



Yaşam Tarzı

2

Yaşam tarzı, geniş anlamda, insanın boş zamanını nasıl geçirdiği, çevresinde nelere önem verdiği, dünya ve kendi hakkındaki düşünceleri içeren bir yaşama biçimi olarak tanımlanabilir.

Bir insanın nasıl yaşadığı biçiminde tanımlanabilen yaşam tarzı, insanın hayat boyunca yaşamını biçimlendiren sosyal etkileşimin bir fonksiyonudur. Yaşam tarzı kültürel değerler, demografik yapı, sosyal sınıf, referans grupları, aile gibi çevre değişkenlerinden; motivasyon, duygu ve kişilik gibi iç değişkenlerden etkilenir.

YAŞAM TARZI BELİRLEYİCİLERİ

YAŞAM TARZI BELİRLEYİCİLERİ	YAŞAM TARZI NASIL YAŞIYORUZ	DAVRANIŞLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLER
<ul style="list-style-type: none"> •Demografik Özellikler •Sosyal Sınıf •Kültür •Aile Yaşantısı •Değerler •Geçmiş Deneyimler •Güdüler •Kişilik •Aile Yaşam Eğrisi 	<ul style="list-style-type: none"> •Etkinlikler •İlgiler •Sevgi-Nefret •Tutumlar •Tüketim •Beklentileri •Hisler 	<ul style="list-style-type: none"> •Satın Alma •Nasıl •Ne zaman •Nerede •Ne •Kim •Tüketim

Mosak'a göre insan, yaşamını daha kolay sürdürebilmek için, üç dayanak noktası olan bir şemayı kullanır. Bu şemanın dayanak noktaları şunlardır:

1. Benlik Kavramı: Kişinin kim olduğu konusundaki inançlarını ifade eder.
2. Benlik İdeali: Kişinin ne olması gerektiği konusundaki tasarımlarını anlatır.
3. Vicdanı, İnançları: Kişinin geliştirdiği doğru yanlış yönergesidir.

Ancak, birey bu şemayı her zaman bilinçli bir biçimde kullanmaz. Bir tüketici, pek çok mal ya da markayı, kendi yaşam tarzına uygun olduğu için satın alır ama bunun nedenini açıklayamaz.

Bireyin yaşam tarzı değildir. Değişik nedenlerden ötürü, insanın yaşam tarzı zamanla değişebilir. Bu değişikliğin kaynakları şunlardır:

- Kadının, erkeğin ve ailenin rolündeki değişmeler,
- Toplumsal bakıştan bireyci bakışa ya da tersine bireyci bakıştan toplumsal bakışa yönelme,
- Muhafazakâr toplum anlayışından açık toplum anlayışına geçiş,
- Ekonomik durumun değişmesinden kaynaklanan tasarruf ve harcama eğilimlerindeki değişme.

YAŞAM TARZININ ÖLÇÜLMESİ

Bireylerin yaşam tarzının ölçülmesinde kullanılan yöntemlerden biri, tüketicinin psikolojik yapısına yönelik olandır. Bu yöntemle, onun ilgileri, faaliyetleri ve düşünceleri ile yaşam tarzı ölçülür. Bu amaçla; tüketicinin faaliyetleri, ilgileri ve kanaatleri değişik sorularla ölçülmeye çalışılır.

Bunun için önce faaliyetleri, ilgileri ve düşünceleri ölçmek için bir soru envanteri oluşturulur. Soru envanterinin amacı, bireyi bu üç boyut bakımından ölçmek ve bireyin yaşam tarzı hakkında fikir edinmektir. Aşağıdaki tablo her boyutun hangi elemanlarla ölçülebileceğini göstermektedir.

FAALİYETLER	İLGİLER	KANAATLER	DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER
<ul style="list-style-type: none"> •Çalışma •Hobiler •Sosyal olaylar •Tatil •Eğlenme •Kulüp üyelikleri •Alış-Veriş •Spor •Çevre 	<ul style="list-style-type: none"> •Aile •ev, •Meslek •Toplum •Eğlence •Moda •Yemek •Medya •Amaçlar •Başarılar 	<ul style="list-style-type: none"> •Kendi ve ailesi hakkındaki düşüncesi •Sosyal etkinlikler •Politikalar •İşler •Ekonomi •Eğitim •Ürün •Gelecek •Kültür 	<ul style="list-style-type: none"> •Yaş •Eğitim düzeyi •Gelir •Meslek •Aile büyüklüğü •Yerleşim yeri •Aile yaşam eğrisi •Aile yapısı

Tutumlar, başka insanlar, yerler, fikirler ve mallar hakkındaki cümlelerin değerlendirilmesiyle ölçülür.

Değerler, neyin kabul edilebilir ya da arzulanır olduğu hakkındaki inançlar toplamıdır.

Faaliyet ve ilgiler mesleki davranışlar dışından kalan ve tüketicinin zamanını tahsis ettiği spor, oyun, kamu yararına girilen çabaları kapsar.

Aktiviteler, ilgiler ve kanaatler ölçülerek bunlarla değişik markalar arasında ilişki kurulur.

Bir başka yaşam tarzı ölçme yöntemi, satın alma faaliyetlerini tanımlamaktır. Bu yöntem, tüketicinin pek çok satın alma faaliyetini gözlemleyip, bu faaliyetlerin özelliklerini belirlemeye dayanır.

YAŞAM TARZI ve PAZARLAMA STRATEJİLERİ

Yaşam tarzı pazarlama stratejilerinde dört temel amaç için kullanılır. Bunlar:

- Pazar bölümlerini teşhis etmekte,
- Malı ya da markayı konumlandırmada,
- Medya kararlarında,
- Yeni mallara Pazar bölümü yaratmada.

Benzer yaşam tarzını benimseyenlerin, genellikle aynı mal ve markaları satın aldıkları varsayılır.



Teşekkürler

Öğr. Gör. Cüneyt Mumcu

 Tüketici Davranışları

 Yaşam Tarzı

 Ünite 9