

Bölüm 6

EV KADINLARININ TÜKETİCİ HAKLARI KONUSUNDA BİLGİ VE BİLİNÇ DÜZEYLERİ İLE TÜKETİM DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: KONYA MERAM İLÇESİ ÖRNEĞİ

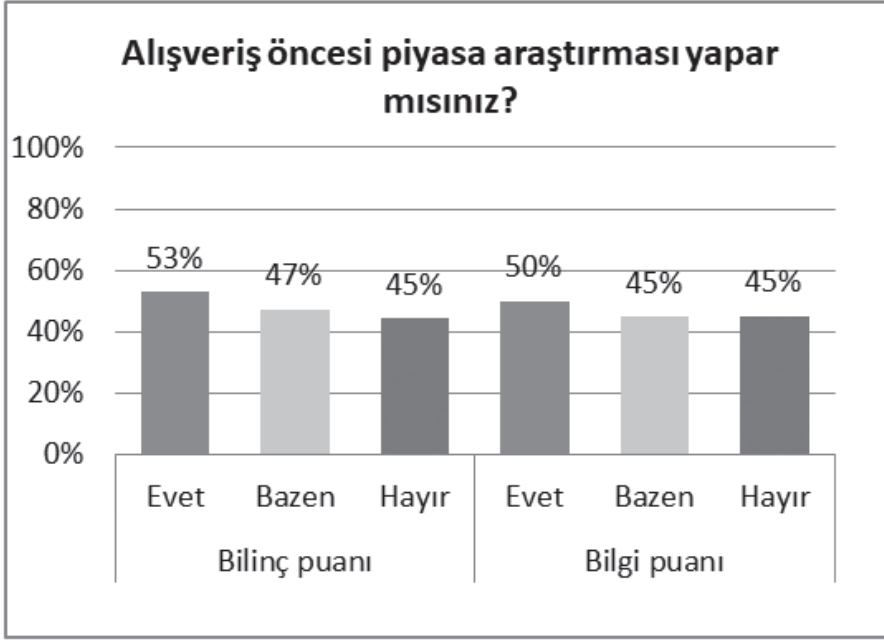
Güliden Gök¹

1. GİRİŞ

Bir mal ve ya hizmeti mesleki olmayan amaçlarla satın alıp kullanan gerçek ya da tüzel kişilere tüketici denilmektedir(Ünlüören, 1999; Odabaşı, 2015). Tüketim bireyin yaşamında yer alan ve ömür boyu devam eden bir süreçtir. Bireyin yaşamını devam ettirebilmesi ihtiyaçlarını gidermesi ve bu nedenle tükettiği mal ve hizmetlerden en yüksek faydayı sağlaması gerekmektedir. Bu nedenle tüketim eyleminde bulunan her birey satın aldığı maldan en yüksek faydayı elde etmek ister ve hiçbir sorunla karşılaşmak istemez. Fakat buna imkân yoktur zira tüketicilerin zaman zaman satın aldıkları mallarla ilgili bazı sorunlar yaşadıkları ve mağdur oldukları görülmektedir. Tüketicilerin günümüzde yaşadıkları bu sorunlar sadece bu çağa ait sorunlar olmayıp, tarihin her döneminde de var olduğu bilinmektedir. Örneğin Babil devletinde Hammurabi Kanunlarında, tüketicilerin aldatılmaması ve satıcılar karşısında zarar görmemesi için birçok düzenleme bulunmaktadır. Mısır'da Firavun ekonomik hayatın düzenlenmesi için birçok önlem aldığı, tartı ve ölçülerde hile yapanlar, yüksek fiyatla mal satanlar cezalandırılmıştır (May,2012). Yine eski Roma'da, Yunan'da, Babil'de İngiltere'de, Fransa'da ve Osmanlı'da tüketicileri koruma amacıyla birçok hukuki düzenlemeler yapılmış olduğu bilinmektedir(Kuzgun,1988; Akipek, 2001).

Tarihi dönemlerden başlayarak günümüze kadar devam eden bu süreçte tüketici ya da alıcıların korunması, satın aldığı mal ve hizmetlerden zarar görmemesi, sağlık ve güvenliğinin sağlanması için devletler tarafından bir takım düzenlemeler yapıldığı ve tüketicilerin satıcılar karşısında korunmasının sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir (Tokol,1997).

¹ Öğr.Görv. Dr, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Konya. guldengok@selcuk.edu.tr



Grafik 8. Ev kadınlarının piyasa araştırması alışkanlıklarına göre tüketici hakları bilgi ve bilinç düzeyi puanları

Tersine bilgi düzeyi yükseldikçe alışveriş öncesi piyasa araştırması yapma alışkanlığı artmakta, bilinç düzeyi yüksek olan grupta piyasa araştırması yaparak alışverişe çıkma davranışı bazen ya da hiç yapmayanlardan anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

KAYNAKLAR

1. Akipek, Ş., (2001). Türkiye’de tüketicinin korunmasının yasal boyutu ve tüketicinin korunması hakkındaki kanun. Standart Dergisi, 471: 24 – 31.
2. Aslan, Y., (2015). “6502 Sayılı Kanuna Göre Tüketici Hukuku, Ekin Yayınevi, 5. Baskı, Bursa.
3. Aydoğdu, M., (2014). 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un Getirdiği Yeniliklere Genel Bakış, Sözleşmeye Aykırılık, Ayıplı İfa Kavramlarına Getirdiği Farklı Yaklaşım ve Bu Konudaki Önerilerimiz, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Dergisi, C.15.S.2 <http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/12345/18> E.T.17.09.2018
4. Baudrillard, Jean (2010). “Tüketim Toplumu: Söylenceleri,” Yapıları, çev: Hazal Deliceaylı ve Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. <https://anarsistpraksis.files.wordpress.com/2014/06/jean-baudrillard-tc3bcketim-toplumu.pdf> E.T. 8.04.2018.
5. Baykan, Renan (2005). Tüketici Hukuku Mevzuata İlişkin Yorum-Eleştiri-Öneri, Güncelleştirilmiş 2. Baskı, İstanbul Ticaret Odası Yayın No : 2005-41.

6. Cui, C.C., Lewis, B.R. Ve Park, W. (2003). "Service Quality Measurement in The Banking Sector in South Korea", International Journal of Bank Marketing, 21(4), s. 191-201.
7. Day, S.G. & Aaker, D.A.,(1997). A Guide to Consumerism: What is it, where did come from, and where is it going? Marketing Management, 6(1).
8. DPT,ÖİK (1994).Yedinci Beř Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Tüketici Politikaları, Ankara.
9. DPT(2000).Sekizinci Bes Yıllık Kalkınma Planı : Küresellesme, Özel İhtisas Komisyonu, Raporu2, Yayın No: DPT:2544-Ö_K:560, Ankara.
10. Durak,İ.,&Yücel,A.,(2010). Ahiliğin Sosyo Ekonomik-Etkileri ve Günümüze Yansımaları, Süleyman Demirel Üniversitesi,İktisadi İdari Bilimler Fakültesi,Y.2010, C.15,S.2,Vol.15, No.2 ,s.151-168.
11. Ersoy,Y., Arpacı,F.,(2013). Halk Eğitimi Merkezi Kurslarına Devam Eden Ev Kadınlarının Tüketici Hakları Konusunda Bilgi Düzeyleri ve Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma, Milli Eğitim Dergisi, Sayı: 153. file:///C:/Users/OEM/Desktop/Ev%20kad%C4%B1nlar%C4%B1n%C4%B1n%20t%C3%BCk%C4%B1%20bilin%C3%A7%20d%C3%BCz.html. E.T.17.04.2018
12. Ede, F.O. ve Calcıch, S.E. (1999). "African American Consumerism: An Exploratory Analysis and Classification", American Business Review, 17 (1):113-122.
13. Jain,D.,(1989). Law about Consumer Rights, Delhi: Sahni Publication.
14. Kanıbir,H.,&Saydan,R.,(2006). Bilgi Çağında Bilgili Tüketim Toplumunu Arayış "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun"un Getirdikleri ve Ev Hanımlarının Bilgi Düzeyi Üzerine Bir Araştırma.Süleyman Demirel Üniversitesi,İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y.2006,C.11,S.2,s.103-123.
15. Karaman,Y.,& Öktem,M.,(2013). İlköğretim Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarında Tüketici Hakları,Elementary Education Online,12(3), 674-686, <http://ilkogretim-online.org.tr/http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ilkonline/article/view/5000037758/5000036616>
16. 12.12.2016.
17. Kuzgun,Ş.,(1988)."Ahilikte Kalite Kontrolü ve Tüketicinin Korunması",Standart Dergisi,Eylül, <https://www.tse.org.tr/upload/tr/dosya/icerikyonetimi/7073/30072015112351-2.pdf> E.T.17.04.2018.
18. Ladwen Richard(2003). "Le Comportement Du Consommateur Et De L'acheteur",2. edition,Economica,Paris.
19. Nakip, M. (2003). Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
20. Odabaşı, Y.,(1998).Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
21. Shekhar,S.,& Ahlawat,S.,& Singh,S.,(2009). Awareness And Utilization Of Consumer Rights By Women Consumers Of Palanpur City, ISSN-0974-2832,Vol. II, Issue-5 (Nov.08-Jan.09).<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.392.6281&rep=rep1&type=pdf> E.T.11.04.2018.
22. Tokol,T.,(1977). Pazarlama Açısından Tüketicinin Korunması Sorunu, Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, No:23. Yargıçoğlu Mastbaası, Ankara.
23. Tüpadem,www.tupadem.hacettepe.edu.tr/.../tuketicinin_korunmasi_bilinc_duzeyi E.T.2.03.2018.

24. Ünlüören, Kurban (1999). “Turizm Sektöründe Tüketicinin Zararının Tazmin Edilmesi Hakkı Üzerine Bir Araştırma”, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2,s: 117-140.
25. Zhou, L. (2004). “A Dimension-Specific Analysis of Performance only Measurement of Service Quality and Satisfaction in China’s Retail Banking”, *Journal of Services Marketing*, 18(7), s.534-546.
26. İnternet Kaynakları:
27. 8<http://tuketicilerdernegi.org.tr/akademi/tuketici-hukuku/evrensel-tuketici-haklari/E.T.4.05.2018>.
28. <http://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights?lowres=true> 01.02.2018.
29. <http://www.eurocoop.org/en/publications/position-papers/consumer-policyhttp://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights/> 1.12.2018
30. <http://www.oecd.org/sti/consumer/consumer-policy-toolkit-9789264079663-en.htm>12.05.2018
31. http://www.tuketici.gov.tr/source.cms.docs/etuketici.gov.tr.ce/docs/yayinlar/BEL-DA_PARLAK.pdf21.04.2018
32. <http://www.tupadem.hacettepe.edu.tr/evrensel-tuketici-haklari.php> E.T.28.03.2018
33. http://www.tuketici.gov.tr/index.snet?wapp=nasilbasvurulur_tr&open=1 E.T.2.01.2019