

E-COMMERCE DIFFUSION PATH IN TURKEY

Özlem Fikirli

Ankara University, Turkey
ozlem_fikirli@hotmail.com

Hasan Şahin

Ankara University, Turkey
hasansahin68@gmail.com

Abstract:

As a result of the emergence of global internet network, the traditional concept of commerce leaves its place to e-commerce. In addition to reducing information asymmetries and transaction costs, e-commerce creates an increase in resource and time efficiency. The acceleration of digital transformation processes with the Covid-19 outbreak increases the importance of e-commerce. The e-commerce adaptation process should be supported in order to adapt to the new business cycle models that emerged after the pandemic and to achieve sustainable growth with productivity increases. The new trade network shaped by the new market structure can be turned into an opportunity especially for developing economies. Developing economies can take part in this new pattern which is occurred by the pandemic by supporting e-commerce adaptation processes and accelerating digital transformation. The aim of this study is investigating the factors that determine the diffusion path of e-commerce in Turkey with regression models in both the national and statistical regional levels. The factors determining the adaptation to e-commerce are discussed in the study on the basis of demographic characteristics, household characteristics and social interactions. The findings of the study reveal that besides demographic and household characteristics, social interactions have an important role in determining the e-commerce diffusion path.

Keywords: E-commerce, Social Interactions, Digital Transformation

JEL Codes: O33, L81, C31

TÜRKİYE'DE E-TİCARET DİFÜZYON PATİKASI

Özet:

Küresel düzeyde internet ağının oluşması sonucunda geleneksel ticaret kavramı yerini e-ticarete bırakmaktadır. E-ticaret bilgi asimetrilerini ve işlem maliyetlerini azaltmanın yanı sıra kaynak ve zaman verimliliği artışı yaratmaktadır. Covid-19 salgını ile birlikte dijital dönüşüm süreçlerinin ivme kazanması, e-ticaretin önemini artırmaktadır. Pandemi sonrasında ortaya çıkan yeni iş çevrimi modellerine uyum sağlanması ve verimlilik artışlarıyla sürdürülebilir büyümenin elde edilmesi için e-ticarete adaptasyon sürecinin desteklenmesi gerekmektedir. Yeni piyasa yapısı ile şekillenen yeni ticaret ağı özellikle gelişen ekonomiler için bir fırsata dönüştürülebilir. Gelişen ekonomiler, e-ticarete adaptasyon süreçlerini destekleyip dijital dönüşümü hızlandırarak pandeminin ortaya çıkardığı bu yeni desende yer alabilirler. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de e-ticaret difüzyon patikasını belirleyen unsurların hem ulusal hem de istatistiki bölge düzeylerinde regresyon modelleri ile araştırılmasıdır. Çalışmada e-ticarete adaptasyonu belirleyen unsurlar demografik özellikler, hane özellikleri ve sosyal etkileşimler temelinde ele alınmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular, demografik ve hane özelliklerinin yanı sıra sosyal etkileşimlerin e-ticaret difüzyon patikasının belirlenmesinde önemli bir yere sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: E-ticaret, Sosyal etkileşimler, Dijital dönüşüm

JEL Kodları: O33, L81, C31