

Enstitüsü : Sosyal Bilimler
Anabilim Dalı : İşletme
Programı : İşletme
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Mahmut Paksoy
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans- Nisan 2018

KISA ÖZET

**METROPOLDE (İSTANBUL KENTİNDE) YAŞAYAN X VE Y KUŞAĞI
KADINLARININ İNTERNETTEN SATINALMA DAVRANIŞLARININ
KARŞILAŞTIRILMASI**
FİLİZ TUTGUN

Bu tez çalışmasının amacı İstanbul'da yaşayan X ve Y kuşağı kadınlarının internet üzerinden alışveriş davranışlarını demografik veri değişkenleri bakımından değerlendirilmesidir. Araştırma kapsamında İstanbul'da yaşayan X kuşağı ve Y kuşağı kadınları ile internet üzerinden anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu iki kuşağın internet üzerinden alışveriş davranışlarını ölçümlemek için iki değişkenli ki-kare analiz tekniği kullanılmıştır.

Gerçekleştirilen bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde metropol kavramı, metropol yaşamı ve metropolde yaşayan kadınlar, kuşak kavramı, X ve Y kuşağı kadınları ve karşılaştırılması incelenmiştir. İkinci bölümde e-ticaret kavramı, tarihsel süreci ve gelişimi, e-ticaret ile değişen satınalma davranışları, X ve Y kuşağı kadınlarının internet üzerinden satınalma davranışları üzerinde durulmuştur. Son bölümde ise X ve Y kuşağı kadınlarının internet üzerinden satınalma davranışları üzerine gerçekleştirilen araştırmanın sonuçları değerlendirilmiştir.

Sonuç olarak, araştırma yapılan İstanbul Kentinde X ve Y kuşağı kadınlarının internet üzerinden satınalma davranışları karşılaştırıldığında demografik değişkenlere göre farklılıklar ve benzerlikler ölçümlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Metropol, Metropol yaşamı, X ve Y kuşağı kadınları, İnternet üzerinden alışveriş davranışları, E-ticaret.

University : İstanbul Kültür University
Institute : Institute of Social Sciences
Department : Business Administration
Literature Programme : Business Administration
Literature Supervisor : Prof. Dr. Mahmut Paksoy
Degree Awarded and Date : MS-April-2018

ABSTRACT

COMPARISON OF INTERNET PURCHASING BEHAVIOURS OF X AND Y GENERATION WOMEN LIVING IN METROPOLITAN CITY (İSTANBUL)

The subject of this thesis is the evaluation of internet shopping behaviors of X and Y generation women leading their lives in İstanbul Metropolitan city with regards to demographic data variables. A questionnaire has been applied via Internet to X and Y generation women residing in İstanbul within the context of this research. To measure these two generations' e-shopping behaviours, two-variable chi-square analysis technique has been implemented.

This study consists of three sections. In first section, metropolis concept, metropolitan life, women living in metropolis, generation concept, X and Y gen-women and their comparison have been examined.

In second section, e-commerce notion, its historical process and development, purchasing behaviors changing with e-commerce, X and Y gen-women internet-based purchasing behaviours have been pointed out.

In the third and last section, the consequences of the questionnaire conducted on X and Y generations' internet purchasing behaviours have been evaluated.

Eventually, when these internet-based purchasing behaviours of X and Y generation women in İstanbul city have been compared, similarities and differences have been measured and shown in terms of demographic variables.

Key words: Metropolis, Metropolitan life, Women of X and Y generations, Shopping behaviours on internet, E-commerce.