

TÜRKİYE'NİN ALKOL TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI...

Şarap kadehleri ne anlatır? Viski ŐiŐeleri hangi sırları saklar? Her yudumda bir hikaye olduğu aŐikâr da alkol tüketimi bir eğlence mi, kaçış mi, yoksa bir ritüel mi? KuŐkusuz alkol, pek çokları için hayatın vazgeçilmez bir parçası. Peki, bu iliŐkinin ardında yatan gerçekler neler? Marketing Türkiye ve PRAGMA iŐ birliğiyle hazırlanan araştırma, alkolün ötesine geçip, duygularımıza, aliŐkanlıklarımıza ve toplumun alkolle olan iliŐkisine ayna tutuyor. Hazırsanız, bu içki sohbetine davetlisiniz! Ama öncesinde uyarımızı yapalım; rakamlar ne derse desin unutmayın "Alkol dostunuz değildir!"

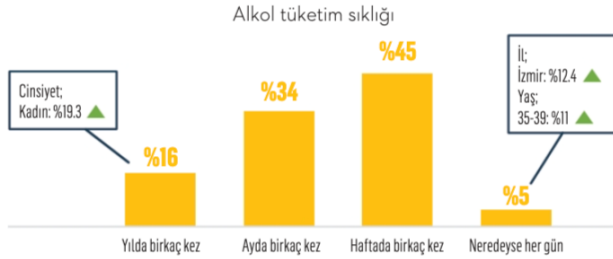
Haber: İrem Alimođlu irem.alimoglu@marketingturkiye.com





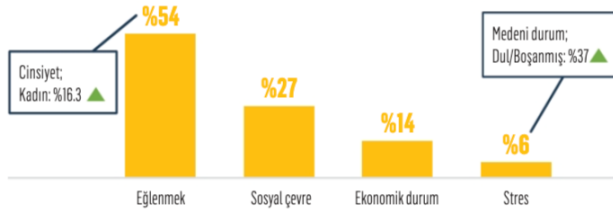
Alkol tüketimi, bazen dostlarla keyifli bir sohbetin eşlikçisi, bazen özel anların tamamlayıcısı olarak hayatımızda yer alıyor. Ancak bu alışkanlıkların ardında yatan tercihler, tüketicilerin duygusal durumlarından ekonomik hassasiyetlerine kadar pek çok faktörle şekilleniyor. Marketing Türkiye adına PRAGMA Araştırma ve Danışmanlık'ın gerçekleştirdiği "Alkol Tüketim Alışkanlıkları Araştırması" işte o faktörlere ışık tutuyor. Çalışma; tüketicilerin tercih ettiği alkol türlerinden kimlerle alkol tükettiklerine, duygusal durumlarına göre yaptıkları tercihlerden fiyat hassasiyetlerine kadar geniş bir yelpaze sunuyor!

SOSYAL İÇİCİLERİN YÜKSELEN TERCİHİ: HAFTADA BİRKAÇ KEZ...



Alkol tüketiminin genellikle sosyal bir alışkanlık olduğu ve toplumun yüzde 45'inin haftada birkaç kez alkol tüketen en büyük grubu oluşturduğu görülüyor. Ayda birkaç kez alkol tüketen yüzde 34'lük kesim ise daha dengeli bir alışkanlık sergiliyor. Ankete katılanların yüzde 16'sı ise yılda birkaç kez alkol tükettiğini söyleyen, özel durumlarda bu alışkanlığı sergileyen azınlık bir grup. Neredeyse her gün alkol tüketenlerin oranı ise yüzde 5. Hayli düşük bu oran, günlük alkol tüketiminin yaygın olmadığını ortaya koyuyor.

ALKOL TÜKETME NEDENLERİ

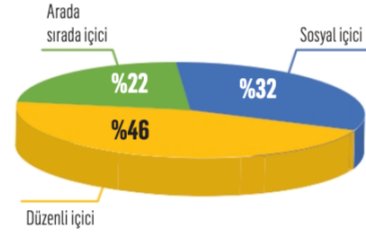


Bireylerin alkol tüketmesindeki en büyük faktör, alkolün sosyal bir etkinlik ve eğlence aracı olarak görülmesi. Araştırmaya göre katılımcıların yüzde 54'ü alkol tüketiminde "eğlenme isteği"nin belirleyici olduğunu söylüyor. Sosyal çevre faktörü ise yüzde 27 ile ikinci sırada yer alıyor. Bu da alkolün sosyal bağlamda, yani arkadaş grupları ve topluluklar içinde tüketilmesinin büyük bir etken olduğunu vurguluyor. Ekonomik durum (yüzde 14) ve stres (yüzde 6) ise daha düşük oranlarda... Bu da alkolün genellikle bir kaçış değil, daha çok sosyal ve eğlence odaklı bir faaliyet olarak görüldüğünü ifade ediyor. Alkol tüketiminin kültürel ve sosyal bir davranış olarak bireyler üzerindeki etkisinin daha güçlü olduğunu söylemek mümkün.



BEKARLAR "DÜZENLİ", EVLİLER "SOSYAL" İÇİCİ

Araştırmaya göre "düzenli içici" yüzde 46'lık, "sosyal içici" yüzde 32'lik, "arada sırada içici" ise yüzde 22'lik bir orana sahip.



Araştırma sonucuna göre, özellikle bekarların kendilerini düzenli içici, evlilerin ise sosyal içici olarak tanımladığını görmek mümkün. Buna göre bekarlar, alkol tüketimini daha düzenli bir alışkanlık olarak benimsemiyor; evliler ise alkolü daha çok sosyal bağlamda tüketmeyi tercih ediyor.

Araştırmadan çıkan verilere göre sosyal etkileşimlerin, alkol tüketim sıklığı üzerinde belirleyici bir rol oynadığını ve yaşam tarzı farklılıklarının da alkol alışkanlıklarını şekillendirdiğini söyleyebiliriz.



ARAŞTIRMA



EN ÇOK KİMİNLE BİRLİKTE ALKOL TÜKETİYORSUNUZ?

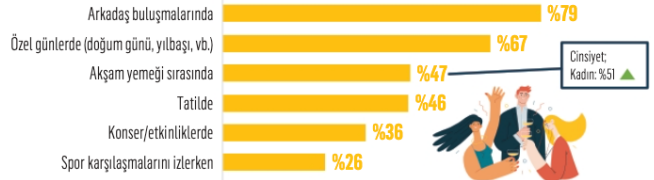


Eş ya da partnerle yapılan alkol tüketimi yüzde 44 ile en yaygın tercih olurken, arkadaşlarla yapılan alkol tüketimi yüzde 40 ile ikinci sırada yer alıyor. Buna göre alkol, sosyal bağları güçlendiren bir aktivite olarak daha çok samimi ilişkilerde tercih ediliyor! "Tek başına alkol tüketimi" yüzde 12 ile daha düşük bir oranla karşımıza çıkıyor, bu da alkolün yalnızken tüketilmesinin az tercih edilen bir davranış olduğunu ortaya koyuyor.

Aile ile yapılan alkol tüketiminin yüzde 3, iş arkadaşlarıyla yapılan alkol tüketiminin ise yüzde 2'de gibi oldukça düşük oranlarda kaldığı görülüyor. Bu da aile ve iş ortamlarında alkol tüketiminin genellikle sınırlı ve daha az yaygın olduğunu gösteriyor. Genel olarak alkolün sosyal bağlar üzerinden, özellikle eş ve arkadaşlarla tüketildiği sonucuna varmak mümkün.

EN ÇOK ARKADAŞ BULUŞMALARINDA TÜKETİLİYOR

Alkol tüketilen durumlar

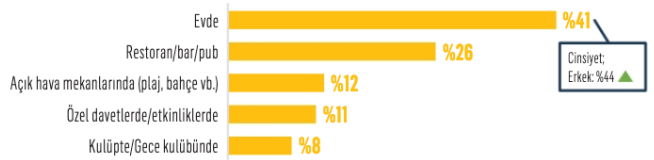


Bireyler genellikle sosyal etkileşimlerde ve özel anlarda alkol tüketmeyi tercih ediyor. "Arkadaş buluşmalarında" alkol tüketimi yüzde 79 ile en yüksek orana ulaşırken, "özel günlerde" ise tüketim yüzde 67'ye kadar çıkıyor. Bununla birlikte alkolün sosyal bağlamda, kutlamalarda ve topluluk içinde bir araya gelerek tüketildiği söylenebilir. "Akşam yemeği sırasında" alkol tüketimi yüzde 47 ile önemli bir yer tutarken tatillerde de yüzde 46 oranında alkol tüketildiği görülüyor. Konser ve etkinliklerde kullanımı ise yüzde 36 ile daha düşük bir seviyede kalıyor.

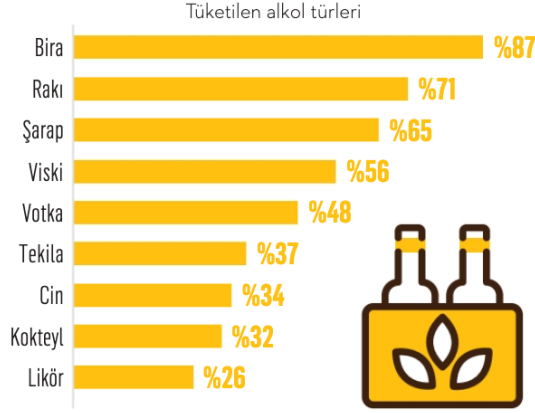
ALKOL DAHA ÇOK EVDE TÜKETİLİYOR

Katılımcılara "Alkolü daha çok nerede tüketiyorsunuz?" diye sorulduğunda yüzde 41'lik bir kesim "evde" yanıtı veriyor. İkinci sırada ise yüzde 26 ile restoran, bar ve pub gibi dış mekanlar yer alırken, sosyal ortamlar ve arkadaş buluşmaları yine önemli bir yer tutuyor. Açık hava mekanlarında (plaj, bahçe vb.) özel davetlerde/etkinliklerde (yüzde 11) alkol tüketimi, daha sosyal bağlamda yapılan tüketimleri yansıtıyor. Kulüplerde/gece kulüplerinde alkol tüketimi ise yüzde 8 ile sınırlı kalıyor.

Alkolü daha çok nerede tüketiyorsunuz?



İLK TERCİH BİRA



Tüketicilerin en çok tercih ettiği alkol türü bira (yüzde 87) olarak karşımıza çıkıyor. Ardından rakı (yüzde 71), şarap (yüzde 65), viski (yüzde 56) ve votka (yüzde 48) geliyor. En az likör (yüzde 26) tercih ediliyor.

EN ÇOK TERCİH EDİLEN KOKTEYLLER

Katılımcıların yüzde 32'si "En çok tercih ettiğiniz alkol hangisi?" sorusuna "kokteyl" cevabını vermişti. Kokteyl tüketicilerinin yüzde 76'sı ise "Peki, hangi kokteyl?" sorusuna Margarita yanıtını veriyor! Genellikle herkesin favorisi olan ve sık tercih edilen Margarita, tüketiciler nezdinde en popüler kokteyl olduğunu kanıtıyor!

İkinci sırada ise yüzde 57 ile Espresso Martini yer alıyor. Mojito ise yüzde 54 ile üçüncü sırada yer alıyor.

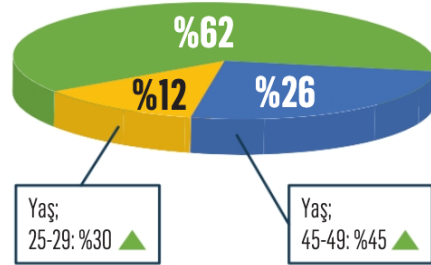
Mojito'yu takip eden Bloody Mary (yüzde 44) ve Moscow Mule (yüzde 38), daha özgün tatlar sunan kokteyller olarak biliniyor. Sıralama Negroni (yüzde 37), Pina Colada (yüzde 36) ve Daiquiri (26) olarak devam ediyor. Yüzde 3 ile Long Island, belki de güçlü alkol içeriği nedeniyle daha niş bir seçenek olarak tercih ediliyor.



YEREL VEYA ULUSLARARASI MARKA FARK ETMİYOR

Alkol tüketiminde tercih edilen markalar

- Yerel markalar
- Uluslararası markalar
- İkisini de eşit tercih ediyorum



Katılımcılara "Alkol tüketiminde marka tercihi" sorulduğunda yüzde 26'lık bir kesim yerel markaları tercih ederken yüzde 12'si ise global markalar diyor.

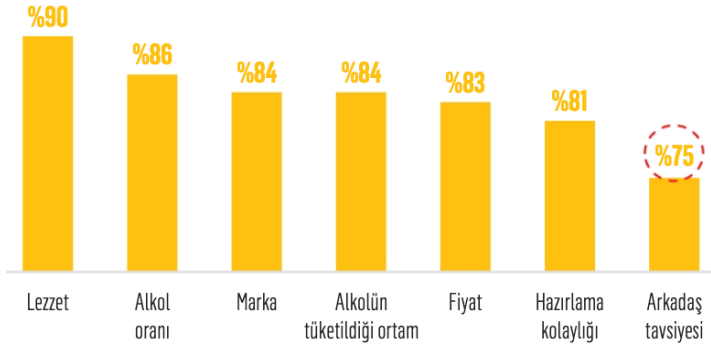
Her ikisini de eşit şekilde tercih edenlerin oranı ise yüzde 62'ye ulaşıyor! Özellikle 45-49 yaş arası tüketiciler tercihini yerel markalardan yana kullanırken 25-29 yaş arasındaki tüketiciler ise global markalara yöneliyor.

ARAŞTIRMA



ALKOL TERCİHİNDE EN ÇOK LEZZET ARANIYOR

Alkol tercihinde etkili olan faktörler



Lezzet faktörü, alkol tercihinde yüzde 90 oranıyla açık ara birinci sırada yer alıyor ve alkol tüketicilerinin tercihlerini büyük ölçüde tat arayışına göre şekillendirdiğini bize söylüyor.

Katılımcılara "Alkol tercihinde etkili olan faktörler" sorulduğu zaman yüzde 86'sı "alkol oranı" cevabını veriyor. Lezzet faktöründen sonra en yüksek orana sahip bu faktör, tüketicilerin alkol oranını önemli bir kriter olarak değerlendirdiğini gösteriyor. Yüzde 84'lük bir kesimin "marka" yanıtını vermesi ise tüketicilerin seçim-

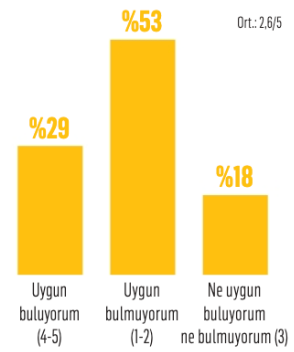
lerinde markanın güvenilirliğinin ve bilinirliğinin önemli bir rol oynadığını işaret ediyor.

Alkolün tüketildiği ortam (yüzde 84) ve fiyat (yüzde 83) faktörleri, tüketici için lezzet ve alkol oranı kadar etkili değil. Hazırlama kolaylığı (yüzde 81) ve arkadaş tavsiyesi (yüzde 75) ise daha düşük oranlarda yer alıyor. Bu da tüketicilerin alkol tercihlerini daha çok kişisel deneyim ve bilgilere dayandırdığını, ancak sosyal etkileşimlerin de belirleyici olabileceğini gösteriyor.

TÜKETİCİ ALKOL FİYATLARINDAN MEMNUN DEĞİL

Tüketicilerin yüzde 29'u alkol fiyatlarını uygun bulurken yüzde 53'ü uygun bulmuyor. Yüzde 18'lik bir kesim ise bu konuda kararsız olduğunu belirtiyor. Araştırma özellikle Ankara ilinde olan tüketicilerin alkol fiyatlarını diğerlerine göre daha fazla uygun bulmadığını söylüyor.

Alkol fiyatlarını uygun buluyor musunuz?



Ort.: 2,6/5

EKONOMİK MARKALAR ÖNE ÇIKIYOR

Artan alkol fiyatlarına göre değişen tüketim



Artan alkol fiyatlarına göre değişen tüketim oranı incelendiğinde, daha uygun fiyatlı markaları tercih etme seçeneği yüzde 35 ile en yüksek oyu alıyor. Bu da fiyat artışlarına karşı daha ekonomik seçeneklere yönelimin olduğunu gösteriyor. Alkol tüketiminde değişiklik yapmama seçeneği ise yüzde 28 ile dikkat çeken bir orana işaret ediyor, bu durum da bazı tüketicilerin fiyat artışlarına rağmen alışkanlıklarını sürdürdüğünü gösteriyor. Daha az alkol tüketme seçeneği ise yüzde 27 oranında tercih ediliyor. Evde içki yapma denemeleri yüzde 6 ile azınlıkta kalırken alkolsüz alternatiflere yönelme ise yüzde 5 oranıyla daha düşük seviyelerde yer alıyor. Bu da alkol dışındaki seçeneklere olan ilginin henüz sınırlı olduğunu ortaya koyuyor...



ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Marketing Türkiye adına PRAGMA Araştırma ve Danışmanlık'ın 08-13 Ocak 2025 tarihleri arasında gerçekleştirdiği "Alkol Tüketim Alışkanlıkları Araştırması"na Türkiye temsili NUTS 1 bölgesine dahil 12 ilde, 18-50 yaş aralığında toplamda bin kişi katıldı. Çalışma online olarak gerçekleştirildi. Araştırmaya katılanların yüzde 40'i kadınlardan, yüzde 60'i ise erkeklerden oluştu. Katılımcıların yüzde 82'si evli, yüzde 15'i bekar ve yüzde 4'ü dul/boşanmış kişiler.

BİRA, TAHTINI KİMSEYE KAPTIRMİYOR!

Ruh haline göre tercih edilen alkol türü



Bira her duygu durumunda tercih edilen bir alkol türü olarak karşımıza çıkıyor. En fazla tercih edildiği duygu durumu ise stresken en az kutlamalarda tercih ediliyor! Rakının da bira gibi her duygu durumunda tercih edilen bir alkol türü olduğunu söylemek mümkün.

ALKOLÜN EN BÜYÜK EŞLİKİSİ ÇEREZ!

Alkol türlerinden hangisinin yanında ne tüketiliyor?

Alkol türü	Yanında tüketilen				
Bira	Kuruyemiş/Çerez: %54		Cips: %20		
Şarap	Kırmızı Et: %41	Peynir: %16	Kuruyemiş/Çerez: %10		
Rakı	Peynir: %31	Meze: %16	Kavun: %16	Kuruyemiş/Çerez: %12	Balık: %10
Votka	Kuruyemiş/Çerez: %59		Cips: %13		
Cin	Kuruyemiş/Çerez: %65		Peynir: %16		
Tekila	Kuruyemiş/Çerez: %70		Cips: %12		
Viski	Kuruyemiş/Çerez: %42		Çikolata: %24	Enerji içeceği: %15	
Likör	Kahve: %59		Çikolata: %22		
Kokteyl	Kuruyemiş/Çerez: %42	Çikolata: %24	Sade: %17	Cips: %10	

Bira, votka, cin, tekila, viski ve kokteyl gibi içkiler, genellikle kuruyemiş/çerez ve cips gibi atıştırma ürünleriyle birlikte tüketiliyor, bu da bu içkilerin sosyal etkinliklerde, rahat tüketim için tercih edildiğini gösteriyor. Şarap ise daha ziyade kırmızı et ve peynir gibi yemeklerle birlikte içiliyor, bu da şarabın yemek eşliğinde tüketildiğini yansıtıyor! Rakı, peynir ve meze ile uyumlu olarak tercih ediliyor. Son olarak, Margarita gibi kokteyller de özellikle kuruyemiş/çerezle tüketiliyor.

Son olarak uyarımızı tekrarlayalım; rakamlar ne derse desin unutmayın "Alkol dostunuz değildir!"