

TÜKETİCİLERİN SOSYO-EKONOMİK STATÜLERİNİN GIDA ÜRÜNLERİNİ SATINALMA TUTUM VE DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

Beşir KOÇ¹

Melike Ceylan²

Özet

Bu çalışmada, Van ili kentsel alanında tüketiciler, kendilerini ait gördükleri sosyo-ekonomik statülerine göre gruplandırılmış ve gıda ürünlerini satın alma, tutum ve davranışları söz konusu kümelerle göre incelenmiştir. En üsttekinde ve Orta sınıfta lise mezunlarının oranı, en alttakilerde de üniversite mezunlarının oranı yüksek çıkmıştır. Tüketicilerin önemli bir kısmı serbest meslek ve devlet memurudur. Ancak sosyo-ekonomik statü yükseldikçe serbest meslekte çalışanların oranında artış gözlenmiştir. En alttakiler kümesinde yer alan tüketiciler diğer gruplara göre gelirlerinden en büyük payı gıdaya ayırmaktadır. Gelir yükseldikçe tüketicilerin gıda ürünlerine ayırdıkları pay oransal olarak azalırken, tasarruf etme yetenekleri yükselmiştir. En üsttekiler grubunda yer alan tüketicilerin ürün etiketlerini %66,67 gibi yüksek bir oranla her zaman okudukları belirlenmiştir. Genel ortalamaya göre tüketicilerin yarısından fazlası bütün ürün bilgilerini etiket üzerinde bulamadıkları ve etikette yazılanları tam ve inandırıcı bulmadıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin yaklaşık %77,00'sinin yeni gıda ürünlerini denemeye açık oldukları belirlenmiştir. Gıda ürünleri satın alırken gıda katkı maddesi içerip içermediğine en çok dikkat edenler en üsttekiler grubunu oluşturan tüketiciler olmuşlardır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Tüketim Davranışları, Sosyo Ekonomik Statü, Satınalma Davranışları, Tüketici tutumu

¹ Yüzüncüyıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, VAN. besirkoc@yyu.edu.tr

² Yüzüncüyıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, VAN. melikeceylan@yyu.edu.tr