



ISSN:1306-3111

e-Journal of New World Sciences Academy
2011, Volume: 6, Number: 3, Article Number: 2C0038

VOCATIONAL EDUCATION

Received: April 2011

Accepted: July 2011

Series : 2C

ISSN : 1308-7355

© 2010 www.newwsa.com

Fatma Arpacı

Gazi University
arpacif@gazi.edu.tr
Ankara-Turkey

TÜKETİCİLERİN KONUT KALİTESİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

ÖZET

Araştırma, tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerinin incelenmesi amacıyla Ankara'da yaşayan rasgele belirlenen, gönüllü 625 tüketici üzerinde yürütülmüştür. Çalışmaya alınan tüketicilerin %27.5'i 31-40 yaşlarındadır, %49.0'u kadın tüketicidir. Tüketicilerin %77.2'si apartman dairesinde yaşamaktadır. Konutların %43.7'si üç odalı ve %41.9'u dört odalıdır. Oda başına birey sayısı 1.0 ya da daha az olanlar %62.2 oranındadır. Konutta en çok kullanılan mekân konutların %41.6'sında salon ve %46.4'ünde oturma odasıdır. "Balkon ya da terasın olması" ($t= 4.37, p<0.01$), "sosyal faaliyetlere imkân sağlaması" ($t= 2.14, p<0.05$) ve "konutun havasının temiz olması" ($t= 3.38, p<0.01$) ifadelerinde kadın ve erkekler arasında önemli farklılık saptanmıştır. "Mutfağın büyük olması" ($F=4.477, p<0.05$), "mutfakta yemek yeme alanının olması" ($F=3.498, p<0.05$) ve "anne baba dışında tüm bireylere ayrı yatak odası olması" ($F=3.788, p<0.05$) ifadelerinde orta dereceli okul mezunları ile yüksekokul mezunları arasında ilişki olduğu ve eğitim düzeyi yükseldikçe görüşlerin değiştiği belirlenmiştir ($p<0.05$). "Konutun aile faaliyetlerinin yürütülmesine imkân sağlaması" ($F=5.858, p<0.01$) aylık gelir miktarı ile ilişkilidir. Bu ilişki aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olan tüketiciler ile 2001 TL ya da daha çok olanlar arasında saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, Konut, Konut Kalitesi, Mekân, Oda

A STUDY INTO THE VIEWS OF CONSUMERS OVER HOUSING QUALITY

ABSTRACT

The research was carried out to determine the views of consumers over housing quality on 625 volunteers chosen randomly, living in the city of Ankara. Of the consumers included in the study, 27.5% were 31-40 years old and 49.0% were woman consumers. 77.2% of the consumers lived in an apartment flat and 43.7% of the house had three rooms while 41.9% had four rooms. Those with the number of individual per room were 1.0 or less was 62.2%. At 41.6% of the houses, living room was the mostly used place and living room was used at a rate of 46.4%. A significant difference was found between men and women at the expressions of "Having no balcony or terrace" ($t= 4.37, p<0.01$), "Giving an opportunity for social activities" ($t= 2.14, p<0.05$), "the air of the house is clean" ($t= 3.38, p<0.01$). It was also found that there was a relation between the graduates of a secondary school and those of a college at the expressions of "Having a large kitchen" ($F=4.477, p<0.05$), "Having no space of eating at kitchen" ($F=3.498, p<0.05$), "That each member has a private room except parents" ($F=3.788, p<0.05$), and that as the level of education increased, the views changed ($p<0.05$). "The fact that the house provides an opportunity to carry out familial activities" ($F=5.858, p<0.01$) is related to the amount monthly income. Such a relation was found between the consumers with a monthly income of 1250 TL or less and those with a monthly income of 2001 TL or more.

Keywords: Consumer, House, Housing Quality, Place, Room

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Konut; bir arada yaşayan ve aynı mekân parçalarını paylaşan, tüm yaşam eylemlerini (uyuma, dinlenme, yemek, vb.) birlikte yapan bireylerin veya ailelerin geliştirdikleri barınma-korunma işlevli bir yaşama ve yerleşme biçimidir [1]. Tüm insanların barınağa ihtiyacı vardır. Dış etkenlerden korunmak, yiyecekleri saklamak ve hazırlamak ve çocuklarını güvenli bir ortamda yetiştirmek için barınak şarttır [2]. Barınma, sadece bireyin başının üstünde bir çatı olması değil; yeterli gizlilik, yeterli alan, fiziksel ulaşılabilirlik, yeterli güvenlik, yapısal dayanıklılık, yeterli aydınlanma, ısınma ve havalanma, su, sanitasyon, atıkların uzaklaştırılması gibi yeterli alt yapı, uygun çevre kalitesi, iş yeri ve temel imkanlara ulaşım açısından uygun yerleşim anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, konut, içinde oturanların dinlenme, beslenme, eğlenme gibi temel gereksinimlerini karşılayabilmeli, onları fizik, biyolojik ve sosyal çevreden kaynaklanan zararlardan koruyabilmelidir [3].

Her zaman güvenli ve koruyucu bir çevrenin sembolü olan konut, dışarıdaki olumsuzluklara ve sert iklim koşullarına karşı bireyleri koruyan, sağlıklı büyüme için rahatlık, gizlilik ve güvenliği sağlayan bir yer olmuştur. Konut toplumun en küçük parçası olan bireyin toplumsallaşmasının başladığı yerdir. Bu toplumsallaşmanın temeli bireysel deneyimler ve bireyin yaşamında etkili olan öğrenmelere dayanır. Yer kimliği, ben kimliğinin gelişmesine ilişkin psikolojik sürecin bir parçası olup, konut yer kimliği tohumlarının ekildiği ilk mekândır [4].

Konut kavramı, 'Bir kişiye, aileye ve sosyal gruba ait, içinde yaşanabilecek yeterli şartları sağlayan bağımsız bir birim' olarak tanımlanmakla beraber, birey açısından barınma ihtiyacının karşılanması yanında, sosyal güvenlik unsuru, mülkiyet hakkının bir sembolü ve sahiplik duygusudur. Konut, barınma ihtiyacı yanında Maslow'un ihtiyaçlar piramidinde yer alan saygı görme ihtiyacına cevap veren bir unsurdur. Toplumdan topluma farklı anlamlar içeren konut, Türk toplumunda, en önemlisi, değerler bütününe yaşandığı bir mekân anlamını taşımaktadır. Konut bireysel işlevi dışında, toplumsal yapıyı dengeleyen bir işleve de sahiptir. Barınma ihtiyacının yeterince karşılanmadığı toplumlarda toplumsal barışın sağlanması ve korunması da zorlaşmaktadır. Her şeyden önce bir sığınak olan konut, bireylerin yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte, insanları yaşamın olumsuzluklarından uzaklaştırmakta, sosyal tatmin yanında psikolojik tatmin de sağlamaktadır.

Kalite, uygunluk ve güvenilirlik olarak tanımlanmaktadır. Kalite bir anlamda, bir ürün ya da hizmet hakkında müşteri ya da kullanıcıların yargısı olup, beklentiler ve gereksinimlerin karşılanmasına olan inançların ölçüsüdür. Kalite, kullanıcının beklenti ve isteklerinin karşılanması ve bunun sağlanabilmesi için bulunması gereken nitelikler olarak da tanımlanmaktadır. Konut kalitesi beraberinde yaşam kalitesi, toplum kalitesi, yaşam çevresi kalitesini de getirmektedir. Konutta kalitenin sağlanması, yaşamda ve yaşantıda olumlu düzenlemelere neden olacaktır. Bu da çevrenin kalitesinde olumlu düzenlemelere yol açar. Birey, konutunda, ait olma, eylem özgürlüğü, özgüven, psikolojik ihtiyaçların karşılanması, beğeni, konfor, kültürünün yansıtılması gibi pek çok ihtiyacı yaşamak ve bulmak istemektedir. Performans, uygunluk, dayanıklılık, hizmet görürlük, estetik, algılanan kalite, itibar ve diğer unsurlar kalitenin çeşitli boyutları olarak ele alınmaktadır [5].

Konut mekânlarının kullanılabilir olmasının birinci koşulu, mekânın kullanıldığı amaca uygun biçimde yapılmasıdır. Uygunluk beraberinde kaliteyi de getirir. Bu nedenle, kullanım amacını belirleyen gereksinimler kapsamında mekânların işlevine uygun

tasarlanması gerekir [6]. Diğer deyişle konutta kalite, tasarım kalitesi ve uygunluk kalitesi olarak iki grupta düşünülebilir. Kullanıma yönelik fiziksel nitelikler ile estetik özellikler tasarım kalitesini oluşturur. Sağlamlık, dayanıklılık, yalıtım özelliği, doğru tesisat gibi faktörler fiziksel nitelikler arasında yer alırken, doku, oran gibi faktörler de estetik özellikler arasındadır. Tasarım kalitesinin oluşumunda, kullanıcı seçimi yanında, teknolojik olanaklar, malzeme, üretici firmanın özellikleri gibi faktörler de etkili olmakta, kaliteli tasarım maliyeti de etkilemektedir. Uygunluk kalitesi, tasarım sırasında belirlenen özelliklere üretim sırasında uyulmasıdır. Uygunluk kalitesi ölçülebilir özelliğe sahiptir. Günümüzde gelişen kalite kavramı ile birlikte, uygulama ve üretim anlayışı da değişmekte, hatalı üretimin düzeltilmesi çok zor, hatta imkânsız olduğundan başlangıçta hatasız üretim yapılması kabul görmektedir. Konut üretiminde de, bu anlayış geçerli kabul edilmekte, özellikle deprem bölgelerinde hatasız üretim daha da önemli hale gelmektedir [5, 7 ve 8].

Birey ve ailelerin fiziksel ve sosyal refahı için arzu edilen ve ihtiyaç duyulan tüm gerekli hizmetleri, kolaylıkları, ekipman ve araç-gereçleri sağlayan fiziksel yapı olan konutun kalitesinin bireye/tüketicieye uygun olması gerekmektedir. Konut aynı zamanda alışkanlık ve süreklilik sağlayan, güvenli ve rahat olunan bir yerdir. İçinde yaşayanların fiziksel ve ruhsal sağlığını ve refahını etkiler. Bu nedenle bireylerin/tüketicilerin yaşam kalitesi konut kalitesi ile doğrudan ilişkilidir.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Konut insan yaşamının bir parçası, yaşam için bir araç ve aynı zamanda iyi bir yaşamın merkezidir. Aile, ev içinde bir araya gelir ve misafirlerini ağırlar. Burada yaşamın idealleri şekillenir, birey evinde dış dünyadaki var olma çabasından uzaklaşmak, rahatlamak, dinlenmek ve özgür olmak ister. İyi bir ev, içinde yaşanan ve tüm aile üyelerinin orada yaptıklarından zevk aldıkları yerdir [9]. Güvenlik ve barınmayı sağlayan, insanların arzularını ifade eden, toplumun gözünde prestij ve statü sembolü olarak görülen ve yaşam kalitesinin önemli bir göstergesi olan konut, çoğu aile için toplumsal hizmetlerin, aile etkileşiminin sağlandığı ve hatıraların yaşandığı bir yaşam ünitesidir. Ev tüm bireyler/tüketiciler için yaşam kalitesinin bir sembolünden daha fazlasını ifade eder [10]. Bu nedenle tüketiciler için konut kalitesi oldukça önemlidir.

3. YÖNTEM (METHOD)

Bu araştırma, tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerinin incelenmesi amacı ile planlanmış ve yürütülmüştür. Çalışmanın örneklemini, Ankara'da yaşayan rasgele belirlenen ve çalışmaya katılmayı kabul eden 625 tüketici oluşturmaktadır. Araştırma verileri 1 Ekim-30 Kasım 2010 tarihlerinde toplanmıştır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde anket formu kullanılmıştır. Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi ile ilgili sorular konu ile ilgili kaynaklardan yararlanılarak araştırmacı tarafından hazırlanmıştır [1, 8, 11 ve 12].

Elde edilen veriler SPSS 15.0 yazılımından yararlanılarak analiz edilmiştir. Araştırma kapsamına alınan tüketicilere ilişkin demografik özelliklerin ve konuta ilişkin özelliklerin mutlak ve yüzdelik değerlerini gösteren tabloları oluşturulmuştur. Tüketicilerin konutun kalitesine ilişkin görüşleri Likert tipi ifadelerle verilen yanıtlarla ölçülmüştür. İfadelerle verilen yanıtlar "önemsiz", "az önemli", "önemli", "oldukça önemli" ve "çok önemli" olarak 5 kategoride ele alınmıştır. Tüketicilerin konutun kalitesine ilişkin görüşlerinin

değerlendirilmesinde cinsiyet durumunun etkisi t testi, eğitim durumu ve aylık gelir miktarının etkisi ise varyans analizi (One-Way ANOVA) ile araştırılmıştır. Değişkenler arasındaki anlamlı farklılık 0.05 ya da 0.001 düzeyinde yorumlanmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonuçlarının anlamlı çıktığı durumlarda, farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Scheffe Testi uygulanmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSION)

4.1. Tüketicilere İlişkin Demografik Özellikler (Demographic Features Concerning Consumers)

Araştırma kapsamına alınan tüketicilerin %33.1'i 30 yaşında ya da daha küçük yaşta olup, %27.5'i 31-40 yaşlarında, %25.5'i 41-50 yaşlarında ve %13.9'u da 51 yaşında ya da daha büyük yaşadadır. Tüketicilerin %49.0'u kadın tüketicidir. Okuryazar ya da ilkökul mezunu olan tüketiciler %23.5 oranında olup, orta dereceli okul mezunları %35.1, yüksekökul mezunları %41.4 oranındadır. Tüketicilerin yarısından çoğu (%63.8) evlidir. Evli tüketicilerin (n=399) %20.6'sı 5 yıl ya da daha kısa süreden beri evli iken, %54.9'u 16 yıl ya da daha uzun süreden beri evlidir. Çocuk sahibi olan tüketiciler %65.8 oranındadır. Ailedeki birey sayısı 5 ve daha fazla kişi olan tüketiciler ise %24.6 oranındadır. Aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olanlar %43.7 oranında olup, tüketicilerin %38.4'ünün aylık gelir miktarı 1251 -2000 TL ve %17.9'unun aylık gelir miktarı 2001 TL ya da daha çoktur (Tablo 1).

Tablo 1. Tüketicilere ilişkin demografik özellikler
(Table 1. Demographic features concerning consumers)

Yaş	Sayı	%	Evlilik süresi (yıl)	Sayı	%
≤ 30	207	33.1	≤ 5	82	20.6
31 - 40	172	27.5	6-15	98	24.5
41-50	159	25.5	16-30	190	47.6
51 ≤	87	13.9	31 ≤	29	7.3
TOPLAM	625	100.0	TOPLAM	399	100.0
Cinsiyet			Çocuk sahibi olma durumu		
Kadın	306	49.0	Var	411	65.8
Erkek	319	51.0	Yok	214	34.2
Eğitim durumu			Ailedeki birey sayısı		
Okuryazar/İlkökul	147	23.5	1	46	7.4
Orta dereceli okul	219	35.1	2	85	13.6
Yüksekökul	259	41.4	3	148	23.7
			4	192	30.7
			5 +	154	24.6
Medeni durumu			Aylık gelir miktarı (TL)		
Evli	399	63.8	≤ 1250	273	43.7
Bekâr	153	24.5	1251-2000	240	38.4
Dul/boşanmış	73	11.7	2001 ≤	112	17.9
TOPLAM	625	100.0	TOPLAM	625	100.0

4.2. Konuta İlişkin Özellikler (Features Concerning House)

Araştırmaya alınan tüketicilerin yarısından çoğu (%77.2) apartman dairesinde yaşamaktadır. Konutların %43.7'si salon dâhil üç odalı ve %41.9'u dört odalıdır. Konutların %19.5'i 85 m² ya da daha küçük olup, 121 m² ya da daha büyük olanlar %19.0 oranındadır. Birey sayısının oda sayısına bölünerek elde edilen oda başına birey sayısı 1.0 ya da daha az olanlar %62.2 oranında olup, konutların %21.6'sında oda başına düşen birey sayısı 1.1-1.5, %13.5'inde 1.6-2.0 ve %2.7'sinde 2.1 ya da daha çoktur. Konut alanının birey sayısına bölünerek elde edilen birey başına düşen alan konutların %15.3'ünde 20 m² ya da daha az, %37.0'inde

21-30 m², %25.3'ünde 31- 40 m² ve %22.4'ünde ise 41 m² ya da daha fazladır. Konutların %36.4'ü merkezi sistemdir. Konutta en çok kullanılan mekan konutların %41.6'sında salon ve %46.4'ünde oturma odasıdır. Konutun mülkiyetine bakılınca ev sahibi olanların %61.6 oranında olduğu belirlenmiştir. Konutların %15.8'i 5 yıllık ya da daha genç, %44.5'i 6-15 yıllık, %28.0'i 16-25 yıllık ve %11.7'i de 26 yıllık ya da daha eskidir. Tüketicilerin yarısından biraz fazlasının (%54.2) konutta oturma süresi 5 yıl ya da daha azdır (Tablo 2).

Konut çalışmalarının büyük çoğunluğu tüketicilerin ev durum olaylarından ve yaşamlarındaki evlilik, boşanma ve iş gibi durumlardaki değişikliklerin etkilerinden oluşmaktadır. Aile yaşamındaki olaylar konut durumlarını ayarlamaya yön verebilmektedir. Evlenen ve aile olan bireyler genelde ev sahipliğine yönelirler ya da boşanmalar sonucu insanlar kiralık evlere yönelirler. İşsizlik genelde ev sahibi olma olasılığını düşürmektedir [12].

Tablo 2. Konuta ilişkin özellikler
(Table 2. Features concerning housing)

Konutun tipi	Sayı	%	Konutun ısınma durumu	Sayı	%
Gecekondu	51	8.2	Sobalı	196	31.4
Apartman dairesi	483	77.2	Merkezi sistem	228	36.4
Kat dubleks	33	5.3	Kat kaloriferi	201	32.2
Bağımsız dubleks	58	9.3			
Oda sayısı (salon dâhil)			Konutta en çok kullanılan mekân		
İki	53	8.5	Salon	260	41.6
Üç	273	43.7	Oturma odası	290	46.4
Dört	262	41.9	Mutfak	38	6.1
Beş +	37	5.9	Yatak odası	37	5.9
Konutun büyüklüğü (m ²)			Konutun mülkiyeti		
≤ 85	122	19.5	Ev sahibi	385	61.6
86-100	189	30.3	Kiracı	240	38.4
101-120	195	31.2			
121 ≤	119	19.0			
Oda başına düşen birey sayısı			Konutun yaşı (yıl)		
≤ 1.0	389	62.2	≤ 5	99	15.8
1.1-1.5	135	21.6	6-15	278	44.5
1.6-2.0	84	13.5	16-25	175	28.0
2.1 ≤	17	2.7	26 ≤	73	11.7
Birey başına düşen alan (m ²)			Konutta oturma süresi (yıl)		
≤ 20	96	15.3	≤ 5	339	54.2
21-30	231	37.0	6-10	134	21.5
31-40	158	25.3	11-15	60	9.6
41 ≤	140	22.4	16 ≤	92	14.7
TOPLAM	625	100.0	TOPLAM	625	100.0

4.3. Tüketicilerin Konut Kalitesine İlişkin Görüşleri (Views of Consumers Over Housing Quality)

4.3.1. Tüketicilerin Konut Kalitesine İlişkin Görüşlerine Cinsiyetin Etkisi (The Effect of Gender on the Views of Consumers Concerning Housing Quality)

Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerine cinsiyetin etkisi incelendiğinde "mutfağın büyük olması" (t= 4.97, p<0.01), "mutfakta yemek yeme alanının olması" (t= 6.57, p<0.01), "mutfağın yemek hazırlama ve yeme dışında sohbet, tv izleme gibi faaliyetlere imkân sağlaması" (t= 4.46, p<0.01), "anne baba dışında tüm bireylere ayrı yatak odası olması" (t= 4.62, p<0.01), "balkon ya da terasın olması" (t= 4.37, p<0.01), "evde daha az bakım ve tamir gerektiren yeni araçların bulunması" (t= 1.98, p<0.05), "sosyal faaliyetlere

imkân sağlaması" ($t= 2.14, p<0.05$) ve "konutun havasının temiz olması" ($t= 3.38, p<0.01$) ifadelerinde kadınlar ve erkekler arasında önemli farklılıklar olduğu saptanmıştır. Diğer ifadelerde kadın ve erkek tüketiciler arasında önemli farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). Ancak ortalama puanlara bakıldığında kadın tüketicilerin erkeklere göre daha yüksek ortalama puana sahip oldukları görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerine cinsiyetin etkisi

(Table 3. The effect of gender on the views of consumers concerning housing quality)

Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşleri	Erkek $\bar{X} \pm SD$	Kadın $\bar{X} \pm SD$	t	p
Mutfağın büyük olması	3.40±1.13	3.83±1.01	4.97	0.000**
Mutfakta yemek yeme alanının olması	3.20±1.15	3.78±1.02	6.57	0.000**
Mutfağın yemek hazırlama ve yeme dışında sohbet, tv izleme gibi faaliyetlere imkân sağlaması	2.78±1.18	3.20±1.19	4.46	0.000**
Anne baba dışında tüm bireylere ayrı yatak odası olması	3.46±1.10	3.86±1.08	4.62	0.000**
Tüm odaların tek kat üzerinde olması	2.68±1.23	2.70±1.18	0.13	0.894
Binada asansör bulunması	3.15±1.26	3.22±1.29	0.73	0.466
Balkon ya da terasın olması	3.57±1.01	3.93±0.99	4.37	0.000**
Evde daha az bakım ve tamir gerektiren yeni araçların bulunması	3.64±1.05	3.81±1.09	1.98	0.047*
Sosyal faaliyetlere imkân sağlaması	3.57±1.09	3.75±1.01	2.14	0.032*
Konutun aile faaliyetlerinin yürütülmesine imkân sağlaması	3.77±1.00	3.92±0.96	1.91	0.056
Konutta elektrik, su, gaz vb. tesisatların yeni ve sağlam olması	4.31±2.35	4.32±0.89	0.09	0.927
Konutun havasının temiz olması	4.19±0.88	4.42±0.85	3.38	0.001**
Konutun iyi ısınması	4.35±0.86	4.45±0.84	1.51	0.131
Bireylerin kendisini konutta güven içinde hissetmesi	4.31±0.88	4.42±0.85	1.55	0.121
Konutun sağlam ve yeni olması	4.09±0.97	4.20±0.92	1.43	0.153
Konutun değer artışının olması	3.64±1.26	3.67±1.19	0.31	0.756

**p<0.01 *p<0.05 Sd = 623 Erkek N=319 Kadın N=306

Konut, bir toplumda yaşayan tüketiciler için pek çok anlama gelebilir ve çok sayıda işlevi bir arada yerine getirebilir. Bu işlevler; bir barınak olması, üretilen bir meta olması, bir tüketim malı olması, kendini enflasyona karşı koruyan bir tasarruf aracı olması, kent rantından pay alma yolu olması vb. olarak sıralanabilir. Bu nedenle 'konut'un çok işlevli özelliği konuyu mekânsal, toplumsal, ekonomik etkileri açısından karmaşık ve çok yönlü bir duruma getirmektedir. Bununla birlikte konutlardan oluşan 'konut alanları' da nitelikleri ile insan yaşantısı ve etkinlikleri üzerinde önemli etkilere sahiptir. Gerçekten de 'konut alanları', orada yaşayanlara salt barınak sunmanın ötesinde çok boyutlu toplumsal etkileri olan bir mekân özelliği gösterir [13].

4.3.2. Tüketicilerin Konut Kalitesine İlişkin Görüşlerine Eğitim Durumunun Etkisi (The Effect of Education on the Views of Consumers Concerning Housing Quality)

Tablo 4. Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerine eğitim durumunun etkisi
(Table 4. The effect of education on the views of consumers concerning housing quality)

Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşleri	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	F	p	Scheffe
Mutfağın büyük olması	10.695	5.347	4.477	0.012*	2-3
Mutfakta yemek yeme alanının olması	8.921	4.461	3.498	0.031*	2-3
Mutfağın yemek hazırlama ve yeme dışında sohbet, tv izleme gibi faaliyetlere imkân sağlaması	5.471	2.871	1.968	0.141	
Anne baba dışında tüm bireylere ayrı yatak odası olması	9.310	4.655	3.788	0.023*	2-3
Tüm odaların tek kat üzerinde olması	3.474	1.737	1.189	0.305	
Binada asansör bulunması	26.268	13.134	8.238	0.000**	1-2,1-3
Balkon ya da terasın olması	18.638	9.319	9.231	0.000**	1-3,2-3
Evde daha az bakım ve tamir gerektiren yeni araçların bulunması	14.743	7.372	6.463	0.002**	1-3
Sosyal faaliyetlere imkân sağlaması	21.842	10.921	10.050	0.000**	1-3,2-3
Konutun aile faaliyetlerinin yürütülmesine imkân sağlaması	14.774	7.387	7.718	0.000**	1-3
Konutta elektrik, su, gaz vb. tesisatların yeni ve sağlam olması	7.433	3.717	1.154	0.316	
Konutun havasının temiz olması	1.749	0.875	1.126	0.325	
Konutun iyi ısınması	7.774	3.887	5.387	0.005**	1-3
Bireylerin kendisini konutta güven içinde hissetmesi	2.674	1.337	1.756	0.174	
Konutun sağlam ve yeni olması	0.566	0.283	0.312	0.732	
Konutun değer artışının olması	1.271	0.635	0.419	0.658	

**p<0.01 *p<0.05 Sd = 2

1: Okuryazar/İlkokul 2: Orta dereceli okul 3:Yüksekokul

Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerine eğitim durumunun etkisi incelendiğinde "mutfağın büyük olması" (F=4.477, p<0.05), "mutfakta yemek yeme alanının olması" (F=3.498, p<0.05) ve "anne baba dışında tüm bireylere ayrı yatak odası olması" (F=3.788, p<0.05) ifadelerinde orta dereceli okul mezunları ile yüksekokul mezunları arasında ilişki olduğu ve eğitim düzeyi yükseldikçe görüşlerin değiştiği belirlenmiştir (p<0.05). "Binada asansör bulunması" (F=8.238, p<0.01) ifadesinde eğitim durumuna göre anlamlı

farklılık saptanmıştır. Anlamlı farklılık hem okuryazar/ilkokul mezunu tüketiciler ile orta dereceli okul mezunları arasında, hem de orta dereceli okul mezunları ile yüksekokul mezunları arasındadır. "Balkon ya da terasın olması" (F=9.231, p<0.01) ve "sosyal faaliyetlere imkân sağlaması" (F=10.050, p<0.01) eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Anlamlı farklılık hem okuryazar/ilkokul mezunu tüketiciler ile yüksekokul mezunları arasında, hem de orta dereceli okul mezunları ile yüksekokul mezunları arasındadır. "Evde daha az bakım ve tamir gerektiren yeni araçların bulunması" (F=6.463, p<0.01), "konutun aile faaliyetlerinin yürütülmesine imkân sağlaması" (F=7.718, p<0.01) ve "konutun iyi ısınması" (F=5.387, p<0.01) ifadelerinde ise okuryazar/ilkokul mezunu tüketiciler ile yüksekokul mezunları arasında ilişki saptanmıştır (Tablo 4).

Konut aile yaşamının temelidir. Ailenin yaşaması için iyi bir yer şeref, öz saygı, umut ve ilerleme için uygun bir ortam haline dönüşür. İyi ve kaliteli bir konut insanların iş, sağlık ve eğitim alanlarındaki fırsatlardan yararlanmalarına diğer deyişle, toplumda yaşamlarına devam etmelerine yardımcı olur [11]. Konutta olması gereken temel kalite kriterlerinden biri oda içindeki ısınlama ilgili kaybın optimum bir dereceye sahip olması ve bunun için de oda duvarlarının iyi izole edilmiş olması ve iç sıcaklığın 18°C civarında olmasıdır. Ayrıca oda iç sıcaklığı ile duvar sıcaklığı arasında 4°C'den daha fazla fark olmamalıdır [14].

4.3.3. Tüketicilerin Konut Kalitesine İlişkin Görüşlerine Aylık Gelir Miktarının Etkisi (The Effect of the Amount of Monthly Income on the Views of Consumers Concerning Housing Quality)

Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerine aylık gelir miktarının etkisi incelendiğinde "mutfağın büyük olması" (F=11.949, p<0.01), "mutfakta yemek yeme alanının olması" (F=14.241, p<0.01), "mutfağın yemek hazırlama ve yeme dışında sohbet, tv izleme gibi faaliyetlere imkân sağlaması" (F=11.341, p<0.01), "balkon ya da terasın olması" (F=10.052, p<0.01) ve "evde daha az bakım ve tamir gerektiren yeni araçların bulunması" (F=8.360, p<0.01) ifadelerinde aylık gelir miktarına göre anlamlı farklılık saptanmıştır. Anlamlı farklılık hem aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olan tüketiciler ile 2001 TL ya da daha çok olanlar arasında, hem de aylık gelir miktarı 1251-2000 TL olan tüketiciler ile 2001 TL ya da daha çok olanlar arasındadır. "Binada asansör bulunması" (F=11.220, p<0.01) ve "sosyal faaliyetlere imkân sağlaması" (F=5.824, p<0.01) ifadeleri aylık gelir miktarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Anlamlı farklılık hem aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olan tüketiciler ile 1251-2000 TL olanlar arasında, hem de aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olan tüketiciler ile 2001 TL ya da daha çok olanlar arasında bulunmuştur. "Konutun aile faaliyetlerinin yürütülmesine imkân sağlaması" (F=5.858, p<0.01) aylık gelir miktarı ile ilişkilidir. Bu ilişki aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olan tüketiciler ile 2001 TL ya da daha çok olanlar arasında saptanmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerine aylık gelir miktarının etkisi

(Table 5. The effect of the amount of monthly income on the views of consumers concerning housing quality)

Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşleri	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	F	p	Scheffe
Mutfağın büyük olması	27.883	13.942	11.949	0.000**	1-3,2-3

Mutfakta yemek yeme alanının olması	35.122	17.561	14.241	0.000**	1-3,2-3
Mutfanın yemek hazırlama ve yeme dışında sohbet, tv izleme gibi faaliyetlere imkân sağlaması	32.120	16.060	11.341	0.000**	1-3,2-3
Anne baba dışında tüm bireylere ayrı yatak odası olması	6.697	3.349	2.715	0.067	
Tüm odaların tek kat üzerinde olması	2.131	1.065	0.728	0.483	
Binada asansör bulunması	35.443	17.722	11.220	0.000**	1-2,1-3
Balkon ya da terasın olması	20.243	10.122	10.052	0.000**	1-3,2-3
Evde daha az bakım ve tamir gerektiren yeni araçların bulunması	18.958	9.479	8.360	0.000**	1-3,2-3
Sosyal faaliyetlere imkân sağlaması	12.827	6.413	5.824	0.003**	1-2,1-3
Konutun aile faaliyetlerinin yürütülmesine imkân sağlaması	11.279	5.640	5.858	0.003**	1-3
Konutta elektrik, su, gaz vb. tesisatların yeni ve sağlam olması	4.258	2.129	0.660	0.517	
Konutun havasının temiz olması	3.093	1.547	1.996	0.137	
Konutun iyi ısınması	3.810	1.905	2.617	0.074	
Bireylerin kendisini konutta güven içinde hissetmesi	0.115	0.057	0.075	0.928	
Konutun sağlam ve yeni olması	0.375	0.188	0.207	0.813	
Konutun değer artışının olması	6.160	3.080	2.041	0.131	

**p<0.01 Sd = 2

1: 1250 TL ve daha az 2: 1251 -2000 TL 3:2001 TL ve daha çok

Ankara'da orta SED'e hitap ettiği düşünülen Eryaman 7. Etap'da bulunan konut mutfaklarında yapılan çalışmada kullanıcıların konut mutfakları ile ilgili algısal kalite değerlendirmelerinin genel anlamda yeterli bulunduğu saptanmıştır [6]. Konut kalitesi ve kullanıcı memnuniyeti ile ilgili olarak İstanbul'da tek-aile konutlarında yapılan çalışmada kullanıcıların güvenlik, komşuluk, sosyal ilişkilerden memnuniyet duydukları ve konut alanının bakımı konularına önem verdikleri bulunmuştur [15]. İyi ve kaliteli konutun içinde yaşayan bireylerin gelir durumu ile ilişkili olduğu, düşük gelire sahip kadınların kalitesiz konutlarda yaşadıkları ve bunun psikolojik refah ve fiziksel sağlık üzerinde olumsuz etkileri olduğu ifade edilmiştir [16]. Bu bulgular, araştırma bulgularını destekler niteliktedir.

5. SONUÇ (CONCLUSION)

Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerinin incelenmesi amacı ile yürütülen bu araştırma sonuçlarına göre; araştırma kapsamına alınan tüketicilerin 1/3'ü 30 yaşında ya da daha küçük yaşta tüketicilerdir. Yaklaşık olarak yarısı kadındır. Tüketicilerin yarıdan çoğu evlidir ve yaklaşık olarak 1/4'ünün ailesi 5 ve daha fazla kişiden oluşmaktadır. Tüketicilerin yarıdan çoğu (%77.2) apartman dairesinde yaşamaktadır. Konutlar daha çok üç ya da dört odalıdır ve konutların yarıdan çoğunda oda başına birey sayısı 1.0 ya da daha az olarak belirlenmiştir. Merkezi sistem ya da kat kaloriferi yaygın olarak kullanılmaktadır. Konutta en çok kullanılan mekân salon ve oturma odasıdır. Konutun mülkiyetine bakılınca ev sahibi olanların daha çok olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin yarıdan biraz fazlasının konutta oturma süresi 5 yıl ya da daha azdır.

Tüketicilerin konut kalitesine ilişkin görüşlerinde cinsiyetin etkili olduğu; mutfağın büyük olmasını, mutfakta yemek yeme alanının olmasını, mutfağın yemek hazırlama ve yeme dışında sohbet, TV izleme gibi faaliyetlere imkân sağlamasını, anne baba dışında tüm bireylere ayrı yatak odası olmasını, balkon ya da terasın olmasını, evde daha az bakım ve tamir gerektiren yeni araçların bulunmasını, sosyal faaliyetlere imkân sağlamasını ve konutun havasının temiz olmasını kadın tüketicilerin erkeklere kıyasla daha çok önemli bulduğunu saptanmıştır.

Mutfağın büyük olması, mutfakta yemek yeme alanının olması, anne baba dışında tüm bireylere ayrı yatak odası olması balkon ya da terasın olması, sosyal faaliyetlere imkân sağlaması, evde daha az bakım ve tamir gerektiren yeni araçların bulunması ve konutun iyi ısınması ifadelerinde eğitim düzeyi yükseldikçe görüşlerin değiştiği belirlenmiştir. Binada asansör bulunması ve sosyal faaliyetlere imkân sağlaması aylık gelir miktarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Anlamlı farklılık hem aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olan tüketiciler ile 1251-2000 TL olanlar arasında, hem de aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olan tüketiciler ile 2001 TL ya da daha çok olanlar arasında bulunmuştur. Konutun aile faaliyetlerinin yürütülmesine imkân sağlaması aylık gelir miktarı ile ilişkilidir. Bu ilişki aylık gelir miktarı aylık gelir miktarı 1250 TL ya da daha az olan tüketiciler ile 2001 TL ya da daha çok olanlar arasında saptanmıştır.

Tüketiciler konut seçerken öncelikli olarak konutun kalitesine bununla ilişkili olarak konutta bulunan koruyucu güvenlik sistemlerine (gaz sızıntı uyarıcı sistemleri, hırsızlığa karşı güvenlik alarmı, yangın söndürme ekipmanları vb.) dikkat etmelidir. Tüketicinin sağlığının korunması için konutun yapımında kullanılan malzemelerin insan sağlığına uygun olup olmadığına, konut içi aydınlatma, güneş alma durumu, havalandırma olanaklarının olmasına, temiz ve gürültüsüz bir çevrede (yol kenarına uzak, sanayi kuruluşlarına uzak) ısı ve ses yalıtımının olması önemlidir.

Günümüz tüketicisi sosyo ekonomik düzeyine bağlı olarak kendisi için en uygun konutu diğer deyişle kaliteli konutu tercih edecektir. Tercih etme sürecinde ailedeki birey sayısı, ailede küçük çocuk veya yaşlı bireylerin olup olmama durumu (çocuklar için oyun alanları, yaşlılar için gürültüsüz, arkadaşları ile hoş vakit geçirebilecekleri sosyal alanlara yakınlık) sosyal yaşantı alanlarına ve sağlık kuruluşlarına, toplu taşıma araçlarına, eğitim kuruluşlarına yakın olması üzerinde durulması gereken konulardır. Seçilecek konutta bireylere yeterli sayıda oda olmasına, odaların ergonomik ve kullanışlı olmasına, mahremiyet alanlarının olmasına, aile faaliyetleri ve sosyal faaliyetlere imkân sağlayacak alanların bulunmasına dikkat edilmelidir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

1. Yıldırım, K., Uzun, O. ve Kahraman, N., (2009). İki farklı kültürel bölgede apartman konut ve konut yaşama mekânlarının kullanım sürecinde değerlendirilmesi. *Politeknik Dergisi*, 12(2):113-120.
2. Güler, Ç., (2004). Sağlık Boyutuyla Ergonomi. Ankara, Palme Yayıncılık.
3. Uskun, E., Türkoğlu, H., Nayır, T., Kişioğlu A.N. ve Öztürk, M., (2007). Isparta il merkezindeki konutların sağlık standartlarına uygunluk durumu. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(3):151-160.
4. Arpacı, F. ve Ersoy, A.F., (2003). Orta öğretimdeki gençlerin konut koşulları ve konutun gencin gelişimi üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(3):1-17.
5. Es, M. ve Akın, Ö., (2008). Konut Memnuniyeti. *Yerel Siyaset Dergisi*. 73-80.
<http://www.yerelsiyaset.com/v4/sayfalar.php?goster=ayrinti&id=898>. Erişimtarihi:21.01.2011.
6. Yıldırım, K., Akalın, A., Yeşilkavak, F. ve Hidayetoğlu, M.L., (2007). Konut mutfaklarının mekân kalitesinin kullanıcıların fonksiyonel ve algısal performansına etkisi: Toki Eryaman 7.etap konutları. *Politeknik Dergisi*. 10(4):423-431.
7. Kellekci, Ö.L. ve Berköz, L., (2006). Konut ve çevresel kalite memnuniyetini yükselten faktörler. *İTÜ Dergisi/a. Mimarlık, Planlama, Tasarım*. 5(2):165-176.
8. Utkutuğ, Z., (2006). Konutta kalite kavramı ve yapı hasarları. *Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 21(2):205-211.
9. Kalıncara, V., (2001). Konutta İç Dekorasyon. Ankara, Teknik Yayınevi.
10. Kalıncara, V., Türel, G. ve Arpacı, F., (2003). Kentsel kesimdeki yaşlıların konut ve yakın çevreye ilişkin tercihleri. II. Ulusal Yaşlılık Kongresi. Denizli. ss.305-315.
11. Bratt, R.G., (2002). Housing and family well-being. *Housing Studies*, 17(1):13-26.
12. Imrie, R., (2004). Housing quality, disability and domesticity. *Housing Studies*, 19(5): 685-690.
13. Çalışkan, V. ve Sarış, F., (2008). Çanakkale şehrinde üniversite ve konut ilişkisi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 20:215-237.
14. Ekinci, C.E., (2007). Biyoharmoloji. Elazığ, Üniversite Kitabevi.
15. Berköz, L., (2008). İstanbul'da korunaklı tek-aile konutları. Konut kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin belirlenmesi. *İTÜ Dergisi/a. Mimarlık, Planlama, Tasarım*. 7(1):110-124.
16. Wells, N.M. and Haris, J.D., (2007). Housing quality, psychological distress, and, the mediating role of social withdrawal: A longitudinal study of low-income women. *Journal of Environmental Psychology*. 27: 69-78.