

# Nielsen, Türk Tüketicisinin Kriz Dönemindeki Davranışlarını İzlemeye Devam Ediyor

Nisan 2009

Nielsen, kriz döneminde Türk tüketicisinin nabzını tutmaya yönelik bir dizi araştırma yapmaya devam ediyor.

Tüketicilerin geçtiğimiz 6 ay içinde hane harcamaları ve kişisel harcamalarında yaptıkları kısıtlamalar, alışveriş alışkanlıkları ve krize yönelik tasarruflarının sorgulandığı yeni araştırmaya göre tüketiciler kendi ölçeklerinde çeşitli önlemler geliştirmeye devam ediyor.

## Hane Harcamalarında Değişimler

Geçtiğimiz 6 ayda hane harcamaları incelendiğinde özellikle ev bakımına yönelik harcamalarda yapılan kısıtlamaların ağırlıkta olduğu görülüyor. Tüketicilerin yarıdan fazlası ev eşyası/dekorasyon, ev temizliğine yardımcı kadın almak, ev bakım harcamaları ve ev telefonu görüşmelerinde iktisatlı davranma eğilimindedir.

