

Z Kuşağının Tüketim Değerleri: Cep Telefonu Ürünü Üzerinden Nitel Bir Araştırma¹ (Consumption Values of Z Generation: A Qualitative Research on Mobile Phone Product)

Şemsettin Ozan ÇELEBİ^a Funda BAYRAKDAROĞLU^b

^a Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muğla, Türkiye. s.ozancelebi@gmail.com

^b Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muğla, Türkiye. fkaya@mu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Tüketim Değerleri Kuşaklar Z Kuşağı	Amaç – Büyük oranda gelişmiş teknolojinin etkisiyle yaşamları şekillenen Z Kuşağının günümüz dünyasındaki satın alma davranışlarını anlamlandırmak önemli bir konu başlığıdır. Tüketicilerin hangi sebeplerle satın aldıklarını belirlemek adına kullanılan tüketim değerleri teorisi, tüketiciler tarafından ürün ve hizmetlere atfedilen değerler hakkında bilgi sağlamaya yardımcı olmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı Z Kuşağının tüketim değerlerini cep telefonu özelinde ortaya koyabilmektir.
Gönderilme Tarihi 13 Temmuz 2020 Revizyon Tarihi 10 Eylül 2020 Kabul Tarihi 18 Eylül 2020	Yöntem – Nitel araştırma temelinde gerçekleştirilen bu çalışmanın örneklemini Muğla'nın Menteşe ilçesinde yaşayan Z Kuşağı bireyleri oluşturmaktadır. Araştırma verileri görüşme (mülakat) yöntemi ile toplanmış olup, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yapılan görüşmeler sonunda elde edilen verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz tekniğinden faydalanılmıştır.
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	Bulgular – Araştırma bulgularına göre Z Kuşağı tüketicileri cep telefonu satın alma tercihlerinde başta fonksiyonel değer olmak üzere yenilik değeri ve durumsal değeri ön planda tutmaktadır. Duygusal değer satın alma tercihlerinde kısmen fonksiyonel değere bağlı olarak anlam kazandı, sosyal değer ise oldukça düşük bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.
	Tartışma – Tüketim değerleri ile alakalı elde edilen bulguların büyük bir kısmının Z Kuşağının satın alma davranışları ile ilgili literatürü desteklediği görülmektedir. Araştırma sonucuna göre özellikle fonksiyonel ve yenilik değerinin yüksek olması nedeniyle, şirketlerin öncelikli olarak bu değerlere odaklanmasının, Z Kuşağının tüketim tercihlerine ilişkin en güçlü yatırım olacağı söylenebilir.

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Consumption Values Generations Z Generation	Purpose – It is an important topic to make sense of the purchasing behavior of Generation Z, whose lives are largely shaped by the influence of advanced technology. The consumption values theory used to determine for what reasons consumers buy helps to provide information about the values attributed by consumers to products and services. From this point of view, the aim of the study is to reveal the consumption values of Generation Z specific to mobile phones.
Received 13 July 2020 Revised 10 September 2020 Accepted 18 September 2020	Design/methodology/approach – The sample of this study, which is carried out on the basis of qualitative research, consists of Z Generation individuals living in Menteşe district of Muğla. The research data were collected by interview method and semi-structured interview form was used as data collection tool. Descriptive analysis technique was used to analyze the data obtained from the interviews.
Article Classification: Research Article	Findings – According to the research findings, Generation Z prioritizes especially functional value, innovation value and situational value in mobile phone purchase preferences. It is seen that emotional value gains meaning partially depending on functional value and social value has a very low effect in purchasing preferences.
	Discussion – It is seen that most of the findings related to consumption values support the literature on Generation Z's buying behavior. According to the results of the research, it can be said that the focus of companies on these values will be the strongest investment regarding the consumption preferences of the Generation Z, since the functional and innovation value is significant.

¹ Bu çalışma, Şemsettin Ozan ÇELEBİ'nin Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında tamamlanan Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

Önerilen Atıf/ Suggested Citation

Çelebi, Ş., O., Bayrakdaroğlu, F. (2020) Z Kuşağının Tüketim Değerleri: Cep Telefonu Ürünü Üzerinden Nitel Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 3055-3070.