

## Bölüm 12

# MESLEK YÜKSEK OKULU ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI DERSİNİN TÜKETİCİ HAKLARI BİLGİ VE FARKINDALIK DÜZEYİNE ETKİSİ

Gül den GÖK<sup>1</sup>

### 1. GİRİŞ

Günümüzde iletişim olanakları ve teknoloji de yaşanan gelişmeler, serbest piyasa ekonomisi, tüketim alışkanlıklarının giderek değişmesine neden olmaktadır. Piyasaya sunulan çeşitli tür ve nitelikteki mallar tüketicilerin satınalma kararlarını etkilemektedir. Önceki dönemlerde tüketim zorunlu ihtiyaçların karşılanması amacıyla yapılırken günümüzde, ekonomide yaşanan gelişmelerin etkisiyle de örneğin; merak, gösteriş, kültürel, moda, statü ya da psikolojik gibi çeşitli nedenlerle de yapılır olmuştur (Aslan,1996;Odabaşı,1996).

Piyasaya sunulan çeşitli tür ve nitelikteki malların, standartlara uygun olup olmadığı ya da kalite, sağlık ve belirtilen nitelikleri taşıyıp taşımadığı tüketiciler tarafından tespit edilememektedir. Zira piyasada bulunan her malın niteliği hakkında bilgiye o malın uzmanları tarafından incelenmesi sonucunda ulaşılabilmektedir. Bu nedenle tüketicilerin piyasada bir takım sorunlarla karşılaşmaları ihtimal dahilindedir.

Tüketiciler satınaldıkları ürünler ile yaşadıkları bu sorunlar karşısında mağdur olmakta, kıt kaynakları israf edilerek, gelir kaybına uğramaktadır. Bu sorunların aşılmasında, tüketici haklarının bilincinde olmanın ve yaşanan mağduriyet ile ilgili hak arama yollarına başvurma nın önemi büyüktür. Tüketici haklarının bilincinde olan, sorumluluklarını bilen tüketicilerin, hak arama yollarını bildikleri, bilinçli davrandıkları takdirde, kıt kaynakların israfı önlenecek, piyasaya hakim konumda olan satıcılar karşısında güçlü olabileceklerdir. Bu şekilde, bilinçli tüketicilerin olduğu bir piyasada, tam rekabet koşulları daha sağlıklı işleyebilecek ve üreticilerin de piyasaya daha kaliteli malların sunulmasına katkı sağlanabilecektir (Akipek,1996;Kanıbir, Saydan,2006).

---

<sup>1</sup> Öğr.Gövr. Dr. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu guldengok@selcuk.edu.tr

edilmiştir. Pazarlama Bölümü öğrencilerinin Bilgi Düzey Puanları diğer bölüm öğrencilerinden % 13, Farkındalık Düzey Puanları ise diğer bölüm öğrencilerinden %6 daha yüksek olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç tüketici konulu derslerin öğrencilerin bilgi düzeyleri üzerinde oldukça etkili olabildiğini göstermiştir. Bu veriler MYO öğrencilerinin “Tüketici Davranışları” dersinden bilgi düzeylerini artıracak şekilde yararlandıklarını göstermektedir ancak bu dersin farkındalık düzeyleri üzerinde yaptığı etkinin biraz düşük kaldığı da ortaya çıkmıştır. Bu nedenle bu dersin kapsamında öğrencilerin farkındalık düzeyini artıracak gerçek yaşamla bağlantılı çalışmalar, etkinlikler ve görevlerin daha fazla içeriğe alınması önerilmiştir.

Öğrencilerin hem bilgi düzey puanlarının, hem de farkındalık düzey puanlarının cinsiyete, aile yaşam yerine ya da aile nüfusuna göre farklılık olmadığı halde sadece kayıtlı oldukları bölümlere açısından anlamlı farklılıklar göstermiş olması dikkat çekici bulunmuştur. Bu veri öğrencilerin okudukları bölüm ile özdeşleştikleri, bölüm dersleri dışında kalan bilgi ve farkındalıklara yeterince açık olmadıkları şeklinde yorumlanmıştır. Diğer bir deyişle Tüketici hak ve sorumlulukları konusunda eğitim almak için tek kaynaklarının bölümleri olduğu bu verinin yorumu olarak ortaya çıkmıştır. Bu nedenle MYO öğrencilerinin bölüm dersleri kapsamında tüketici hakları ve sorumlulukları konusunda bilgi ve farkındalık kazandırılmasının son derece önemli ve yararlı olacağı öngörülmüştür.

## **KAYNAKÇA**

- Akipek, Ş., (1996), “Batı Ülkelerinde ve Avrupa Birliği’nde Tüketicinin Korunması” Türkiye’de Tüketicinin Korunması Perspektifler, TES-AR Yayınları, No:18, s. 21-29, Ankara
- Ali, P., Anderson, M. E., McRae, C. H., & Ramsay, I. (2014). Consumer rights wareness of young Australians. *Competition and Consumer Law Journal*, 22(2), 126-150.
- Altunışık,R.,&Coşkun,R.,&Bayraktaroğlu,S.,&Yıldırım, E.,(2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı, Sakarya Yayıncılık, Sakarya
- Aslan,Y.,(2015). “6502 Sayılı Kanuna Göre Tüketici Hukuku, Ekin Yayınevi, Bursa
- Babaoğlu, M. (2007). Ankara: Tüketici Yazıları,
- Hacettepe Üniversitesi Hastaneleri Basımevi Babaoğlu, M., ve Sürgit,B., (2010), Tüketicinin Korunması ve Tüketici Haklarına İlişkin Bilinç Düzeyi Araştırması Raporu, Tüketici Çevre ve Eğitim Vakfı, Ankara.
- Basavaraj, C. S., & Tangade, S. F. (2004). Awareness and Perception of Educated Consumers about Consumer Protection Laws. *Indian Journal of Marketing*, 34(4).
- Bauman, Z. (2001). Consuming life. *Journal of consumer culture*, 1(1), 9-29.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: “Tüketiyorum Öyleyse Varım”. *Sosyoloji Konferansları*, (43), 221-248.
- Deryal, Y., ve Korkmaz,Y. (2015).Tüketici Hukuku, Ders Kitabı,Adalet Yayınevi, Ankara.
- Day, G. S., & Aaker, D. A. (1997). A guide to consumerism. *Marketing Management*, 6(1), 44.

- Ede, F. O., & Calcich, S. E. (1999). African-American consumerism: An exploratory analysis and classification. *American Business Review*, 17(1), 113.
- Erdoğan, T. (2011). Tüketicinin korunmasına ilişkin haklarla ilgili anayasal ve yasal düzenlemelerin nitelikleri ve anayasada almaları gereken yerler.
- Ersöz, S., & Nazik, M. H. (2006). Ergenlerde tüketicilik bilinç düzeyi üzerine bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 313-328.
- Göle, C. (1983). *Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması*. Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü.
- Hayta, A. B., & HAYTA, A. B. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Indirani, N., & Kumar, A. (2016). Awareness on Consumer Rights among Undergraduate Students in Tiruchirappalli City. *International Journal of Educational Investigations*, 3(3), 63-74.
- Kanibir, H., & Saydan, R. (2006). Bilgi Çağında Bilgili Tüketim Toplumu Arayış” Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” Un Getirdikleri ve Ev Hanımlarının Bilgi Düzeyi Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 103-123.
- Kayalı, F. (2008). Tüketicinin korunması ve tüketici hakları konusundaki bilgi düzeyinin tüketicinin korunmasındaki rolü.
- Knights, C. (2000). *Educating tomorrow's consumers today: An introduction to consumer education*. Consumers International.
- Komisyona, D. P. T. Ö. İ. (1995). Türkiye-At Mevzuat Uyumu Sürekli Özel İhtisas Komisyonu raporları Cilt 1. *Devlet Yardımları Alt Komisyonu, DPT Yayını, Ankara*.
- Mahjoub J. (1996). *La protection du consommateur des dommages causés par les vices des produits industriels vendus*, revue koweitienne.
- Makela, C. J., & Peters, S. (2004). Consumer education: Creating consumer awareness among adolescents in Botswana. *International Journal of Consumer Studies*, 28(4), 379-387.
- Mazlan, D., Redzuan, A. M., & Bakar, D. A. (2014). Consumer education in creating a consumer conscious nation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 155, 448-453.
- Odabaşı, Y. (2006). Tüketim kültürü, Sistem Yayınları, İstanbul.
- Polat, H., & Ünişen, A. (2016). Ebeveyn Görüşlerine Göre Hayat Bilgisi Eğitimini Almış Çocuklarının Bilinçli Tüketici Olma Durumları/Parents' Views on Conscious Consumerism Dispositions of Pupils Taught Social Studies Courses. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 12(3), 670-694.
- Poroy, R. (1978). Tüketicinin Korunmasına İlişkin Bazı Özel Hukuk Sorunları. *Halil Arslanlı'nın Anısına Armağan, İstanbul*, (s 513).
- Teşkilatı, D. P., & Komisyonu, T. P. Ö. İ. (1994). *Tüketici Politikaları Özel İhtisas Komisyonu raporu*. TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı.
- Tokol, T. (1977). *Pazarlama Açısından Tüketici Korunması Sorunu*. Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.
- Uzunöz, M., Büyükbay, E. O., & Bal, H. S. G. (2008). Kırsal kadınların gıda güvenliği konusunda bilinç düzeyleri (Tokat ili örneği). *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 35-46.
- Ünal, H., & Babaoğlu, A. (2014). A research on the levels of conscious consumerism of the sport consumer Spor tüketicilerinin bilinçli tüketicilik düzeyleri üzerine bir araştırma. *Journal of Human Sciences*, 11(1), 992-1003.
- Vijayakumar, P., & Venugopal, P. (2012). Consumer awareness and the role of Educational Institutions. *A Journal of Radix International Educational and Research Consortium (RIJS)*, 1(5).