesi amacıyla yapılan tüketim harcamalarını arttırdıkları ve bunun için de online alışveriş yapma tercihinde buldukları gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19 Salgını, Tüketim Alışkanlıkları, Kadın Tüketiciler, Diyarbakır

**Jel Kodları:** D12

## Abstract

In this study, it is aimed to evaluate how the consumption habits of women who are most affected by the new process are shaped while adapting to the said process in Diyarbakır. For this purpose, it is questioned how women have changed in their spending and consumption habits due to the increase in responsibility they face within the scope of the "life fits at home (HES Code) practice, which was initiated both to be at the center of family budget management and to overcome the epidemic period with the least damage. The most important reason why women in Diyarbakır are

\* Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Politikası Yüksek Lisans Programı Öğrencisi, email: ruyakrkn@gmail.com ORCID: 0000-0002-9301-3964

\*\* Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, email: bfigen@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0226-7265

\*\*\* Bu çalışma, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Politikası Bilim Dalında hazırlanan yüksek lisans tezinden türetilmiştir

taken into account is the widespread belief that eastern women spend most of their time busy with housework for their family and children and do not take much place in working life.

In the study, 400 female consumers living in the city center of Diyarbakır were interviewed one-on-one. A questionnaire consisting of 34 questions was applied to the participants. The obtained data were analyzed with the SPSS 26.0 package program. According to the results of the analysis, it has been observed that women generally increase their consumption expenditures in order to meet their compulsory needs in proportion to their age, and they prefer to shop online for this.

**Keywords:** Covid-19 Outbreak, Consumption Habits, Female Consumers, Diyarbakır

**Jel Codes:** D12

## Giriş

Etkilerini günümüzde hala hissetmekte olduğumuz covid-19 pandemisi, alışkanlıkları, yaşam tarzlarını tamamen değiştirmiş ve her şeyden önemlisi pek çok insanın ölümüne neden olmuştur. Salgından korunabilmek amacıyla alınan tedbirler kapsamında yaşanan zorunlu izolasyon süreçleri, karantinalar, insanların eve kapanmaları, bireylerin yeni alışkanlıklar kazanmalarına yol açmıştır. Bireyler, bu dönemde zorunlu ihtiyaçlar dışında tüketim harcaması yapmamayı tercih etmiş ve salgın paniği harcama kalemlerini çeşitlendirmiştir. Salgından önce internet yoluyla alışveriş yapmaktan uzak duran bireyler, salgınla birlikte zorunlu veya tercihe bağlı tüm ihtiyaçlarını internet üzerinden yapmaya başlamışlardır. Bu durum internet kullanımının artmasına neden olmuş ve hem bireylerin hem de işletmelerin iş takiplerini sanal ortamda gerçekleştirmelerinin önünü açmıştır. Sonuç itibarıyla, salgınla birlikte yüz yüze yapılan alışverişler azalış gösterirken e-ticaret girişimleri artış kaydetmiştir. Ayrıca bireylerin pandemi nedeniyle sürekli evlerinde bulunma zorunluğu karşısında ruhsal ve psikolojik sorunlara maruz kalmaları da söz konusu olmuştur. Bu dönemde yaşanan sosyal çöküntü, pek çok ailenin çözülmesinin de alt yapısını oluşturmuştur.

Salgının ülke ekonomilerine yansımaları da olumsuz olmuştur. Şöyle ki, günümüz itibarıyla siyasi sınırların korunduğu ama ekonomik sınırların kaybolduğu yani küreselleşen bir dünyada salgının baş göstermesi bulaş etkisinin yaygınlaşmasını tetiklemiştir. Salgından korunmak için ise ülkelerin kapılarını kapatmalarına ve ulaşımalarını sınırlandırmalarına rağmen salgının yayılma hızının önüne geçemedikleri görülmüştür. Bu gelişime hazırlıksız yakalanan ülkeler, kapasite sorunu, sağlık sisteminin yetersizliği, hizmet sektöründe çalışanların çoğunun işsiz kalması, turizm gelirlerinin düşmesi, eğitimde aksamaların olması gibi pek çok farklı sorunla karşı karşıya kalmışlardır.

Sonuç olarak covid 19 pandemisi, insanlık için önemli bir krizdir ve bu krizin hem psikolojik hem toplumsal hem de ekonomik yansımaları her açıdan derindir ve olumsuz yöndedir. Şöyle ki, salgın döneminde ülke ekonomilerinde talebin daralması, sağlık harcamalarının artması, turizm gelirlerinin elde edilememesi, tüketim harcamalarının artması ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi, aile içinde erkeğin sorumluluk alanı

daralırken kadının sorumluluk alanının genişlemesi, ölüm oranlarının artması gibi gelişmeler yaşanmıştır.

Bu gelişmeler ışığında çalışmada, kadınların aile içindeki yükünün ağırlığı, sorumluluklarının artması ve çalışma hayatı dikkate alınarak Diyarbakır özelinde tüketim harcamaları ve alışkanlıklarının salgından ne yönde etkilendiği değerlendirilmektedir. Diyarbakır kadınlarının örneklem olarak seçilmesinin en önemli nedeni, doğu kadınlarının sosyal ve ekonomik anlamdaki gelişmeleri, toplumsal konumlarının ve değerlerinin farklılaşmasının daha çarpıcı bir şekilde gözlemlenebilmesidir. Bu bölgede yaşayan kadınlar, önceleri sadece ev işlerinden sorumlu iken günümüzde eğitimin de katkısıyla bir iş yeri yönetiminden sorumlu hale gelmişlerdir. Böylece ekonomik güç kazanan kadınlar içgüdüsel bir tutumla da desteklendikleri için çokça alışveriş yapmakta ve tüketim yönetimini ele geçirmektedirler. Salgın döneminde yaşanan değişim ve gelişime, zamanla oluşan ön yargıların yıkılmasına yönelik değerlendirmeler, Diyarbakır'da yaşayan kadın tüketicilere yöneltilen toplam 34 sorudan oluşan bir anketin uygulaması sonucunda elde edilen veriler kullanılarak yapılmıştır.

Çalışmada, öncelikle literatür taramasına yer verilmekte, ardından Diyarbakır ilinin kadın profili hakkında kısa bir bilgilendirme yapılarak kadın tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının ve harcamalarının salgından ne şekilde etkilendiği ortaya konmaya çalışılmaktadır. Bunun için bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Diyarbakırlı kadın tüketicilere çoktan seçmeli olarak hazırlanan ve toplam 34 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Son olarak anketten elde edilen veriler çeşitli analizlere tabi tutularak sonuçlara ilişkin değerlendirmeler de bulunmaktadır.

## 1. Literatür Taraması

Covid-19 pandemisinin ilk zamanları, ekonomik açıdan değerlendirildiğinde yaşanan gelişmeler bir arz şoku niteliği taşıırken daha sonra bu durum arz ve talep şoklarının bir uyumu haline dönüşmüştür (Aykaç ve Murat, 2020: 101). Buradan hareketle covid-19 pandemisi ile ilgili olarak her açıdan (ekonomik, sosyal, sağlık gibi) ele alınmak suretiyle pek çok çalışma literatüre kazandırılmıştır. Beybur ve Çetinkaya (2020), Cinel (2020), Görkem (2020), Kılıç (2020), Yılmaz ve Bayram (2020), Ulun (2020), Kayabaşı (2020), Güven (2020), Eryüzlü (2020), Hacıoğlu ve Sağlam (2021) ve Pilatin ve Dilek (2021) bu çalışmalardan bazılarıdır. Ancak salgının tüketim, tüketici ve özellikle de kadın tüketiciler üzerindeki etkisini araştıran araştırma sayısı sınırlı düzeydedir. İzleyen süreçte ana teması belirtilen kavramları içeren bir kısım çalışmalara yer verilmektedir:

Nacar ve Özdemir (2021) çalışmalarında, covid-19 döneminde 16 e-ticaret pazaryeri web sitesini örneklem olarak seçmek suretiyle bu sitelerin dinamikleri ve bunlarda meydana gelen değişimleri irdelemişlerdir. Analiz için ise covid-19 pandemisinin farklı dönemlerine ait ikincil verileri kullanmayı tercih etmişlerdir. Dikkate alınan verilerle geliştirilen model ve hipotezlere kanonik korelasyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda, bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasında güçlü bir ilişkinin bulunduğu ve söz konusu ilişkinin farklı aylarda da tekrarlandığı bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca ilgili aylarda değişkenler arasındaki ilişkinin salgın boyunca değişime uğradığı da gözlemlenmiştir.

Chen vd. (2020), 214 şehre ait günlük işlem verilerini kullanarak covid-19'un tüketime olan etkisini araştırmışlardır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulardan, tüketicinin %32 oranında günlük banka kartı ve mobil QR kod işlemleri nedeniyle azaldığı, mal ve hizmet harcamalarının da sırayla %33 ve %34 oranında yine azaldığı anlaşılmaktadır. Sektörel açıdan yapılan değerlendirmeye göre ise yemek, eğlence ve seyahat harcamalarının %64 ve %59 düzeylerinde ciddi bir düşüş sergilediği tespit edilmiştir.

Çakıroğlu vd. (2020) de çalışmalarında, tüketici davranışlarının covid-19 dönemindeki değişimini incelemişlerdir. Çalışmada, tüketici davranışlarındaki eğilimlerin ileride bir yaşam tarzı haline dönüşüp dönüşmeyeceği konusu sorgulanmış ve hem covid-19 sürecinde hem de sonrasında bu eğilimlerin nasıl evrildiğine ilişkin bir değerlendirme yapılmıştır. Sonuç itibarıyla tüketicilerin, salgın döneminde temel ihtiyaçların giderilmesi için çevrimiçi alışverişi ve dijital platformları daha fazla tercih ettikleri ve dolayısıyla da bu tercihlerin uzun dönemli olması halinde yaşam tarzlarında büyük değişikliklerin olabileceği ifade edilmiştir. Öte yandan firmaların ise daha çok kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ağırlık verdikleri ortaya çıkmıştır.

Kalaylıoğlu (2020) yayınladığı raporda, Türkiye'deki kadın ve erkekler üzerinde covid-19 salgınının ne yönde bir yansıma gösterdiğini değerlendirmeye çalışmıştır. Bilgisayar Destekli Telefon Görüşmesi (CATI) yapılarak çoktan seçmeli sorulardan oluşan standart bir anket formu üzerinden gerçekleştirilen çalışmada, 759'u kadın 749'u da erkek olmak üzere toplamda 1508 katılımcıya ulaşılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ışığında kadınlar ve erkeklerin pandemiden eşit olarak etkilenmedikleri bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca salgının neden olduğu kriz, zaten var olan toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin daha da belirginleşmesine neden olmuştur.

Kadıoğlu ve İnce (2020) çalışmalarında, salgın nedeniyle Türkiye'de yaşanan kapanma sürecinde tüketicilerle görüşerek artan stoklama eğiliminin online satın alma davranışına olan etkisini araştırmışlardır. Elde edilen verilerle AMOS programı kullanılarak yapılan eşitlik modellemesi, pandemi döneminde tüketicilerdeki stoklama eğiliminin online satın alma davranışı üzerinde pozitif bir etki doğurduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca tüketicilerin bu dönemde çoğunlukla online alışveriş yaparken çay/kahve, ev temizlik ürünleri, makarna ve kuru bakliyat gibi ürünleri tercih ettikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Salgının ortadan kalkması halinde de tüketicilerin yine temizlik koşullarına çok dikkat edecekleri, kalabalık ortamlara katılım sağlamayacakları ve seyahat kararı alırken daha temkinli davranacakları gibi sonuçlar da elde edilmiştir.

Koşaroğlu ve Ünal (2020) ise çalışmalarında, Ankara, Kayseri, Konya, Sivas, Malatya ve Yozgat illerini kapsayan bölgede, rastgele seçilen toplam 1003 kişiye online olarak ulaşmak suretiyle bir anket uygulamışlardır. Çalışmada adı geçen illerin tüketici profillerinin ve tüketici taleplerinin salgın döneminde nasıl bir değişim gösterdiklerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Anket bulgularından hareketle çalışmada, covid-19 sürecinin tahmin edilenden daha uzun sürmesi halinde yaşanan arz şokunun etkilerinin azaltılması için elektronik ticaretin alt yapısının güçlendirilmesi gerektiği öngörülmektedir. Ayrıca, devletin ekonomiyi dengeleyici yönde hem üretici hem de tüketiciler için çeşitli tedbirler alması istenmektedir. Şöyle ki, devletin tüketiciyi destekleyip talebi arttırarak ekonomiyi canlandırmak istemesi halinde üretimin talebi karşılayamaması enflasyonun ortaya çıkma

olasılığı artmaktadır. Öte yandan üreticilerin desteklenerek üretim artışının sağlanması halinde ise yeterli talebin olmaması ekonomiyi durgunluğa sürükleyebilmektedir. Bu nedenle çalışmada, sözü edilen bıçak sırtı dengenin kaynak dağılımının etkin olmasına bağlı olduğu vurgulanmaktadır. Buna göre kaynak dağılımının, ekonominin yapısal özellikleri ve dengelerin korunması gibi kriterler dikkate alınarak etkinleştirilmesi halinde salgının ekonomik yansımalarının tüm olumsuzluklarının diğer ülkelere göre daha hızlı ve kolay giderilebileceği ve mevcut krizin şiddetinin azaltılabileceği ileri sürülmektedir.

Soylu (2020) da çalışmasında, toplam 3391 katılımcı ile bilgisayar üzerinden web görüşmeleri (CAWI) yaparak bir anket uygulamış ve Türk tüketicisinin pandemi döneminde değişen tutum ve davranışlarını incelemiştir. Anketten elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda, tüketicilerin bu dönemde yaşanan hızlı değişime ayak uydurma çabası doğrultusunda teknolojinin imkan verdiği online alışveriş girişimlerine olağandan daha kısa sürede geçiş sağladığı, daha çok elektronik bankacılık uygulamalarını tercih ettiği, temassız kart kullanımının yaygınlaştığı ve limitlerinin yükseltildiği, alışverişlerinde ağırlıklı olarak temizlik ürünlerini talep ettikleri ve satın alma davranışlarında kullanılan araçların değişime uğradığı şeklinde bulgulara ulaşmıştır. Çalışmada ayrıca, hem girişimci hem de işletme sahiplerinin değişen tüketici davranışlarına uyum sağlayacak şekilde yeni iş modelleri geliştirmeleri gerektiği ve tarafların birbirleriyle rekabet ederken müşteri memnuniyetini ön planda tutan bir düzenlenmeye ihtiyaçları olduğu ileri sürülmektedir.

Sheth (2020) ise çalışmasında, pandemi döneminde uygulanan yasakların, kısıtlamaların ve kapanmaların tüketicilerin alışveriş alışkanlıkları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırma sonucunda, söz konusu uygulamaların alışveriş alışkanlıklarını bozduğu ve kökten değişime uğrattığı yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Şöyle ki, bu dönemde tüketiciler, bazı mallar için önlem amaçlı stoklama eğilimi göstermektedirler. Yine bu dönemde tüketicilerin mağazalara gitmesi mümkün olmadığından mağazaların tüketicilerin ayağına gelmesi şeklinde bir uygulama başlatılmıştır. Çalışmada ayrıca yeni teknolojilerin gelişimiyle birlikte tüketicilerin ilerleyen dönemde tüketimlerini daha kolay yapabilecekleri ifade edilmektedir.

## 2. Salgının Diyarbakır Kadınlarının Tüketim Alışkanlıklarına Yansımaları

Tüm dünyayı etkileyen covid-19 salgını, pek çok alışkanlığın terk edilerek değişime uğramasına neden olmuştur. Eğitim, sağlık, çalışma koşulları, insan hayatı, sosyal ilişkiler ve pazar alışverişleri gibi günlük olarak rutinleşmiş pek çok eylem bu değişimden nasibini almıştır. İnsanların hayatını zorlaştıran salgın, kapanmaların ve kısıtlamaların da etkisiyle kadınların hayatını daha da zorlaştırmıştır. Ele alınan çalışmada, covid-19 pandemisinin kadınların tüketim alışkanlıklarının ne yönde bir değişime uğradığı Diyarbakır ili özelinde ele alınarak değerlendirilmektedir. Çünkü Diyarbakır, kalkınmışlık açısından ülkemizin en geri kalmış bölgelerinden biri olan Güneydoğu Anadolu Bölgesinin en çok bilinen ve tanınan ili olma özelliğine sahiptir. Bu bağlamda öncelikle Diyarbakır ilinin demografik yapısı incelenmektedir.

**Tablo 1.** Yıllara Göre Diyarbakır İli Nüfus Yoğunluğu (2010-2020)

Yıllar	Toplam Nüfus	Erkek	Kadın
2010	1.528.958	767.503	761.455
2011	1.570.943	795.894	775.049
2012	1.592.167	804.952	787.215
2013	1.607.437	809.791	797.646
2014	1.635.048	824.133	810.915
2015	1.654.196	834.354	819.842
2016	1.673.119	844.011	829.108
2017	1.699.901	857.070	842.831
2018	1.732.396	875.468	856.928
2019	1.756.353	886.190	870.163
2020	1.783.431	899.516	883.915

**Kaynak:** cip.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 23.04.2021.

Tablo 1'e göre, son on yılda Diyarbakır nüfusu, istikrarlı bir şekilde artış göstermektedir. Ayrıca bu dönemde Diyarbakır'da erkek nüfusu kadın nüfusundan daha fazladır. 2021 yılı verileri dikkate alındığında, Diyarbakır'daki erkek nüfusunun toplam nüfus içindeki payı %50,47 iken kadınların payı ise %49,53 oranındadır (cip.tuik.gov.tr. Erişim tarihi: 13.02.2022).

Tablo 2'de ise yine son on yılda Diyarbakır'da istihdam edilen kadın nüfusunun özel ve kamu sektörü açısından dağılımı yer almaktadır. Bu dönemde kadınların ağırlıklı olarak özel sektörde çalışmayı tercih ettikleri gözlemlenmektedir. Özel sektöre ilişkin 2020 yılı verisi, önceki yıllara göre düşük kalsa da söz konusu veri önceki yıllarda sürekli artış eğilimi göstermiştir. Kamu sektöründeki kadın istihdam değerleri ise inişli çıkışlı bir seyir ortaya koymaktadır.

**Tablo 2.** Yıllara Göre Diyarbakır'da Sektörlere Göre Kadın İstihdamı

Yıllar	Özel Sektör	Kamu Sektörü	Toplam
2010	40.473	9.224	49.697
2011	88.644	13.064	101.708
2012	133.479	32.129	165.608
2013	190.406	15.017	205.423
2014	221.498	1.098	222.596
2015	259.692	1.156	260.848
2016	246.236	713	246.949
2017	356.402	808	357.210
2018	434.225	1.092	435.317
2019	486.733	1.836	488.569
2020	279.486	10.237	289.723

**Kaynak:** www.iskur.gov.tr. Erişim Tarihi: 23.04.2021.

Diyarbakır özelinde ele alınan kadının bölgede üstlendiği en önemli görevi, sadece ev işleri yapması ve çocuk doğurmasıdır. Bölge halkının tutucu olması, gelenek, görenek ve törelere (berdel ve kuma olaylarının yaygın olması gibi) tam bağlılık göstermesi, eğitim seviyesinin düşüklüğü ve yetersiz istihdam olanakları bölge kadınlarının ikinci planda

kalmasının en önemli nedenleri arasında yer almaktadır (Akdemir ve Aykar, 2021: 485). Ayrıca bölgedeki kız çocukları, ailelerin ataerkil bir yapıya sahip olması ve birtakım dini ve ekonomik nedenlerden dolayı okula gönderilmemektedir. Günümüzde bu durum eskiye kıyasla azalma gösterse de bu bakış açısı hala varlığını devam ettirmektedir. Bütün bunlar kadınları, ekonomik hayattan uzaklaştırmakta ve vasıfsız eleman olarak aile içinde yani ev koşullarında çalıştırılmasına neden olmaktadır.

Oysa bir ülkenin kalkınmışlık düzeyini ifade eden en önemli göstergelerinden biri, hiç kuşkusuz kadınların istihdam seviyesidir. Herhangi bir ailede kadının çalışarak gelir elde etmesi ve aile bütçesine katkıda bulunması, o ailenin yaşam koşullarının düzelmesine, yaşam kalitesinin artmasına, eğitim koşullarının iyileşmesine, dolayısıyla beşeri sermayenin artmasına ve yoksulluğun azalmasına neden olmaktadır (Fidan, 2020: 24). Böylece ailelerin belli bir refaha ulaşması, ardından ülkelerin refahının artmasını tetikleyici bir rol üstlenmektedir.

**Tablo 3.** Diyarbakır’da Kadınların Ortalama Evlenme Yaşı (2010-2020)

Yıllar	Ortalama Evlenme Yaşı
2010	23,5
2011	23,4
2012	23,6
2013	23,6
2014	23,7
2015	23,7
2016	23,9
2017	24,1
2018	24,2
2019	24,5
2020	24,7

**Kaynak:** data.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 26.04.2021.

Tablo 3, Diyarbakır kadınlarının ortalama evlenme yaşının 23 ile 25 yaş aralığında bulunduğunu yansıtmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi bilindiği üzere eskiden gelen bir gelenek olması, başlık parasının cazip gelmesi ve okuryazar oranının düşük olması gibi nedenlerden dolayı kadınlarda evlilik yaşı (13 ile 15 arası) oldukça düşüktür (Zeren ve Gürsoy, 2020: 126-128). Ancak son 10 yıla göre, Diyarbakır’da evlilik yaşının bilinenin aksine o kadar da düşük olmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca son zamanlarda Diyarbakır bölgesinde kadınların eğitim seviyesinin artması ve dolayısıyla kadınların daha çok istihdama katılmaları, onları güçlendirmiş ve erkeklerin kadınlara olan bakış açısını da değişime zorlamıştır (Berber ve Eser, 2008: 4)

Pandemi döneminde çalışan kadınların ev, çocuk ve ailenin sorumlulukları yanında çalışma koşullarından kaynaklanan sorumlulukları da eklenmiş ve dolayısıyla işlerini evden yürütmek zorunda kaldıklarından yükleri bir kat daha fazlalaşmıştır. Hem iyi bir eş ve anne olma çabaları hem de işlerini en iyi şekilde başarma arzuları çalışan kadınların her birini bir rol çatışmasının içine düşürmektedir. Böylece hem ailesi hem de işvereni için elinden gelenin en iyisini yapmak durumunda olması nedeniyle de “Süper Kadın Sendromu”nu tecrübe etmektedirler (Doğan, vd., 2011: 3).

## 2.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezi

İnsan yaşamının devamlılığı için bazı temel ihtiyaçların (beslenme, giyinme ve barınma gibi) karşılanması gerekmektedir. Pandemi ile birlikte yaşamın, kısıtlamalar ve kapanmalar nedeniyle eskisi gibi sürdürülememesi bu tür ihtiyaçların giderilmesini büyük ölçüde zorlaştırmıştır. Bu dönemde ihtiyaçların karşılanması için yapılması gereken tüketim girişimleri yeni bir boyut kazanmış ve yıllarca alışılmış tüketim olgusu bir anda ortaya çıkan salgına yenik düşmüştür. Bu nedenle çalışmada, tüketim alışkanlıklarının pandemi sürecindeki değişiminin Diyarbakır kadınları özelinde değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmada hedef kitle olarak özellikle kadınlar seçilmiştir. Çünkü toplumun temel taşı nasıl aile ise ailenin de temel taşı kadındır. Üstelik kadınlar aile bütçesi ve harcamalarının merkezinde yer almaktadırlar. Bunun yanı sıra pandemi döneminde uygulanan kapanma ve kısıtlamaların pek çok işyerinin evden çalışma sistemine geçmesini ve eğitimin uzaktan sürdürülmesini gerektirmesi, aile bireylerinin evde daha fazla vakit geçirmelerine neden olmuş, bu gelişmeden kaynaklanan sorumlulukların çoğunun da kadınlar tarafından üstlenilmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Sonuç itibarıyla salgın, çalışan kadınları hem evden çalışma sistemine ayak uydurmaya hem de çocuklarla beraber artan sorumluluğun üstesinden gelmeye mecbur bırakmıştır. Buradan hareketle çalışmada, kadınların ülkenin en az kalkınmış bölgesinde yer alan ve bölgenin en bilinen ili olan Diyarbakır ili özelinde ele alınarak salgın döneminde tüketim alışkanlıklarında bir değişimin gözlenip gözlenmediği sorgulanmak istenmiştir. Ayrıca yapılan araştırmadan elde edilen veriler, covid-19 pandemisinin tüketim üzerindeki etkisini değerlendirmek üzere niceliksel yöntemlerle incelenmeye tabi tutulmuşlardır.

## 2.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmaya konu edilen Diyarbakır ilinin toplam nüfusu 1.783.431 kişidir. Bu nüfusun yaklaşık yarısı 883.915 kişisi kadınlardan oluşmaktadır. Ancak ele alınan çalışmada, söz konusu olan kadın nüfusu bir bütün olarak ele alınmamış sadece sosyoekonomik olarak önemli bir role sahip olan kadınlar dikkate alınmıştır. Bu bağlamda, çalışmanın örneklem büyüklüğü, 18 ile 65 yaş ve üzeri (461.007) Diyarbakırlı kadın tüketicilerden oluşmaktadır. Katılımcılara uygulanan anket, tesadüfi olarak seçilen toplamda 400 kadın tüketici ile birebir olarak yüz yüze görüşülmek suretiyle gerçekleştirilmiştir. Sözü konusu olan örneklem büyüklüğü tespit edilirken %5 hata payı ve %95 güven aralığı kriterleri dikkate alınmıştır. Örneklem büyüklüğünün tespitinde aşağıdaki formülden yararlanılmıştır (Baştürk ve Taştepe, 2013: 150):

$$n = \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

p: Olayın gerçekleşme ihtimali (0,5)

q: Olayın gerçekleşmeme ihtimali (1-p): 1-0,5

d: Kabul edilebilir hata payı: 0,05

Güven düzeyi: 0,95



Kabul edilebilir hata payı (d) 0,05 ve güven düzeyi 0,95 olarak kabul edildiğinde bu rakamlara karşılık gelen t tablo değeri 1,96 olmaktadır.

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2}$$

Sonuç olarak örneklem büyüklüğü n=384 kişi olarak hesaplanmaktadır. Söz konusu örneklemin evrenin bütününe temsil edeceği varsayılmıştır. Aşağıda örneklem büyüklüğüne ait tanımlayıcı istatistiklere yer verilmektedir.

**Tablo 4.** Ankete Katılanların Yaş Dağılımları

	Frekans	Yüzdeler	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
18-24	62	15,5	15,5	15,5
25-34	123	30,8	30,8	46,3
35-44	110	27,5	27,5	73,8
45-54	41	10,3	10,3	84,0
55-64	28	7,0	7,0	91,0
65 ve üzeri	36	9,0	9,0	100,0
<b>Toplam</b>	400	100,0	100,0	

Tablo 4'e göre anket katılımcıları, ağırlıklı olarak (%30'u) 25-34 yaş aralığında bulunmaktadır. Bu yaş aralığını 35-44 yaş aralığı (%27,5) takip etmektedir. Toplam katılımcılar içinde en düşük düzeyde (%7) temsil edilen yaş grubu ise 55 ve 64 yaş aralığındaki kadınlardan oluşmaktadır. Bu değerlere göre, anket katılımcılarının gençler ve orta yaş grubunda yer alan kadınlar tarafından temsil edildiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 5.** Ankete Katılanların Eğitim Durumu

	Frekans	Yüzdeler	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
İlköğretim	74	18,5	18,5	18,5
Lise	127	31,8	31,8	50,3
Lisans	177	44,3	44,3	94,5
Yüksek Lisans	22	5,5	5,5	100,0
<b>Toplam</b>	400	100,0	100,0	

Tablo 5 ise katılımcıların eğitim düzeyini yansıtmaktadır. Buna göre örneklemin %44,3'ü lisans mezunu iken %31,8 lise mezunu, %18,5'i de ilköğretim mezunudur. Lisansüstü düzeyinde bulunan katılımcıların oranı %5,5'tur ve bu oran diğer mezunlara göre oldukça düşüktür. Elde edilen bu sonuçlar, Diyarbakır kadınlarının eğitim düzeylerinin yüksek olduğunu göstermesine rağmen yeterli olmadığını da bir göstergesidir.

Diyarbakır kadınlarının mesleki dağılımlarına bakıldığında (Tablo 6) kadınların çoğunlukla ev hanımı (%22,5) oldukları anlaşılmaktadır. Bu kitleyi özel sektörde çalışan işçiler (%22,3) takip etmektedir. Bu kesimin ardından (%11,3 ile) devlet memurları, (%8,8 ile) öğrenciler, (%8,3 ile) emekliler, (%7,8 ile) kamu sektöründe işçi olarak çalışanlar, (%6 ile) esnaf ve (%5,3 ile) üst düzey yönetici konumunda bulunan kadınlar gelmektedir. Örneklem için yer alan en düşük oran ise işsiz olan kadınlara aittir. %4,5 olan söz konusu

oranın diğerlerine göre düşük olması bölgenin genel değerleri dikkate alındığında, oldukça anlamlı bulunmaktadır.

**Tablo 6.** Ankete Katılanların Mesleki Dağılımı

Meslek	Frekans	Yüzdellik	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Emekli	33	8,3	8,3	8,3
Ev Hanımı	102	25,5	25,5	33,8
Öğrenci	35	8,8	8,8	42,5
Kamu Sektöründe İşçi	31	7,8	7,8	50,3
Özel Sektörde İşçi	89	22,3	22,3	72,5
Devlet Memuru	45	11,3	11,3	83,8
Üst Düzey Yönetici	21	5,3	5,3	89,0
Esnaf	24	6,0	6,0	95,0
İşsiz	18	4,5	4,5	99,5
Diğer	2	,5	,5	100,0
Toplam	400	100,0	100,0	

Tablo 7 katılımcıların gelir düzeylerini değerlendirebilmek amacıyla oluşturulmuştur. Buna göre kadınların büyük çoğunluğu (%36) hiç gelir elde etmemekle asgari ücret arasında bir gelire sahip olduklarını (0-2825) bildirmişlerdir. Elde edilen bu sonuç kadınların ağırlıklı olarak dar gelirli olduklarını ortaya çıkarmaktadır. Gelir düzeyi (2825-4000) aralığında bulunanların oranı ise (%35,8 ile) bir önceki gruba oldukça yakın bir değere sahiptir. Bununla beraber önceki düzeylere göre daha iyi olan (4000-6000) aralığında gelir elde edenlerin oranı da (%21,5 ile) azımsanmayacak bir düzeydedir. Kadınların gelir düzeylerini yansıtan bu tablo (Tablo 7), bölgedeki gelir dağılımına kıyasla iyi olarak değerlendirilebilmektedir.

**Tablo 7.** Ankete Katılanların Gelir Düzeyi

Gelir Düzeyinin Aralığı	Frekans	Yüzdellik	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
0-2825	144	36,0	36,0	36,0
2825-4000	143	35,8	35,8	71,8
4000-6000	86	21,5	21,5	93,3
6000-8000	20	5,0	5,0	98,3
8000-10000	6	1,5	1,5	99,8
10000 ve üzeri	1	0,25	0,25	100,0
Toplam	400	100,0	100,0	

**Tablo 8.** Anket Katılımcılarının Medeni Durumları

Medeni Durum	Frekans	Yüzdellik	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evli	251	62,8	62,8	62,8
Bekar	105	26,3	26,3	89,0
Boşanmış	44	11,0	11,0	100,0
Toplam	400	100,0	100,0	

Örnekleme dahil olan kadınların büyük çoğunluğu (%62,8) evlidir (Tablo 8). Öte yandan bekar kadınların oranı %26,3 iken boşanmış kadınların oranı da %11'dir. Bölge

koşulları dikkate alındığında her iki oranın da yüksek olduğu düşünülmektedir. Çünkü anket sonuçlarına göre, toplamda %37,3 oranında bir kesimin bölgenin töre, gelenek ve göreneklerine uymayan bir durum sergilediği söylenebilir.

### 3. Araştırmanın Yöntemi

Ele alınan çalışma, bir saha araştırması olma özelliği taşımaktadır. Araştırma için gerekli olan anket formu, konu ile ilgili farklı çalışmalar incelenerek hazırlanmıştır. Bilindiği üzere anket tekniği, nicel bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Burada da EK-1'de yer alan anket formu üzerinden Diyarbakır kadınlarının covid 19 sürecinde (yaşananlara uyum sağlama çabası içinde iken) tüketim alışkanlıklarının ne yönde bir değişim gösterdiği sorgulanmaya çalışılmaktadır.

Çalışmada katılımcılar rastgele seçilmiştir. Anket formu katılımcıların her biriyle yüze görüşülerek doldurulmuştur. Uygulanan anketten elde edilen veriler, Statistical Package For Social Sciences 26.0 yani SPSS 26.0 paket programı kullanılarak istatistiksel olarak analize tabi tutulmuşlardır. Ayrıca söz konusu veriler, SPSS programında bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için de çapraz tablolar oluşturularak değerlendirilmiştir. Toplanan verilere Ki-Kare testi de uygulanmıştır. Bilindiği üzere Keynesyen yaklaşımda tüketim fonksiyonu cari kullanılabilir gelirin bir fonksiyonudur. Buradan hareketle gelire tüketim arasındaki ilişkinin yönünü görebilmek için basit bir regresyon modeli tasarlanmıştır.

### 4. Araştırma Bulgularının Analizi

Araştırmanın verileri öncelikle çapraz tablolama yöntemi ile çözümlenmiş, ardından da Ki-kare testine tabi tutulmuşlardır. Yapılan bu analizlerden sonra ise diğer bir analiz olan regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara ilişkin değerlendirmeler aşağıda yer almaktadır.

#### 4.1. İki Değişkenli Çapraz Tablolama Yöntemi

Literatürde iki değişken arasındaki ilişkinin analiz edilmesi için genellikle çapraz tablolar yöntemi kullanılmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkinin, ilgili her bir değişkenin kategorilerinin kesişimleriyle birlikte incelenmesini ve keşfedilmesini sağlayan yöntemin en basit türü, iki değişkenli analiz tablolarıdır. Buna göre anket sorularından elde edilen verilerle hazırlanan çapraz tablolar ve bunlara ilişkin değerlendirmeler aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 9.** İnternet Alışkanlığının Değişimi ile Eğitim Arasındaki Çapraz İlişki

		Katılımcıların Eğitim Durumu				Toplam	
		İlköğretim	Lise	Lisans	Yüksek lisans		
İnternet alışkanlığındaki Değişim	Arttı.	Frekans	16	64	145	18	243
		Toplam %	%4,0	%16,0	%36,3	%4,5	%60,9
	Azaldı.	Frekans	5	4	3	0	12
		Toplam %	%1,3	%1,0	%0,8	%0,0	%3,0
Toplam	Değişmedi.	Frekans	53	59	28	4	144
		Toplam %	%13,3	%14,8	%7,0	%1,0	%36,1
		Frekans	74	127	176	22	399
		Toplam %	%18,5	%31,8	%44,1	%5,5	%100,0

Tablo 9 kadınların “eğitimi ile internet alışkanlıkları” arasındaki çapraz ilişkiyi yansıtmaktadır. Yapılan değerlendirmelere göre, covid-19 döneminde lisans mezunu kadınların internet alışkanlığı diğer eğitim durumlarına kıyasla daha yüksek düzeydedir.

Lise mezunu olanların ise internet alışkanlığında herhangi bir değişiklik gözlemlenmemiştir. Bununla birlikte, kadınların eğitim seviyesi ile internet alışkanlıkları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu da tespit edilmiştir ( $p=0,000$ ). Çünkü günümüzde eğitim düzeyi farkı gözetmeksizin hemen hemen herkes günlük hayatında sık olarak interneti kullanmaktadır. Ayrıca, bu sayede pek çok kadın yeni bir tüketim anlayışı geliştirmiş ve salgın döneminde ihtiyaçlarının çoğunu internet üzerinden karşılamaya çalışmıştır.

**Tablo 10.** Pandemi ile İlgili Bilgi Sahibi Olma Durumu ve Yaş Dağılımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

			Yaş Aralığı						Toplam
			18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	
Pandemi Hakkında Yeterli Bilgiye Sahip Olunup Olunmadığı	Evet	Frekans	30	8	33	16	6	42	135
		Toplam %	%7,5	%2,0	%8,3	%4,0	%1,5	%10,5	%33,8
	Kısmen	Frekans	22	69	62	23	19	21	216
		Toplam %	%5,5	%17,3	%16,3	%5,8	%4,8	%5,3	%55,8
	Hayır	Frekans	41	12	7	2	3	10	75
		Toplam %	%10,3	%3,0	%1,8	%0,5	%0,8	%2,5	%10,3
Toplam		Frekans	62	123	110	41	28	36	400
		Toplam %	%15,5	%30,8	%27,5	%10,3	%7,0	%9,0	%100

Tablo 10’da ise kadınların yaşı ile salgın hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları sorgulanmıştır. Bir önceki tabloda olduğu gibi bu tabloda da dikkate alınan değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir ( $p=0,000$ ). Tablodan 65 yaş ve üzeri bireylerin salgın hakkında diğer yaş gruplarına göre daha fazla bilgi sahibi oldukları anlaşılmaktadır. Öte yandan 24-34 yaş aralığında bulunan kadınlar ise konuya “kısmen” yanıtını vererek pandemiye karşı daha duyarsız kaldıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, anket verilerinden, çoğu kadının salgın konusunda yeteri kadar bilgiye sahip olmadığı, bu durumun belirsizlik ve endişeyi arttırmasına rağmen alınması gerekli tedbirler konusunda yeterli titizliği göstermedikleri bulgusuna da ulaşılmıştır.

**Tablo 11.** Pandemiden Etkilenmeyle Katılımcıların Yaşı Arasındaki Çapraz İlişki

			18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Toplam
Pandemiden Etkilenme Biçimi	Ülkem adına kötü sonuçlar	Frekans	22	20	15	6	2	2	67
	doğuracağından korkuyorum.	Toplam %	%5,5	%5,0	%3,8	%1,5	%0,5	%0,5	%16,8
	Sevdiklerimi kaybetmekten korkuyorum.	Frekans	23	46	37	21	5	3	135
	Temel ihtiyaçlarımı karşılayamama endişesi yaşıyorum.	Toplam %	%5,8	%11,5	%9,3	%5,3	%1,3	%0,8	%33,8
	İşimi kaybetme korkusu yaşıyorum.	Frekans	4	14	8	0	3	0	29
	Toplam %	%1,0	%3,5	%2,0	%0,0	%0,8	%0,0	%0,0	%7,3
	Ölüm korkusu yaşıyorum.	Frekans	0	9	5	2	1	0	17
	Toplam %	%0,0	%2,3	%1,3	%0,5	%0,3	%0,0	%0,0	%4,3
	Virüsten hiç etkilenmedim.	Frekans	7	12	17	28	30	34	128
	Toplam %	%1,8	%3,0	%4,3	%7,0	%7,5	%8,5	%32,0	
	Diğer	Frekans	4	3	8	0	0	1	16
	Toplam %	%1,0	%0,8	%2,0	%0,0	%0,0	%0,3	%4,0	
	Toplam	Frekans	2	3	3	0	0	0	8
	Toplam %	%0,5	%0,8	%0,8	%0,0	%0,0	%0,0	%2,0	
Toplam	Frekans	62	123	110	41	28	36	400	
Toplam %	%15,5	%30,8	%27,5	%10,3	%7,0	%9,0	%100		

Diyarbakır kadınlarının yaşları ile salgından etkilenme biçimleri arasındaki çapraz ilişkinin seyri Tablo 11’de gösterilmektedir. Yapılan değerlendirme sonucunda söz konusu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı ortaya çıkmıştır ( $p=0,000$ ). Tablodan kadınların ileri yaşlarda ölüm korkuna ilişkin bir endişe içinde oldukları anlaşılmaktadır. 24-34 yaş aralığındaki kadınlar ise ağırlıklı olarak sevdiklerini kaybetme korkusu taşıdıklarını beyan etmişlerdir.

**Tablo 12.** Salgın Döneminde Dijital Platformları İzleme Sıklığı ile Katılımcıların Yaşı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

			18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Toplam
Pandemi Sürecinde	Daha fazla vakit ayırdım.	Frekans	62	38	6	17	9	48	180
	Daha az vakit ayırdım.	Toplam %	%15,5	%9,5	%1,5	%4,3	%2,3	%12	%45,0
Dijital Platformları İzleme Sıklığı	Daha fazla vakit ayırdım.	Frekans	8	2	10	2	1	3	26
	Daha az vakit ayırdım.	Toplam %	%2,0	%0,5	%2,5	%0,5	%0,3	%0,8	%6,5
İzleme Sıklığı	Ayırdığım zamanda bir değişme olmadı	Frekans	16	59	52	22	17	27	193
	Ayırdığım zamanda bir değişme olmadı	Toplam %	%4,0	%14,8	%13	%5,5	%4,3	%6,8	%48,3

Tablo 12’de kadınların yaşları ile dijital platformları ne sıklıkla takip ettikleri ele alınmaktadır. Çapraz ilişki değerlendirmesi sonucunda iki değişken arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır ( $p=0,000$ ). Tabloya göre, 18-24 yaş aralığındaki

gençler ve 65 yaş üzerindeki kadınlar dijital platformları diğer yaş gruplarına kıyasla daha fazla takip etmektedirler. Bu sonuç, gençler açısından ele alındığında, çok normal kabul edilebilir olmasına rağmen 65 yaş üstü kadınların bu alana ilgi duymalarını da göstermesi açısından oldukça dikkat çekicidir. Pandemi döneminin başlarında, 65 yaş üstü bireyler için uygulanan sokağa çıkma yasağının, yaşlılarımıza dijital platformlardan her şeyden haberdar olma ve zamanı iyi değerlendirme fırsatı vermesi bu sonucun en önemli tetikleyicisidir.

**Tablo 13.** Salgın Sürecinde Teknolojik Ürünlerin Satın Alınması İle Katılımcıların Çalışma Performansındaki Değişiklik Arasındaki İlişkinin Çapraz Değerlendirilmesi

		Evet düşündüm ve satın aldım.	Evet düşündüm, ama satın almadım.	Hayır	Toplam
Pandemi Sürecinde Çalışma Performansında Değişiklik Olması	Eviden çalışmaya devam ettim.	76	51	44	171
	İşe gidip gelmeye devam ettim.	35	40	63	138

Kadınların çalışma hayatında yaşadıkları değişimin yani evden çalışma uygulamasına geçilmesinin, teknolojik ürünlere olan talebi arttırdığı ise Tablo 13'te gösterilmektedir. Buna göre kadınlar, söz konusu süreçte ihtiyaçları doğrultusunda düşünüp karar vererek teknolojik ürünleri satın almaktadırlar.

**Tablo 14.** Salgın Döneminde Temassız Kart Kullanımındaki Değişiklik İle Ödeme Aracında Oluşan Değişiklik Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

		Daha çok temassız kart kullandım.	Kullanma sıklığımda bir değişiklik olmadı.	Toplam
Pandemide Kullanılan Ödeme Aracında Değişikliğin Olup Olmaması	Hayır olmadı.	152	184	336
	Önce nakit sonra kredi kartı	43	20	63
	Önce kredi kartı sonra nakit	1	0	1
Toplam		228	172	400

Tablo 14 ise kadınların alışverişlerinde farklı bir ödeme aracı (temassız kart gibi) tercih edip etmediklerini sorgulamaktadır. Anket verilerine göre de salgın döneminde kadınların ödeme aracı değişikliği ile temassız kart kullanımı arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı anlaşılmaktadır ( $p=0,096$ ). Hastalığın temas yoluyla bulaşma olasılığının yüksek olması nedeniyle bu dönemde kadınlar, çoğunlukla temassız kart kullanmayı tercih etmişlerdir.

**Tablo 15.** Pandemi Sürecinde Harcamalarda Meydana Gelen Değişiklik ile Birikim Yapabilme/Değerlendirebilme Arasındaki İlişki Düzeyinin Ölçülmesi

		Azaldı.	Arttı.	Değişmedi.	Toplam
Salgın Döneminde Yapılan Birikimlerin Değerlendirilmesi	Birikim yapamadım.	43	177	54	276
	Vadeli/vadesiz mevduat	0	1	0	1
	Kıymetli madenler	24	6	6	36
	Döviz	0	10	1	11
	Gayrimenkul	1	2	0	3
	Türk lirası	49	14	10	73
Toplam		64	263	71	400

Salgın döneminde, harcama değişikliği yapan Diyarbakırlı kadınların birikimlerini nasıl değerlendirdikleri Tablo 15'te gösterilmektedir. Söz konusu dönemde harcamaları artan veya azalan kadınların birbirinden farklı eğilim içinde oldukları anlaşılmıştır. Şöyle ki, azalan yönde harcama yapan kadınlar Türk Lirası ve kıymetli maden cinsinden birikim yapma kararı alırken, harcaması artan kadınlar ise birikim yapmama eğilimi içinde olduklarını beyan etmişlerdir. Ayrıca, yapılan harcamalar ve düşünülen birikim arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı da tespit edilmiştir.

#### 4.2. Ki-Kare Analizi

Çalışmalarda Ki-Kare analizinin kullanımı genellikle, anketlerdeki ifadeler arasında karşılıklı bir ilişkinin, diğer bir deyişle aralarında anlamlı bir bağlantının olup olmadığının test edilmesi amacıyla tercih edilmektedir. Çünkü Ki-Kare analizi, ulaşılan her bir gözlem için hesaplanan teorik frekanslar yoluyla kullanılan yöntemin değişebilmesine olanak vermektedir. En küçük teorik frekansa göre;

- i. En küçük teorik frekans > 25 ise Pearson Ki-Kare Testi
- ii.  $5 < \text{En küçük teorik frekans} < 25$  ise Yates Ki-Kare Testi
- iii. En küçük teorik frekans < 5 ise Fisher Exact Testi yapılmaktadır.

Ankette yer alan her bir sorunun bir değişken olarak kabul edilmesi yoluyla yapılan Ki-Kare analizinin sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır. İlgili tablolardaki sonuçlar, ileri sürülen hipotezler bağlamında değerlendirilmektedir:

Buradan hareketle, Tablo 16 için ileri sürülen hipotezler aşağıdaki gibidir;

$H_0$ : Katılımcıların yaşıyla online alışveriş davranışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_1$ : katılımcıların yaşıyla online alışveriş davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 16.** Katılımcıların Yaşları ile Online Alışveriş Yapıp Yapmadıklarına İlişkin Ki-kare Analizi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Asimptotik Önem (2-tarafli)
Pearson Ki-Kare	34,169 <sup>a</sup>	10	,000
Olasılık Oranı	27,354	10	,002
Doğrusal İlişkilendirme	,001	1	,969
Geçerli Vaka Sayısı	400		

Tablo 16'da yer alan Ki-Kare analiz sonuçlarına göre Ki-Kare anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olan ( $0,000 < 0,05$ )  $H_0$  hipotezi reddedilirken,  $H_1$  hipotezi kabul edilmektedir. Böylece kadınların yaş düzeyi yapacakları online alışveriş davranışını etkileyebilme gücüne sahip olmaktadır.

Tablo 17 için dikkate alınan hipotezler aşağıdaki gibidir;

$H_0$ : Katılımcıların eğitim durumu ile pandemi hakkındaki bilgi düzeyi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_1$ : Katılımcıların eğitim durumu ile pandemi hakkındaki bilgi düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 17.** Katılımcıların Eğitim Durumu ile Salgın Hakkındaki Bilgi Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Ki-Kare Analizi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Asimptotik Önem (2-tarafli)
Pearson Ki-Kare	17,535 <sup>a</sup>	9	,041
Olasılık Oranı	16,649	9	,055
Doğrusal İlişkilendirme	9,033	1	,003
Geçerli Vaka Sayısı	400		

Tablo 17 ise Diyarbakır kadınlarının eğitim düzeyleri ile salgın hakkında edindikleri bilgi seviyeleri arasındaki ilişkinin analiz sonuçlarını göstermektedir. Yapılan değerlendirme sonucunda her iki değişkenin anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük ( $0,05 > 0,041$ ) olarak hesaplanmıştır. Buna göre  $H_0$  hipotezi reddedilmekte ve  $H_1$  hipotezi ise kabul edilmektedir. Böylece kadınların eğitimi ile salgın hastalık hakkındaki bilgilerinin seviyesi arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı dikkat çekmektedir.

Tablo 18'in hipotezleri aşağıda yer almaktadır;



H<sub>0</sub>: Katılımcıların gelir düzeyi ile online alışveriş miktarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H<sub>1</sub>: Katılımcıların gelir düzeyi ile online alışveriş miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 18.** Katılımcıların Gelir Düzeyi ile Online Alışveriş Miktarlarına İlişkin Ki-Kare Analiz Sonuçları

	Değer	Serbestlik Derecesi	Asimptotik Önem (2-tarafli)
Pearson Ki-Kare	150,600 <sup>a</sup>	15	,000
Olasılık Oranı	138,224	15	,000
Doğrusal İlişkilendirme	100,632	1	,000
Geçerli Vaka Sayısı	400		

Buradan hareketle anket katılımcılarının gelirleri ile online alışverişlerinin miktarlarına ilişkin Ki-Kare analiz bulguları Tablo 18’de gösterilmektedir. Sonuç itibarıyla söz konusu iki değişken arasındaki anlamlılık düzeyi 0,05’ten küçük ( $0,05 > 0,000$ ) olduğu için H<sub>0</sub> hipotezi reddedilmiş ve diğer hipotez yani H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Bu bulguya göre kadınların gelir düzeyleri ile online alışveriş miktarları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 19’a ait ileri sürülen hipotezler aşağıdaki gibidir;

H<sub>0</sub>: Katılımcıların çocuk sayısı ile harcama değişikliği arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H<sub>1</sub>: Katılımcıların çocuk sayısı ile harcama değişikliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 19.** Katılımcıların Çocuk Sayısı ile Harcamada Yaşanan Değişikliğe Ait Ki-kare Analizi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Asimptotik Önem (2-tarafli)
Pearson Ki-Kare	29,409 <sup>a</sup>	9	,001
Olasılık Oranı	29,375	9	,001
Doğrusal İlişkilendirme	,484	1	,487
Geçerli Vaka Sayısı	399		

Anket katılımcılarının sahip oldukları çocuk sayısı ile yaptıkları harcamalar arasındaki ilişkinin değerlendirildiği Tablo 19’da yer alan bulgulara göre anlamlılık düzeyi 0,05’ten küçük ( $0,05 > 0,001$ ) olduğu için H<sub>0</sub> hipotezi reddedilmiş ve H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Böylece sahip olunan çocuklar ile harcamalar arasında anlamlı ilişkinin varlığı gözlemlenmiştir.

Tablo 20’ye ilişkin hipotezler aşağıda yer almaktadır;

H<sub>0</sub>: Harcamada oluşan değişiklik ile pandeminin etkisi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H<sub>1</sub>: Harcamada oluşan değişiklik ile pandeminin etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 20.** Harcamalarda Oluşan Değişiklik ile Pademinin Etkisi Arasındaki İlişkinin Ki-Kare Analiz Sonuçları

	Değer	Serbestlik Derecesi	Asimptotik Önem (2-tarafli)
Pearson Ki-kare	31,152 <sup>a</sup>	18	,028
Olasılık Oranı	34,450	18	,011
Doğrusal İlişkilendirme	2,814	1	,093
Geçerli Vaka Sayısı	400		

Salgının harcamalar üzerindeki etkisine yönelik olarak yapılan Ki-Kare analiz sonuçları Tablo 20’de gösterilmektedir. Elde edilen Pearson Chi-Square değeri anlamlılık düzeyinden küçük ( $0,05 > 0,028$ ) olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilmiş ve  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir. Buradan Diyarbakır kadınlarının özelinde yapılan harcamalarla salgının meydana getirdiği etkiler arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı açıkça ortaya çıkmıştır.

Tablo 21 için öngörülen hipotezler aşağıda yer almaktadır;

$H_0$ : Bilgi düzeyi ile önlem olarak satın alınan ürün arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_1$ : Bilgi düzeyi ile önlem olarak satın alınan ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 21.** Pandemi Hakkındaki Bilgi Düzeyi ile Salgına Yönelik Önlem Olması Amacıyla Alınan Ürünler Arasındaki İlişkinin Ki-Kare Analizi Sonuçları

	Değer	Serbestlik Derecesi	Asimptotik Önem (2-tarafli)
Pearson Ki-Kare	58,852 <sup>a</sup>	15	,000
Olasılık Oranı	37,854	15	,001
Doğrusal İlişkilendirme	9,183	1	,002
Geçerli Vaka Sayısı	400		

Tablo 21 Diyarbakır kadınlarının salgın hakkındaki bilgileri ile önlem amaçlı tercih ettikleri ürünler arasındaki ilişkiye dair bulguları yansıtmaktadır. İlgili tablodan da anlaşılmaktadır ki, anlamlılık düzeyleri açısından elde edilen değerler  $0,05$ ’ten küçük ( $0,05 > 0,000$ ) çıkmıştır. Buna göre  $H_1$  hipotezi kabul edilmekte,  $H_0$  hipotezi reddedilmektedir. Böylece “kadın katılımcıların pandemi hakkındaki bilgi düzeyleri arttığında, tedbir amaçlı yapacakları tüketim de çeşitlilik göstermektedir” sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 22’ye ilişkin ileri sürülen hipotezler aşağıdaki gibidir;

$H_0$ : Çalışma durumu değişikliği ile dijital platformu takip etme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_1$ : Çalışma durumu değişikliği ile dijital platformu takip etme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 22.** Katılımcıların Çalışma Durumu Değişikliği ile Dijital Platformları Takip Etme Sıklığı Arasındaki İlişkinin Ki-Kare Analiz Bulguları

	Değer	Serbestlik Derecesi	Asimptotik Önem (2-taraflı)
Pearson Ki-Kare	14,842 <sup>a</sup>	4	0,003
Olasılık Oranı	12,997	4	0,011
Doğrusal İlişkilendirme	6,581	1	0,010
Geçerli Vaka Sayısı	260		

Yapılan değerlendirme sonucunda ulaşılan bulgular Tablo 22’de yer almaktadır. Buna göre kadınların çalışma hayatındaki değişimleri ile dijital platformları takip etme tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyi 0,05’ten küçük ( $0,05 > 0,003$ ) bir değer çıkmıştır. Elde edilen bu değerden hareketle de  $H_0$  hipotezi reddedilirken alternatif hipotez olan  $H_1$  hipotezinin doğruluğu kabul edilmektedir. Buradan her iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Böylece salgınla mücadele kapsamında “hayat eve sığar” sloganıyla başlayan kapanmaların ve karantina süreçlerinin kadınların ev ortamındaki boş zamanlarını etkin değerlendirebilmek için dijital platformlara yönelmesini tetiklediği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca evden çalışma modelinin internet kullanımını da gerektirdiği dikkate alındığında bu sonuç beklenen bir sonuçtur.

Tablo 23’ün hipotezleri ise aşağıdaki gibi düzenlenmiştir;

$H_0$ : Pandemi öncesi ödeme aracı ile pandemi döneminde ödeme aracı değişikliği arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_1$ : Pandemi öncesi ödeme aracı ile pandemi döneminde ödeme aracı değişikliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 23.** Pandemi Öncesinde ve Pandemi Sürecinde Tercih Edilen Ödeme Aracı Değişikliğine İlişkin Ki-Kare Analizi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Asimptotik Önem (2-taraflı)
Pearson Ki-kare	4,696 <sup>a</sup>	2	0,096
Olasılık Oranı	5,167	2	0,076
Doğrusal İlişkilendirme	4,558	1	0,033
Geçerli Vaka Sayısı	400		

Tablo 23, kadınların salgın öncesinde ve salgın süresince tüketim harcamalarına ilişkin ödemelerini yaparken tercih ettikleri ödeme araçlarının değişim gösterip göstermediğine dair bulguları yansıtmaktadır. Ki-Kare analizinin sonuçlarına göre, dikkate alınan değişkenler arasındaki anlamlılık düzeyleri 0,05’ten büyük ( $0,05 < 0,096$ ) çıkmıştır. Elde edilen bu değere göre  $H_0$  hipotezi kabul edilirken alternatif hipotez olan  $H_1$  hipotezi reddedilmektedir. Bu sonuç, salgından önce kullanılıp salgın sürecinde vazgeçilen bir ödeme aracının bulunmadığını yani önce ve sonra tercih edilen ödeme araçlarının değişimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Aslında salgının temas yoluyla bulaştığı dikkate alındığında, yapılan harcamaların ödemesinin teması önleyen elektronik kartlarla yapılmasının yaygınlaşması gerekmekte iken elde edilen bu sonuç, kadınların bu dönemde de alışkanlıklarını hala devam ettirdiklerinin bir yansımasıdır. Diğer bir deyişle, tüketimlerini nakit para ile gerçekleştiren Diyarbakır kadınlarının alışkanlıklarının kolay kolay değişime uğramaması alışverişlerde elektronik kart uygulamasının yaygınlaşmamasının bir nedeni olarak görülmektedir. Bununla birlikte salgın döneminde ağırlıklı olarak tüketim için online alışverişin tercih edilmesi ise uzun vade de olsa alışkanlıkların da değişime uğrayabileceğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

### 4.3. Regresyon Analizi

Aynı zamanda ele alınan çalışmada, harcama miktarının bağımlı değişken, gelir düzeyinin de bağımsız değişken olduğu basit bir regresyon modeli de oluşturulmuştur. Modelde yer alan (Y) bağımlı değişkeni katılımcılara yöneltilen “Pandemi döneminde yapılan alışveriş miktarınız” şeklindeki sorudan hareketle elde edilmiştir. (X) ile ifade edilen bağımsız değişken için ise “gelir düzeyiniz” sorusu referans değer olarak kabul edilmiştir. Bu değişkenler dikkate alınarak oluşturulan model aşağıda gösterilmektedir:

$$Y = b_0 + b_1X$$

Y = Harcama Miktarı

X = Gelir Düzeyi

Modele ilişkin olarak öngörülen hipotezler ise aşağıdaki gibi kurgulanmıştır;

H<sub>0</sub>: Gelir düzeyi harcama miktarını etkilememektedir.

H<sub>1</sub>: Gelir düzeyi harcama miktarını etkilemektedir.

Anketten elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak %95 güven aralığı ve %5 hata payıyla teste tabi tutulmuştur. Öncelikle kurulan regresyon modeli Tablo 24’te yer almaktadır. Buna göre, modelin açıklama gücünü ifade eden R<sup>2</sup> değeri; ,252 olarak hesaplanmıştır. Bu hesaplanan R<sup>2</sup> değeri, tüketim harcamaları miktarının %25,2’sinin gelir düzeyi tarafından açıklandığı anlamına gelmektedir.

**Tablo 24.** Modelin Özeti

Model	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Tahminin Standart Hatası
1	,502 <sup>a</sup>	,252	,250	,930

Aşağıda yer alan Tablo 25 ise Tablo 24’te kurulan regresyon modelinin analiz sonuçlarını yansıtmaktadır. Elde edilen bulgulara göre p değeri (sig.) 0,05, anlamlılık düzeyinden küçük (0,00<0,05) bir değerdir. Böylece H<sub>0</sub> hipotezi reddedilirken alternatif hipotez olan H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmektedir. Buradan hareketle diyebiliriz ki, harcama miktarı ile gelir düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Teorik olarak da ifade edildiği üzere, harcama miktarını doğrudan doğruya etkileyen değişken gelir düzeyidir.

**Tablo 25.** Regresyon Analizi

Model	Kareler Toplamı	ANOVA <sup>a</sup>		F istatistiği	Anlamlılık Derecesi	
		Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare			
1	Regresyon	115,976	1	115,976	134,235	,000 <sup>b</sup>
	Kalıntılar	343,864	398	,864		
	Toplam	459,840	399			

Modele ilişkin katsayı (Coefficients) tablosu, Tablo 26’da gösterilmektedir. Bu tablo kurulan regresyon denkleminin regresyon katsayılarını ve bunların anlamlılık düzeylerini içermektedir. Buna göre, gelir düzeyi değişkeninin katsayısı 0,552, denklemin sabit değeri ise 0,910 olarak hesaplanmıştır.

**Tablo 26.** Regresyon Modeline Ait Katsayı Tablosu

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	T istatistiği	Sig.
	B	Standart Hata	Beta		
1	(Sabit)	,910	,107	8,538	,000
	Katılımcının geliri	,552	,048	,502	,000

Tablo 26’da yer alan katsayılar;

$Y = b_0 + b_1X$  denkleminde yerleştirildiğinde,

$Y = 0,910 + 0,552X$  eşitliği elde edilmektedir.

Tablo 27 modelin korelasyon değerlerini göstermek için düzenlenmiştir. Buna göre, Diyarbakır kadınlarının gelir durumları ile yaptıkları alışveriş miktarları arasında pozitif yönlü doğrusal bir ilişkinin varlığı ortaya çıkmaktadır. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 (-1 ≤ r ≤ +1) arasında değişen değerler almakla birlikte, Tablo 27’de görülen korelasyon katsayısının (0,502) olması ilişkinin ‘orta’ şiddette olduğunu ifade etmektedir.

**Tablo 27.** Korelasyon Tablosu

		Katılımcının geliri	Online alışveriş miktarınız
Katılımcının geliri	Pearson Korelasyonu	1	,502**
	Anlamlılık Düzeyi		,000
	Toplam	400	400
Online alışveriş miktarınız	Pearson Korelasyonu	,502**	1
	Anlamlılık Düzeyi	,000	
	Toplam	400	400

Günümüzde salgın, hala etkisini göstermeye devam etmektedir. Bu süreçten en çok kadınlar etkilenmiş, kadınların hem ekonomik hem sosyolojik hem de psikolojik açıdan mağduriyeti söz konusu olmuştur (Kalaylıoğlu: 2020: 7).

## Sonuç ve Öneriler

2019 sonu itibarıyla tüm dünyada başlayan salgın, bir taraftan ülkeleri büyük bir bunalıma sürüklerken diğer taraftan insan yaşamını da önemli değişimlere maruz bırakmıştır. Yaşanan bütün bu değişimlerden en fazla etkilenenler arasında kuşkusuz kadınlar yer almaktadır. Özellikle çalışan kadınlar, bu süreçte hem işlerini evden yürütmeye çabalamış hem de evdeki sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmışlardır. İşte bu noktadan hareketle ele alınan bu çalışma, Diyarbakır'da çalışan ve çalışmayan tüm kadınların tüketim alışkanlıklarındaki değişimin bir değerlendirmesini yapmayı amaçlamaktadır. Çalışmada Diyarbakır kadınlarının dikkate alınmasının en önemli nedeni, bölge kadınlarının bilinen profil özellikleridir. Şöyle ki, bu bölgede yaşayan kadınlar genellikle zamanlarının büyük çoğunluğunu evlerinde geçirmekte, istihdama ve ekonomiye sınırlı düzeyde katkı sağlamakta, eğitim düzeyleri düşük kalmakta ve erken yaşta evlenip çocuk sahibi olmaktadır. Çalışmada bu özelliklerin günümüz koşullarında nasıl değişim gösterdiği tüketim açısından ele alınarak sorgulanmaktadır. Çünkü hastalığın bulaş etkini azaltmak için alınan tedbirler kapsamında evde geçirilen zamanın artış göstermesi önceden kazanılan alışkanlıkların da değişmesine yol açmıştır. Salgınla birlikte az temas gerektiren ve geniş bir kesim tarafından güvenilir bulunan internet kullanımının yaygınlaşması temel ihtiyaçların giderilmesini kolaylaştırmış ve bireylerin alışveriş alışkanlıklarının değişmesine neden olarak yeni bir tüketici formunu ortaya çıkarmıştır.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda Diyarbakırlı kadın tüketicilerin genç ve yaşlı guruplarında salgınla birlikte internet alışverişleri artış göstermiştir. Online harcamalarda ağırlık gıda ürünlerinde gözlemlenmiştir. Salgın döneminde harcamalar artarken birikimler azalış göstermiştir. Regresyon analizine göre harcama düzeyinin %25.2'si kadınların elde ettikleri gelirler tarafından açıklanmaktadır. Kadınlar evde geçirdikleri zaman içinde daha çok dizi film izleme alışkanlığı edinmişler ve salgın sonrasında öncelikle tatil planı yapmayı istediklerini beyan etmişlerdir.

Çalışma, hem tüketim harcamaları dağılımının hem de tüketici profilinin değişime uğradığını çok açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Ayrıca teknolojik yeniliklerin tüketim harcamaları üzerindeki etkisi de oldukça yüksek düzeylerde seyretmektedir. Bu nedenle aile içinde önemli bir role sahip olan kadının bilinç kazanması tüketim açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda aile bütçesinin dengelenebilmesi ve kadınların tüketime ilişkin kararlarını doğru alabilmeleri için öncelikle finansal okuryazarlık düzeylerinin artırılması gerekmektedir. Böylece kadınların doğru seçimler ve doğru kararlar almaları mümkün olacak ve önce ailenin sonra toplumun ardından da ülkenin refah seviyesi artış gösterebilecektir. Bu konuda eğitimlere ağırlık verilebilmesi için ise ilgili bakanlıklara, Merkez Bankasına ve diğer finansal kurum ve kuruluşlara önemli görevler düşmektedir.

Bir toplumun temel yapı taşı aile, ailelerin temel yapı taşı da kadınlardır. Kadınların güçlenmesi, istihdam edilmesi, ülkelerin kalkınmışlık seviyelerinin temel göstergelerinden biridir. Çünkü hem sosyal hem de ekonomik açıdan güçlenen ve direnç kazanan kadınlar, ülkelerin büyümesine ve refahının artmasına katalizör etkisi yapmaktadırlar (Doğan vd., 2011:10). Nitekim her biri bulunduğu yer ve konumu itibarıyla birer çiçek olan kadınların

mutlu olmaları halinde hem kendilerine hem de çevrelerine yönelik katkıları oldukça yüksek olmaktadır.

### Kaynakça

- Aykaç, Mustafa ve Murat, Güven (2020). "Covid- 19 ve Emek Piyasaları: Etkiler Ve Muhtemel Yönelişler", Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1): 91-122.
- Baştürk, Savaş ve Taştepe, Mehtap (2013). "Evren ve Örnekleme", S. Baştürk (Ed.), Bilimsel Araştırma Yöntemleri (129- 159). Ankara: Vize Yayıncılık.
- Berber, Metin ve Eser, Burçin (2008). "Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz", "İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 10(2): 1-16.
- Beybur, Mustafa ve Çetinkaya, Murat (2020). "Covid-19 Pandemisinin Türkiye’de Dijital Bankacılık Ürün ve Hizmetlerinin Kullanımı Üzerindeki Etkisi", Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4(2): 148-163.
- Chen, Qiongni, Liang, Mining, Li, Yamin, Guo, Jincai, Fei, Dongxue, Wang, Ling, ve Wang, Jianjian, (2020). "Mental Health Care for Medical Staff in China During the COVID-19 Outbreak", The Lancet Psychiatry, 7(4), e15-e16.
- Cinel, Emek (2020). "Covid-19’un Küresel Makroekonomik Etkileri ve Beklentiler", Politik Ekonomik Kuram, 4(1): 124-140.
- Çakıroğlu, Iğın, Pirtini, Serdar ve Çengel, Özgür (2020). "Covid-19 Sürecinde ve Post-Pandemi Döneminde Yaşam Tarzı Açısından Tüketici Davranışlarının Değişen Eğilimi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(37): 81-103.
- Doğan, Bahar Burtan, Korkusuz, Mehmet Refik ve Çelik, Mehmet Yusuf (2011). "Diyarbakır İlinde Özel Sektör Bünyesindeki Kadın İstihdamının Analizi", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(2): 1-24.

- Erişen, Mehmet Akif ve Yılmaz, Fatma Özlem (2020). "COVID-19 Pandemisi Döneminde Bireylerin Harcamalarının İncelenmesi", Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19 (Covid-19 Özel Sayısı): 340-353.
- Eryüzlü, Hakan (2020). "Covid-19 Ekonomik Etkileri ve Tedbirler: Türkiye’de “Helikopter Para Uygulaması”, Ekonomi Maliye İşletme Dergisi, 3(1): 11-19.
- E-ticaret Bilgi Platformu. (2021). <https://www.eticaret.gov.tr/cevrimiciegitim/e-ticaret-mevzuati-24>. Erişim Tarih: 06.04.2021.
- Fidan, Mustafa (2020). "Covid-19 Belirsizliğinde Eğitim: İlkokulda Zorunlu Uzaktan Eğitime İlişkin Öğretmen Görüşleri", Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi, 6(2). 24-43.
- Görkem, Ahmet ve Ünal, Serhat (2020). "Dünyada ve Türkiye’de 2019 Korona Virüs Pandemisi", Ekonomik Kuram, 25(1): 1-8.
- Güven, Hüseyin (2020). "Covid-19 Pandemik Krizi Sürecinde E-ticarete Meydana Gelen Değişimler", Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7(5): 251-268.
- Hacialioğlu, Ahmet ve Sağlam, Mehmet (2021). "Covid-19 Pandemi Sürecinde Tüketici Davranışları ve E-ticaretteki Değişimler", Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, 3(1): 16-29.
- <https://cip.tuik.gov.tr/#>. Erişim Tarihi: 25.04.2021.
- <https://www.iskur.gov.tr/kurumsal-bilgi/istatistikler/>. Erişim Tarihi: 25.04.2021.
- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2020-37211>. Erişim Tarihi: 26.04.2021.
- Kadioğlu, Cansu ve İnce, Mehmet (2020). "Tüketicilerin Covid19 (Korona) Virüsüyle Artan Stoklama İsteğinin Online Satın Alma Davranışına Etkisi", OPUS Uluslararası Toplum Dergisi, 16(29): 1875-1906.
- Kalaylıoğlu, Yasemin (2020). "Türkiye’de Covid-19 Etkilerinin Toplumsal Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi", İsveç Uluslararası Kalkınma İş Birliği Ajansı: Un Women. 73989.
- Kayabaşı, Ehlinaz (2020). "Covid-19’un Piyasalara ve Tüketici Davranışlarına Etkisi", Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi, 7(5): 15-25.
- Kılıç, Yunus (2020). "Borsa İstanbul’da COVID-19 (Korona virüs) Etkisi", Journal of Emerging Economies And Policy, 5 (1): 66-77.
- Koşaroğlu, Şerife ve Ünal, Esra Aydın (2020). "Covid-19 Salgınunun Tüketicilerin Talep Yapısı Üzerindeki Etkileri", International Academic Journal, 4(2): 479-504.



- Nacar, Ramazan ve Özdemir, Kadir (2021). "E-Ticaret Pazaryeri Web Sitelerinin Dinamikleri: Covid-19 Pandemi Sürecindeki Değişim", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 16(1): 205-226.
- Pilatin, Abdulmuttalip ve Dilek, Önder (2021). "Tüketicilerin Online Alışveriş Alışkanlıklarının Demografik Özellikler Bakımından İncelenmesi Doğu Karadeniz Şehirleri Üzerinde Bir Araştırma", Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(1): 11-28.
- Sheth, Jagdish (2020). "Impact of Covid-19 on Consumer Behavior: Will the Old Habits Return or Die?", Journal of Business Research, 117 (2020): 280-283.
- Soylu, Özgür Bayram (2020). Türkiye'de Pandemi Dönemi Covid-19, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Ulun, Ayşegül (2020). "Covid-19 Salgınunun Küresel Düzeyde İncelenmesi: Ekonomik Etkiler ve Vergisel Önlemler", Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi, 2(2): 89-102.
- Zeren ve Gürsoy (2020). "Erken Evliliklere Neden Olan Faktörler, Tutum ve Kadın Sağlığı Üzerine Etkisi", Türkiye Klinikleri Hemşirelik Bilimleri Dergisi, 12(1): 124-132.

## EK 1: DİYARBAKIR KADINLARININ PANDEMİ SÜRECİNDE DEĞİŞEN TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİNE İLİŞKİN ANKET FORMU

Değerli katılımcı bu anket, Kocaeli Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Rüya Nisa Körken tarafından pandeminin tüketici alışkanlıkları üzerinde etkilerini araştırmak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışma, korona virüs ile birlikte değişen tüketici davranışlarını Diyarbakır'da yaşayan kadınlar açısından araştırmayı amaçlamaktadır. Bilimsel nitelik taşıyan bu araştırmanın, idari veya siyasi herhangi bir yönü yoktur. Anket içerisinde verilen şıklarda, size uygun cevaplar olmadığı takdirde, "Diğer..." şeklinde yanıtlanmanızı önemle rica ediyoruz. Bu anketin Türkiye için bilimsel bir değer taşıdığını belirtmek ve verdiğiniz her yanıtın literatüre katkısı olacağını bilmenizi isteriz. Bu nedenle soruları doğru ve tam olarak okumanızı ve anketi özenle doldurmanızı önemle rica ediyoruz. Gösterdiğiniz hassasiyet, ankete katılımınız ve çalışmamıza yaptığınız değerli katkılarınız için çok teşekkür ederiz. Saygılarımızla.

### 1. Yaşınız?

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 ve üzeri

### 2. Eğitim Durumunuz?

- İlköğretim
- Lise
- Lisans
- Yüksek lisans

### 3. Mesleğiniz?

- Emekli
- Ev kadını
- Öğrenci
- Kamu sektöründe işçi
- Özel sektörde işçi
- Devlet memuru
- Kamu ya da özelde üst düzey yönetici
- Esnaf
- İşsiz
- Diğer

### 4. Gelir Düzeyiniz?

- 0-2825 TL
- 2825-4000TL
- 4000-6000 TL
- 6000-8000 TL
- 8000 -10000 TL
- 10000 ve fazlası

**5. Medeni Durumunuz?**

- Evli
- Bekar
- Boşanmış

**6. Çocuk Sayınız?**

- Hiç çocuğum yok
- 1-3
- 4-6
- 7 ve daha fazla

**7. Çocuğunuz (çocuklarınız) ne tür bir okulda okuyor?**

- Devlet Okulları
- Özel Okullar

**8. Konut Durumunuz?**

- Kiracı
- Ev Sahibi
- Lojman vb.

**9. Pandemi sürecinde çalışma durumunuzda bir değişiklik yaşandı mı?**

- Evet evden çalışmaya devam ettim.
- Hayır işe gidip gelmeye devam ettim.

**10. Pandemi sürecinde iş değişikliği yapmayı düşündünüz mü?**

- Evet
- Hayır

**11. Pandemi sürecinde herhangi bir yardım aldınız mı?**

- Evet
- Hayır

**12. Pandemi süreci öncesi alışveriş ihtiyaçlarınızı nasıl karşılıyordunuz?**

- Market alışverişi
- Pazar alışverişi
- Online alışveriş
- Kendim Yetiştiriyordum.

**13. Pandemi süreci boyunca alışveriş ihtiyaçlarınızı nasıl karşılıyorsunuz?**

- Market alışverişi
- Pazar alışverişi
- Online alışveriş
- Kendim yetiştiriyorum.

**14. Pandemi sürecinde genellikle hangi ürün üzerinden alışveriş yapıyorsunuz?**

- Gıda
- Giyim
- Kozmetik ve kişisel bakım
- Eğitim araçları (kitap, defter vb.)
- Sağlık (kolonya, dezenfektan, maske vb.)
- Elektronik ve Haberleşme
- Ev ve dekorasyon

**15. Korona virüs salgını döneminde internet üzerinden alışveriş alışkanlığınız nasıl değişti?**

- Arttı
- Azaldı
- Değişmedi

**16. Online alışveriş yapıyor musunuz?**

- Evet
- Hayır

**17. Online alışveriş miktarınız (Bir önceki soruya evet cevabını verenler için)**

- 0-200 TL
- 300-500 TL
- 500-1000 TL
- 1000 TL ve daha fazlası

**18. Online alışverişlerinizden memnun kaldınız mı?**

- Evet
- Kısmen
- Hayır

**19. Pandemi süreci öncesi harcamalarınızı yaparken hangi ödeme aracını tercih ediyordunuz?**

- Kredi kartı
- Nakit

**20. Korona virüs salgını döneminde temassız kart kullanma davranışınızda nasıl bir değişiklik oldu? (Bir önceki soruya kart yanıtını verenler)**

- Daha çok temassız kart özelliğini kullanmaya başladım
- Kullanma sıklığımda bir değişme olmadı

**21. Korona virüs döneminde kredi kartı talebinde bulundunuz mu?**

- Evet
- Hayır

**22. Korona virüs salgını döneminde saç düzleştirici/ saç ve sakal makinesi satın aldınız mı?**

- Evet
- Hayır

**23. Pandemi sürecinde harcamalarınızda kullandığınız ödeme araçlarında bir değişiklik oldu mu?**

- Hayır olmadı.
- Önce nakit daha sonra kredi kartı kullanmaya başladım.
- Önce kredi kartı daha sonra nakit kullanmaya başladım.

**24. Pandemi sürecinde mobil bankacılık, telefon bankacılığı ve internet bankacılığı kullanımınızda artış oldu mu?**

- Evet
- Hayır
- Bu uygulamaları kullanmıyorum.

**25. Pandemi sürecinde evde kaldığınız sürede harcamalarınızda nasıl bir değişiklik oldu?**

- Harcamalarım azaldı.
- Harcamalarım arttı.
- Harcamalarım değişmedi.

**26. Koronavirüs salgınından genel olarak nasıl etkilendiniz?**

- Virüsün ülkem adına kötü ekonomik sonuçlar doğuracağından endişeleniyorum.
- Virüsten bireysel olarak etkilenmedim ama sevdiğilerimi kaybetmekten korkuyorum.
- Virüs nedeniyle temel ihtiyaçları karşılayamama endişesi taşıyorum.
- İşimi kaybetme korkusu yaşıyorum.
- Ölüm korkusu yaşıyorum.
- Virüsten hiç etkilenmedim.
- Diğer

**27. Koronavirüs hakkında yeterince bilgi sahibi olduğunuzu düşünüyor musunuz?**

- Evet
- Kısmen
- Hayır

**28. Türkiye’de korona virüs vakası yaşandıktan sonra önlem olarak hangi ürünü satın aldınız?**

- Kolonya
- El dezenfektanı
- Maske ve Eldiven
- Gıda ürünleri stoku yaptım.
- Diğer

**29. Salgın döneminde arayıp da ilk seferde ulaşamadığınız ürün oldu mu, oldu ise hangisi?**

- Hayır olmadı
- Kolonya
- Eldiven
- Maske
- Tuvalet kâğıdı
- Çamaşır suyu
- Dezenfektan
- Makarna
- Diğer

**30. Türkiye’de korona virüs vakası yaşandıktan sonra dijital platformları (puhu tv, beinconnect, blu tv, Netflix) takip etme (Film, dizi izleme) sıklığınız nasıl değişti?**

- Daha fazla vakit ayırdım.
- Daha az vakit ayırdım.
- Ayırdığım zamanda bir değişim olmadı.

**31. Türkiye’de korona virüs salgını döneminde teknoloji ürünleri satın almayı düşündünüz mü? (Laptop, Tablet, Playstation vb)**

- Evet düşündüm ve satın aldım.
- Evet düşündüm ancak satın almadım.
- Hayır

**32. Korona virüs salgını döneminde en çok harcama artışınız hangi alanda oldu? (Harcamalarım arttı sorusu diyene)**

- Gıda ve alkolsüz içecekler
- Haberleşme
- Giyim ve ayakkabı
- Ev eşyası
- Sağlık
- Alkollü içecekler ve tütün

- Eğlence ve kültür (Teknolojik ürünler ve platformlar, kitap, dergi)

**33. Korona virüs salgını sona erdikten sonra öncelikli hangi alanda harcamayı yapmayı planlıyorsunuz?**

- Tatil
- Eğlence ve kültür (Konser, Müzikal, Tiyatro vb)
- Konut satın alma
- Restoranda yeme-içme
- Alışveriş (AVM)
- Diğer

**34. Korona virüs salgını döneminde birikimlerinizi nasıl değerlendirdiniz?**

- Birikim yapamadım.
- Sabit getirili menkul kıymetler (Tahvil, hazine bonusu vb.)
- Değişken getirili menkul kıymetler (hisse senedi, yatırım fonu katılma belgesi vb.)
- Vadeli/Vadesiz mevduat (Katılma hesapları)
- Kıymetli madenler (Altın, gümüş, platin vb.) ve kıymetli maden hesapları
- Döviz (Euro, dolar vb.)
- Gayrimenkul (konut, arsa, dükkân vb.)
- Türk Lirası.