



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNDE DÜZENLENEN ETKİNLİKLERİN TÜKETİCİLERİN ALİŞVERİŞ MERKEZİ TERCİHİNE OLAN ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Ömer Faruk YEŞİLKAYA^a

Evren GÜÇER^b

^a Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, Türkiye (yesilkayafaruk@hotmail.com)

^b Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye (evrengucer@gazi.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:

16.06.2017

Accepted:

19.09.2017

Anahtar Kelimeler:

Alışveriş merkezi
Rekreatif alışveriş
Tüketici Davranışları
Rekreasyon

Keywords:

Shopping center
Recreational shopping
Consumer Behaviour
Recreation

ÖZ

Günümüzde alışveriş merkezleri insanların boş zamanlarında çeşitli amaçlar için kullandıkları mekânlar haline gelmiştir. İnsanlar boş zamanlarında alışveriş merkezine giderek günlük rutinden uzaklaşarak rahatlamayı amaçlamaktadırlar. Bir kısım tüketiciler alışveriş merkezlerini faydacı tüketim merkezi olmaktan çıkarp alışveriş ve alışveriş merkezlerini hayatın monotonluğundan uzaklaşacakları mekânlar olarak görmeye başlamışlardır. Bu tip tüketiciler, alışveriş merkezlerinde düzenlenen etkinlikler ve özel günleri merkez altına alarak bu etkinliklere göre alışveriş merkezlerini seçmektedirler. Bu çalışmanın amacı; alışveriş merkezlerinin düzenledikleri etkinliklerin, tüketicilerin alışveriş merkezi tercih sürecini ne yönde etkilediğini belirlemektir. Bu amacı gerçekleştirmek için çalışmada araştırmanın evreni olan Ankara ilindeki örneklem üzerinde uygulama yapılmış ve veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır.

ABSTRACT

Today, shopping malls have become places that people use for various purposes in their free time. People are going to the shopping center in their free time and aim to relax away from their daily routines. Some consumers have begun to see shopping centers as centers of utilitarian consumption and shopping and shopping centers as places to move away from the monotony of life. These types of consumers choose shopping centers according to these activities by focusing on events organized in shopping centers and special days. The purpose of this study is; the activities organized by the shopping centers determine the way in which the consumers influence the shopping center preference process. In order to achieve this purpose, the study was applied to the sample in Ankara, which is the universe of the researcher, and the survey was used as the data collection technique.

***Sorumlu Yazar:** Ömer Faruk YEŞİLKAYA

E posta: yesilkayafaruk@hotmail.com