

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

TÜKETİCİLERİN TAKLİT ÜRÜNLERE YÖNELİK SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDE FİYAT KALİTE VE RİSK ALGISININ ETKİSİ

Niyazi GÜMÜŞ¹

Öz

Taklit ürünler, uluslararası boyutta ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Hem ulusal hem de küresel ekonomilere verdiği zararlarla ilgili çeşitli araştırmalar ve tahminler yapılmakta olsa da yol açtığı doğrudan ve dolaylı kayıpların gerçek boyutunun tahmin edilenden çok daha büyük olduğu düşünülmektedir. Taklit ürünlerin üretimi ve satışı, orijinal marka sahiplerinden tedarikçilere, yasal satış kanallarından çalışanlara, devletten tüketicilere kadar geniş bir kesimi olumsuz etkileyebilmektedir. Gelir kaybı, vergi kaçakçılığı, fikri mülkiyet ihlalleri ve sağlık riskleri gibi pek çok olumsuz sonuç bunlardan birkaçıdır. Taklit ürünlerin neden olduğu kayıpların ortadan kaldırılabilmesi için tüketicilerin taklit ürün satın alma nedenlerinin ve taklit ürünlere yönelik algılarının öğrenilmesi büyük önem taşımaktadır. Çünkü anca bu sayede taklit ürün satışının engellenmesine yönelik politikalar geliştirilebilecek ya da pazarlama kampanyaları oluşturulabilecektir. Bu kapsamda araştırma da tüketicilerin taklit ürünlere yönelik satın alma niyetleri üzerinde fiyat kalite algısı ile risk algılarının etkileri ele alınmıştır. 384 katılımcı üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda her iki boyutun da tüketicilerin taklit ürün satın alma niyetleri üzerinde olumsuz etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Fiyat kalite algısı, risk algısı, taklit ürün

INVESTIGATING THE EFFECTS OF PRICE, QUALITY AND RISK PERCEPTION ON CONSUMERS' PURCHASE INTENTIONS FOR COUNTERFEIT PRODUCTS

Abstract

Counterfeit products constitute a serious problem on an international scale. Although various studies and estimates have been made regarding the damage they cause to both national and global economies, it is thought that the real size of the direct and indirect losses they cause is much greater than estimated. The production and sale of counterfeit products can negatively affect a wide range of people, from original brand owners to

