

COVID-19 Öncesinde ve Sonrasında Türkiye’de Sektörel Bazda Kredi Kartı Harcamalarının Gelişimi

Fatma Güçlü^a , Ali Şahin^b 

ÖZET

Amaç – Sektörlere yönelik kredi kartı harcamalarında yapılan işlem adedi ve işlem tutarı miktarları üzerinden COVID-19 virüsü öncesinde ve sonrasındaki dönemlerde ekonomik etkileri incelemektir.

Tasarım/veri/metodoloji – Kredi kartı harcama tutarları, Bankalararası Kart Merkezi’nin (BKM) resmi internet sitesinden elde edilen veriler kullanılarak derlenmiştir. Bu veriler, farklı dönemlerdeki artış veya azalış oranları ile, söz konusu dönemlerde meydana gelen ekonomik olaylar ve konjektürel hareketler göz önüne alınarak detaylı bir şekilde yorumlanmıştır.

Bulgular – Koronavirüsün başlangıcında salgın ve uygulanan yasaklardan etkilenen eğitim/kırtasiye/ofis malzemeleri, havayolları, giyim ve aksesuar, benzin ve yakıt istasyonları, konaklama ve araba kiralama sektörlerinde kredi kartı işlem adedi ve işlem tutarlarında azalmalar gözükürken, hizmet sektörü, elektrik-elektronik eşya ve bilgisayar, sağlık/sağlık ürünleri/kozmetik, market ve alışveriş merkezleri ve çeşitli gıda sektörlerinde ise artışlar belirlenmiştir.

Özgünlük/değer – Koronavirüsün tüm dünyayı etkisi altına aldıktan sonra ekonomik hayatı nasıl etkilediğini, hükümetlerin salgından korunmak için aldığı tedbirleri, bu doğrultuda tüketici harcamalarının ve tercihlerinin nasıl değiştiğini ve bunun sonucunda sektörlerin salgına nasıl tepki verdiğini kredi kartı harcamaları ve işlem adetleri üzerinden inceleyen bir çalışmadır.

Anahtar Kelimeler: Kredi kartı, COVID-19, Harcama, Tüketici

Development of Credit Card Expenditures on a Sectoral Basis in Turkey Before and After COVID-19

ABSTRACT

Purpose – The aim of this study is to examine the economic effects of credit card expenditures for sectors in the periods before and after the COVID-19 virus on the number of transactions and the amount of transactions.

Design/data/methodology – Credit card expenditure amounts are compiled using data obtained from the official website of the Interbank Card Center (BKM). These data have been interpreted in detail by taking into account the increase or decrease rates in different periods, as well as the economic events and cyclical movements that occurred in these periods.

Findings – It examines the findings of credit card expenditures on a secondary basis along with the economic effects caused by the COVID-19 outbreak based on service sectors, education/stationery/office supplies, electrical-electronic goods, computers, airlines, accommodation, health/health products/cosmetics, markets and shopping malls, clothing and accessories, various food, car rental, gas and fuel stations.

Originality/value – It is a study that examines where the coronavirus is seen and how it affects economic life after it affects the whole world, the measures taken by governments to protect against the epidemic, how consumer expenditures and preferences change in this direction, and how the sectors react to the epidemic as a result, through credit card expenditures and transaction numbers.

Keywords: Credit card, COVID-19, Expenditure, Consumer

1. Giriş

Koronavirüs (COVID-19), SARS-CoV-2 koronavirüsünün bir başka türü olarak bilinen bir hastalıktır. COVID-19 hastalığının küresel yayılımı, binlerce ölüme sebep olmuş ve bu durum Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nün 12 Mart 2020 tarihinde pandemiyi resmen ilan etmesine neden olmuştur (Ciotti vd., 2020). Devletler bu dönemde etkisi hızla büyüyen salgın sürecini yavaşlatmak ve vatandaşların sağlığını korumak adına zorunlu maske uygulaması, sosyal mesafe kuralları ve sokağa çıkma yasağı gibi birçok kısıtlayıcı tedbiri uygulama yoluna gitmişlerdir. Vaka ve ölüm sayılarında meydana gelen artış nedeniyle, ülkeler kısmi veya tam kapanma tedbirlerini kullanmaya başlamışlardır (Gümüş, 2020). Salgınla birlikte geleceğin giderek belirsiz hale geldiği bu dönemde, Türkiye ekonomisi de bu belirsizlikten etkilenmiş ve ortaya çıkan şokun etkilerini hafifletmek için mücadele etmiştir. Türkiye, salgının etkilediği ülkeler arasında öne çıkan bir konumda bulunmakta olup, krize karşı alınan önlemler başta sağlık sistemi olmak üzere birçok sektörü içermektedir (Sertkaya ve Baş, 2021).

Salgın dönemi, eğitim kurumlarının da yeni bir döneme geçmesine neden olmuştur. Bu dönemde okullar ve üniversiteler örgün eğitim yerine çevrim içi eğitim modelini kullanmaya başlamışlardır. Aynı şekilde pek çok işyeri de faaliyetlerini uzaktan bir şekilde yürütme yoluna giderek, uzaktan çalışma modelini kullanmaya başladı. Kültür ve sanat merkezleri, turistik işletmeler ve alışveriş merkezlerinin kapatılması, bireylerin çeşitli etkinliklerden mahrum kalmalarına sebep olmuştur. Bu durum, bireylerin evlerinde kalmasına, sosyal medya platformlarında daha çok vakit harcamalarına ve alışveriş alışkanlıklarının değişmesine sebep olmuştur (Marangoz ve Akçam, 2023).

Salgın dönemi, tüketicilerin yaşam tarzlarına etki ederek alışveriş alışkanlıklarının değişmesine ve yeni alışkanlıklarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu dönemde bireyler kısıtlamalar sebebiyle evde kalma süreleri arttığı için daha fazla online alışveriş yapma eğilimine girmişlerdir (Demirdöğmez vd., 2020). Bu dönemde artan online alışveriş kredi kartı kullanımını da artmış ve bu durum kredi kartı harcamaları ve işlem adetlerinde önemli farklılıklara yol açmıştır.

Bu çalışma, salgın öncesi ve sonrasındaki kredi kartı harcamalarını ve işlem adetlerini analiz ederek, bu harcamaların sektörel bazda nasıl bir etki yarattığını ortaya koymuştur. Ayrıca, salgından etkilenen sektörlerin nasıl toparlandığını inceleyerek bu süreçteki değişimlere odaklanmıştır. COVID-19 salgınının sektörel bazda alışverişlere etkisi farklı olmuştur. Sektörel olarak hizmet sektörü, elektrik-elektronik eşya ve bilgisayar, sağlık/sağlık ürünleri/kozmetik, market ve alışveriş merkezleri ve çeşitli gıda sektörleri daha az etkilenirken eğitim/kırtasiye/ofis malzemeleri, havayolları, giyim ve aksesuar, benzin ve yakıt istasyonları, konaklama ve araba kiralama sektörleri ise daha çok etkilenmiştir.

Bu çalışma, COVID-19 salgını döneminde sektörel bazda alışveriş alışkanlıklarının nasıl değiştiğini araştıran önceki çalışmalarla bağlantı kurmaktadır. Ancak, bu çalışma

özellikle Türkiye'deki kredi kartı harcamaları ve işlem adetlerini analiz ederek sektörel bazda değişimleri inceler, bu da diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir.

Çalışmanın ana hipotezi, COVID-19 salgınının sektörel bazda alışveriş alışkanlıklarını etkilediğidir. İkincil hipotezler, hangi sektörlerin daha fazla etkilendiği ve hangi sektörlerin daha az etkilendiği üzerinedir. Bu hipotezler, salgının tüketicilerin harcama davranışları üzerindeki etkilerini ve sektörel farklılıkları açıklamaya yöneliktir. Bu çalışma, özellikle Türkiye'deki kredi kartı harcamaları ve işlem adetlerini analiz ederek sektörel bazda değişimleri incelerken, salgının sektörel alışveriş alışkanlıklarına olan etkilerini daha ayrıntılı ve Türkiye odaklı bir şekilde ele almaktadır.

Tablo 1. COVID-19 Kapsamında Türkiye’de Alınan Tedbirler

Tarih	Alınan Tedbirler
10 Ocak 2020	Koronavirüs Bilim Kurulu oluşturuldu.
14 Ocak 2020	Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 rehberi hazırlandı.
20 Ocak 2020	Havaalanlarında Wuhan, Hong Kong kentleri ile bazı ülkelerden gelen yolcuların ateşleri ölçüldü. Şüphelenilen ilk vakadan örnek alınarak test yapıldı.
24 Ocak 2020	Çin'den gelen yolcuların ateşlerinin izlenmesine başlandı.
27 Ocak 2020	Çin'e yapılacak seyahatler için uyarı yapıldı.
31 Ocak 2020	THY, 9 Şubat'a kadar Çin'in dört noktasına yapılacak uçuşları durdurdu. Ancak bu durum 9 Şubat sonrasında da devam etti.
1 Şubat 2020	Çin'den getirilen vatandaşlar Ankara'da karantinaya alındı.
3 Şubat 2020	Çin'e yapılacak tüm uçuşlar iptal edildi.
7 Şubat 2020	Çin'den yapılan hayvan ithalatı durduruldu.
23 Şubat 2020	İran'da vaka sayılarındaki artışa bağlı olarak ulaşım durduruldu.
29 Şubat 2020	İtalya, Irak ve G. Kore'yle uçuşlar iptal edildi.
1 Mart 2020	Irak sınırı kapatıldı.
2 Mart 2020	Umreden dönen vatandaşların ateşleri ölçülmeye başlandı ve kendilerini iki hafta karantinaya almaları söylendi.
11 Mart 2020	İlk koronavirüs vakası tespit edildi.
16 Mart 2020	Sosyal hayatı kısıtlayıcı bazı önlemler alındı (konser, sinema, gösteri merkezleri, lokanta, vb. yerlerin faaliyetleri durduruldu).
22 Mart 2020	Lokanta, restoran, pastane ve benzer işyerlerinin “gel al” veya “paket servis” yapabilmelerine izin verildi.
28 Mart 2020	Tüm yurtdışı uçuşları yasaklandı, demiryolları ile ulaşım durduruldu ve otobüs giriş çıkışları valilik iznine bağlandı.
09 Haziran 2020	Sinema, tiyatro ve benzeri yerlerin faaliyete geçebileceği açıklandı.
01 Aralık 2020	Hafta sonu sokağa çıkma yasakları ilan edildi, 65 yaş üstü ve 20 yaşından küçüklerin toplu taşıma kullanımları yasaklandı.
01 Mart 2021	“Kontrollü Normalleşme” süreci başlatıldı.
13 Nisan 2021	Ramazan ayı sebebiyle 30.04-17.05.2021 tarihleri arasında tam kapanma kararı alındı.

Kaynak: BBC (2020) ve İçişleri Bakanlığı (2021) resmî sitesinden derlenmiştir.

Tablo 1’de görüldüğü üzere Türkiye’nin COVID-19 süresince aldığı tedbirler yer almaktadır. İlk vakanın tespit edildiği Çin’in Wuhan ve Hong Kong kenti başta olmak

üzere diğer ülkelerden gelen yolcular bir tehdit unsuru oluşturduğu için gelen yolcuların ateşleri ölçülerek testler yapıldı. Salgının ciddiyetinin iyice hissedilmesiyle birlikte Çin'e yapılacak uçuşlar için uyarılar yapıldı ve akabinde birçok uçuş iptal edildi. Salgının hayvan pazarlarındaki sağlıklı ortam nedeniyle ortaya çıktığı düşünüldüğü için Çin ile yapılan hayvan ithalatı 7 Şubat 2020'de durduruldu. 29 Şubat tarihinde İran, Irak ve Güney Kore'ye yapılan uçuşlar iptal edildi. 11 Mart 2020 tarihinde Türkiye'de ilk COVID-19 vakasının tespit edilmesinden sonra konser, sinema, gösteri merkezi, lokanta vb. işletmelerin faaliyetleri durduruldu. 28 Mart'a gelindiğinde tüm yurtdışı uçuşları yasaklandı. Sosyal izolasyonu sağlamak amacıyla sokağa çıkma yasakları ilan edilme başlandı ve 1 Mart 2021'de kontrollü normalleşme denilen sürece girildi.

2. Kredi Kartının Tarihsel Gelişimi

Kredi kartı, kart sahibinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmeti, kartı veren kurumların tanımladığı limit kadar herhangi bir ödeme yapmadan anında satın alınabilmesine ve son ödeme tarihine kadar ek bir mali yükümlülük olmadan ödeme yapabilmesine olanak sağlayan finansal bir hizmet aracıdır (Platin, 2021).

Geleneksel ödeme yöntemlerinin aksine kullanım kolaylığı sunduğu için kredi kartı günümüzün popüler ödeme yöntemlerinden biri haline gelmiştir. Kredi kartı uygulaması dünyada ilk olarak 1984 yılında ABD'de kullanılmaya başlanılmıştır. 1854 yılında Hotel Credit Letter Company, turizm amaçlı ilk kredi kartını çıkarmıştır (Yılmaz, 1999). 1950 yılına gelindiğinde başka bir ABD şirketi olan Diners Club'ın çıkardığı kart sayesinde kredi kartı diğer ülkelerde de kullanılabilen uluslararası bir finansman aracı haline gelmiştir (Reisoğlu, 2004). Diners Club kredi kartının piyasada kabul görmesiyle beraber ABD'de bankalar bu alanda faaliyete başlamışlardır. 1958 yılında uluslararası kartları ilk olarak Bank of America; 'Bank Americard' ve American Express Company ise 'American Express' adları altında kullanıma sunmuştur (Yılmaz, 1999). Bank of America'nın sunduğu kredi kartı, 1977'de 'Visa Card' olarak adlandırmıştır. Avrupa kıtasındaki ülkelerin kredi kartı ile tanışması Amerika kıtasına nazaran oldukça gecikmiştir. Bu dönemde piyasaya kredi kartı sunan bankalar, müşterilerinin ödemekte güçlük çektiği kart borçları nedeniyle mali zorluklarla karşılaşmışlardır. 1959 yılından itibaren kredi kartlarına faiz uygulanmaya başlanmış ve bu durum günümüzde de geçerliliğini hala korumaktadır (Kaya, 2009).

Türkiye'de kredi kartının tarihsel gelişimi 1968 yılına dayanmaktadır. 1968 yılında Koç grubuna bağlı Servis Turistik A.Ş. tarafından, Diners Club'tan kart çıkartma yetkisi alınarak kredi kartı ihracına başlanmıştır. Daha sonra ise tıpkı dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kredi kartı kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Türkiye'de 1988 yılına kadar kredi kartları çok kontrollü bir şekilde müşterilere verilmiştir (Ayla vd., 2020). O dönemlerde gazeteler ve reklamlar sayesinde tüketicilerin kredi kartı kullanmaya yönelik talepleri artmaya başlamıştır.

Kredi kartları; nakit taşıma riskini azaltarak, taksit seçenekleri sunarak ve çeşitli

kampanyalardan faydalanma imkânı sağlayarak kullanıcılara birçok önemli avantaj sunar. Teknolojik imkanların her geçen gün daha da arttığı günümüz dünyasında kredi kartı kullanımı oldukça artmıştır. Türkiye’de ise yıllara göre kart sayıları incelendiğinde kart sayısının her yıl giderek arttığı, son 10 yıldaki artışın 2 kattan daha fazla olduğu ve 2023 yılı ilk Temmuz ayı itibariyle kart sayısının 371.896.069 adete ulaştığı bilinmektedir (Dilek, 2023).

Kredi kartları, finansal sıkıntı yaşayan bireylere vade avantajı sağlayarak ekonomik açıdan yardımcı olurlar. Bu nedenle, bireylerin finansmana ihtiyaç duyduğu dönemlerde onların yaşam standartlarını sürdürebilmesine olanak sağlar (Tuğay ve Başgül, 2007). Sağladığı birçok avantaj ve kolaylıktan ötürü günümüzde kredi kartı oldukça yaygın kullanılan bir finansal enstrümandır.

Günümüzde finansal işlemlerde yaygın olarak kullanılan kredi kartları, bireylere sağladığı avantajların yanında bazı dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Yüksek faiz oranları ve gecikme cezaları gibi mali zorluklar, kart sahiplerinin borçlanma riskini artırabilir (İşgüzar, 2003, s. 56). Ayrıca, kredi kartlarının kolay erişilebilir olması, bazı bireylerde kontrolsüz harcama alışkanlıklarının oluşmasına yol açabilir. Bunun yanı sıra, kredi kartlarının çevrimiçi kullanımı sırasında bireylerin kişisel ve finansal bilgilerinin güvenliği konusundaki endişeleri de bulunmaktadır.

3. Literatür

Koronavirüsün kredi kartı harcamalarına etkisi literatürde yer alsa da sektörel olarak, kredi kartının işlem adetleri ve işlem tutarlarını baz alıp koronavirüs öncesi ve sonrasında inceleyen sınırlı sayıda çalışma vardır. Bu kısımda literatürde yapılmış olan çalışmalardan bahsedilmektedir.

Duygun (2020), COVID-19 pandemisine yönelik alınan tedbirlerin ve uygulanan karantina önlemlerinin tüketicilerin yaşam tarzlarını önemli ölçüde etkilediğini gözlemlemiştir. Bu dönemde insanların evde kaldıkları süre artmış ve ‘kendi kendilerine yetebilme’ yetisini kazandıkları bir dönem olmuştur. Bu değişimler sonucunda da tüketicilerin davranış biçimlerinde bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Tüketiciler çoğunlukla temel ihtiyaçlarına yönelik harcamalar yapmaya başlamışlardır ve harcama yaparken de online siteleri daha çok tercih etmeye başlamışlardır.

İnce ve Kadioğlu (2020), yoğun rekabetin yaşandığı alanlarda uzun vadeli başarı sağlayabilmek için çağdaş pazarlama prensiplerine uyum sağlayarak müşteri odaklı faaliyetlerde bulunulması gerektiğini savunmuşlardır. COVID-19 döneminde tüketiciler, çok acil olmadıkça evlerinden çıkmamışlardır. Bu nedenle işletmelerin online kanallarda ulaşılabilir olması bir avantaj niteliğindedir. Yapılan çalışma sonucunda COVID-19 döneminde tüketicilerin en çok çay/kahve, temizlik ürünleri, makarna ve kuru bakliyata yönelik harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Ayrıca bu dönemde bireylerin stok yapma eğilimleri de pozitif yönde artış göstermiştir.

Kayabaşı (2020), yaptığı çalışmada COVID-19 pandemisinin ülkeler ve bireyler

üzerindeki etkisini ortaya koymayı hedeflemiştir. Sonuç olarak; Bu süreç, sadece ekonomik bir krize yol açmakla kalmamış, aynı zamanda tüketim kültürünü ve alışkanlıklarını derinden etkileyerek bireyleri yeni düşünce ve davranış biçimlerine yönlendirmiştir. Salgın, tüketicilerin daha düşünceli ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıkları edinmelerini teşvik etmiştir.

Arslan ve Bayar (2020), COVID-19 pandemisinin küresel çaptaki ve gelişmekte olan ülkeler üzerindeki iktisadi etkilerini irdelemeye çalışmıştır. Dünya Sağlık Örgütü, pandemiyi resmen ilan etikten sonra salgının yayılımını en aza indirmek için uygulanan kısıtlayıcı tedbir ve uygulamaların ekonomiyi olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Güven (2020), internet çağının günden güne gelişmesi ve küresel alana yayılmasıyla beraber bireylerin tüketim alışkanlıkları değişmiştir. Daha çok fiziksel ortamda yapılan alışveriş tercihleri, internetin yaygınlaşmasıyla beraber yerini online sitelere bırakmaya başlamıştır. Bu bağlamda COVID-19'un en önemli etkileri arasında ticari ve sosyal hayatı dijital dönüşüme mecbur kılması olduğu düşünülmektedir.

Şener ve diğerleri (2020), yaptıkları çalışmada COVID-19 döneminde uygulanan sosyal mesafe, evde kal gibi uygulamaların internet üzerinden yapılan kredi kartı harcamalarını Temmuz 2020'de bir önceki yıla göre %78 arttırdığı sonucuna varmıştır. Bireylerin bu dönemde kredi kartı üzerinden yaptıkları harcamaların ağırlıklı olarak süpermarket, giyim ve fatura ödemeleri olduğu sonucuna varılmıştır.

Chinazzi ve diğerleri (2020), COVID-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki etkilerini saptamaya çalışmıştır. Yapılan çalışmada salgın döneminin turizm sektörü üzerinde olumsuz bir etki bıraktığı sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda salgın döneminin sona ermesiyle beraber turizm sektöründe bir hareketlenme yaşanması beklenmektedir.

Karabulut ve diğerleri (2020), COVID-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki etkisi ve gelecek dönemlerdeki durumunu incelemiştir. 2000 ve 2018 yılları arasındaki dönemde 127 ülke baz alınarak yapılan çalışma sonucunda COVID-19'un turist sayısında %20 oranında bir azalışı meydana getirdiği sonucuna varılmıştır.

Acar (2020), yapmış olduğu çalışmada COVID-19 salgınının turizm sektörü üzerine etkisini saptamaya çalışmıştır. Yapılan çalışmada COVID-19'un ülkelerin ekonomik durumunu olumsuz yönde etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu literatür özeti, COVID-19 pandemisinin ekonomik etkilerini, tüketici davranışlarını ve sektörlerin üzerindeki etkilerini çeşitli açılardan inceleyen çalışmaların varlığını göstermektedir. Bu çalışmaların bulguları, pandeminin ekonomik ve sosyal hayata olan geniş kapsamlı etkisini anlamaya yardımcı olmaktadır. Yapılan tüm bu çalışmalara bakıldığında pandemi süresince alınan tedbir ve önlemlerin bireylerin yaşam tarzında önemli değişiklikler yarattığı sonucuna varılmıştır. Bireyler bu dönemde vakitlerinin büyük bir kısmını evde geçirmiştir. COVID-19 pandemisi alışveriş alışkanlıklarını da değiştirmiş, bireyler daha çok temel tüketim ihtiyaçlarını temin etme

yoluna gitmiştir. Ayrıca bu dönemde online alışveriş kanalları daha çok tercih edilmeye başlanmıştır. Bu çalışmada, COVID-19 pandemisinin etkisi altında bireylerin zevk ve tercihlerinde yaşanan değişimler incelenmiş ve bu değişen tercihlerin belirli sektörler üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Kredi kartı işlem adetleri ve tutarlarıyla birlikte COVID-19 öncesi ve sonrası ekonomik durum belirlenmeye çalışılmıştır.

4. Sektörel Bazda Kredi Kartı Harcamalarına Ait Bulgular

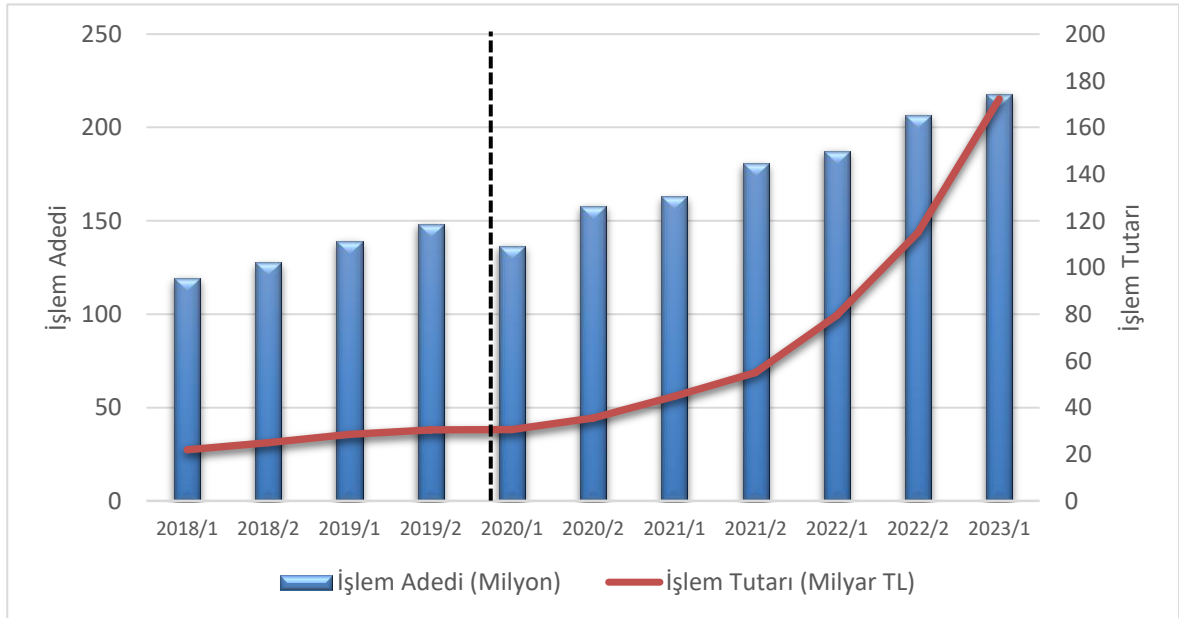
Bu bölümde sektörel bazda kredi kartı işlem hacimleri ve COVID-19 öncesi ve sonrası bilgiler karşılaştırmalı olarak verilmektedir. COVID-19 salgınının başladığı zaman kesmeli dikey bir çizgi ile gösterilmiştir. Grafikler 6 aylık dönem verilerinden oluşturulmuştur.

4.1. Hizmet Sektörleri

Hizmet sektörü, bireylere doğrudan hizmet sunarak onların ihtiyacını karşılamayı amaçlar. Hizmet sektörü ekonomik büyüme ve istihdamın önemli bir unsurudur. Turistik yerler ve sergiler, sinemalar, reklamcılık işletmeleri, güzellik ve kuaför salonları, restoran ve kafeler gibi birçok alt dalı içerisinde barındırır.

COVID-19 salgınıyla birlikte, pek çok işletme ya çevrimiçi çalışma modeline geçti ya da faaliyetlerini tamamen durdurma kararı aldı. Örneğin, kafe ve restoranlar kapanarak paket servis veya 'gel al' hizmeti sunmaya yöneldi. Hijyen kurallarının gerekliliği sebebiyle güzellik ve kuaför salonları, sinema gibi mekanlar da faaliyetlerine ara verdi. Ayrıca, seyahat kısıtlamalarının etkisiyle turistik yerlere olan ilgi de önemli ölçüde azaldı.

Grafik 1. Hizmet Sektörü



Kaynak: BKM

Grafik 1, Türkiye'nin 2018'den itibaren başlayarak altı aylık dönemler halinde elde edilen veriler, 2023 yılının ilk yarısına kadar olan süreçte gerçekleştirilen işlem adetlerini

ve işlem tutarlarını göstermektedir.

2018 yılından, pandemi yılı olarak adlandırılan 2020 yılına kadar olan süreçte işlem adedi miktarında sürekli bir artışın meydana geldiğini söylemek mümkündür. İşlem adedi miktarında bu sürekli artış 2020 yılının ilk altı aylık dönemine gelindiğinde yerini azalışa bırakmıştır. Aynı yılın 2. döneminde ise merkez bankasının uygulamış olduğu faiz kararları ve aşı çalışmalarında izlenen ilerlemeden dolayı işlem adedi miktarında tekrar bir artış meydana geldiği düşünülmektedir (Kuzucu, 2022). İlerleyen yıllarda da bu artış sürekliliğini korumuştur.

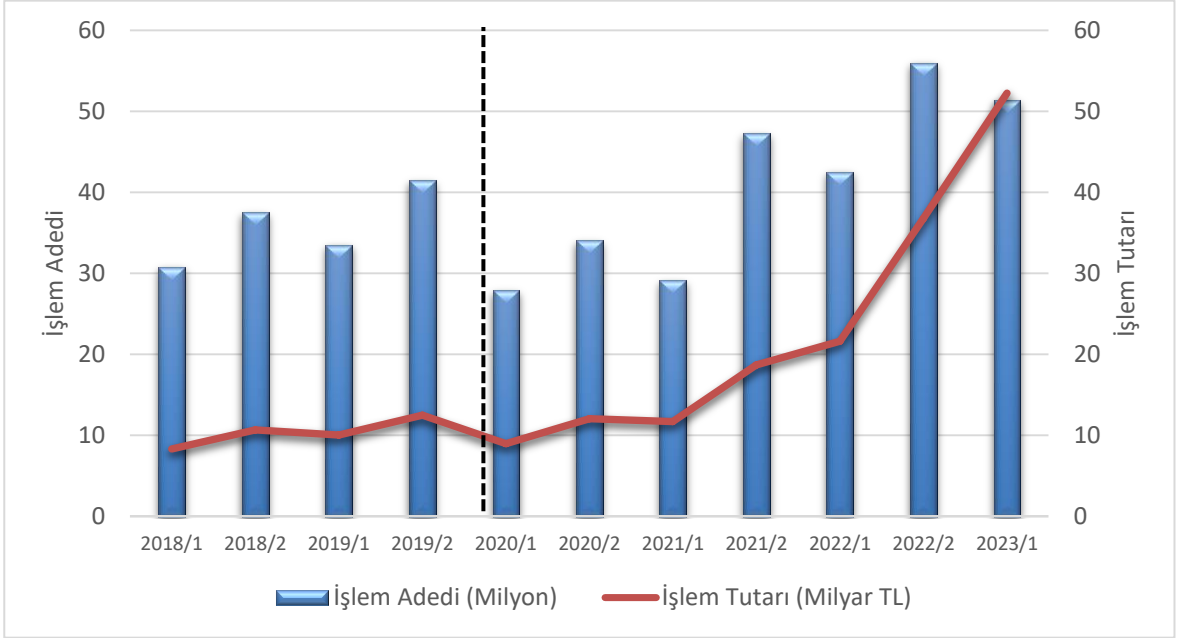
İşlem tutarı miktarlarına bakıldığında ise 2018 yılının ilk altı aylık döneminden 2019 yılının son altı aylık dönemine kadar sürekli bir artış gözlemlenmiştir. 2020 yılının ilk altı aylık dönemini bir önceki dönemle karşılaştırdığımızda işlem tutarı miktarı neredeyse aynı kalmıştır. Bireyler pandemi sürecinin getirdiği olumsuz ruh hali durumundan kurtulmak için sosyalleşmeye ihtiyaç duydu (Aşkın vd., 2019). Bu sosyalleşme ihtiyacı 1 Mart 2021 tarihinde uygulanmaya başlanan kontrollü normalleşme adımıyla sağlandı. Grafiğe bakıldığında 2021 yılının ilk altı aylık döneminden itibaren işlem tutarında meydana gelen artışın bu sebeple ortaya çıktığı düşünülmektedir.

4.2. Eğitim/Kırtasiye/Ofis Malzemeleri

COVID-19 virüsü kapsamında tedbir ve kısıtlamaların uygulandığı bir diğer sektör de eğitim sektörüdür. Eğitim kurumlarındaki ortam gereği öğrenciler, eğitimciler ve de personellerin etkileşimi oldukça fazladır. Bu ortam da virüsün çok daha hızlı bir şekilde yayılmasına zemin hazırlayacak bir faktördü. Bu süreçte ülkeler, salgının daha da yayılmasını önlemek amacıyla eğitim kurumlarının kapatılıp alternatif bir yol olarak da uzaktan eğitime geçilmesine karar kılmıştı. Alınan bu karar neticesinde bireylerin etkileşimi azaldığı için hem salgına karşı daha etkin bir müdahale sağlanacak hem de eğitim sekteye uğramamış olacaktı. Eğitim kurumlarının uzaktan öğretim modeline geçmesi, kırtasiye ürünlerine olan ihtiyaç ve talebin düşmesine sebep oldu.

Grafik 2'ye bakıldığında eğitim, kırtasiye ve ofis malzemelerine ait işlem adedi ve işlem tutarı miktarları görülmektedir. COVID-19'un etkisini gösterdiği dönem olan 2020 yılına bakıldığında bu dönemde eğitim, kırtasiye ve ofis malzemelerine ait işlem adetlerinde gözle görülür bir azalışın meydana geldiğini söylemek mümkündür. 2021 yılından sonra ise hem eğitimin hibrit modele geri dönmesi hem de çalışma hayatındaki normalleşmeyle beraber bu dönemden itibaren işlem adedi miktarı artmaya başlamıştır.

2020 yılının ilk altı aylık kısmı, bir önceki dönem ile kıyaslandığında kredi kartı işlem tutarının yaklaşık %28 oranında azaldığı görülmüştür. 2021'in ilk altı aylık döneminde ise hem eğitimin hibrit modele geri dönmesi hem de çalışma hayatındaki normalleşme adımlarıyla beraber bu dönemden itibaren işlem tutarı miktarlarında artış gözlemlenmiştir. 2022 yılından itibaren tamamen örgün eğitime geri dönülmesiyle beraber kredi kartı işlem tutarlarında artış gözle görülür bir şekilde gerçekleşmiştir.

Grafik 2. Eğitim/Kırtasiye/Ofis Malzemeleri Sektörü

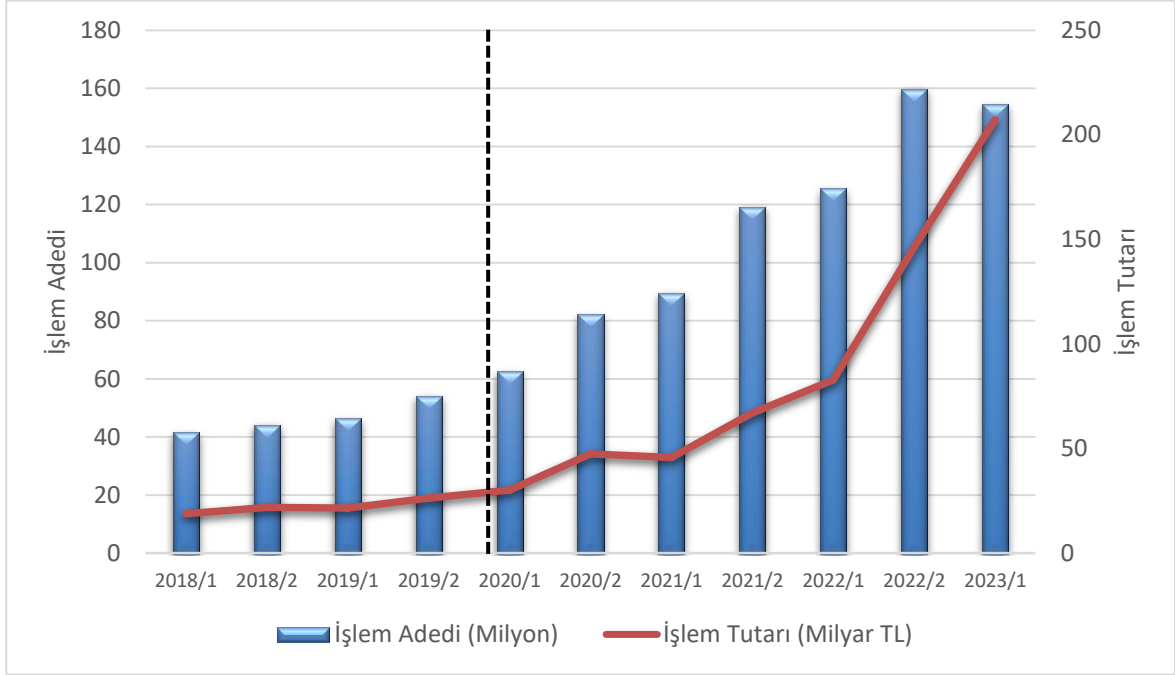
Kaynak: BKM

Grafik 2’de dikkat çeken bir diğer nokta ise şudur; yılların ilk altı aylık dönemlerinde gerçekleştirilen işlem adedi ve işlem tutarlarının, aynı yılların son altı aylık dönemlerine göre nispeten daha düşük bir seviyede olduğudur. Bu belirgin düşüş, genellikle okulların Eylül ayında açılmasına bağlanabilir.

4.3. Elektrik-Elektronik Eşya, Bilgisayar

Okulların uzaktan eğitime geçişi ve iş hayatının uzaktan yürütülmesi ile teknolojik cihazlara karşı olan talebinin arttığı düşünülmektedir. Bilgisayar, web kamera ve diğer teknolojik aletler bu dönemde tüketiciler tarafından sıklıkla satın alınmıştır.

Grafik 3’te Elektrik-elektronik eşya ve bilgisayar ürünlerine yönelik işlem adetleri ve işlem tutarları incelenmiştir. İlk olarak, 2018 yılının ilk altı aylık döneminden 2020 yılının ilk altı aylık dönemine kadar olan süreçte işlem adedi miktarında sürekli bir artış gözlenmiştir. 2020 yılının ikinci dönemine ilişkin verilere bakıldığında ise, işlem adedi miktarının bir önceki döneme göre belirgin bir şekilde arttığı tespit edilmiştir. Bu artış eğilimi, 2022 yılının son altı aylık dönemine kadar devam etmiş ve sürekli bir artış göstermiştir. Ancak, 2023 yılının ilk altı aylık döneminde işlem adedi miktarında yaklaşık %4’lük bir azalma gözlemlenmiştir.

Grafik 3. Elektrik-Elektronik Sektörü

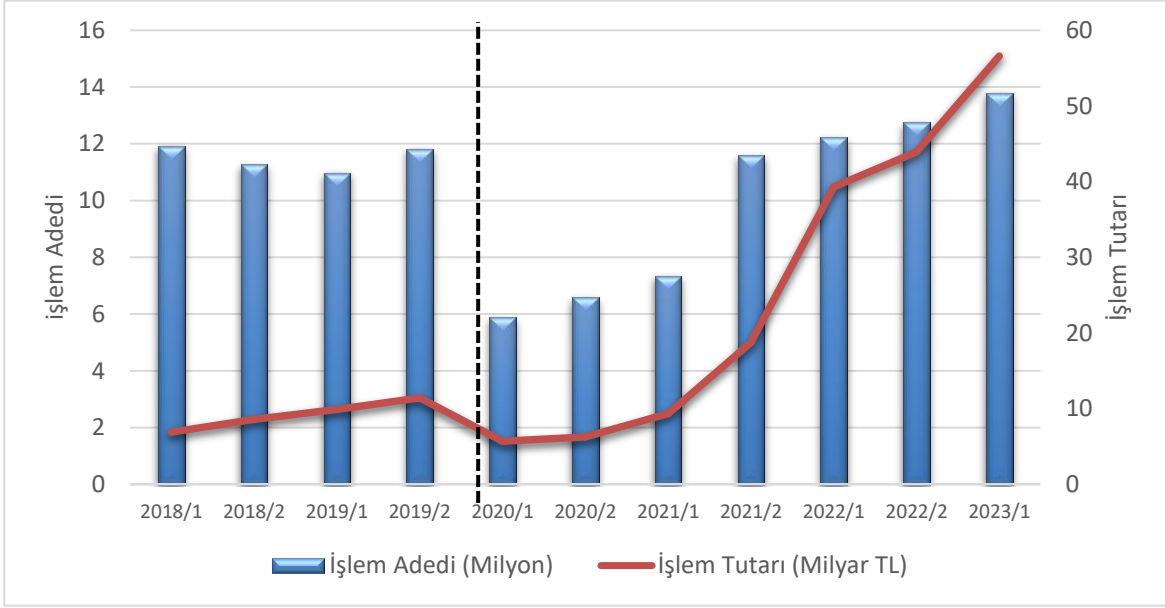
Kaynak: BKM

COVID-19 virüsünün etkisini gösterdiği yıla kadar olan süreçte yapılan harcama miktarlarına bakıldığında bir artış mevcut olduğunu fakat bu artışın düşük oranlarda gerçekleştiği görülmektedir. 2020 yılına gelindiğinde ise işlem tutarı miktarının önceki yıllara kıyasla oldukça arttığını söylemek mümkündür. 2021 yılının ilk altı aylık döneminde normalleşme sürecinin etkisinden olacak ki, kredi kartı harcamaları bir önceki döneme göre azalış göstermiştir. Bu sektöre ait yapılan harcama miktarlarının 2021 yılının son altı aylık döneminden itibaren sürekli olarak arttığı görülmektedir.

4.4. Havayolu Sektörü

COVID-19 döneminde dış ülkelere gelen bireyler bir tehdit unsuru oluşturduğu için ülkeler seyahat kısıtlamalarına yönelik bazı kararlar almıştı. Türkiye, 27 Ocak 2020 tarihinde ilk vakanın görüldüğü yer olan Çin'e yapılacak seyahatler için uyarılarda bulundu. Daha sonra ise Türk Hava Yolları 31 Ocak 2020 tarihinde alınan kararla birlikte Çin'e yapılacak uçuşları 9 Şubat tarihine kadar durdurulmuştu. Alınan tüm bu kararlar da havayolu sektörüne ait harcamalar üzerinde bir azalışı beraberinde getirmiştir.

Grafik 4'te havayolu sektörüne ait işlem adetleri ve işlem tutarları verilmiştir. Gerçekleşen işlem adedi miktarı 2018 yılının ilk altı aylık dönemi ile 2019 yılının son altı aylık dönemleri arasında yüksek bir seviyeye tekabül etmektedir. 2020 yılında uygulanan uçuş iptalleri ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle işlem adedi miktarında yaklaşık %50'lik bir düşüş yaşanmıştır. Yaşanan bu düşüş neredeyse bir önceki dönemde gerçekleşen işlem tutarının yarısı kadardır. Alınan tedbirlerin gevşetilmesi ve normalleşme döneminin etkisiyle beraber 2021 yılının son altı aylık kısmında itibaren işlem adedi miktarları, salgın öncesindeki seviyeye kadar çıkmıştır.

Grafik 4. Hava Yolları Sektörü

Kaynak: BKM

2018 yılından 2019 yılının sonuna kadar olan dönemde kredi kartı harcamaları, pozitif bir eğilim göstermiştir. 2020 yılına gelindiğinde tıpkı işlem adedi miktarında görülen azalış gibi işlem tutarı miktarında da yaklaşık %50'lik bir azalış söz konusu olmuştur. Meydana gelen bu azalış miktarı 2021 yılının son altı aylık döneminden itibaren önceki dönemleri geride bırakarak artış eğilimi göstermiştir.

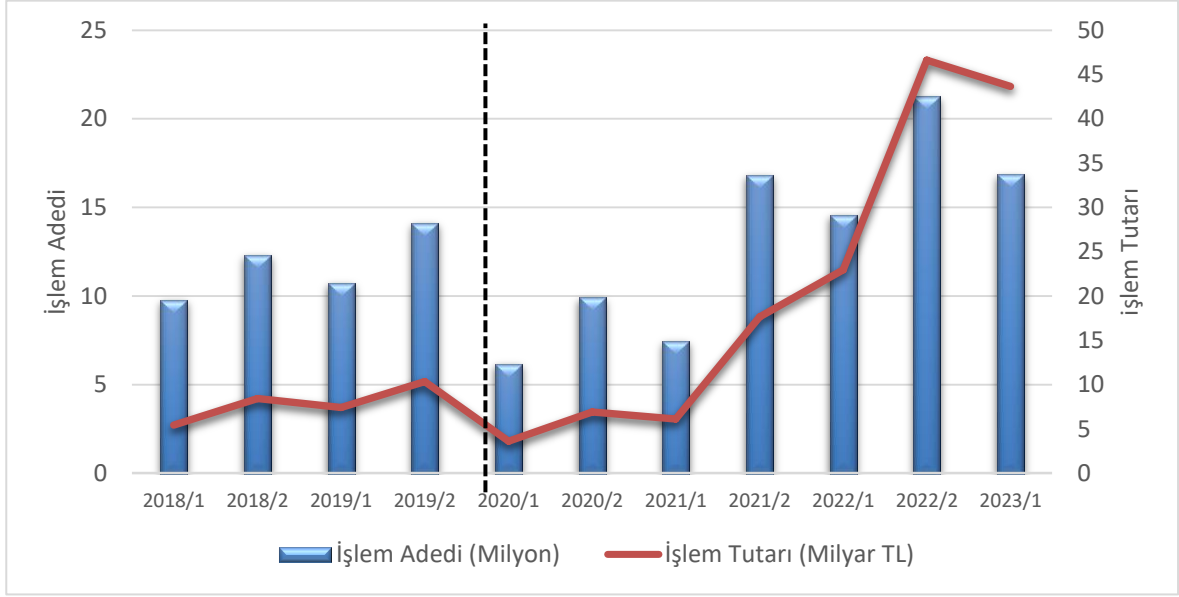
4.5. Konaklama Sektörü

Salgın nedeniyle ülkeler arasında uygulanan seyahat kısıtlamaları ve uçuş iptalleri nedeniyle sektöre uğrayan turizm faaliyetleri beraberinde konaklama sektörünü de ciddi bir şekilde etkilemiştir (Ayaydın ve Pilatin, 2021). COVID-19'un meydana getirdiği bazı endişeler nedeniyle bu dönemde birçok tatil planı iptal edildi. Konaklama sektöründe faaliyet gösteren bazı işletmeler salgının etkisiyle geçici veya kalıcı olarak kapanarak faaliyetlerine son verdi.

Grafik 5, 2020 yılının ilk döneminde gerçekleşen işlem adedi miktarının bir önceki yıla göre kıyaslandığında oldukça sert bir düşüşün yaşandığını göstermektedir. Gerçekleşen düşüş neredeyse önceki dönemin yarısına tekabül etmektedir. 1 Mart 2021 tarihinde uygulanmaya başlanan kontrollü normalleşme adımlarıyla beraber işlem adedi tutarı 2021 yılının son altı aylık döneminde artış eğilimi göstermiştir.

Yapılan işlem tutarı miktarlarına bakıldığında ise işlem adedi miktarında olduğu gibi 2020 yılında yaklaşık olarak %65'lik bir belirgin azalış yaşanmıştır. Bu azalış yine işlem adedi miktarında olduğu gibi 2021 yılının son altı aylık döneminden itibaren artış göstermeye başlamıştır.

Grafik 5. Konaklama Sektörü



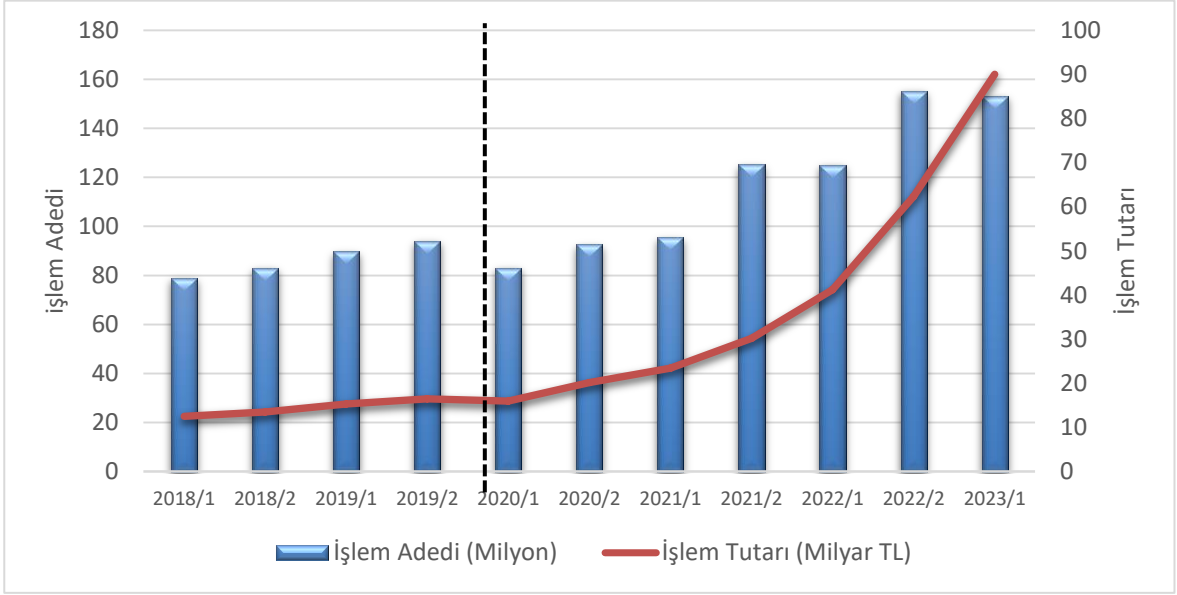
Kaynak: BKM

Grafik 5’de dikkat çeken bir diğer durum şudur; işlem adedi ve işlem tutarı miktarlarına odaklanıldığında, yılların son altı aylık dönemlerindeki artışın, ilk altı aylık dönemlere kıyasla daha fazla olduğudur. Özellikle son altı aylık dönemi kapsayan süreçte meydana gelen bu artışın sebebi olarak, Türkiye’de yaz turizminin daha hâkim olması gösterilebilir.

4.6. Sağlık/Sağlık Ürünleri/ Kozmetik Sektörü

Salgın dönemiyle beraber virüse yakalanmamak için kişisel hijyene ve sosyal izolasyona dikkat etmek çok önemli hale gelmişti. Kalabalık alanlarda maske takmak zorunluydu. Ayrıca dezenfektan, antibakteriyel sabun, gibi hijyen ürünler de gözde hale geldi.

İlk bakışta anlamsız gibi görünse de salgın sürecinde pozitif yönde yükseliş gösteren bir diğer sektör de kozmetik sektörüdür. Pandemi süresince hem virüsün etkilerinden korunmak hem de uygulanan sokağa çıkma yasakları nedeniyle bireyler vakitlerinin büyük bir kısmını evde geçiriyordu. Bireylerin daha doğrusu özellikle de kadınların evde kalmaları kişisel bakıma daha çok ilgi gösterilmesine sebep olmuştur. COVID-19 gibi ekonomiyi böylesine derinden etkileyen bir salgın döneminde bile elzem bir ihtiyaç olmamasına rağmen kozmetik sektöründe meydana gelen bu artışı ‘ruj etkisi’ ile açıklanabilir. Bu terim tüketicilerin, ekonominin belirsizlik dönemlerinde pahalı ve lüks ürünler yerine ruj ve makyaj malzemesi gibi küçük ve lüks sayılabilecek ürünlere olan talebinin arttığını açıklar.

Grafik 6. Sağlık/ Sağlık Ürünleri/ Kozmetik Sektörü

Kaynak: BKM

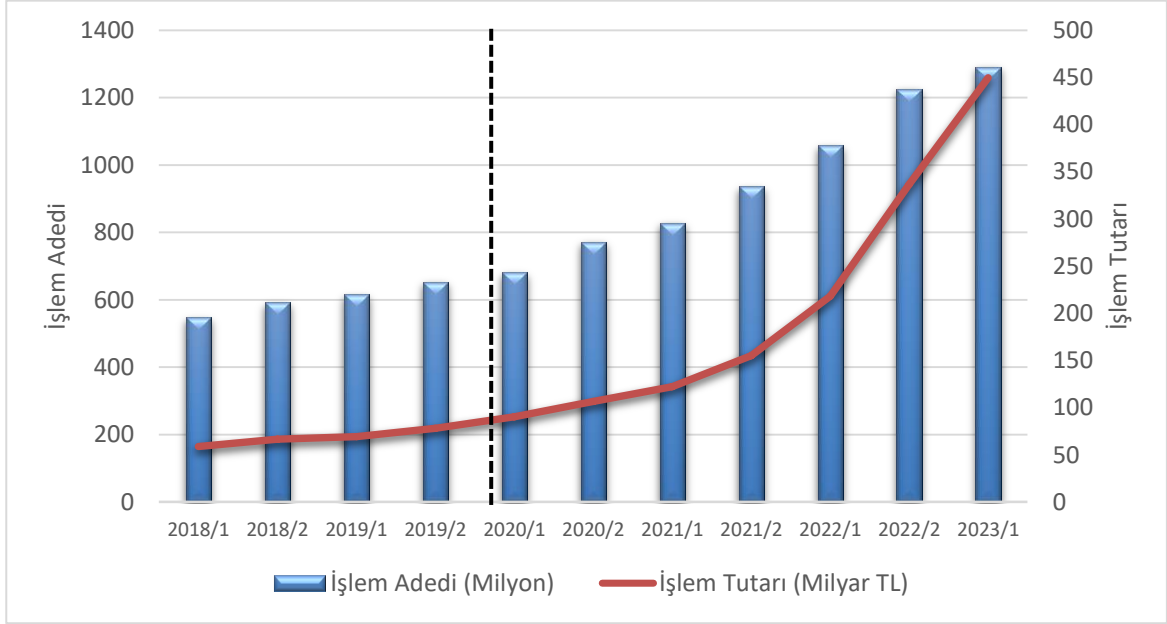
Sağlık/ sağlık ürünleri/ kozmetik sektörüne ait gerçekleştirilen işlem adetlerine bakıldığında 2018 ve 2019 yıllarında sürekli bir artış görülmüştür. Salgın dönemine gelindiğinde 2020 döneminin ilk yarısında önceki yıllara göre azalış yaşanmıştır. Meydana gelene azalış, 2020'nin ikinci yarısına gelindiğinde yerini tekrar artışa bırakmıştır.

Yapılan işlem tutarlarına bakıldığında salgın dönemiyle beraber bir azalışın meydana geldiğini söylemek mümkündür. Özellikle de 2020 yılının son altı aylık döneminden 2023 yılının ilk altı dönemine kadarki süreçte yapılan işlem tutarında önemli bir artış gözlemlenmiştir.

4.7. Market ve Alışveriş Merkezleri

COVID-19 salgınının nasıl bir seyir izleyeceğinin tam olarak bilinmemesinden dolayı tüketicilerde stok yapma ihtiyacı doğmuştur. Bu dönemde özellikle temel tüketim malzemelerinde bir talep artışı yaşanmıştır. Sokağa çıkma yasağının başladığı günlerde tüketiciler marketlere akın edip ihtiyaçlarını temin etme ve belirsizlik durumunun getirdiği endişeyle de stok yapma yoluna gitmişlerdir.

Market ve alışveriş merkezi (AVM) sektöründe yapılan işlem adetlerine bakıldığında tüm yıllarda sürekli bir artışın meydana geldiği görülmektedir. Grafikte özellikle 2020 yılının ikinci dönemi dikkat çekmektedir. Bu dönemde salgınla mücadele amacıyla uygulanan sokağa çıkma yasakları ve bireylerin salgının nasıl bir seyir izleyeceğinin tam olarak bilememelerinden ötürü market ve AVM işlem adetlerinde artış yaşanmıştır. Tüketiciler belirsizlik durumunun getirdiği endişeyle temel ihtiyaç malzemelerinde stok yapma yoluna gitmişlerdir.

Grafik 7. Market ve Alışveriş Merkezi Sektörü

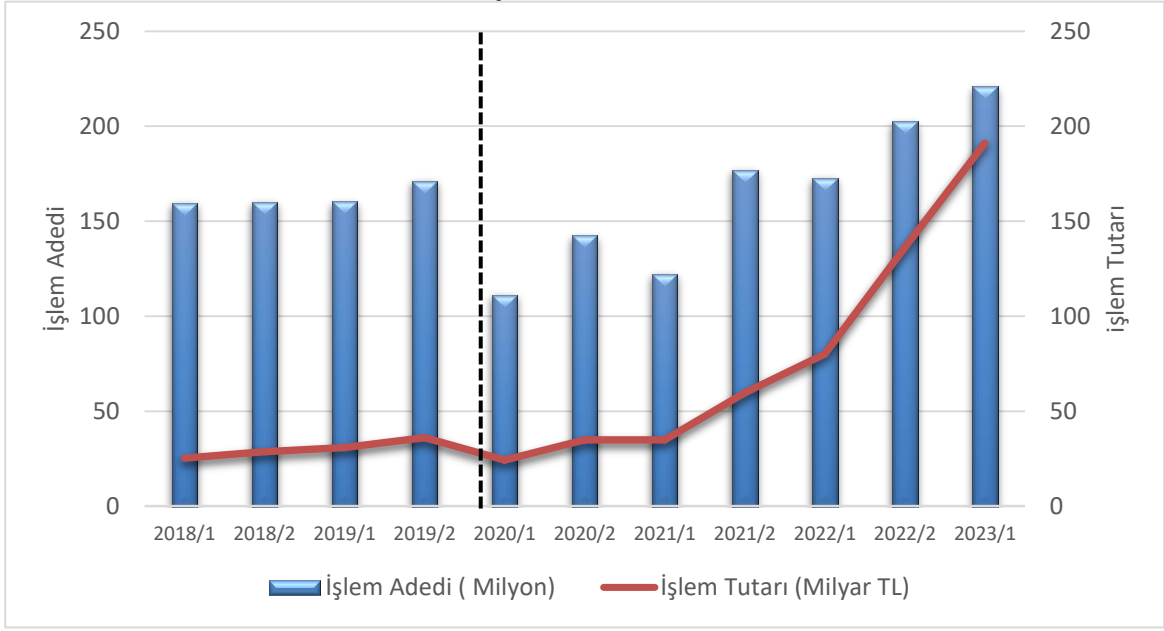
Kaynak: BKM

İşlem tutarı miktarına bakıldığında ise sürekli bir artış mevcut olduğunu fakat 2020 yılının birinci ve ikinci döneminde gerçekleşen işlem tutarlarının, önceki yıllara nazaran daha yüksek bir oranda gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

4.8. Giyim ve Aksesuar Sektörü

Kapanma döneminde azalan sosyal etkileşim, giyim ve aksesuar sektörünü de etkilemiştir. Ayrıca çalışma hayatının çevrim içi biçimde yürütülmesi giyim ve aksesuar sektörüne olan talebin düşünde etki yaratmıştı. İş yerlerinde daha şık ve özenli kıyafetler tercih edilirken eve kapanma dönemiyle bu tercih yerini rahat ve günlük kıyafetlere devretmişti. Bu durumda tüketicilerin yeni giysi ve aksesuara olan ihtiyacını azalmış oldu. Ayriyeten tüketiciler giyim ve aksesuar ihtiyaçlarını fiziksel mağazalar yerine çevrim içi alışveriş siteleriyle karşılama yoluna gitmiştir.

Grafik 8'e bakıldığında 2020 yılına gelinceye kadarki süreçte işlem adedi miktarı oldukça yüksektir. Özellikle 2019 yılının ikinci döneminde gerçekleşen işlem adedi miktarı önceki dönemlere göre daha yüksek bir oranda gerçekleşmiştir. Salgın dönemine gelindiğinde ise işlem adedi miktarı önceki dönemlere kıyasla oldukça sert bir düşüş yaşamıştır.

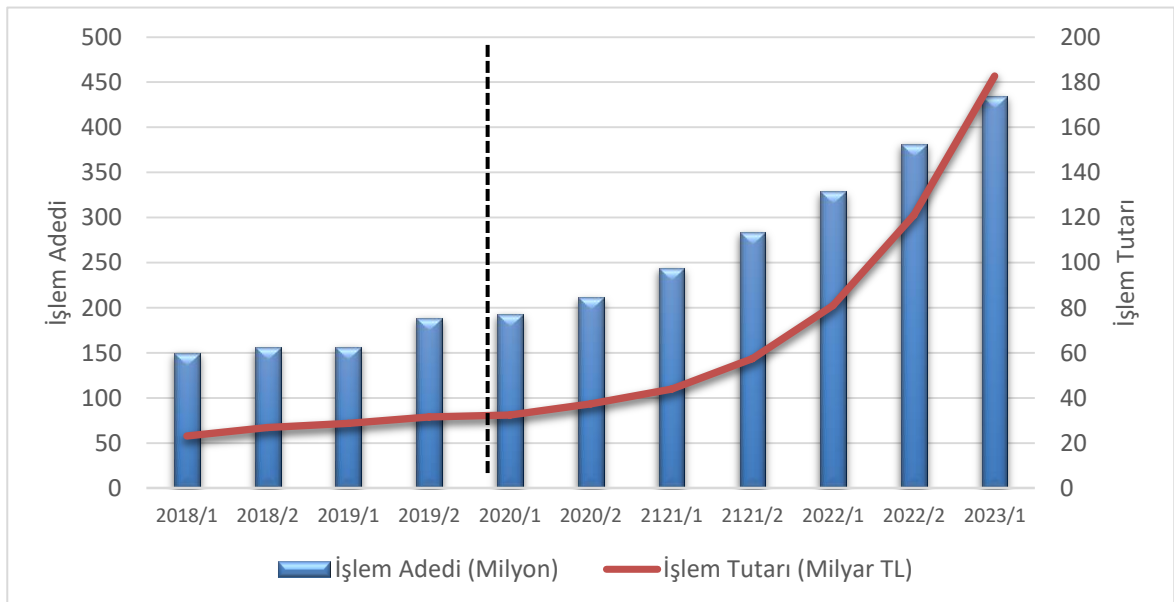
Grafik 8. Giyim ve Aksesuar Sektörü

Kaynak: BKM

Yapılan işlem tutarı miktarına bakıldığında salgın dönemi öncesinde sürekli bir artış yaşandığını görmekteyiz. Ancak salgın dönemiyle beraber bu artışın yerini düşüşe bıraktığını görmekteyiz.

4.9. Çeşitli Gıda Sektörü

COVID-19 pandemisi en çok gıda sektörünü etkilemiştir, çünkü gıda sektörü diğer sektörlerden farklı olarak gündelik yaşam için vazgeçilmez olan temel tüketim ürünlerini üretmektedir. (Marangoz ve Akçam,2023).

Grafik 9. Çeşitli Gıda Sektörü

Kaynak: BKM

Gıda sektörü temelinde et marketleri ve perakendeciler, tatlılar, çerezler ve şekerleme dükkanları, süt ürünleri mağazaları, fırınlar, çeşitli yiyecek dükkanları gibi segmentleri içerisinde barındıran bir sektördür. Salgın döneminde ülkeler arası uygulanan ticaret kısıtlamaları nedeniyle gıda sektörü sekteye uğradığı düşünülmektedir.

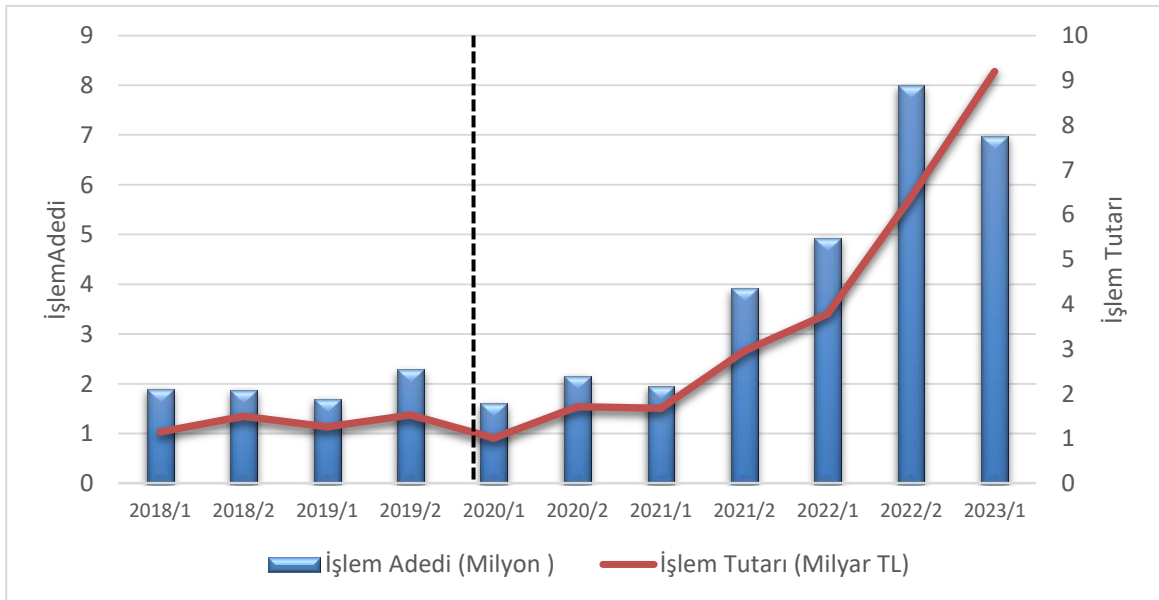
Grafik 9’da verilen işlem adedi miktarlarına bakıldığında bu sektörde yaşanan artışın 2019 yılının ikinci yarısından itibaren olduğu görülmektedir. 2019 yılının öncesindeki dönemlerde yapılan işlem adedi tutarı bu yıla kıyasla bakıldığında düşük bir seviyededir. İşlem tutarı miktarına bakıldığında ise harcama miktarının her geçen gün arttığını söylemek mümkündür. Meydana gelen bu artışa sebep olarak Covid-19 pandemisi sürecinde tüketicilerin gıda ürünlerini stok yapma eğilimleri, insanların evde daha fazla zaman geçirmesi, kafe ve restoranların kısıtlamalardan dolayı kapalı olması gösterilebilir. Bu durum, dışarıdan hazır gıda alma eğiliminde de bir artışa neden olmuştur (Hacıoğlu, 2021).

4.10. Araç Kiralama Sektörü

Salgın sürecinde konaklama tesislerindeki tedbirlerin arttırılması ve uygulanan seyahat kısıtlamaları, bireylerin tatil yapmaktan kaçınmasına neden olmuştur. Bireylerin bu tutumu dolaylı yoldan da olsa araba kiralama şirketlerine olan talebi etkilemiştir.

Ayrıca uygulanan sokağa çıkma yasakları da bu sektöre yönelik yapılan harcamalarda bir azalışın meydana gelmesine sebebiyet vermiştir. Grafik 10’a bakıldığında araba kiralama sektöründeki işlem adedi miktarının 2020 yılının ilk yarısında önceki dönemlere göre düştüğü görülmektedir. Salgın sürecinin devam ettiği 2020 yılının ikinci yarısında yapılan işlem adedi artmış olsa da bu artış salgın öncesi dönemdeki oranı yakalayamamıştır.

Grafik 10. Araba Kiralama Sektörü



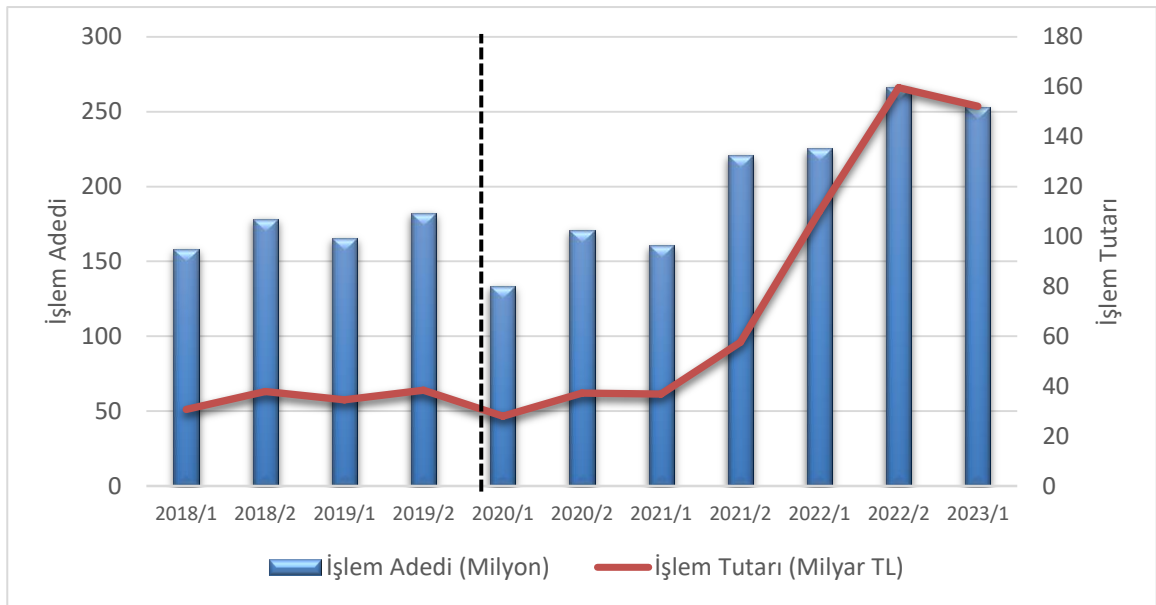
Kaynak: BKM

2020 yılının ilk yarısını kapsayan dönem, bir önceki dönemle kıyaslandığında yapılan işlem tutarında bir düşüşün meydana geldiğini söylemek mümkündür. 2021 yılının ikinci yarısından itibaren görülmeye başlanan yükselişin de kontrollü normalleşme adımları neticesinde olduğu düşünülmektedir.

4.11. Benzin ve Yakıt İstasyonu Sektörü

Salgın döneminde uygulanan sokağa çıkma yasakları, seyahat kısıtlamalarının yanında eğitim ve iş hayatının çevrim içi modelle yürütülmesi tüketicilerin benzin ve yakıtı olan ihtiyacını azaltmıştır. Bu dönemde bireyler, zamanının büyük bir kısmını evde geçirdiğinden dolayı dışarıya çıkma ihtiyaçları pek olmamıştır.

Grafik 11. Benzin ve Yakıt Sektörü



Kaynak: BKM

Grafik 11’de benzin ve yakıt istasyonlarına ait işlem adedi tutarlarına bakıldığında salgın döneminin etkisiyle beraber 2020 yılında belirgin bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Salgın döneminde uygulanan kısıtlayıcı tedbirler nedeniyle tüketicilerin benzin ve akaryakıtta olan talepleri azalmış, bu durum da işlem adedi miktarına yansımıştır. Bu durum petrol fiyatlarında düşüşe ve akaryakıt istasyonlarında satışların azalmasına neden olmuştur. 2021 yılının ikinci yarısından itibaren yapılan işlem adedi tutarlarında bir toparlanma süreci görülmektedir.

Bakıldığında işlem tutarı miktarının da salgın dönemine gelinmesiyle beraber düşüş yaşandığı görülmektedir. Bu sektörde yaşanan düşüşe sebep olarak salgın döneminde uygulanan seyahat kısıtlamaları gösterilebilir (Büyük ve Can, 2020).

Grafik 11’de, 2023 yılında yapılan işlem adedi ve işlem tutarı miktarlarının, bir önceki döneme göre kıyaslaması yapıldığında bir düşüşün söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. Meydana gelen bu düşüşün sebebi olarak döviz kurunun yükselmesi sebep olarak gösterilebilir. Artan döviz kuru, akaryakıt ve benzin

maliyetlerini etkilemiş olabilir (Ertekin, 2018).

5. Tartışma ve Sonuç

COVID-19 virüsü 2019 yılında ilk olarak çinin Wuhan kentinde ortaya çıkıp ardından da tüm dünyaya yayılmıştır. Günden güne artan ölüm oranlarıyla beraber dünya sağlık örgütü 2020 yılı mart ayında COVID-19 virüsünü pandemi olarak tanımlamıştır. Salgın öksürük, hapşırık ve yakın temas yoluyla bulaştığından ötürü bu dönemde bireyler toplu alanlarda dikkat etmek zorundaydı. Hükümetler, vatandaşlarını salgının etkilerinden korumak ve salgının yayılımını önlemek adına birçok kısıtlayıcı tedbir uygulamaya başlamışlardı. Uygulanan tedbirler bireylerin rutinlerini değiştirerek onlara yeni alışkanlıklar kazandırmıştı. Bu dönem eğitim-öğrenim ve iş yaşamı çevrim içi olarak yürütüldü. Yeme-içme, kültür, sanat gibi sektörlerde faaliyet gösteren işyerleri kapatıldı. Ayrıca maske ve mesafe kuralları uygulandı. Alınan tüm tedbirler toplum sağlığını korumak maksadıyla yapılmış olsa da tedbirlerin ekonomiye yansiyış şekli farklı olmuştur.

Çalışmada; hizmet sektörleri, eğitim/ kırtasiye/ ofis malzemeleri, elektrik-elektronik eşya bilgisayar, havayolları, konaklama, sağlık/ sağlık ürünleri/ kozmetik, market ve alışveriş merkezleri, giyim ve aksesuar, çeşitli gıda, araba kiralama, benzin ve yakıt istasyonlarını baz alınarak 2018'den 2023 yılının ilk altı aylık dönemlerinde bu sektörlerde gerçekleştirilen işlem adedi ve kredi kartı ile yapılan işlem tutarı miktarları incelenmiştir. Baz alınan sektörlerde yapılan kredi kartı işlem adedi ve işlem tutarı miktarlarının salgın dönemi öncesinde ve sonrasındaki durumu kıyaslanarak salgın döneminin tüketici harcamaları üzerindeki etkisi saptanmıştır.

Araba kiralama ve benzin/yakıt istasyonları sektörü üzerinden yapılan işlem adedi ve işlem tutarlarına bakıldığında COVID-19 dönemiyle beraber bu sektörlerde bariz bir azalışın meydana geldiği görülmektedir. Bu azalışa sebep olarak seyahat kısıtlamaları, karantina önlemleri gösterilebilir. Çeşitli gıda sektöründe, temel gıda ürünlerine olan talep artarken, restoranların kapanması ve dışarıda yemek tüketiminin azalması nedeniyle gıda sektörü çeşitli şekillerde etkilenmiştir. Salgın döneminde okul ve üniversitelerin kapatılması ve home Office şeklinde çalışılması nedeniyle eğitim-kırtasiye- ofis malzemelerine olan işlem adedi ve işlem tutarı miktarı salgın döneminde azalmıştır. Eğitim faaliyetlerinin çevrim içi şekilde yürütülmesi ve home Office sisteminin kullanılması tüketicilerde teknolojik aletlere yönelik bir talep doğurmuştur. Bu nedenle de salgın döneminde Elektrik-Elektronik Eşya ve Bilgisayar harcamaları artmıştır. Salgın döneminde azalan sosyal etkileşim nedeniyle bireyler zamanlarının büyük bir kısmını evlerinde geçirdi. Bu da salgın dönemiyle beraber giyim ve aksesuar harcamalarında bir düşüşü meydana getirmiştir. Uygulanan seyahat kısıtlamaları, uçuş iptalleri nedeniyle havayolları sektörüne yapılan harcamalar salgın döneminde oldukça düşmüştür. Ayrıca bu sektörde meydana gelen azalış konaklama sektöründe de bir azalışı beraberinde getirmiştir. Restoran, kafe ve birçok işletme sosyal mesafe ve kapanma tedbirleriyle

beraber büyük ölçüde etkilendi. Alınan tedbirler salgın döneminde bu sektöre yönelik yapılan harcamaları düşürmüştür. Market ve alışveriş merkezleri üzerinden yapılan harcamalara bakıldığında ise tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama ve stok yapma amacıyla bu sektör üzerindeki harcamalarının arttığı görülmektedir. Sağlık-sağlık ürünleri-kozmetik sektörüne bakıldığında salgın, hijyen ürünlerine olan talebi artırırken, bazı kozmetik ürünlerine olan talebi azaltmıştır.

Bu çalışmada, COVID-19 pandemisinin tüketici harcamaları üzerindeki etkisini analiz etmek amacıyla çeşitli sektörlerde gerçekleştirilen işlem adedi ve kredi kartı ile yapılan işlem tutarı miktarları incelenmiştir. Salgın dönemi öncesinde ve sonrasında bu sektörlerdeki durumlar karşılaştırılarak, salgının sektörler üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Bulgulara göre, tüketici ihtiyaçlarına hızlı ve etkili bir şekilde cevap verebilen işletmelerin COVID-19 dönemini başarıyla atlatırken, uyum sağlayamayan sektörlerin mali zorluklarla karşılaştığı görülmüştür. Örneğin, araba kiralama ve benzin/yakıt istasyonları gibi sektörlerde bariz bir azalış meydana gelirken, market ve alışveriş merkezleri gibi sektörlerde ise harcamalarda artış gözlemlenmiştir. Sonuç olarak, salgın dönemiyle birlikte sektörler arasında belirgin farklılıklar ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Birincisi, veri analizi sırasında kullanılan kaynaklara ilişkin belirli sınırlamalar mevcuttur. İkincisi, çalışmada ele alınan sektörlerin dışındaki diğer sektörlerin de analiz edilmesi farklı sonuçlar ortaya çıkarabilir. Gelecek çalışmalarda, farklı sektörlerin COVID-19 dönemindeki performansı daha detaylı bir şekilde incelenebilir veya tüketici davranışlarına yönelik anket veya odak grup çalışmalarıyla desteklenmiş bir analiz gerçekleştirilebilir.

Teşekkür

Bu araştırmayı mümkün kılmak için zamanlarını ve uzmanlıklarını cömertçe bağışlayan başta Doç. Dr. Abdulmuttalip Pilatin olmak üzere Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fındıklı Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu hocalarına teşekkür ederiz.

Çıkar Çatışması

Yazar, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve/veya yayınlanması ile ilgili olarak herhangi bir potansiyel çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Onay Formu

Bu çalışmada onay formuna ihtiyaç duyulmamıştır.

Finansman

Bu çalışmada finansman kullanılmamıştır.

ORCID

^a Fatma Güçlü, <https://orcid.org/0009-0002-9395-4374>

^b Ali Şahin, <https://orcid.org/0009-0002-3359-9614>

KAYNAKÇA

- Akçam, G., & Marangoz, M. (2023). Covid-19 Pandemisinin Sektörlere Etkisi: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Hitit Ekonomi ve Politika Dergisi*, 3(1), 20-46.
- Arslan, İ., & Bayar, İ. (2020). Covid-19 Salgını, Ekonomik Etkileri ve Küresel Ekonominin Geleceği. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 87-104. <https://doi.org/10.21547/jss.773356>
- Ayaydın, H., & Pilatin, A. (2021). COVID-19 Küresel Pandemisinin Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (Kobi) Etkileri: Tespitler ve Politika Önerileri (1-30). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde (Kobi) Muhasebe ve Finans Üzerine Güncel Araştırmalar, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Bayrak, A. Z., Cihan, K., Mirasedoğlu, M. U., & Dilek, Ö. (2017). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fındıklı Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Öğrencilerinin Kredi Kartı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 223-239.
- Büyük, Ö., & Emel, C. (2020). Covid-19 Salgınının Türk Turizmine Etkisi: Seyahat ve Konaklama Endüstrileri Üzerine Değerlendirme. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 312-331.
- Çalियurt, H. B. (2022). Bir Sağlık Krizi Olan Covid-19 Pandemisinin Makroekonomik Performansa Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme. *Toplum Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 3(2), 25-56.
- Demirdöğmez, M., Taş, H. Y., & Gültekin, N. (2020). Koronavirüs' ün (Covid-19) e-ticarete etkileri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(29), 1907-1927.
- Dilara, A., Dilek, Ö., Pilatin, A., & Bayrak, A. Z. (2020). Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Doğu Karadeniz Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 245-265.
- Dilek, Ö. (2023). Covid-19 Salgınının Banka ve Kredi Kartlarıyla Yapılan Harcamalara Etkisi (65-80). Ekonomik, Mali ve Finansal Uygulamalara Yönelik Ampirik Analizler, Editör: Karabulut, Şahin. Afyonkarahisar: Yaz Yayınları.
- Doğan, M. (2021). Covid-19 Öncesi ve Sonrası Dönemlerinde Tarım, Sanayi ve Turizm Sektörleri Kamu, Mevduat ve Katılım Bankalarının Kredi Performanslarına Etkisi. *Academic Knowledge*, 4(2), 249-266.
- BKM, 2024. Dönemsel Bilgiler, Bankalararası Kart Merkezi, <https://bkm.com.tr> (09.01.2024)
- Duygun, A. (2020). Covid-19 Pandemisi Sırasında Tüketicilerin Yaşam Tarzlarının Değerlendirilmesi. *Econder International Academic Journal*, 4(1), 232-247. <https://doi.org/10.35342/econder.744621>
- Dündar, M. (2020). COVID-19'un Tüketici Harcamalarına Etkisi. *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı Değerlendirme Notu*.
- Ertekin, R. (2018). Akaryakıt Ekonomisi. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, (14), 44-61.
- Eryiğit, V., & Özdemir, L. (2023). Covid-19 Pandemi Döneminde Yükseliş Gösteren Sektörler: E-Ticaret. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 83-99.

- Gümüş, A. (2020). Covid'19'un Türkiye Ekonomisine Bazı Etkileri. *Şehir ve Medeniyet Şehir Araştırmaları Dergisi*, 6.
- Güven, H. (2020). Covid-19 Pandemik Krizi Sürecinde E-Ticarette Meydana Gelen Değişimler. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 251-268.
- Hacialioğlu, A., & Sağlam, M. (2021). COVID-19 Pandemi sürecinde tüketici davranışları ve e-ticaretteki değişimler. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(1), 16-29.
- İşgüzar, H. (2003). *Banka Kredi Kartı Sözleşmeleri*. Yetkin Yayınları.
- Karabulut, Ş. (2019). Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Enflasyon İlişkisi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 171-184. <https://doi.org/10.17541/optimum.472412>
- Kayabaşı, E. T. (2020). COVID-19'un Piyasalara Ve Tüketici Davranışlarına Etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 15-25.
- Kuzucu, S. (2022). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın Covid-19 Pandemisine Karşı Para Politikasının Bir Değerlendirmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23(Covid-19 Özel Sayısı), 265-279. <https://doi.org/10.31671/doujournal.1018858>
- Mehmet, İ., & Kadioğlu, C. T. (2020). Tüketicilerin Covid19 (Korona) Virüsüyle Artan Stoklama İsteğinin Online Satın Alma Davranışına Etkisi. *OPUS International Journal Of Society Researches*, 16(29), 1875-1906 <https://doi.org/10.26466/opus.716041>
- Pilatin, A. (2021). Tüketicilerin Kredi Kartı Kullanımını Etkileyen Faktörler: Ordu İli Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 1400-1426. <https://doi.org/10.33437/ksusbd.739952>
- Reisoğlu, S., Kartı, I. K., Kartı, B., & Kartı, A. K. (2004). *Banka Kredi Kartları Ve Uygulama Sorunları*. *Bankacılar Dergisi*, 49, 100-123.
- Sertkaya, B., & Seher, B. (2021). COVID-19 Salgınının Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri: Riskler Ve Olası Senaryolar. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(21), 147-167. <https://doi.org/10.53092/duibfd.911378>
- Tuğay, O., & Başgül, Ö. G. N. (2007). Önemli Bir Finansman Kaynağı Olarak Kredi Kartları: Kredi Kartlarının Kart Sahiplerinin Harcamaları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Burdur İlinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 215-226.
- Yılmaz, E. (1999). *Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması ve Ekonomik Etkileri* (Doctoral Dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Yusuf, A. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21. <https://doi.org/10.32572/guntad.703410>
- Zeybek, Z., Bozkurt, Y., & Aşkın, R. (2020). Covid-19 pandemisi: Psikolojik etkileri ve terapötik müdahaleler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 304-318.