

GİİB FZİ DERGİSİ

İşletme Büyüklüğünün Tahmini: İMKB Gıda-İçki Sektöründe Ampirik Bir Çalışma
Aydın Ünsal • Yasemin Keskin Benli

T.C. Merkez Bankasında Yöneticilerin İnsan İlişkilerindeki Tutumları
Emsal Güngör • Murat Atan

Çok Değişkenli İstatistiksel Analizler ve VZA ile İllerin Gelişmişlik Düzeylerinin Karşılaştırılması
Murat Atan • Ebru Özgür • Hüseyin Güler

İki Kişili Sıfır Toplamlı Oyunlar ile İMKB'de Sektörel Bir Değerlendirme
Nihat Bozdağ • Sibel Duman

Türkiye'de Hayat-Dışı Alanda Faaliyet Gösteren Sigorta Şirketlerinin 2002 yılındaki Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi (VZA) ile Ölçülmesi
Serdar Kılıçkaplan • Feride Hayırsever Baştürk

Küreselleşme, Kuzey-Güney ve Yoksulluk
Fethullah Akın

Yeni Ampirik Endüstriyel İktisat
Hakan Çermikli

Cumhuriyet 80. Yılında Düünden Bugüne Türkiye'nin Öncü İşletme ve Yöneticileri
Belgin Aydınant

Dünya Borsalarının Finansal Göstergelere Göre Dönemler Arası Karşılaştırılmalı Analizi
Murat Atan • Cihan Tanrıöven • Murad Kayacan • Derviş Boztosun

Tüketici Davranışları: İndirim Kartlarının Tüketici Satınalma Karar Süreci Üzerindeki Etkisine Dair Ampirik Bir Çalışma
Sabiha Kılıç • Aykut Göksel

Çorum Ticaret Borsasının İşlevleri ve Borsa Üyelerinin Beklentileri
Selçuk Kendirli • Cihan Tanrıöven

Personelin Verimliliğinde Motivasyonun Etkisi: Keçiören Belediyesi Örneği
Murat Akçakaya

Türkiye Sermaye Birikimi Oluşturma Çabaları ve Vergi Sisteminin Rolü: Dönemsel Bir Analiz (1923-1939)
Fatih Sarıoğlu

Cilt
6
Sayı
2
Kış
2004



Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Yayındır

ISSN 1302-2024

**T.C. GAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ**

SAHİBİ

Prof. Dr. Kadri YAMAÇ

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Prof. Dr. Muhteşem KAYNAK

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Yurdakul ÇALDAĞ
Prof. Dr. Şiir YILMAZ
Prof. Dr. Zehra ODYAKMAZ
Doç. Dr. Serdar KILIÇKAPLAN
Doç. Dr. Canan ATEŞ EKŞİ
Yrd. Doç. Dr. Bülent BAYAT
Yrd. Doç. Dr. Yaşar METHİBAY

YAYIN ALT KURULU

Burak TANGÖR
Hamit Emrah BERİŞ
Haydar Lütfü EJDER
Mehmet Merve ÖZAYDIN
Mesut TAŞTEKİN
Mustafa ÖZİŞ
Rıdvan BAYIRLI
Sibel DUMAN

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. John CONLEY
Prof. Dr. Ralph H. SALMI
Prof. Dr. Özdemir AKMUT
Prof. Dr. Kürşat AYDOĞAN
Prof. Dr. Hüseyin BAĞCI
Prof. Dr. Ahmet ŞAHİNÖZ
Prof. Dr. Nuri TORTOP
Prof. Dr. Öznur YÜKSEL
Prof. Dr. İsmail BULMUŞ
Prof. Dr. Erinç YOLDAM
Prof. Dr. Taner BERKSOY
Prof. Dr. E. Abdülgaffar AĞAOĞLU
Prof. Dr. Haluk GÜNUĞUR
Prof. Dr. Ömer Faruk ÇOLAK
Prof. Dr. Ercan UYGUR
Prof. Dr. Ercan ENÇ
Prof. Dr. Selami SARGUT
Prof. Dr. Osman AYDOĞMUŞ
Doç. Dr. Celal KÜÇÜKER
Doç. Dr. Sibel TURAN

YAZIŞMA İRTİBAT

Sönmez GÜNERUZ
Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
06500, Ankara • Tel: (0312) 212 68 53

TASARIM, DİZGİ

Gazi Kitabevi Ltd. Şti
Tel: (0312) 223 77 73 • Fax: (0312) 215 14 50 • www.gazikitabevi.com.tr

BASKI

Fersa Matbaacılık • Tel: (0312) 278 43 56-57-58

GAZİ ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

<http://dergi.iibf.gazi.edu.tr>

Cilt: 6 Sayı: 2 Kış 2004

- İşletme Büyüklüğünün Tahmini: İMKB Gıda-İçki Sektöründe*1-12
Ampirik Bir Çalışma
Aydın Ünsal • Yasemin Keskin Benli
- T.C. Merkez Bankasında Yöneticilerin İnsan İlişkilerindeki Tutumları*13-24
Emsal Güngör • Murat Atan
- Çok Değişkenli İstatistiksel Analizler ve VZA ile İllerin Gelişmişlik*25-42
Düzeylerinin Karşılaştırılması
Murat Atan • Ebru Özgür • Hüseyin Güler
- İki Kişili Sıfır Toplamlı Oyunlar ile İMKB'de Sektörel Bir Değerlendirme*43-61
Nihat Bozdağ • Sibel Duman
- Türkiye'de Hayat-Dışı Alanda Faaliyet Gösteren Sigorta Şirketlerinin*63-79
2002 yılındaki Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi (VZA) ile Ölçülmesi
Serdar Kılıçkaplan • Feride Hayırsever Baştürk
- Küreselleşme, Kuzey-Güney ve Yoksulluk*81-94
Fethullah Akın
- Yeni Ampirik Endüstriyel İktisat*95-111
Hakan Çermikli
- Cumhuriyet 80. Yılında Dünden Bugüne Türkiye'nin Öncü*113-125
İşletme ve Yöneticileri
Belgin Aydıntan
- Dünya Borsalarının Finansal Göstergelere Göre Dönemler Arası*127-145
Karşılaştırılmalı Analizi
Murat Atan • Cihan Tanrıöven • Murad Kayacan • Derviş Boztosun
- Tüketici Davranışları: İndirim Kartlarının Tüketici Satınalma Karar Süreci*147-163
Üzerindeki Etkisine Dair Ampirik Bir Çalışma
Sabiha Kılıç • Aykut Göksel
- Çorum Ticaret Borsasının İşlevleri ve Borsa Üyelerinin Beklentileri*165-185
Selçuk Kendirli • Cihan Tanrıöven
- Personelin Verimliliğinde Motivasyonun Etkisi: Keçiören Belediyesi*187-214
Örneği
Murat Akçakaya
- Türkiye Sermaye Birikimi Oluşturma Çabaları ve Vergi Sisteminin Rolü:*215-232
Dönemsel Bir Analiz (1923-1939)
Fatih Sarioğlu

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI: İNDİRİM KARTLARININ TÜKETİCİ SATIN ALMA KARAR SÜRECİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE DAİR AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Sabiha KILIÇ*

Aykut GÖKSEL**

Abstract

The market is consist of organizations, real and potential individuals who are eager and can afford the products which are in certain categories. Markets are divided into two groups as consumers and industrial markets. In this work there is an empirical investigation on the behaviours of individuals who are in the consumers market. The aim of this work is to investigate the effects of the customers cut-rate cards with their some specialities on the decision to buy.

1. Tüketici Davranışı

Pazarlamanın amacı, hedef olarak seçilen müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve onları tatmin etmektir. Bu doğrultuda pazarlama yönetiminin kapsamında yer alan Tüketici Davranışları sahası, fertlerin, grupların ve organizasyonların, ihtiyaç ve isteklerini tatmin etmek için ürünleri, hizmetleri, fikirleri ya da tecrübeleri nasıl seçtikleri, nasıl satın aldıkları, nasıl kullandıkları ve nasıl elden çıkardıkları ile ilgili incelemeler yapar (Kotler, 1997:171). Tüketici davranışı, istek ve ihtiyaçları tatmin etmek amacıyla ürünlerin seçilmesi, satın alınması ve kullanılmasına yönelik bireysel aktivitelerden oluşur (Zikmund ve d'Amico, 1995: 124). Diğer bir ifade ile, bireylerin mal ve hizmetleri satın alma ve kullanmalarıyla doğrudan ilgili etkinlikler ile bu etkinliklere neden olan, bu etkinlikleri belirleyen karar süreçleridir (Tek, 1997: 185).

Tüketici davranışlarını inceleyen pazarlamacılar, tüketicilerin tercihlerini nasıl yaptıklarıyla ilgilenmektedirler. Çünkü, tüketici tercihi satın alma kararının en önemli belir-

* Araştırma Görevlisi, Gazi Üniversitesi, Çorum İİBF, İşletme Bölümü

** Araştırma Görevlisi, Gazi Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

