



<b>Article Type</b>	Research Article	<i>Accepted / Makale Kabul</i>	12.03.2019
<i>Received / Makale Geliş</i>	04.12.2018	<i>Published / Yayınlanma</i>	14.03.2019

## **KİTAP OKUMA ORANI İLE OTOMOBİL TERCİHLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ; TÜRKİYE ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

### **THE RELATIONSHIP BETWEEN THE BOOK READING RATIO AND THE AUTOMOBILE PREFERENCES; AN APPLICATION ON TURKEY**

**Gökce YÜCE**

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Doktora Programı, Mersin / TÜRKİYE,  
ORCID: 0000-0003-0166-2543

#### **ÖZET**

Bu çalışmada, Türkiye’de iller bazında kitap okuma oranları ile otomobil tercihleri arasındaki ilişkiler irdelenmiştir. Bu çerçevede, otomobillere ilişkin çeşitli özellikler ile kitap okuma oranını arasındaki ilişki ve ilişkinin boyutu regresyon yöntemi ile incelenmiştir. Bir çevrimiçi satış sitesinden alınan otomobil verileri ile bir çevrimiçi kitabevinin yaptığı okuma oranları araştırması sonuçları veri seti olarak kabul edilmiştir. Yapılan bir ön çalışma ile çevrimiçi satış sitesinden alınan verilerin tam sayım ana kütlelerini temsil edebileceği yorumu yapılmıştır. Satılık otomobil sayısı, benzin/lpg’li araç sayısı, dizel araç sayısı, manuel vitesli araç sayısı, otomatik vitesli araç sayısı, sedan araç sayısı, hatchback araç sayısı, spor araç sayısı, premium araç sayısı, 1600 cc silindir hacmi altı ve üstü araç sayısı gibi değişkenler bağımsız değişken kabul edilmiş, kitap okuma endeksi ise bağımlı değişken olarak kabul edilerek analiz edilmiştir. Sonuç olarak %5 anlamlılık düzeyinde, kitap okuma oranı ile sedan otomobil tercihi, hatchback otomobil tercihi, spor otomobil tercihi, premium otomobil tercihi, satılık otomobil sayısı değişkenleri arasında ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Otomobil Tercihleri, Regresyon, Kitap Okuma Oranı.

**Jel Kodları:** C35, D12, H30, R20

#### **ABSTRACT**

In this study, the relationship between the reading rates in provinces of Turkey were examined by car preferences. In this context, the relationship between the various features of the cars and the rate of reading the books was investigated by regression method. The results of the study of the reading rates of an online bookstore with car data from an online sales site were considered as a data set. A preliminary study concluded that data from the online sales site could represent the total number of counts. Variables such as number of cars for sale, number of gasoline / lpg automobiles, number of diesel automobiles, number of automobiles with manual transmission, number of automatic automobiles, number of sedan automobiles, number of hatchback automobiles, number of sports automobiles, number of premium automobiles, 1600 cc cylinder volume below/above were assumed as independent variables, book reading index was assumed as dependent variable and analysis performed. As a result, at 5% significance level it is determined that there is a relation between the book reading rate and; the number of sedan automobile preference, hatchback automobile preference, sports automobile preference, Premium automobile preference, number of automobiles for sale.

**Keywords:** Automobile Preferences, Regression, Book Reading Ratio.

**Jel Codes:** C35, D12, H30, R20

#### **1. GİRİŞ**

Otomobil, farklı tipte motorların güç sağlayabildiği, karayolunu kullanarak ulaşım ihtiyacını karşılamaya yarayan bir makine, bir araçtır. Genel anlamda, insan veya hayvan gücüne ihtiyaç duymadan hareket edebilen otomobil, 1700’lü yıllarda icat edilmiş olsa da günümüzde oldukça popüler olan fosil yakıtlı araç prototipinin tanıtılması 1800’lü yılların sonlarında gerçekleştirilmiştir. Bu prototip sonrasında çok sayıda fosil yakıtlı araç üretilmiş, otomotiv sektörünün hızlı gelişimi ile otomobil kullanımı yaygınlaşmıştır.

Otomobil günümüzde lüks olmaktan çıkmış, hayatın her alanında farklı ihtiyaçlar için kullanılan bir ihtiyaç haline gelmiştir. Türkiye’de otomobil 1970’li yıllara kadar belli zümrelere hitap ederken,

günümüzde hemen herkesin erişebileceği bir araç haline gelmiştir. Aşağıdaki tabloda 2018 yılı ocak-eylül ayları arasında satılan otomobillere ilişkin veriler mevcuttur.

**Çizelge 1.** Otomobil Satış Verileri (ODD, 2018)

Perakende Satışlar Yerli / İthal Dağılımı: 2018									
	Otomobil			Hafif ticari			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
Toplam:	121.022	241.443	362.465	50.982	50.009	100.991	172.004	291.452	463.456

Kullanıcılar kullanım amacına, gelirlerine, sosyal ve kültürel durumlarına göre farklı segment ve özellikte otomobilleri tercih edebilmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye’de insanların kitap okuma oranları ile binek otomobil seçimleri arasındaki ilişki regresyon metodu kullanılarak incelenmiştir. Bununla beraber hipotez testi kullanılarak bölgesel anlamda binek otomobil tercihleri irdelenmiştir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Önceki çalışmalar incelediğinde kitap okuma oranı ile otomobil tercihi arasındaki ilişkiyi konu edinen herhangi bir çalışma bulunamamakla beraber, otomobil tercihleri üzerine çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmüş, son yıllarda yapılan çalışmalardan bazı örnekler aşağıda özetlenmiştir.

Genç (2018) çalışmasında, araç sahiplerinin kullanım ve satın alma davranışlarını incelemiştir. Tüketicilerin demografik özellikleri, aylık gelirleri ve kullandıkları araç bilgileri incelenmiş, araçlarının yakıt, güvenlik, performans, konfor, dış görünüş gibi özelliklerinden memnuniyet durumları değerlendirilmiştir. Yeni araç alınması durumunda gösterecekleri eğilimler irdelenmiştir. Araştırmada, 500 kişiye anket uygulanmış ve anket sonuçları tek yönlü Anova metodu ile analiz edilmiştir.

Ruhlusaraç ve Nakip (2016) çalışmalarında akademisyenlerin otomobil satın alma tercihlerini etkileyen faktörleri hipotez testi yoluyla incelemiştir. Akademisyenlerin cinsiyetleri ile aylık gelirleri test edildiğinde, ilgi duydukları otomobil markaları arasında fark olduğu, aylık gelirleri ile yaşları test edildiğinde otomobil satın alma sıklıkları arasında fark olduğunu tespit etmişlerdir. Otomobil satın alma tercihlerini etkileyen demografik faktörlerden aylık gelirin çok etkili, yaş ve cinsiyetin ise etkili değişkenler olduğu yorumunu yapmışlardır.

Aydın ve Arı (2016) çalışması hane halkı otomobil talebini belirleyen etkenlerin ikili lojistik regresyon yöntemiyle analizini konu edinmiştir. Sonuçta, yüksek bir eğitim ve kullanılabilir gelir seviyesinde olanların, gayrimenkul sahibi olanların, emekli sandığına tabi olan çalışanların, şehirde ikamet edenlerin ve orta yaş üzerinde olanların otomobil talep etme olasılıklarının daha fazla olduğu yorumu yapılmıştır.

Arıtan (2015) çalışmasında, tüketicilerin otomobil markalarına olan sadakatlerinin tespit edilmesini ve tüketicilerin ileri dönemlerdeki marka tercihlerinin öngörülmesini amaçlamıştır. Markov zinciri analiz yönteminin kullanıldığı çalışma 347 denek üzerinde yapılmıştır. Sonuçta, bmw, lada ve tofaş markalarının satışlarının artış gösterdiği, audi, kia ve proton markalarında değişim olmadığı, citroen, fiat, ford, honda, mazda, peugeot, renault ve skoda markalarının ise düşüş gösterdiği belirtilmiştir. Bayan katılımcıların volkswagen, renault ve peugeot markalarını tercih ederken, erkek katılımcıların ise tofaş, renault, fiat ve ford markalarını tercih ettiği belirtilmiştir. Düşük gelirli katılımcıların tofaş ve renault markalarını, orta düzey gelirlilerin tofaş, renault, fiat ve ford markalarını, üst gelir grubundakilerin ise volkswagen, toyota, skoda, opel, nissan, honda ve citroen markalarını tercih ettikleri belirtilmiştir. En yüksek marka bağlılığının audi, mercedes ve opel markalarına gösterildiği belirtilmiştir.

Yavuz (2012) çalışmasında öğretmenlerin otomobil tercihlerinde etkili olan faktörleri, analitik hiyerarşi yöntemiyle belirlemeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda kriterler ve bu kriterleri karşılayan alternatifler

belirlenmiş, Analitik Hiyerarşi Yöntemi (AHP) kullanılarak öğretmenlerin otomobil tercihi için etkili olan faktörler belirlenmiştir. Sonuçta, kriterlerin öncelik değerleri bakımından en önemli kriter yakıt olurken, segment olarak en önemli alternatifin A segmenti olduğu tespit edilmiştir.

Karatekin'in (2009) çalışması sosyal sınıflar içinde mesleklere göre tüketicilerin otomobil alma ve kullanma alışkanlıklarına etkisinin incelenmesini konu edinmiştir. Çalışmada sosyal sınıf kategorisi olarak kamu çalışanları seçilmiş olup, alt kategori "meslek grupları" olarak belirlenmiştir. Kamuda çalışan tüketicilerin davranışları, ait oldukları meslek grupları ile ilişkilendirmeye çalışılmış, sosyal sınıf faktörünün tüketici davranışlarını etkiler nitelikte olduğu yorumu yapılmıştır. Çalışma kapsamında belirlenen Akademisyen, Polis, Öğretmen ve Bankacı meslek gruplarının otomobil satın alma ve kullanma alışkanlıklarının yanı sıra diğer konularda da birbirlerinden çok farklı tüketim alışkanlıklarına sahip olduğu, buradan hareketle sosyal sınıfın tüketici davranışlarını etkileyen bir faktör olduğu yorumu yapılmıştır.

Akay (2003) çalışmasında, Ankara Merkez Bankasında çalışan 105 otomobil sahibi ile anket yapmıştır. Anket bulgularına göre tüketicilerin otomobillerini satın alırken dikkat ettiği özellikler sırasıyla marka, ekonomik olması, kalite, dayanıklılık, teknik üstünlük taşıması, konfor, ödeme kolaylığı, yedek parça bulunabilirliği, yedek parça fiyatı, kampanya olanağı, kredi alma olanağı ve servis hizmetleri olarak belirlenmiştir. Araştırma sonucunda reklamların satın alma kararında etkisi son sırada yer almıştır. Tüketicilere yalnızca reklamla veya fiyat indirimi ile ürün satılamayacağı, tüketici ihtiyaçları, beklentileri, demografik özellikleri, toplum kültürü, yaşam tarzı değişkenlerin de göz önünde bulundurulması gerektiği yorumu yapılmıştır.

### 3. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmaya esas teşkil edecek veri seti birden fazla kaynaktan temin edilmiştir.

Okuma oranına ilişkin veri setinde, online kitabevi İdefix'in 2017 yılı sonunda kendi siteleri üzerinden yapılan alışverişler doğrultusunda çıkarmış olduğu istatistik veriler kullanılmıştır. 1996 yılı sonunda kurulan online kitabevi halihazırda aynı alanda faaliyetlerine devam etmektedir. Okurların 2017 yılında siteden gerçekleştirdikleri siparişler göz önünde bulundurularak bir okuma listesi hazırlanmış, Türkiye'nin detaylı okuma haritası çıkarılmıştır. Geliştirilen bir endeks sistemiyle illerin okuma endeksi oluşturulmuş, sonuçta 2,06 endeksi ile Ankara en çok kitap okuyan il olarak belirlenmiştir.<sup>1</sup>

Binek otomobillere ilişkin veri setinde, sahibinden(.com) internet sitesinde bulunan ikinci el araç verileri kullanılmıştır. 2000 yılında kurulan bir elektronik ticaret platformu olan sitede farklı ürün ve hizmet gruplarında çok sayıda ilan bulunmaktadır. Platformdaki ilan sayıları her an değişiklik gösterdiğinden, veri setine esas teşkil edecek bilgilerin aynı gün içerisinde ve en kısa sürede temin edilmesine özen gösterilmiştir. Veriler belirlenirken binek otomobil sınırlamasının yanı sıra, tercihlerin ve trendlerin güncel etkilerini zayıflatmamak adına model yılı sınırı koyulması uygun görülmüş ve rassal olarak 15 yıl belirlenmiştir. Bu sebeple veriler toplanırken 2003 model yılı ve üzeri binek arabalar hedef olarak belirlenmiştir. Otomobil değişkenlerine ilişkin tam sayım verileri mevcut olmadığından platformdaki ilan sayısı üzerinden ana kütle temsil edip edemeyeceği test edilmek istenmiştir. Bu amaçla, sitedeki ilan sayısı ile illerdeki toplam otomobil sayısı verileri IBM SPSS (23) yazılımı kullanılarak korelasyona bakılmıştır. Sonuç, aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Çizelge 2. İllere Göre Toplam Araç Sayısı-Satılık Araç Sayısı Korelasyon Tablosu

		Satılık_Otomobil	Toplam_Otomobil
Pearson Correlation	Satılık_Otomobil	1,000	,991
	Toplam_Otomobil	,991	1,000
Sig. (1-tailed)	Satılık_Otomobil	.	,000
	Toplam_Otomobil	,000	.
N	Satılık_Otomobil	81	81
	Toplam_Otomobil	81	81

<sup>1</sup> <https://www.idefix.com/turkiye-ne-okuyor>

Yapılan araştırmaya göre 2018 Nisan sonu itibariyle Türkiye’de otomobil sayısı 12 milyon 245 bin adettir.<sup>2</sup> Bu araştırmanın illere göre toplam araç sayısı verileri, sahibinden(.com) platformundan alınan ikinci el otomobil ilanı verileri ile regresyon yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuçta iki veri seti arasında çok güçlü (0,991) bir korelasyon ilişkisi olduğu görülmüştür. Buradan hareketle, ilgili platformdan temin edilen ikinci el otomobil verilerinin, tam sayım ana kümesini (toplam araç sayısı) temsil edebileceği yorumu yapılmıştır. Bu sebeple analizde ilgili platformdan temin edilen veriler kullanılmıştır.

Nüfus veri setinde ise Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2017 yılı itibariyle açıklamış olduğu Türkiye’nin yıllara göre il nüfusları verileri kullanılmıştır.<sup>3</sup>

Tüm veriler kullanılarak aşağıdaki tablo formatı 81 il için doldurulmuştur.

**Çizelge 3.** Analize Esas Tablo

	1	2			81
Şehir	ADANA	ADIYAMAN			ZONGULDAK
Kitap Endeksi	,63	,31			,66
SSatılık Otomobil Sayısı (-Adet)	5727	1042			1176
NNüfus	2216475	615076			596892
Benzin-Lpg’li Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,4591	0,5672			0,4872
Dizel Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,5402	0,4319			0,5111
Manuel Vitesli Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,6178	0,6660			0,6403
Otomatik Vitesli Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,3824	0,3330			0,3597
Sedan Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,5706	0,6881			0,5944
Hatchback Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,3807	0,2860			0,3605
Spor Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,0255	0,0086			0,0145
Premium Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,1369	0,0969			0,0935
İl Nüfusu/Satılık Otomobil	387	590			508
1600 cc Altı Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,9001	0,9194			0,9243
1600 cc Üzeri Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	0,1002	0,0806			0,0757

Tabloda geçen spor araç sayısı bulunurken coupe, cabrio ve roadstar kasa tipindeki araçların sayısı toplanmıştır. Premium araç sayısı bulunurken ise Türkiye pazarında satılan ve Premium segment olarak adlandırılan Aston Martin, Audi, Bentley, BMW, Ferrari, Infiniti, Jaguar, Lamborghini, Lexus, Maserati, Mercedes-Benz, Porsche, Rolls-Royce ve Volvo marka araçların sayıları toplanmıştır.

#### 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Yukarıda verilen analize esas tablo IBM SPSS 23 programına girilmiş ve regresyon metodu seçilmiştir. Kademeli test ile (stepwise) yapılan analiz sonucunda aşağıdaki tablo elde edilmiştir.

<sup>2</sup> <http://otoajanda.com/hangi-sehirde-ne-kadar-otomobil-var/>

<sup>3</sup> [http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1059](http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059)

Çizelge 4. SPSS Çıktısı (Correlations)

	Kitap Endeksi	Satılık Otomobil Sayısı (Adet)	Nüfus	Benzin-Lpg'li Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	Dizel Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	Manuel Vitesli Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	Otomatik Vitesli Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	Sedan Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	Hatchback Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	Spor Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	Premium Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	İl Nüfusü/Satılık Otomobil	1600 cc Altı Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	1600 cc Üzeri Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı
Pearson Correlation	1,000	,571	,540	-,127	,097	-,256	,256	-,629	,519	,490	,358	-,393	-,123	,123
Kitap Endeksi														
Satılık Otomobil Sayısı (Adet)	,571	1,000	,989	-,266	,252	-,461	,461	-,220	,105	,509	,459	-,267	-,300	,301
Nüfus	,540	,989	1,000	-,296	,279	-,474	,474	-,212	,097	,518	,483	-,268	-,305	,305
Benzin-Lpg'li Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	-,127	-,266	-,296	1,000	-,996	,465	-,465	,090	-,090	-,187	-,385	,193	,444	-,444
Dizel Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	,097	,252	,279	-,996	1,000	-,462	,462	-,072	,079	,172	,372	-,186	-,441	,441
Manuel Vitesli Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	-,256	-,461	-,474	,465	-,462	1,000	-,1,000	,152	-,047	-,499	-,683	,428	,751	-,751
Otomatik Vitesli Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	,256	,461	,474	-,465	,462	-,1,000	1,000	-,153	,048	,499	,683	-,428	-,751	,751
Sedan Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	-,629	-,220	-,212	,090	-,072	,152	-,153	1,000	-,970	-,512	-,123	,378	-,012	,012
Hatchback Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	,519	,105	,097	-,090	,079	-,047	,048	-,970	1,000	,377	-,012	-,300	,107	-,107
Spor Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	,490	,509	,518	-,187	,172	-,499	,499	-,512	,377	1,000	,443	-,238	-,312	,312
Premium Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	,358	,459	,483	-,385	,372	-,683	,683	-,123	-,012	,443	1,000	-,517	-,725	,725
İl Nüfusü/Satılık Otomobil	-,393	-,267	-,268	,193	-,186	,428	-,428	,378	-,300	-,238	-,517	1,000	,515	-,515
1600 cc Altı Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	-,123	-,300	-,305	,444	-,441	,751	-,751	-,012	,107	-,312	-,725	,515	1,000	-,1,000
1600 cc Üzeri Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı	,123	,301	,305	-,444	,441	-,751	,751	,012	-,107	,312	,725	-,515	-,1,000	1,000
N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81

Pearson korelasyon değerlendirmesinde genel kabul r değerinin 0,29 ve aşağı değerlerinde ilişki yok veya düşük, 0,30-0,70 arası orta düzey ilişki, 0,70'in üzerinde ise yüksek düzey ilişki olduğudur. Tablo incelendiğinde kitap endeksi ile; satılık otomobil sayısı, nüfus, sedan araç sayısı, hatchback araç sayısı, spor araç sayısı, premium araç sayısı, nüfus/otomobil oranı arasında orta düzey ilişki olduğu söylenebilir.

Kitap endeksinin en kuvvetli ilişki içerisinde olduğu bağımsız değişken "Sedan Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı" değişkenidir. Burada 0,629'luk ilişkinin yönünün negatif olması; kitap okuma oranı arttıkça sedan araç tercih edenlerin sayısının azaldığı anlamına gelmektedir.

Kitap endeksinin yine kuvvetli ilişki içerisinde olduğu bağımsız değişken "Hatchback Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı" değişkenidir. 0,519'luk pozitif yönlü ilişki, kitap okuma oranı arttıkça hatchback araç tercih edenlerin sayısının arttığına işaret etmektedir.

Yine 0,49'luk bir korelasyon ilişkisi kitap okuma oranı arttıkça spor otomobil tercih edenlerin sayısının arttığı anlamına gelmektedir.

Çok güçlü ilişki içerisinde olmamakla beraber kitap okuma oranı arttıkça premium otomobil tercih edenlerin sayısının arttığı söylenebilir. Benzer oranda bir ilişki de araç başına düşen il nüfusu arasında olmakla beraber, ilişkinin yönü negatif bulunmuştur. Yani kitap okuma oranı arttıkça araç sahibi olan nüfus oranı artmaktadır.

Bunun dışında kitap okuma oranı ile satılık otomobil sayısı ve nüfus arasında pozitif yönlü orta derecede bir ilişki mevcuttur. Buradan hareketle kitap okuma oranının, kalabalık illerde daha yüksek olduğu söylenebilir.

## 5. SONUÇ

Günümüzde ulaşım ihtiyacını karşılayan en önemli araçlardan biri otomobildir. Lüks olmanın ötesinde, hayatın her alanında kullanılan bir ihtiyaç haline gelmiştir. Otomobilin insan hayatında bu kadar önemli olması, bu pazarda faaliyet gösteren firma sayısının artmasına, dolayısıyla model, renk, segment vb. birçok değişkenin bulunmasına sebep olmuştur. Bu değişkenler arasından seçim yapmak gerekliliği çokça irdelenen bir konu olmuştur.

Bu seçimin yapılması ile kitap okuma oranları arasında bir ilişki olup olmadığının araştırıldığı bu çalışmada, Türkiye genelinde yapılan bir araştırma sonucu elde edilen okuma endeksi verileri ile satılık otomobil ilanları bulunan bir internet sitesinden elde edilen veriler arasındaki ilişki incelenmiştir.

Kitap okuma endeksi, satılık otomobil sayısı, il nüfusu, benzin-lpg'li araç sayısı, toplam araç sayısı, dizel araç sayısı, manuel vitesli araç sayısı, otomatik vitesli araç sayısı, sedan araç sayısı, hatchback araç sayısı, spor araç sayısı, premium araç sayısı, il nüfusu, 1600 cc altı araç sayısı, 1600 cc üzeri araç sayısı vb veriler IBM SPSS 23 programına girilmiş ve regresyon metodu seçilmiştir. Kademeli test ile (stepwise) yapılan analiz sonucunda kitap okuma endeksinin “Sedan Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı” bağımsız değişkeni ile anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmüştür. İlişkinin yönünün negatif olmasından; kitap okuma oranı arttıkça sedan araç tercih edenlerin sayısının azaldığı anlamı çıkarılmıştır.

Kitap endeksinin “Hatchback Araç Sayısı/Toplam Araç Sayısı” bağımsız değişkeni ile arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Kitap okuma oranı arttıkça hatchback araç tercih edenlerin sayısının arttığı yorumu yapılmıştır.

Benzer şekilde kitap okuma oranı arttıkça spor otomobil tercih edenlerin sayısının arttığı sonucu çıkarılmıştır.

Çok kuvvetli bir ilişki olmamakla beraber kitap okuma oranı arttıkça premium otomobil tercih edenlerin sayısının arttığı söylenebilir. Benzer bir ilişki seviyesi de araç başına düşen il nüfusu ile kitap okuma oranı arasında (negatif yönlü) bulunmuştur. Kitap okuma oranı arttıkça araç sahibi olan nüfusun arttığı sonucu çıkarılmıştır.

Ayrıca kitap okuma oranı ile satılık otomobil sayısı ve nüfus arasında pozitif yönlü bir ilişki görülmüştür. Buradan hareketle kitap okuma oranının, kalabalık illerde daha yüksek olduğu sonucu çıkarılmıştır.

Otomobil tercihlerini etkileyebileceği düşünülen ve bu çalışmada kullanılmayan farklı değişkenler test edilerek farklı sonuçlara ulaşmak mümkün olacaktır.

## KAYNAKÇA

AKAY, A., (2003). “*Otomobil Pazarında Tüketici Davranışları: Satın Alma Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Tespitine Yönelik Ampirik Bir Çalışma*”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yayınlanmış yüksek lisans tezi, Ankara

ARITAN, T., (2015). “*Tüketicilerin Otomobil Markalarına Yönelik Tercihlerinin Analizi: Gümüşhane İli Örneği*”, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, yayınlanmış yüksek lisans tezi, Gümüşhane

AYDIN, N., ARI, E. (2016). “*Hanehalkı Otomobil Talebini Belirleyen Etkenlerin İkili Lojistik Regresyon Yöntemiyle Analizi: Türkiye Örneği*”, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:12, 76-97

GENÇ, A., (2018). “*Otomobil Sahiplerinin Satın Alma Ve Kullanım Davranışlarını Belirleyen Faktörlerin İncelenmesi: Erzurum Kent Merkezinde Bir Uygulama*”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, yayınlanmış yüksek lisans tezi, Erzurum

IDEFIX, “Türkiye Ne Okuyor”, <https://www.idefix.com/turkiye-ne-okuyor>, Erişim tarihi: 10.10.2018

- KARATEKİN, U., (2009). “*Sosyal Sınıflar İçinde Mesleklere Göre Tüketicilerin Otomobil Alma Ve Kullanma Alışkanlıklarına Etkisinin İncelenmesi*”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, yayınlanmış yüksek lisans tezi, Isparta
- ODD, “*Perakende Otomobil Satışları*”, [http://www.odd.org.tr/web\\_2837\\_1/neural\\_network.aspx?Type=36](http://www.odd.org.tr/web_2837_1/neural_network.aspx?Type=36), Erişim tarihi: 10.10.2018
- OTOAJANDA, “*Hangi Şehirde Ne Kadar Otomobil Var*”, <http://otoajanda.com/hangi-sehirde-ne-kadar-otomobil-var/>, Erişim tarihi: 10.10.2018
- RUHLUSARAÇ, M., NAKİP, M. (2016). “*Akademisyenlerin Otomobil Satın Alım Tercihlerini Etkileyen Faktörler*”, Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, Cilt:1, Sayı:1, 100-111
- SAHİBİNDEN, “*Otomobil Fiyatları*”, <https://www.sahibinden.com/kategori/otomobil>, Erişim tarihi: 10.10.2018
- TUİK, “*Türkiye'nin Yıllara Göre İl Nüfusları*”, [http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1059](http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059), Erişim tarihi: 10.10.2018
- YAVUZ, S., (2012). “*Öğretmenlerin Otomobil Tercihlerinde Etkili Olan Faktörlerin Analitik Hiyerarşi Yöntemiyle Belirlenmesi*”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:2, Sayı:32, 29-46