

Z Kuşağının Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi

Gonca KÜÇÜK¹

Öz

Araştırmada Z kuşağının Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarının bazı kişisel özellikleri ile ilişkilendirilerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örnekleme, 2022-2023 eğitim öğretim yılında Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Aydın meslek yüksek okulunda eğitim almakta olan öğrencilerden basit seçkisiz örneklem yöntemi ile belirlenen ve araştırmaya katılmaya gönüllü olan 400 öğrencidir. Araştırmada veri toplama aracı olarak, Bozdağ ve Yalçınkaya Alkar'ın (2018) Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeğinin Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması ile elde edilmiş "Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA)" kullanılmıştır. Araştırma verilerin analizinde istatistiksel veri değerlendirme programı SPSS 24.0 kullanılmıştır. Veri setinin iç tutarlılık katsayısını belirlemek amacıyla Cronbach alfa analizi yapılmıştır. Örneklem gurubunun demografik özelliklerinin dağılımının belirlenmesinde frekans ve yüzde değerleri hesaplanmış, değişkenler arasındaki anlamlılık düzeylerinin belirlenmesinde ise t Testi ve ANOVA testi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin cinsiyet, sınıf, aile gelir düzeyi, anne ve baba eğitim düzeyi Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğu belirlenmiş, öğrencilerin problemleri satın alma davranışlarının en aza indirilebilmek için eğitim programları geliştirmek gerektiği önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Satın Alma, Kompulsif Satın Alma

Examining Generation Z's Compulsive Online Buying Behaviors

Abstract

In the research, it is aimed to evaluate the compulsive online buying behaviors of the Z generation by associating them with some personal characteristics. The sample of the research is 400 students who were studying at Aydın Adnan Menderes University Aydın vocational high school in the 2022-2023 academic year, determined by simple random sampling method and volunteered to participate in the research. As a data collection tool in the research, the "Compulsive Online Buying Scale (GSS)", which was obtained by adapting Bozdağ and

¹ Öğretim Görevlisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksekokulu, gonca.kucuk@adu.edu.tr

Yalçinkaya Alkar's (2018) Bergen Shopping Addiction Scale to Compulsive Online Buying Behavior, was used. Statistical data evaluation program SPSS 24.0 was used in the analysis of the research data. Cronbach's alpha analysis was performed to determine the internal consistency coefficient of the data set. Frequency and percentage values were calculated to determine the distribution of the demographic characteristics of the sample group, and the t-test and ANOVA test were used to determine the significance levels between the variables. As a result of the research, it was determined that there was a statistically significant difference between the students' gender, class, family income level, mother and father education level.

Keywords: Generation Z, Purchasing, Compulsive Buying

Giriş

Kompulsif davranış ilk olarak 1900'lerin başında satın almaya engel olan duygu olarak dile getirilmiştir. Kraepelin ve Bleuler, bu bozukluğun patolojik bir reaktif dürtü olduğunu, kompulsif satın almanın temelini insanları tehlikeye ve heyecana sevk etme dürtüsü olduğu, gözlenen anlık satın almanın kumarbazların oyun masasındaki davranışlarına benzediği belirtilmiştir. Daha sonra kompulsif satın alma terimi yerine kompulsif alışveriş, satın alma engeli, kontrol edilmesi mümkün olmayan alışveriş, dürtülere dayalı alışveriş gibi çeşitli terimler kullanılmaya başlanmıştır (Tamam vd. 1998). Birey, ihtiyacı olmayan ürünleri satın alıyor ve bu satın alım için gerekli maddi kaynağı bulunmuyorsa, buna karşılık yine de satın alma davranışından vazgeçmiyorsa kompulsif satın alma davranışı ortaya çıkmış olmaktadır. Kompulsif satın alma davranışı için en önemli kriterlerden biri, kişinin para harcarken "kontrolden çıktığını" hissetmesi, ancak satın alma veya harcama davranışı üzerinde hiçbir kontrolünün olmamasıdır. (Peker, 2020).

Kompulsif satın alma davranışının bağımlılık yapıcı olduğu görüşü hâkimdir. Bu davranış obsesif kompulsif bozukluk kategorisine girmektedir ve kabul edilebilir bir davranış biçimi olmaktan çok tıbbi bir hastalık olarak tanımlanmaktadır. Kompulsif satın alma davranışıyla psikoaktif maddelere bağımlılık arasında bazı ortaklıklar vardır. Şöyle ki; bu ortak noktalar, kaygıyı gideren alışveriş davranışı “dürtüsü” ve alışverişten sonra hızlı fakat sürekli olmayan bir “rahatlama” hissi, gerginliğin geri gelmesi, alışveriş bağımlılığını tetikleyebilecek dış uyaranların varlığıyla bunun neticesinde görülen huzursuzluk sayılabilir (Isac, 1990). Bu konuda yapılmış olan araştırmalarda kompulsif satın alma davranışı sergileyen kişilerin %21-46'sında psikoaktif madde bağımlılığı komorbiditelerinin bulunması, ikisi arasında bir birini etkileyen bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Back, 1996).

Bazı araştırmalarda, dürtü kontrol bozuklukları, obsesif-kompulsif bozukluklar ve duygudurum bozukluklarıyla beraber kompulsif satın alma davranışlarının ortaya çıkabilmekte olduğu belirlenmiştir. Bu bozukluklarla beraber görülüyor olması, mental bozukluklar içerisinde ele alınması ve sosyal faktörleri göz ardı edilecek bir bozukluk olarak kabul edilmesi gerektiğini düşündürmektedir (McElroy vd., 1991; Lee ve Mysyk, 2004). Bireysel özelliklerden etkilenmekte olan satın alma davranışı, aynı zamanda toplumsal yapıdan ve bireylerin yaş gurupları ile de ilgili olmaktadır. Günümüzde ülke nüfusumuzun yaklaşık olarak üçte birine yakınına oluşturan Z kuşağının beğenileri, tercihleri kendilerinden önceki nesilden farklılıklar

gösterebilirken, satın alma davranışları da farklı saiklerle gerçekleşebilmektedir. Bu düşünceden hareketle çalışmada Z kuşağının Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarının bazı kişisel özellikleri ile ilişkilendirilerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Kuşak Kavramı

Dünyanın dört bir yanındaki insanların katlanmak zorunda kaldığı döngüsel olaylar, bunların oluşturduğu tutum ve davranışlar, algılar ve beklentiler, aynı yaş grubu da dâhil olmak üzere birçok ortak yönün belirleyicisi haline gelmiştir. Kronolojik açıdan düşünülebilecek bu süreç, aslında yaşanan toplumsal deneyimlerin bir nesilden diğer nesle aktarılmasını sağlayan önemli bir unsur olmaktadır (Özmen ve Kocakuş, 2020). Bu kronolojik yapı, yaklaşık olarak 20-30 yıllık dönemler arasında doğanların kuşak olarak nitelendirilmesini sağlamıştır. Bu yönüyle bakıldığında kuşaklar, aynı zamanda doğan, sosyoekonomik değerlerden etkilenen ve birbirinden etkilenen ilgili toplulukları ifade etmektedir. Bir kuşağın zihniyeti, yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıklarıyla toplumu etkilemesi, diğer nesiller arasında benzerlik ve farklılıkların görülebileceğini varsayması literatürde yer almaktadır. Aynı yaş grubundaki insanların ortak beklenti, istek ve tercihlere göre aynı dönemin olaylarını yaşaması yeni bir yaşam döngüsünün başlangıcıdır (Altuntuğ, 2012).

Alanyazın incelendiğinde kuşak kavramının tanımının benzer olduğu görülürken, hangi tarihte doğanların hangi kuşakta olduğu konusunda da benzer görüşler mevcut olduğu görülmektedir. Çoğunlukla üzerinde mutabık kalınan görüşe göre; sessiz kuşak, Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı ayrımı en belirgin ayrımdır (Göksu vd., 2017).

Bu dört kuşak (Bostancı, 2015):

- 1925-45 yılları arasında doğmuş olanları kapsayan Sessiz Kuşak,
- 196-64 yılları arasında doğmuş olanları kapsayan Bebek Bommers Kuşağı,
- 1965-80 yılları arasında doğmuş olanları kapsayan X Kuşağı,
- 1980-1999 yılları arasında doğmuş olanları kapsayan Y Kuşağı ve
- 2000 yılı sonrasında doğmuş olanları kapsayan Z Kuşağı olarak ayrılmaktadır.

Bu kuşaklar arasında değişimi en çok yaşayanlar X, Y ve Z kuşaklarıdır (Göksu vd., 2017). Z Kuşağı ise üzerinde en çok çalışma yapılan kuşak olmuştur (Kırık ve Köyüstü, 2018).

Kuşakların doğum tarihine göre belirlenebileceğini savunanların aksin Howe ve Strauss, kuşak özelliklerini belirleyen doğum tarihi değil, üç faktör olduğunu belirtmiştir. Bu faktörler; aidiyet, ortak değer ve inançlar ile tarihte aynı yerde bulunma olarak ayrılmaktadır. Aidiyet, bir kişinin ergenlik döneminde başlayan ve yetişkinlikte pekişen hissettiği ait olma duygusudur. Paylaşılan inanç ve davranışlar, kariyer, aile, kişisel yaşam, kişisel siyasi ve dini inançlar ve cinsiyet gibi gerçekler tarafından belirlenen bir davranış biçimidir. Tarihsel ortak yerleşim, birkaç neslin gençliğinde meydana gelen önemli tarihi olaylarla temsil edilmektedir (Erdoğan, 2019).

Z Kuşağı

2000 yılı sonrasında doğmuş olan kuşak olan Z kuşağı teknolojinin tam gelişmiş olduğu bir dönemde doğdukları için teknolojinin tüm olanaklarından yararlanarak büyümüşlerdir. Bundan dolayı Z Kuşağı; “Kuşak I”, “İnternet kuşağı”, “iGen” veya “yeni kuşak” olarak da anılmaktadır (Levickaite, 2010). Akademik araştırmalarda Z kuşağı, "suskun kuşak" olarak da bilinmektedir. Olaylara tepkilerini sosyal medya üzerinden ifade etmeleri, sessiz nesil olarak adlandırılmalarının nedeni olarak görülmektedir (Tandoğan, 2013). Z kuşağı bireylerine eğitim ve aile açısından bakıldığında, önceki nesillere göre daha kaliteli olanaklara ve eğitim personeline erişimleri olduğu dikkat çekmektedir. Teknolojik imkânlarla bilgiye kolay erişim konusunda önceki nesillere göre daha şanslı görülmektedirler. Ek olarak, Z kuşağındaki bireyler, teknolojinin gelişmesinin başka bir sonucu olarak çalışma performanslarını farklılaştırabilmekte ve bu konuda oldukça öne çıkabilmektedirler (Mücevher, 2015).

Günümüzde Z kuşağına mensup bireylerin en büyüğü 22 yaşındadır ve TÜİK verilerine göre bu kuşak Türkiye'nin toplam nüfusunun %30,7'sini oluşturmaktadır (TÜİK, 2022).

Satın Alma Davranışı

Geleneksel pazarlamacıların gözünde tüketici davranışı, satış davranışına yol açan satın alma kararları ile eş anlamlı kabul edilse de çağdaş pazarlama anlayışının bir gerekliliği olarak satın almadan önce ve sonrasını kapsayacak biçimde davranışların ele alınması gerekliliği dolayısıyla davranışsal değişim, davranışsal değişime dönüşmektedir (Odabaşı ve Barış, 2016). Tüketicilerin mal ve hizmetleri edinmesi ve kullanması ile ilgili birçok eylemi ve bu eylemleri önceleyen ve belirleyen sürece tüketici davranışı adı verilmektedir. Tüketici davranışı, insanların hangi ürün veya hizmetleri, nereden, ne şekilde, ne zaman satın alacaklarına ve bu ürün veya hizmetleri satın alıp almayacaklarına karar verdikleri zaman dilimini kapsamaktadır (Eroğlu ve Bayraktar, 2008).

Kompulsif Satın Alma Davranışı

2000'li yılların başında üzerinde daha çok durulmuş olmasına rağmen kompulsif satın alma, yıllarca çok az ilgi gören bir satın alma davranışı olmuştur (Tamam vd, 1998). Bu davranış, kompulsif satın alma bozukluğu olarak da bilinmektedir. Kişisel alışveriş motivasyonları, bir ürünü ya da hizmeti satın alma arzusundan, süreci deneyimleme arzusuna dönüşmüştür. Anlık satın alma kararlarının aksine, kompulsif satın alma davranışları giderek daha fazla bağımlılık yapıcı hale gelmektedir (Jojı ve Raveendran, 2008). Bireylerin ekonomik olarak koşulsuz ve gerçekçi olmayan ihtiyaçlar gibi nedenlerle satın alınmaması gereken hizmet veya ürünleri satın alma davranışı kompulsif satın alma davranışı olarak tanımlanmaktadır (Pandey, 2016).

Kompulsif satın alma, dürtü kontrolü ve aşırı tüketim yoluyla kişisel ve ailevi sorunlara yol açabilen irrasyonel bir karar verme sürecidir (Pandey, 2016). Olumsuz duygu ve düşünceleri bastırmak için alışveriş yapmak olarak ifade edilen tüketicilerin kontrol edilemeyen dürtüleri nedeniyle gereksiz ürün veya hizmetleri satın alması takıntılı (kompulsif) satın alma davranışını açıklamaktadır (Günaydın, 2021).

Obsesif-Kompulsif Bozukluk, kompülsiyon ve obsesyonlardan oluşan bir ruhsal bozukluk olarak, kişinin zihnine girmesine engel olamadığı düşünce, fikir ve dürtülerden oluşmaktadır. Bu obsesyonlar tekrarlayıcı davranışlarla rahatsızlıktan kaynaklanmaktadır. Kompulsif satın alma veya dürtü kontrol bozukluğunun bir türü olarak da tanımlanabilecek kompulsif satın alma, obsesif-kompulsif bozuklukta görülen bu davranışa sahip kişilerin, kaygıyı bastırmak için alışveriş yoğunluğunun olması ve tekrarlayan, artan satın alma davranışıdır (Gözüm Kabakçı, 2022).

Kompulsif satın alma bozukluğunda yaşanan kontrol edilemeyen dürtüler, obsesif kompulsif bozukluk (OSB) semptomlarına benzer şekilde nahoş, acı verici ve dayanılmazdır. OSB'yi ortadan kaldırmak için satın alma davranışı bir zorlama olarak ortaya çıkmakta ve stres bu yolla atılmaktadır. Bu anlamda kompulsif satın alma bozukluğu ile dürtü kontrol bozukluğu arasında ortak olan kontrol edilemeyen dürtüler, davranıştan önce artan stres ve eylem yoluyla stresi giderme sürecindeki haz duygusu sayılabilmektedir (Lejoyeux vd. 1996).

Z Kuşağının Satın Alma Davranışı

Bilim ve teknolojinin ilerlemesi ve gelişmesiyle birlikte internet, cep telefonları, tablet bilgisayarlar, akıllı saatler gibi teknolojiler hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş ve çağın gereği olarak Z kuşağının doğuşu da ortaya çıkmıştır. Diğer kuşaklara göre daha erken eğitime başladıkları için hızlı bir zihniyet gelişimi göstermektedirler. Doğdukları andan itibaren fiziksel oyuncaklar yerine bilgisayar ve tablet oyunları ile büyümüşlerdir. Sosyal medyayı aktif kullanmaları nedeniyle özgüvenleri diğer kuşaklara göre çok daha yüksektir. Ağırıklı olarak internet üzerinden sosyal aktiviteler yapmaktadırlar. Birçok şeyi aynı anda yapabilme yeteneği, bu neslin en olumlu özelliklerinden biridir. Tüketim açısından giyilebilir veya taşınabilir akıllı saatler, cep telefonları, kulaklıklar, tabletler, sanal gerçeklik gözlükleri vb. çeşitli teknoloji ürünlerinin yoğun tüketicileridir (Özodaşık, 2019).

Tüketim açısından bakacak olursak bu kuşağın bireyleri tüketiciden çok üretici olmak ister ve yaratıcılıkları kuşağının ortak özelliğidir (Saygın, 2021). Tüketim konusunda oldukça yoğun bir etkileri bulunmaktadır. Teknolojiye son derece bağımlı, hızlı karar veren ve hızlı tüketen tüketici imajına sahiptirler. Sabırsız olmaları nedeniyle, satın almak istedikleri ürünleri hızlı bir şekilde alıp tüketme ve ardından tekrar tüketebilecekleri yeni fırsatlara yönelme eğilimindedirler (Özkan, 2022). Düşük marka bağlılığı nedeniyle tüketim açısından değişken ve geçici davranışlar sergilerler. Bu nedenle Z kuşağı, diğer kuşaklara kıyasla markalar için elde tutması zor bir hedef kitledir (Saygın, 2021).

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Z kuşağının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışlarının incelenmesi amacıyla yapılmış olan araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, bireyin öğrenmesini gerçekleştirilmesine ve istenen davranışları geliştirmesine uygulanan, geçmişte ya da mevcut zamanda yaşanan bir durumu tanımlama sürecinin tamamıdır. Genel tarama modelinde, çok sayıda elementten oluşan bir evrende, tüm evren veya

evrenden alınan bir dizi örnek ya da örnekler taranarak evren hakkında genel bir yargıya varılmaktadır (Karasar, 2011).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, 2022-2023 eğitim öğretim yılında Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Aydın meslek yüksek okuluna devam eden öğrenciyken, örneklem, ise evren içerisinde basit seçkisiz örnekleme yöntemiyle belirlenen ve araştırmaya katılmaya gönüllü olan 400 öğrencidir. Basit seçkisiz örnekleme yöntemi, araştırmanın evreni içerisinde örnekleme birimlerinin seçkisiz olarak çekilmesi yöntemi ile belirlenmesidir (Büyüköztürk vd, 2020). Araştırmaya dâhil edilen örneklem grubunun demografik özelliklerinin dağılımı Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Bilgilerinin Dağılımı

		N	%
Cinsiyet	Kadın	204	51,0
	Erkek	196	49,0
Sınıf	1.Sınıf	216	54,0
	2. Sınıf	184	46,0
Aile Ortalama Gelir Düzeyi	5500 ve altı	146	36,5
	5501-15000	217	54,3
	15001 ve üzeri	37	9,3
Anne Eğitim Durumu	İlkokul	150	37,5
	Ortaokul	116	29,0
	Lise	69	17,3
	Üniversite	65	16,3
Baba Eğitim Durumu	İlkokul	146	36,5
	Ortaokul	147	36,8
	Lise	63	15,8
	Üniversite	44	11,0
	Toplam	400	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin %51’i kadın, %49’u erkektir. %54’ü 1. Sınıfa, %46’sı 2. Sınıftadır. Öğrencilerin ailelerinin %54,3’ünün aylık gelir düzeyi 5001-15000 TL arasındayken, %36,5’inin 5000 TL ve altı, 9,3’ünün ise 15001 ve üzeridir. Öğrencilerden %37,5’inin annesi ilkokul mezunuyken, %29’unun ortaokul, %17,3’ünün lise, %16,3’ünün ise üniversite mezunudur. Öğrencilerden %36,8’inin babası ortaokul mezunuyken, %36,5’inin ilkokul, %15,8’inin lise, %11’inin ise üniversite mezunudur.

Veri Toplama Aracı

Araştırmanın veri toplama aracı; Bozdağ ve Yalçınkaya Alkar (2018) tarafından Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeğinin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanmasıyla elde edilmiş “Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Ölçeği (KÇSA)” kullanılmıştır. 5’li likert tipinde olan ölçek (0=tamamen katılmıyorum-5=tamamen katılıyorum), 28 madde ve 5 alt boyutu bulunmaktadır. KÇSA’nın Cronbach alfa iç tutarlık katsayısının .95, problem-çatışma-nüks alt ölçeği için .95, düşünceyle meşgul olma alt ölçeği için .78, duygu düzenleme alt ölçeği için .93, geri çekilme alt ölçeği için .87 ve tolerans alt ölçeği için .90 olarak bulunmuştur. Bu bağlamda alt ölçeklerin de yeterli seviyede güvenilir olduğu belirlenmiştir. Bizim araştırmamızda ise Cronbach alfa iç tutarlık katsayıları problem-çatışma-nüks alt ölçeği için .94, düşünceyle meşgul olma alt ölçeği için .90, duygu düzenleme alt ölçeği için .94, geri çekilme alt ölçeği için .89 ve tolerans alt ölçeği için .92 olarak belirlenmiştir.

Verilerin Analizi

Veri setinin analizinde istatistiksel veri değerlendirme programı SPSS 24.0 kullanılmıştır. Veri setinin iç tutarlılık katsayısını belirlemek amacıyla Cronbach alfa analizi yapılmıştır. Örneklem gurubunun demografik özelliklerinin dağılımının belirlenmesinde frekans ve yüzde değerleri bulunmuştur. Veri setinin analizi öncesinde veri setinin normallik analizi yapılmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Araştırma Veri Setinin Normallik Analizi

	Ort.	ss.	Min-Max	Çarpıklık	Basıklık
Problem-çatışma-nüks	3,57	0,40	3,18-4,27	0,765	-0,827
Düşünceyle meşgul olma	3,46	0,50	3,00-4,00	0,161	-0,984
Duygu düzenleme	3,63	0,89	2,25-4,50	-0,672	-0,206
Geri çekilme	3,27	0,63	2,50-4,00	-0,112	-0,716
Tolerans	3,73	0,19	3,60-4,00	0,812	-0,347

Verilerinin normallik analizinde çarpıklık değerlerinin -0,672 ile 0,812 arasında değiştiği, basıklık değerlerinin ise -0,984 ile -0,827 arasında değiştiği belirlenmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,500 ile +1,500 arasına olması sebebiyle araştırmanın veri setinin normal dağılım göstermekte olduğunu kabul edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Normal dağılım bulunması sebebiyle verilerin anlamlılık düzeylerinin analizinde parametrik testler olan t testi ve ANOVA testi uygulanmış, analizlerde anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ alınmıştır.

Bulgular

Öğrenciler ile yapılan anket uygulaması sonrasında elde edilmiş olan veriler, öğrencilerin bazı demografik özellikleriyle ilişkilendirilerek, bu demografik özellikleri ile Kompulsif satın alma davranışları arasındaki istatistiksel farklılaşma incelenmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarının Analizi

	Cinsiyet	N	Ort.	ss.	t	p
Problem-çatışma-nüks	Kadın	204	3,712	0,444	7,463	0,000
	Erkek	196	3,435	0,275		
Düşünceyle meşgul olma	Kadın	204	3,387	0,488	-3,004	0,003
	Erkek	196	3,536	0,500		
Duygu düzenleme	Kadın	204	3,960	0,366	8,012	0,000
	Erkek	196	3,295	1,125		
Geri çekilme	Kadın	204	2,694	0,244	-0,999	0,000
	Erkek	196	3,884	0,125		
Tolerans	Kadın	204	3,845	0,195	1,566	0,000
	Erkek	196	3,600	0,000		

Öğrencilerin cinsiyetleri ile problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme, tolerans alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,05$). Problem-çatışma-nüks alt boyutunda kadın öğrencilerin (3,712), düşünceyle meşgul olma alt boyutunda erkek öğrencilerin (3,536), duygu düzenleme alt boyutunda kadın öğrencilerin (3,960), geri çekilme alt boyutunda erkek öğrencilerin (3,884), tolerans alt boyutunda kadın öğrencilerin (3,845) Kompulsif çevrimiçi satın alma puan ortalamaları daha yüksektir.

Tablo 4. Öğrencilerin Sınıflarına Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarının Analizi

	Sınıf	N	Ort.	ss.	t	p
Problem-çatışma-nüks	1.Sınıf	216	3,478	0,321	-0,805	0,000
	2. Sınıf	184	3,696	0,440		
Düşünceyle meşgul olma	1.Sınıf	216	3,537	0,500	-0,389	0,001
	2. Sınıf	184	3,370	0,484		
Duygu düzenleme	1.Sınıf	216	3,345	1,089	-0,475	0,000
	2. Sınıf	184	3,973	0,363		
Geri çekilme	1.Sınıf	216	3,781	0,352	-1,423	0,700
	2. Sınıf	184	2,685	0,242		
Tolerans	1.Sınıf	216	3,617	0,080	-0,316	0,000

2. Sınıf	184	3,852	0,194
----------	-----	-------	-------

Öğrencilerin sınıfları ile problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, tolerans alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıyken ($p < 0,05$), geri çekilme alt boyutu arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$). Problem-çatışma-nüks alt boyutunda 2. sınıf öğrencilerin (3,686), düşünceyle meşgul olma alt boyutunda 1. sınıf öğrencilerin (3,537), duygu düzenleme alt boyutunda 2. sınıf öğrencilerin (3,973), geri çekilme alt boyutunda 1. sınıf öğrencilerin (3,781), tolerans alt boyutunda 2. sınıf öğrencilerin (3,855) kompulsif çevrimiçi satın alma puan ortalamaları daha yüksektir.

Tablo 5. Öğrencilerin Aile Aylık Gelirlerine Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarının Analizi

		N	Ort.	ss.	F	p
Problem- çatışma-nüks	5500 ve altı	146	3,435	0,021	0,421	0,006
	5501-15000	217	3,554	0,026		
	15001 ve üzeri	37	4,270	0,036		
	Toplam	400	3,577	0,020		
Düşünceyle meşgul olma	5500 ve altı	146	3,110	0,024	1,004	0,030
	5501-15000	217	3,604	0,033		
	15001 ve üzeri	37	4,000	0,045		
	Toplam	400	3,460	0,025		
Duygu düzenleme	5500 ve altı	146	4,134	0,034	0,213	0,004
	5501-15000	217	3,320	0,071		
	15001 ve üzeri	37	3,500	0,044		
	Toplam	400	3,634	0,045		
Geri çekilme	5500 ve altı	146	2,632	0,030	1,099	0,000
	5501-15000	217	3,758	0,023		
	15001 ve üzeri	37	3,000	0,021		
	Toplam	400	3,277	0,031		
Tolerans	5500 ve altı	146	3,943	0,012	2,813	0,600
	5501-15000	217	3,600	0,003		
	15001 ve üzeri	37	3,600	0,040		
	Toplam	400	3,725	0,009		

Öğrencilerin aile ortalama gelir düzeyi ile problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak

anlamlyken ($p < 0,05$), tolerans alt boyutu arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$). Problem-çatışma-nüks alt boyut ortalama puanı en yüksek olanlar ailesinin aylık ortalama geliri 15.001 ve üzeri olanlar (4,270), düşünceyle meşgul olma alt boyutunda 15.001 ve üzeri (4.000), duyu düzenleme alt boyutunda 5.500 ve altı (4.134), geri çekilme alt boyutunda 5.501-15.000 TL arası (3,758), tolerans alt boyutunda ise 5.000 ve altı (3,943) olanlardır.

Tablo 6. Öğrencilerin Anne Eğitim Durumuna Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarının Analizi

		N	Ort.	ss.	F	p
Problem- çatışma-nüks	İlkokul	150	3,433	0,177	1,414	0,000
	Ortaokul	116	3,265	0,274		
	Lise	69	4,270	0,321		
	Üniversite	65	3,730	0,420		
	Toplam	400	3,577	0,395		
Düşünceyle meşgul olma	İlkokul	150	3,020	0,140	2,268	0,168
	Ortaokul	116	3,960	0,183		
	Lise	69	4,001	0,196		
	Üniversite	65	3,000	0,201		
	Toplam	400	3,460	0,399		
Duyu düzenleme	İlkokul	150	4,272	0,141	1,769	0,338
	Ortaokul	116	2,403	0,497		
	Lise	69	3,500	0,560		
	Üniversite	65	4,500	0,469		
	Toplam	400	3,634	0,893		
Geri çekilme	İlkokul	150	2,693	0,445	7,802	0,000
	Ortaokul	116	3,931	0,241		
	Lise	69	3,000	0,625		
	Üniversite	65	3,750	0,601		
	Toplam	400	3,277	0,626		
Tolerans	İlkokul	150	3,933	0,149	9,726	0,004
	Ortaokul	116	3,601	0,158		
	Lise	69	3,603	0,201		

Üniversite	65	3,606	0,210
Toplam	400	3,725	0,185

Öğrencilerin anne eğitim durumu ile problem-çatışma-nüks, geri çekilme, tolerans alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıyken ($p < 0,05$), düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$). Problem-çatışma-nüks alt boyut ortalama puanı en yüksek olanlar annesi lise mezunu (4,270) olanlarken, düşünceyle meşgul olma alt boyutunda annesi lise (4.001), duygu düzenleme alt boyutunda ilkokul (4.272), geri çekilme alt boyutunda ortaokul (3,931), tolerans alt boyutunda ise ilkokul (3,933) mezunu olanlardır.

Tablo 7. Öğrencilerin Baba Eğitim Durumuna Göre Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışlarının Analizi

		N	Ort.	ss.	F	p
Problem- çatışma- nüks	İlkokul	146	3,620	0,215	2,526	0,000
	Ortaokul	147	3,326	0,327		
	Lise	63	4,212	0,223		
	Üniversite	44	3,360	0,221		
	Toplam	400	3,576	0,395		
Düşünceyle meşgul olma	İlkokul	146	3,041	0,199	11,163	0,322
	Ortaokul	147	3,909	0,394		
	Lise	63	3,836	0,245		
	Üniversite	44	3,000	0,243		
	Toplam	400	3,460	0,499		
Duygu düzenleme	İlkokul	146	4,266	0,269	45,262	0,186
	Ortaokul	147	2,758	0,816		
	Lise	63	3,547	0,184		
	Üniversite	44	4,350	0,323		
	Toplam	400	3,633	0,893		
Geri çekilme	İlkokul	146	3,306	0,591	3,541	0,003
	Ortaokul	147	3,612	0,618		
	Lise	63	2,968	0,122		
	Üniversite	44	2,500	0,112		
	Toplam	400	3,276	0,626		

Tolerans	İlkokul	146	3,734	0,189	7,862	0,000
	Ortaokul	147	3,676	0,157		
	Lise	63	3,625	0,098		
	Üniversite	44	4,000	0,312		
	Toplam	400	3,725	0,185		

Öğrencilerin baba eğitim durumu ile problem-çatışma-nüks, geri çekilme, tolerans alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıyken ($p < 0,05$), düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p > 0,05$). Problem-çatışma-nüks alt boyut ortalama puanı en yüksek olanlar babası lise mezunu (4,212) olanlarken, düşünceyle meşgul olma alt boyutunda babası ortaokul (3,909), duygu düzenleme alt boyutunda üniversite (4,350), geri çekilme alt boyutunda ortaokul (3,612), tolerans alt boyutunda ise üniversite (4,000) mezunu olanlardır.

Tablo 8. Kompulsif Satın Alma Ölçeği Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi

		Problem- çatışma- nüks	Düşünceyle meşgul olma	Duygu düzenleme	Geri çekilme	Tolerans
Problem- çatışma- nüks	r	1	,167**	,324**	-,178**	-,370**
	t		,001	,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400
Düşünceyle meşgul olma	r	,167**	1	-,877**	,433**	-,622**
	t	,001		,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400
Duygu düzenleme	r	,324**	-,877**	1	-,558**	,466**
	t	,000	,000		,000	,000
	N	400	400	400	400	400
Geri çekilme	r	-,178**	,433**	-,558**	1	-,837**
	t	,000	,000	,000		,000
	N	400	400	400	400	400
Tolerans	r	-,370**	-,622**	,466**	-,837**	1
	t	,000	,000	,000	,000	
	N	400	400	400	400	400

** .0.01

Problem-çatışma-nüks alt boyutu ile düşünceyle meşgul olma alt boyutu arasında ($r=,167$; $p<0,001$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Öğrencide problem-çatışma-nüks arttıkça düşünceyle meşgul olma artmaktadır. Problem-çatışma-nüks alt boyutu ile duygu düzenleme alt boyutu arasında ($r=,324$; $p<0,000$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Problem-çatışma-nüks durumunun artması duygu düzenleme de artmaktadır. Problem-çatışma-nüks alt boyutu ile geri çekilme alt boyutu arasında ($r=-,178$; $p<0,000$) negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Problem-çatışma-nüks durumunun artması geri çekilmenin azalmasına sebep olmaktadır. Problem-çatışma-nüks alt boyutu ile tolerans alt boyutu arasında ($r=-,178$; $p<0,000$) negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Problem-çatışma-nüks durumunun artması toleransın azalmasına sebep olmaktadır.

Düşünceyle meşgul olma alt boyutu ile duygu düzenleme alt boyutu arasında ($r=-,877$; $p<0,000$) arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Düşünceyle meşgul olma düzeyinin yükselmesi duygu düzenlemenin azalmasına sebep olmaktadır. Düşünceyle meşgul olma alt boyutu ile geri çekilme alt boyutu arasında ($r=,433$; $p<0,000$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Düşünceyle meşgul olmanın artması geri çekilmenin de artmasına sebep olmaktadır. Düşünceyle meşgul olma alt boyutu ile tolerans alt boyutu arasında ($r=-,622$; $p<0,000$) negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Düşünceyle meşgul olmanın artması toleransın azalmasına sebep olmaktadır.

Duygu düzenleme alt boyutu ile geri çekilme alt boyutu arasında ($r=-,558$; $p<0,000$) negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Duygu düzenlemenin artması geri çekilmenin azalmasına sebep olmaktadır. Duygu düzenleme alt boyutu ile tolerans alt boyutu arasında ($r=,466$; $p<0,000$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Duygu düzenlemenin artması toleransın da artmasını sağlamaktadır.

Geri çekilme alt boyutu ile tolerans alt boyutu arasında ($r=-,837$; $p<0,000$) negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Geri çekilmenin artması toleransın azalmasına sebep olmaktadır.

Tartışma Sonuç ve Öneriler

Çalışma konumuz olan Z kuşağının kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları ile ilgili literatürde oldukça az çalışma bulunmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalarda Z kuşağının internet ortamından yaptığı satın alma davranışları incelenirken, kompulsif davranış sonucu ortaya çıkan satın alma davranışı oldukça sınırlı kalmış durumdadır.

Araştırmada öğrencilerin cinsiyetleri ile problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme, tolerans alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Yiğit ve Yiğit (2000) yaptıkları araştırmada öğrencilerin kompulsif satın alma davranışlarını cinsiyetlerine göre incelemişler, öğrencilerin cinsiyetleri ile kompulsif satın alma davranışları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığını belirlemişlerdir. Tabak ve Kahraman (2022) ise yaptıkları araştırmada cinsiyet değişkeni ile kompulsif satın alma davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığını ortaya çıkmıştır. Çalışmamızda problem-çatışma-nüks, duygu düzenleme ve tolerans alt boyutlarında kadın öğrencilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Erkek öğrencilerin düşünceyle

meşgul olmaları ve geri çekilme boyutlarının yüksek olduğu saptanmıştır. Cinsiyet farklılığı satın alma konusunda farklı beklentilerin oluşmasına sebep olabilmektedir. Kadınların alışveriş duygularını düzenleme konusunda erkeklere göre daha yatkın, erkeklerin de problemlili alışverişten geri çekilme eğitiminde olabildikleri söylenebilir.

Öğrencilerin sınıfları ile problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, tolerans alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıyken, geri çekilme alt boyutu arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir. Gözüm Kabakcı (2022) çalışmasında eğitim düzeyi ile kompulsif çevrimiçi satın alma düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığını belirlemiştir. Çalışmada 1. sınıf öğrencilerinin düşünceyle meşgul olma, geri çekilme puanlarının daha yüksek olduğu, 2. sınıf öğrencilerinin ise problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme ve tolerans boyutlarının baskın olduğu görülmüştür. Öğrenciler okula başladıkları ilk yıllarında ailelerinden uzak kalmalarının da etkisi ile farklı psikolojik sorunlar yaşayabilirlerken, nispeten daha rahat oldukları 2. Sınıfta ise problemlili satın alma duygularına yeniden canlanma olabilmektedir.

Öğrencilerin aile ortalama gelir düzeyi ile problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıyken, tolerans alt boyutu arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir. Gözüm Kabakcı (2022) çalışmasına katılımcıların gelir durumu ile kompulsif çevrimiçi satın alma davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğunu belirlemiştir. Çalışmada yüksek gelir gurubunda olan öğrencilerin problemlili satın alma davranış nüks durumu öne çıkarken, orta ve düşük gelir gurubunda duygu düzenleme ve tolerans boyutları öne çıkmaktadır.

Öğrencilerin anne eğitim durumu ile problem-çatışma-nüks, geri çekilme, tolerans alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıyken, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir. Öğrencilerin baba eğitim durumlarında ise problem-çatışma-nüks, geri çekilme, tolerans alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlıyken, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme alt boyutları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir. Çalışmada anne ve baba eğitim durumunun yükselmesi ile öğrencilerin kompulsif satın alma davranışlarının azalmasını sağladığı yönünde bulgular elde edilmiştir. Anne ve babanın eğitim düzeyinin yüksek olması, çocuklarını farklı konularda olduğu gibi problemlili satın alma davranışları konusunda da yönlendirebilmelerini sağlayabilmektedir.

Öğrencilerde görülen problemlili satın alma davranışları, eğitim yaşamı sonrasında kuracakları aile, çalışacakları iş gibi birçok alanda da sorunlar yaşamalarına sebep olabilecek bir durum olarak göze çarpmaktadır. Bu sebeple, öğrenci eğitim programlarının içerisinde satın alma davranışlarını düzenleyici ve bu konuda öğrencileri bilinçlendirici çalışmaların yapılması yararlı olabilecektir.

Öğrencilerin problemlili satın alma davranışları farklı değişkenlerden etkilenebilirken, farklı coğrafi bölgelerde yaşayan öğrencilerin satın alma saikleri de farklılaşabilmektedir. Bu açanda yeterli veri olmaması da dikkate alındığında, öğrencilerin kompulsif satın alma

davranışlarının farklı demografik özellikler ile ilişkilendirilerek incelenmesi yararlı olabilecektir.

Kaynakça

- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- Black, D. W. (1996). Compulsive buying: A review. *J. Clin. Psychiatry*, 57(8), 50–55.
- Bostancı, N. (2015). *Sosyal medya ve siyaset*. Konya: Palet Yayınları.
- Bozdağ, Y. Alkar, Ö. Y. (2018). Bergen alışveriş bağımlılığı ölçeği'nin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması. *Bağımlılık Dergisi – Journal of Dependence*, 19(2), 23-34.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak Kılıç, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (28. Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık.
- Erdoğan, M. (2019). *X-Y-Z kuşakları ve siyasal katılımda rol oynayan faktörler*. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eroğlu, A. H. Bayraktar, S. (2008). Siyasi Görüşlerin Tüketici Tutumlarına Etkisi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5-18.
- Göksu, N., Koska, A., Erdem, M. B. (2017). X ve Y kuşaklarının çevre dostu ürünleri kullanım eğilimleri. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 109-122.
- Gözüm Kabakçı, E. (2022). *Dijital çağda tüketim kültürünün ürünü olan hızlı moda bakımından bağlanma stilleri, sosyal ve duygusal yalnızlık ve kompulsif satın alma davranışı arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Doğu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Günaydın, Ö. E. (2021). Kompulsif satın alma üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 897-912.
- Isaac, M. (1990). Behavioural (non-chemical) addictions. *Br. J. Addict*, 85, 1389-1394.
- Joji, NA. Raveendran, PT. (2008). Does compulsive buying affect credit card defaults?. *The Journal of Business Perspective*, 12(4), 23-32.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayınları
- Kırık, A. M., Köyüstü, S. (2018). Z Kuşağı konusunda yapılmış tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1497-1518.
- Lee, S. Mysyk, A. (2004). The Medicalization of Compulsive Buying. *Soc. Sci. Med.*, 58(9), 1709-1718.

- Lejoyeux, M., Ades, J., Tassain, V., Solomon, J. (1996). Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. *Am J Psychiatry*, 153, 1524-1529.
- Levickaitei, R. (2010). Generations x y z: how social networks form the concept of the world without borders the case of Lithuania, *Limes*, 3(2), 170-183.
- McElroy, S. L. Pope, H. G. Hudson, J. I. Keck, P. E. White, K. L. (1991). Kleptomania: A report of 20 cases. *Am. J. Psychiatry*, 148(5), 652-657.
- Mücevher, M.H. (2015). *X ve y kuşağının birbirlerine karşı özellik ve etkileşim algıları: SDÜ örneği*. Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Odabaşı, Y. Barış, G. (2016). *Tüketici davranışı*. İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Özkan, B. (2022). *Hedonik faydanın kuşakların satın alma davranışına etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Doğuş Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Özmen, A. Kocakuş, Z. G. (2020). Kuşaklar bağlamında marka aşkının marka sadakatine etkisi: Afyonkarahisar’da bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 4323-4339.
- Özodaşık, M. (2019). Z nesli ve iletişim sorunları. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi* 27(4), 131-136.
- Pandey, S. K. (2016). The effect of deals and moods on compulsive buying: A study on young indian consumers. *Global Business Review*, 17(2), 438-449.
- Peker, O. (2020). *Major depresif bozukluğu olan hastalarda benlik saygısı, mizaç-karakter özellikleri ve baş etme becerilerinin kompulsif satın alma ve çevrimiçi kompulsif satın alma davranışıyla ilişkilendirilmesi*. Uzmanlık Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Tıp Fakültesi Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Ankara.
- Saygın, E. (2021). *Hofstede'nin kültürel boyutları bağlamında kuşaklar arasındaki tüketim farklılıklarının incelenmesi: Kırklareli ili örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tabachnick, B. G. Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. 6. Baskı. Boston, MA: Pearson.
- Tabak, M. Y., Kahraman, S. (2022). Genç yetişkinlerde sosyal görünüş kaygının kompulsif çevrimiçi satın alma üzerindeki yordayıcı etkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(1), 22-29.
- Tamam, L. Diler, R. S. Özpoyraz, N. (1998). Kompulsif Satın Alma: Bir Gözden Geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230
- Tandoğan, A. (2013). 2000 yılı sonrası doğmuş internet çağı çocukları z kuşağı çocukları. *Genç Haber Dergisi*, 1(1), 26-34.

TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, <https://data.tuik.gov.tr/Search/Search?text=n%C3%BCfus>
(15.11.2022)

Yiğit, A. G., Yiğit, M. (2020). Kompulsif satın alma davranışının Y ve Z kuşaklarında cinsiyetler arası analizi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(28), 1223-1240.