

Purchasing Behaviour of University Students: A Case of Food Store Preferences

İsmail Şentürk, Gaziosmanpaşa University, TR
ismailsenturk@yahoo.com

Abstract

University students are net consumers. Majority of these students are consumers that have not earned income. Besides university students spend majority of their income for essential goods. In this respect these consumers differ from other consumer groups. Therefore, examining purchasing behaviour of this consumer group in detail is significant. One of the leading essential goods is food products. Food products can be purchased from different stores. These stores can be expressed as grocery store, green grocer, super market, shopping mall and street market. Stores in this classification have different characteristics, such as sale price, sale place, product quality and communication with consumers. In this study, food store preferences of university students and the determiners of these preferences are examined. University students are believed to be homogeneous about purchasing behaviour, but there can be same differences between this community. This study aims to explain these differences. According to this aim a survey study conducted with approximately 9000 university students in 37 universities nationwide in Turkey. data obtained from the survey will be analyzed with Multinomial Logit method. Results of this study are thought to be useful for firms produce goods or services for university students and for other decision makers when developing policies about this community.

Keywords: University students, place of purchase, Turkey, food

Jel Codes: D12, Q13

Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Davranışları: Gıda Satın Alım Yeri Tercihi

Öz

Üniversite öğrencileri toplumda net tüketici olarak bulunmaktadır. Üniversite öğrencilerinin büyük bölümü çalışma karşılığı gelir elde etmeyen tüketici grubundadır. Bununla birlikte üniversite öğrencileri gelirlerinin büyük kısmını temel ihtiyaç maddelerine harcamaktadırlar. Üniversite öğrencilerinin bu farklılıkları gösteren yapısı satın alma tercihlerinin incelenmesini anlamlı kılmaktadır. Temel ihtiyaç maddelerinin en önemlilerinden biri ise gıda ürünleridir. Gıda ürünleri ise birbirinden oldukça farklı yerlerden temin edilebilmektedir. Bunlar bakkal, manav, süpermarket, alışveriş merkezleri ve semt pazarları olarak sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırmada yer alan satın alım yerleri birbirlerinden satış fiyatı, satış mekanı, ürün kalitesi ve tüketici ile ilişkiler gibi özellikleri açısından farklılaşabilmektedir. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin gıda ürünleri satın alım yeri tercihi ve bu tercihin belirleyicileri incelenmiştir. Böylece homojen olduğu düşünülen bu tüketici grubunun farklı satın alma davranışları göstermesinin nedenleri incelenebilecektir. Bu amaca uygun olarak yapılan anket çalışmasında Türkiye genelinde 37 üniversiteden yaklaşık 9000 üniversite öğrencisi ile anket çalışması yapılmıştır. Elde edilen veriler oluşturulan model çerçevesinde Multinomial Logit yöntemi ile analiz edilmesi planlanmaktadır. Sonuçların üniversite öğrencilerine hitap eden firmalara ve toplumdaki diğer karar birimlerine geliştirecekleri politikalarda yarar sağlayacağı düşünülmektedir.