

## HANEHALKI TÜKETİM DAVRANIŞLARI ÜZERİNE BİR DENEME (1993 İstanbul, Ankara ve İzmir Örneği)

Mümtaz Peker\*

### Giriş ve Sorunun Tanıtımı:

Türkiye'de 1980'li yıllardaki sosyal ve ekonomik değişmeyi analizde iki faktörün açıklayıcılığı belirginleşmektedir. Bunlardan ilki güdülen ekonomik politikalarındaki köklü değişimler ile kamudan özel kesime büyük ölçekte kaynak aktarılmasıdır (Kuruç, 1985). Böylece 1950'li yıllardan beri sürdürülen ve çağdaşlığı yakalamak için gerekli maddi ve ideolojik koşulları hazırlayan ulusal kalkınmacı dönem noktalanmıştır. Başlayan dönem ise ekonominin hızla uluslararasılaşmasına ve ekonomik liberalizme olanak tanımaktadır (Keyder, 1993, s. 31). Güdülen ekonomik politikalar ile piyasa yüceltilirken sermaye kesimine avantaj sağlayacak olanaklar getirilmiştir. Örneğin işten çıkarma, taşeronluk, evlere iş verme, parça başı iş, sözleşmeli ve dönemsel işçilik gibi uygulamalar ile reel kentsel kesim ücretleri düşerken, kentlere yeni gelenlerin yararlanabilecekleri iş olanakları sağlamıştır. Sonuçta kentsel kesim hane halkı toplam geliri, bir kişiden çok çalışan tarafından ya da bir kişinin birden fazla işte çalışması sonucu sağlanması ön plana çıkmıştır. Örneğin çekirdek ailenin egemen olduğu Ankara, İstanbul ve İzmir'de hanehalkı bütçesine ekonomik katkıda bulunan çocukların oranı bu dönemde yapılan bir gecekondü araştırmasının bulgularına göre İstanbul'da yüzde 38,8, Ankara'da yüzde 29 ve İzmir'de ise yüzde 37'ye ulaşmıştır (Alpar ve Yener, 1993, s. 89). Bu durum kentsel ailede çocuktan anne-babaya doğru bir kaynak aktarımının önemini göstermektedir. Güdülen ekonomik politikaların sonucu olarak sistemde sosyal sınıflar açısından hızı farklı olmak üzere dikey hareket (statü değişimi)lilik olanağı doğmuştur. Dikey hareketlilik sosyal sınıf ve tabakalar arasındaki rekabeti hızlandırırken gösterişçi tüketim eğiliminin artmasına neden olmuştur.

Dikey hareketliliğin ivmesinin hız kazanmasını ise nüfusun mekandaki yatay hareketliliğini desteklemiştir. Nüfusun 1980'li yıllardaki hareketliliği nedeni ile kırsal-kentsel nüfus oranı Cumhuriyet döneminde ilk kez kent ağırlıklı olmuş ve şimdiye değin sosyal bilimcilerin üzerinde birleştikleri "üç büyük kent" tanımı anlamını yitirmiştir (Devlet İstatistik Enstitüsü, 1993, s.8-34). Başka bir anlatımla İstanbul, yapılan nüfus projeksiyonlarının üzerinde bir büyüme göstererek "kentlerarası sıra-büyüklik ilişkisinin" büyük ölçekte bozulmasına neden olmuştur. Öte yandan bölge

---

\* Öğr.Gör. Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

merkezleri diyebileceğimiz ve nüfusları hızla artan kentlerin oluşumu yaşanmıştır. Bu kentlerdeki nüfusun, ülkemizde nüfussal dönüşümün başladığı yıllardaki kent nüfusu (10.000+yerler)na oranı yüzde 37 iken, bu oran 1990'da yüzde 43'e ulaşmıştır. Nüfusal değişimin başladığı 1950'den bu yana Türkiye nüfusu yılda yüzde 2.47 artarken, bölge çekim merkezlerinin nüfus artışı ise yüzde 5 olmuştur. Özellikle son on yıldaki artış ise yüzde 6.8'e ulaşmıştır. (DİE, 1993 s. 25-33).

İçgöç ile kente gelen bu nüfusun çoğunluğu kentlerde yaşamını gecekondular bölgesinde sürdürmektedir. Gecekondular, köy ile kent arasında bir geçiş noktasıdır. Toprağa dayalı üretimden (kaderci-tutucu) kopan göçmen, kentsel yaşamını kentsel bir uğraşından elde ettiği gelirden öteye verimliliği çok düşük ve kendi olanakları ile yarattığı bir işin getirisi ile sürdürmeye başlamıştır. Göçmen; kalkış ve varış noktalarındaki yaşam biçimi, dünya görüşü ve ahlak anlayışı arasında bocalamaktadır. Varış noktalarında gelir düzeyi ve köylülüğünden ötürü sistemle bütünleşmesi zorlaşmaktadır. Çünkü köydeki yaşamda aileler arasında görülmeyen farklılık, varış noktasında gösterişçi ve rekabetçi bir şekilde karşısına çıkmıştır. Ayrıca bu yaşamı sürekli olarak kitle iletişim araçlarında izlemekte fakat kendisine referans noktası olarak seçmemektedir. Kentsel yaşamda bir taraftan rekabetçi bir yaşam sürerken, bir taraftan da sosyal sınıflar arasında referans noktası alınmamasına karşın, genç kuşaklarda "öykünme" yarışları başlamaktadır.

Toplumda rekabetçi ve öykünmeciler yaşamın kaynağını pazar ekonomisi oluşturmaktadır. Statünün doğuştan kazanılmadığı tüm toplumlarda olduğu gibi, ülkemizde de statü ve saygınlık kazanmak ile güvenilir olmak temelde ekonomik olmayan biçimi ile zaman ve servet tüketimi yani gösterişçi tüketimde kendini göstermektedir. Toplumda dikey hareketlilik olanakları olduğu sürece, rekabetçi ve öykünmeciler niteliği olan gösterişçi tüketim daha yüksek tabakalara turmanmak için bir araç işlevini gösterecektir.

Tüketim ile sosyal tabakalaşma arasındaki işlevsel bağıntıyı ilk olarak Veblen ele almış ve tüketim amacının hiç bir zaman yalnızca biyolojik gereksinimlerin giderilmesi olmadığını vurgulamıştır (Veblen, 1934, Aktaran, Kıray, 1982, s. 204). Ona göre her toplumda tüketimin, tüketicinin sosyal statüsünü göstermek gibi önemli bir işlevi vardır. Servetini farklılaşmış bir şekilde tüketen kişinin amacı güç gösterimidir. Veblen bunu gösterişçi tüketim olarak nitelendirir ve servetini ekonomik olmayan şekilde harcaması ile kişinin statü ve saygınlık kazanmaya çalıştığını belirtir.

Toplumda rekabetçi ve öykünmeciler yaşamla birlikte gösterişçi tüketim hızla artmakta ve bunu hanehalkının kayıt edilebilen geliri ile açıklamak zorlaşmaktadır. Duesberry'in "gösteriş etkisi" adını verdiği bu harcamada, tüketiciler daha nitelikli ve daha gösterişli sayılan tüketim şekilleri ile ilişkide bulundukça gelirleri değişmese bile gelirlerinin daha büyük bir kısmını harcamak eğilimini gösterirler. Daha fazla harcamak isteği ise daha nitelikli ve gösterişli mal yanı sıra yaşadığı toplumdaki tüketim ortamına bağlıdır (Duesenberry, 1953, aktaran, Kıray, 1982, s. 205).

Özellikle çok farklı görüş ve yetenekteki kişileri barındıran büyük kentlerde tüketimin şekillenmesi bir grup içinde ve kapalı bir ortamda gerçekleşmez. Tüketicilerin

### *Hanehalkı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Deneme*

değişik üyelikleri ve karşılaştırma grupları vardır. Çünkü büyük kent farklı kökenlerden, türdeş olmayan bir nüfusu barındırmaktadır. Buradaki rekabet güçlülerin lehine, zayıfların aleyhine işlerken, toplumda başarabilenler ile başaramayanlar arasındaki fark artmaktadır. Grupların aynı kentte mekansal ayrılıkları, görüşlerinin farklılaşması, dünya ufuklarının değişimi, kişilerin tüketim kalıplarını da birbirinden anlamlı kılmaktadır.

Kişilerdeki bu farklılaşma eğiliminin olduğu fakat bunun sınırsız olmadığı savunulmaktadır. İnsanların sonsuza değin farklılaşmalarını, sosyal düzen tehlikeli görür ve benzerlik yönünde sosyalleşme baskısı uygular. Örneğin eğitim kurumu bireylere benzeme ve farklılaşma zorunluluğunu algılatır (Goethals ve Darley, 1987). Bunun sonucunda bireyler çeşitli açılardan birbirlerine benzeşmeye çalışırken, kişiler sosyal normlara uyum yönünde bir baskı ile karşılaşmaktadırlar. Benzerlik ve ortak tutum bireylere güvenlik sağlamakta, riski azaltmakta, sosyal planda ödüllendirici bilişsel planda meşrulaştırıcı bir işlev görmektedir.

Görüldüğü gibi toplumda uyum ve farklılaşma süreci yaşamakla birlikte, bireyler sosyal karşılaştırma yoluyla diğerlerine benzemeye çalışmadığı gibi, diğerleri ile arasında farkların oluşması yönünde de çaba harcadığı psiko-sosyal yaklaşımlarda belirtilmektedir (Bilgin, 1993). Büyük kentte yaşayan insanlar bütünleşme ve farklılaşmayı gruplarda aramakta ve bunu gerçekleştirmektedirler.

1990'lı yıllarda ülkemizde kentlerde artık daha çok insan yaşamakta ve bunlar ikili bir yapı oluşturmaktadır. Bir taraftan işsizlik, uygun olmayan işlerde çalışma zorunluluğu, eğitimle elde ettiklerini işinde uygulayamama, gelir düzeyinin düşüklüğü, geleceğe güvensizlik, karamsarlık, kültürünü benimseme, kişiler arasında hızla kopan ilişkiler, sevgisizlik, birbirini sevmeme, örgütlenmeme ve kurumlara güvensizlik yaşanırken; diğer tarafta rekabetçi olsun ya da olmasın servetin biriktirilebildiği görece kolaylık yaşanmaktadır. Türkiye'de kentlerde gördüğümüz bu ikili yapı 1980'li yıllarda yaşanan piyasa ekonomisi koşullarından soyutlanamaz. Bu gelişmenin temel özellikleri ise şunlardır:

- Kitle iletişim araçları, liberal ekonominin gerek ideoloji gerekse piyasa açısından üstünlüğünü ve tartışılmazlığını sürekli vurgulamaktadır.

- Dünya ticaretinde egemen olan mal ticaretinden, para ticaretine dönüşmekte ve bu ticaret güvenilir bulunduğu koşullarda yatırım yapmakta, en küçük risk durumunda ortamdaki kaçmaktadır (Drucker, 1989).

- Kapitalist yaratmaya yönelik devlet politikaları ülkemizde görece olarak başarıya ulaşmış ve işadamları kimliklerini göstermeye başlamışlardır. Artık burjuvazi kendisini desteksiz ayakta tutmaya hazır hissetmektedir (Keyder, 1993, s. 155). Bu koşullarda tüketici bir taraftan daha nitelikli ve gösterişli mal ile piyasada karşılaşırken bir taraftan da ülkesinin üretmediği malları satın alabilmek için dış kaynaklı sıcak para bulabilmektedir. Böylece üretmeden ve tasarruf yapmadan, geleceğini ipotek ederek, yabancıların tasarrufu ile tüketim yapabilmektedir. Dış kaynakların yoğun biçimde kullanılması ise Türk lirasının, dış piyasalarda değişebilir özelliği kazanmasından sonra yoğun biçimde artmıştır. Dış kaynak kullanımının yatırım mallarından çok, kentsel

hanhalkı tüketimine yönelik olması bunun tipik örneğidir. Böylece yetersiz olan kentsel hanehalkı tasarrufları, son dönemde bir türlü yatırıma yönlendirilmemiştir.

Günümüzde nüfussal dönüşümün düşük düzeyde dengeye ulaşmamasından ötürü ülkemizde toplam tüketici nüfus artmıştır. Öte yandan mal çeşitliliği ve sunumuna göre tüm sınıfların istem eğrileri sağa doğru kayarak büyümüştür. Yaşanan enflasyonist ortam ise tüketicileri tasarruftan uzaklaştırırken, kitle iletişim araçları her türlü malın reklamını yaparak tüketicilerin istemlerini yönlendirmektedir. Küreselleşen piyasada tüketim için kaynak sorunu büyük ölçekte dış tasarruflar ile çözümlenmektedir. Dış kaynağın sınırlarını ise güvenilir olmak belirlemektedir. Böylesi bir ortamda üç büyük kentimizde tüketici davranışları nasıl bir örüntü göstermektedir?

### **Örneklem Seçimi ve Alan Uygulaması:**

Çalışmada üç büyük kenti karşılaştırmalı olarak analiz edebilecek örnek büyüklüğü 8800 olarak saptanmış bunun kentlere göre dağılımı ise Ankara ve İzmir'de 2200, İstanbul'da ise 4400 olarak belirlenmiştir. Örneklem seçimi için ilk olarak kentlerin 1990 Genel Nüfus Sayımı sonuçlarından ilçe nüfusları ve hanehalkı sayıları saptanmış ve doğrusal gelişme eğrisine göre bu kentlerin 1993 nüfus ve hanehalkı sayıları tahmin edilmiştir. İkinci aşamada ise nüfus/hanehalkı orantılı olarak her ilçe bazında il için belirlenen örnek büyüklükleri dağıtımı yapılmıştır. İlçeler için bulunan örnekler ise, en son veri diyebileceğimiz 1991 yılı seçmen kütüleri listesinden hareketle oluşturduğumuz eşit ağırlıklı mahallelere dağıtılmıştır. Eşit ağırlıklı oluşturulan mahalle listelerinden tesadüfi örneklem tekniğine göre İstanbul'da 593, Ankara'da 303 ve İzmir'de ise 307 mahalle seçilmiştir. Son aşamada ise nüfus sayımında kullanılan mahallenin içerdiği sokak listesinden tesadüfi örneklem tekniğine göre sokaklar seçilmiştir. Bu sokaklarda ise tesadüfen bir nokta seçilmiş ve yarı açık aralıklar tekniğine göre her sokakta temel örneklem birimi sayısında görüşme yapılmıştır.

Araştırmanın alan çalışması 1993 Haziran-Temmuz aylarında yapılmıştır. Çalışma sonunda tamamlanan görüşme sayısı 8752 olarak gerçekleşmiştir. Cevaplamama oranının düşük olmasından ötürü sonuçların herhangi bir yanlılık getirmeyeceği varsayılmış ve düzeltme faktörü kullanılmamıştır.

Örneklem temsil ediciliği ve geçerliliği için ilk sınama, nüfus sayımı hanehalkı büyüklüğü ile araştırma hanehalkı büyüklüğü arasında yapılmıştır. Araştırma sonucu bulunan hanehalkı büyüklükleri İzmir'de (3.84), İstanbul'da (4.05) ve Ankara'da (4.21) şeklindedir. 1990 Genel Nüfus Sayımında büyükşehir hanehalkı büyüklükleri yukardaki sıraya göre, 3.85, 4.10 ve 4.08 kişiden oluşmaktadır (DİE, 1993, s. 179). Buna göre üç büyükşehir hanehalkları büyüklüğü arasında iki veri kaynağının bulgularına göre anlamlı/manidar bir farklılığın olmadığı saptanmıştır.

Araştırmadan elde edilen örneklem nüfusu ile 1990 Genel Nüfus Sayımı nüfusu ayrıca; büyüklük, cinsiyet, yaş yapısı ve eğitim değişkenleri açısından karşılaştırılmış ve iki kaynaktan elde edilen bulgular arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Buna dayanak araştırma sonuçlarının üç büyükşehir betimleyebilecek düzeyde geçerli ve güvenilir bilgi setinden oluştuğu varsayılmıştır. Bu nedenle verilen nokta tahminlerin

### Hanehalkı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Deneme

hata paylarının çok düşük olduğu ileri sürülebilir.

#### Araştırma Bulguları:

Çalışmamızda hanehalkı tüketimini üç bağımsız değişkene (gelir, eğitim ve meslek) göre betimlerken, değişkenlerin farklı durumlarına göre kent içi ve kentlerarası farklılıkları analiz etmeye çalışacağız.

a) Gelir, gelire göre konuta ve ev eşyalarına sahiplik durumu: Ülkemizdeki sosyal araştırmalarda, deneklerin en çok çekindikleri ve değişik nedenlerle yanıtlarının güvenilirliğinin düşük olduğu konu gelir sorusudur. Bu nedenle soruyu deneklere ne kadar gelirleri olduğu şeklinde değil de, hangi gelir grubu içinde yer aldıkları şeklinde sorarak daha güvenilir yanıt almaya çalıştık. Hanehalkı aylık gelir ortalaması en yüksek olarak Ankara'da görülmekte, bunu İstanbul ve İzmir izlemektedir. Ankar'da gelirleri 5 ile 15 milyon arasında olan hanehalklarının oranı yüzde 41'e ulaşırken, bu oran İstanbul'da yüzde 33, İzmir'de ise yüzde 22'de kalmaktadır. Hanehalkı aylık geliri 3-5 milyon arasında olan ailelerin oranı en yüksek değere İstanbul'da ulaşırken, kentlerarasındaki farklılık anlamlı düzeye çıkmamaktadır. Öte yandan düşük gelir grubunda (aylık üç milyonun altında) ise İzmir'de bir yığılma görülürken, Ankara ve İstanbul ile aradaki fark anlamlı biçimde açılmaktadır. Üst gelir gruplarında ise kent içi ve kentler arası bir farklılık görülmediği için verinin üst sınırı onbeş milyon ile sınırlandırılmıştır

Gelir Dilimleri	İstanbul		Ankara		İzmir		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Aylık 3 Milyondan az	804	18.7	388	17.3	789	35.7	1981	22.6
Aylık 3-5 Milyon	1894	44.1	814	36.2	911	41.2	3619	41.4
Aylık 5-7.5 Milyon	804	18.7	489	21.8	292	13.2	1585	18.1
Aylık 7.6-10 Milyon	456	10.6	301	13.4	124	5.6	881	10.1
Aylık 10.1-15 Milyon	336	7.8	256	11.4	94	4.3	452	7.8
Toplam	4294	100.0	2248	100.0	2210	100.0	8752	100.0

Çizelge 1: Toplam hanehalkı gelirinin kentlere ve gelir dilimlerine göre dağılımı (%).

Gelire göre oturlan konut tipine baktığımızda, İstanbul'da (%78) ve İzmir'de (% 83) deneklerin çoğunluğu apartman dairesinde otururken bu oran Ankara'da % 58'e düşmektedir. Bun karşın Ankara'da tek ya da iki katlı bağımsız evinde oturanların oranı % 42'e ulaşırken İstanbul ve İzmir'den anlamlı derecede farklılaşmaktadır.

Gelir grupları ile oturlan konut tipi arasında her üç kentte de ters ve anlamlı bir ilişki görülmektedir. Örneğin apartman dairesinde oturanların oranı düşük gelir gruplarında en düşük değeri alırken, gelir arttıkça apartman dairesinde oturanların oranı artmaktadır. Buna karşın düşük gelir gruplarında tek-iki katlı bağımsız evlerde oturanların oranı en yüksek orana ulaşırken, gelir arttıkça bu tip konutlarda oturanların

oranı azalmaktadır.

Ülkemizdeki hızlı fiyat artışları, içgöç yolu ile nüfusun kentsel alanlara akımı ve sosyal güvenlik işlevinden ötürü hanehalkları gerek tasarruflarını değerlendirmek, gerekse yarınlara güvenceli bakabilmek için kültürel değerlerin de katkısını dikkate alarak konut sahibi olmayı ön planda tutmaktadırlar. Bu bağlamda deneklere, oturdukları konuta sahiplik, yazlık ev ve bunların dışında kentsel alanda ikinci bir konutlarının varlığına ilişkin üç soru yönelttik.

Halen Oturulan Konut	İstanbul		Ankara		İzmir		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Kendi Konutu	2533	59.1	1441	64.1	1431	64.8	5405	61.8
Kirada oturuyor	1653	38.5	713	31.7	728	32.9	3094	35.4
Lojman v.b.	107	2.5	94	4.2	51	2.3	252	2.9
İkinci konutu olanlar	631	14.7	498	22.2	298	13.5	1427	16.3
Yazlık konutu olanlar	293	6.8	221	9.8	130	5.9	644	7.4

*Çizelge 2: Deneklerin değişik konut türlerine sahipliklerinin kentlere göre dağılımı (%)*

Kendi konutunda oturan ailelerin oranı % 62 düzeyindedir. İzmir ve Ankara'da bu oranın üzerinde oturuş konuta sahiplik varken, İstanbul'da bu oran düşmektedir. Lojman ve benzeri yerlerde oturan ailelerin oranı % 3 düzeyindedir. Beklenildiği gibi burada en yüksek değere Ankara'da ulaşılmaktadır. Deneklerden kentsel alanda bir başka konutu olanların oranı % 16 civarındadır. Burada İzmir ve İstanbul eşdüzeyde değer alırken, Ankara bunlardan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Benzer olgu Ankara lehine yazlık eve sahip olmada da görülmektedir. İstanbul ve İzmir'de oturanlara göre, Ankara'da oturanların daha yüksek oranda yazlık konutları bulunmaktadır.

Genel bir değerlendirme yapıldığında Ankara'da yaşayan hanehalklarının, ülkemizdeki fiyat artışlarına göre tasarruflarını en iyi prim yapan taşınmaz mala yönelerek daha ekonomik karar verdiklerini söyleyebiliriz. Gelir ile konut sahipliği arasında ise U ilişkisi görülmektedir. Bir başka anlatımla, düşük ve yüksek gelir gruplarında ev sahipliği oranı yükselirken, orta gelir gruplarında kiracılık oranı yüksektir. Ne var ki düşük gelir grubundaki ailelerin konutlarında günümüzdeki gösterişçi tüketim öğesinin çoğunun olmadığı görülmektedir. Kentte kalış süresi arttıkça, halen yaşanan konutta yıl olarak oturma süresi ve ev eşyalarına sahiplik durumu artmaktadır. Ancak kente yeni göç etmiş ve halen oturduğu evde beş yıldan az oturanlarda tüketim eğilimleri düşük bulunmuştur. Yazlık konuta sahiplik ise orta ve yüksek gruplarında görülmektedir.

Tüketim harcamalarını on (televizyon, video, telefon, otomatik çamaşır makinesi, kişisel bilgisayar, mikrodalga fırın, bulaşık makinesi, çamaşır kurutucusu, derin dondurucu, otomobil ve araç telefonu) eşyaya sahiplik ile ölçmeye çalıştık. Temel

### *Hanehalkı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Deneme*

aldığımız malların marka, yıl olarak kullanımı, teknolojisi v.b. değişkenlerden ötürü farklı bir tüketim harcamasını gerektirdiği açıktır. Hanehalkı açısından daha nitelikli mala sahip olmak gösteriş ögesini ön plana çıkarmasına karşın, bunu ölçmenin zorluğundan ötürü yalnızca sahiplik olgusu ile yetinmek zorunda kaldık.

- Televizyon : Görüşme yapılan hanelerin tümünde televizyon olduğu görülmüştür. Ülkemizde siyah-beyaz televizyondan hızla renkliye geçiş yanı sıra kanal sayısının artması, tüketicileri birden fazla ve değişik türde televizyona sahip olmaya yöneltmiştir. Buna göre evinde iki ve daha fazla televizyonu olan hanehalklarının oranı % 22 düzeyindedir. Birden fazla televizyona sahip olma oranı diğer iki kente göre Ankara'da daha yüksektir. Kapitalist gelişim ile birlikte teknolojinin hızla değişmesi kaçınılmazdır. Bu nedenle yatırımcılar gibi tüketiciler de bazı malları kiralamak zorunda kalabilirler. Kapitalist ekonomilerde yaygın olan televizyonu kiralama yolu ile kullanım bunun tipik örneğidir. Ülkemizde ise, kiralama yolu ile kullanım yok denecek kadar azdır.

Yukarda da değindiğimiz gibi ülkemizde siyah-beyazdan renkli televizyona geçiş hızla ve kısa sürede gerçekleşmiştir. Bunun göstergesi tek televizyona sahip olanların % 95'nin televizyonu renklidir. Öte yandan evinde iki televizyonu olanların, ikisinin de renkli olanların oranı % 80 düzeyindedir. Başka bir deyişle toplumumuzda iki televizyona sahip olma durumunda, her iki televizyonun da, siyah-beyazdan sonra bir tüketim harcamasına dayandığıdır. Televizyonların çoğunun satın alınması son üç yıl içinde gerçekleşmiş ve bunların % 60'nın uzaktan kumanda aygıtı ile kullanılmaları olanaklıdır. Hanehalklarının % 98'i temel televizyonlarını oturma odasında ya da solanda seyretmektedir. Ancak ikinci televizyonu olanlar bunları çocukların odasında, mutfakta kullanmaktadırlar. Toplumumuzda televizyonların gün temelinde ortalama 8.5 saat açık aldığı ve seyredildiği görülmektedir.

- Video : 1980'li yıllarda üç büyük kentte sinema salonları sıkıntılı bir dönem yaşamış ve çoğu amaçlarını değiştirmek zorunda kalmıştır. Bu değişim, değişik nedenlerle ailelerinin evlerinde videodan türlü filmleri izleme tutkusunu ile açıklanmıştır. Öyle ki üç büyük kentte video kulüplerinin hızla arttığı, sinema salonlarının kapandığı dönem kitle iletişim araçlarında tartışılmıştır. Günümüzde ailelerin video araçlarına sahiplikleri ve kullanım düzeylerinin bu denli etkileyici boyutta olmadığını göstermektedir. Örneğin ailelerin ancak % 26 da bu araç bulunmakta ve kentler arasındaki sahip olma oranları ise anlamlı düzeye ulaşmamaktadır. Ailelerin video kullanımları ise çok düşük düzeydedir. Örneğin ailelerin % 43'ü araçlarını hiç kullanmazken, % 29 ise çok seyrek olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. Son bir hafta içinde videosunda, ödünç alınmış, kiralanmış ya da satın alınmış kaset seyredenlerin oranı % 12 düzeyindedir. Kanal sayısının artması ile ailelerin beğendikleri iki ya da daha çok program aynı saatte gösterime girebilmektedir. Beğenilen programlardan biri seyredilirken, ötekini kaçırmamak için video kanalı ile bunu kayda geçirmek olasıdır. Bu tür bir davranışta bulunan yani televizyondan kaydettiği programları son bir hafta içinde seyredenlerin oranı % 14'tür. Üç büyük kentte ailelerin videolarını yoğun biçimde kullanmadıklarını söyleyebiliriz (Çizelge 3).

Mümtaz Peker

Ev Eşyası	Kent	Aylık Gelir*					Toplam
		1	2	3	4	5	
Telefon	İstanbul	67.0	76.0	83.3	90.4	93.5	78.6
	Ankara	75.3	84.8	90.2	93.4	91.8	86.2
	İzmir	54.0	68.7	74.3	87.7	95.7	66.4
Video	İstanbul	13.6	21.0	29.6	44.1	57.4	26.5
	Ankara	13.7	20.3	26.6	33.9	53.1	26.1
	İzmir	11.8	19.5	28.8	42.7	57.5	20.9
Otomatik çamaşır makinası	İstanbul	28.0	42.0	64.9	79.8	88.7	51.4
	Ankara	21.9	47.9	73.2	81.4	90.6	58.3
	İzmir	25.7	49.4	67.8	80.6	91.5	46.9
Kişisel bilgisayar	İstanbul	2.0	2.5	5.1	9.6	23.2	5.3
	Ankara	2.1	2.7	6.1	12.0	20.3	6.6
	İzmir	0.4	1.9	4.8	13.7	25.5	3.4
Mikro dalga fırın	İstanbul	3.0	4.6	8.5	16.0	26.7	8.0
	Ankara	2.1	5.0	11.5	13.0	21.9	8.9
	İzmir	2.0	5.4	8.6	15.3	22.3	5.9
Bulaşık makinası	İstanbul	3.6	7.0	17.5	33.6	54.2	14.8
	Ankara	3.6	11.2	30.3	40.5	59.4	23.4
	İzmir	2.4	7.4	18.2	37.1	61.7	11.0
Çamaşır kurutma makinası	İstanbul	1.2	1.3	2.9	6.6	16.1	3.3
	Ankara	-	0.9	2.7	5.0	12.9	3.0
	İzmir	0.5	1.3	4.1	4.8	10.6	2.0
Derin dondurucu	İstanbul	6.6	11.1	17.2	23.1	38.4	9.4
	Ankara	1.0	5.5	11.9	14.0	24.6	6.7
	İzmir	1.9	4.8	11.0	18.5	37.2	6.7
Araba	İstanbul	4.7	13.1	24.1	35.1	59.8	19.6
	Ankara	6.7	16.8	25.4	39.5	63.3	25.3
	İzmir	5.7	19.9	32.2	54.8	73.4	20.7

\* Gelir dilimleri (1) aylık geliri üç milyondan az olanları, (2) aylık geliri üç-beş milyon arası olanları, (3) aylık geliri beş-yedi buçuk milyon arası olanları, (4) aylık geliri yedibuçuk ile on milyon arası olanları, (5) gelir on milyonun üzerinde olanları göstermektedir.

Çizelge 3:Deneklerin aylık gelir ve yaşadıkları yere göre ev eşyalarına sahiplik durumu (%)

- Telefon : Üç büyük kentte ailelerin televizyondan sonra en fazla sahip oldukları araç telefondur. Sahip olma durumu kentler açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir. Ailelerin gelir ile telefona sahip olma ilişkisine baktığımızda, üç kentte de düşük gelir gruplarında sahip olma oranı düşmekte, gelir artışı ile birlikte sahiplik oranı da yükselmektedir.



## *Hanehalkı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Deneme*

- Otomatik çamaşır makinası ve çamaşır kurutucusu: Ülkemizde son yıllarda üretimi artan ve kullanım sürecinde daha fazla kaynak gerektiren ev eşyalarına sahiplik, bir taraftan gösterişçi tüketimi gösterirken, bir taraftan da çekirdek ailede işgücünü değerlendiren, zamanını planlayan kişilere ev işlerinde büyük kolaylık sağlamaktadır. Bu eşyalardan otomatik çamaşır makinası sahipliği ortalama olarak % 50'i geçmekte ve kentler arasında sahiplikte anlamlı bir farklılık oluşmaktadır. Örneğin Ankara'da ailelerin % 58'i bu alete sahipken, İzmir'de bu oran % 47'e düşmektedir. Hiç bir kentte aylık geliri 5 milyonun altında olanlarda sahip olma oranı % 50'nin üzerine çıkmazken, gelir arttıkça sahip olma oranı yükselmektedir.

Çamaşır konusunda hanelerin sahip olduğu diğer bir eşya ise çamaşır kurutucusudur. Ne var ki gerek konutların yapım sırasında gerekli mekanın düşünülmemesi, balkonlarda çamaşır kurutma kültürünün egemen olmasından ötürü bu eşyaya sahip olma oranı çok düşüktür. Sahip olma oranı kentler arasında anlamlı bir farklılık oluşturmamaktadır. Araştırma evrenimizde aylık geliri yirmi milyonun üzerine çıktığında, buna sahip olma oranı % 25'in üzerine çıkmaktadır. Bunun altında aylık geliri olan ailelerin kurutma makinası olanların oranı çok düşüktür.

Bulaşık makinası : Kadınlar açısından zaman kazandırıcı ve evdeki zamanlarının mutfakta geçen kısmını azaltan eşya ise bulaşık makinasıdır. Ailelerin buna sahip oluş oranları üç büyük kentte farklı ve anlamlı düzeydedir. Gelire göre sahip oluşlarında anlamlı bir farklılık söz konusudur. Örneğin üç kentte de aylık geliri 10 milyonun üzerinde olan ailelerin yarısından fazlası buna sahiptir.

- Mikro dalga fırın: Yemek pişirme, ısıtma işlevini kısa zamanda yapabilen mikrodalga fırın kadınların zaman kazanımları yanısıra evdeki diğer faaliyetlere katılımlarını artırmaktadır. Ne var ki gerek kullanımı, gerekse mutfak kültürümüze özgü damak zevkini tam veremediği için tercih edilirliliği azalmaktadır. Bu nedenle ailelerin ancak % 48'nde bu eşya bulunmaktadır. Kentler arasında sahip olma oranları açısından anlamlı bir farklılık oluşmamaktadır. Gelir dilimlerine göre farklılık ise yüksek gelir grupları ile orta gelir grupları arasında görülmektedir.

- Derin dondurucu : Sebze, meyva, et ve türevlerini bozulmadan uzun süre korumasından ötürü derin dondurucu mutfakta kadınların ellerinin altında bulunan bir stok görevini görmektedir. Ayrıca zaman darlığından ötürü pazarla ilişkisi sınırlı olan aileler ekonomik devrelerden ötürü de derin dondurucuyu tercih etmektedirler. Kent içi ulaşımın en zor ve ekonomik dalgalanmaların yüksek olduğu İstanbul'daki ailelerin % 51'i bu eşyaya sahiptir. Diğer iki ilde ise bu oran anlamlı biçimde düşmekte ve İzmir'de en düşük değere ulaşmaktadır. Gelire göre farklılaşma ise orta gelir düzeyinde görülmekte, yüksek gelir düzeyinde ise anlamlı bir farklılık görülmektedir.

- Kişisel bilgisayar : Türkiye'de çeşitli kesimlerde tahminlerin ötesinde kullanımı hızla artan eşyalardan biri de bilgisayardır. Kullanım alanı genişliği, değişik meslek ve yaş gruplarının gereksinmesine yanıt vermesi yanı sıra değişken fiyat yapısının olması ailelerin bilgisayar sahibi olma istemlerini artırmaktadır. Başlangıçta oyunla başlayan istem, giderek genişlemiştir. Evrenimizdeki ailelerin % 5'i bilgisayar sahibi olduğunu belirtmişlerdir. Bilgisayara sahiplik açısından kentler arasında anlamlı bir farklılık

görülmemektedir. Gelire göre farklılık ise 10 milyonun üzerinde oluşmaktadır.

- Araba : Yirminci yüzyılda ailelerin özgürlüğünü sağlayan iki olgudan sözedilebilir. Bunlardan ilki gebeliği önleyici teknikler, ikincisi ise arabadır. Ülkemizde ise aileler bunları son yıllarda kullanma olanağına kavuşmuşlardır. Örneğin, ailelerin araba sahibi olmaları ve bunun geniş kitlelere ulaşması son on yıl içinde hızlı bir artış göstermiştir. Bu olgu üç büyük kentimizde açık biçimde görülmektedir. Kentler arasında ise İzmir ile İstanbul arasında bir farklılık görülmezken, Ankara bunlardan anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Araba sahipliği gelire göre her gelir diliminde farklılaşmaktadır. Başka bir anlatımla, düşük gelir dilimlerinde % 20'lerin altında olan araba sahipliği, yüksek gelir gruplarında % 80'lerin üzerine çıkmaktadır. Araba sahipliğinde gelire göre ikinci farklılaşma araba markası ve yaşında görülmektedir. Üst gelir gruplarında daha pahalı ve beş yıldan daha az kullanılmış arabalara sahiplik görülürken, düşük gelir gruplarında ucuz ve daha uzun süre kullanılmış arabalara sahiplik sözkonusudur.

b) Eğitime göre ev eşyalarına sahiplik durumu : Sosyal araştırmalarda hanehalkı başkanlarının eğitim durumunu saptamak gelire göre oldukça kolaydır. Ancak her iki değişkeni açıklayıcı olarak aldığımızda, birbirlerini etkilemesinden ötürü, hangisinin etkisinin birincil olduğunu söylemek güçleşmektedir. Öte yandan ikisinin birbirini etkileyerek, bağımlı değişkenler üzerindeki etkileri de artabilmektedir.

Araştırma bulgularımızın genel örüntüsü olarak, hanehalkı başkanının eğitim yılları arttıkça ev eşyalarına sahip olma durumu, mallara göre değişmekle birlikte sürekli artış eğilimi göstermektedir. Tüm mallarda en yüksek oranda sahiplik oranı, en fazla eğitimi olan ailelerde görülmektedir. Bu olgu araştırma evrenimizi oluşturan üç kentte de benzer sonuçlar vererek kendini göstermektedir.

Başta da değindiğimiz gibi eğitim ile gelirin birbirini karşılıklı etkilemesinden ötürü; yüksek gelirin, iyi eğitimi gerektirmesi ve iyi eğitimle birlikte yüksek gelirin oluşabilmesi sonucu, hanehalklarının sorguladığımız mallara sahiplik oranları artmaktadır. Bu örüntü araştırma evrenimizi oluşturan üç kentte, tüm eşyalarda belli sapmalar göstermesine karşın doğrusal ilişki biçimini almaktadır (Çizelge 4).

c) Hanehalkı başkanının halen yaptığı işe göre ev eşyalarına sahiplik: Araştırmada hanehalkı başkanının mesleğinden çok halen ne iş yaptığı saptanılmaya çalışılmıştır. Hanehalkı başkanlarının yaptığı işe göre ev eşyalarına sahip olma oranları en yüksek düzeye; firma sahibi, sanayici ve özel kesimde yöneticilik yapanlarda ulaşmaktadır. Bunları kamu kesiminde yöneticilik yapanlar izlemektedir.

Kamu ve özel kesimde işçi ve teknik eleman (yüksek eğitimi olmayan), ya da benzeri konumda iş yapanların sorguladığımız eş eşyalarına sahiplik oranları düşmekte ve bir önceki grup ile aralarındaki fark anlamlılaşmaktadır. Halen yapılan işe göre üçüncü grubu ise kamuda çalışan memurlar ile marjinal sektörde çalışanlar oluşturmaktadır. Bunların sözkonusu ev eşyalarına sahiplik oranları en düşük düzeyde kalmakta ve her iki gruptan farklı biçimde ayrılmaktadır.

*Hanehalkı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Deneme*

Ev Eşyası	Kent	Hanehalkı başkanının eğitim yılları				
		1	2	3	4	5
Telefon	İstanbul	74.4	77.5	82.8	90.7	92.1
	Ankara	83.6	84.9	87.9	90.2	95.3
	İzmir	59.9	69.9	75.7	81.3	89.6
Video	İstanbul	19.6	27.6	31.4	46.4	43.8
	Ankara	16.9	24.9	32.3	39.3	48.3
	İzmir	15.4	21.2	31.0	34.4	43.4
Otomotik çamaşır makinası	İstanbul	40.3	50.8	64.4	78.1	81.5
	Ankara	43.7	54.6	70.7	85.1	89.9
	İzmir	35.5	49.7	66.7	75.6	89.6
Kişisel bilgisayar	İstanbul	2.0	3.9	6.5	16.0	20.8
	Ankara	2.5	2.9	7.9	16.4	22.8
	İzmir	1.2	2.5	4.3	13.1	17.0
Mikro dalga fırın	İstanbul	4.2	8.5	10.6	16.7	22.5
	Ankara	5.2	5.6	13.3	14.9	20.1
	İzmir	4.2	7.0	7.3	8.1	15.1
Bulaşık makinası	İstanbul	5.7	12.3	21.3	44.2	46.1
	Ankara	10.1	12.7	31.3	55.4	63.1
	İzmir	3.3	9.5	19.0	33.1	56.6
Çamaşır kurutma makinası	İstanbul	1.3	2.9	4.5	8.8	12.9
	Ankara	1.3	1.3	2.5	8.4	9.4
	İzmir	1.6	0.6	2.7	5.0	5.7
Derin dondurucu	İstanbul	10.0	16.3	17.2	27.5	31.5
	Ankara	6.4	7.2	12.1	15.6	19.5
	İzmir	3.9	5.7	8.7	16.3	25.5
Araba	İstanbul	12.3	19.7	25.9	41.3	38.2
	Ankara	16.8	22.3	29.6	46.5	43.6
	İzmir	13.3	24.7	25.0	39.4	57.5

Eğitim yılları (1) Hanehalkı başkanının beş yıldan az eğitimi, (2) Hanehalkı başkanının beş-sekiz yıl arası eğitimi, (3) Hanehalkı başkanının dokuz-onbir yıl arası eğitimi, (4) Hanehalkı başkanının oniki-onbeş yıl arası eğitimi, (5) Hanehalkı başkanının onaltı ve daha fazla eğitimi göstermektedir. Hanehalkı başkanının okumaz-yazmaz olduğu durum ile halen eğitimi sürdürenler çizelgeye konulmamıştır.

*Çizelge 4: Hanehalkı başkanlarının eğitimi ve yaşadıkları yere göre ev eşyalarına sahiplik durumu (%)*

**Sonuç:**

Tüketim davranışlarını ülkemizde son yıllarda piyasaya çıkan ve çoğunlukla gerek teknoloji gerekse hammadde olarak dışarıya bağımlı olduğumuz ev eşyalarına sahiplik ile ölçmeye çalıştık. Hiç şüphesiz 1980'li yıllarda güdülen ekonomik politikaların gereği olarak hanehalklarının istemleri, piyasanın sunmuş olduğu bu mallara yönelik

olmuştur. Ayrıca bu malların üretim teknolojileri ve kullanım sürecindeki kaynak gereksinimleri ise Batı'dan farklıdır. Bu konudaki örneklerimizi televizyon, araba ve video oluşturmaktadır. Türkiye yirmibeş yıllık sürede, siyah-beyaz televizyondan, renkli televizyona geçişi yaşamıştır. Bunun sonucu kamu ve hanehalkı kaynakları açısından yapılan harcamaların ekonomikliği tartışılmalıdır. Batı'da görülen kiralama yolu ile televizyon izlemenin yaygınlığı, bizde sahiplik ile giderilmiş ve daha fazla kaynak kısa sürede tüketilmiştir. Benzer olgu ise araba teknolojisi ve bunların kullanım sürecindeki kaynak kullanımı ve çevreye verdikleri zararda görülmektedir. Çoğunlukla Batı'da istemi olmayan ve piyasada tercih edilmeyen teknolojiye sahip arabalar ülkemizde üretilmekte, piyasaya sunulmaktadır. Girişimciler ellerindeki hammadde kaynağı bitince üretimi sonlandırmaktadırlar.

Sisteme sunulan mallar, hanehalklarının gösterişçi tüketim eğilimini uyarmakta, reklamlar ile sahip olunan malların kullanım-malin kısa sürede elden çıkarılması, yenilenmesi özendirilmektedir. Örneğin bugün 1970'li yıllarda üretilen tüm televizyonlar ile çoğu arabalar artık kullanılmamaktadır. Benzer olgu üretim kalıplarındaki değişiklik ile yakında öteki mallarda (buzdolabı, çamaşır makinası ve video) görülebilecektir.

Hanehalklarının tüketim davranışlarında ele aldığımız bu mallar bir taraftan toplumda ailenin statüsünü belirlerken, bir taraftan da aileler arasında gizli bir yarıştı özendirilmektedirler. Toplumumuzda kişiler ve aileler arasında temel olan sözel kültürle bu eşyalara sahipliğin getirdiği görece rahatlık, konfor ve özgürlüğün ön plana çıkarılması öykünmeciyi yaşamı ister istemez özendirilmektedir. Özgürlüğün ve öykünmeciyi yaşamın sözel kültüre en iyi aktarıldığı kitle iletişim araçlarındaki reklamlar ile pekiştirilmesi, tüketicileri her ne koşulda olursa olsun bu mallara sahip olmaya yönlendirmektedir.

Türkiye'de ulusal kalkınma ve planlama geleneğinin son bulduğu, serbest pazar ekonomisinin yüceltiildiği dönemleri (1980'li yıllardan günümüze değin) hanehalkları bir taraftan reklam-sözel kültür etkisi, bir taraftan ise üretim-tasaruf eksikliğine karşı daha fazla tüketim ile yaşamıştır. Bu yaşam biçimi üç büyük kentte, kimi eşyaların tüm hanehalklarına ulaşmasını sağlamıştır. Bunun tipik örneği televizyondur. Böylece Türk toplumu, sözel bir kültürden, sözel bir kültüre geçişi sağlarken toplum olarak televizyon seyretmede geçen kişi-saat süresini çok artırmıştır. Bu bağlamda sahip olunan eşyalardan en çok kullanım oranı televizyonda görülmektedir. Televizyona bağımlı olan videonun kullanımı ise düşük düzeyde kalmakta ve bir geçiş döneminde yalnızca oynatıcı tiplerinin bile büyük ölçekte tüketilmesi öykünmeciyi ve gösterişçi öğenin boyutunun toplumumuzda anlamlı olduğunu göstermektedir.

Türk toplumunda konut sahipliğindeki örüntü zaman içinde değişmemekle birlikte (Peker, 1978) gelir grupları açısından sahip olunan konutların yapım ve donanım açısından farklılaştığı görülmektedir. Başka bir anlatımla yüksek gelir gruplarındakilerin sahip olduğu konutların üretiminde gösterişçi tüketim öğeleri ön plana çıkmaktadır.

Konutlar açısından üzerinde durulması gereken konu ise, üretilen konutların çok azında sahip olunan eşyaların rahat biçimde yerleştirilmeleri ve kullanılmalari sorunudur. Kurutucu ve bulaşık makinası bunun tipik örneğini oluşturmaktadır. Benzer olgu ise araba ile kentlerdeki park alanlarının oluşumunda görülmektedir. Kent dokusu oluşturulurken, gerekli mekanların rant ögesinden ötürü ikinci planda tutulması, üç büyük kentte kısa bir sürede önemli sorunları gündeme getirebilecektir.

**KAYNAKÇA**

- Alpar, İ. ve Yener, S. (1993): *Gecekondu Araştırması*, DPT, Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Bilgin, N. (1994): *Sosyal Bilimler Kavşağında Kimlik Sorunu*, Ege Yayıncılık, İzmir
- Devlet İstatistik Enstitüsü (1993): *1990 Genel Nüfus Sayımı, Nüfusun Sosyal Ve Ekonomik Nitelikleri*, Ankara.
- Drucker, P.F. (1989): *The New Realities: In Government And Politics/In Economics And Business/In Society And World View*, New York
- Duesenberr, Y. J.S.: "Income, Saving And The Theory Of Consumer Behavior"
- Aktaran, Kıray, M. (1982) "İstihlak Normları", *Toplumbilim Yazıları*, Ankara.
- Goethals, G.R. Ve Darley, J.M. (1987): *Social Comparison Theory*, New York.
- Keyder, Ç. (1993): *Ulusal Kalkınmacılığın İflası*, Metis Yayınları, İstanbul.
- Kuruç, B. ve Diğerleri (1985): *Bırakınız Yapsınlar, Bırakınız Geçsinler Türkiye Ekonomisi 1980-1985*. Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Peker, M. (1978): "Türkiye'de Barınma Koşulları Ve Gelirle İlişkisi" *Türkiye'de Nüfus Yapısı Ve Nüfus Sorunları 1973 Araştırması*, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Veblen, T. : "The Theory Of The Leisure Class", Aktaran, Kıray, M. (1982): "İstihlak Normları", *Toplumbilim Yazıları İçinde*, Ankara.

Mümtaz Peker

## HOUSEHOLD CONSUMPTION PATTERN (Samples of İstanbul, Ankara, İzmir in 1993)

This paper is based on the findings of the research realized in the period of June-July of 1993 in İstanbul, Ankara and İzmir.

8752 people were interviewed in these cities.

The basic data provided from the research was compared with those findings of the General Population Census of 1990 and no difference was found. Hence 'consistency' and 'verity' of the estimates being put forward in this paper can rightly be claimed.

The basic proposition of this paper can be summarized as such:

\* The changes in consumption pattern which took place in Turkey in 1980s can be explained on the basis of the economic policies applied as well as on the rapid domestic migration provoked.

\* Households began to tend to 'conspicuous consumption' without a real increase in the total amount of production and in their income, hence, in their savings.

\* The real financial source of this conspicuous consumption is the 'external savings' transferred to country in this period. That means an extraordinary increase in the amount of foreign debt...

The findings of the research are as follows:

\* There was TV (majority of them coloured and bought in the last three years) in every house.

\* % 26 of the houses had a 'video' but rarely being used.

\* Though in different proportion, those domestic facilities like automatic washing machine, personal computer, micro-wave oven, dishwasher, deep - freeze, which almost all newly known in Turkish society at large were being intensely consumed.

\* % 23 of the houses had the ownership of a car which is considered as the symbol of the 'conspicuous consumption' and 'freedom' (!)

The variation of 'income' and 'education' were emphasized as the explicatory variations in the research. And the relations in these two variations was found very meaningful.

Among these cities, more intense consumption was noticed in Ankara and in İstanbul compared with İzmir.

In correspondence with their income, İzmir's households seem to be less consuming than Ankaras' and İstanbuls'.