

TÜKETİCİLERİN KORSAN VE ORJİNAL YAZILIM KULLANMA NİYETLERİNİN VE ORJİNAL YAZILIMI TERCİH ETME POTANSİYELLERİNİN FİYAT DEĞİŞKENİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Geliş Tarihi: 05.06.2020

Arş. Gör. Alaidin KOŞAR¹

Kabul Tarihi: 26.06.2020

Makale Türü: Alan Araştırması

Özet

Korsan ürünlerin üretimi ve kullanımı dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de yaygındır. Bu araştırmada korsan ürünlerden biri olan korsan yazılım ele alınmıştır. Araştırmanın amacı korsan yazılım ve orijinal yazılım için belirlenen fiyatlar baz alınarak tüketicilerin niyetlerini ve orijinal yazılımı tercih etme potansiyellerini ortaya koymaktır. Veriler, Mersin İli’nde ikamet eden toplam 261 katılımcıdan senaryo yöntemi ile toplanmıştır. Araştırma sonuçlarında tüm katılımcılar bazında, katılımcıların farklı demografik kategorilere göre korsan ve orijinal yazılım kullanma niyetleri ve orijinal yazılımı tercih etmedeki fiyat düzeyleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Korsan Ürün, Korsan Üretim, Yazılım Korsanlığı.

Jel Kodları: M31.

INVESTIGATION OF CONSUMERS' USE OF INTENTIONS AGAINST PIRATED AND ORIGINAL SOFTWARE AND POTENTIALS TO PREFER ORIGINAL SOFTWARE IN THE CONTEXT OF PRICE FACTOR

Abstract

Production and use of pirated products is also common in Turkey as well as worldwide. In this research, pirated software which one of the pirated products, was discussed. The aim of the research is to reveal the intentions of consumers and their potential to choose original software based on the prices determined for pirated software and original software. The data were collected by a scenario method from a total of 261 participants who live in Mersin Province. In the results of the research, on the basis of all participants, the intentions of the participants to use pirated and original software according to different demographic categories and the price levels in choosing the original software were determined.

Key Words: Pirated Product, Pirated Production, Software Piracy.

Jel Codes: M31.

¹ Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, alaidinkosar@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5481-403X

1.GİRİŞ

Küreselleşen bir dünya düzeninde son yıllardaki teknolojik gelişmeler ve bilgi çağında olduğumuz da düşünülürse bilgisayarların önemi daha da artmıştır. Gerek masaüstü gerekse dizüstü bilgisayarlar hem iş yerlerinde hem de evlerde yaygın ve aktif olarak kullanılmaktadır. Bu bilgisayarların temel gereksinimini ve olmazsa olmazını da işletim sistemi yazılımları oluşturmaktadır. Windows, Mac OS, Linux gibi işletim sistemi yazılımları günümüzde en sık kullanılanlarıdır. Bu yazılımlar her ne kadar orijinal olarak piyasada bulunsa da BSA Global Software Survey'in 2018 raporuna göre Türkiye'de korsan olarak kullanım oranının %56 dolaylarında olduğu açıklanmıştır. Korsan yazılım kullanım oranının bu kadar yüksek olmasının farklı sebepleri olsa da temelinde orijinal yazılımlarının tüketiciler açısından maliyetli olmasının yattığı aşikârdır. Korsan yazılım kullanımı, yasal olmamasına ve çoğu kişi tarafından bu durum bilinmesine rağmen yaptırımlar yeterli düzeyde olmadığından dolayı yüksek oranlardadır. Bu yüksek kullanım oranının orijinal yazılım üreticisi işletmelere verdiği zararların yanı sıra ülke ekonomisine de yıkıcı etkileri olmaktadır.

Ulusal ve uluslararası yazında korsan ürün ve korsan yazılımlara ilişkin yapılan bilimsel çalışmalarda genellikle tüketicilerin neden korsan yazılım/ürün tercih ettiklerine, bu ürünler/yazılım ile başka faktörler arasındaki ilişkilere odaklanılmıştır. Bu çalışmada ulusal ve uluslararası yazında yapılan çalışmalardan farklı olarak tüketicilerin hangi fiyat düzeyinde korsan üründen vazgeçebilecekleri, hiçbir fiyat düzeyinde korsan üründen vazgeçmeme durumları ya da fiyatı ne olursa olsun orijinal ürün kullanma istekleri farklı demografik değişkenler açısından incelenmiştir. Bu bağlamda öncelikle korsan ürün ve yazılım korsanlığı başlıkları altında kavramsal çerçeve çizildikten sonra toplanan veriler ışığında analizler yapılmış, bulgular değerlendirilmiş ve öneriler ile çalışma sonlandırılmıştır.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Korsan Ürün ve Yazılım Korsanlığı

Korsancılık uzun zamandan beri var olmasına rağmen 1970'lerde ortaya çıkmıştır ve kısa zaman içerisinde (1984-1994 arası) dünya pazarındaki korsan ürün değerinin %1100 büyüdüğü tahmin edilmektedir (Veloutsou ve Bian, 2008, s. 3). Bu ürünler, günümüzde de küresel ticaretin yaygın ve gelişen bir parçası olmaya devam etmektedir. Bulgular ve istatistikler, korsan ürün sayısının ve bunların tüketiminin istikrarlı bir biçimde büyüdüğünü göstermektedir (Key vd., 2013, s. 307). Bu ürünlerin kullanımı yasal olarak hırsızlık olarak değerlendirilse de ahlaki açıdan böyle görülmemekte ve bundan dolayı da korsan ürün satışları günden güne artmaktadır. Bu konuda yapılan bilinçlendirme çabaları ve yasal yaptırımlar da gelir düzeyi düşük olan ülkelerde yetersiz kalabilmektedir (Uysal, 2006, s. 36). Hatta Matos vd. (2007, s. 36) korsan ürün kullanımının gelişmiş ülkelerde de yaygın olduğunu ifade etmiştir. Gelir düzeyi yüksek olan ABD ve Birleşik Krallık gibi bazı ülkelerde korsan ürün kullanımı suç olarak kabul edilmesine rağmen yapılan çalışmaların yaklaşık üçte biri tüketicilerin korsan ürün almanın sonuçlarını bilmesine rağmen bu ürünleri satın aldıklarını ortaya koymaktadır (Tom vd., 1998; Phau vd., 2001). Bloch vd. (1993) de tüketicilerin korsan ürünlerin yasa dışı olmasını bilmelerine rağmen aynı satın alma davranışını gösterdiğini belirtmiştir. Tüketicilerin talebiyle daha da yayılan korsan ürün pazarı, ürünlerinin bütünlüğünü koruma, fikri mülkiyet haklarını ve pazar konumlandırmasını koruma gibi zorluklarla uğraşmak zorunda kalan şirketler üzerinde giderek daha fazla yük oluşturmaktadır. Korsan üretimin tüm bu sonuçları şirketlerin varlıklarına, marka imajına ve ürünlerine büyük bir darbe vurmaktadır (Hamelin vd., 2013, s. 159). Ayrıca korsan ürünlerde araştırma ve geliştirme faaliyetlerine neredeyse hiç yatırım yapılmamaktadır (Penz vd., 2008, s. 67). Korsan ürünlerin satışını azaltmayı amaçlayan mevzuatlara rağmen, tüm dünyadaki

endüstri liderleri ve tasarımcılar bunu büyüyen bir sorun olarak tanımlamakta ve tasarımlarını korumak için Sahtecilik Karşıtı Uluslararası Birlik (IACC) gibi gruplarla çalışmaktadırlar (Norum ve Cuno, 2011, s. 27).

Korsan ürünler, bilgisayar yazılımından ilaca kadar geniş bir ürün yelpazesinde görüldüğünden, bu ürünlerin ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisi büyük olduğu kadar aynı zamanda yaygındır da. Özellikle, yüksek talebin olduğu, üretim teknolojisinin ucuz ve yaygın olduğu ürün kategorilerinde korsan ürünlerin ortaya çıkması daha olasıdır. Örneğin, ayakkabı ve şapka dahil olmak üzere giysilerin yüksek talep görmesi ve düşük üretim teknolojileri ile üretilmesi göz önüne alındığında bu ürünlerin korsanlarının olması daha olası görülmektedir (Chiu ve Leng, 2016, s. 23). Korsan ürünlerin küresel ekonomiye üretim, dağıtım ve satış maliyetleri oldukça fazladır (Kozar ve Marcketti, 2011, s. 393). Ayrıca olumsuz ekonomik etkilerinin yanı sıra ürünlerin sahte ve kalitesiz oluşundan dolayı insan sağlığı üzerinde de ciddi olumsuz etkileri vardır (Karakuş ve Sever, 2013, s. 34). Bu tip ürünlere karşı talep arttıkça korsan ürün üreticileri müşterilere hizmet vermenin her zaman bir yolunu bulacaklardır (Ang vd., 2001, s. 220).

Teknolojinin de gelişimiyle dünya genelinde yaygın bir şekilde kullanılan korsan ürünlerden biri de yazılımlardır. Yazılımlar, işletim sistemi yazılımları ve uygulama yazılımları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İşletim sistemi yazılımları, bilgisayardaki donanımların kullanımını sağlayan Windows, Mac OS, Linux vb. yazılımlardır. Uygulama yazılımları ise ofis yazılımları, istatistik programları gibi belirli bir amaç ve işlem için kullanılan yazılımlardır (Sancar, 2016, s. 7).

Yazılım korsanlığı, yazılımı orijinal olarak sunan ve tescil hakkına sahip üreticilerin yazılımlarının taklit edilerek çoğaltılması, pazara sunulması ve satılmasıdır. Yazılım korsanlığında sadece yazılımın kendisi değil aynı zamanda üretici işletmenin markaları, logoları (Karahan, 2018, s. 13), ambalaj ve etiketleri de taklit edilebilmektedir (Ang vd., 2001, s. 219). Yazılımların geliştirilmesi önemli ölçüde çaba ve emek istemesine karşın kopyalanması ve çoğaltılması da bir o kadar kolaydır (Karakaya ve Ulutürk, 2011, s. 40). Uluslararası Fonogram Endüstrisi Birliğinin 2004 tarihli raporunda korsan yayıncılık ve telif hakları ihlalleri özellikle sinema, müzik ve yazılım sektörlerinde önemli derecede ekonomik kayıplara yol açmaktadır (Karip, 2015, s. 14). Büyük ekonomik problemlere yol açan bu sorunun nedeni belirlenemezse hem yazılım geliştiricileri hem de fikri mülkiyet haklarının gelişimi bu problemten olumsuz yönde etkilenmeye devam edecektir (Liu ve Fang, 2003, s. 186). Yazılım korsanlığı, lisanslı bir yazılımın kopyalanması, satılması, paylaşılması veya lisansla izin verilen sayıdan fazla kopyalanması gibi farklı yollarla gerçekleştirilebilmektedir (Karakaya ve Ulutürk, 2011, s. 47).

Korsan yazılım kullanmanın ülke için olumsuz etkilerinden bazıları şunlardır (Yaman vd., 2008, s. 64):

- Bilişim sektöründe beyin göçünün hızlanması
- Devletin vergi kaybına uğraması
- Yazılım faaliyetlerini yasal olarak yapan üreticilerin rekabet gücünün zayıflaması
- Nitelikli personel kullanım maliyetlerinin düşmesi
- Yazılım alanında eğitim veren kurumların gelişiminin engellenmesi
- Bilginin önemini kaybetmesi ve ucuzlaması

Tablo 1. Korsan yazılımların kullanıldığı ülkelere göre dağılımı

Kıtalar	Ülkeler	Korsan Ürün Üretimi (%)
ASYA	Bangladeş	84
	Pakistan	83
	Endonezya	83
	Sri Lanka	77
	Vietnam	74
	Çin	66
AVRUPA	Ermenistan	85
	Moldova	83
	Beyaz Rusya	82
	Gürcistan	81
	Azerbaycan	81
	Ukrayna	80
AMERİKA	Venezuela	89
	Paraguay	83
	Nikaragua	81
	El Salvador	80
	Bolivya	79
	Guatemala	78
ORTA ASYA VE AFRİKA	Llibya	90
	Zimbabwe	89
	Yemen	88
	Irak	85
	Cezayir	82
	Kamerun	80

Kaynak: (BSA Global Software Survey, 2018, s. 10-11)

2017 yılı verilerine göre korsan yazılım kullanımının dünya genelinde oldukça yaygın olduğu söylenebilir. Tablo 1 incelendiğinde Asya’da Bangladeş; Avrupa’da Ermenistan; Amerika’da Venezuela; Orta Asya ve Afrika bölgesinde ise Libya’nın korsan yazılım kullanımında ilk sırayı aldıkları görülmektedir. Türkiye’ bu tabloda Orta Asya ve Afrika bölgesi içerisinde değerlendirilmiş ve %56 korsan yazılım kullanım oranıyla bu bölgedeki ülkeler arasında 19.sırada yer almıştır.

3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma tanımlayıcı araştırma türüne göre tasarlanmış ve nicel araştırma yöntemleri uygulanmıştır.

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı kişilerin orijinal işletim sistemi yazılımlarını kullanmak için kafalarında belirli bir fiyat düzeyinin olup olmadığını, varsa bu fiyat düzeyinin mevcut orijinal yazılımın fiyatından ne kadar aşağı seviyede olduğunu; orijinal yazılımın fiyatının hangi düzeyde olursa olsun kullanıcıların yine de korsan yazılım kullanma isteklerinin derecesini ya da tam aksi orijinal yazılımın fiyatının düzeyi ne olursa olsun orijinali kullanma isteklerinin derecesini incelemektir.

Mevcut araştırmalar, korsan ürün kullanımında tüketici davranışları altında yatan nedenlere, yazılım korsanlığının başka faktörler ile ilişkisine ya da demografik değişkenler açısından yazılım korsanlığına ilişkin farklılıkları incelemeye odaklanmıştır (Swinyard vd., 1990; Cordell vd., 1996; Ang vd., 2001; Cheung ve Prendergast, 2006; Matos vd., 2007; Yaman vd., 2008; Hamelin vd., 2013). Bu araştırma ulusal ve uluslararası yazından farklı olarak kullanıcıların korsana karşı niyetlerini ya da bunların altında yatan faktörleri incelemek yerine kullanıcıların orijinal ürün kullanma potansiyelleri var ise bunun hangi fiyat düzeyinde gerçekleşebileceğini ortaya koymak adına ve fiyat şartları her ne olursa olsun yine de korsan yazılım kullanma istek derecelerini ya da tam tersine orijinal yazılım fiyat şartları her ne olursa olsun orijinal ürün kullanma istek derecelerini ortaya koymak adına önemlidir.

3.2.Veri Toplama Aracı ve Örneklem

Araştırmada veri toplama aracı olarak senaryo yöntemi seçilmiştir. Senaryoda kullanılacak işletim sistemini belirlemek için 50 kişiye kullandıkları işletim sistemi yazılımı sorulmuş ve çıkan sonuçlar (Windows=40 kişi, Mac Os: 8 kişi, Linux: 2 kişi) doğrultusunda Windows işletim sistemi örnek görsel olarak kullanılmıştır. Senaryoda katılımcılara korsan yazılım yüklemenin ve orijinal yazılım yüklemenin maliyetleri belirtilmiştir. Korsan yazılımın maliyeti belirlenirken bilgisayarlara format atan bazı yerlerden fiyatlar alınmış ve aynı zamanda bazı internet sitelerinde satılan ve yasal olmayan windows yazılım fiyatları dikkate alınmıştır. Toplanan veriler sonucu korsan yazılım maliyeti ortalama 50 TL olarak belirlenmiştir. Orijinal yazılım maliyeti belirlenirken Windows 7'nin çeşitli internet sitelerinden farklı satış fiyatları karşılaştırılmış ve orijinal yazılım maliyeti 600 TL olarak belirlenmiştir. Bu maliyetler baz alınarak katılımcılara 3 adet ifade sunulmuş ve birini tercih etmeleri istenmiştir (1.ifade=Bu fiyatları baz alarak her koşulda korsan yazılımı tercih ederim; 2.ifade=Bu fiyatları baz alarak her koşulda orijinal yazılımı tercih ederim; 3.ifadede ise orijinal yazılımın fiyatı olursa orijinal yazılımı kullanmayı tercih ederim). Analizleri demografik değişkenler açısından sınıflandırabilmek için senaryoda katılımcıların cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyleri ve gelir seviyeleri de sorulmuştur.

Araştırmada örneklem yöntemi olarak seçkisiz olmayan örneklem yöntemlerinden amaçsal örneklem kullanılmıştır. Bu doğrultuda örnekleme oluşturan birimler, bilgisayar kullanmalarına ve kullandıkları işletim sistemi yazılımının da Windows olmasına göre seçilmiştir. Araştırma evrenini Mersin İli'nde bilgisayarında Windows işletim sistemi yazılımını kullanan tüm bireyler oluşturmaktadır. Bu bireylerin hepsine ulaşmak mümkün olmadığından bu nitelikte olan toplam 270 örneklemden senaryo yöntemi ile veri toplanmıştır. Eksik veya hatalı olan veriler çıkarıldıktan sonra 261 veri üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

4.BULGULAR

Bu bölümde araştırmaya katılan 261 katılımcıdan toplanan verilerin araştırma amacı doğrultusunda yapılan analizlerine yer verilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların demografik özellikleri

Cinsiyet	n	%	Bireysel Aylık Net Gelir	n	%
Erkek	148	56.7	1500 TL’den az	65	24.9
Kadın	113	43.3	1500-3000 TL arası	49	18.8
Yaş	n	%	3001-4500 TL arası	64	24.5
18 yaş altı	68	26.1	4501-6000 TL arası	55	21.1
18-27 arası	52	19.9	6001 TL ve üzeri	28	10.7
28-37 arası	54	20.7	Eğitim Durumu	n	%
38-47 arası	47	18	Lise ve altı mezunu	92	35.2
48 yaş ve üzeri	40	15.3	Ön lisans mezunu	30	11.6
			Lisans mezunu	92	35.2
			Lisansüstü mezunu	47	18
TOPLAM	261	100	TOPLAM	261	100

Tablo 2’ye bakıldığında erkek katılımcıların oranının kadın katılımcıların oranına göre daha çok olduğu (%56.7); yaş değişkeni açısından tüm yaş gruplarının oranının birbirine yakın olduğu ancak 18 yaş altı grubun biraz daha çoğunlukta olduğu (%26.1) görülmektedir. Bireysel aylık net gelire göre katılımcıların hemen hemen yarısının (%49.4) ya 1500 TL’den az ya da 3001-4500 TL arası bir gelire sahip oldukları söylenebilir. Son olarak ise katılımcılardan lise ve altı mezunu olanlar (%35.2) ile lisans mezunu olanların (%35.2) büyük çoğunluğu oluşturduğu ifade edilebilir.

Tablo 3. Katılımcıların korsan yazılım ve orijinal yazılım kullanma niyetine ilişkin durumları

Değişken	n	%	İfade 1 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda korsan yazılımı tercih ederim) n	İfade 2 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda orijinal yazılımı tercih ederim) n	İfade 3 (Orijinal yazılımın fiyatı olursa orijinal yazılımı kullanmayı tercih ederim) n (\bar{x})
Tüm Katılımcılar	261	100	140	15	106 (316 TL)

Tablo 3’te tüm katılımcıların korsan yazılım ve orijinal yazılım kullanma niyetine ilişkin durumlarına ait veriler yer almaktadır. Buna göre 140 katılımcının fiyat şartları her ne olursa olsun korsan yazılımı tercih etmeye devam edecekleri görülmektedir. Çok az sayıda katılımcının (15 kişi) ise orijinal yazılım fiyatı (600 TL) üzerinden tercihini yaptığı görülmektedir. 106 katılımcının 3.ifadeye verdikleri yanıtların ortalamaları alındığında ise

orijinal yazılım fiyatının ancak ortalama 316 TL düzeyine çekildiğinde tercih edebileceklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 4. Cinsiyete göre katılımcıların korsan yazılım ve orijinal yazılım kullanma niyetine ilişkin durumları

Değişken	Kategoriler	n	%	İfade 1 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda korsan yazılımı tercih ederim) n	İfade 2 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda orijinal yazılımı tercih ederim) n	İfade 3 (Orijinal yazılımın fiyatı olursa orijinal yazılımı kullanmayı tercih ederim) n (\bar{x})
Cinsiyet	Erkek	148	56.7	94	6	48 (297 TL)
	Kadın	113	43.3	46	9	58 (331 TL)

Cinsiyete göre incelendiğinde Tablo 4'te erkeklerin 94'ünün her koşulda korsan yazılımı tercih edeceği, 6'sının da her koşulda orijinal yazılımı tercih edeceği görülmektedir. Erkek katılımcıların 48'i belirli bir fiyat koşulu altında orijinal yazılım kullanabileceklerini ifade etmişlerdir ve bu katılımcıların fiyat koşullarının ortalaması 297 TL olarak bulunmuştur. Kadın katılımcılar açısından bakıldığında ise 46 katılımcı her koşulda korsan yazılımı tercih ederken, 9 katılımcı da her koşulda orijinal yazılımı tercih etmiştir. Kadın katılımcıların 58'inin orijinal yazılım fiyatının ortalama 331 TL olması koşulu ile tercih edebilecekleri bulunmuştur. Cinsiyetler açısından karşılaştırıldığında kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre orijinal yazılıma 34 TL daha fazla maliyet ödemeye razı olduğu ifade edilebilir.

Tablo 5. Yaş gruplarına göre katılımcıların korsan yazılım ve orijinal yazılım kullanma niyetine ilişkin durumları

Değişken	Kategoriler	n	%	İfade 1 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda korsan yazılımı tercih ederim) n	İfade 2 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda orijinal yazılımı tercih ederim) n	İfade 3 (Orijinal yazılımın fiyatı olursa orijinal yazılımı kullanmayı tercih ederim) n (\bar{x})
Yaş	18 yaş altı	68	26.1	45	0	23 (310 TL)
	18-27 yaş	52	19.9	22	1	29 (312 TL)
	28-37 yaş	54	20.7	28	4	22 (353 TL)
	38-47 yaş	47	18	23	3	21 (328 TL)
	48 yaş ve üzeri	40	15.3	22	7	11 (240 TL)

Yaş grupları açısından korsan yazılım ve orijinal yazılım kullanma niyetleri incelendiğinde 18 yaş altı katılımcıların her koşulda korsan yazılım kullanma niyetleri ağır

basmakta olup, bu niyete ilişkin diğer yaş gruplarındaki katılımcı sayıları birbirine oldukça yakındır. Ayrıca 18 yaş altı katılımcıların hepsi mevcut maliyet ile orijinal yazılımı kullanmayacağını belirtmiştir. Mevcut maliyet ile orijinal yazılımı kullanmayı tercih eden katılımcı sayısı en çok 48 yaş ve üzeri katılımcılar olmuştur. Yaş gruplarına göre belirli bir fiyat düzeyinde orijinal yazılımı tercih etme durumunda ise en fazla maliyeti ödemeye razı olacak grubun 353 tl ile 28-37 yaş aralığı; en az maliyetle ödeme isteğinde bulunan grubun ise 240 TL ile 48 yaş ve üzeri grup olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 5 değerlendirildiğinde 48 yaş ve üzeri grubun orijinal yazılım için ortalamannın (316 TL) çok altında bir bedel ödemek istediği, 28-37 yaş arası katılımcıların ortalama üzeri bir bedel ödemeye razı oldukları, diğer yaş gruplarının ise ortalamaya yakın bir bedeli göze aldıkları söylenebilir.

Tablo 6. Bireysel aylık gelire göre katılımcıların korsan yazılım ve orijinal yazılım kullanma niyetine ilişkin durumları

Değişken	Kategoriler	n	%	İfade 1 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda korsan yazılımı tercih ederim) n	İfade 2 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda orijinal yazılımı tercih ederim) n	İfade 3 (Orijinal yazılımın fiyatı olursa orijinal yazılımı kullanmayı tercih ederim) n (\bar{x})
Bireysel Aylık Gelir	1500 TL'den az	65	24.9	36	0	29 (326 TL)
	1500-3000 TL arası	49	18.8	28	2	19 (294 TL)
	3001-4500 TL arası	64	24.5	31	3	31 (305 TL)
	4501-6000 TL arası	55	21.1	26	6	23 (295 TL)
	6001 TL ve üzeri	28	10.7	19	4	5 (280 TL)

Tablo 6'da katılımcıların aylık gelirine göre korsan ve orijinal yazılımlara karşı niyetlerine ilişkin verileri görülmektedir. Geliri en düşük olan grubun her koşul altında korsan yazılım tercihi diğer gruplardan fazladır ve yine bu grup içerisinde mevcut maliyeti ile orijinal yazılımı tercih eden hiç kimse yoktur. En ilgi çekici bulgu ise yine geliri en düşük olan bu grubun 326 TL ortalama maliyet ile orijinal yazılım kullanmaya olan eğilimlerinin diğer tüm gelir gruplarından yüksek olmasıdır. Yine Tablo 6'daki ilgi çekici bir bulgu da geliri en yüksek olan grubun orijinal yazılım kullanması için ödemeyi göze aldığı ortalama maliyetin (280 TL) diğer tüm gruplar arasında en düşük olmasıdır.

Tablo 7. Eğitim durumuna göre katılımcıların korsan yazılım ve orijinal yazılım kullanma niyetine ilişkin durumları

Değişken	Kategoriler	n	%	İfade 1 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda korsan yazılımı tercih ederim) n	İfade 2 (Bu fiyatları baz alarak her koşulda orijinal yazılımı tercih ederim) n	İfade 3 (Orijinal yazılımın fiyatı olursa orijinal yazılımı kullanmayı tercih ederim) n (\bar{x})
Eğitim Durumu	Lise ve altı mezunu	92	35.2	54	0	38 (329 TL)
	Ön lisans mezunu	30	11.6	15	0	15 (281 TL)
	Lisans mezunu	92	35.2	47	9	36 (334 TL)
	Lisansüstü mezunu	47	18	24	6	17 (279 TL)

Eğitim durumu açısından incelendiğinde lise ve altı derecede ve ön lisans mezunu katılımcıların hiçbirinin mevcut maliyet ile orijinali ürünü tercih etmediği, bu yöndeki tercihlerin hepsinin lisans ve lisansüstü mezunu katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Ayrıca orijinal yazılımı kullanmak için göze alınan maliyet ortalaması en çok lisans mezunu katılımcılarda bulunmuştur (334 TL).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüketicilerin korsan ve orijinal yazılıma karşı niyetlerini ve orijinal yazılımı tercih etme potansiyellerini inceleyen bu araştırma sonucunda orijinal yazılım üreticileri ve devlet için dikkate alınması gereken bazı önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Farklı demografik özelliklere sahip 261 katılımcı ile gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda tüketicilerin korsan ve orijinal yazılımlara karşı farklı kullanım niyetlerinin olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak bakıldığında 261 katılımcıdan 140'ının her koşulda (mevcut orijinal yazılımın fiyatı baz alınarak fiyat koşulları hangi düzeyde olursa olsun) korsan ürün kullanmayı tercih edecekleri; 15'inin ise mevcut orijinal yazılım maliyeti (600 TL) baz alınarak bu fiyat düzeyinde her zaman orijinal yazılımı tercih edecekleri; 106 katılımcının ise orijinal yazılımın fiyatları istedikleri düzeye çekilirse orijinal yazılım kullanma potansiyellerinin olduğu ve orijinal yazılımı tercih edebilecekleri belirlenmiştir. Bu 106 katılımcının orijinal yazılımı tercih etmek için göze aldıkları maliyetlerin ortalaması ise 316 TL olarak bulunmuştur. Yani bu katılımcılar, orijinal yazılım fiyatı 600 TL'den ortalama 316 TL'ye indirildiğinde korsan ürün kullanmak yerine orijinal yazılım kullanmayı tercih edeceklerdir. Orijinal yazılımı tercih etme potansiyeli olan bu 106 katılımcı cinsiyet açısından karşılaştırıldığında 48'inin erkek 58'inin kadın olduğu ve erkeklerin fiyat beklentilerinin 297 TL; kadınların fiyat sınırının ise 331 TL olduğu görülmektedir. Yani katılımcılar arasında orijinal yazılım için kadınların erkeklerden daha fazla bedel (34 TL daha fazla) ödemeye razı oldukları söylenebilir. Yaş grupları açısından bakıldığında 27 yaş altı olan toplam 67 katılımcıdan sadece 1 tanesinin mevcut orijinal yazılım maliyeti ile orijinal yazılımı tercih edeceği, kalan 66 katılımcının hepsinin tercihinin korsan yazılım olduğu bulunmuştur. Yaş grupları açısından dikkat çeken başka bir bulgu da orijinal yazılımı tercih etmek için beklenen fiyat maliyetinin en yüksek olduğu grubun 28-37 yaş aralığı olmasıdır. Bu yaş aralığındaki katılımcılar orijinal yazılımı

kullanabilmek için ortalama 353 TL ödemeye razı olduklarını ifade etmişlerdir. Bu bulgu aynı zamanda toplam katılımcıların ödemeye razı oldukları bedelin (316 TL) de üzerindedir. Gelir grupları açısından incelendiğinde ilginç sonuçlar ortaya çıkmıştır. En düşük gelir grubundaki katılımcıların (1500 TL'den az) orijinal yazılım için göze aldıkları fiyat bedelinin 326 TL; en yüksek gelir grubundaki katılımcıların (6001 TL ve üzeri) ise 280 TL olduğu görülmektedir. Ayrıca 1500 TL'den az geliri olan katılımcıların ödemeye razı oldukları bedel, diğer tüm gelir gruplarının ödemeye razı oldukları bedellerden daha yüksektir. Son olarak katılımcıların eğitim durumlarına göre bakıldığında lise ve altı mezunu ile ön lisans mezunu olan toplam 69 katılımcının hepsi mevcut fiyat koşullarında daima korsan yazılımı tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Eğitim durumuna göre orijinal yazılım kullanmada en yüksek bedeli ödemeye razı olan grubun ise 334 TL ile lisans mezunları olduğu bulunmuştur.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular ve sonuçlar değerlendirildiğinde orijinal yazılım üreticileri ve devlet iş birliği ile bazı çalışmalar yapıldığı takdirde korsan yazılım kullanım oranının düşürülebileceği öngörülmektedir. Mevcut orijinal yazılımların maliyetleri katılımcıların istediği ortalamaya ya da bu ortalamaya yakın bir maliyete çekilebilirse orijinal yazılım kullanım oranının artabileceği öngörülmektedir. Bu maliyetlerin düşürülmesinde devlet, teşvikler vererek orijinal yazılım üreticilerinin maliyetlerini düşürebilir ve bu durum da orijinal yazılım fiyatlarını daha da düşürecektir. Ayrıca korsan yazılım üreticilerine ve kullanıcılarına getirilecek ciddi yaptırımlar ve denetimler sonucunda tüketicilerin orijinal yazılım kullanma eğilimleri artacaktır. Devletin yapabileceği bir başka uygulama ise tüm tüketicilere yönelik ama özellikle lise ve ön lisans mezunu ve genç yaştaki tüketicileri hedef alarak korsan ve orijinal ürünlerin kullanımını konusunda bilinçlendirme çalışmaları yapmaktır. Devletin yapabileceklerinin yanı sıra orijinal yazılım üreticileri de değişken giderler içerisindeki maliyetleri kısararak, yazılım satışlarında bazı promosyonlar, çekilişler, hediyeler gibi tutundurma faaliyetleri yaparak korsan yazılım kullanım oranının azalıp, orijinal yazılım kullanım oranının artmasına destekte bulunabilir.

KAYNAKÇA

- Ang, S. H., Cheng, P. S., Lim, E. A., ve Tambyah, S. K. (2001). Spot the difference: Consumer responses towards counterfeits. *Journal of Consumer Marketing*, 18(3), 219-235.
- Bloch, P. H., Bush, R. F., ve Campbell, L. (1993). Consumer "Accomplices" in product counterfeiting: A demand side investigation. *Journal of Consumer Marketing*, 10(4), 27-36.
- Cheung, W. L., ve Prendergast, G. (2006). Exploring the materialism and conformity motivations of chinese pirated product buyers. *Journal of International Consumer Marketing*, 18(3), 7-31.
- Chiu, W., ve Leng, H. K. (2016). Consumers' intention to purchase counterfeit sporting goods in Singapore and Taiwan. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(1), 23-36.
- Cordell, V. V., Wongtada, N., ve Kieschnick Jr, R. L. (1996). Counterfeit purchase intentions: Role of lawfulness attitudes and product traits as determinants. *Journal of Business Research*, 35(1), 41-53.
- Hamelin, N., Nwankwo, S., ve El Hadouchi, R. (2013). 'Faking brands': Consumer responses to counterfeiting. *Journal of Consumer Behaviour*, 12(3), 159-170.

- Karahan, M. O. (2018). *Dijital korsanlıkta planlı davranış teorisi ve etik kavramının etkisi*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Karakaya, M., ve Ulutürk, B. (2011). ABD ve Avrupa Birliği'ne kıyasla Türkiye'deki korsan yazılım kullanım oranı ve farklılıkların analizi. *Polis Bilimleri Dergisi*, 13(3), 39-60.
- Karakuş, Ö., ve Sever, M. (2013). Fikir ve sınai mülkiyet suçları ile ödeme odaklı mücadele stratejisi: Kriminolojik bir yaklaşım. *Uluslararası Güvenlik ve Terörizm Dergisi*, 4(2), 33-52.
- Karip, F. (2015). Öğretmen adaylarının korsan üretime ilişkin metaforik algıları. *Current Research in Education*, 1(1), 13-22.
- Key, T. M., Boostrom Jr, R. E., Adjei, M. T., ve Campbell, D. A. (2013). Watch out: Themes in timepiece communities of counterfeit consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 12(4), 307-317.
- Kozar, J. M., ve Marcketti, S. B. (2011). Examining ethics and materialism with purchase of counterfeits. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 393-404.
- Liu, L. P., ve Fang, W. C. (2003). Ethical decision-making, religious beliefs and software piracy. *Asia Pacific Management Review*, 8(2), 185-200.
- Matos, C. A., Ituassu, C. T., ve Rossi, C. A. V. (2007). Consumer attitudes toward counterfeits: A review and extension. *Journal of Consumer Marketing*, 24(1), 36-47.
- Norum, P. S., ve Cuno, A. (2011). Analysis of the demand for counterfeit goods. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 15(1), 27-40.
- Penz, E., Schlegelmilch, B. B., ve Stöttinger, B. (2008). Voluntary purchase of counterfeit products: Empirical evidence from four countries. *Journal of International Consumer Marketing*, 21(1), 67-84.
- Phau, I., Prendergast, G., ve Chuen, L. H. (2001). Profiling brand-piracy-prone consumers: An exploratory study in Hong Kong's clothing industry. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 5(1), 45-55.
- Sancar, İ. V. (2016). *Üniversite öğrencileri, mezunları ve öğretim elemanlarının korsan yazılım kullanma eğilimleri ve açık kaynak kodlu yazılımlar hakkındaki farkındalıklarının incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Swinyard W. R., Rinne H., ve Kau A. K. (1990). The morality of software piracy: A cross-cultural analysis. *Journal of Business Ethics*, 9(8), 655-664.
- Tom, G., Garibaldi, B., Zeng, Y., ve Pilcher, J. (1998). Consumer demand for counterfeit goods. *Psychology & Marketing*, 15(5), 405-421.
- Uysal, S. E. (2006). *Korsan yayıncılığın türk müzik endüstrisine olan etkilerinin popüler kültür açısından değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, İzmir.
- Veloutsou, C., ve Bian, X. (2008). A cross-national examination of consumer perceived risk in the context of non-deceptive counterfeit brands. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 7(1), 3-20.
- Yaman, E., Erdoğan, Y., ve Ekşi, H. (2008). Bilgisayar kullanıcılarının korsan/kaçak yazılım kullanımı hakkındaki görüşleri. *İş Ahlakı Dergisi*, 1(2), 61-79.

https://gss.bsa.org/wp-content/uploads/2018/05/2018_BSA_GSS_Report_en.pdf