

ÖNSÖZ

Yüksek lisans öğrenimim gerek akademik birikimime, gerekse entelektüel birikimime önemli bir katkı sağladığım bir dönemi içermektedir. Tezimin yapılış sürecinde çeşitli zorluklar yaşamama rağmen her zorluğun bana bir tecrübe kazandırdığını da öğrendim. Özellikle tezin konusu ile ilgili, literatüre yeni bakış açısı kazandırdığıma inanıyorum. Umarım tezim turizmde alış-veriş konularında araştırma yapmak isteyen bütün akademisyenlere faydalı olur.

Yüksek lisans dönemimde özveri ve sabır ile bana yardımcı olan danışmanım Doç.Dr. Atila YÜKSEL'e katkılarından dolayı çok teşekkür ederim. Atila hocamdan "Çalışkan insan nasıl olur" konusunu uygulamalı olarak öğrendim. Ayrıca tez jürimde yer alan Yrd.Doç.Dr. Ülker ÇOLAKOĞLU'na katkılarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim. Tezimi bitirmem konusunda bıkmadan, usanmadan beni destekleyen, her karşılaştığım zorlukta yanımda olan sevgili eşim Güliz ESEN'e ve tezimi bitirebilmem için bana sürekli yardımcı olan okul müdürümüz Seher ÖZBEY'e ve sevgili mesai arkadaşlarım Hüseyin Cem ÇELİK ile Burhan AYDIN'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tezimi bu dönemde kaybettiğim Anneme "Gülperi Sultan KAYA" ya ve doğacak olan kızıma "Gülperi Nisa ESEN" ithaf ediyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar LİSTESİ	vi
RESİMLER LİSTESİ	vii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	
ALİŞVERİŞTE ÇEVRESEL ETKENLER ve İMAJIN BOYUTLARI	
1.1 BİR ÜRÜN OLARAK ALIŞVERİŞ	7
1.2 ÇEVRESEL ETKENLER	9
1.2.1 Çevresel Etkenler ve Satınalma Davranışı	10
1.2.2 Çevresel Etkenler ve Yakınlaşma – Uzaklaşma Davranışı	13
1.2.3 Bir Çevresel Etken Olarak Renk	16
1.2.4 Bir Çevresel Etken Olarak Kalabalık	23
1.3 İMAJ VE BOYUTLARI	24
1.3.1 İmaj Oluşumunda Etkenler	30

İKİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1 Araştırma Tasarımı	34
2.2 Ölçüm Aracının Gelişimi	34
2.3 Ön Uygulama	40
2.4 Örneklem ve Sınırlılıklar	41
2.5 Verilerin Analizi	42
2.6 Yöntem Kısıtlılıkları	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM KALABALIK VE RENGİN TURİSTLERİN ALIŞVERİŞTE YAKINLAŞMA – UZAKLAŞMA DAVRANIŞLARINA ETKİLERİNİN ÖLÇÜLMESİ VE BULGULAR

3.1 Bulguların değerlendirilmesi	43
---	-----------

SONUÇ VE ÖNERİLER	55
--------------------------	-----------

KAYNAKÇA	58
-----------------	-----------

EKLER

Ek 1 :Anket Formu	63
--------------------------	-----------

ÖZGEÇMİŞ	65
-----------------	-----------

TABLolar LİSTESİ

Tablo:1 Araştırmanın Farklılık Denenceleri	6
1.1 Çevresel Etkenler	9
1.2 Duygusal Ve Bilişsel İmaj Ölçütleri	29
2.1 Çevresel Kalite Ölçeği	37
2.2 Kalabalık Ölçeği	38
2.3 Yakınlaşma/Uzaklaşma Ölçeği	38
2.4 Ürün/Hizmet Kalitesi Ölçeği	40
3.1 Çevresel Kalite Ölçeği: Sakin İç Mekan – Kalabalık İç Mekan Karşılaştırması	45
3.2 Kalabalık Ölçeği: Sakin İç Mekan – Kalabalık İç Mekan Karşılaştırması	46
3.3 Yakınlaşma – Uzaklaşma Ölçeği : Sakin İç Mekan – Kalabalık İç Mekan Karşılaştırması	47
3.4 Ürün – Hizmet Kalitesi Ölçeği: Sakin İç Mekan – Kalabalık İç Mekan Karşılaştırması	48
3.5 Çevresel Kalite Ölçeği: Turuncu Kalabalık Dış Mekan – Mavi Kalabalık Dış Mekan Karşılaştırması	49
3.6 Kalabalık Ölçeği: Turuncu Kalabalık Dış Mekan – Mavi Kalabalık Dış Mekan Karşılaştırması	50
3.7 Yakınlaşma – Uzaklaşma Ölçeği: Turuncu Kalabalık Dış Mekan – Mavi Kalabalık Dış Mekan Karşılaştırması	51
3.8 Ürün – Hizmet Ölçeği: Turuncu Kalabalık Dış Mekan – Mavi Kalabalık Dış Mekan Karşılaştırması	52

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Mavi kalabalık dış mekan	36
Resim 2: Mavi تنها dış mekan	36
Resim 3: Turuncu kalabalık dış mekan	36
Resim 4: Turuncu تنها dış mekan	36
Resim 5: Kalabalık iç mekan	37
Resim 6: Tenha iç mekan	37