



www.yoskis.org

[yoskisesempozyum](http://www.yoskisesempozyum)

yoskis2015@gmail.com

EĞİTİM
yayınevi

Y O S K I S
O 2 0 1 5
S 0 . .
K 1 . .
I 5
S

22-24 EKİM 2015

Lamos Hotel & Convention Center / MERSİN

II. YÜKSEKÖĞRETİM STRATEJİLERİ VE
KURUMSAL İŞBİRLİĞİ SEMPOZYUMU
(YOSKIS 2015)

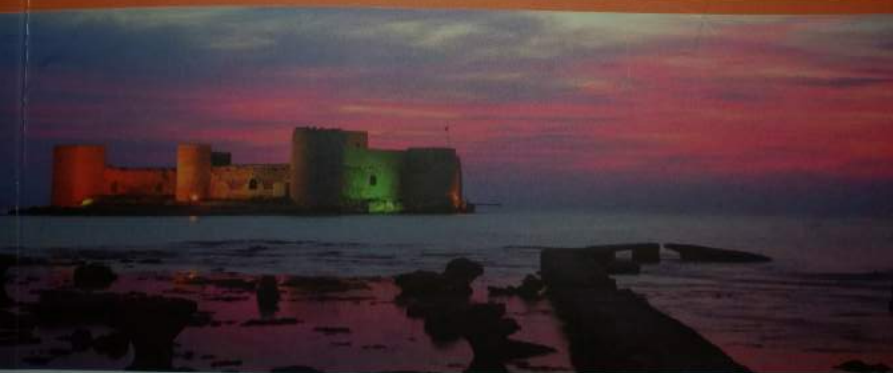


YÜKSEKÖĞRETİM STRATEJİLERİ VE KURUMSAL İŞBİRLİĞİ SEMPOZYUMU

22-24 EKİM 2015

Lamos Hotel & Convention Center / MERSİN

Bildiri Kitabı





II. YÜKSEKÖĞRETİM STRATEJİLERİ VE KURUMSAL İŞBİRLİĞİ SEMPOZYUMU

22-24 EKİM 2015 | MERSİN

EDİTÖR

Öğr. Gör. Muhammet SAYGIN
Yrd. Doç. Dr. Salih AKSAY

EDİTÖR YARDIMCILARI

Öğr. Gör. Dr. Garip YARŞI
Öğr. Gör. Esra SARIOĞLU
Öğr. Gör. Şanser DELİOĞLAN
Öğr. Gör. Yusuf ÇELİK
Uzm. Nuran Özlem YILDIZ
Öğr. Elm. Murat DEMET

Düzenleyen

T.C. Mersin Üniversitesi
Silifke Meslek Yüksekokulu

ISBN: 978-605-9831-15-4

Baskı ve Cilt
Dizgi Ofset

Matbaacılar Sitesi 10451. Sk. No: 4 Karatay / Konya

Ekim 2015

EĞİTİM YAYINEVİ

Rampalı İş Merkezi Kat:1 No:121 Tel/Faks:0332 351 9285
E mail: egitimyayinevi@hotmail.com

Kitapta yer alan bildirimler ile ilgili tüm bilimsel, hukuki ve etik sorumluluklar bildiri yazarlarına aittir.

YÜRÜTME KURULU

SEMPOZYUM ONURSAL BAŞKANI

- Prof. Dr. Ahmet ÇAMSARI - Mersin Üniversitesi Rektörü

SEMPOZYUM DÖNEM BAŞKANI:

- Yrd. Doç. Dr. Salih AKSAY- Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu
- Öğr. Gör. Muhammet SAYGIN - Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu

SEMPOZYUM YÜRÜTME KURULU:

- Yrd. Doç. Dr. Fatma İNCE - Mersin Üni. Silifke Uyg. Tek. ve İşl. Yüksekokulu
- Yrd. Doç. Dr. Onur KÖPRÜLÜ - Mersin Üni. Silifke Uyg. Tek. ve İşl. Yüksekokulu
- Öğr. Gör. Dr. Garip YARŞI - Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu
- Öğr. Gör. Esra SARIOĞLU - Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu
- Öğr. Gör. Şanser DELİOĞLAN - Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu
- Öğr. Gör. Yusuf ÇELİK - Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu
- Öğr. Gör. Mithat TURHAN - Mersin Üni. Silifke Uyg. Tek. ve İşl. Yüksekokulu
- Uzm. Nuran Özlem KÖROĞLU - Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu
- Öğr. Elm. Murat DEMET - Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu

TÜKETİCİNİN SATIN ALMA KARAR SÜRECİNDE HUKUKİ İSTIKRAR
İLKESİNİN ETKİLERİ

THE EFFECTS OF LEGAL STABILITY PRINCIPLE ON CONSUMER PURCHASE
DECISION PROCESS

Prof. Dr. Himmet KARADAL
Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Av. Fahri ÖZSUNGUR
Adana Ticaret Odası

Özet

Tüketici, satın alma karar sürecinde güvenilir ürün arayışındadır. Yasalarla desteklenmiş ve tüketicilere güven veren ürünler, tüketicilerin satın alma karar süreçlerini etkiler. Aynı şekilde, yasalar ile sınırlanmış ve yasaklanmış ürünler de bu süreci etkiler. Tüketicinin her şeyden önce düşünen, sosyal bir varlık oluşu onu toplu ve hukuk kurallarına uyum sağlamaya yönlendirir. Gruptaki statüsünü koruma, başka bir gruba girebilme, saygınlık, onaylanma güdüsü tüketici olan bireyi uyum için baskı altında tutar. Hukuk kurallarına uyum sağlayan birey, hukuki güvenlik ilkesi ile önceden bildiği hukuk kurallarına dayanılarak kazandığı hakların korunacağı güvencesini elde etmek ister. Bu istek, hukuki istikrar ilkesinin tüketicinin satın alma karar sürecinde etkin rol oynamasını sağlar.

Anahtar Kelimeler: *Tüketici Satın Alma Karar Süreci, Hukuki İstikrar İlkesi, Yasak Ürün Paradoksu, Hukuki Güvenlik İlkesi*

Abstract

Consumer is in quest of safe product in purchase decision process. Products, which are supported by legislation and give confidence to consumers, effect Consumer Purchase Decision Process. Similarly, products which are limited and banned by legislation also effect this process. Consumer who is thinking, social being, directed to conformance to rules of society and law. Keep group position, group participation, honour, approval drive repress individual who is consumer for conformity. Individual who fit into law, desire acquire assurance of legal protection acquisition of rights based upon foreknowledge rules of law. This desire ensure legal stability principle to play an active role in consumer purchase decision process.

Key Words: *Consumer Purchase Decision Process, Legal Stability Principle, Illegal Product Paradox, Legal Reliance Principle*

1. GİRİŞ

Tüketici; ürünlerin fiyatları veya kalitesi ya da her ikisi arasında seçim yapan, tatmine bağlı ve bir süreyle sınırlı olmaksızın istek ve ihtiyaçları olan, ihtiyacı değişken ve karmaşık bir yapıya sahip kişi ve organizasyonlardır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere bir gerçek kişi ya da organizasyonun tüketici sayılabilmesi için belirli bir zaman sınırı olmaksızın ihtiyacının bulunması gerekir. Tüketici bir ürün ya da hizmet satın alırken o ürün ya da hizmetin fiyatını, kendi bütçesini düşünür. Bazen de fiyat ve bütçe, güven duygusunun arka planında kalır. Tüketim ya da satın alma ihtiyacının doğması ile satın alma karar sürecine giren tüketici davranış biçimini bazı etkenlere göre yönlendirir. Bu etkenlerden biri hukuki istikrar ilkesidir. Hukuki istikrar ilkesini ele almadan önce iki temel yaklaşımı incelemek gerekir. Bunlar, tüketici karar verme modeli ve davranışçı yaklaşımdır. Zira tüketici, satın alma karar sürecinde karar verip davranış gerçekleştirir ve sonraki süreçler de bu süreci takip eder.

2. TÜKETİCİ KARAR VERME MODELİ

Tüketici karar verme modeli diğer adıyla Engel, Kollat ve Blackwell modeli, satın alma sürecinde tüketicinin nasıl karar aldığı ile ilgilidir. Süreç tüketicinin satın alma eyleminin bir süreç içinde meydana geldiğini göstermektedir. Şekil 3' te de görüleceği üzere tüketici, problemin meydana gelmesi ve tanınması ile

alternatifleri araştırıp değerlendirir. Değerlendirdiği alternatifler arasında bir seçim yapan tüketici, seçim yaptığı ürün hakkında bir fikir ve tecrübe sahibi olur. Bu aşamadan sonra satın alma sonrası değerlendirme süreci başlar.



Şekil 1: Engel, Kollat ve Blackwell tüketici karar verme modeli (Engel vd., 1978: 86; Smith ve Wertheimer, 1996: 258)

3. DAVRANIŞÇI YAKLAŞIM

1920' de Watson tarafından geliştirilen bu metot, tüketici davranışlarının önceden öngörülebileceği düşüncesinden hareket etmektedir. Watson' a göre yeşil kurbağa fizyolog için *ne ise*; üretici, mağaza ve reklam acentesi için de tüketici odur (Watson, 1989: 137).¹ Watson' a göre, insan organik bir makinedir ve davranışlar dış olaylardan öğrenilir. Kazanç, fayda, hizmet ve ürünlere yakınlık bağlamında yapılacak doğrudan ölçümler, davranışçı yaklaşımın odaklandığı konulardır (DiClemente ve Hantula, 2003: 590). John B. Watson, davranışçı yaklaşımı şu cümleleri ile ifade etmiştir: "Psychology as the behaviorist views it is a purely objective experimental branch of natural science. Its theoretical goal is the prediction and control of behavior. Introspection forms no essential part of its methods, nor is the scientific value of its data dependent upon the readiness with which they lend themselves to interpretation in terms of consciousness. The behaviorist, in his efforts to get a unitary scheme of animal response, recognizes no dividing line between man and brute. The behavior of man, with all of its refinements and complexity, forms only a part of the behaviorist's total scheme of investigation (Watson, 1913: 158; Watson, 1994: 253; Watson vd., 2009: 11)." Bu ifadelerde dikkat çeken temel unsurlar: objektif (objective), deneysel (experimental), doğa bilimi (natural science), öngörü (prediction), davranış kontrolü (control of behavior), hayvan ve insan (man and brute). Tüm parçalar birleştirildiğinde Watson' un davranışçı yaklaşımına göre;

- Gözlenebilir davranışlardaki değişimler temel alınmıştır
- Zihinsel süreç reddedilmiştir
- Davranışın kaynağı (insan ya da hayvan) değil davranışın kendisi önem taşımaktadır
- Davranış ölçülebilir.

Davranışçı yaklaşımda gözlenebilir değişimler, zihinsel süreçten ve iç gözlemsellikten (introspective) bağımsızdır. Uyarıcı ve tepkilerle ortaya çıkan sonuç ile birey davranışlarına anlam yüklenir (Bellack, 1990: 5). Davranışçı yaklaşımı destekleyici çalışmalar Edward C. Tolman, Clark L. Hull, Burrhus F. Skinner tarafından benimsenen Yeni Davranışçılık (Neobehaviorism) ile devam etmiştir. Bu teori ile hayvanlar üzerinde yapılan deneyler ile insan davranışlarının çözülmeye çalışılması hedeflenmiştir. Yapılan deneyler, elde edilen sonuçlar, olaylar karşısında zaman, mekan ve başkaca faktörler karşısında karmaşık davranışlar sergileyebilen insanın davranışlarını ölçmeye yetmemiştir. İnsanoğlu, etrafını çevreleyen etkenler yığını altında doğru karar vermeye çalışır. Deneysel ölçümler, insan davranışlarını anlamaya yetmeyecektir. Özellikle tüketici davranışları, ekonomik, sosyal ve daha bir çok faktörden etkilenen karmaşık eylemlerden oluşur. Hukuksal güven, hukuki istikrar ilkesi, bu faktörlere örnek verilebilir.

4. HUKUKİ İSTIKRAR İLKESİ (LEGAL STABILITY PRINCIPLE)

Hukuki istikrar ilkesi kişilerin hukuki güvenlik ilkesi (legal reliance principle) ile önceden bildikleri hukuk kurallarına dayalı olarak kazanılan hakların korunacağı güvencesinin kişilere verilmesidir. Hukuki güvenlik ilkesi ise, kişilerin hukuksal ilişkiler kurarken tabi olacakları hukuk kurallarını önceden bilmeleridir (Ávila, 2007: 72;

¹ Watson' un bu sözü "The consumer is to the manufacturer, the department stores and the advertising agencies, what the green frog is to the physiologist." şeklindedir.

Robison, 2002: 47). Hukuk devleti, kişilerin ya da organizasyonların değil hukukun uygulayıcısı ve temsilcisidir (Doehring, 2001: 209).² Bunun anlamı; hukukun uygulanmasının uygulayıcının keyfi davranışına yaşıntılarında kendilerini güvende hissederler. Tüketiciler satın alma ve karar sürecinde mevcut yasal düzenlemeleri esas alırlar. Tüketim ürünleri ve sunulan hizmetler hakkındaki yasal düzenlemeler, yasal alımın, ülkenin ekonomik durumunun hukuk kuralları ile korunmasını yasal düzenlemeler ile koruma altına yapılan yasal düzenlemeler hukuki istikrar ilkesinin etkisi ile ilgilidir. Hukuki istikrar ve güven, tüketim ile elde edilen faydalardan biridir. Tüketiciler alışveriş yaparken, bir ürün ya da hizmet satın alırken, alıma (ürünün yasalardan satın alınmasının veya satışının yasaklı ya da sınırlı olması), ürünün satın alma aşamasında garanti sözleşmesini onaylatmak, faturaya sekiz gün içinde itiraz etmek vb) bilmelidir. Aksi halde satın alma ve karar sürecinde birçok sorunla karşılaşabilir. Tüketici satın alma karar sürecinin her safhasında hukuki istikrar Toplumsal ve ülkelerin meydana getirdikleri oluşumlarda da bu ilkenin etkisini görmek mümkündür. Bu oluşuma verilebilecek örnek olan, *çeşitlilik içinde birlik* (In varietate concordia) sloganı ile harekete geçen Avrupa Birliği, sosyal sınıflandırmaları ve tüketicileri etkileyen önemli bir yapılanmadır (Simons, 2011: 110). Avrupa Birliği, tüketici sağlığı ve güvenliğinin korunması için Genel Ürün Güvenliği Direktifi' ni (General Product Safety Directive) yayınlamıştır (Murphy, 2012: 10). Ürünlerin paketlenmesi, transferi ve kalitesi gibi birçok gereklilik bu bildiri ile üye devletlerin, satıcı ve tedarikçilerin uymaları için yayınlanmaktadır. Gıda haricindeki ürünler için de hızlı alarm sistemi geliştirilmiştir.³ Avrupa Birliği resmi web sayfasında tehlikeli bulunan ürünler haftalık olarak tespit edilmekte ve bu sayfada yayınlanmaktadır. Böylece tüketicinin satın alma karar sürecinde, daha sağlıklı karar alabilmesi, hedeflenen ürün hakkında tespit edilmiş bir sorunun varlığı hakkında bilgi edinmesi sağlanmaktadır. Bildiride yer alan gerekliliklerin türünde yer alması, hızlı alarm sisteminde sorun tespit edildiğine dair bir veri olmaması ürüne olan güveni sağlayacaktır. Aksi durumda, hukuki istikrarın varlığı konusunda tüketiciler üzerinde olumsuz düşünceler hakim olacak, yasalara ve ürüne olan güven sarsılacaktır.

5. ÜRÜN KAYNAKLI ETKİLER

Hukuki istikrar ilkesi tüketici üzerinde ürün kaynaklı etkiler yaratabilir. Bazı ürünlerin satışı, yetiştirilmesi, pazarlanması, üretilmesi yasal koruma altında olabilir. Özellikle yasal olarak sınırlanmış ürünlerin üretim ve satışı yasal olarak sınırlandırıldığından tüketim dolaşımı sınırlıdır. Alkol ve tütün gibi ürünlerin, Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından kontrol altında tutulması ve özellikle de yasal düzenlemelerle sınırlanması tüketici üzerinde az sonra bahsini yapacağım bazı etkiler yaratır. Yasal düzenlemeler puro ve sigarillo ithalatı, belge içeriği ve şekli için, Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından belirlenen puro ve sigarillo ithalatı yetki belgesine sahip gerçek ve tüzel kişiler tarafından yapılabileceği şartını getirmiştir.⁴ İthal edilen puro ve sigarillolar bandroller ihtiva edecek şekilde piyasaya arz edilir. Yasal sınırlamaya dahil olan ürünlerde bandrol; ürünün denetlendiği kurumun logosunu içeren, taklit edilemez nitelikteki açık güvenlik unsurları tüketici tarafından, gizli güvenlik unsurları özel olarak üretilmiş taşınabilir cihazlarla kamu denetçileri tarafından tespit edilebilir özelliklere sahip olan kıymetli damga niteliğindeki kağıttır. Yasal koruma altında olan ürünlerde bandrol; fikir ve sanat eserlerinin izinsiz çoğaltılmalarının ve taklit edilmelerinin önlenmesi amacıyla; fikir ve sanat eserlerinin çoğaltılmış nüshaları ile süreli olmayan yayınların üzerine yapılandırılan, sökülmesi halinde parçalanarak yapılandırıldığı malzemenin özelliğini kaybettiren nitelikte güvenlik şeridi içeren holografik özellikli bir güvenlik etiketini veya dijital olarak üretilen güvenlik etiketidir.⁵ Böylece bandrolün tüketici üzerinde güvenlik, koruma, hak arama, hukuki istikrara dayalı güvence etkileri olduğunu ve kanun koyucunun bu etkileri gerçekleştirmeyi hedeflediğini söylemek mümkündür. Tüketici, satın alma karar

² Karl Doehring, hukuk devletinin insanları değil hukukun hükümete olduğu görüşünü savunmaktadır.

³ Amerika Birleşik Devletleri' nde aynı görevi, Birleşik Devletler Ürün Güvenliği Komisyonu (United States Consumer Product Safety Commission) görmektedir.

⁴ Amlan düzenleme 28/5/2011 tarihli ve 27947 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 26/4/2011 tarihli ve 2011/1794 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile değiştirilmiştir.

⁵ Amlan tanımlama, 08/11/2001 tarih 24577 sayılı Resmî Gazetede yayımlanmış olan Bandrol Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 4/ b hükmünde yer almaktadır.

sürecinde; bedel, kalite, hijyen, hizmette süreklilik, garanti, hukuksal güven gibi unsurları gözetir. Ürün üzerindeki bandrol tüketicide hukuksal güven, garanti imajı yaratır. Bu nedenle, bandrol uygulamasının tüketicide üzerinde ürün hakkında hukuki istikrar ilkesinin önemli bir unsuru olan hukuksal güven kanısı uyandırdığını söylemek mümkündür. Aynı şekilde ürün garanti belgeleri de, hukuki istikrar ilkesinin etkilerini gösterdiği faktörlerdendir. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun' a göre üretici ve ithalatçılar, tüketicide yönelik üretilen veya ithal edilen mallar için içeriği yönetmelikle belirlenen bir garanti belgesi düzenlemek zorundadır. Bu belgenin tekemmül ettirilerek tüketicide verilmesi sorumluluğu satıcıya aittir. Garanti süresi malın teslim tarihinden itibaren başlamak üzere asgari iki yıldır. Kanun hükmü ile satıcıya yüklenen garanti belgesi düzenleme ve tüketicide verme sorumluluğu tüketicide ürüne güven duygusu yaratır. Bu durum aynı zamanda satın alma eğilimine de pozitif katkı sağlar. Garanti belgesinin olmayışı, belgenin üzerinde tahrifatlı kısımların yer alması, belgenin çelişkiye mahal verecek düzeyde ifadeler içermesi satın alma eğiliminde negatif etki yaratır. Tüketicide üzerinde etkisi olan bir diğer ürün çeşidi de yasak ürünlerdir. Haşhaş ekilecek ve kapsül üretilecek yerler memleketin tarımsal ve ekonomik durumu, yurtiçi ihtiyacı, ihraç imkanları ve mevcut stok durumuna göre her yıl Bakanlar Kurulunca tesbit edilir. Tespit ve ilan edilen yerlerin dışında ne maksatla olursa olsun haşhaş ekilmesi yasaktır. Kenevir bitkisinin Cannabis sativa/ Cannabis indica türlerinden elde edilen esrar (marijuana) maddesinin satışı yasaktır. Tıbbi kullanımlar ve bilimsel araştırmalar haricinde tüketim dolaşımının yasak oluşu tüketicide satın alma karar sürecinde negatif veya pozitif etkiler yaratır ya da hiç etki yaratmaz. İstem dışı engellenen, yasal engeller ile karşılaşan tüketicide sapkın davranışlar sergileyen toplumun diğer üyelerinden etkilenecek ya da kendiliğinden yasak olan ürünleri tüketmek isteyebilir. Böyle bir durumda, ürüne olan bağlılık, gruba olan bağlılığı gölgeleyebilir. Tüketim eğilimi yasak ürünü satın alma ile sonlanıyorsa pozitif etki, satın almaktan vazgeçme ile sonlanıyorsa negatif etkiden bahsetmek mümkündür. Yasak ürünlerin hukuki istikrar ilkesi bağlamında tüketicide ile olan ilişkisine gelince: Tüketicide yasak olan ürünlerin tüketiminin yasalar ile engellendiğinin bilincinde ise, tüketim davranışı ve kararı üzerinde negatif bir etki yaratacaktır. Bahsini yaptığım negatif etki, bireyin tüketim isteğinin düşmesi anlamını taşımamaktadır. Zira, tüketicide tüketim isteği de yasak olduğumu bildiği için tüketim eğilimini durdurabilir. Buna karşılık, tüketicinin yasalarla yasaklanmış olan ürünün birlikte tüketim eğilimi de negatif etkilenebilir. Bunun sebebi, tüketicinin yasalarla yasaklanmış olan ürünün tüketilmesinin belirli yaptırımlara bağlanmış olduğunu bilmesinden ya da varsaymasından ileri gelir.

6. YASAK ÜRÜN PARADOKSU

Ürünün yasalar ile yasaklandığını bilmeyen ya da bilebilecek durumda olmayan bireyler tüketim ihtiyacı ve isteğine bağlı olarak yasak ürünü tüketmek isteyebilirler. Tüm bu durumlar *yasak ürün paradoksu* ortaya koyar. İhtiyaç ve istek yasak ürünü satın alma yönünde olduğu halde, yasal engeller karşısında satın alma eyleme dönüşmez. Diğer taraftan, yasal engeller istek ve ihtiyacı baskı altında tutarak sönmesini sağlar ve satın alma eyleme dönüştürmez. Yasak ürünü satın alma eğilimi, yasal engellerin üzerinde ve onu gölgeleyecek düzeyde ise satın alma eyleme dönüşür. Diğer taraftan, şeker hastalığı gibi sağlık ve zorunlu durumlar ile tehdit, yanlış, bilinç kaybı gibi hallerde yasal engeller bilindiği ya da bilinmediği halde satın alma eylemleri gerçekleşebilir. Tüketicinin kişisel özellikleri, yaşam tarzı, ailesi, sosyal çevresi, dahil olduğu grupların özellik ve değerleri yasak ürünün tüketilmemesini gerektirebilir. Ancak zorunlu bazı durumlarda tüketim eğilimi ortaya çıkabilir. İşte böyle bir durumda kişi çelişkiye düşer. Örnekleme gerekirse, ihtiyaç duyulan ürün bir taraftan yasalar ile tüketimi engellenmiş diğer taraftan da bir hastalık için çözüm kaynağı olabilir. Bu durumda kişi ürünü daha önce tüketmek istemediği halde ihtiyaçla birlikte doğan bir istek sürecine girer. İhtiyacın büyüklüğü istekliliği tetikleyecek, kişide yasak olan ürünü satın alıp almayacağına karar verecektir. Karar verme sürecinde ise kişinin değerleri, dahil olduğu grubun satın alma konusundaki kanısının ne olduğu ve tavırının ne olacağı, ailesel faktörler, sosyal çevre birlikte değerlendirilecektir. Kişide bu süreçte fayda/ kayıp değerlendirme ve feda etme konumundadır. Tüketicide, ailesine, sosyal çevresine, yasalara ve hatta kendi değerlerine aykırı olan ürünü satın alma ile çelişkili bir karar vermiş olur. Tüketicide ihtiyacı satın alma yönünde gerçekleşmiş ve bu ürünü satın almayı istemiştir. Ancak, bu kararı almaya iten faktörler kişide çaresizlik etkisi gerçekleştirdiği için kişisel bir paradoksu da beraberinde getirmiştir.

