



Ramazan ayında tüketim alışkanlıkları nasıl değişiyor?

Gizem Yıldız — 4 gün önce • 3 dk okuma



Ramazan denince, mahyalardan pide kuyruklarına, iftar davetlerinden birlik ve beraberlik duygusuna pek çok şey beliyor zihinlerimizde. Ancak Ramazan bu yıl pide kuyruklarından ziyade fiyatlarıyla gündem oldu. Peki, Ramazan mutfak harcamalarını nasıl etkiliyor? Artan fiyatlar hangi Ramazan ritüellerini değiştirdi? Oruç tutmak iş hayatını nasıl etkiliyor? Yanıtları **NG Araştırma**'nın gerçekleştirdiği "Ramazan Ay ve Oruç" araştırması veriyor...

Ramazan ayında mutfak harcamaları artıyor

Ramazan ayında, oruçlu olan kişilerin tükettiği öğün sayısı iftar ve sahur olmak üzere 2 öğünde sınırlı kalıyor. Peki bu durum mutfak harcamalarına nasıl yansıyor?

Araştırmaya göre her 10 kişiden 6'sı Ramazan ayında mutfak harcamalarının arttığını belirtirken, 3'ü ise harcamalarında bir değişiklik olmadığını belirtiyor.

İftar sofraları kalabalık

Ramazan ayı aynı zamanda paylaşma ayı. Bu nedenle iftar denildiğinde aklımıza misafir de geliyor. Katılımcıların yüzde 82'si iftara misafir çağıracağını, yüzde 18'i ise çağırılmayacağını söylüyor.

İftara misafir çağırılmayacak kişilere nedenlerini sorulduğunda yüzde 40'ı misafir ağırlayacak ekonomik durumunun olmadığını söylüyor.

Dışarda iftar yapma fikrinden giderek uzaklaşıyor

Katılımcılara dışarda bir mekanda iftar yapıp yapmayacaklarını sorulduğunda katılımcıların yüzde 44'ü dışarda iftar yapacağını belirtirken, yüzde 56'sı ise dışarda iftar yapmayı düşünmediğini ifade ediyor.

Dışarda iftar yapmam diyenlerin nedenleri şu şekilde sıralanıyor:

Dışarda iftar yapmama nedenlerin nelerdir?	Oran
Aile bütçeme uygun değil	67%
Çok kalabalık	17%
Yapılan israf orucun anlamıyla ve islamiyetle uyumsuz	16%
İftar ruhuna uygun ortam bulamıyorum	13%
Çok gürültülü	9%
Ulaşım sorunu	9%
Namaz ibadetimi yapamıyorum	7%
Diğer	4%

Dışarda iftar yapmayı tercih etme nedenleri ise şöyle sıralanıyor:

Dışarda iftar yapma nedenlerin nelerdir?	Oran
Farklılık olması için	43%
Akrabalarla ve arkadaşlarla buluşuyoruz	41%
Alacak güzel vakit geçiriyoruz	33%
İftar menüleri güzel oluyor	12%
Evde yemek yapmak istemediğimiz oluyor	11%
Toplum baskısı	1%



Cep telefonlarına yapılan gümrük zammı için sürpriz karar



ECHO Summit'23: Yatay Kapsayıcılıktan Dikey Konsantrasyona



Markaların uzun soluklu yardım projeleri



Ekşi Sözlük CEO'su Başak Purut, erişim yasağının perde arkasını Marketing Türkiye'ye anlattı...

Güncel Haberler



Reklamcılar, 81 ilde kurtarma ekibi kurmak için kolları sıvadı








Tinder dolar için sağa kaydırıyor: 499 dolarlık abonelik modelinde neler olacak?

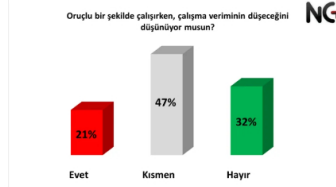


Brandverse Awards başvuruları için son 2 gün

Sosyal Medya

	FACEBOOK
	TWITTER
	LINKEDIN
	INSTAGRAM
	YOUTUBE

Oruç tutmanın iş hayatına etkileri



Katılımcıların aktif olarak bir işte çalıştığını belirten yüzde 50'lik kesimine oruçlu olmanın iş hayatına nasıl yansıdığı sorulduğunda yüzde 21'lik bir kesim oruçlu çalışmanın verimi düşürdüğünü belirtiyor. Yüzde 32'si ise oruçlu olmanın çalışma verimine herhangi bir etkisi olmadığını savunuyor. Her 3 kişiden 1'i ise Ramazan ayına özel çalışma saatlerinde esnemeler yapıldığını kaydediyor.

Ramazan pidesinin fiyatı yüksek!

Ramazan ayında iftar sofralarının vazgeçilmez ürünlerinden biri Ramazan pidesi. Türkiye Fırıncılar Federasyonu tarafından 300 gram pidenin fiyatı 10 TL olarak açıklandı. Katılımcıların fiyat hakkındaki düşünceleri ise bir hayli olumsuz. Her 10 kişiden yaklaşık 8'i Ramazan pidesinin fiyatının pahalı olduğunu düşünürken, 2'si ise ne pahalı ne de ucuz olarak görüyor. Ucuz olduğunu düşünenler ise yok denecek kadar az.

Oruçluken nasıl zaman geçiriliyor?

Katılımcılara oruçlu olduklarında boş vakitlerini nasıl değerlendirdiklerini sorulduğunda ibadet etmek, ev işleriyle uğraşmak ya da dizi/film izlemek gibi aktiviteler öne çıkıyor.

Ramazan Ayında oruçlu olduğunda boş vakitlerini en sık nasıl değerlendirirsin?	Oran
Kur'an-ı Kerim okuyarak/dinleyerek	15%
İbadet ederek	14%
Ev işleriyle uğraşarak	14%
Film/dizi izleyerek	11%
Uyuyarak	11%
Ailemle birlikte zaman geçirerek	10%
TV izleyerek	7%
Oyun oynayarak	5%
Gazete, kitap, dergi okuyarak	4%
Dışarıda gezerek	2%
Diğer	7%

Davulun sesine uyananların oranı yüzde 11

Özellikle teknolojinin gelişmesiyle gece uyanıp sahur yapmak artık çok daha kolay. Peki, çoğunlukla alarm kurarak uyanan Türkiye, davulcular hakkında ne düşünüyor?

Katılımcıların yüzde 70'i gece kendi uyanabilmesine rağmen, Ramazan davulcularının güzel bir gelenek olduğunu ve devam etmesi gerektiğini düşünüyor. Yüzde 17'si ise günümüzde gerek olmadığını ve kaldırılması gerektiğini ifade ediyor. Davul sesi sayesinde sahurunu kaçırmadığını belirtenlerin oranı ise yalnızca yüzde 11.

Aile büyüklerini ziyaret etmek öncelikli

Bayramda neler yapacağımızı bir çoğumuz çok önceden planlıyoruz. Peki, uzun zamandır beklenen bu zamanı nasıl geçireceğiz? Katılımcıların yüzde 53'ünün bu Ramazan Bayramı için planı aile büyüklerini ziyaret ederek, onlarla vakit geçirmek. Yüzde 3'ü sadece tatile gideceğini belirtse de yüzde 13'lük kesim hem tatil yapacağını hem de ailesini ziyaret edeceğini ifade ediyor. Yüzde 23'lük bir kesim ise kendi evinde zaman geçirip dinleneceğini söylüyor. Yüzde 8'lik bir kesim ise çalışacak.

Bayramların eski tadı yok!

Katılımcılara günümüzde dini bayramların kutlanma şekilleri hakkında düşünceleri sorulduğunda yüzde 85 gibi çok büyük bir kesim eski bayramlara özlem duyduğunu ifade ediyor.

Bu harareti ancak çay alır

— Güsterinizi kapatıp kendinizi ailenizle bir akşam yemeği sonrasında sohbet ederken hayal etmeniz muhakkak sehpanızda bir çay bardağı vardır ya da çay henüz demlenmemiştir... "Dur ben bir çay koyayım"dan, "İki çay söyle"ye kadar günün her anının eşlikçisi olan çayın bu coğrafyadaki yeri elbette tartışılmaz. Peki ama her şeyin değiştiği günümüzde çay tüketim alışkanlıkları nasıl bir dönüşüm geçiriyor? Günün en çok hangi anlarında kimlerle çay içiyor ya da içmek istiyoruz? Çay gerçekten de harareti alır mı? Hepsini ve daha fazlasının yanıtları Marketing Türkiye adına VeriNays Araştırma şirketinin gerçekleştirdiği "Çay Tüketim Alışkanlıkları" araştırmasından geliyor...

featured

Ramazan ayında tüketim alışkanlıkları



İlgili Haberler



HABERLER

İş dünyasında haftanın atamaları
Nafizcan Önder — 3 Mart 2023



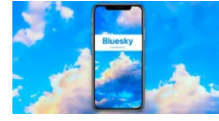
HABERLER

Çanakkale'yi geçilmez kılan tüm kahramanlarımızı minnetle anıyoruz...
Marketing Türkiye — 3 hafta önce



HABERLER

Ambalaj tasarımı ile "yenilik" mümkün mü?
Marketing Türkiye — 1 Şubat 2023



HABERLER

Twitter'ın kurucusundan Twitter'a rakip uygulama: Bluesky
Seda Başpınar — 1 Mart 2023

Deprem Bizi Nasıl Etkiledi?
XSIGHTS Webinar

6 Nisan 2023 Perşembe
20:00-22:00
Canlı Yayın

**"Deprem Bizi Nasıl Etkiledi?"
webinar'ında yıkımın etkileri masaya
yatırılacak**

HABERLER

Marketing Türkiye — 4 gün önce • 1 dk okuma

Konuşmacılar

- Alisanur Çelebi
Genel Müdür
Marketing Türkiye
- Prof. Dr. Vayal Bekurt
Yüksek Lisans
Marketing Türkiye
- Prof. Dr. Nermin Çelik
Doç. Öğretim Üyesi
Marketing Türkiye
- Emine Erdem
Genel Müdür
Marketing Türkiye
- Prof. Dr. İsmet Kızılcık
Doç. Öğretim Üyesi
Marketing Türkiye
- Prof. Dr. Nilüfer Narlı
Doç. Öğretim Üyesi
Marketing Türkiye
- Çiğdem Penn
Doç. Öğretim Üyesi
Marketing Türkiye
- Doç. Dr. Şehvet Saygıcan
Doç. Öğretim Üyesi
Marketing Türkiye

Xsights Araştırma ve Danışmanlık, 6 Şubat depremi ile ilgili yaptığı araştırma sonuçlarını 6 Nisan Perşembe günü düzenlenecek "Deprem Bizi Nasıl Etkiledi?" başlıklı

Brandverse Awards başvuruları için son 2 gün

1

2

3

4

5

Cep telefonlarına yapılan gümrük zammı için sürpriz karar

ECHO Summit'23: Yatay Kapsayıcılıktan Dikey Konsantrasyona

Markaların uzun soluklu yardım projeleri

Ekşi Sözlük CEO'su Başak Purut, erişim yasağının perde arkasını Marketing Türkiye'ye anlattı...

Güncel Haberler