ULUSLARARASI HAKEMLİ AKADEMİK SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Ekim-Kasım-Aralık 2011 Sayısı Sayı: 2 / Cilt: 1 Spring October- November- December 2011 Volume:02 Issue:01 Kodu:JEL M

www.iibdergisi.com

AN APPLIED STUDY ABOUT THE ANALYSIS OF PLANNED SHOPPING AND CONSUMPTION BEHA VIOURS OF INDIVIDUAL CONSUMERS[1]

Uçkan APAK[1] Murat KORKMAZ[2]

[1]Maltepe University Institute Of Social Sciences Department Of Business Administration

[2]Anadolu University, The School of Economics Department of Labour Economics and Industrial Relations

Abstract : In this study, the behaviours of individuals towards the consumption process were analyzed. A general literature study concerning the strategies that were followed by institutions and organizations in sales as directed to behaviours of individuals affecting the consumption process was carried out. In the light of the information obtained following the research, survey questions to be applied on consumers were determined. The questions were directed to consumers in different cities and regions within the period of 5 months approximately and their thoughts about the survey were established. The analysis was made by being used the SPSS 15 Statistical program in the light of data obtained from the survey and conclusion and suggestion were made. This study is an applied study and sales strategies of institutions and organizations on consumers and purchasing tendencies were tried to be determined within the framework of acquired data.

Key Words: Impulse Buying, Marketing, Public Relations, Advertisement, Communication

PLANLI ALIŞVERİŞ ve BİREYSEL TÜKETİCİLERİN TÜKETİM DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ YÖNÜNDE UYGULAMALI ÇALIŞMA

Özet : Bu çalışmada bireylerin tüketim sürecine yönelik davranışları incelenmiştir. Bireylerin tüketim süreçlerini etkileyen süreç içindeki davranışlarına yönelik olarak kurum ve kuruluşların satışta izledikleri stratejilerine ilişkin genel bir literatür çalışması yapılmıştır. Yapılan araştırma sonunda elde edilen bilgiler ışığında tüketiciler üzerinde uygulanacak anket soruları belirlenmiştir. Belirlenen anket soruları yaklaşık 5 aylık

---

[1] Bu Makale Birinci Sırada Yer Alan Yazarın Aynı Konu Başlıklı Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme A.D. Bölümünde Yapılan Yüksek Lisans Tezinden Üretilerek Hazırlanmıştır.

süreç içinde değişik illerde vebölgelerde bulunan tüketicilere yöneltilerek anket üzerindeki düşünceleri belirlenmiştir. Anketten elde edilen veriler ışığında SPSS 15 İstatistik programı kullanılarak analiz gerçekleştirilmiş ve sonuç öneri çıkarılmıştır. Bu çalışma uygulamalı bir çalışma olup, elde edilen veriler çerçevesinde kurum ve kuruluşların tüketiciler üzerinde yaptıkları satış stratejileri ve tüketicileri etkileyen satın alma eğilimleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ani Satın Alım, Pazarlama, Halkla İlişkiler, Reklam, İletişim, Müşteri