

Tüketicilerin Gönüllü Sade Yaşam Tarzı ve Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Sosyo-Demografik Analizi

Özet

Modern dünyanın temel dinamikleri gereği artan tüketim miktarının, gelecek kuşakların yaşamlarını tehlikeye atmayacak bir noktaya getirilmesi gerektiğini savunan sürdürülebilir tüketim olgusu paralelinde gelişen gönüllü sade yaşam tarzı 21. yüzyılda araştırmalara giderek daha sık konu olmaktadır. Her iki tüketici davranışı özelliğinin de birlikte değerlendirildiği çalışmada, İzmir ilindeki tüketicilerin demografik özelliklerine göre ortaya çıkan farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda geliştirilmiş ölçekler kullanılarak kavramlar alt boyutlar itibari ile ölçümlenmiş ve sosyo-demografik farklılıkları ve bu farklılıkların düzey ve şiddetini ölçümlemek üzere varyans ve korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır. Sonuçta, alt boyutlar açısından farklılaşsa da genel anlamda gönüllü sade yaşam tarzının, tüketicilerin yaş, cinsiyet, gelir, eğitim, medeni durum ve çocuk sayısı özelliklerine göre farklılaştığı saptanmıştır. Ancak bu farklılıklar eğitim ve gelir düzeyi açısından negatif bir ilişki sergilemektedir. Sürdürülebilir tüketim açısından ise yaş, gelir düzeyi, medeni durum ve çocuk sahipliği tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını farklılaştırırken eğitim ve cinsiyetin bu açıdan ciddi bir farklılık yaratmadığı ortaya çıkmıştır. Ancak yaş ile ilgili olarak ortaya çıkan farklılık diğerlerinden farklı olarak doğrusal bir içerikte değildir. Özetle orta yaş ve üzeri, çocuk sahibi, evli ve orta ve düşük gelirli tüketicilerin sürdürülebilir tüketim davranışları gösterme eğilimlerinin, orta yaş ve üzeri, çocuklu düşük ve orta gelir düzeyine sahip kadınların gönüllü sade yaşam tarzını benimseme düzeyinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gönüllü Sade Yaşam, Sürdürülebilir Tüketim, Tüketici Davranışları

Socio-Demographic Analysis of Consumers' Voluntary Simplicity Life Styles and Sustainable Consumption Behaviors

Abstract

In 21st century voluntary simplicity, developed parallel with sustainable consumption phenomenon arguing that the increasing amount of consumption due to the basic dynamics of modern world should be brought to a point which would not endanger the life of future generations, has become a more common research topic. In this study, evaluating both two consumer behavior, it is aimed at determining the differences among consumers in Izmir according to their demographic characteristics. Accordingly by using the provided scales concepts were measured concerning the sub dimensions and variance and correlation analysis were performed to measure the socio-demographic differences and the level and strength of those differences. In conclusion, also it differs in terms of sub dimensions, it is found out that voluntary simple lifestyle, in general, differs according to the consumers' characteristics as age, gender, income, education, marital status and number of children. However those differences exhibit a negative relationship in terms of education and income levels. Then in terms of sustainable consumption, it is found out that age, income level, marital status and having a child make the consumers' sustainable consumption behavior different but education and gender do not make any difference in this respect. But the resulting difference is not linear in nature, different from others. In brief, it is determined that middle and over aged, having children, married and middle and low-income consumers' sustainable consumption tendency; middle and over aged, having children, low and middle-income women's voluntary simple lifestyle adoption level.

Keywords: Voluntary simplicity, Sustainable Consumption, Consumer Behavior

Engin ÖZGÜL¹

¹ Yrd.Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, engin.ozgul@deu.edu.tr