

YAZAR ADI-SOYADI: Deniz ÜNAL

BAŞLIK: Köken Ülke Faktörünün Satın Alma Davranışına Etkisi: Aydın İlinde Bir Uygulama

ÖZET

Küreselleşme süreci ile birlikte dünya giderek daha da küçülen bir yerel pazar haline gelmiş ve ülkeler arasındaki fiziki sınırlar pazarlama ve uluslararası ticaret bağlamında kaybolmaya ve anlamını yitirmeye başlamıştır. Dünyanın herhangi bir yerinde icat edilen yeni bir ürün çok kısa sayılabilecek bir zaman diliminde dünya üzerindeki tüm tüketici kitlelerine kolayca ulaştırılabilmektedir. Bu nedenle tüketiciler yerli ve yabancı birçok farklı ürün ile karşı karşıya gelmektedirler.

Günümüz pazarlama anlayışının temelinde tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerini önceden bilerek bu doğrultuda hareket etmek yatmaktadır. Bu nedenle tüketicilerin nasıl tatmin olabileceğini bilmek işletmelere rekabet avantajı sağlayacaktır. Tüketici satın alma kararını etkileyen birçok faktör vardır ve köken ülke faktörü bunlardan sadece bir tanesidir.

Özellikle Türkiye pazarlarında oldukça yaygın olarak bulunan, yabancı kökenli ürünlerin tüketiciler tarafından değerlendirilmesinde köken ülke etkisinin etkili olup olmadığının bilinmesi pazarlama ve satış faaliyetlerinin planlanması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma da Aydın ili tüketicilerinin satın alma davranışlarında köken ülke faktörüne önem verip vermedikleri incelenmiştir.

ANAHTAR SÖZCÜKLER

Köken Ülke, Etnosentrizm, Satın Alma Davranışı, Tüketici Davranışı