



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

DOI: 10.31771/jrtr.2019.49

FARKLI DÖVİZ KURLARINDA FİYAT ALGILARI: KALİTE VE FİYAT BİLİNÇLİ TÜKETİM AÇISINDAN KIYASLAMA

Hakan ÇELİKKOL^a

Aydın KAYABAŞI^b

Yasemin Deniz KOÇ^c

^a Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, Türkiye. (hakan.celikkol@dpu.edu.tr)

^b Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, Türkiye. (aydin.kayabasi@dpu.edu.tr)

^c Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, Türkiye. (ydeniz.akarim@dpu.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:
03.10.2019

Accepted:
25.12.2019

Anahtar Kelimeler:

Döviz Kurları
Kalite Bilinçli Satın Alma
Fiyat Bilinçli Satın Alma
Fiyat Algıları
Finans - Ekonomi Okuryazarlığı

Keywords:

Exchange Rates
Quality Conscious Consumption
Price Conscious Consumption
Price Perceptions
Finance-Economy Literacy

Article Type: *Research Paper*

ÖZ

Araştırmanın amacı, farklı döviz kurlarına göre karşılaştırmalı olarak tüketicilerin fiyat algılamalarını belirleyerek fiyat ve kalite bilinçli tüketim açısından değerlendirmesini yapmaktır. Araştırmada Kütahya Dumlupınar Üniversitesi'nde görev yapan 120 akademik personelden anket yöntemi ile elde edilen veriler çok ve tek değişkenli istatistiksel analiz yöntemleri ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; yüksek fiyat algıları, ürün gruplarına göre yüksek kur ve Türk Lirası'na göre değerlendirmelerde daha pahalı olarak algılanmaktadır. Veriler satın alma niyeti açısından analiz edildiğinde; düşük kurun yüksek kura göre satın alma niyetlerinin kısmen yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca farklı döviz kurlarına yönelik fiyat algılarının ürün kategorilerine göre satın alma niyeti üzerindeki etkileri regresyon analizi ile incelenmiştir. Yüksek kur, düşük kur ve Türk Lirası'na göre ucuz-pahalı ve satın alma niyeti açısından regresyon analiz sonuçları değerlendirildiğinde üç tür değerlendirme sonucunun da satın alma niyeti üzerine negatif etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer ölçek ile bu kapsamda yapılmış benzer bir çalışma olmaması çalışmanın özgünlüğü ve literatüre katkısıdır. Elde edilen bulguların döviz piyasası satınalma davranışı etkileşimi açısından kullanıcılara önemli çıkarımlar sağlaması beklenmektedir.

ABSTRACT

The aim of the study is to determine the price perceptions of consumers in comparison with different exchange rates and to evaluate them in terms of price and quality conscious consumption. In this study the data obtained with survey method, 120 academic staff working at Dumlupınar University in Kütahya were analyzed by multivariate and univariate statistical analysis methods. According to the results of the analysis, high price perceptions are perceived to be more expensive than product groups in high exchange rates and Turkish Lira. In addition, when the purchase intention is examined, it is observed that the low exchange rate is partially higher than the higher exchange rate. In this study, the effects of price perceptions for different exchange rates on purchase intention by product categories were examined by regression analysis. When the regression analysis results are evaluated in terms of high exchange rate, low exchange rate and cheap-expensive and purchasing intention according to Turkish Lira, it is concluded that all three types of evaluation results have negative effect on purchasing intention. Similar scale and similar study conducted in this context is the originality of the study and its contribution to the literature. The findings are expected to provide significant implications for users in terms of foreign exchange market buying behavior interaction.

***Sorumlu Yazar:** Aydın Kayabaşı

E-Posta: aydin.kayabasi@dpu.edu.tr

Bu çalışma, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir (Proje Başlığı: Döviz Kuru Değişkenliğinde Fiyat ve Kalite Bilinçli Satınalma Tarzlarının İncelenmesi, Proje No: 2018-01).