

## ÖZET

### SATIŞ PERSONELİNİN PAZARLAMA ETİK ANLAYIŞININ BELİRLENMESİ: AYDIN İLİNDE FAALİYET GÖSTEREN TEKNOLOJİ MARKETLERİNDE BİR UYGULAMA

Şinasi YAYLAGÜL

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı  
Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Fatma ÇAKIR

2015, 269 sayfa

Mevcut ekonomik yapı içerisinde müşteriler daha özgür, daha bilgili, daha seçici ve daha katılımcı hale gelmektedirler. Günümüzde rekabet üstünlüğünü elde tutmak isteyen işletmeler için, müşterilerin güvenini kazanarak sadık müşteriler edinmek önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla işletmeler, müşteriler ile birebir iletişim içerisinde olan satış personelinin, pazarlama etiği konusunda desteklemeli ve etik iletişim performansını arttıracak uygun koşulları sağlanmalıdır.

Bu bağlamda satış personelinin, pazarlama etik anlayışının belirlenmesi, mevcut işletme-satış personeli-müşteri ilişkisindeki etik davranışların hangi seviyede olduğunun anlaşılması ve işletmelerin mevcut koşullara uygun önlemler alması veya uygulamadaki önlemleri geliştirmesi konusunda önem teşkil etmektedir.

Tez çalışmasında, satış personelinin sosyo-ekonomik özellikleri ile etik tutumları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Aydın il merkezi ve ilçelerinde faaliyet gösteren, kurumsallaşmış teknoloji perakendeciliği mağazalarında bir anket çalışması uygulanmıştır. Satış personelinin etik anlayışı belirlemeye yönelik tutumlara katılma oranları, likert ölçeği ile tespit edilmiştir. Satış personeline uygulanan anketler SPSS istatistik programı ile analiz edilerek, araştırma kapsamında kurulan hipotezler analiz edilmiş ve sonuçlar doğrultusunda önerilere yer verilmiştir.

**ANAHTAR SÖZCÜKLER:** Etik, Satış Personeli, Kişisel Satış, Pazarlama Etiği, Teknoloji Perakendeciliği