

T.C.
NİĞDE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT BİLİM DALI

EV DIŞI GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: NAZILLI
ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Nuran YAZIRLI

Niğde
Temmuz, 2015

T.C.
NİĞDE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

EV DIŞI GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: NAZİLLİ
ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Nuran YAZIRLI

Danışman : Yrd. Doç. Dr. Filiz KUTLUAY TUTAR

Üye : Yrd. Doç. Dr. İbrahim YALÇIN

Üye : Yrd. Doç. Dr. Ahmet TURGUT

Niğde
Temmuz, 2015

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “*Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği*” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ve akademik kurallar çerçevesinde tez yazım kılavuzuna uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini onurumla doğrularım.

NURAN YAZIRLI

JÜRİ ONAY SAYFASI

Yrd. Doç. Dr. Filiz KUTLUAY TUTAR danışmanlığında Nuran YAZIRLI tarafından hazırlanan “ *Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği*” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi olarak Kabul edilmiştir.

Tarih:

JÜRİ:

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Filiz KUTLUAY TUTAR

Üye :

Üye :

Üye :

Üye :

Onay

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun Tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Tarih: .../.../...

Doç. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Bu çalışmada ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin Aydın ili Nazilli ilçesindeki durumu üzerinde rasgele örneklem seçilerek anket çalışması uygulanmıştır. İş bu ankette elde edilen sonuçlar analiz programı olan spss programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz edilen veriler ise akademik olarak betimlenmiştir.

İş bu çalışmanın başından itibaren emeğini, eleştirisini, desteğini esirgemeyen değerli danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Filiz KUTLUAY TUTAR'a teşekkürlerimi bir borç bilir, hayatım boyunca ve çalışmam sırasında maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen sevgili ve değerli aileme, anketlerde elde edilen verilerin analizinde yardımcı olan Aytül PAK'a, Hüseyin Görkem ÜZENĞİ ve Yasemin ÖZTÜRK YILMAZTEKİN'e teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET
YÜKSEK LİSANS TEZİ
EV DIŞI GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER:
NAZILLİ ÖRNEĞİ
YAZIRLI, Nuran
İktisat Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Filiz KUTLUAY TUTAR
Haziran 2015, 96 Sayfa

Bu çalışmada, ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörler incelenmiştir. Çalışmada ev dışı gıda tüketimi yapan hane halkların ne sıklıkla tüketim yaptıkları, günün hangi öğününü ev dışında tükettiklerine, ev dışı gıda tüketimini nerelerde gerçekleştirdiklerine ve ev dışı gıda tüketimini etkileyen aile üyesinin kim olduğu araştırılmıştır. Çalışmanın temel amacı Nazilli ilçesinin kentsel alanda ev dışı gıda tüketimini gerçekleştiren hanelerin ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörler ile ilişkilerini incelemektir.

Bu çalışmada, Aydın ilinin Nazilli ilçesinde kentsel alanda yaşayan 230 hane halkına anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 16.0 programıyla analiz edilmiştir. Ankete katılan 230 haneden %83,9 oranda ev dışı gıda tüketimi yaptığını, %16,1 oranda ev dışı gıda tüketimi yapmadığını tespit edilmiştir. Ev dışı gıda tüketimi etkileyen faktörlerin başında ailelerin gelirinin, annenin statüsünün, annenin eğitim seviyesinin, bireylerin medeni durumunun ve ailelerin sahip oldukları mal varlıklarının ev dışı gıda tüketimi ile karşılaştırmaları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ev Dışı Gıda Tüketimi, Hazır Gıda Tüketimi, Tüketim Fonksiyonu, Tüketimi Etkileyen Faktörler.

ABSTRACT
MASTER'S THESIS

**The Factors Which Act On Consumption Of Food At Out Of Home: Sample
Nazilli**

YAZIRLI,Nuran

Department of Economics

Thesis Advisor: Asst. Prof. Dr. Filiz KUTLUAY TUTAR

June 2015, 96 Page

In this study, the factors affecting out-of-home food consumption are aimed to be researched. In the study, how often the families consume the out-of-home food, in which repast they eat outside, where they eat and who effects the consumption of the out-of-home food are researched. The main objective of the study is to analyze the relationship between the households that consume out-of-home food in urban areas of the town Nazilli and the factors affecting out-of-home food consumption.

In the study, a survey was applied to 230 families living in urban areas of Nazilli, which is the town of province Aydn. The results of the surveys were analysed by the programme SPSS 16.0. From the results of the survey it is seen that %83.9 of the families applied survey consume out-of-home food, and the %16.1 of them don't consume it. The comparison with the out-of-home food consumption and family incomes, the status and the educational levels of mothers, marital status of the people, assets the families have which are the main factors affecting food consumption outside the home is analysed.

Key wrods: Consumption of out-of-home food, consumption of prepared food, consumption function, factors effecting consumptio

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	I
JÜRİ ONAY SAYFASI.....	II
ÖNSÖZ.....	III
ÖZET.....	IV
ABSTRACT.....	V
İÇİNDEKİLER.....	VI
TABLO LİSTESİ.....	IX
GRAFİKLER LİSTESİ.....	XI
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XII
EKLER LİSTESİ.....	XIII
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM FONKSİYONU VE TÜKETİM HARCAMALARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1.1. Ekonomik Faktörler.....	4
1.1.1. Tüketim ve Gelir.....	5
1.1.2. Tüketim ve Yatırım.....	5
1.1.3. Tüketim ve Tasarruf.....	6
1.1.4. Tüketim ve İktisadi Büyüme.....	7
1.1.5. Tüketim ve Gelir Dağılımı.....	8
1.1.6. Tüketim ve Beklentiler.....	12
1.1.7. Tüketim ve Servet.....	12
1.1.8. Tüketim ve Vergiler.....	13

1.1.9.	Tüketim ve İktisadi Refah.....	14
1.2.	Demografik Faktörler	14
1.3.	Psikolojik Faktörler	16
1.4.	Sosyal Faktörler.....	17
1.5.	Tüketim Gelir: Tüketim Fonksiyonu.....	18
1.6.	Tüketim teorileri.....	20
1.6.1.	Mutlak Gelir Teorisi	21
1.6.2.	Nispi Gelir Hipotezi.....	22
1.6.3.	Zamanlar Arası Tüketim Seçimi Teorisi.....	23
1.6.4.	Ömür Boyu Gelir Teorisi	25
1.6.5.	Sürekli gelir teorisi.....	26
1.6.6.	Rassal Yürüme Teorisi.....	27

İKİNCİ BÖLÜM

GIDA TALEBİ VE EV DIŞI GIDA TÜKETİMİ

2.1.	Gıda Talebi ve Gıda Piyasasındaki Tüketim Biçimleri.....	29
2.2.	Ev Dışı Gıda Sektörü.....	31
2.2.1.	Ev Dışı Gıda Tüketiminin Fırsat Maliyeti	31
2.3.	Araştırma Bölgesine Ait Bilgiler	31
2.3.1.	Coğrafi Yapı.....	31
2.3.2.	Nüfus.....	32
2.3.3.	Nazilli İlçesinin Ekonomik ve Sosyal Yapısı	33
2.4.	Ev Dışı Gıda Tüketimi Üzerine Yapılmış Çalışmalar.....	35
2.5.	Araştırmanın Metodu	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

NAZILLI İLÇESİNİN GELİR TÜKETİM İLİŞKİSİNİN ANALİZİ

3.1.	Araştırmanın Önemi	45
3.2.	Araştırmanın Amacı:	45

3.3. Araştırmanın Yöntemi:.....	45
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları:	46
3.5. Anket Sonuçlarının Betimsel Değerlendirmesi	46
3.5.1. Hane Halkının Demografik Özellikleri	46
3.5.3 . Ailenin Taşınır veya Taşınmaz Mal Varlıkları.....	50
3.5.4. Ailelerin Ekonomik Durumları.....	53
3.5.5. Ailelerin Gıda Alışverişlerinde ki Genel Tutumu	54
3.5.7. Ailelerin Gıda Ve Ev Dışı Gıda Harcamaları.....	57
3.5.8. Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketmeme Nedenleri	59
3.5.9. Ev Dışı Gıda Tüketme Nedenleri	59
3.5.10. Ev Dışı Gıda Tüketiminde Tercih Edilen Mekânlar.....	64
3.6. Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler	65
3.6.1.Ailenin Geliri.....	65
3.6.2. Annenin Statüsü ve Eğitimi.....	66
3.6.4. Ailenin Taşınır ve Taşınmaz Mal Varlığı.....	67
3.7.Nazilli’de Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlerin İlişkisinin Güçlü/Zayıf Analizi.....	68
SONUÇ ve ÖNERİLER	70
KAYNAKÇA.....	73

TABLO LİSTESİ

Tablo 1 Türkiye’de Yüzdeler Dilimlere Göre Gelir Dağılımı	11
Tablo 2 2014 Nazilli Nüfusunun Kadın Erkek Oranı	32
Tablo 3 Yıllara Göre Nazilli Nüfusu.....	33
Tablo 4 Nazilli İlçesinin Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Dağılı.....	33
Tablo 5 Nazilli İlçesi Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması	34
Tablo 6 Nazilli İlçesinin +6 Yaş Cinsiyete Göre Okuma Yazma Durumu.....	34
Tablo 7 Nazilli İlçesinin Nüfusunun Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Dağılımı	35
Tablo 8 Nazilli İlçesinin +15 Yaş Cinsiyete Göre Yasal Medeni Durumu.....	35
Tablo 9 Nazilli Mahallelerinin Nüfus Bilgileri	44
Tablo 10 Hane Halkının Genişliği	46
Tablo 11 Anket Yapılan Bireylerin Cinsiyetleri Ve Yaş Aralıkları.....	47
Tablo 12 Görüşülen Ailelerin Medeni Durumu	47
Tablo 13 Anne Eğitim Durumu.....	48
Tablo 14 Babanın Eğitim Durumu	48
Tablo 15 Babanın Statüsü	49
Tablo 16 Annenin Statüsü	49
Tablo 17 Ailenin Bağlı Olduğu Sosyal Güvenlik Kurumu	50
Tablo 18 Hane Halkının Ev Sahipliği	50
Tablo 19 Hane Halkının Araba Sahipliği	51
Tablo 20 Hane Halkının Yazlık Ev Sahipliği.....	51
Tablo 21 Hane Halkının Kişi Sayısıyla Hanede Bulunan Cep Telefonu Karşılaştırması	51
Tablo 22 Hane Halkının Derin Dondurucu Sahipliği.....	52
Tablo 23 Hane Halkının Mikro Dalga Fırını Sahipliği	52
Tablo 24 Hane Halkının Yayla Ev Sahipliği.....	52
Tablo 25 Hane Halkının Bilgisayar Sahipliği	52
Tablo 26 Hane Halkının DVD Sahipliği	53
Tablo 27 Hane Halkının Televizyon Sahipliği.....	53

Tablo 28	Hanenin Aylık Geliri.....	53
Tablo 29	Ailenizde Gıda Alışverişlerinizi Genellikle Kim Yapıyor.....	54
Tablo 30	Ev Dışında Yemek Yiyor musunuz?.....	54
Tablo 31	Ortalama Ev Dışında Öğün İçin Kişi Başı Ödediğiniz Ücret	55
Tablo 32	Günde Kaç Öğün Yemek Yiyorsunuz	55
Tablo 33	Hane Halkı Ev Dışı Gıda Tüketimini Hangi Öğün De Yapmaktadır	55
Tablo 34	Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Kişi Kimdir	56
Tablo 35	Ev Dışı Gıda Tüketimini Hangi Sıklıkla Yapmaktasınız.....	56
Tablo 36	Ailelerin Aylık Gıda Harcamaları Tutarı	57
Tablo 37	Ailelerin Aylık Ev Dışı Gıda Harcamaları Tutarı.....	57
Tablo 38	Aylık Gelir Ve Aylık Ev Dışı Gıda Harcamaları.....	58
Tablo 39	Aylık Gelir Ve Aylık Gıda Harcamaları.....	58
Tablo 40	Ev Dışında Yemek Yemeyi Tercih Etmeme Nedenleri.....	59
Tablo 41	Yemek Hazırlamak İçin Çaba Göstermiyorum.....	59
Tablo 42	Yemeklerin Lezzetli Olması	60
Tablo 43	Ev Dışı Gıda Tüketiminin Zaman Tasarrufu	60
Tablo 44	Ev Dışı Gıda Tüketiminin Ekonomik Olması.....	60
Tablo 45	Ev Dışı Gıda Tüketimi Alışkanlık Yapmaktadır	61
Tablo 46	Ev Dışı Gıda Tüketiminde Reklamlar Etkilidir	61
Tablo 47	Ev Dışı Gıda Tüketimin Sağlıklı ve Hijyenik Olması Etkilidir	61
Tablo 48	Ev Dışı Gıda Tüketimin Çeşitli Olması Etkilidir.....	61
Tablo 49	Anne Çalıştığı İçin Yemek Yapmaya Zamanı Olmadığı İçin Ev Dışı Gıda Tüketim Yapılmaktadır	62
Tablo 50	Ev Dışı Gıda Tüketiminde Çevrenin Etkisi	62
Tablo 51	Yemek Pişirmeyi Sevmemenin Ev Dışı Gıda Tüketimine Etkisi	62
Tablo 52	Ev Dışı Gıda Tüketiminin Her Zaman Aynı Kalitede Olmasının Etkisi	63
Tablo 53	Ev Dışı Gıda Tüketimini Çocukların İstemesinin Etkisi	63
Tablo 54	Besin Değerinin Ev Dışı Gıda Tüketimine Etkisi.....	63
Tablo 55	Ev Dışı Gıda Tüketiminde Tercih Edilen Mekânlar ve Oranları	64
Tablo 56	Yemek Yiyor musunuz?	65
Tablo 57	Ev Dışı Gıda Tüketimi Ve Annenin Statüsü.....	66
Tablo 58	Ev Dışı Gıda Tüketimi ve Anne/Babanın Eğitim Durumu	66
Tablo 59	Ev Dışı Gıda Tüketimi ve Ailenin Medeni Durumu.....	67
Tablo 60	Ev Dışı Gıda Tüketimi ve Ailelerin Taşınır ve Taşınmaz Mal Varlıkları..	67

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1 Lorenz Eğrisi	9
Grafik 2 Tüketim Fonksiyonu.....	20
Grafik 3 Keynesyen Tüketim Fonksiyonu.....	22
Grafik 4 Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonu	23
Grafik 5 Ömür Boyu Gelir Hipotezi	26
Grafik 6 Sürekli Gelir Hipotezi	27

KISALTMALAR LİSTESİ

MPC= Marjinal Tüketim Eğilimi

APC=Ortalama Tüketim Eğilimi

TÜİK=Türkiye İstatistik Kurumunun

GSMH= Gayri Safi Milli Hâsıla

GSYİH= Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla

MG= Milli Gelir

KG= Kişisel Gelir

HG= Harcanabilir Gelir

WTO= Dünya Sağlık Örgütü

DPT= Devlet Planlama Teşkilatı

EKLER LİSTESİ

EK 1: Aydın İli Nazilli İlçesinde Uygulanan Anket

EK 2: Özgeçmiş

GİRİŞ

Ekonomi bilimi açısından faydalı sayılan malların insan gereksinmelerinin karşılanması amacıyla kullanılmasına tüketim denir. İnsanlar çabalarının bir anlamda hep daha çok tüketimde bulunabilmek yönünde kullanılmaktadırlar, yani daha ileri düzeyde bir yaşam standartlarına ulaşmak, daha yüksek bir refah düzeyine varmak için çalışmaktadırlar. Ekonomi bilimindeki “tüketim” kavramı ile günlük dilde kullandığımız “tüketim” sözcüğü arasındaki farka işaret etmemiz gerekmektedir. Halk dilinde “tüketim” dendiğinde bir şeyin, kim tarafından ve hangi amaç olursa olsun, kullanılarak tüketilip yok edilmesi anlaşılmaktadır. İktisat biliminde ise tüketim, özgür iradeli insan gereksinmelerinin karşılanması amacıyla mal ve hizmetlerin sağlayacakları faydadan direkt olarak yararlanacak şekilde kullanılmalardır (Furkan, 1997:9).

Hane halkı tüketim harcamalarını etkileyen faktörler temelde ekonomik, demografik, psikolojik ve sosyal faktörler olarak dört gruba ayırmak mümkün olmaktadır. Tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerin başında ekonomik faktörler gelmektedir. Ölçülebilen ekonomik faktörler içerisinde temel değişken gelir olmakla birlikte gelir dağılımı, fiyat ve fiyat beklentileri, faiz oranları, servet, vergi oranları, tüketici kredileri, geçmiş tüketim, ekonomik kriz ve konjonktürel dalgalanma ve diğer ekonomik göstergeler yer almaktadırlar. Gelir tüketim harcamalarının en belirleyicisi olarak kabul edilmiştir.

Tüketim harcamaları üzerine etkisinin olduğu kabul edilen değişken demografik faktörlerdir. Bir toplumda tüketicilerin tercihlerine uygun mal ve hizmet üretilirken, tüketiciler bunların içerisinde istediklerini seçmektedirler daha açıkçası tüketici davranışlarının en önemli noktası, onların zevk ve tercihleridir (Türkbal, 1983:89). Tüketicilerin satın alma kararlarını geniş ölçüde etkileyen demografik faktörler, yaş, meslek, gelir ve cinsiyettir.

Psikoloji Tüketici davranışını en çok etkileyen bilim alanlarından biridir. Psikolojideki algılama, öğrenme, benlik, kişilik ve tutum gibi pek çok konu tüketici davranışlarını etkiler(Koç, 2007:27)

Sosyal faktörler kültürel durum, sosyal sınıflar, alt kültür etkisiyle ile aile etkisinden oluşmaktadır. Ailenin ihtiyaç ve harcamaları, ailedeki çocuk sayısına ve ebeveynlerden kaçının ev dışında çalışıp bütçeye katkıda bulunmalarına bağlıdır. Aile bireyleri yaşlandıkça veya aile birey sayısı farklılaştıkça, ürün tercihleri ve ihtiyaçlar da farklılık gösterir. Bu arada yaşlanmayla birlikte gelirin artması ve ailenin daha nitelikli ve özelliği olan ürünlere yönelmesi düşünülebilir (Çalık, 2003:71).

Günümüz toplumları, büyük boyutlara ulaşmış olan yiyecek içecek hizmeti veren sektörler ürettikleri ürün ve hizmetleri gün geçtikçe tüketme oranımız artmaktadır. Dışarıda yemek yeme olgusu, temelde ev dışı yiyecek içecek tüketimi tamamı kapsamaktadır. Dışarıda yemek yeme olgusunu günümüz yiyecek içecek hizmetleri endüstrisinin varlık sebebi olarak görmemiz mümkündür. Bu nedenle dışarıda yemek yeme olgusu, akademisyenler tarafından ilgi görmektedir.

Ekonomik gelişme tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen önemli bir faktördür. Engel kanununa göre gelir düzeyinde artış yaşanması, gelirden gıda harcamalarına ayrılan payın azalmasına neden olmaktadır. Gelir düzeyindeki payının azalmasına rağmen Engel Kanununa göre kişiler kalori başına ödedikleri ücreti artırmakta ve harcamalar ev dışı gıda tüketimine yol açmaktadır.

Demografik değişimler ve gelirdeki artış gıdanın miktarının artmasından çok daha kaliteli gıdaları tercih etmeye neden olmaktadır. Yüksek gelir grubunda yer alan aileler daha düşük gelir grubunda yer alan ailelere göre ev dışı gıda tüketimini; hem daha sık hem de her bir öğüne harcadıkları ücret miktarı olarak daha fazla tutmaktadırlar.

Eğitim düzeyindeki gelişmeler, gelir düzeyinde artışı, pazarda ürünlerin çeşitlenmesi ve farklılaşması, rekabetin yoğunlaşmasıyla tüketiciye yönelik faaliyetlerin artması, geleneksel aile tanımının değişmesi, sosyal sınıf ve statü farklılığının yarattığı yaşam tarzı ile zaman faktörünün giderek artan önemi hazır gıda tüketme alışkanlığını artırmıştır.

Türk toplumunda hızlı yapısal ve sosyal değişimler beraberinde yeni yaşam şekilleri ortaya çıkmıştır. Aile bireylerinin yoğun bir şekilde iş yaşamına katılımı ve kadınların çalışma oranının gittikçe yükselmesi bireylerin yaşam tarzının değişmesine neden olup, insanların tüketim alışkanlıklarının da değişmesine neden olmuştur.

Son yıllarda, özellikle büyük şehirlerde pizza ve hamburger gibi yiyecekleri satan Batı kökenli McDonald's, Pizza Hut ve Burger King lokantalarının sayılarının önemli ölçüde artması, bunun en önemli göstergesidir (Akbat ve Boz, 2005:122).

Bu çalışmada, Aydın İlinin Nazilli ilçesinde ailelerin gıda tüketim yapısı içinde ev dışı tüketim alışkanlığının araştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada ailelerin ev dışında gıda tüketip tüketmedikleri, tüketiyorlarsa derecesi ve tüketim kararı üzerine etkili olan faktörlerin araştırılması amaçlanmıştır. Ev dışında gıda tüketenlerin ne sıklıkta, hangi öğünlerde, nerelerde tükettikleri ve tüketim kararlarında etkili kişinin kim olduğu araştırılmıştır. Bu araştırmanın sonuçları ampirik olarak incelenmektedir.

Bu çalışma, ev dışı gıda tüketimiyle ilgilenen araştırmacılar ve sektörde faaliyet gösteren ilgililere ve ayrıca ilgili kurumlara ve potansiyel yatırımcılara önemli bilgi sağlayacaktır.

Üç bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde tüketim ve gelir arasındaki ilişkiyi anlamak için tüketim teorileri incelenmiş ve ayrıca gelir ile tüketim arasındaki ilişki üzerinde durularak, hane halklarının tüketim ve faktörlerini belirleyen faktörler açıklanmıştır. Türkiye'de tüketim harcamalarını etkileyen başlıca faktörler, ekonomik, demografik ve davranışsal faktörler olarak incelenmiştir. İkinci bölümünde ise gıda talebi ve gıda piyasasındaki tüketim biçimleri, çalışmada kullanılan metot, Nazilli bölgesi hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde ise Nazilli ilçesinde ev dışı gıda tüketimi hakkında yapılmış olan yapılan anket sonuçları SPSS programı kullanılarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM FONKSİYONU VE TÜKETİM HARCAMALARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Ekonomi bilimi açısından faydalı sayılan malların insan gereksinmelerinin karşılanması amacıyla kullanılmasına tüketim denir. İnsanlar çabalarının bir anlamda hep daha çok tüketimde bulunabilmek yönünde kullanılmaktadırlar, yani daha ileri düzeyde bir yaşam standartlarına ulaşmak, daha yüksek bir refah düzeyine varmak için çalışmaktadırlar. Ekonomi bilimindeki “tüketim” kavramı ile günlük dilde kullandığımız “tüketim” sözcüğü arasındaki farka işaret etmemiz gerekmektedir. Halk dilinde “tüketim” dendiğinde bir şeyin, kim tarafından ve hangi amaç olursa olsun, kullanılarak tüketilip yok edilmesi anlaşılmaktadır. İktisat biliminde ise tüketim, özgür iradeli insan gereksinmelerinin karşılanması amacıyla mal ve hizmetlerin sağlayacakları faydadan direkt olarak yararlanacak şekilde kullanılmalardır (Furkan, 1997:9).

Günümüzde toplumların gün geçtikçe ihtiyaçları çeşitlenip artmakta olup bireylerin yaşam standartlarına paralel olarak da piyasalarda nicelik ve nitelik olarak değişerek yer almaktadır. Bireyler ve hane halklarının sınırsız ihtiyaçları olan mal ve hizmetleri kendi uğraşlarıyla üretmeleri mümkün olmadığı için iş bölümü ve uzlaşma ile ihtiyaçların karşılanması sağlanmaktadır.

Hane halkının tüketim harcamalarını etkileyen faktörler temelde ekonomik, demografik, psikolojik ve sosyal faktörler olarak dört gruba ayırmak mümkün olmaktadır.

1.1. Ekonomik Faktörler

Tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerin başında ekonomik faktörler gelmektedir. Ölçülebilen ekonomik faktörler içerisinde temel değişken gelir olmakla birlikte gelir dağılımı, fiyat ve fiyat beklentileri, faiz oranları, servet, vergi oranları, tüketici kredileri, geçmiş tüketim, ekonomik kriz ve konjonktürel dalgalanma ve diğer

ekonomik göstergeler yer almaktadırlar. Gelir tüketim harcamalarının en belirleyicisi olarak kabul edilmiştir.

1.1.1. Tüketim ve Gelir

Gelir, tüketici birim bazında ve ülke bazında olmak üzere iki ayrı seviyede ele alınır. Tüketici birim bazında gelir, belirli bir dönemde tüketicilerin elde etmiş oldukları kazançtır. Kazancın en önemli özelliği sahibine tüketim veya tasarruf yapma olanağını vermesidir. Tüketici birimlerin bir arada ele alındığı ülke bazlı tanımlamada milli gelir, bir ülkede bir yıl içerisinde üretilen nihai mal ve hizmetlerin tutarından sermaye mallarına ait amortismanların ve vasıtalı vergilerin çıkarılmasından sonra geri kalan kısımdır. Milli gelirden dağıtılmamış teşebbüs karları, şirketlere ait kurumlar vergisi ve şahıslara ait gelir vergisi ve sosyal sigorta prim kesenekleri çıkarılınca kalan kısma kullanılabilir gelir denir. Harcanabilir gelir bireylerin çeşitli harcamalarında kullanabildikleri gelirdir. Tüketici birim bazlı gelirler, hane halkı anketlerinden elde edilirken harcanabilir gelir zaman serilerinden elde edilmektedir(Maraş. 2004:5).

Tüketim fonksiyonu tüketicilerin harcama eğilimlerini göstermektedir. Makro iktisadın ortaya çıkmasıyla beraber birçok iktisatçı tüketim ve gelir verilerini yorumlamanın çeşitli yollarını önermişlerdir. Tüketim fonksiyonları: mutlak gelir hipotezi, nispi gelir hipotezi, zamanlar arası tüketim seçimi hipotezi, ömür boyu gelir hipotezi, sürekli gelir hipotezi ve rassal gelir hipotezidir. Gelirin tüketimi açıklamada etkili bir değişken olduğunu ileri süren bu yaklaşımlar kısa ve uzun dönem tüketim fonksiyonlarını ele alarak gelir ve tüketimin birlikteliği hakkında görüş bildirmişlerdir. Bu konu ilerleyen bölümlerde ayrıntılı şekilde işlenecektir

1.1.2. Tüketim ve Yatırım

Ekonomide yatırım belirli bir dönemde, bir ülkenin, bir firmanın veya bir ailenin sahip olduğu sermaye stokundaki net artıştır. Bir harcamanın yatırım harcaması sayılabilmesi için, yeni bir üretim kapasitesi yaratmak amacıyla yapılması şarttır (Aksöz,1978:28).

Tüm ekonomilerde yatırım mallarına yapılan harcamalar, tüketim harcamalarına göre, milli gelirin oransal olarak daha büyük dilimini oluşturmaktadır. Buna karşılık yatırım harcamaları, makroekonomik analizlerde üzerine en çok dikkat çeken harcama türüdür. Çünkü deneyimler, yatırım harcamalarının miktarının, tüketim harcamaları

miktarına göre daha çok dalgalanmalar gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu nedenle de yatırım konusu istihdam teorisinde daima önemli bir yere sahip olmuştur. Yatırım harcamaları milli gelir ve istihdam düzeyinde daha yaygın ve daha geniş etkiler yapar. Bir ekonomide tüketim harcamaları az çok bir istikrar gösterir. Yatırım malları için yapılan harcamalar ise, çeşitli nedenlere dalgalanma gösteren duyarlı bir yapıya sahiptir. Bu nedenle yatırım harcamaları stratejik bir önemi vardır(Pekin.2000:156).

Yatırım, üretimde insan emeğinin verimliliğini artıran her türlü üretilmiş üretim mallarına yapılan net eklemelerdir. Tüketim ise nihai bir malın kullanılarak bundan yarar sağlanmasıdır. Tüketim ve yatırımı birbirinden ayırt etmek için harcamaya konu olan malın iktisadi fonksiyonlarına bakmak gereklidir. Eğer bir mal için gerçekleştirilen harcama kişisel bir yarar amaçlı yapılıyorsa tüketim harcaması olarak tanımlanır. Aynı mal başka bir malın veya hizmetin üretimi için kullanılıyorsa yapılan harcama yatırım harcaması olarak nitelendirilir.

1.1.3. Tüketim ve Tasarruf

Keynes'e göre tasarruf: gelirin tüketim harcamasını aşan kısmıdır. Dışa kapalı belli bir ülkede, Milli gelir, belli bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin toplamı olarak ele alınırsa; tasarruf, elde edilen bu mal ve hizmetlerin tüketilmeyen kısmıdır. Tüketimi etkileyen faktörler doğrudan ve dolaylı bir şekilde tasarrufu etkilemektedir. Tabii olarak, mal ve hizmetlerin ortak ölçüsü para olduğundan, tasarruf para ile ifade edilir ve şöyle tanımlanır. Tasarruf, milli gelirin tüketim harcamalarına gitmeyen kısmıdır. Tasarruf pasif bir artıktır. Tasarrufun milli gelirin oluşumunda doğrudan doğruya etkisi yoktur. Yani tasarruf milli gelirden tüketim harcamaları çıkarıldığında kalan kısımıdır. Keynes'in modelinde; kapalı ekonomide, tüketimi belirleyen en önemli değişkenin harcanabilir gelir olduğu şeklindeki varsayımı, tasarrufu belirleyen en önemli unsurun da harcanabilir gelir olduğu sonucunu doğurmaktadır (Özateşler,2013:149).

Çeşitli ülkelerde tüketim harcamaları istikrarlı olmasına rağmen tasarruflar zaman içerisinde dalgalanmalar meydana gelmektedir. İnsanlar gelirinde meydana gelen değişimlerde veya ekonomik kriz durumlarında tüketimlerinde önemli değişiklikler oluşmasa da tasarrufları azalmaktadır. Gelir artıkça tasarruflar artmaktadır.

Makroekonomik açıdan tasarruf fonksiyonu ulusal gelirin bir fonksiyonu iken, mikro ekonomik açıdan tasarruf fonksiyonu bireyin gelirinin bir fonksiyonudur. Toplam tasarruf fonksiyonu bireysel tasarruf fonksiyonlarından oluşmaktadır ve bireylerin gelir düzeyleri yükseldikçe gelirlerinden ayırdıkları tüketim harcamalarının oranı azalır, tasarruf oranları artmaktadır. Gelir durumu düşük kişiler tasarrufa ekonomilerinde az oran verebilirken, gelirin artmasıyla doğru orantılı olarak tasarrufları da artar.

1.1.4. Tüketim ve İktisadi Büyüme

Kalkınma ve büyüme arasında net bir ayrım iktisadi literatürde yapılmamıştır. Bu iki kavramı aynı anlamda kullanan iktisatçılar olduğu gibi farklı anlamlar ile ifade eden iktisatçılarda bulunmaktadır. Kindleberger'in tanımına göre "ekonomik büyüme daha fazla hasıla elde etmek, ekonomik kalkınma ise, hem daha fazla hasıla elde etmek, hem de bu hasılanın elde edilmesinde kullanılan teknik ve kurumsal düzenlemelerin değişmesidir." İktisadi kalkınma reel ulusal gelirin uzun dönemde artma gösterdiği bir süreçtir. İktisadi kalkınmayı uzun bir zaman sürecinde, yıldan yıla reel gelirde artış olarak ifade edebiliriz. Eğer az gelişmiş bir ülkenin kalkınmasıyla ilgileniyorsak, o zaman bir bütün olarak reel gelirdeki artış yerine, fert başına reel gelirdeki artışı dikkate almak zorundayız(Ertürk.1999:315-316).

İktisadi büyüme, kişi başına reel (yani fiyat değişmelerinden arındırılmış)" hasıladaki artıştan ima eder. Bu artışlar, ancak uzun dönemde ülkenin üretim ölçeğinin veya potansiyelinin genişlemesi veya daha üretken kullanılması sayesinde (yani üretim faktörlerinin miktarlarındaki ve/veya üretkenliklerindeki artışlarla) ortaya çıkartılabileceğinden, iktisadi büyüme sorunu, genellikle bir uzun vade sorunu olarak kabul edilir (Kibritçioğlu. 1998:207).

İktisadi büyümenin görünürdeki en önemli nedeni yatırımlar ve teknolojik gelişme yoluyla kişi başına fiziki sermaye ve beşeri sermaye (eğitim) düzeylerinde ve verimlilikte sağlanan artışlardır. Bu süreç zaman içinde sanayileşme ile birlikte dünyanın tüm bölgelerine yayılmış, nüfusun çok büyük bir bölümünün tarımdan kent ekonomisine geçişi de yatırımların ve verimlilik artışlarının tüm ekonomiye yayılmasını hızlandırmıştır. İktisadi büyüme ekonomilerin uzun vadeli değerlendirmelerinde, hiç kuşkusuz, tek ölçüt olamaz. Örneğin büyüme ile birlikte gelirin bölüşümü ve yaşam beklentisi, eğitim, sağlık gibi boyutları içeren insani gelişmeyi de dikkate almak gerekir. Bu yazıda insani gelişme konusuna girmiyoruz.

Ancak, büyüme ile insani gelişme arasındaki ilişkileri ve büyümenin insani gelişme için de önemli olanaklar yarattığını dikkate alırsak, iktisadi büyümenin insani gelişme açısından da incelenmeye değer bir süreç olduğu ortaya çıkar (Pamuk. 2007:3-26).

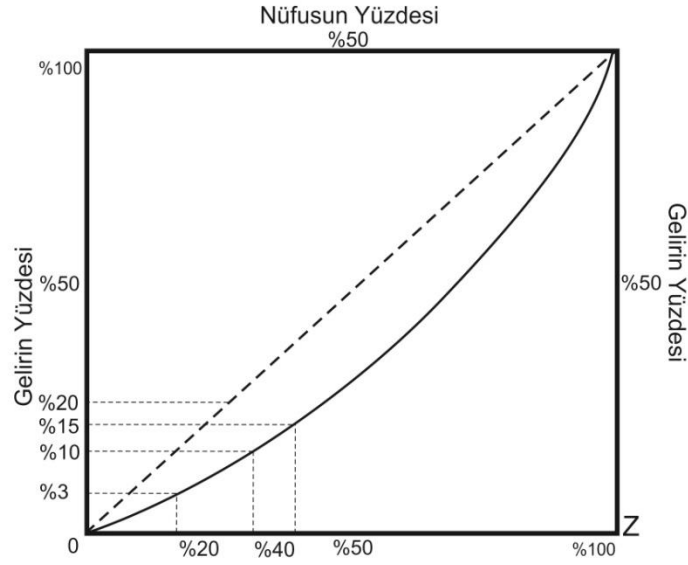
1.1.5. Tüketim ve Gelir Dağılımı

Bir ekonomide düşük gelir gruplarında tüketim meylî yüksek ve yüksek gelir gruplarında tüketim meylî düşüktür. Bu nedenlerle geliri zenginden fakire transfer eden gelir dağıtım politikaları ekonomide tüketim meylînin yükselmesine neden olur. Adil gelir dağılımı ve sosyal ve insancıl açıdan hareketle savunulmasına karşın, toplam tasarruf üzerinde azaltıcı etki yapar (Unay. 2000:262).

Kişisel ve sosyal ihtiyaçları karşılamak için yapılan üretim sonucu elde edilen toplam gelirin kimlere nasıl ve ne şekilde pay edileceği sorusu dağılım sorununu gündeme getirmektedir. Bir ekonomide belirli bir dönemde piyasada üretilen-satılan mal ve hizmetlerin parasal değerinin toplamı, milli gerili oluşturmaktadır (Pekin. 2000:63).

Tüketim harcamalarını etkileyen bir diğer önemli değişken ise kişisel gelir dağılımıdır. Kişisel gelir bireylerin elde ettiği gelir düzeylerine göre bir ayrımı temsil ettiği gibi belirli gelir dilimlerine düşen fertlerin ya da hanelerin sayılarını gösteren dağılım olarak da bilinir. Bu dağılımın göstergesi ise Lorenz eğrileri olup gelirin nüfusa dağılımındaki eşitliği (eşitsizliği) gösterir. Köşegene yaklaşan eğri gelir dağılımının adil olduğuna, köşegenden uzaklaşan eğri ise dengesiz gelir dağılımını ifade eder (Hatipoğlu, 1989:217).

Bir toplumun kişisel gelir dağılımında eşitsizliğin derecesinin saptanmasında başvurulan en popüler yöntem, Lorenz eğrileri yöntemi ve buna bağlı hesaplanan Gini katsayısıdır. Lorenz eğrisi, nüfusun yüzde kaçının gelirin yüzde ne kadarını aldığını gösterir.



Grafik 1 Lorenz Eğrisi

Yukarıdaki Lorenz eğrisinde yatay eksen nüfusun yüzdesini, dik kenarlar ise ülkedeki gelirin yüzdesini göstermektedir. Bütün uzunluk yüzde yüz olup ülkenin toplam kişisel gelire eşittir.

Lorenz eğrisinin 4 özelliği vardır(Parasız, 2000:205):

- Lorenz Eğrisi, gelirin sıfır olduğu bir orijin noktasından hareket eder.
- Bir ülkedeki kişilerin yüzde yüzünün, gelirin yüzde yüzünü alması gerekeceğine göre, Lorenz eğrisi karenin sağ üst köşesinde sona erer.
- Gelirin tamamının eşit bir şekilde dağıtıldığında, Lorenz Eğrisi iki köşeyi birleştiren bir doğru şeklini alacaktır. Eğrinin 45 derecelik bir doğru şeklinde olduğu duruma; mutlak eşitlik doğrusu denir. Bir toplumdaki gelir dağılımı mutlak eşitlik doğrusu ile temsil ediliyorsa herkes eşit gelir elde etmektedir.
- Ancak önemli gelir farklılıklarının, başka bir deyişle, eşitsizliklerin var olduğu gerçek ekonomide ise, Lorenz Eğrisi, aşağıya doğru sarkacaktır. Mutlak eşitlik doğrusu ile Lorenz Eğrisi arasındaki alan genellikle bir toplumun gelir dağılımındaki adaletsizliği gösterir.

Gelir eşitsizliğini bir kat sayı ile ölçmek mümkündür. Gini katsayısı denilen bu oran mutlak eşitlik doğrusuyla Lorenz Eğrisi arasında kalan alanın mutlak eşitlik doğrusunun altında kalan ikizkenar üçgenin alanına oranıdır. Gini katsayısı 0 ile 1

arasında değer almakta ve oranın artması, eşitsizliğin arttığını, azalması ise eşitsizliğin azaldığını göstermektedir.

Toplam harcanabilir gelirin az ya da çok adil dağılımı da tüketim harcamalarını etkileyen önemli bir etkidir. Veri harcanabilir gelir düzeyinde tüketim harcamaları, gelirin gelir grupları arasındakine kadar adilse, o kadar büyük olacaktır.

Gelirin büyük çoğunluğunun tüketime ayrılmasını önemli ölçüde sınırlandıran başlıca etkenler aşağıda açıklanmıştır(Parasız, 2006:106).

- Mevcut ücret farklılıkları mülkiyet sahipliğinin dağılımı, üretken yetenek farklılıkları ve karmaşık kurumsal faktörler yıldan yıla gelir dağılımında çok az değişiklik olabileceğini dolayısıyla tüketime tahsis edilecek gelirden çok düşük değişiklik olacağını vurgular. Şüphesiz bu sonucu ancak kamu otoritelerinin gelirin yeniden dağıtılması konusunda izleyecekleri açık politikalar değiştirilebilir. Bu arada şiddetli enflasyonun yaşandığı dönemlerde gelir dağılımında önemli değişiklikler olmaktadır.

- Gelirin yeniden dağılımının tüketim üzerinde etkisini iyi görebilmek için MPC(marjinal tüketim eğilimi) ve APC(ortalama tüketim eğilimi) nin de göz önüne alınması gerekmektedir. MPC ailenin harcanabilir gelirine ilaveler veya azalmaların tahsisini, APC de ailenin toplam harcanabilir gelirinin tahsisini gösterir. Bu ayrım çok önemlidir. Çünkü ailelerin çeşitli gelir düzeylerine ilişkin MPC deki farklılıklar APC deki farklılıklardan daha küçüktür. Eğer u doğruysa gelirin yeniden dağılımı, aynı aile gelir düzeylerindeki APC ler arasındaki farklılıklardan daha küçüktür. Aynı zamanda gelirin yeniden dağılımının toplam tüketim harcamaları üzerindeki etkisi APC den çok MPC ye bağlıdır. Buna göre gelir dağılımındaki bir değişikliğin tüketim üzerindeki etkisi, eğer bu etki MPC den çok APC deki farklılıklara göre ölçülmüşse aşırı olacaktır.

- Belli bir gelir dağılımının tüketim üzerindeki etkisi, çeşitli gelir kavramına göre yani gelirden anlaşılan durumun mutlak gelir mi nispi gelir mi, sürekli gelir mi olduğuna göre değişmektedir.

Nispi gelir hipotezi gelirin yeniden dağılımı sonucu olarak tüketim harcamalarında azalıştan daha çok bir artış olacağını ifade eder. Mutlak gelir hipotezi de tam tersine bir sonuç vurgular. Sürekli gelir teorisi ise gelirin yeniden dağılımı sonucu sürekli tüketim harcamalarında bir değişme olmayacaktır.

Adaletsiz gelir dağılımı, tüketimi azaltıp tasarrufu yükseltmesi açısından savunulmaktadır. Burada mutlak gelirin mi yoksa nispi gelirin mi tüketimi belirlediği önemlidir. Çünkü nispi gelir hipotezine göre adaletsiz gelir dağılımı tüketimi kamçılar. Bu konudaki fikir ayrılıkları devam etse de batı ülkelerinde on sekiz ve on dokuzuncu yüz yıllarda mevcut adaletsiz gelir dağılımının bu ülkelerde tasarrufu artırmış olduğu savunulur. Nispi gelir hipotezinin işlemesi, sosyal sınıflar arasında temas, iletişim ve taklidin varlığı ile mümkündür(Maraş. 2004:7).

Türkiye’de gelir dağılımındaki adaletsizlik problemi, gelir dilimlerine göre hane halklarının tüketim yapısı incelendiğinde daha açık bir şekilde görülebilmektedir. 2009 – 2013 yılları arasında Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) gerçekleştirdiği gelir dağılımı çalışmalarına göre Türkiye’de 2009-2013 yılları arasında, gelir dilimleri itibari ile gelir dağılımı aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir:

Tablo 1 Türkiye’de Yüzdeler Dilimlere Göre Gelir Dağılımı

Yıl	Toplam	Birinci %20	İkinci %20	Üçüncü %20	Dördüncü %20	Son %20
2009	100,0	5,6	10,3	15,1	21,9	21,9
2010	100,0	5,8	10,6	15,3	21,5	46,4
2011	100,0	5,8	10,6	15,2	21,7	46,7
2012	100,0	5,9	10,6	15,3	21,7	46,6
2013	100,0	6,1	10,7	15,2	21,4	46,6

(TÜİK, 2014)

Yukarıda tablo 1’e bakıldığında özellikle 2009 yılında Türkiye’de gelir dağılımında adaletsizliğin çok arttığı görülmektedir. Ayrıca 2009 yılında alt ve orta gelir gruplarının gelirden aldığı paylar incelendiğinde, bu gruplarda gelir dağılımının adaletsizliğinin arttığı görülmektedir. Çünkü bu grupların gelirden aldıkları paylar düşerken, en yüksek gelir diliminin gelirden aldığı payın arttığı görülmektedir.

2009-2013 döneminde gelir dağılımının en adil olduğu yıl 2010 yılıdır. 2010 yılında en düşük üç gelir dilimindeki hane halklarının toplam gelirden aldıkları paylar artmış, yüksek ve en yüksek gelir dilimindeki hane halklarının toplam gelirden aldıkları paylar azalmıştır. Bu sonuçlar 2010 yılında, Türkiye’de gelir dağılımındaki adaletsizliğin diğer yıllara göre daha düşük seviyede gerçekleştiğini göstermektedir.

1.1.6. Tüketim ve Beklentiler

Fiyatların yükseleceği (enflasyonun hızlanacağı) yönünde bekleyişler, pek çok tüketici açısından tüketim harcamalarını hızlandırıcı ve tüketim fonksiyonunu yukarı kaydırıcı bir etki doğurabilmektedir. Fiyatların yükseleceği yolundaki beklentiler, fiyat düzeyinde halen ortaya çıkan yükselmeye bağlı olarak oluşmuş olabilir (Gürkan, 2002:92). Gelecekte gelirinin artacağını bekleyen bir bireyin, bugünden tüketimini hızlandıracağı beklenebilir. Sürekli gelir hipotezi bu temel fikre dayalıdır.

Tüketim harcamaları üzerinde etkili olan en önemli beklentiler, tüketicinin gelecekteki geliri ve mal fiyatları ile ilgili beklentileridir (Bilgin, 1997:15).

Tüketicilerin ekonomik hayatın gidişi ile ilgili belirsizliklerin de tüketimleri üzerinde etkili olmaktadır. Tüketiciler, gelecekte işlerini kaybetme veya bir ekonomik durgunluğun olabilme ihtimaline karşı tüketim harcamalarını tedbirli yapmaktadır. Bu tüketimdeki tedbirli davranış kişileri tasarrufa itmekteler. İnsanlar tüketim de sadece bugünü değil yarınlarını da düşünerek tasarruf yapmayı tercih ederler.

Bireylerin gelecekle ilgili olumlu beklentileri sonucu ekonomideki iyimserlik havası otonom tüketim harcamalarının artmasına neden olur. Böylece tüketim fonksiyonu paralel olarak yukarıya doğru kayar. Bu durum her bir gelir düzeyine karşılık daha yüksek bir tüketim miktarını gösterir. Ekonomik kötümserlik durumunda ise otonom tüketim harcamaları azalarak tüketim fonksiyonu paralel olarak aşağı doğru kayar (SCHILLER, 1986:171)

1.1.7. Tüketim ve Servet

Tüketim ve tasarruf davranışları üzerinde önemli etkisi olduğu kabul edilen bir faktörde servettir. Servetin biri dar biri geniş iki tanımı yapılabilir. Ancak bu tanımların ikisinde de bir ortak vasıf vardır ki, o da stok olmalarıdır. İki tanımdan biri mali tanımdır ki sabit sermayeyi temsil eden hisse senetleri, devletin halkın elinde bulunan bono ve tahvilleri ve merkez bankasındaki karşılıkları oluşturur. Tüketim fonksiyonuna girende bu mali aktif toplamıdır. Bir diğer tanıma göre ise servet bir ekonomide bulunan bütün mali ve reel varlıkların toplamından oluşur (Ertürk, 1999:52).

Bir malın servet sayılabilmesi için; doğrudan doğruya veya dolaylı olarak ihtiyaçların temin etmeye yaraması yani, faydalı olması, dış çevremizde bulunması,

mülkiyet konusu olabilmesi ve ihtiyaçlara nazaran kıt olması gerekmektedir (Özateşler, 2013:51).

Cari gelir düzeylerinin aynı olan iki bireyden serveti daha büyük olanın daha fazla tüketim yapması beklenir. Bunun anlamı, serveti daha fazla olan bireyin tüketim fonksiyonunun normal olarak daha yukarda yer almasıdır. Kısacası sahip olunan finansal ve reel varlıklar, daha fazla tüketim yapmanın kaynağını yada en azından güvencesini oluşturabilecek, tasarrufa duyulan ihtiyacı da azaltabilecektir. Buna göre, hisse senedi fiyatlarındaki, diğer finansal varlıkların fiyatlarındaki ve reel varlıkların değerlerindeki değişimler servete eklenip, toplumun tüketim fonksiyonunu kaydıracaktır (Gürkan, 2002:90).

Kişiler aynı gelir seviyesinde olsalar bile iki kişinin farklı serveti olduğu durumda, gelir durumları eşit olsa da serveti fazla olan kişinin tüketim eğilimi fazla olurken, serveti az olan bireyin gelecek kaygısı nedeniyle tüketimi az, tasarrufu fazla olacaktır. Buradan baz alarak servetin tüketim kararları üzerinde etkili olduğunu anlamaktayız.

1.1.8. Tüketim ve Vergiler

Vergi, maliye politikasının en önemli araçlarından biridir. Vergi oranlarında yapılacak küçük değişiklikler diğer ekonomik faktörleri değiştirebileceği gibi hane halkı tüketim harcamalarını da etkileyecektir. Bu yüzden vergi oranlarındaki değişiklikler birçok araştırmacı tarafından inceleme konusu yapılmıştır. Vergiler aracılığıyla hane halkı harcanabilir gelirlerinin miktarı sık sık düzenlenebildiği ve böylece nihai ulusal tüketimin etkilenebildiğini göstermektedir. Vergilerdeki bir değişiklik, harcanabilir geliri etkileyerek tüketim fonksiyonunun kaymasına yol açar. Vergiler artarsa, otonom harcamalar düşecek, vergiler düşerse otonom harcamalar artacaktır. Keynes bu hususa, tüketimi etkileyen objektif faktörler başlığı altında, gelir ve net gelir arasındaki bir değişikliğin tüketim üzerindeki etkisine dikkati çekmiştir (Keynes:128)

Vergiler tüketime etkileri konusunda D. Ricardo'nun görüşleri Ricardo Denkliğin adı ile bilinir. Ricardo'ya göre devlet bugün az vergi alıyorsa, gelecekte çok vergi almak zorunda kalacaktır. Bu nedenle rasyonel hareket eden birey sürekli gelir hipotezine göre, tüketimi vergilere göre ayarlamaz(Unay, 2001:71).

Vergi indirimleri ve tüketici eğilimleri arasındaki ilişkiler ilk olarak İngiliz iktisatçı Ricardo tarafından ele alınmıştır. Ricardo'ya göre, vergi indirimine giden yönetim aynı zamanda mali genişlemeye girer. Söz konusu vergi indirimini karşılamak için ya o oranda bono çıkaracak ya da aynı oranda borçlanmaya gidecektir. Dolayısıyla, vergi indirimi ile bugünkü kısmi rahatlama gelecekte daha büyük daralmalara neden olacaktır. Başlangıçta reddedilen bu tez 1974 yılında Ricardo-Barro tarafından yeniden gündeme getirilmiş ve bu isimle anılmaya başlanmıştır (Begg vd,2001:41-415).

1.1.9. Tüketim ve İktisadi Refah

Bir ülkede belirli bir zamanda tüketilen mal ve hizmetler kendilerini tüketen bireylere belirli bir tatmin sağlar. 19. asır sonlarında Marjinal Fayda Okulu'na mensup iktisatçılar tatmin duygularının ölçülebileceğini ve bu nedenle de tüketicilerin tatmin duygularının mukayese edilebileceğini kabul ediyordu. Ayrıca her ferдин tatmin hissi duyma bakımından eşit kabiliyette olduklarını benimsiyorlardı. İşte bu düşünceler gelir dağılımında eşitlik sağlandığı ölçüde ülkedeki toplam tatmin duygusunun veya toplam refahın da artacağı fikrinin kabul edilmesine yol açmıştır. Marjinalistlerin tatmin duygusunun ölçülebilirliği hakkındaki görüşlerine V. Pareto yirminci asrın başlarında itiraz etmiştir. Ona göre bu duygular ölçülemez ve fertlerin tüketim tercihlerinin izahı bakımından ölçülmelerine de gerek yoktur. Buna Pareto'nun bu düşünceden hareketle geliştirdiği farksızlık eğrileri analizleri daha sonraları J. R. Hicks tarafından daha geniş bir şekilde sistematize edilmiştir (Avralıoğlu, 1976:14). Fertlere ve ailelere giden mal akımı en basit anlamı iktisadi sistemin bir yahut on yıllık devrede şu kadar kilo ekmek şu kadar takım elbise, şu kadar milyon otomobil, şu kadar birim hizmet vs. yarattığıdır (Kuznets, 1964:21).

1.2. Demografik Faktörler

Tüketim harcamaları üzerine etkisinin olduğu kabul edilen değişken demografik faktörlerdir. Bu değişkenlerin tüketim üzerine etkilerinin büyüklüğünü belirleyebilmek için ayrıntılı olarak açıklayacağız. Ancak, demografik faktörlerin tüketim harcamaları üzerindeki etkisinin matematiksel olarak, bir fonksiyon şeklinde ifade edilmeleri oldukça zordur. Tüketim fonksiyonları demografik faktörlere göre ayrı ayrı tahmin edilerek, tüketim harcamaları üzerindeki etkileri ortaya konulmaktadır.

Bir dış pazarda bir mal ve hizmetin ne kadar satılabileceğini belirleyen en önemli faktör, şüphesiz, o pazardaki müşterilerin sayısıdır. Bu nedenle nüfus ve nüfusun yaşlara, mesleklere, cinsiyete, medeni durumuna göre dağılımı, ön tahminlerde sık sık kullanılır (Baybars, 1995:185).

Bir toplumda tüketicilerin tercihlerine uygun mal ve hizmet üretilirken, tüketiciler bunların içerisinde istediklerini seçmektedirler daha açıkçası tüketici davranışlarının en önemli noktası, onların zevk ve tercihleridir (Türkbal, 1983:89).

Tüketicilerin satın alma kararlarını geniş ölçüde etkileyen demografik faktörler, yaş, meslek, gelir ve cinsiyettir.

Yaş grupları: tüketicilerin yaşlarına göre gruplanmaları gelecekteki potansiyel tüketicilerin tahminlenmesinde ve Pazar bölümlenmesi açısından önem taşır (Tatlidil vd,1992:25)

Tüketiciler pazarını yaş değişkenine göre bölümlendirilmesi ihtiyaçların, eğilimlerin ve çeşitli psikolojik ve sosyal işlevleri belirlenmesi açısından büyük öneme sahiptir. Çünkü yaşla birlikte kişilerin; sosyal, fiziksel, ekonomik ve psikolojik özellikleri de değişmektedir (Penpence, 2006:20). Her yaş grubunun farklı ihtiyaçları olup, farklı tercihlerde bulunurlar. Tüketimde gerek giyim gerek gıda talebinde değişiklikler bulunur. Örneğin çocukların fastfood tüketim isteği yaşlılara oranla daha yüksektir. Gençler, nüfus içindeki yoğunluğu, aileye tüketim konusundaki etkililiği ve geleceğin tüketici potansiyelini oluşturması bakımından büyük belirleyicilerdir. Gençlerin nüfus içindeki paylarının fazla olması, talebin de fazla olması anlamına gelmektedir.

Meslek bireylerin yaşam tarzını belirleyen en büyük seçimlerdendir. Meslek insanın yaşayacağı çevreyi, yaşadığı mekânı, arkadaşlıkları, kendine ayıracağı boş zamanların belirlenmesini, hayat standartlarını yani tüm hayatını etkilemektedir. Seçilen meslekle birlikte de insanların tüketim davranışlarının değişmesi de bu sonuca varmaktadır.

Eğitim düzeyi arttıkça, kişinin hayattan beklentileri, yaşam standartları, istekleri de giderek çeşitlenmekte ve artmaktadır. Toplumumuzda eğitim düzeyi sürekli olarak artmakta olup, eğitim görmüş kişide değişik yaşam tarzları, değişik kültürler ortaya çıkmıştır. Eğitim insanların neyi nasıl tüketmesi konusunda da bilinçlendirip tüketici bilincini de artırmaktadır.

Eğitim görmüş kişiler belirli bir mesleğe sahip olmakta ve buna göre belirli düzeyde bir gelire kavuşmaktadır. Bunun dışında eğitimle kazanılmayan meslek

grupları(örneğin serbest meslek gibi)ile de yüksek gelire sahip olmak mümkündür (Tatlídil vd, 1992:46).

Kişilerin mesleklerinin yanında bu kişilerin emeklilikleri, sosyal güvenceleri, çalışma şekillerinin devamlı ya da geçici çalışma şekli olması da insanların tüketimi üzerinde çok etkilidir. İnsanlar gelecekte yaşayacakları işsizlik korkusuyla elde ettikleri gelirin hepsini harcamaktan kaçınırlar ve tasarrufa yönelirler. Sabit geliri olmayan insanlar (aylık) tüketimlerini sürekli temkinli olarak yaparlar çünkü gelecekte ellerine geçecek gelir üzerinde tahminleri gerçekleşmeyebilir.

Gelir durumu: tüketicilerin elde ettikleri geliri, ürünlerin satın alınmasında birinci etkeni oluşturmaktadır. Gelire göre tüketiciler yüksek gelirli, orta gelirli ve düşük gelirli olmak üzere üç grupta ele alınmaktadır. Her grubun harcamalarında ürün gruplarının payı birbirinden oldukça farklıdır (Tatlídil vd,1992:46). Gelir grupları içerisinde düşük gelire sahip hane halkları tüketimlerine ayırdıkları payda en fazla gıda harcamaları yer almaktadır. Gelir düzeyi artıka gıdaya ayrılan yüzdeler azalmakla beraber eğitim, hizmet, eğlence ve sağlık harcamalarının payı artmaktadır.

Cinsiyet: ürünün tercih edilmesi çoğu kez tüketicilerin erkek ya da kadın olması durumunda farklılık göstermektedir. Bireyler gerek cinsiyetleri nedeniyle kendi psikolojik yapılarına göre ve gerekse yine cinsiyete göre oluşan toplumsal değer yargılarına uygun biçimde satın alma davranışı içine girerler. Örneğin kadınlar genelde canlı ve parlak renkleri severler. Özellikle elbiselerde bu eğilin daha belirgindir. Buna karşılık erkekler toplumsal alışkanlık nedeniyle daima siyah renkli şemsiye kullanırlar (Tatlídil vd, 1992:45)

Hem satın alma kararında hem de ürün ve marka seçiminde cinsiyet önemli bir faktördür. Bazı ürünlerin satın alınmasında daha çok erkekler karar alırken, bazı ürünlerin satın alınmasında kadınlar karar mekanizmasıdır. Örneğin ev içinde gıda tüketimi konusunda bayanlar karar mekanizması durumundayken, teknoloji konusunda erkekler karar mekanizması olarak tüketim kararlarını etkiler.

1.3. Psikolojik Faktörler

Horl Kaasarjian, kişilik ve satın alma davranışı arasında ki ilişkiye dayanan 120 araştırmayı değerlendirerek, bir kısmında kişilik ve satın alma davranış arasında güçlü bir ilişki bulunduğunu, diğer bir kısmında ilişki olmadığını ve önemli bir kısmında da zayıf ilişki olduğunu bulmuştur(Robert:142).

Psikolojik bölümlemede içinde değerlendirilen diğer bir değişkende yaşam biçimidir. Yaşam biçimine göre Pazar bölümlemesi bireyin demografik özelliklerine

faaliyetleri, tutumları, ilgileri, düşünceleri ve tercihlerini de ekleyerek tam bir tüketici profili oluşturmayı amaçlar (Aytuğ, 1997:68). Tüketicilerin kültür seviyesi, dini davranışları, yaşam tarzları tüketimi direk etkilemektedir.

Psikoloji Tüketici davranışını en çok etkileyen bilim alanlarından biridir. Psikolojideki algılama, öğrenme, benlik, kişilik ve tutum gibi pek çok konu tüketici davranışlarını etkiler(Koç, 2007:27) Tüketici davranışlarının çoğu öğrenilmiş davranışlardır. Süpermarketlerde veya mağazalarda hangi ürünleri alacağımıza karar vermemiz, hangi markalar seçeceğimiz ve nasıl tüketime hazır edeceğimizi öğrenmiş olarak hareket ederiz(Odabaşı, 1986:25). Psikolojik olarak yapılan reklamlar tüketim üzerinde etkisi çok yüksektir. Örneğin reklamlarda gördüğümüz bir marka ile farklı bir marka ürün karşımıza çıktığında reklamlardaki ürünü tercih ederiz.

1.4. Sosyal Faktörler

Tüketicinin satın alma davranışı ile doğrudan ilgilidir. Sosyal faktörler kültürel durum, sosyal sınıflar, alt kültür etkisiyle ile aile etkisinden oluşmaktadır.

“Kültür” sözcüğü hiçbirimize yabancı değildir. Günlük konuşmalarımızda sık geçen bir kavram olan kültürün birçok tanımlarından bazıları şu şekilde özetlenebilir. Kültür, bilgiyi, sanatı, ahlakı, örf ve adetleri, bireyin bağlı olduğu toplumun bir parçası itibariyle kazandığı alışkanlıklarını ve diğer maharetlerini içine alan gayet girift bir bütündür(Kayaalp, 2002:121).Kültür tüketici davranışlarına ilişkin kurallar koyarak kültürel standartların uygulanmasına olanak verir(Tatlıdil vd, 1992:44).

Sosyal sınıflar, değer yargıları, yaşam biçimleri, ilgi alanları birbirine benzeyen ailelerin toplum içinde oluşturduğu gruplar sosyal sınıfları ortaya çıkarmaktadır. Sosyal sınıflar belirleyen faktörler eğitim, meslek, gelir durumu, sosyal özellikler olarak ta ifade edilir. Her grubun satın alma davranışı farklı olarak ortaya çıkabilir (Tatlıdil vd, 1992:45).

Alt kültür nüfusun artması ve kültürün homojenliğinin bozulması ile ortaya çıkan, bölgesel, dini, ırki ve benzeri boyutlarda görülen ortak niteliklerdir. Şu halde alt kültür, kültürün belirli yaşam veya davranış biçimini öngören bir alt bölümdür: çoğunlukla bölgesel niteliktedir (Mucuk, 2001:75). Alt kültür ise ulusal gruplar, dinsel gruplar coğrafik bölge ve ırksal bölge olarak ortaya çıkmaktadır (Tatlıdil vd, 1992:45).

. Ailenin ihtiyaç ve harcamaları, ailedeki çocuk sayısına ve ebeveynlerden kaçınının ev dışında çalışıp bütçeye katkıda bulunmalarına bağlıdır. Aile bireyleri yaşlandıkça veya aile birey sayısı farklılaştıkça, ürün tercihleri ve ihtiyaçlar da

farklılık gösterir. Bu arada yaşlanmayla birlikte gelirin artması ve ailenin daha nitelikli ve özelliği olan ürünlere yönelmesi düşünülebilir (Çalık, 2003:71).

1.5. Tüketim Gelir: Tüketim Fonksiyonu

Tüketim kavramsal ve teorik olarak mikro temellere dayanmaktadır. Tüketim kavramı iki farklı anlamda algılanmaktadır. İlki tüketim eylemi yani tüketim malı ve hizmetlerini kullanarak tatmin yada zarar elde edilmesidir. Makro tüketim kavramı, tüketim malı alımları için yapılan harcamalar olarak tanımlanır (Gökdere, 1996:41).

Bir kişinin belli bir dönemde, serveti(zenginliği) değişmemek şartıyla tüketebileceği mal ve hizmet toplamına “gelir” denir. Ancak, bu kişi bu dönem boyunca tüketebileceği mal ve hizmetlerin toplamından, yani gelirin bir kısmını tüketmez ise, o zaman dönem sonunda serveti, tüketmediği kısmı kadar artabilir. Eğer bu kişi bu kişi, bu dönemde, tüketebileceği mal ve hizmetlerin toplamından yani gelirinden fazla tüketirse, bu kez örnek olarak alınan bu kişinin mevcut serveti fazla tükettiği kısım kadar azalır. Buna göre, belli bir dönemde elde edilen bütün paralar gelir sayılmamaktadır. Örneğin kişinin evini veya hisse senetlerini satarak elde ettiği paralar gelir sayılmaz. Gelir ancak mal ve hizmet yapımına katılarak elde edilir (Özateşler, 2013:53-54).

Gayri Safi Milli Hasıla: belli bir ülkede, belli bir yılda, ülkede yerleşik üretim faktörlerine sahibi bireylerin ürettikleri mal ve hizmetlerin tamamına denir. GSYH, bir ülkenin bir yıldaki üretim gücünü göstermektedir. Gayri Safi Yurt İçi Hasıla: Bir milleti oluşturan üretim faktörlerine sahip bireylerin, belirli bir yılda ürettikleri nihai mal ve hizmetlerin tamamıdır. Safi Yurt İçi Hasıla:belli bir ülkede, belir bir yılda elde edilen nihai mal ve hizmetlerin net değerler toplamıdır. SYİH; GSYİH’den aşınma, eskimenin düşürülmesiyle bulunur (Özateşler, 2013:14).

Geliri 3 tür altında inceleyebiliriz. Bunlar; milli gelir (mg), kişisel gelir (kg) ve harcanabilir gelir (hg)dir.

Milli Gelir, bir ülke vatandaşlarının sahip oldukları üretim faktörlerine gerek o ülkedeki gerekse diğer ülkelerdeki üretime katkıları karşısında yapılan ödemeler toplamıdır. Farklı bir ifadeyle Milli Gelir; bir ekonomide belirli bir dönemde üretim faktörlerinin verimli hizmetler karşılığı elde ettikleri gelirler toplamıdır (Yurdabakan, 2005:6). Milli Gelir bir yönü ile bir ekonomide üretilen nihai mal ve hizmetlerin net değeri, yani rant artı ücret artı faiz ile karın toplamına eşittir.

Milli gelir kavramının tanımlanırken açıklandığı gibi, bir ekonomide üretim faaliyeti sonucunda o ekonomideki ekonomik birimler hiçbir üretim faaliyetine, hatta

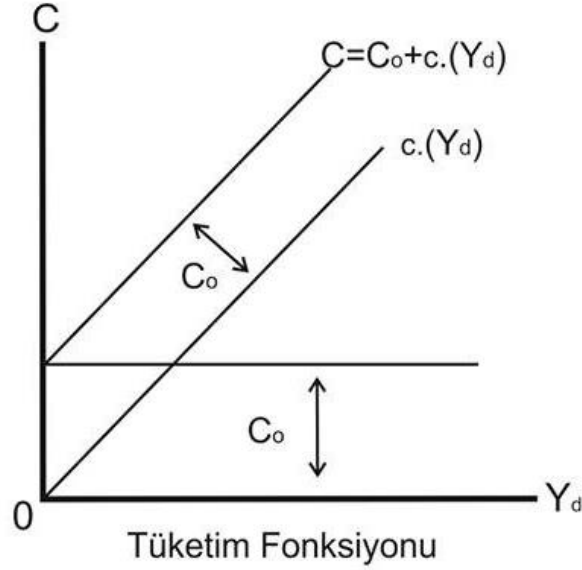
hiçbir ekonomik faaliyete katılmadıkları halde gelir elde edebilirler. Bunun en yaygın örneği emekli maaşları, işsizlik yardımları, gazi, dul, yetim ve yaşlı aylıkları gibi devletçe y plan ödemelerdir. Ayrıca günümüzde birçok ekonomide bazı üretim faaliyetlerinin özendirilmesi için yine devletçe, teşvik veya sübvansiyon yardımları yapılmaktadır. Bu açıklamalara bağlı olarak bir ekonomide yer alan tüm ekonomik birimlerin üretim faaliyetlerine bağlı olsun, olmasın elde ettikleri tüm gelirin toplamına Kişisel Gelir denir (Yurdabakan, 2005:7).

Bir ülkede o ülke vatandaşlarının bir yılda gelir vergisi sonrası ele geçen gelire harcanabilir gelir denir. Harcanabilir gelir, kişisel gelir ile hükümetin kişisel gelir üzerinden aldığı vergi arasındaki farka eşittir. Harcanabilir gelirin bir kısmı kişiler tarafından tüketim amacıyla kullanılır. Harcanabilir gelirin tüketime gitmeyen kısmı ise. Kişiler tarafından tasarruf amacıyla kullanılmış olur. Dolayısıyla gelirin nasıl elde edildiği değil de nasıl kullanıldığı açısından bakıldığında kişisel gelir tüketim ile kişisel tasarrufun toplamına eşittir (Ünsal, 2001:44).

Makro düzende tüketim düzeyini belirleyen faktörleri ilk defa J.M. Keynes tarafından ele alınmış ve incelenmiştir. J.M. Keynes'e göre :” toplumun tüketim için harcadığı tutar üç faktöre bağlıdır. Bunlardan birincisi gelirdir. İkincisi bu geliri kuşatan objektif öğelerdir. Üçüncüsü ise subjektif gereksinmeler, psikolojik eğilimler ve toplumu oluşturan bireylerin alışkanlıkları ile bu bireyler arasındaki gelir dağılımını düzenleyen ilkelerdir”. Tüketimle milli gelir arasındaki ilişki tüketim fonksiyonu kavramı ile açıklanır. Keynes'e göre “ ortalama olarak ve genellikle insanlar, gelirleri arttığında tüketimlerini de arttırmaya meylederler. Ama tüketimdeki artış gelirdeki artış kadar değildir. Bu nedenle gelir arttıkça, gelirin gittikçe daha önemli bir oranı tasarrufa ayrılacaktır”(Unay, 2000:254-255).

Keynesyen modelde tüketim fonksiyonu $C = C_0 + c.(Y_d)$ olarak ifade edilir. Burada C_0 “otonom tüketimdir. İnsanlar hiç gelir elde etmeseler de, hayatlarını devam ettirebilmek için belli bir tüketim yapmak zorundadırlar Otonom tüketim gelir düzeyinden bağımsız tüketimi gösterir. Tüketimin gelir düzeyine bağlı olan kısmı ise uyarılmış tüketim olarak adlandırılır. Fonksiyonda $c.(Y_d)$ olarak gösterilen kısımdır. Burada yer alan c “marjinal tüketim eğilimini ifade etmektedir. Marjinal tüketim eğilimi, gelirdeki bir birimlik artışın tüketime giden kısmını gösterir, pozitif ve birden küçüktür. Gelir düzeyi arttıkça marjinal tüketim eğilimi azalmaktadır. Bu özellik kesin olmamakla beraber, tüketim arttıkça, tüketimin marjinal faydasının azalacağı ve bu nedenle gelirin gittikçe daha düşük bir oranının tüketime harcanacağını ortaya

koymaktadır. Tüketim, gelir düzeyinin artan bir fonksiyonudur (Yıldırım vd, 2008:530).



Grafik 2 Tüketim Fonksiyonu

Tüketim fonksiyonunun şekline göre, otonom tüketim (C_0) kısmı harcanabilir gelirden bağımsız olduğu için yatay eksene paralel bir doğru ile gösterilir. Uyarılmış tüketim $c.(Y_d)$ kısmı ise, harcanabilir gelire bağlı olduğundan, harcanabilir gelir arttığında, uyarılmış tüketimde arttığından, pozitif eğimli bir doğru ile gösterilir. Uyarılmış tüketim kısmı, orijinden başlamaktadır. Bunun nedeni harcanabilir gelir sıfır iken, uyarılmış tüketiminde sıfır olmasıdır. Tüketim fonksiyonunun kendisi (C) ise, dikey eksenden (otonom tüketimden) başlayıp, pozitif eğime sahiptir. Tüketim fonksiyonunun dikey eksenden başlamasının nedeni, otonom tüketim kısmının var olması, pozitif eğimli olmasının nedeni ise harcanabilir gelir arttıkça tüketiminde artış göstermesidir. Tüketim fonksiyonunun kendisi ile uyarılmış tüketim arasında kalan fark, otonom tüketim miktarına eşittir (Özdurak, 2012:167).

Kullanılabilir gelir, tüketim ve tasarrufun toplamına eşit olduğuna göre ortalama tüketim eğilimi ile ortalama tasarruf eğiliminin toplamı da birbirine eşit olacaktır.

1.6. Tüketim teorileri

Makro iktisadın ortaya çıkmasıyla beraber birçok iktisatçı tüketim ve gelir verilerini yorumlamannın çeşitli yollarını bulmuşlardır. Bu bölüm, tüketim ve gelir arasındaki ilişkiyi açıklamaya yönelik değişik yaklaşımları göstermek üzere önde gelen iktisatçının görüşlerini tanıtmaktadır. Bu görüşler mutlak gelir teorisi, nispi gelir

teorisi, zamanlar arası gelir teorisi, ömür boyu gelir teorisi, sürekli gelir teorisi ve rassal yürüme teorisi başlıkları altında incelenecektir.

1.6.1. Mutlak Gelir Teorisi

Mutlak Gelir Hipotezi John Maynard Keynes tarafından savunulan bir tüketim hipotezidir. Mutlak gelir hipotezi, cari tüketimin cari harcanabilir gelire bağlı olduğunu savunur. Ne kadar tüketim yapılacağını belirleyen en önemli faktör cari kullanılabilir gelirdir. Hipoteze göre bireylerin geliri arttığında tüketim harcamaları artarken gelirleri azaldığında tüketim harcamaları azalır. Yani gelir ve tüketim arasında doğru orantılı bir ilişki söz konusudur. Ancak tüketimdeki artış veya azalış gelirdeki artış veya azalıştan daha düşük seviyede olur. Diğer bir deyimle harcanabilir gelirdeki bir liralık değişiminin tüketim harcamasında kaç liralık bir değişmeye yol açacağını ifade eden marjinal tüketim eğilimi pozitif fakat birden küçük bir değere sahiptir. Gelirdeki artışla birlikte marjinal tüketim eğiliminin değeri sıfıra doğru yaklaşır. Keynes'e göre tüketim alışkanlıkları dolayısı ile bireyler gelirlerinde meydana gelecek değişimlere uyararak tüketimlerini hemen ayarlayamazlar. Ona göre kısa dönemde gelirdeki artışlar karşısında tasarruflar artarken gelir azalınca tasarruflar azalır ve belirli bir seviyeden sonra tüketim gelir düzeyini aşar(Maraş, 2004:19).

Tüketim fonksiyonu ile ilgili Keynesyen yaklaşım (mutlak gelir teorisi), reel tüketimin temel belirleyicinin cari gelir olduğunu ve gelir tüketim arasında, marjinal tüketim eğiliminin ortalama tüketim eğiliminden küçük olduğu ve dolayısıyla gelir arttıkça ortalama tüketim eğiliminin düştüğü türden bir ilişki bulunduğu temeline dayalıdır (Güran, 2002:95).

Keynes'e göre kişiler, gelirden yoksun oldukları bir dönemde borçlanarak veya tasarruflarını çözümler, asgari bir tüketimde bulunmaktadırlar. Keynes, gelirden bağımsız olan bu tüketim harcamalarını otonom tüketim harcamaları olarak tanımlamaktadır (Paya, 1997:47).

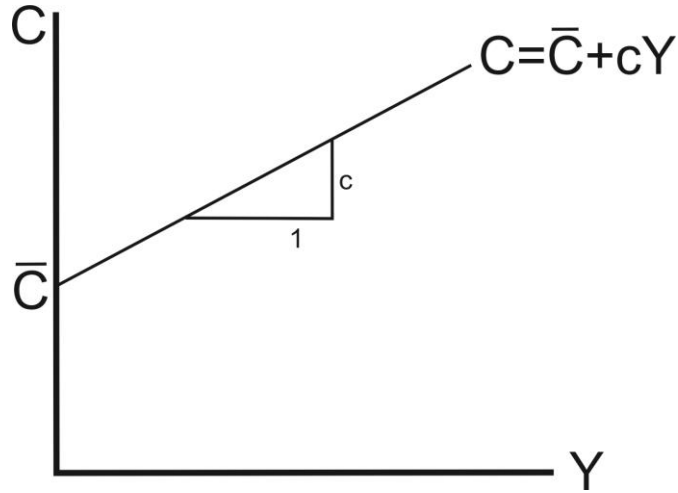
Keynes gelir artışı ile harcamaların artması arasında bir sürede bulunduğunu da belirtmiştir. Buna göre kişiler, gelirleri yükseldiği takdirde, tüketimleri hemen arttırmamakta, bir süre bekledikten sonra tüketim harcamalarında bir artışa gitmektedirler. Böylece konjektürel genişleme dönemlerinde, tasarruflarındaki artış oranı, tüketim harcamalarının bir miktar üzerinde olmaktadır (Sherman, 1991:87).

Keynes'e göre toplam gelir artarken tüketimin gelir içindeki payı gittikçe azalır. Yani tüketimin gelire oranı olarak ortaya konulan ortalama tüketim eğiliminin değeri

gelir artışları karşısında giderek azalır. Keynes'in tüketim fonksiyonu şu şekilde ifade edilebilir:

$$C = \bar{C} + cY$$

C : Cari tüketim harcaması,
Y : Cari kullanılabilir gelir,
 \bar{C} : Otonom tüketim harcaması,
c : Marjinal tüketim eğilimi (MPC)
C / Y: Ortalama tüketim eğilimi (APC)



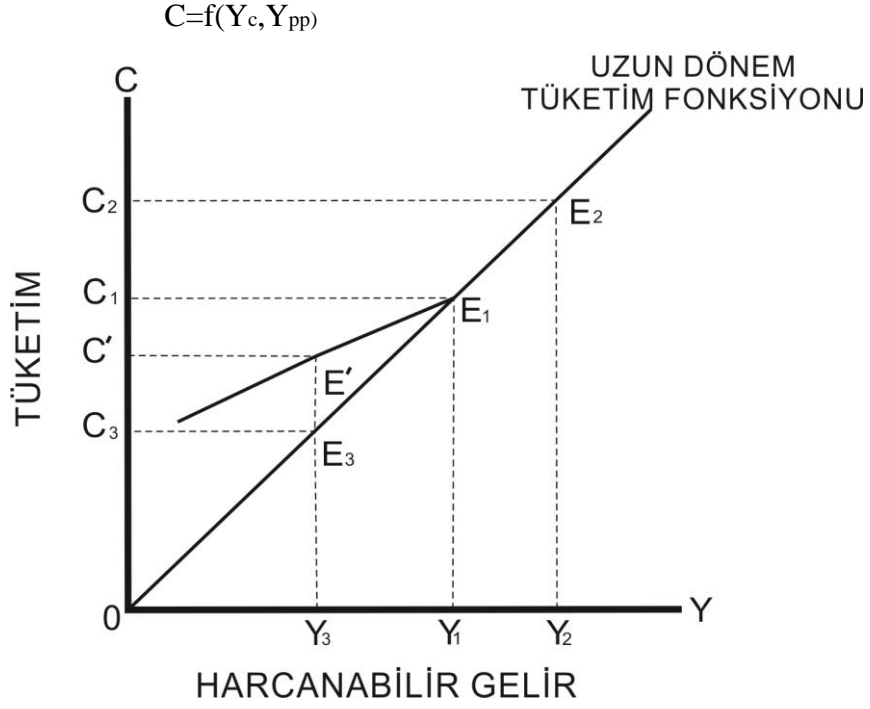
Grafik 3 Keynesyen Tüketim Fonksiyonu

Keynesyen tüketim fonksiyonunu yansıtmaktadır. $C = \bar{C} + cY$ fonksiyonu tüketimin gelir düzeyine bağlı olarak değiştiğini ifade etmektedir. Ayrıca marjinal tüketim eğiliminin 0 ile 1 arasında bir değere sahip olduğunu göstermektedir

1.6.2. Nispi Gelir Hipotezi

J. Duesenberry tarafından ortaya atılan ve kısa ve uzun zaman dönem tüketim teorilerini bağlaştırmaya çalışan nispi gelir hipotezi hane halkların tüketim davranışına ilişkin gözlemlerden yola çıkarak geliştirilmiştir. Duesenberry bireylerin tüketim ve tasarruf davranışın yaşadıkları toplumsal çevreden büyük ölçüde etkilendiğini gözlemiştir. Belli bir gelir düzeyindeki birey, gelir düzeyi yüksek bir komşuluk çevresinde yaşıyorsa, daha düşük bir çevrede yaşayacağından daha fazla tüketim yapmaktadır. Yani bireysel tüketim yalnızca şahsi duruma değil, komşuların

tüketim yapısına da bağlıdır. Duesenberry'in ikinci gözlemi, belli bir hayat standartlarına ulaşan bir ailenin mümkün olduğunca bu standartları sürdürmeye çalıştığı şeklindedir. Yani tüketim daha önce ulaşılmış en yüksek gelir düzeyine de bağlıdır. Bu durumda bu bireyin tüketimi cari gelirin (Y_c) ve geçmişteki en yüksek gelirinin (Y_{pp}) bir fonksiyonudur (Yıldırım vd, 2008:549).



Grafik 4 Uzun Dönem Tüketim Fonksiyonu

Uzun dönem tüketim fonksiyonu orijinden geçen bir doğru ile temsil edilmektedir. Gelir düzeyi yükseldikçe tüketim artmaktadır. Kısa (cari) dönem geliri daha önceki Y_1 düzeyinin altına düşünce tüketim C_2 'ye değil C' düzeyine düşmektedir. Çünkü bu gelir düzeyi ulaşılmış olan Y_1 'in sağladığı tüketimin etkisi vardır. (Yıldırım vd,2008:550)

Bu teorilerin bir zaafı, tüketim harcamalar üzerinde etkili olduğu bilinen servet, faiz gibi unsurların tahlile dâhil etmemeleridir. Aslında bireysel harcamaların, servet faize duyarlı olduğu haller bulunmaktadır. Bu nedenle söz konusu makro tüketim teorilerinin, bireysel tüketimin mikro ile bağdaşmadığı söylenebilir (Paya, 1997:52).

1.6.3.Zamanlar Arası Tüketim Seçimi Teorisi

Zamanlar arası tüketim seçimi Amerikalı iktisatçı Irving Fisher tarafından 1930 yılında ortaya atılmıştır. Bu teorem ile bireylerin tüketim ve tasarruf seçenekleri ile ilgili kararlarını ortaya koymuştur. Fisher'e göre bir tüketici elde ettiği gelirinin belirli

bir kısmını harcamayarak ileride faizi ile birlikte geri almak üzere borç verme imkânına sahip olduğu gibi borçlanarak bu günkü gelirini aşan bir tüketim düzeyini de seçerek negatif tasarrufta da bulunabilir.

Burada iki dönem yaşayan bir tüketiciyi ele aldığımızda, birinci dönem tüketicinin gençliğini, ikinci dönem ise yaşlılığını temsil etmektedir. Tüketici birinci dönemde $Y1$ kadar gelir elde edip $C1$ kadar tüketmekte, ikinci dönemde ise $Y2$ kadar gelir elde edip $C2$ kadar tüketmektedir. Tüketicinin iki dönemdeki gelirinin iki dönemdeki tüketimi nasıl kısıtladığına baktığımızda; birinci dönemde tasarruf, gelir eksi tüketime eşittir. Yani, $S=Y1 - C1$ dir. Burada S tasarruftur. İkinci dönemde tüketim, o tasarruftan elde edilen faiz dâhil birikmiş tasarrufla ikinci dönem gelirinin toplamına eşittir. Yani, $C2= (1+r)S+Y2$ ’dir. Burada r reel faiz oranıdır. Bu iki denklemi birleştirdiğimizde elde ettiğimiz $C2=(1+r)(Y1 - C1) +Y2$ eşitliğini düzenlersek;

$$(1+r) C1+C2= (1+r) Y1+Y2$$

$$C1 + C2/1+r = Y1+ Y2/1+r$$

$$C1 + C2/1+r : \text{Hayat boyu tüketimin şimdiki değeri}$$

$$Y1+ Y2/1+r : \text{Hayat boyu gelirin şimdiki değeri}$$

Denklem iki dönemdeki tüketimi iki dönemdeki gelirle ilişkilendirmektedir ve tüketicinin zamanlar arası bütçe kısıtını ifade etmektedir. Denklemi yorumladığımızda, eğer faiz oranı sıfır ise, bütçe kısıtı iki dönemdeki toplam tüketimin, iki dönemdeki toplam gelire eşit olduğunu gösterecektir. Fakat genelde faiz oranı sıfırdan büyüktür, gelecekteki tüketim ve gelecekteki gelir $1+r$ faktörü ile ıskonto edilir. Tüketiciler cari gelirlerini tasarruf ettiklerinde belli bir faiz geliri elde ettikleri için gelecekteki gelir cari gelirden daha az değerlidir. Benzer şekilde, gelecekteki tüketim birinci dönem tasarrufu karşılığında elde edilen faiz geliri ile finanse edilebildiği için bugünkü tüketim, gelecekteki tüketimden daha pahalıdır (Erkan,2013:9).

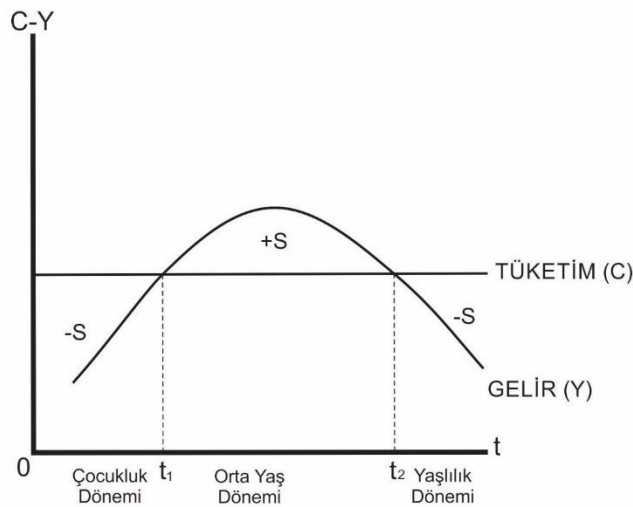
Rassal yürüyüş hipotezi, sürekli gelir hipotezine uyan ve rasyonel beklentilere sahip tüketicilerin tüketim düzeylerini, sadece beklenmedik politika değişikliklerinin etkilediğini ve bu değişikliklerin de ancak bekleyişleri değiştirebildiği zaman tüketim düzeyi üzerinde etkili olduğunu vurgulamıştır (Ünsal, 2003, 438).

İnsanlar her zaman yaşam standartlarını artırmak, daha iyi tüketim yapma arzusu içinde yaşarlar. İnsanların ihtiyaçlarını karşılama konusunda ise önlerine bir

engel olarak çıkan unsurda gelirdir. İnsanların tüketmek istedikleri tüketim unsurları ile geliri aşabilirler. Bu durumda insanların karşısına bütçeleri çıkar. İnsanlar gelecekteki gelirlerinden ne kadar borçlanarak tüketim kararı alacaklarını bütçeleri doğrultusunda vereceklerdir.

1.6.4.Ömür Boyu Gelir Teorisi

F. Modigliani, uzun dönem tüketimi konusunda ömür boyu gelir teorisini ortaya koymuştur. Geliri azda olsa çok da olsa, bireyler tüketmek zorundadır. Bireyin geliri yoksa ya transfer ödemeleriyle ya da borçlanmayla tüketimini sürdürür. Modigliani çalışan kimselerin uzun dönemde gelirlerinin sabit bir oranını tüketime ayırdıklarını ileri sürer. İşsizlik dönemlerinde bireyin geliri azalacağından, tüketim meyli yükselir. Buna karşılık gelirin yüksek olduğu refah dönemlerinde tüketim meyli düşer. F. Modigliani bu görüşüyle, ortalama tüketim meyli konusunda Duesenberry ile aynı sonuca varmıştır. Akılcı birey tüketim ve tasarrufunu planlarken tüm ve muhtemel yaşam sürecini göze alır. Çocukluk dönemini yaşayan bireyin geliri olmadığından ya da yetersiz olduğundan transfer geliri ve borçlanmayla tüketimini sürdürür. Birey orta yaşlarını yaşarken yüksek gelir elde etmesi nedeniyle tüketim meyli düşük olur, yani tasarruf meyli yüksek olur. Oysa yaşlılık döneminde sıfır ya da yetersiz gelir düzeyine karşılık transfer geliriyle tüketimde bulunur. Yaşlılık döneminde bireyler, sosyal güvenlik kurumlarından ve çocuklarından alırlar. Ayrıca verimlilik dönemindeki tasarruflarından yararlanırlar (Unay,2000:67 Ömür boyu gelir hipotezine göre insanlar yaşlılık döneminde tüketim ihtiyaçlarını karşılamak için gençlik dönemlerinde tasarrufa yönelirler. Yaş insanların tüketim ve tasarruf eğilimleri üzerindeki etkisi büyüktür.



Grafik 5 Ömür Boyu Gelir Hipotezi

Hayat boyu gelir hipotezine göre tasarruf ayrılıklarından dolayı ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bir ülkedeki ortalama yaşam süresi ne kadar uzunsa o ülkedeki bireylerin o kadar çok tasarruf yapmaları ve yaşlılık dönemlerinde yaşayacakları gelir azalmasını yani emeklilik sürecini daha iyi geçirmek için gençlik dönemlerindeki tasarruflarına bağlıdır. Bir ülkede yaşlılık oranı yüksek olması artık o ülkenin tasarruf yapmaktan çok tasarruflarını tüketme noktasında olduğunu gösterir. Bunu yanında hipoteze göre bir ülkede sosyal güvenlik sistemi ne kadar iyi durumda ise tüketicilerin gelecek kaygısının daha az olup tasarrufların ülkelerin sosyal durumuna bağlamaktadır. Bireylerin emeklilik sürecinde devlet tarafın korunduğu bilmek insanların tüketim talebini artırır.

1.6.5. Sürekli gelir teorisi

Milton fredman 1957 yılında yayınladığı “Bir Tüketim Fonksiyonu Teorisi”adlı eserinde, “sürekli gelir hipotezi” adıyla meşhur olan yeni bir yaklaşım geliştirmiştir. Yaklaşımın temeli tüketimin cari gelir tarafından değil, daha uzun dönemli bir gelir kavramı olan “sürekli gelir” belirlendiği fikri oluşturmaktadır. Bireylerin belli bir dönemde ne kadar tüketim yapacakları, yalnızca o dönemin gelirine bağlı olmaktan çok, görüş ufku içinde elde edileceği tahmin edilen uzun dönemli yada ortalama gelir niteliği taşıyan sürekli gelire bağlıdır (Güran, 2002:98). Tüketici geliri ne olursa olsun, tüketiminin dalgalanmasını arzulamaz. Yaşadığı müddetçe düzenli tüketmeyi ister. Öyleyse tüketicinin uzun dönem tüketimi ile uzun dönem geliri arasında çok yakın bir ilişkisi vardır. Çünkü tüketici için önemli olan günlük tüketim veya gelir değil ortalama tüketimin ne olduğudur (Ertürk,1999:46).

Gelir dağılımında meydana gelen değişmelere tüketim daima uyum göstermez. Her aile kendi gelirleri için normal kabul edilen bir düzeye göre harcamalarını yapar. Eğer bir dönem boyunca gelirler çok yükselirse bu aile gelecekteki gereksinmelerini karşılamak için şimdiden biraz para biriktirecektir. Aksine gelir düşerse daha önce biriktirmiş olduğu tasarruflarından yani servetinden harcayacaktır. Fakat bu düşüş sürekli gelire aynı oranda yansımayacak ve de kişilerin gelecekle ilgili bekleyişlerini etkisiyle farklı tepkiler meydana getirecektir. Bu etkiler geçmişe gidildikçe azalacaktır. Böylece gelecekle ilgili bekleyişlerin ne olduğunun bilinmesi ya da tahmin edilmesi söz konusu olmaktadır (Saraçoğlu, 1997:11).

$Y_p =$ kullanabilir sürekli gelir

beklentiler çerçevesinde aldıklarını varsaymaktadır. Rasyonel beklentiler altında gelir düzeyinin gelecekteki değerini tüm mevcut bilgiden yararlanarak tahmin eden bireyler beklenmedik bir değişiklik olmadıkça sürekli gelir düzeylerini içinde buldukları her dönemde ortalama olarak doğru tahmin etmektedirler. Hall'un modelinde cari tüketim, bir önceki dönemin tüketimi ile tesadüfi bir hata teriminin toplamından oluşmaktadır. Literatürde bu model tesadüfi yürüyüş modeli olarak adlandırılmaktadır. Tesadüfi yürüyüş modeli birinci derece otoregresif sürecin (AR(1)) özel bir durumu olarak da tanımlanmaktadır. $y_t = \alpha_0 + \alpha_1 y_{t-1} + \varepsilon_t$ modelinde $\alpha_0=0$ ve $\alpha_1=1$ olduğunda tesadüfi yürüyüş modeli AR(1) sürecinin özel bir durumu olarak karşımıza çıkmaktadır. Tesadüfi yürüyüş modelinde $\alpha_1=1$ ise tüketim harcamaları durağan değildir yani seri sabit ortalama ve sabit varyansa sahip değildir.(Yamak,Abdiöglu ,2006:78).

Rassal yürüyüş hipotezi, sürekli gelir hipotezine uyan ve rasyonel beklentilere sahip tüketicilerin tüketim düzeylerini, sadece beklenmedik politika değişikliklerinin etkilediğini ve bu değişikliklerin de ancak bekleyişleri değiştirebildiği zaman tüketim düzeyi üzerinde etkili olduğunu vurgulamıştır.(Ünsal ,2003:438).

İKİNCİ BÖLÜM

GIDA TALEBİ VE EV DIŞI GIDA TÜKETİMİ

2.1. Gıda Talebi ve Gıda Piyasasındaki Tüketim Biçimleri

Bir aile evde yemek hazırlama ya da hazırlama ve temizleme işleri için harcayacağı zamanı dışarıda kullanarak ev dışı gıda tüketimi tercihine karar verebilmektedir. Ailenin finans yapısı, zaman gereksinimleri ve evde yemek yapacak kişinin yemek yapma kabiliyeti ailelerin ev dışı gıda talebini etkilemektedir.

Bir hane halkının belirli bir ürün grubu için yaptığı harcamalar ile hane halkının toplam harcaması arasındaki ilişki birçok araştırmacının ilgi alanı olmuştur. Bu ilişki veya diğer bir ifade ile Engel teorisi, ülkelerin gelir dağılımı politikalarında önemli bir rol oynamaktadır. Gıda harcamaları ile gelir arasındaki bu güçlü bağ tüketici talep teorisinde önemli oranda yer bulmaktadır ve Engel Teorisine kadar dayanmaktadır. Gıda harcaması gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde hane halklarının refah seviyesini ölçmede önemli ölçütlerden biri olmuştur. Hatta özellikle gelişmiş ülkelerde hükümetler, bunu gıda yardım programlarının etkinliğini ve ekonomik refah seviyesini ölçmede sık sık kullanmışlardır. Gelirin gıda harcamalarını etkilediği varsayımından hareket ederek gelir dağılımının gıda harcamaları dağılımını da etkileyeceği sonucu kaçınılmazdır (Akbay, 2005:114).

Becker'e (1965) göre, gelirler, fiyatlar ve demografik yapı gıda alımını etkiler. Restoranlar yemek pişirme, temizlik ve alışverişe zaman ayıramayan evde yemek hazırlamayan kişiye boş zaman tasarrufu sağlayabilmektedir. Böylece yüksek gelirli ailelerin ev dışı tüketim talepleri artmış zaman tasarrufu yapmaya yönelmişlerdir. Hızlı servis yapan restoranlar daha çok tercih edilmeye başlanmıştır.

Ekonomik gelişmeyle birlikte birçok ülkede gıda tüketim şekilleri de değişim göstermektedir. Bu değişim genel olarak ev dışı gıda tüketimine yönelik olarak artışın olduğunu göstermektedir. Türkiye'de ev dışı gıda tüketim harcamaları toplam gıda harcamaları ile karşılaştırıldığında gittikçe artan bir oran karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte, toplam tüketim harcamalarının aile gelirindeki payı arttıkça, gıda harcamalarının toplam harcamalar içerisindeki oranı da giderek azalma eğilimi

göstermektedir. Aileler gıda harcamalarına ayırdıkları oran toplam tüketim harcamalarındaki oranı azalmaktadır.

Evde gıda tüketiminin oransal olarak azalmasının sebepleri kadınların büyük bir çoğunluğunun çalışması, eve giren gelirin artması ve aile birey sayılarının azalmasıdır. Kadınların çalışma hayatında daha aktif rol oynaması, kadınlarının eve zaman ayırma oranlarında azalma göstermekte olup kadınlar bu zaman sıkıntısını ev dışı gıda tüketimi yönünde bir eğilime yönlendirmiştir.

Kadının çalışma hayatına ortak olması aile gelirini artırmakta, dolayısıyla harcama sekileri de değiştirmektedir. Çalışan kadın, aile gelirini yükselterek ev dışı gıda tüketim talebini artırırken, zamanının büyük bir bölümünü işte geçirdiği için dondurulmuş ve konserve gibi kolay hazırlanabilir gıda ve ev dışında gıda tüketimini artmaktadır. Zamandan tasarruf etmek için yarı hazır yani direk pişirilen ürünlerin tercihi artar bu şekilde çalışan kadınların zaman tasarrufları artmaktadır.

Evde yemek yapıldığında kişi sayısı çok ise alışveriş sırasında daha büyük ambalajlı ürünler tercih edilerek ürünlerin maliyeti düşürür. Tek başına yaşayan bir kişi evde yemek yediğinde kalabalık ailelere göre daha çok zaman ve para harcar. Kişi sayısı arttığında da kişi başına zaman payı azalma gösterir.

Dışarıda yemek için değişik güdüler vardır. Bunlar ekonomik güç, eğlence, damak tadı ve sosyal ilişkilerdir Ev dışı gıda tüketimi tüketicinin yalnızca gıda tüketimi değildir. Aynı zamanda birçok hizmet de içine alır. Örneğin; hoş bir atmosfer, bulaşık yıkamaktan kurtulma (Ma ve diğerleri,2006:112).

Eğitim düzeyindeki gelişmeler, gelir artışı, pazarda ürünlerin çeşitlenmesi ve farklılaşması, rekabetin yoğunlaşmasıyla tüketiciye yönelik faaliyetlerin artması, geleneksel aile tanımının değişmesi, sosyal sınıf ve statü farklılığının yarattığı yaşam tarzı, zaman faktörünün giderek artan önemi hazır gıda tüketme alışkanlığını yaygınlaştırmıştır (Gül ve diğerleri,2001:5).

Ev dışı gıda tüketimi arttıkça, gıda sektöründe hızlı bir ilerleme meydana gelmiş, rekabet ortamı giderek artmaktadır. Bu nedenle ev dışı gıda tüketiminden mümkün olduğu kadar müşteri çekmek isteyen firmalar en önemli araç olan tüketimi artırmaya yönelik reklamı kullanmaktadırlar.

2.2. Ev Dışı Gıda Sektörü

2.2.1. Ev Dışı Gıda Tüketiminin Fırsat Maliyeti

Fırsat maliyeti herhangi bir alternatifin seçilmesinden dolayı, seçilmeyen alternatiften veya alternatiflerden vazgeçilen fedakârlık olarak tanımlanmaktadır(Güneş,1997:80). Aile yapılarına bakıldığında ailelerin evde yiyecek hazırlama ve tüketme için harcadıkları zamanın fırsat maliyeti, gıda tüketimini etkileyen önemli bir faktördür. Evde yemeği hazırlayan kişi çalışıyorsa, zamanın fırsat maliyeti yüksek; çalışmıyorsa çok daha düşüktür (Prochaska ve Schrimper,2001:600). Ev dışı gıda tüketimi evde gıda tüketiminden en az 2 kat daha yüksek maliyete sahiptir (Prochaska ve Schrimper,2001:603). Evde yemek hazırlamak için insanların uzun zaman ayırmaları gerekmektedir, dışarıda yemek yemenin maliyeti yüksek olduğu için insanlar zamandan tasarruf yapmak için hazırlanmış gıda talepleri artmaktadır.

Şehirleşmeyle birlikte kadınlar iş hayatında önemli bir yer edinmişlerdir. Kadınların çalışma sektöründe yer almaları onların birer ev hanımı olduğu gerçeğini değiştirmemekle birlikte, kadınlarımız kendi zaman tasarrufu yapmak amacıyla yarı hazır ya da hazır gıdalara talepleri artmıştır.

Toplumumuzda şehir merkezinde yaşayan insanların gelir esneklikleri yüksektir ve farklı gelir gruplarına sahip insanlar yaşamaktadır. Gelirleri yüksek olan aileler daha iyi kalitede ve servisin iyi olduğu mekânlar da gıda tüketimi yaparlar. Gelir grubu yükseldikçe insanlarda sadece gıdanın kalitesi değil mekânın da güzelliği, yeri, konumu da önem kazanmaktadır. Gelir seviyesi azaldığında ise kişiler gıda üzerinde yoğunlaşırlar, mekânın güzelliği geri planda kalmaktadır.

2.3. Araştırma Bölgesine Ait Bilgiler

2.3.1. Coğrafi Yapı

Nazilli, Aydın iline bağlı bir ilçe merkezidir. 28'-29 enlemleriyle, 37'-38 boylamları arasında yer alır. Nazilli doğuda Kuyucak, batıda Sultanhisar, güneybatıda Yenipazar, kuzeydoğuda Manisa'nın Alaşehir ilçesi, güneyinde Bozdoğan, güneydoğusunda ise Karacasu ilçeleriyle çevrilidir. İlçenin yüzölçümü toplamı 644km²dir. (Nazilli Belediyesi, 2015)

Büyük Menderes Havzası'nın oluşturduğu ova, Nazilli'de genişlemeye başlar ve kuzey-güney doğrultusundaki uzunluğu 10 km. geçer. Nazilli'nin de içinde bulunduğu ova denizden 75–80 metre yüksekliktedir. En çukur yeri Akçay deresi ile Büyük Menderes ırmağı arasında bulunan Çerkez Ovasıdır. (Nazilli Belediyesi, 2015)

İlçe sınırları içinden doğarak Büyük Menderes ırmağına dökülen ve bu ırmağı besleyen İsa beyli Deresi, Dalıca-Gereniz Çayı, Dere köy Çayı ve Mergen Çayları başlıca akarsu kaynaklarıdır. (Nazilli Belediyesi, 2015)

Nazilli'nin kuzeydoğusundaki Çamlık Dağı 1732 mt, güneydoğusundaki Karıncalı Dağ 1705 mt, güneyindeki 1792 mt. Yükseklikleri ile Madran Dağı bu bölgedeki en yüksek noktalarıdır. (Nazilli Belediyesi, 2015)

Kentin kuruluş yerini belirlemiş olan en önemli etkenler sahip olduğu ulaşım kolaylıkları, verimli tarım arazisi ile yerleşmeye uygun topografik yapısıdır. Kent planı kuzey-güney doğrultusunda bir elips şeklindedir. (Nazilli Belediyesi, 2015)

Ancak son yıllarda şehir doğu-batı yönünde gelişme göstermektedir. Verimli tarım arazilerinin imara açılmaması şehrin Menderes Nehri yönüne genişlemesini engellemektedir. (Nazilli Belediyesi, 2015)

Yukarı Nazilli'de genişleyen bu elips Aşağı Nazilli'de daralma gösterir. Bu elipsi İzmir – Aydın - Denizli kara ve demiryolu doğu-batı yönünde enlemesine keser.(TÜİK 2013)

2.3.2. Nüfus

Tablo 2’de Aydın ilinin Nazilli ilçesinin 82 mahallesinin toplam nüfusu 2014 yılına göre 149.816. Bu nüfus, 73.889 erkek ve 75.927 kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak ise: %49,32 erkek, %50,68 kadındır.

Tablo 2 2014 Nazilli Nüfusunun Kadın Erkek Oranı

İlçe Merkezleri	Erkek	Kadın	Toplam
Nüfusu	73.889	75.927	149.816
Oranı	49,32	50,68	100

(TÜİK 2013)

Tablo 3’te Aydın ilinin Nazilli ilçesinin 2010 yılı erkek nüfusu 73.889, kadın nüfusu 75.927 toplam nüfusu 149.816 kişidir. 2011 yılında erkek nüfusu 71.994, kadın nüfusu 74.630 toplam nüfusu 146.624 kişidir. 2012 yılında erkek nüfusu 72.434, kadın nüfusu 75.234 toplam nüfusu 147.668 kişidir. 2013 yılında erkek nüfusu 73.068, kadın nüfusu 75.463 toplam nüfus 148.531 kişidir. 2014 yılında erkek nüfusu 73.889, kadın nüfusu 75.927 toplam nüfusu 149.816 kişidir. Yıllara göre kadın nüfusu erkek nüfusuna oranı fazladır.

Tablo 3 Yıllara Göre Nazilli Nüfusu

Yıl	Erkek	Kadın	Toplam
2014	73.889	75.927	149.816
2013	73.068	75.463	148.531
2012	72.434	75.234	147.668
2011	71.994	74.630	146.624
2010	72.272	74.271	146.543

(TÜİK 2014)

Tablo 4'te Nazilli ilçesinin yaş grupları ve cinsiyete göre dağılımına baktığımızda 15-19, 20-24, 40-44, 50-54, 55-59, 65-69, 70-74, 75-79, 80-84, 85-89ve 90 ve üzeri yaşlarda kadın nüfusun erkek nüfusundan fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 4 Nazilli İlçesinin Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Dağılı

Yaş Grubu	Toplam	Erkek	Kadın
0-4	8 674	4 401	4 273
5-9	9 318	4 790	4 528
10-14	9 756	4 952	4 804
15-19	11 741	5 787	5 954
20-24	12 405	6 056	6 349
25-29	10 987	5 555	5 432
30-34	11 359	5 803	5 556
35-39	10 722	5 401	5 321
40-44	10 415	5 115	5 300
45-49	9 764	4 896	4 868
50-54	10 074	4 974	5 100
55-59	9 435	4 623	4 812
60-64	7 298	3 680	3 618
65-69	5 490	2 524	2 966
70-74	3 937	1 747	2 190
75-79	3 285	1 354	1 931
80-84	2 543	995	1 548
85-89	1 088	342	746
90+	240	73	167
Toplam	148 531	73 068	75 463

(TÜİK 2013)

2.3.3. Nazilli İlçesinin Ekonomik ve Sosyal Yapısı

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından 2004 yılında yapılan “İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması” sonuçlarına göre Nazilli, sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksi ile 872 ilçe arasında 83. sırada yer almaktadır.

Tablo 5 Nazilli İlçesi Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması

Gösterge	Değer	Nazilli'nin Türkiye'deki 872 ilçe içindeki sırası
Şehirleşme Oranı (%)	72,39	75
Nüfus Artış Hızı (%)	18,12	217
Nüfus Yoğunluğu	220	66
Nüfus Bağımlılık Oranı (%)	49,79	703
Ortalama Hane Halkı Büyüklüğü	3,63	791
Tarım Sektöründe Çalışanlar Oranı (%)	49,71	735
Sanayi Sektöründe Çalışanlar Oranı (%)	12,38	105
Hizmetler Sektöründe Çalışanlar Oranı (%)	37,9	137
İşsizlik Oranı (%)	9,46	156
Okuryazar Oranı (%)	89,25	201
Bebek Ölüm Oranı (%)	34,38	571
Fert Başına Genel Bütçe Geliri (Bin TL)	119.450	127
Vergi Gelirlerinin Ülke İçindeki Payı (%)	0,09166	71
Tarımsal Üretimin Ülke İçindeki Payı (%)	0,32339	68

(T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı, 2015)

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından 2004 yılında yapılan “İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması” sonuçlarına göre Nazilli, şehirleşme oranı %72,39 ve 75. Sırada yer almaktadır. Nüfus Artış hızı (%)18,12, nüfus bağımlılık oranı (%)49,79, ortalama hane halkı büyüklüğü 3,63 kişidir. Tarım sektöründe çalışanlar oranı (%)49,71, sanayi sektöründe çalışanlar oranı (%)12,38, hizmetler sektöründe çalışanlar oranı (%)37,9’tür.

Tablo 6 Nazilli İlçesinin +6 Yaş Cinsiyete Göre Okuma Yazma Durumu

	Toplam	Erkek	Kadın
Okuma yazma bilmeyen	3 034	619	2 415
Okuma yazma bilen	133 551	66 386	67 165
Bilinmeyen	1 005	569	436
Toplam	137 590	67 574	70 016

(TÜİK 2013)

Tablo 6’da Nazilli ilçesinde 2013 yılı verilerine göre okuma yazma bilmeyen kadınların daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 7 Nazilli İlçesinin Nüfusunun Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Dağılımı

Nazilli	Toplam	Erkek	Kadın
Okuma yazma bilmeyen	3 004	605	2 399
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	8 577	2 186	6 391
İlkokul mezunu	41 011	18 592	22 419
İlköğretim mezunu	22 095	12 297	9 798
Ortaokul veya dengi okul mezunu	5 467	3 333	2 134
Lise veya dengi okul mezunu	24 031	12 800	11 231
Yüksekokul veya fakülte mezunu	14 503	7 940	6 563
Yüksek lisans mezunu	656	379	277
Doktora mezunu	169	104	65
Bilinmeyen	997	566	431
Toplam	120 510	58 802	61 708

(TÜİK 2013)

Tablo 7’de TÜİK 2013 verilerine göre Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen kadınların sayısının erkeklere oranla fazla olduğu görülmektedir. Kadınların ilkokul mezunu sayısının da erkeklerin sayısında fazla olduğu görülmektedir. İlköğretimden doktora kadar eğitim düzeylerinde ise erkeklerin sayısının fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 8 Nazilli İlçesinin +15 Yaş Cinsiyete Göre Yasal Medeni Durumu

	Toplam	Erkek	Kadın
Nazilli Hiç Evlenmedi	30 189	17 335	12 854
Evli	76 512	38 242	38 270
Boşandı	4 874	2 121	2 753
Eşi öldü	8 935	1 104	7 831
Toplam	120 510	58 802	61 708

(TÜİK 2013)

Tablo 8’de TÜİK 2013 verilerine göre Nazilli İlçesinin +15 yaş cinsiyete göre yasal medeni durumu incelendiğinde 76512 kişi ile evli olan kişilerin sayısının fazla olduğu görülmektedir. Eşi ölen kadın sayısının fazla olması kadınların erkeklere göre daha uzun yaşadığı sonuca ulaşmamıza da yardımcı olmaktadır.

2.4. Ev Dışı Gıda Tüketimi Üzerine Yapılmış Çalışmalar

Byrne, Capps ve Saha (1998): 1982-1989 yılları arasında dönemin ev dışı gıda tüketimi kararlarına ve harcamalarına etki eden sosyal, ekonomik ve demografik değişkenleri araştırmışlardır. Araştırma verilerinin sonucunda gelir

düzeyinde meydana gelen artışların ev dışı gıda tüketimini hem miktar olarak hem de oran olarak artırdığı sonucuna ulaşmıştır.

Goddard (1983), “Kanada’nın Ev Dışı ve Evde Toplam Gıda Talebinin Analizi”: adlı araştırmasında 1949-1981 yıllarına ait verileri Doğrusal Harcama Kalıbı ve Yaklaşık İdeal Talep Modeli ile analizlerini gerçekleştirerek elde ettiği verileri kullanarak 1987 yılı talep düzeyini tahmin etmiştir.

Lee ve Brown (1986), “ABD’de Evde ve Ev Dışında Gıda Harcamaları: Switching Regresyon Analizi” adlı çalışmada Anahtarlama Regresyon modeli kullanarak analiz yapılmıştır. ABD tarım departmanındaki 15000 hane halkından 1977-1978 yılları arasında yapmış olduğu gıda tüketimi yapısı verileri ve analiz sonuçları bulunmaktadır. Hane halkının ev dışı gıda harcamaları hane halkı geliri ile pozitif yönde orantılı olduğunu ortaya çıkarmışlardır.

Lund (1998), Ev Dışı Tüketim: İstatistikler ve Toplum isimli sosyolojik çalışmasında gıda pazarlamacılarının araştırdığı ev dışı gıda tüketimini incelemiştir. İş bu çalışmada ev dışında yemek yeme alışkanlıklarını incelemiştir.

Ma, Huang, Fuller ve Rozelle (2006), Çin’de ev dışı tüketimi araştırmak amacı ile çalışmalar yapmışlardır. İş bu çalışmalar ülke bazındaki istatistik verileri ve araştırmada elde edilen bilgilerden oluşmaktadır. Yapmış oldukları çalışmalarda Tobit modeli kullanan araştırmacılar, Çin’de gelir düzeyinin hızla arttığı dönemlerde ev dışı gıda tüketiminin de bu durumda etkilendiğini ayrıca Çin’deki ekonomik reformun ev dışı gıda tüketiminde etkili olduğu sonucu ulaşmışlardır.

McCracken ve Brandt (1987), “Hane halkının Ev Dışı Gıda Tüketimi: Toplam Harcama ve Yiyecek İmkânları” ABD Tarım Bakanlığında aldıkları Ulusal Gıda Tüketim Anketine ait verileri Tobit modelini kullanarak analizlerini gerçekleştirmişlerdir. Bu analizlerinde ev dışı gıda tüketimine etkide bulunan faktörler olarak, zaman, etnik yapı, yaşamsal alan, hane halkının birey sayısı, hane halkının ekonomik durumu gibi değişkenler üzerinden analizlerini gerçekleştirmişlerdir.

McDowell, Allen-Smith ve McLean-Meynsse (1997), Yunanistan’da bulunan ailelerin 1993-1994 yılları arasındaki aile bütçe verilerinden faydalanarak, ailelerin ev dışı gıda tüketimi incelemiştir. İncelemelerde ailelerin gelir düzeyi, ailenin büyüklüğü ve ailenin ikamet ettikleri yer üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Ev dışı gıda tüketiminde kişinin yaşı, eğitim durumu, medeni hali ve işi gibi özelliklerin ev dışı gıda tüketiminde etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Nayga ve Capps (1992), “Ev Dışı Gıda Tüketiminin Belirleyicileri” ABD’nin 1987-88 dönemine ait Ulusal Gıda Tüketim Anketi verileri temel alınarak, bireylerin ev dışı gıda tüketimi etkileyen faktörleri incelemişlerdir. Ev dışı gıda tüketimini etkide bulunan faktörler olarak, etnik köken, meslek, hane halkının genişliği, bireylerin yaşı ve ekonomik durumları, mevsim gibi durumlar ev dışı gıda tüketiminde önemli belirleyiciler olarak gözlemlenmiştir. Ev dışı gıda tüketimi haftanın belirli günlerinde yoğunlaştığı ayrıca mevsimlere göre de farklılık gösterdiği sonuçlarına ulaşmışlardır.

Pol ve Pak (1995), Tüketici tipleri ve ev dışı tüketimleri arasındaki ilişki arasında 1989 yılında tüketici harcamaları araştırmalarında mikro veriler kullanarak araştırmalarını yapmışlardır. Araştırmalarında gelirin ev dışı tüketime etkilerini incelemişlerdir.

Prochaska ve Schrimper (1973), Ev dışı gıda tüketimi, fırsat maliyeti ve bu durumları etkileyen sosyo-ekonomik etkenler üzerinden ev dışı gıda tüketimleri alanında yapılan ilk çalışmalardan bir tanesidir. 1965-1966 yılları arasında Amerika Tarım Bakanlığında aldıkları hane halkı gıda tüketimi verilerini kullanarak deneysel bir analiz yapmışlardır. Yapılan bu deneysel araştırmada hane halkının evde yemek hazırlamanın fırsat maliyeti yüksek olduğu için insanlar, ev dışı gıda tüketimine yönelmektedir. Şehirleşmenin yoğun olduğu yerlerde ev dışı tüketimi gelir esnekliğinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yen (1993), “Çalışan Kadınlar ve Ev Dışı Gıda Tüketimi: Box-Cox Double Hurdle Model” 1989 ABD Tüketici Harcamaları Anketi verileri kullanılarak, hane halkının ev dışı gıda harcamalarını analiz etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre, çalışan kadınların hane halkı gelirlerinin ve ev dışı gıda tüketimlerinin arttığını gözlemlemişlerdir.

Yen ve Jensen (1996), “Yiyecek Türlerine Göre Ev Dışı Gıda Harcamaları” 4.199 hanenin incelendiği çalışmada, ABD’de 1992-1993 yılları arasında elde edilen veriler kullanılarak analizlerini gerçekleştirmişleridir. İki haftalık araştırma dönemi incelenerek hane halkının yaklaşık %40’nın kahvaltı, dörtte üçünün ise öğle ve akşam yemeklerini ev dışında tükettikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Akbay (2005), Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından yapılmış olan “Hane halkı Tüketim Harcamaları Anketi” kullanılarak Kahramanmaraş ilinde hane halklarının ev dışı gıda tüketimlerini analiz etmiştir. Araştırmada Kahramanmaraş ilindeki hane halklarının Türkiye ortalamasına göre gelirlerinin daha az oranını gıda harcamalarına ayırdıkları gözlemlenmiştir.

Çabuk ve Şengül (2000), Adana ilinde ikamet eden hane halklarına Switching Regresyon Yöntemini kullanarak ev dışında gıda tüketimi analizlerini uygulamışlardır. Adana ilinde ikamet eden ailelerin sosyo-ekonomik özelliklerinin ev dışında gıda tüketimine etkilerini araştırmışlardır.

Elmacıoğlu (1996), Bireylerin hızlı hazır yemek yeme tercihleri üzerinde incelemelerde bulunan araştırmacı, bireylerin %11’inin hamburger, %10.7’sinin döner, %8.7’sinin döner ve %8.1’inin patates kızartmasını hızlı hazır yemek olarak tercih ettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Özcelik ve Sürücüoğlu (1998), Bireylerin hızlı yemek yeme tercihlerini inceleyen araştırmacılar, araştırma sonuçlarına göre hızlı yemek tercihlerinde ilk sırayı patates kızartması aldığını ve akabinde sandviç, hamburger, tost ve dönerin tercih edildiğini saptamışlardır.

Seçkin (1999), Türkiye’de bulunan hızlı yemek üretim şirketleri incelemiş ve Türkiye’nin bölgeler ve iller bazında hızlı yemek üretimi-tüketimi haritasını çıkartmıştır. Araştırmanın sonucunda hızlı yemek tüketiminin cazip ve avantajlı olduğu illeri çıkartmıştır.

Sürücüoğlu ve Çakıroğlu (2000), Ankara Üniversitesi öğrencilerin hızlı ve hazır yemek tercihlerini analiz ettikleri çalışmalarında, öğrencilerin daha çok geleneksel restoranlara gittikleri ve etli pide tercih ettiklerini saptamışlardır.

Uçar (2000), Bireylerin hızlı ve hazır yemek tercihlerinde sınıfsal tercihleri ve alışkanlıkları araştırmıştır. Araştırma bazında ele alınan tüketicilerin, %60’nın McDonalds’ı, %11’inin Burger King’i tercih ettiklerini saptamıştır. Aynı araştırmada gelir düzeyi yüksek olan bireylerin yabancı restoranları ilk sırada tercih ettikleri, düşük gelirli bireylerin ise McDonalds’ı ilk sırada tercih etmelerine rağmen oransal olarak yüksek gelirli bireylerin tercihlerin azdır.

Candemir, Serhan (2006); Kahramanmaraş ili kentsel alanda yaşayan ailelerin gıda tüketimini etkileyen faktörler ve marka gerçeği. Bu çalışmanın amacı; Kahramanmaraş kentsel alanında ikamet eden tüketicilerin gıda tüketim davranışlarını

ve marka seçimlerini etkileyen faktörleri analiz etmektir. Çalışmada gıda tüketimi ile tüketicilerin demografik ve sosyoekonomik özellikleri arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla dört ürün kategorisini içeren tüketici anketi kullanılmıştır. Bu ürünler, süt, meyve suyu, paketlenmiş et ve et ürünleri ve zeytinyağıdır. Markalar tüketicilerin gıda tercihlerini etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Ayrıca; süpermarket veya market markalı ürünler ulusal markalara göre ucuz fiyatlı ve daha az masraflı paketleme gibi daha rekabetçi bir ortam sağlamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, Kahramanmaraş kentsel alanındaki tüketicilerin yaklaşık %65'i market markalı ürünleri satın almaktadırlar. Tüketicilerin gıda tüketimini ve marka tercihlerini etkileyen faktörlerden en önemlileri hane halkının gelirleri, tüketicilerin eğitimi, ailenin çocuklu olup olmaması, kadınların çalışıp çalışmamasıdır. Ayrıca sosyoekonomik faktörlerin yanı sıra fiyat indirimi veya promosyonları takip etmek, en ucuz markayı satın alma, aynı markayı satın alma veya marka değiştirme sıklığı ve yeni markaları veya farklı markaları deneme isteği gibi markalara yönelik tüketicilerin değer yargıları, inanç ve tutumları da incelenmiştir. Bu araştırmanın sonucu özellikle tüketiciler tarafından sıkça satın alınan süt ve meyve suyu gibi ürün sektörleri ile süpermarket marka yöneticileri ve gıda pazarlamacılarına önemli katkılarda bulunacaktır. Anahtar Kelimeler: Tüketici davranışı, gıda tüketiminde etkili olan faktörler, tüketici, Kahramanmaraş.

Özdemir, Bahattin (2010), Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. Bu çalışmada yiyecek-içecek hizmetleri endüstrisinin varlık sebebi olarak kavramsallaştırılan dışarıda yemek yeme olgusuna ilişkin kuramsal bir bütüncül modelin önerilmesi amaçlanmaktadır. Konu ile ilgili literatürde yer alan kavramsal ve görgül çalışmaların bulguları ışığında dışarıda yemek yemeye ilişkin (i) dışarıda yemek yeme kararı, (ii) yemek seçimi kararı ve (iii) restoran seçimi kararı olmak üzere üç ana tüketici kararı olabileceği anlaşılmaktadır. Dışarıda yemek yeme kararı tüketicilerin ev dışında yemek tüketme amaçları ile ilişkili görülürken, tüketicilerin yemek seçimi ve restoran seçimi kararlarını çok sayıda ve çeşitte faktörün etkilediği gözlemlenmektedir. Ayrıca dışarıda yemek yemeye ilişkin bu üç tüketici kararının birbiriyle ilişkili olabileceği de vurgulanmaktadır. Dışarıda yemek yemeye ilişkin üç ana karar tüketicileri bir restoranda yemek deneyimine götürmektedir. Yemek deneyimi restoranın iç tasarımı, ürün, sosyal karşılaşma, eşlik edilme, servis, atmosfer, ödeme ve yönetim kontrol sistemi bileşenlerinden

oluşmaktadır. Bu bileşenlerin etkileşimi sonucu tüketici tatmini ya da tatminsizliği doğabilmektedir. Böylece çalışmanın önerdiği kuramsal model, dışarıda yemek yemeye ilişkin olarak amaçlar, kararlar, yemek deneyimi ve deneyim sonrası değerlendirme boyutlarını içermektedir. Çalışmada restoran işletmecileri ve konu üzerine çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için öneriler de sunulmaktadır.

Gül, Aykut; Özdeş Akbay, Aysel; Özel, Remziye; Akbay, Cuma (2003), Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi. Bu çalışma, Adana il merkezinde ikamet eden 377 hane halkı ile yapılan anketlerden elde edilen verilere dayanmaktadır. Anketlerden elde edilen veriler, ev dışı gıda tüketimi yapan ailelerin ev dışı gıda tüketimindeki sıklık, zaman, yer ve yiyecek türü tercihlerinin ve ev dışı gıda tüketim kararı üzerinde etkili olan faktörlerin ortaya konması için analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda Adana ilinde ortalama hane halkı genişliğinin 4,3 kişi olduğu ortaya konmuştur. Kentte çekirdek aile oranı %89,4'tür ve ailelerin %87'i çocuk sahibidir. Ailelerin %55,4'ü ev dışında gıda tüketme alışkanlığına sahip olup, ev dışı gıda harcamaları için gıda harcamaların içinde %24,9 pay almaktadır. Buna göre aile gelirinin %11,7'si ev dışı gıda harcamalarına harcanmaktadır.

Ekeyılmaz, Serkan (2006), Antalya İlinde Ev Dışı Gıda Talebi. Bu çalışmanın amacı, ülkemizin önde gelen turizm merkezlerinden biri olması ve tüketim potansiyelinin yüksek olması nedeniyle, Antalya ilinde ailelerin gıda tüketim yapısının ve ev dışı gıda tüketim alışkanlığının araştırılmasıdır. Bu nedenle Antalya il merkezinde 407 rasgele seçilmiş hane halkına anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 11,0 programıyla analiz edilmiştir. Analiz yöntemi olarak faktör ve probit analizi kullanılmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar benzer çalışmalarla kıyaslanarak Antalya ilinin ev dışı gıda tüketim şeklini ortaya çıkarmaya yardımcı olmaktadır.

Demir, Yasemin; Göksel, Armağan (2013), Aydın'da Hane halklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi Hane halklarının gıda ürünlerine yaptıkları harcamalar, gıda sektörüne ham madde temin eden tarım sektörü açısından önemlidir. Bu çalışmada 384 hane ile birebir görüşme yöntemiyle yapılan anketler kullanılarak, Aydın ili kentsel alanda hane halklarının bazı sosyo-ekonomik özellikleri, harcamaları, gıda alışveriş tercihlerinin belirlenmesi, gıda ve diğer tüketim mallarına

ait harcamaların ekonometrik analizlerinin yapılması amaçlanmıştır. Hane halkları düşük gelir grubundan yüksek gelir grubuna kadar %20'lik beş gruba ayrılarak, yüzde, ortalama, standart sapma gibi temel istatistik yöntemlerinden yararlanılmıştır. Harcamaların ekonometrik analizinde Heckman iki aşamalı tahmin modeli kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, ortalama hane halkı genişliği 2.66 kişi, ortalama hane halkı geliri 2726,90 TL/ay olarak saptanmıştır. Hane halkları aylık 1202,96 TL tutarındaki toplam harcamalarının %39.19'unu gıda harcamalarına ayırmaktadırlar. Gelir dağılımını ölçen parametrelerden Gini katsayısı 0.26 olarak tahmin edilmiştir. Gelir grupları itibariyle düşük gelirli hane halklarının fiyat unsurunu önemsedikleri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Çalışmada gıda için gelir esnekliği 0.70 bulunmuş ve alt grupların gelir esneklikleri tahıl grubu için 0.17, et-balık, süt-peynir-yumurta, sebze-meyve, şeker-bal, çay-kahve ve alkolsüz içecekler için yaklaşık 0.70, yağ grubu için 0.96 ve ev dışı gıda için 1.24 olarak hesaplanmıştır.

Aydın, Kemal (2011), Türkiye'de Hane halkı Gıda Harcamaları Ve Sosyo Ekonomik Faktörler. Bu çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2003, 2004, 2005 ve 2006 yılları arasında toplam 51,423 haneye uygulandığı Hane halkı Bütçe ve Tüketim Harcamaları anketlerinin ham verilerinin analizleri yapılarak Türkiye'de 2003 ve 2006 yılları arasında tahıl ürünleri, sebze-meyve, süt ve süt ürünleri, kırmızı et, beyaz et ve deniz ürünleri olmak üzere 6 farklı temel gıda grubunun 4 yıllık aylık ortalama tüketim oranları ve harcamaları gelir, eğitim, meslek, kırsal kent ve hane halkı sayısına göre incelenmiştir. İlk önce söz konusu gıda kategorilerinin aylık olarak hangi oranda ve ne sıklıkta tüketildikleri çapraz tablolar olarak sunulmuştur. Çıkan sonuçlara göre 4 yıllık aylık ortalama tüketim oranları %100 ile tahıl ürünleri, sebze-meyve ilk sırada yer almaktadır. %85'lik tüketim oranı ile süt ve süt ürünleri ikinci sırada yer almaktadır. %70 ile beyaz et üçüncü, %50 aylık ortalama ile kırmızı et dördüncü ve %33 ile deniz ürünleri beşinci olmak üzere son sırada yer almaktadır. Türkiye'de gıda tüketim kültürü çok büyük oranda tahıl ürünleri, sebze meyve, süt ürünleri ve beyaz et tercihlerinden oluşmaktadır. Harcama bakımından ise en yüksek miktar aylık ortalama 73 TL ile sebze-meyve grubuna yapılmıştır. Tahıl ürünlerinin tüm Türkiye için aylık ortalama harcama miktarı 52 TL, kırmızı et 41 TL, beyaz et 12 TL, süt ürünleri 9 TL ve deniz ürünleri 6 TL olmak üzere 6 temel gıda grubuna 4 yılda ayda ortalama 196 TL ödenmiştir.

Özer (2001),1991 yılında Erzurum ilinde gerçekleştirmiş olduğu Hane halkı Tüketim Harcamaları Anketinden elde edilen yatay kesit veriler yardımıyla ildeki hane halklarının tüketim kalıplarını incelemiş, gelir hipotezlerine ilişkin modelleri tahmin ederek bu modellerden Erzurum için en uygun olanı tespit etmeye çalışmıştır. Çalışmada Hane halkı Tüketim Harcamaları Anketinde yer alan tüketim harcamaları dokuz ana mal grubuna gıda, giyim, ev eşyası, ısıtma ve aydınlatma, kira ve ev bakımı, temizlik ve sağlık, kültür eğitim ve eğlence, ulaşım ve haberleşme) ve her bir ana mal grubu da kendi içinde farklı sayıda alt gruplara ayrılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre işçiler gelirlerinin %85.5, memurlar %83.2, çiftçiler %83.8, esnaf ve sanatkarlar %76.8 ve serbest meslek sahibi ve tüccarlar %63.1'ini tüketime tahsis etmektedir. Çalışmada mutlak gelir hipotezi, nispi gelir hipotezi ve sürekli gelir hipotezine ilişkin tahmin sonuçlarından Erzurum için en uygun modelin Keynes'in doğrusal tüketim fonksiyonu olduğu sonucuna varılmıştır.

Mehra (2001), ABD'de hane halkı servet ve işgücü geliri ile tüketim harcamaları arasındaki ilişkileri panel ekonometrik bir çalışmayla test etmiştir. Çalışmada hayat boyu gelir hipotezini esas alarak öncelikle tüketim, gelir ve servet değişkenleri arasındaki uzun dönem ilişkilerini ortaya koyabilmek için koentegrasyon ve kısa dönem dinamikleri kontrol etmek amacıyla hata düzeltme modellerini kullanmıştır. Tahminlerde 1959(1)- 2000(2), 1959(1)-1990(2) ve 1951(1)-1995(2) dönemlerini kapsayan veri setini kullanarak servet değişkeninin tüketim üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar toplam tüketim harcamalarının işgücü geliri ve servet değişkenleriyle 1959(1)- 2000(2) dönemleri arasında koentegre olduklarını göstermiştir. Servetin tüketim 64 harcamaları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve uzun dönem servet dışı marjinal tüketim eğiliminin düşük seviyelerde olduğu ortaya konulmuştur. Uzun dönem marjinal tüketim eğilimi işgücü gelirin denklemden kullanılması sonucu 0.51 olarak elde edilirken toplam servetin kullanılması sonucu 0.14 olarak bulunmuştur. Ayrıca uzun dönem net servet dışı marjinal tüketim eğiliminin 1990'lı yıllarda büyük bir değişime uğramadığı sonucuna varılmıştır. Kısa dönem tahminleri gelir ve servetteki bugünkü değişimlerin tüketimi etkilediğini göstermiştir. Hane halkı servetindeki kısa dönem dalgalanmaların tüketim harcamalarında kısa dönem dalgalanmalara neden olacağı sonucuna varılmıştır.

Mızrak, Zekeriya (SÜ İibf Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi) Konya İl Merkezinde Yaşayan Ailelerin Harcama Kalıplarının Ekonometrik Analizi (1994–2003) Tüketim harcama araştırmalarıyla ilgili hedeflerden birisi de bireylerden oluşan ailelerin (hane halkı) tüketim faaliyetlerindeki tutum ve davranışlarını, ekonomik ve stratejik analizlerde kullanılmak üzere temel veriler şeklinde ortaya koymaktır. Tüketim harcama kalıplarının ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan talep analizleri de bu amaç doğrultusunda genel olarak tüketim harcaması ile fiyat ve gelir (harcama) seviyeleri arasında, son dönemlerde demografik değişkenlerin de (yaş, meslek, hane halkı büyüklüğü vs.) modele katıldığı ve kullanılan değişkenler arasındaki ilişkilerin katsayılar ve esneklikler vasıtasıyla ortaya konduğu çalışmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bulunan bu katsayılar ve esneklikler, hem mikro düzeyde davranışsal talep denklemlerine ve tüketici yaşam düzeyine ilişkin ipuçlarına ulaşmada hem de genel ekonomik anlamda politikalar oluşturmada yol gösterici bir kriter olarak görülürler. Bu çalışmanın da amacı yukarıdaki bilgiler ışığında Konya ilinde yaşayan ailelerin harcama mal guruplarını sınıflandırmak ve yaşam düzeyine ilişkin ipuçlarına ulaşmaktır

2.5 Araştırmanın Metodu

Bu araştırmada; Ocak-Mart 2015 tarihleri arasında Nazilli ilçesinde merkezinde oturan 230 hane halkına 22 sorudan oluşan bir anket birebir görüşülerek uygulanmıştır. Ankette, Nazilli ilçesinde yaşayan hane halklarının gelir, tüketim ve ev dışı tüketim eğilimleri ile ilgili sorular yer almaktadır. Anket soruları tüm aileyi kapsayan sorulardır. Ankette ailelere; yaş, cinsiyet, öğrenim durumu gibi demografik soruların yanı sıra; anket yapılan kişinin geliri, eşinin geliri, aylık gelire, aylık gıda harcaması tutarı gibi ekonomik içerikli sorular da yöneltilmiştir. Nazilli ilçe merkezinin mahallere oranlayarak 230 hane halkı ile görüşülerek elde edilen veriler incelenmiştir.

Tablo 9 Nazilli Mahallelerinin Nüfus Bilgileri

Mahalle	Nüfus	Yapılan Anket
Yıldıztepe	16352	30
Yeni	13343	25
Zafer	11290	21
Yeşil	8580	16
Cumhuriyet	7531	14
Aydoğdu	6639	12
Turan	6439	12
Şirinevler	5716	10
Pınarbaşı	5371	10
Prof. Muammer Aksoy	5160	10
İsabeyli	5080	9
Karaçay	3721	7
Sümer	3557	7
Çapahasan	3450	6
Kurtuluş	3426	6
Altıntaş	3256	6
Yeşilyurt	2916	5
Dallica	2553	5
İstiklal	1895	4
Arslanlı	1848	4
Bozyurt	1805	4
Yeni Sanayii	1522	4
Dumlupınar	1464	3

(TÜİK 2013)

Hane halkının iktisadi açıdan ne durumda olduğunu anlamak için ve ekonominin durumunu takip etmek açısından bu anketler çok önemlidir. Yukarıda ki anket çerçevesi içerisinde anketler uygulanmış ve SPSS programı kullanılarak analizler alt başlıklarda yorumlanmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

NAZİLLİ İLÇESİNİN EV DIŞI GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

*“Uzun ömürlü insanların yaşadığı; dağlarından yağ, ovalarından bal akan ilçe:
NAZİLLİ”*

3.1. Araştırmanın Önemi

Bu araştırmada; Nazilli ilçesinde merkezinde oturan 230 hane halkına anket soruları birebir görüşülerek uygulanmıştır. Ankette, Nazilli ilçesinde yaşayan hane halklarının gelir, tüketim ve ev dışı tüketim eğilimleri ile ilgili sorular yer almaktadır. Anket soruları tüm aile bireylerini kapsayan sorulardan oluşmaktadır. Ankette ailelere; yaş, cinsiyet, öğrenim durumu gibi demografik soruların yanı sıra; anket yapılan ailenin aylık ortalama geliri, aylık gıda harcaması tutarı gibi ekonomik içerikli sorular da yöneltilmiş ve bu sorulara verilen cevaplar istatistik programı ile incelenmiştir. Hane halkının iktisadi açıdan ne durumda olduğunu anlamak için ve ekonominin durumunu takip etmek açısından bu anketler çok önemlidir. Aydın Nazillili ilçesinde ev dışı gıda tüketimi ile ilgili ilk kez çalışma yapılması bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı:

Araştırmanın amacı, Aydın ilinin Nazilli ilçesinde ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörleri tespit etmektir. Bu tespitin sonucunda, ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin ilişkisinin güçlü/zayıf yönlerini tespit edilip bunların en az düzeye indirmek için gerekli akademik çalışmaların başlangıcına öncülük etmektir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi:

Araştırmada Aydın ilinin Nazilli ilçesinde 230 anket çalışması yapılmıştır. Her ankette 22 adet soru cevaplandıktan sonra SPSS 16,0 sürümünde analiz edilmiştir. Anketlerde ailelerin ve anket yapılan kişilerin genel sosyo-demografik özellikleri ile hane halkı geliri ve harcamalarına yönelik olarak sorulan soruları, ortalamalar, oransal değerler ve değişkenler arasında çapraz ilişkiler kurularak analiz edilmiştir. Araştırmada ev dışı gıda tüketimini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlandığı için

elde edilen veriler ev dışında gıda tüketme ve tüketmeme durumuna göre tüketenler ve tüketmeyenler olmak üzere 2 gruba ayrılarak, tüketip tüketmeme kararına etki eden faktörlere göre analiz edilmiştir.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları:

Ev dışı gıda tüketimi ile ilgili yapmış olduğumuz çalışmada bir takım sınırlamalarla karşılaşmıştır. Ailelerin bazılarının gelirlerini bildirme hususunda bilgi vermekten çekinmişlerdir. Ayrıca anketlerin doldurulduğu sırada ailelerin ev dışı ve gıda harcamalar konusunda aylık bütçelerinden tam olarak ne kadar ayırdıklarını bilmedikleri için soruları cevaplarken kararsız davranmalarına ve herhangi bir hata yapmaktan endişe duymalarına sebep olmuştur.

3.5. Anket Sonuçlarının Betimsel Değerlendirmesi

3.5.1. Hane Halkının Demografik Özellikleri

Anket cevaplarının değerlendirilmesinde, SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Anket çalışması ile kategorik-nominal veri üretilmiş ve bu veri türüne ilişkin tanımlayıcı istatistikler kullanılarak sonuçlar değerlendirilmiştir. Araştırma sonucu elde edilen veriler, tablolar halinde sunulmuştur. Tablolara ilgili tek tek yorum yapıp sonuçlarla ilgili bazı tablolarda çıkarımlarda bulunmuştur.

Tablo 10 Hane Halkının Genişliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
1-2	35	15,2	15,2
3-4	136	59,1	74,3
5 ve üzeri	59	27,7	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 10'da ankete katılan ailelerin hane genişliğine bakıldığında ; %15,2 oranında hanenin genişliği 1-2 kişi, %59,1 oranında hane genişliği 3-4 oranında ve %27,2 oranında ise 5 ve üzeri hanenin genişliği olduğunu göstermektedir. Katılımcıların ağırlıklı olarak hane genişliğinin 3-4 olması hane halkının çok geniş ailelerde yaşamadığını ortaya çıkarmaktadır. Hane halkı büyüklüğü arttıkça ailelerde kişi başına düşen geliri azalmaktadır. Bu bağlamda; 230 denekten 136'sının hane

halkı sayısının 3 ya da 4 olması, oldukça avantajlı bir durum olarak değerlendirilebilir. Hane halkı büyüklüğü tüketim harcamalarını artırmaktadır.

Tablo 11 Anket Yapılan Bireylerin Cinsiyetleri Ve Yaş Aralıkları

Cinsiyet					
Yaş	Kadın	Yüzde	Erkek	Yüzde	Toplam
18-23	2	1,7	1	0,8	3
24-29	13	11,3	14	12,2	27
30-35	22	19,1	22	19,1	44
36-41	26	22,6	32	27,9	58
42-47	24	20,9	19	16,5	43
48-53	20	17,5	12	10,5	32
54-59	5	4,3	9	7,8	14
60 ve üzeri	3	2,6	6	5,2	9
Toplam	115	100,0	115	100,0	230

Tablo 11’de 230 kişiye yapılan ankette 18-23 yaş aralığında %1,7 kadın ve %0,8 erkek, 24-29 yaş aralığında %11,3 kadın ve %12,2 erkek, 30-35 yaş aralığında %19,1 kadın ve %19,1 erkek, 42-47 yaş aralığında %17,5 kadın ve %16,5 erkek, 48-53 yaş aralığında %17,5 kadın ve %10,5 erkek, 54-59 yaş aralığında %4,3 kadın ve %7,8 erkek, 60 ve üzeri %2,6 kadın ve %5,2 erkek bulunmaktadır.

Tablo 12 Görüşülen Ailelerin Medeni Durumu

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Evli	208	90,4	90,4
Bekâr	13	5,7	96,1
Dul	7	3,0	99,1
Evli Ama Ayrı Yaşıyor	2	0,9	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 12’de anket yapılan 230 kişinin medeni durumu hakkında bilgi verilmektedir. Ankete katılan 230 kişiden %90,4 oranında evli, %5,7 oranında bekâr, %3,0 oranında dul ve %0,9 oranında evli ama ayrı yaşayan hane halkından oluşmaktadır.

3.5.2. Anne Ve Babanın Statüsü Ve Eğitimi

Tablo 13 Anne Eğitim Durumu

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Okur-Yazar	8	6,9	6,9
İlkokul-Ortaokul	30	26	32,9
Lise	35	30,4	63,3
Yüksekokul	13	11,3	74,6
Üniversite	29	25,2	100,0
Toplam	115	100,0	

Tablo: 13’de tüketim çalışmalarında annenin statüsü ve eğitimi önemli bir faktör olarak görülmektedir. Anne ailede gıda tüketiminde genelde karar verici kişi olarak rol oynamaktadır. 230 denekten 115’i kadın, 115’i erkek bireylere ailelerinin ev dışı gıda tüketimi ile ilgili sorular sorulmuştur. Ankette katılan 115 kadından %6,9’luk oranda okuryazar, %26’lık oranda ilkokul-ortaokul mezunu olduğu, büyük bir bölümünün %30,4’lük oranla lise, %11,3’lük oranda yüksekokul, %25,2’lik oranda üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Annelerin eğitim durumları ve iş hayatında çalışmaları ailelerin ev dışı gıda tüketimine etkisi bulunmaktadır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde de bahsedildiği üzere annenin eğitim durumuna bağlı olarak çalışma hayatında aktif rol oynaması ailelerin ev dışı gıda tüketimi arasında da pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 14 Babanın Eğitim Durumu

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Okur-Yazar	4	3,4	3,4
İlkokul-Ortaokul	27	23,4	26,9
Lise	33	28,6	55,7
Yüksekokul	27	23,4	79,1
Üniversite	24	20,8	100,0
Toplam	115	100,0	

Tablo: 14’de 230 denekten 115’i kadın, 115’i erkek bireylere ailelerinin ev dışı gıda tüketimi ile ilgili sorular sorulmuştur. 115 erkekten okuryazar oranının %3,4, ilkokul-ortaokul mezunu oranının %23,4, %28,6 ile büyük bir bölümünün lise eğitimi almış olduğu görülmektedir. %23,4’lük oranda yüksekokul, %20,8’lik oranda üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Babalarının eğitim durumları ile gelir

düzeyleri arasında ilişkinin olduğu ilerleyen bölümlerinde bahsedildiği üzerine, ailelerin gelirlerinin yüksek olması ev dışı gıda tüketimini etkilemektedir.

Tablo 15 Babanın Statüsü

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Hane halkında Baba Bulunmayan	6	2,6	2,6
İşçi	24	10,4	13,0
Serbest Meslek	31	13,5	26,5
Tüccar-İş Adamı	19	8,3	34,8
Tarım - Hayvancılık	8	3,5	38,3
Memur	61	26,5	64,8
Özel Sektör	52	22,6	87,4
Diğer	4	1,7	89,1
Emekli	25	10,9	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 15’de hane halkı reisinin fiilen çalıştığı işlerin genel dağılımına göz attığımızda; %26,5 ile memur oranı diğer hane halkı bireylerinin fiilen çalıştığı işlerin oranına göre daha fazladır. Özel sektörün oranı %22,6 ile ikinci sırayı almaktadır. Hane halkının %13,5lik dilimine göz attığımızda serbest meslekte çalışanlar bu dilimde yer almaktadır. Hane halkı reislerinin %10,9’luk kısmı emekli, %10,4’lük kısmı ise işçi olarak çalışmaktadır. %8,3’ü, Tüccar ve işadamı, %3,5 tarım ve hayvancılık sektöründe çalışmaktadırlar. Diğer sektörlerde çalışanların oranı %1,7 oranındadır.

Tablo 16 Annenin Statüsü

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Hane Halkında Anne Bulunmayan	15	6,5	6,5
İşçi	27	11,7	18,3
Serbest Meslek	8	3,5	21,7
Tarım - Hayvancılık	4	1,7	23,5
Ev Hanımı	94	40,9	64,3
Memur	36	15,7	80,0
İşsiz	5	2,2	82,2
Özel Sektör	34	14,8	97,0
Diğer	6	2,6	99,6
Emekli	1	0,4	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 16’da hane halkı annenin çalıştığı işlerin genel dağılımına göz attığımızda; % 40,9 ile ev hanımı, %15,7 oranı ile memur, %14,8 oranı ile özel sektörde çalışan annelerin fiilen çalıştığı işlerin oranına göre daha fazladır. İşçi oranı %11,7 oranında, serbest meslekte olan anne oranı %3,5 oranda olduğu görülmektedir. Ailelerden annelerin %2,6 oranda diğer meslekte, %2,2’lik oranda işsiz oldukları görülmektedir. Anneler %1,7’lik oranda tarım ve hayvancılık ve %0,4’lük oranda emekli oldukları görülmektedir. Nazilli ilçesinde yapılmış olan bu ankette kadınların erkeklere oranla iş hayatında yerinin az olduğu görülmektedir.

Tablo 17 Ailenin Bağlı Olduğu Sosyal Güvenlik Kurumu

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
SGK - Kadrolu	112	48,7	48,7
SGK-Sözleşmeli	30	13,0	61,7
Emekli Sandığı Kadrolu	13	5,7	67,4
Bağ kur	62	27,0	94,3
Özel Banka Sigortası	4	1,7	96,0
Bağımsızlar	9	3,9	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 17’de ailenin bağlı olduğu sosyal güvenlik kurumu %48,7 ile SGK kadrolu olarak en yüksek orandır. Bağ kurluların oranı %27,0 ile ikinci sırada yer almaktadır. %13,0’lik oranda SGK sözleşmeli, %5,7 emekli sandığı kadrolu,%3,9 ile bağlı olmayanları, en az %1,7’lik oranda özel sandık oluşturmaktadır.

3.5.3. Ailenin Taşınır veya Taşınmaz Mal Varlıkları

Tablo 18 Hane Halkının Ev Sahipliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Evi Var	123	53,5	53,5
Evi Yok	107	46,5	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 18’de 230 ailenin % 46,5’lik oranda evinin bulunmamakta olup, %53,5’lik oranda ev sahipliği söz konusudur. Ailelerin kirada oturması ev dışı gıda tüketimini negatif yönde etkilemektedir. Bunu nedeni ailelerin gelirlerinden kira harcamalar için pay ayırmalarıdır. 230 denekten 123’ü ev sahibidir; barınma sorununun giderilmiş olması, geçinebilme potansiyelini güçlendirmektedir.

Tablo 19 Hane Halkının Araba Sahipliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Araba Var	146	63,5	63,5
Araba Yok	84	36,5	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 19’da 230 ailenin %36,5’inin arabalarının olmadığı, %63,5’lik oranda arabalarının olduğunu göstermektedir.

Tablo 20 Hane Halkının Yazlık Ev Sahipliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Yazlık Ev Var	21	9,1	9,1
Yazlık Ev Yok	209	90,9	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 20’de 230 ailenin yalnızca %9,1’lik oranda yazlığa sahip olması gelir düzeyiyle alakası bulunmaktadır. %90,9 ailelerin yazlığı bulunmamaktadır.

Tablo 21 Hane Halkının Kişi Sayısıyla Hanede Bulunan Cep Telefonu Karşılaştırması

Cep Telefonu Sayısı							
Hane halkı	1	2	3	4	5	6veüzeri	Toplam
1-2	14	18	3	1	0	0	36
3-4	0	32	39	53	11	1	136
5veüzeri	0	0	13	13	20	12	58
Toplam	21	50	55	67	31	13	230

Tablo 21’de hane halkındaki kişi sayısı cep telefonu sayısı karşılaştırılmıştır. Hane halkında 1-2 kişi bulunan ailelerde 1 tane cep telefonuna sahip 14 aile, 2 tane cep telefonuna sahip 18 aile, 3 tane cep telefonuna sahip 3 aile, 4 tane cep telefonuna sahip 1 aile bulunmaktadır. Hane halkında 3-4 kişi bulunan ailelerde 2 tane cep telefonuna sahip 32 aile, 3 tane cep telefonuna sahip 39 aile, 4 tane cep telefonuna sahip 53 aile, 5 tane cep telefonuna sahip 11 aile ve 6 ve üzeri cep telefonuna sahip 5 aile bulunmaktadır. Hane halkında 5 ve üzeri kişi bulunan ailelerde 3 tane telefona sahip 13 aile, 4 tane telefona sahip 13 aile, 5 tane cep telefonuna sahip 20 aile ve 6 ve üzerinde cep telefonuna sahip 12 aile bulunmaktadır. Cep telefonlarının yaygınlaşmasıyla ailelerde telefon sayısında hızlı bir artış yaşanmaktadır. Birey

sayısından fazla olan telefon sahipliği kişilerin lüks olarak ikinci bir telefonu kullandıklarını göstermektedir.

Tablo 22 Hane Halkının Derin Dondurucu Sahipliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Derin Dondurucu Var	74	32,2	32,2
Derin Dondurucu Yok	156	67,8	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 22’de ailelerin %32,2 oranda derin dondurucuya sahipken, % 67,8 oranda derin dondurucu ya sahip olmadıkları görülmektedir. Ailelerde genel olarak fazla yemek pişen ailelerde derin dondurucu kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 23 Hane Halkının Mikro Dalga Fırını Sahipliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Mikro Dalga Fırını Var	95	41,3	41,3
Mikro Dalga Fırını Yok	135	58,7	100,0
Total	230	100,0	

Tablo 23’de ailelerin % 58,7’lik oranda mikro dalga fırını bulunmamaktadır. %41,3’lük oranda mikro dalga fırına sahip olduğu görülmektedir. Mikro dalga fırınları genel olarak hazır gıdaların ısıtılmasında kullanılmaktadır.

Tablo 24 Hane Halkının Yayla Ev Sahipliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Yayla Evi Var	12	5,2	5,2
Yayla Evi Yok	218	94,8	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 24’de ailelerin %94,8’inin yayla evine sahip değilken, %5,2 oranda yayla evine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 25 Hane Halkının Bilgisayar Sahipliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Bilgisayar Var	174	75,7	75,7
Bilgisayar Yok	56	24,3	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 25’de ailelerin %75,7’lik oranla bilgisayara sahipken,%24,3’lük oranda ailelerin bilgisayara sahip olmadığı görülmektedir.

Tablo 26 Hane Halkının DVD Sahipliği

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
DVD Var	59	25,7	25,7
DVD Yok	171	74,3	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 26’da ailelerin %74,3’ünün DVD’si bulunmamakta olup, ailelerin %25,7’sinin oranla DVD bulunduğu görülmektedir.

Tablo 27 Hane Halkının Televizyon Sahipliği

Televizyon Sayısı	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
1	120	52,2	52,2
2	105	45,7	97,8
3	4	1,7	99,6
4	1	0,4	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 27’de hane halkında en çok 1 televizyon bulunan %52,2 oranında, 2 tane televizyona sahip olanların oranı %45,7 oranında, 3 tane televizyona sahip olanların oranı %1,7 oranını göstermektedir. Ailelerin 4 tane televizyona sahip olanların oranı %0,4’lik oranı göstermektedir.

3.5.4. Ailelerin Ekonomik Durumları

Tablo 28 Hanenin Aylık Geliri

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
501-1000	14	6,1	6,1
1001-1500	36	15,7	21,7
1501-2000	33	14,3	36,1
2001-2500	47	20,4	56,5
2501-3000	23	10,0	66,5
3001-3500	21	9,1	75,7
3501-4000	14	6,1	81,7
4000üzeri	42	18,3	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 28’de görüldüğü gibi aylık geliri 501- 1000 TL arasında olan hane halkı oranı % 6,1’dir. Aylık geliri 1001- 1500 TL arasında bulunan hane halkı oranı %15,7’dir. %14,3’lük dilimde 1501-2000 TL gelir aralığında olan hane halkı, %20,4’lük dilimde 2001-2501 TL aylık gelire sahip olan hane halkı, %10,0’lık dilimde 2501-3000 TL gelir aralığında olan hane halkı, %9,1’lik dilimde 3001-3501 TL aylık gelire sahip olan hane halkı, %6,1’lik dilimde 3501-4000 TL gelir aralığında

olan hane halkı, %18,3'lük dilimde 4000 TL ve üzeri aylık gelire sahip olan hane halkı bulunmaktadır. 7500 TL ve üzeri aylık gelire sahip hane halkı reisi oranları % 0,4'dür. Anket ayı içinde hane halkına giren aylık geliri incelememizin ev dışı gıda tüketiminin incelenmesi açısından da önemlidir. Çünkü hane halkının geliri aile içindeki ev dışı gıda tüketimini dikkate olarak etkilemektedir.

3.5.5. Ailelerin Gıda Alışverişlerinde ki Genel Tutumu

Tablo 29 Ailenizde Gıda Alışverişlerinizi Genellikle Kim Yapıyor

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Anne	53	23,0	23,0
Baba	68	29,6	52,6
Yetişkin Çocuklar	7	3,0	55,7
Anne - Baba	102	44,3	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 29'da ailelerin gıda alışverişlerini %44,3'lük oranda anne ve baba birlikte, %29,6'lık oranda baba, %23'lük oranda anne ve %3'lük oranda yetişkin çocuklar yapmaktadır. Buradan çıkan sonuçta gıda alışverişlerini %97,0'lik oranda ebeveynlerin yaptığı görülmektedir.

Bu çalışmada ev dışı gıda tüketimi, aile bireylerinin, ev dışında (restoran, kebabçı, fast food ve pizzacı, kafeterya, kantin vb. yerlerde) hazırlanmış gıda maddelerini tüketmesi olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte sözü geçen mekânlarda hazırlanmış(hazır yemek alıp evde yemek) olan yiyeceklerin, herhangi bir işleme tabi tutulmadan evde tüketilmesi de ev dışı gıda tüketimi olarak kabul edilmiştir. Çalışmada anket yapılan ailelere *“ev dışında gıda tüketme alışkanlığınız var mı?”* diye sorulmuş, bu soruya evet yanıtını veren aileler *“tüketen aileler”* olarak kabul edilmiştir.

Tablo 30 Ev Dışında Yemek Yiyor musunuz?

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Evet	193	83,9	83,9
Hayır	37	16,1	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 30'da anket yapılan 230 ailenin 193'ü ev dışında gıda tüketirken, 37'si ev dışında gıda tüketmediğini belirtmiştir. Buna göre hanelerin %83,9'u ev dışında gıda tüketmektedirler.

Tablo 31 Ortalama Ev Dışında Öğün İçin Kişi Başı Ödediğiniz Ücret

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Ev Dışı Gıda Tüketimi Yapmayan	37	16,1	16,1
0-5	14	6,1	22,2
6-11	60	26,1	48,3
12-17	68	29,6	77,8
18-23	41	17,8	95,7
24-29	7	3,0	98,7
30-35	3	1,3	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 31’de 230 aileden ev dışı gıda tüketimi yapan 197 aileye kişi başı ortalama ev dışı yediğiniz yemek için ne kadar ücret ödendiği sorulmuştur. Kişi başına en çok %29,6’lık oranla 12-17 TL, % 26,1’lik oranla 6-11 TL ,%17,8’lik oranla 18-23 TL, % 6,1’lik oranda 0-5 TL, %3’lük oranda 24-29 TL ve %1,3’lük oranda 30-35 ücret ödendiği görülmektedir.

Tablo 32 Günde Kaç Öğün Yemek Yiyorsunuz

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
1	1	0,4	0,4
2	50	21,7	22,1
3	175	76,2	98,3
4	4	1,7	100,0
Toplam	230	100,0	

Tablo 32’de 230 aileye ankette günde kaç öğün yemek yenildiği sorulmuştur. 230 aileden en fazla %76,2’lik oranda günde 3 öğün, %21,7’lik oranda günde 2 öğün, %1,7’lik oranda günde 4 öğün ve %0,4’lük oranla günde 1 öğün yemek tüketimi yapıldığı görülmektedir.

Tablo 33 Hane Halkı Ev Dışı Gıda Tüketimini Hangi Öğün De Yapmaktadır

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Sabah	6	3,1	3,1
Öğle	33	17,1	20,2
Akşam	148	76,7	96,9
Gece	6	3,1	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 28’de 230 hane halkından 193 kişinin ev dışı gıda tüketiminde en çok hangi öğünde ev dışı gıda tüketimi yapıldığı sorulmuştur. Ev dışı gıda tüketiminin

yapan 193 kişiden %76,7'lik oranda akşam, %17,1'lik oranda öğlen, %3,1'lik oranlar da ise sabah ve gece öğünlerini dışarıda ev dışı gıda tüketiminde bulunmaktadır.

Tablo 34 Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Kişi Kimdir

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Anne	24	12,4	12,4
Baba	39	20,3	32,7
Çocuk	40	20,7	53,4
Anne - Baba	86	44,5	97,9
Diğer	4	2,1	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 34'de 230 hane halkının 193 ev dışı gıda tüketimi yapan hane halkına ev dışı gıda tüketimi konusunda kimin karar verdiği sorulmuştur. Ev dışı gıda tüketimine en çok %44,5'lik oranla anne ve babanın istemesiyle, %20,7'lik oranla çocukların karar vermesiyle, %20,3'lük oranla babanın karar vermesiyle ev dışı gıda tüketimi yapıldığı görülmektedir. %12,4'lik oranla annenin karar vermesiyle ve %2,1'lik oranda ev dışı gıda tüketiminde diğer faktörün etkili olduğu görülmektedir. Buradan çıkarabileceğimiz sonuca göre anne ve babanın ev dışı gıda tüketime olan taleplerin daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 35 Ev Dışı Gıda Tüketimini Hangi Sıklıkla Yapmaktasınız

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Haftada En Az 1 Defa	80	41,5	41,5
15 Günde En Az 1 Defa	68	35,3	76,8
Ayda En Az 1 Defa	45	23,2	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 35'de 230 hane halkının 193'ünün ev dışı gıda tüketimi yapan aileler ev dışında gıda tüketiminin hangi sıklıkla yapıldığı sorulmuştur. Aileler en fazla %41,5'lik oranda haftada en az bir kere, % 35,3'lük oranla on beş günde en az bir kere, %23,2'lik oranda ayda en az bir kere ev dışı gıda tüketimi yapmaktadırlar.

3.5.7. Ailelerin Gıda Ve Ev Dışı Gıda Harcamaları

Tablo 36 Ailelerin Aylık Gıda Harcamaları Tutarı

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
101-200	7	3,0	3,0
201-300	53	23,0	26,1
301-400	63	27,4	53,5
401-500	76	33,0	86,5
501-600	24	10,4	97,0
601-700	3	1,3	98,3
701-800	2	0,9	99,1
801üzeri	2	0,9	100,0
Toplam	230	100,0	

Tabla 36’da anket yapılan 230 kişi ye hane halkının aylık gıda harcamaları sorulmuştur. Hane halkının %3,0’ü aylık 101-200 TL arası, %23,0’ü aylık 201-300 TL arası, %27,4’ü 301-400 TL arası, %33,0’ı aylık 401-500 TL arası, %10,4’ü aylık 501-600 TL arası, %1,3’ü aylık 601-700 TL arası, %0,9’u aylık 701-800 TL ve 801 TL üzeri harcama yapmaktadır.

Tablo 37 Ailelerin Aylık Ev Dışı Gıda Harcamaları Tutarı

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
0-50	12	6,2	6,2
51-100	29	15,0	21,2
101-150	44	22,8	44,0
151-200	53	27,5	71,5
201-250	34	17,6	89,1
251-300	10	5,2	94,3
301-350	8	4,2	98,5
351-400	2	1,0	99,5
401üzeri	1	0,5	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 37’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 hane halkına aylık ev dışı gıda tüketimine aylık gıda tüketiminden ayrı olarak ne kadar ücret ödedikleri sorulmuştur. Hane halkının %6,2’si aylık 0-50 TL arası, %15,0’ı aylık 51-100 TL arası, %22,8’i aylık 101-150 TL arası, %27,5’i aylık 151-200 TL arası, %17,6’sı aylık 201-250 TL arası, %5,2’si aylık 251-300 TL arası, %4,2’si aylık 3001-350 TL arası, %1,0’i aylık

351-400 TL arası, %0,5'i aylık 401 TL üzeri aylık ev dışı gıda harcamaları yapmaktadırlar.

Tablo 38 Aylık Gelir Ve Aylık Ev Dışı Gıda Harcamaları

Aylık Gelir	0	0-50	51-100	101-150	151-200	201-250	251-300	301-350	351-400	401 üzeri	Toplam
501-1000	2	6	3	1	2	0	0	0	0	0	14
1001-1500	12	5	13	4	2	0	0	0	0	0	36
1501-2000	12	1	7	7	3	3	0	0	0	0	33
2001-2500	4	0	4	18	16	3	2	0	0	0	47
2501-3000	2	0	1	5	8	4	0	1	2	0	23
3001-3500	3	0	1	7	7	3	0	0	0	0	21
3501-4000	0	0	0	1	7	6	0	0	0	0	14
4000 üzeri	2	0	0	1	8	15	8	7	0	1	42
Toplam	37	12	29	44	53	34	10	8	2	1	230

Tablo 38'de ailelerin gelirleri ve ailenin aylık ev dışı gıda harcamaları incelendiğinde aylık en fazla 150-200 TL arası harcama yapanların fazla olduğu görülmektedir. . Ankete katılan ailelerin gelirleri artıkça ev dışı gıda tüketimi için ayırdıkları bütçenin arttığı gözlenmiştir.

Tablo 39 Aylık Gelir Ve Aylık Gıda Harcamaları

Aylık Gelir	101-200	201-300	301-400	401-500	501-600	601-700	701-800	801 üzeri	Toplam
501-1000	4	8	0	2	0	0	0	0	14
1001-1500	1	19	14	2	0	0	0	0	36
1501-2000	2	9	13	9	0	0	0	0	33
2001-2500	0	13	14	19	1	0	0	0	47
2501-3000	0	2	7	11	3	0	0	0	23
3001-3500	0	1	7	9	4	0	0	0	21
3501-4000	0	0	2	8	3	1	0	0	14
4000 üzeri	0	1	6	16	13	2	2	2	42
Toplam	7	53	63	76	24	3	2	2	230

Tablo 39'da ailelerin gelirleri ve aylık gıda harcamalarına ayırdıkları miktar incelenmiştir. Aileler en fazla 401-500 TL arası aylık gıda harcamaları yaptığı görülmektedir. Ailelerin gelirleriyle gıda harcamaları incelendiğinde gelire bağlı artış gözlenmektedir.

3.5.8. Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketmeme Nedenleri

Tablo 40 Ev Dışında Yemek Yemeyi Tercih Etmeme Nedenleri

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Fiyatların Yüksek Olması	5	13,5	13,5
Alışkanlığı Olmayanlar	8	21,6	35,1
Sağlıklı Ve Hijyenik Olduğu Konusunda Şüphelerim Var	9	24,4	59,5
Ortamı Beğenmiyorum	3	8,1	67,6
Self Servisten Hoşlanmıyorum	1	2,7	70,3
Ürün Çeşidi Sınırlı	2	5,4	75,7
Uzun Süre Oturma İmkânı Yok	5	13,5	89,2
Hizmeti Yetersiz Buluyorum	3	8,1	87,3
Bu Tür Kuruluşların İmajın Kötü Buluyorum	1	2,7	100,0
Toplam	37	100,0	

Ev dışında gıda tüketmeyen hane halkına bunun nedeni sorulmuş, 10 adet neden sıralanmış ve alınan cevaplar Tablo 40'da verilmiştir. Buna göre, 37 cevabın %24,4'ü ilk sırada sağlık ve hijyenik olduğu konusunda şüphelerinin olduğu, %21,6'sı böyle bir alışkanlığının olmadığı yönünde ikinci sırayı almaktadır. Belirtilen nedenler arasında %13,5 oranlarında uzun süre oturma imkânı yok ve fiyatların yüksek olması hane halkını ev dışı gıda tüketmeme nedenleridir. Ortamı beğenmeme, hizmeti yetersiz buluyorum %8,1'lik diğer önemli nedenler arasındadır. Ev dışı gıda tüketmeme nedenlerinden ürün çeşidinin sınırlı olmasının oranı %5,4 tür. Tabloda yer alan self servisten hoşlanmayanların, bu tür kuruluşların imajın kötü buluyorum %2,7 oranla ailelerin ev dışı gıda tüketimine tercih etmeme nedeni olarak bulunmaktadır.

3.5.9. Ev Dışı Gıda Tüketme Nedenleri

Ev dışı gıda tüketimi yapan 193 aileye ev dışı gıda tüketimine etki eden 14 faktör sorulmuş ve ailelerden 14 faktörde ev dışı gıda tüketimini etkileri incelenmiştir.

Tablo 41 Yemek Hazırlamak İçin Çaba Göstermiyorum

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	156	80,8	80,8
Etki	37	19,2	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 41'de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %80,8'si hazırlamak için çaba sarf etmedikleri için ev dışı gıda tüketimi yapmalarına etken olarak görmüşlerdir.

%19,2'lik oranda ailelerin ev dışında gıda tüketimine hazırlamak için çaba sarfının etkisi olmadığı görülmektedir.

Tablo 42 Yemeklerin Lezzetli Olması

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	98	50,8	50,8
Etkisiz	95	49,2	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 42'de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %50,8'i ev dışındaki gıdaların lezzetli olduklarını düşündükleri için ev dışı gıda tüketimi yapmalarına etken olarak görmüşlerdir. %49,2'lik oranla ailelerin ev dışı gıda tüketiminde yiyeceklerin lezzeti etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 43 Ev Dışı Gıda Tüketiminin Zaman Tasarrufu

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	89	46,2	46,2
Etkisiz	104	53,8	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 43'de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %46,2'si ev dışı gıda tüketimi yapmalarında zaman tasarrufunun etkili olduğu görülmektedir. %53,8'lik oranla ailelerin ev dışı gıda tüketiminde zaman tasarrufunun etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 44 Ev Dışı Gıda Tüketiminin Ekonomik Olması

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	23	12,0	12,0
Etkisiz	170	88,0	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 44'de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %12'sinin ev dışı gıda tüketimi yapmalarında yiyeceklerin ekonomik olmasının etkili olduğu görülmektedir. %88'lik oranla ailelerin ev dışı gıda tüketiminde yiyeceklerin ekonomik olmasının etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 45 Ev Dışı Gıda Tüketimi Alışkanlık Yapmaktadır

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	62	32,1	32,1
Etkisiz	131	67,9	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 45’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %32,1’inin ev dışı gıda tüketimi yapmalarında alışkanlıklarının etkili olduğu görülmektedir. %67,9’luk oranla ailelerin ev dışı gıda tüketimi yapmalarında alışkanlıkların olmasının etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 46 Ev Dışı Gıda Tüketiminde Reklamlar Etkilidir

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	16	8,2	8,2
Etkisiz	177	91,8	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 46’da ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %8,2’lik oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında reklamların etkili olduğu görülmektedir. %91,8’lik oranla ailelerin ev dışı gıda tüketiminde reklamların etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 47 Ev Dışı Gıda Tüketiminin Sağlıklı ve Hijyenik Olması Etkilidir

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	22	11,3	11,3
Etkisiz	171	88,7	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 47’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %11,3’lük oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında ev dışı gıda ürünlerinin sağlıklı ve hijyenik olduğu bilmeleri etkili olduğu görülmektedir. %88,7’lik oranla ailelerin ev dışı gıda tüketiminde ev dışı gıda ürünlerinin sağlıklı ve hijyenik olup olmadığı konusunda şüphelerinin olduğu görülmektedir.

Tablo 48 Ev Dışı Gıda Tüketiminin Çeşitli Olması Etkilidir

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	111	57,6	57,6
Etkisiz	82	42,4	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 48’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %57,6’lık oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında ev dışı gıda ürünlerinin çeşitli olmasının etkili olduğu görülmektedir. %42,4’lük oranla ailelerin ev dışı gıda tüketiminde ev dışı gıda ürünlerinin çeşitli olması etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 49 Anne Çalıştığı İçin Yemek Yapmaya Zamanı Olmadığı İçin Ev Dışı Gıda Tüketim Yapılmaktadır

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	38	19,7	19,7
Etkisiz	155	80,3	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 49’da ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %19,7’lik oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında annelerin çalıştığı için yemek yapmaya zaman ayıramamalarının etkili olduğu görülmektedir. %80,3’lük oranla ailelerin ev dışı gıda tüketiminde annelerin çalıştığı için yemek yapmaya zaman ayıramamasının etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 50 Ev Dışı Gıda Tüketiminde Çevrenin Etkisi

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	54	30,0	30,0
Etkisiz	139	70,0	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 50’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %30,0’luk oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında çevrenin yemek yenilen mekânı tavsiye etmesinin etkili olduğu görülmektedir. %80,0’lik oranla çevrenin yemek yenilen mekânı tavsiye etmesinin ailelerin ev dışı gıda etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 51 Yemek Pişirmeyi Sevmemesinin Ev Dışı Gıda Tüketimine Etkisi

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	42	21,8	21,8
Etkisiz	151	78,2	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 51’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %21,8’lik oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında annelerin yemek pişirmeyi sevmemesinin etkili olduğu görülmektedir. %78,2’lik oranla ise annelerin yemek pişirmeyi sevmemesinin ailelerin ev dışı gıda etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 52 Ev Dışı Gıda Tüketiminin Her Zaman Aynı Kalitede Olmasının Etkisi

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	38	19,7	19,3
Etkisiz	155	80,3	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 52’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %19,7’lik oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında yemek yemek için gittikleri yerlerin her zaman aynı kalitede yemek çıkartmalarının etkili olduğu görülmektedir. %80,3’lük oranla ise ev dışı gıda tüketimi yapmalarında yemek yemek için gittikleri yerlerin her zaman aynı kalitede yemek çıkartmalarının etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 53 Ev Dışı Gıda Tüketimini Çocukların İstemesinin Etkisi

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	64	33,2	33,2
Etkisiz	129	66,8	100,0
Toplam	193	100,0	

Tablo 53’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %33,2’lik oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında çocukların ev dışı gıda ürünlerini tüketmek istemelerinin etkili olduğu görülmektedir. %66,8’lik oranla ise ev dışı gıda tüketimi yapmalarında çocukların ev dışı gıda ürünlerini tüketmek istemelerinin ailelerin ev dışı gıda tüketiminde etkili olmadığı görülmektedir.

Tablo 54 Besin Değerinin Ev Dışı Gıda Tüketimine Etkisi

	Frekans	Yüzde %	Toplamalı Yüzde %
Etkili	8	4,2	4,2
Etkisiz	185	95,2	95,2
Toplam	193	100,0	100,0

Tablo 54’de ev dışı gıda tüketimi yapan 193 ailenin %4,2’lik oranla ev dışı gıda tüketimi yapmalarında yiyeceklerin besin değerinin etkili olduğu görülmektedir. %95,2’lik oranla ise yiyeceklerin besin değerinin ailelerin ev dışı gıda etkili olmadığı görülmektedir.

3.5.10. Ev Dışı Gıda Tüketiminde Tercih Edilen Mekânlar

Tablo 55 Ev Dışı Gıda Tüketiminde Tercih Edilen Mekânlar ve Oranları

Yerler	Tercihler							Toplam
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	
Restoranlar (sıcak yemek vb.)	56	56	45	29	7	0	0	193
RESTORAN Kebapçılar	37	58	59	30	4	3	2	193
Kebapçılar (tablacı)	22	18	24	26	56	37	10	193
Fastfood ve Pizzacılar	66	36	38	25	22	6	0	193
Barlar	2	3	3	15	7	28	135	193
Hazır Yemek Alıp Evde Yemek	8	19	16	55	75	14	6	193
Okul vb. Kafeteryalar, Ortak Yemekhaneler	2	4	8	13	22	105	39	193
Tercih Sırasına Göre Dağılım (%)								
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	Toplam
Restoranlar (sıcak yemek vb.)	29,0	29,0	23,3	15,0	3,7	2,1	0,0	100,0
Restoran Kebapçılar	19,2	30,1	30,6	15,6	2,0	1,5	1,0	100,0
Kebapçılar (tablacı)	11,4	9,3	12,5	13,5	29,0	19,1	5,2	100,0
Fastfood ve Pizzacılar	34,2	18,7	19,7	12,9	11,4	3,1	0,0	100,0
Barlar	1,0	1,5	1,5	7,8	3,7	14,5	70,0	100,0
Hazır Yemek Alıp Evde Yemek	4,2	9,9	8,3	28,5	38,8	7,2	3,1	100,0
Okul vb. Kafeteryalar, Ortak Yemekhaneler	1,0	2,1	4,1	6,8	11,4	54,4	20,2	100,0

Tablo 55’de 230 hane halkından 193’inin ev dışı gıda tüketimi yapmaktadır. Ailelere ev dışında gıda tüketimi yaparken hangi mekânları tercih ettiklerini sıralamaları istenmiştir. Ailelerden 1. sırada %34,2’lük oranda en ev dışı gıda tüketiminde fast food ve pizzacıları, %29’luk oranda restoranları(sıcak yemek), %19,2’lik oranda restoranı (kebabçı), %11,4’lük oranda kebabçıları(tablacı), %4,2’lik oranda hazır yemek alıp evde pişirmeyi, %1’lik oranda 4 okul vb. kafeteryalar, ortak yemekhaneleri,%1’lik oranda barları seçmişlerdir.

Ailelerden 2. sırada en fazla%30,1’lik oran ile restoran (kebabçılar),%29’luk oran ile restoranları(sıcak yemek), %18,7’lik oran ile fastfood ve pizzacıları, %9,9’uk oran ile hazır yemek alıp evde yemeği, %9,3’lük oran ile kebabçılar (tablacılar), %2,1’lik oran ile okul vb. kafeteryalar, ortak yemekhaneleri,%1,5’lik oran ile barları seçmişlerdir.

Ailelerden 3. Sırada en fazla %30,6'lık oranda restoran (kebabçılar), %23,3'lük oranda restoranları(sıcak yemek),%19,7'lik oranda fastfood ve pizzacıları, %12,5'lik oranda kebabçılar (tablacılar), %8,3'lük oranda hazır yemek alıp evde yemeği, %4,1'lik oranda okul vb. kafeteryalar, ortak yemekhaneleri, %1,5'lik oranda barları seçmişlerdir.

Aileler 4. Sırada en fazla %28,5'lik oranda hazır yemek alıp evde yemeği, %15,6'lık oranda restoran (kebabçılar),%15,0'lık oranda restoranları(sıcak yemek), 13,5'lik oranda kebabçılar (tablacılar),%12,9'luk oranda fastfood ve pizzacıları, %7,8'lik oranda barları, %6,8'lik oranda okul vb. kafeteryaları seçmişlerdir.

Aileler 5. Oranda en fazla %38,8'lik oranda hazır yemek alıp evde yemeği, %29,0'luk oranda kebabçılar(tablacı), %11,4 lük oranlarda okul vb. kafeteryaları ve fastfood ve pizzacıları, %3,7'lik oranlarda restoranları(sıcak yemek) ve barları, %2,0'lık oranda restoran (kebabçılarını) ev dışında gıda tüketiminde seçmişlerdir.

Aileler 6. Sırada en fazla %54,4'lük oranda okul vb. kafeteryaları,%19,1'lik oranda kebabçılarını (tablacı), %14,5'lik oranda barları, %7,2'lik oranda hazır yemek alıp evde yemeği, %3,1'lik oranda fastfood ve pizzacıları, %2,1lik oranda restoranları(sıcak yemek), %1,5'lik oranda restoran (kebabçı) ev dışı gıda tüketiminde seçmişlerdir.

Aileler 7. sırada en fazla %70,0'lık oranda barları, %20,2'lik oranda okul vb. kafeteryaları, %5,2'lik oranda kebabçılarını (tablacı), %3,1'lik oranda hazır yemek alıp evde yemeği, %1,0'lik oranda restoran (kebabçı) seçmişlerdir.

3.6. Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler

3.6.1.Ailenin Geliri

Tablo 56 Aylık Gelir ve Ev Dışında Yemek Yeme Durumu

Aylık Gelir	Evet	Hayır	Toplam
501-1000	12	2	14
1001-1500	24	12	36
1501-2000	21	12	33
2001-2500	43	4	47
2501-3000	21	2	23
3001-3500	18	3	21
3501-4000	14	0	14
4001 üzeri	40	2	42
Toplam	193	37	230

Gıda tüketimi çalışmalarında gelir, önemli bir belirleyici olarak görülmektedir. Hanelerin gelir düzeyi arttıkça ev dışı gıda talebi artmaktadır. Tabloda görüldüğü gelir aralığı 501-1000 TL olan 14 haneden 12 hane, 1001-1500 aylık geliri olan 36 haneden 24 kişi, 1501-2000 TL aylık geliri olan 33 haneden 21 hane, 2001-2500 TL aylık geliri olan 47 haneden 43 hane, 2501-3000 TL aylık geliri olan 23 haneden 21 hane, 3001-3500 TL aylık geliri olan 21 haneden 18 hane, 3501-4000 TL aylık geliri olan 14 haneden 14 hane, 4001 TL üzeri aylık geliri olan 42 haneden 40 kişi ev dışı gıda tüketiminde bulunmaktadır.

3.6.2. Annenin Statüsü ve Eğitimi

Tablo 57 Ev Dışı Gıda Tüketimi Ve Annenin Statüsü

Tüketim Durumu	Çalışıyor	Yüzde	Çalışmıyor	Yüzde	Toplam
Tüketenler	125	91,9	68	72,3	193
Tüketmeyenler	11	9,1	26	27,7	37
Toplam	136	100,0	94	100,0	230

Ev dışı gıda tüketiminde önemli belirleyicilerden biride annenin statüsüdür. Tabloda çalışan annelerin %91,9 ev dışı gıda tüketiminde bulunurken, çalışmayan annelerin %72,3'ü ev dışı gıda tüketiminde bulunmaktadır. Annenin ev dışında gelir getiren bir işte çalışması aile gelirine katkı sağlamakta, ailenin harcamalarına da katkı sağlamaktadır. Çalışan annelerin zaman olarak önemli kayıpları olduğu için hazır gıdalar ve ev dışı gıda tüketimleri artmaktadır.

Tablo 58 Ev Dışı Gıda Tüketimi ve Anne/Babanın Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Anne			Baba		
	Tüketen	Tüketmeyen	Toplam	Tüketen	Tüketmeyen	Toplam
Okur-Yazar	3	5	8	3	1	4
İlkokul	16	14	30	23	4	27
Lise	31	4	35	30	3	33
Yüksekokul	10	3	13	27	0	27
Üniversite	27	2	29	23	1	24
Toplam	87	28	115	106	9	115

Annenin eğitim ile ev dışı gıda tüketimi arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Annenin eğitim düzeyi arttıkça ev dışı gıda tüketimine olan eğilim artmaktadır. Bunun

yanında eğitim durumuna bağlı olarak yüksek eğitime sahip anneler dengeli beslenme uygun olmadığını ve sağlık açısından güvenli olmadığı düşüncesi ile ev dışı gıda tüketimine uzak durmaktadırlar. Tabloda da görüldüğü gibi kadınlarda en fazla ev dışı gıda tüketiminde bulunmayan %62,5 oranında okuryazar annelerin olduğu görülmektedir.

Ev dışı gıda tüketiminde anne ve baba birlikte karar verdikleri için babanın da eğitimi ev dışı gıda tüketiminde etkili olmaktadır. Tabloda da görüldüğü gibi babalarda da en fazla ev dışı gıda tüketiminde bulunmayan %25 oranında okuryazar olduğu görülmektedir.

3.6.3. Ailenin Medeni Durumu

Tablo 59 Ev Dışı Gıda Tüketimi ve Ailenin Medeni Durumu

Medeni Durum	Tüketenler	%	Tüketmeyenler	%	Toplam
Evli	173	83,1	35	16,9	100,0
Bekâr	12	92,3	1	7,7	100,0
Dul	6	85,7	1	14,3	100,0
Evli ama Ayrı Yaşıyor	2	100,0	0	0	100,0
Toplam	193	83,9	37	16,1	100,0

Tablo 59'da hanelerin medeni duruma bağlı ev dışı gıda tüketimi incelendiğinde evlilerin %83,1'i, bekârların %92,3'ü, dulların %85,7'si, evli ama ayrı yaşayan ailelerin %100'ü ev dışı gıda tüketmektedir.

3.6.4. Ailenin Taşınır ve Taşınmaz Mal Varlığı

Tablo 60 Ev Dışı Gıda Tüketimi ve Ailelerin Taşınır ve Taşınmaz Mal Varlıkları

Mallar	Tüketenlerde	Yüzde	Tüketmeyenlerde	Yüzde
Mülk Ev	96	49,7	27	72,9
Araba	129	66,8	17	45,9
Dondurucu	60	31,0	14	37,8
Mikro Dalga	78	40,3	17	45,9
Bilgisayar	150	76,1	24	64,8
Yayla Evi	12	6,2	0	0,0
Deniz Evi	20	21,3	1	2,7
DVD	56	29,0	3	8,1

Anket yapılan ailelerde bazı mallara sahip olan ailelerin ev dışı gıda tüketimleri incelenmiştir. Ev dışı gıda tüketiminde bulunan 193 aileden %49,7'si mülk eve sahipken, ev dışı gıda tüketiminde bulunmayan 37 aileden %72,9'u mülk eve sahiptir. Ev dışı gıda tüketiminde bulunan 193 aileden %66,8'i arabaya sahipken, ev dışı gıda tüketiminde bulunmayan 37 aileden %45,9'u arabaya sahiptir. Ev dışı gıda tüketiminde bulunan 193 aileden %31,0'i dondurucuya sahipken, ev dışı gıda tüketiminde bulunmayan 37 aileden %37,8'i dondurucuya sahiptir. Ev dışı gıda tüketiminde bulunan 193 aileden %40,3'ü mikrodalga fırına sahipken, ev dışı gıda tüketiminde bulunmayan 37 aileden %45,9'u mikrodalga fırına sahiptir.

Ev dışı gıda tüketiminde bulunan 193 aileden %76,1'i bilgisayara sahipken, ev dışı gıda tüketiminde bulunmayan 37 aileden %64,8'i bilgisayara sahiptir. Ev dışı gıda tüketiminde bulunan 193 aileden %6,2'si yayla evine sahipken, tüketmeyen ailelerde yayla evi bulunmamaktadır. Ev dışı gıda tüketiminde bulunan 193 aileden %21,3'ü deniz evine sahipken, tüketmeyen 37 aileden %2,7'si deniz evine sahiptir. Ev dışı gıda tüketiminde bulunan 193 aileden %29,0'da DVD ye sahipken, tüketmeyen 37 aileden %8,1'i DVD ye sahiptirler. Ankette yapılan bazı mallar arasında deniz evi ve yayla evine sahip olan ailelerin ev dışı gıda tüketenlerin ev dışı gıda tüketmeyenlere oranla bu mallara sahip olma düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

3.7.Nazilli'de Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlerin İlişkisinin Güçlü/Zayıf Analizi

Güçlü Yönleri:

- Zaman tasarrufu sağlaması
- Yemek hazırlamak için emek harcanılmaması
- Ev ortamında hazırlanması zor gıdaların temin edilmesi
- Annelerin eğitim düzeyi artıka ev dışı gıda talebinin artması
- Ailelerin gıda tüketiminde bilinçlenmesi
- Çalışan annelerin iş yoğunluğuna ev dışı gıda tüketimin alternatif olması
- Yemek pişirmeyi sevmeyen kişiler için kolaylık sağlaması
- Ailelerin sosyalleşmesi

Zayıf Yönleri:

- Ev dışı gıda tüketimin evde gıda tüketimine oranla daha pahalı olması

- Ev dışı gıda tüketimeinin kişinin sağlığını olumsuz etkilemesi
- Ev dışı gıda tüketimeinin hijyenik olmaması
- Ev dışı gıda tüketimi yapılan ortamın beğenilmemesi
- Ev dışı gıda tüketimi yapılan mekânların beğenilmemesi

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada, Aydın ilinin Nazilli ilçesinde kentsel alanda hanelerin ev dışı gıda tüketimlerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla 230 hane halkından anket yoluyla elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Elde edilen bu veriler SPSS programıyla analiz edilerek, ailelerin ev dışında gıda tüketip tüketmedikleri, tüketim sıklıkları ve zamanları, tüketim yeri ve ev dışında gıda tüketimi kararında etkili olan birey ve ev dışı gıda tüketiminde tercih edilen mekânın sahip olduğu özellikler incelenmiştir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, Nazilli ilçesinin hane halkı genişliğinin en fazla %59,1 oranında 3-4 kişi olduğu saptanmıştır. Ankete katılan 230 kişinin medeni durumu en fazla %90,4 oranın evli kişilerden oluşmaktadır.

Engel Kanununa göre gelir düzeyindeki artış gıda harcamalarına ayrılan payın azalmasına neden olurken gelir düzeyinde meydana gelen artış sonucu kişiler yemek başına ödenen para miktarını artırarak ev dışı gıda tüketimini artırır.

Üzerinde çalışılan 230 hanenin %83,9'u ev dışı gıda tüketiminde bulunmakta ve hane halkı ev dışı gıda tüketimini %76,7 oranın da akşam yemeklerin de ev dışı gıda tüketiminde bulunduğu saptanmıştır.

Ankete katılan ailelerin %59,5'i dışarıda yemek yemenin evde yemek yapmaya göre daha masraflı olduğu, ev dışı gıda tüketim alışkanlığının olmadığı ve sağlık ve hijyen konusunda şüpheleri olduğu için ev dışı gıda tüketiminde bulunmadıkları saptanmıştır.

Ev dışı gıda tüketimi yapan 193 aileye ev dışı gıda tüketimine etki eden faktör tek tek sorulmuş ve bu faktörlerin ev dışı gıda tüketimini etkileri incelenmiştir. Ev dışı gıda tüketiminin yapılmasında annenin çalışıyor olması %19,7'lik oranda etkili olduğu saptanmıştır. Çocukların istemesi %33,2'lik, hazırlamak için caba sarf etmenin %80,8'si ev dışı gıda tüketiminde etkili bulduklarına saptanmıştır. Ev dışı

gıda tüketimi yapan 193 aile yemeklerin lezzetli olması %50,8'i, zaman tasarrufu %46,2'si, alışkanlık %32,1'inin, ev dışı gıda tüketiminin çeşitli olması %57,6'lık, yemek pişirmeyi sevmemek %21,8'lik, ev dışı gıda tüketiminin her zaman aynı kalitede olmasının etkisi %19,7 etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anne ve babanın eğitim düzeyi de ev dışı gıda tüketimi tercihini etkilemekte olup hem annenin hem de babanın eğitim düzeyi yükseldikçe ev dışı gıda tüketimi yapan hane sayısı artış göstermektedir. Ailelerin ev dışında gıda tüketim sıklıkları %41,5 oranda en fazla haftada en az 1 defa olarak saptanmıştır.

Nazilli ilçesinde ev dışı gıda tüketiminde tercih edilen mekânların birinci sırada en fazla %34,2 oranında fast food ve pizzacılar tercih edilmektedir.

Ev dışı gıda tüketiminde yer tercihini belirleyen faktörlerin analizi, ailelerin tüketip tüketmeme durumuna göre iki farklı gruba ayrılarak incelenmiştir. Analiz sadece ev dışında gıda tüketiminde bulunan aileler için yapılmıştır, nedeni ise anketin amacının ev dışı gıda tüketimine etki eden faktörleri açıklamak olmasından dolayı ankete katılan hane halklarından ev dışında gıda tüketiminde bulunmayan ailelerin anketleri ev dışı gıda tüketim nedenlerinde kullanılmamıştır.

Analizi sonuçlarına bakıldığında 4 ana faktörün hane halklarını tüketimine etkileri incelenmiştir. Ailenin geliri, anne ve babanın statüsü ve geliri, ailenin medeni durumu ve ailenin taşınır ve taşınmaz mal varlığın tüketim üzerinde etkisi incelenmiştir. Hanelerin medeni duruma bağlı ev dışı gıda tüketimi incelendiğinde evlilerin %83,1'i, bekârların %92,3'ü, dulların %85,7'si, evli ama ayrı yaşayan ailelerin %100'ü ev dışı gıda tüketmektedir. En fazla ev dışı gıda tüketiminde bulunmayan %62,5 oranında okuryazar annelerin olduğu görülmektedir.

Ev dışı gıda tüketimi tüketiciye bazı sağlık riskleri yarattığı gibi avantajda sağlamaktadır. Ev dışı gıda tüketimin en önemli avantajı zaman tasarrufudur. Dünya Sağlık Örgütü (WTO) başta olmak üzere, birçok sağlık örgütü ev dışı gıda tüketiminde bulunan tüketiciyi bilinçlendirmek amacıyla çalışmalarda bulunmaktadır.

Tüketiciye yaşamsal olarak kolaylık sağlayan ev dışı gıda tüketimim kamu sağlığını tehlike altına atılmayacak düzenlemeler ve denetlemeler yapılmalıdır. Bu düzenlemelerin en temel önlemi ise tüketicilerin ev dışı gıda tüketimi konusunda bilinçlendirilmesine yönelik eğitimlerin ve kamu stoklarının düzenlenmesidir. Ayrıca

ev dışı gıda tüketiği yapılan işyerlerinin kurulması ve işletilmesi Türk Gıda Mevzuatı ve Türk Gıda Kodeksine uyumluluğu yetkililer tarafından denetlenmelidir.

Günümüz koşullarında birçok aile de ebeveynlerin çalışıyor olması tüketim alışkanlıklarının değişmesi sonucunda ev dışı gıda tüketime olan talebi artırmıştır. Ailede ki bireylerin gelir düzeyinin artması ve zamanının kısıtlı olması hazır gıda tüketimini artırmıştır. Tüketim alışkanlıklarının değişmesi, ailelerin hazır gıdalardan çok ev dışı gıda tüketimi ne yönelmeleri için ailelerin tüketim davranışlarını değiştirmeleri gerekmektedir. Ailelerin tüketim davranışlarını olumlu olarak değiştirmeleri diğer ailelere de örnek teşkil edecektir. Toplumumuzda tüketim davranışlarının değişmesi Aile Kültürünün değişmesinin bir sonucudur. Aile olgusu geçmişte yemeklerde bir araya gelerek aile birliğinin korunması yönelikken günümüz toplumunda aile fertleri çeşitli zamanlarda ve çeşitli mekânlarda ev dışında gıda tüketimi yapmaktadır.

Ev dışı gıda tüketiminde bulunulması kişilerin sosyal ortam ihtiyacını gidermesi toplum olaraktan ev dışı gıda tüketimine bağımlı hale getirmektedir. Bu nedenle tüketicilerin ev dışı gıda tüketimiyle ev ortamında hazırlanan gıda tüketim oranının dengede tutabilmeleri oldukça önemlidir.

KAYNAKÇA

Akbay, C. 2005 “*Kahramanmaraş'ta Hane Halklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi*”, KSÜ Fen ve Mühendislik Fakültesi, Yıl. 8, Sayı. 1, s. 114

Akbay, C. ve İsmet B. 2005 “*Kahramanmaraş'ta Ailelerin Ev ve Ev Dışı Gıda Tüketim Talebi ve Tüketici Davranışlarının Ekonomik Analizi*”, KSÜ Fen ve Mühendislik Fakültesi, Yıl. 8, Sayı. 1, s. 122

Aksöz, İ. 1978. *Mikro Ekonomi*, İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.

Avralıoğlu, Z. 1976. *Üç Şehirde Tüketim Fonksiyonları*, Ankara, Aitia Yayınları.

Aydın, K. 2011, “*Türkiye’de Hane halkı Gıda Harcamaları Ve Sosyo Ekonomik Faktörler*”. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Kocaeli

Aytuğ, S. 1997. *Pazarlama Yöntemi*, İzmir, İlkem Yayıncılık.

Baybars, Ö. 1995. *Pazarlama İlkeler Ve Uygulamalar*, İzmir, Enkare Bilgisayar Sistem Ve Grafik.

Begg, D. S. Fischer, R. Dornbusch, 2001. *Makro İktisat*, (Çeviri Editörü: Vildan Serin), İstanbul, Aklim Yayıncılık.

Bilgin, V. 1997. *Türkiye’de Gelir Dağılımı ve Tüketim Kalıpları Araştırması*, TürkiyeSağlık İşçileri Sendikası, Ankara.

Candemir, S. 2006, “*Kahramanmaraş ili kentsel alanda yaşayan ailelerin gıda tüketimini etkileyen faktörler ve marka gerçeği*” Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş,

Çalık, N. 2003. *Pazarlama Yöntemleri*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Demir, Y. Göksel, A. 2013, “*Aydın’da Hane halklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi*” Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, İzmir.

Ekeyilmaz, S. 2006, “*Antalya İlinde Ev Dışı Gıda Talebi*” Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

Erken, Ç, 2013. *Niğde İlinde Hane halkı Gelir, Tüketim Ve Tasarruf Eğilimlerinin Analizi 2013*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde.

Ertürk, E. 1999. *Makro İktisat: Küresel Ekonomide Makro Ekonomik Analize Giriş*, Alfa yayını.

Furkan, Ö. 1997. *İktisada Giriş*. Ankara: Atilla Kitapevi.

Gökdere, A. 1996. *İktisadın İlkeleri*, Ankara, Akılın Kitapçılık.

Gül, A. Özdeş Akbay, A. Özçiçek, C. ÖZEL, R. ve Akbay, C. “*Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi*”, Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 2001, Adana.

Gül, A. Özdeş Akbay, A. Özel, R. Akbay, C. 2003, “*Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi*”. Ankara

Güneş, R. 1997, *Fırsat Maliyeti ve Fırsat Maliyetinin İşletme Yöntemi Kararlarında Kullanılması*, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sayı 2, s:80.

Güran, N. 2002. *Makro Ekonomik Analiz*, İzmir.

Hatipoğlu, Z. 1989, *İktisat Bilimine Giriş*, işletme Fakültesi Yayınları, No:220, İstanbul.

Kayaalp, İ., 2002. *İletişimde İnsan Dili*, İstanbul, Bilge Yayıncılık.

Keynes, J.M., 1936. *General Theory of Employment Interest and Money*, London,

Kibritçiöğlü, A. 1998. *İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri*, ASÜSBF Dergisi, 53: ss: 207.

Kibritçioğlu, A. 1998. *İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri*, ASÜSBF Dergisi, 53: ss: 207.

Koç, E. 2007. *Tüketici Davranışları Ve Pazarlama Stratejileri: Global Ve Yerel Yaklaşım*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.

Kuznets, S. 1964. *Milli Gelir ve İktisadi Refah*, (Çev: Özkan Uluatam ve Diğerleri), Sevinç Matbaası, Ankara.

MA, Hengyun, Huang J. Fuller, F. ve Rozell, S. “*Getting Rich and Eating Out: Consumption of Food Away from Home in Urban China*”, *Canadian Journal of Agricultural Economics*, Vol. 54, s. 101, 2006.

Maraş, Z. 2004. *Gelir-Tüketim İlişkileri ve Türkiye Örneği:1960-2004*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

Maraş, Z. 2006, “*Gelir Tüketim İlişkileri ve Türkiye Örneği 1960-2004*” Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, , Trabzon

Mızırak, Z. “*Konya İl Merkezinde Yaşayan Ailelerin Harcama Kalıplarının Ekonometrik Analizi (1994–2003)*” *SÜ İibf Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*

Mucuk, Ğ. 2001. *Pazarlama İlkeleri*, Türkmen Kitabevi, 13.Baskı, İstanbul.

Nazilli Belediyesi. (2015, Ocak 18). *Nazilli Belediyesi*. Nazilli Belediyesi: <http://www.nazilli.bel.tr/> adresinden alındı

Odabaşı, Y. 1986. *Tüketici Davranışları*, Eskişehir.

Özateşler, M. 2013. *Ekonomi Bilimi-1*, İzmir,Eylül.

Özateşler, M. 2013. *Ekonomi Bilimi-2*, İzmir,Eylül.

Özateşler, M. 2013. *Makro Ekonomi*, İzmir.

Özdemir, B. 2010, “*Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi.*” *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 21, Sayı:2 Ankara

Özdurak, T. S. 2012. *Makro İktisat*. istanbul: Oniki Levha Yayıncılık.

Pamuk, Ş. 2007. *Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret Politikaları*. İstanbul.

Parasız, İ. 2000. *İktisada Giriş*, Bursa, Ezgi Kitapevi.

Parasız, İ. 2006. *Makro Ekonomi Teori ve Politika*, Bursa, Ezgi Kitapevi.

Paya, M. 1997. *Makro İktisat*, İstanbul, Filiz Kitapevi.

Pehlivan, G. G. 2006. *Türkiye'nin Tüketim Fonksiyonu: Ekonometrik Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Pekin, T. 2000. *Genel İktisat*. İzmir, Can Maatbaası.

Penpece, D. 2006. *Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Kahramanmaraş.

Prochaska, Fred J. ve R.A. Schrimper. "Opportunity Cost of Time and Other Socioeconomic Effects on Away From Home Food Consumption" *American Journal of Agricultural Economics*, s. 600-603, Nov. 1973.

Saraçoğlu, B. 1997, *Türkiye'nin Milli Geliri Ve Zaman Serisi Modelleri Yardımıyla Sürekli Gelirin Tahmin Edilmesi*, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı.

Schiller, Bradley R. 1986. *The Economy Today*, Random House, Inc., Third Edition, New York

Sherman J.H. 1991. *The Business Cycle, Growth And Crisis Under Capitalism*

T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı. (2015, Ocak 12). *T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı*. T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı: <http://geka.org.tr/icerik/0/157/anasayfa.htm> adresinden alındı

Tatlidil, R., M. Oktay. 1993. *Pazarlama Yöntemi*, İzmir.

TÜİK, 2013, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> *Veri alım tarihi: 17.05.2015*

Türkbal, A. 1983. *Fiyat Teorisi*, Erzurum, Ankara Üniversitesi Basımevi.

Unay, C. 2000. *Genel İktisat*. Bursa.

Ünsal, E. M. 2003 *Makro İktisat*, geliştirilmiş 5. Baskı. Turhan kitapevi Ankara

Ünsal, E. 2001. *Makro İktisat*, Ankara, İmaj Yayıncılık.

Yamak. R., Z., Abdioğlu 2006. *Tüketimin Tesadüfi Yürüyüşü: Türkiye Örneği 1987–2006*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü.

Yıldırım, K., Karaman, D. ve Taşdemir, M. 2008. *Makro Ekonomi*. Eskişehir, Seçkin Yayıncılık.

Yurdabakan, İ. 2005. *Makro İktisat*, Ankara, Orjin Yayınları.

EK:1

"Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği"

Bu anket Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Nuran Yazırlı'nın Yüksek Lisans Tezi için yapılmaktadır. Anketin amacı Nazilli ilçesinde Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlerin İlişkisinin Belirlenmesidir.

- Araştırma bilimsel bir nitelik taşıdığından derlenen kişi ve aile bilgileri gizli tutulacaktır.
- Sorulara objektif ve samimi cevaplar vereceğinize inanıyorum. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.
- Lütfen soruları tam olarak okuduktan sonra kendinize en uygun olan cevabı işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz?

- Erkek Kadın

2. Medeni Durumunuz?

- Evli Bekâr Dul Evli Ama Ayrı Yaşıyor
(Evli Değil Birlikte Yaşıyor)

3. Çocuk Sayınız?

- 0 1 2 3 4+

4. Yaşınız?

5. Eğitim Durumunuz?

- Okur-yazar İlkokul Lise Yüksekokul
(Üniversite)

6. Erkeğin Mesleği?

- İşçi Serbest Meslek Tüccar-İşadamı Tarım
Hayvancılık Memur İşsiz Özel Sektör
(Diğer) Emekli

7. Kadının Mesleği?

- İşçi Serbest Meslek Tüccar-İşadamı Tarım
Hayvancılık Ev Hanımı Memur İşsiz
(Özel Sektör) Emekli Diğer

8. Bağlı Olduğunuz Sosyal Güvenlik Kurumu?

- SSK – Sigortalı SSK – Sigortası Emekli Sandığı Kadro Emekli Sandığı Sözleşmeli BAĞKUR zel Sandık (Banka)
Hiçbir Sosyal Gvencem Yok

9. Ailenizin Ortalama Aylık Geliri?

- 0 – 500 501 – 1000 1001 – 1500
1501 – 2000 2001 – 2500 2501 – 3000
3001 – 3500 3501 – 4000
4000+

10. Sahip Olduğunuz Mal Varlıklarınız?

- Mülk Ev Araba Derin Dondurucu Mikrodalga Fırın
Kira Bilgisayar Yayla Evi
Deniz Evi
DVD Cep Telefonu (Adet) ____
Televizyon (Adet) ____

11. Ailenizde Gıda Alışverişini Genellikle Kimler Yapıyor?

- Anne Baba Yetişkin Çocuklar Anne-Baba Birlikte

12. Ev Dışında Yemek Yiyor musunuz? (Evet, ise 14. Soruya geşiniz)

- Evet Hayır

13. Ev Dışında Yemek Yemeyi Tercih Etmeme Nedenleriniz? (Sizin İçin En nemlisini İşaretleyiniz)

<input type="checkbox"/> Fiyatların Yüksek Olması	<input type="checkbox"/> Alışkanlığım Yok
<input type="checkbox"/> Sağlıklı ve Hijyenik Olduğu Konusunda şüphelerim Var	<input type="checkbox"/> Ortamı Beğenmiyorum
<input type="checkbox"/> Self Servisten Hoşlanmıyorum	<input type="checkbox"/> rn eşidi Sınırlı
<input type="checkbox"/> Müşterilerini Beğenmiyorum	<input type="checkbox"/> Uzun Süre Oturma İmkânım Yok
<input type="checkbox"/> Hizmeti Yetersiz Buluyorum	<input type="checkbox"/> Bu Tr Kuruluşların İmajını Kt Buluyorum

14. Ev Dışında Gıda Tketiminizi Etki Eden Faktrler Nelerdir?

<input type="checkbox"/> Hazırlamak İin aba Sarf Etmiyorum	<input type="checkbox"/> Lezzetli Olması	<input type="checkbox"/> Ekonomik Olması
<input type="checkbox"/> Zaman Tasarrufu	<input type="checkbox"/> Alışkanlık	<input type="checkbox"/> Reklamın Etkisi
<input type="checkbox"/> Sağlıklı ve Hijyenik Olması	<input type="checkbox"/> eşitlilik	<input type="checkbox"/> Anne alıştığı İçin Yemek Pişirmeye Vakti Yok
<input type="checkbox"/> evrenin Tavsiyesi	<input type="checkbox"/> Yemek Pişirmeyi Sevmemek	<input type="checkbox"/> Her Zaman Aynı Kalitede Olması
<input type="checkbox"/> ocukların İstemesi	<input type="checkbox"/> Besin Değeri	

15. Ailenizde Ev Dışı Tüketim Kararlarını Etkileyen Kişi Kimdir?

Anne Baba Çocuk Anne-Baba Diğer

16. Hangi Sıklıkla Ev Dışında Yemek Yiyorsunuz?

Haftada En Az Bir Defa 15 Günde En Az Bir Defa
Ayda En Az Bir Defa

17. Hangi Öğünü Ev Dışında Yiyorsunuz?

Sabah Öğle Akşam Gece

18. Ortalama Ev Dışında Yediğiniz Her Öğün İçin Kişi Başı Ödediğiniz Ücret Ne Kadardır?

19. Günde Kaç Öğün Yemek Yiyorsunuz?

20. Ev Dışında Yemek Yemeyi Tercih Ettiğiniz Yerlerin Öncelik Sırası?

<input type="checkbox"/> Restoranlar	<input type="checkbox"/> Kebapçılar	<input type="checkbox"/> Tablacılar (Seyyar Satıcılar)
<input type="checkbox"/> Fast-Food ve Pizzacılar	<input type="checkbox"/> Barlar	<input type="checkbox"/> Hazır Yemek Alıp Evde Yemek
<input type="checkbox"/> Okul vb. Kafeteryalar, Ortak Yemekhaneler		

21. Ailenin Ortalama Aylık Ev Dışı Tüketim Miktarı?

0 – 50 51 – 100 101 – 150
 151 – 200 201 – 250 251 – 300 301 – 350
 351 – 400 401+

22. Ailenin Aylık Gıda Harcama Miktarı?

0 – 100 101 – 200 201 – 300
 301 – 400 401 – 500 501- 600 601 – 700
 701 – 800 800+

EK-2

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı :Nuran YAZIRLI
Doğum Yeri ve Tarihi :Nazilli 1989
Medeni Hali :Bekâr
İletişim Bilgileri : nuranyazirli@gmail.com
: +90 542 230 66 76 (GSM)



EĞİTİM

1995 - 2003 Fatih İlköğretim Okulu
2003 - 2006 Atatürk Lisesi
2007.- 2012 Niğde Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü
2012 - Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı

İŞ DENEYİMİ

YABANCI DİL

İngilizce YDS: 22,50

YAYINLAR
