

Kırsal Bölgelerde Yaşayan Tüketicilerin Demografik Özelliklerinin Tüketici Hakları Bilinç Düzeyi ile Tasarruf Davranışına Etkisi*

(Araştırma Makalesi)

The Effect of Demographic Characteristics of Consumers Living in Rural Areas on Consumer Rights Awareness Level and Saving Behavior

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1024555

Gülden GÖK

Dr. Selçuk Üniv. Sosyal Bilimler MYO,

guldengok95@gmail.com

Orcid No: 0000-0002-9948-867X

Bu makaleye atıfta bulunmak için: Gök, G. (2022). Kırsal Bölgelerde Yaşayan Tüketicilerin Demografik Özelliklerinin Tüketici Hakları Bilinç Düzeyi ile Tasarruf Davranışına Etkisi. *Alanya Akademik Bakış*, 6(3), Sayfa No.2989-3007.

Anahtar kelimeler:

Demografik
Özellikler,
Tüketici Hakları
Bilinç Düzeyi,
Tasarruf Davranışı

Makale Geliş Tarihi:

03.12.2021

Kabul Tarihi:

28.06.2022

Keywords:

Demographic
features,
Consumer Rights
Knowledge Level,
Saving Behavior

ÖZET

Ülkemizde tüketici haklarının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalar çoğunlukla şehir merkezlerinde yapılmaktadır. Kırsal bölgelerde yaşayan tüketicilerin, tüketici haklarının bilgi düzeyleri ile tasarruf davranışları hakkında bilgi sahibi olmak giderek önemli bir konu olmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, kırsal alanlarda yaşayan tüketicilerin tüketici hakları bilgi düzeyleri ile tasarruf davranışlarının belirlenmesi amacıyla düzenlenmiştir. Çalışmamız, Konya'nın, gelişmişlik düzeyine göre seçilen 6 ilçesinden 100'er katılımcıyla yüz yüze anket yöntemi uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada "Basit Tesadüfi Örneklem Yöntemi" ile "Kotalı Örneklem Yöntemi" kullanılmış ve "t-testi – Independent Sample t-test", "Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)" ile "çapraz tablo" Ki-kare analizi ve "Speraman" korelasyon katsayısı da araştırmada kullanılan yöntemler olmuştur.

ABSTRACT

In our country, studies to determine consumer rights are mostly carried out in city centers. It is an increasingly important issue to have information about the knowledge levels of consumers living in rural areas and their saving behavior. In this context, the aim of the research is to determine the consumer rights knowledge levels and saving behaviors of consumers living in rural areas. Our study was carried out by applying face-to-face survey method with 100 participants from 6 districts of Konya, which were selected according to the level of development. "Simple Random Sampling Method" and "Quota Sampling Method" were used in the study and "t-test – Independent Sample t-test", "One-Way Analysis of Variance (ANOVA)" and cross-tabulation "Chi-square analysis" and "Speraman" correlation coefficient were also the methods used in the research.

* Bu çalışma, Gülden Gök tarafından hazırlanan ve Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından 2018 tarihinde kabul edilen "Tüketici Hakları Farkındalığı ve Tasarruflar" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

1. GİRİŞ

Yaşantımızda hangi rolde olursak olalım - çocuk, öğrenci, ebeveyn, işçi, memur, çiftçi- hepimiz bir tüketiciyiz. Hayatımızı devam ettirebilmek için, sürekli olarak mal ve hizmet satın alır ve tüketiriz; yemek yemek, giyinmek, okumak, izlemek, oynamak, seyahat etmek gibi. Zira hayatımızı devam ettirebilmek, mutlu olmak, sağlıklı kalabilmek, daha iyi eğitilmiş olmak, rahat yaşamak için tüketim hepimizin vazgeçilmezi olmaktadır. Dolayısıyla tüketim dünyaya gelen her bireyin günlük varoluşunun ayrılmaz bir parçasıdır. Tüketimin yaygınlığı o kadar fazladır ki, yaşamlarımızı şekillendirmedeki öneminin çoğu zaman farkında değiliz. Dünyanın her yerinde ve ülkesinde her yıl milyarlarca mal ve hizmet alımı yapılmakta ve tüketim sağlanmaktadır.

Her yaş ve roldeki bireyleri tüketici olarak adlandırdığımızı göre o halde tüketici, ihtiyaçlarını gidermek için çeşitli ürünler satın alıp bunları ticari kaygı gütmekten nihai olarak tüketip bitiren kişidir(Gök,2018:39). Tüketici kavramı çeşitli anlamlar yüklenerek çeşitli şekillerde tanımlanabilir. Bu konuda en kesin tanımı” Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun”da vurgulandığı gibi ticari kaygı gütmekten sadece ihtiyaçları karşılamak için mal ve hizmet tüketen her bireyi tüketici olarak nitelendirilmektedir.

O halde birey hangi konumda ve nerede yaşarsa yaşasın yaşamını sürdürmek ve ihtiyaçlarını gidermek zorundadır ve bir tüketicidir. Tüketici sadece günümüzde ortaya çıkmış bir kavram değildir. Tarihi dönemlere gidildiğinde günümüz anlamında tüketiciden bahsedilmezse de o dönemlerde tüketici “alıcı” üretici ise “satıcı olarak adlandırılırdı. Bu iki taraf birbirlerini tanır, satış sonrası bir sorun yaşanırsa, bu sorun kolaylıkla çözümlenirdi.

Tüketici ile ilgili sorunların arttığı dönem özellikle 19. yüzyıldan itibaren ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni, sanayi devrimiyle dünyada bollaşan mal üretimi beraberinde tüketicilerin bazı sorunları yaşamasına neden olmuştur. Bu vesileyle ilk defa tüketici hakkı ve tüketicinin mağduriyeti kavramı ortaya atılmış ve bu yöndeki gelişmeler ABD’de ivme kazanarak, daha sonra Avrupa ülkeleri, Japonya ve Kanada gibi dünyanın diğer ülkelerinde devam etmiştir. Bu yüzyıldan sonra giderek yaygınlaşan tüketici hakkı ve tüketicinin korunması gibi kavramların amacı tüketicinin satın aldığı ürünler ile ilgili yaşadığı sorunlar karşısında ne gibi hakları olduğunu bilmesi ve bu konuda bilgi sahibi edilerek aydınlatılmasıdır (Mucuk,1999).

Bilindiği gibi tüketiciler güçlü satıcılar karşısında daima daha zayıf konumdadırlar. Satın aldıkları ayıplı mallar karşısında nereye müracaat edeceklerini bilemediklerinden devlet veya çeşitli bağımsız örgütler tüketicilerin satıcılar karşısında güçlerini artırmak için çeşitli girişimlerde bulunmaktadırlar. Tüketicilerin bu girişimleri sosyal bir hareket olarak nitelendirilse de hükümetler de bu konuya duyarlı kalmayarak çeşitli yasal düzenlemeleri yürürlüğe koyarak, tüketicilerin satıcılar karşısında korunmasını sağlamaktadırlar (Day ve Aeker,1997;Will,1977). Böylelikle günümüzde tüketicileri koruyan yasaların yürürlüğe girmesiyle tüketiciler daha fazla korunmuş ve konumları daha da güçlenmiştir. Fakat piyasaya yön veren firmaların teknolojinin tüm imkânlarını kullanarak, piyasaya çeşitli tür ve nitelikte mal sunmaları, kâr peşinde koşmaları, tüketicilere mal satmak için çeşitli iletişim olanaklarından yararlanmaları tüketicilerin giderek mağdur olmalarına sebep olmaktadır. Rekabetin tam olarak işlemediği, tekelleşmenin hakim olduğu günümüz piyasasında, tüketicilerin korunması ve kendilerine sağlanan haklar konusunda bilgi sahibi olması gerekmektedir (Deryal ve Korkmaz,2015:4).

Ülkemizde bu yönde halen yürürlükte olan 6502 sayılı “*Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun*” bulunmaktadır. Bu kanununla ilgili tüketicilere sağlanan hakların farkında olunması ülkemiz kıt kaynaklarının korunmasına önemli katkı sağlaması bakımından önemlidir.

2. LİTERATÜR

Günümüzde firmalar gelişen teknoloji ve iletişim olanakları sayesinde piyasaya çok çeşitli tür ve nitelikteki malı piyasaya daha hızlı ve yoğun bir şekilde sunmaktadır. Bunları satın alan tüketicilerin alım sonrası çok çeşitli sorunlarla karşılaşabileceği ihtimal dahilindedir. Bu durumda haklarını bilen ve arayan tüketicilerin satın aldığı bozuk, hatalı ürünler karşısında nasıl davranacağını bilmesi onun gelir kaybını yaşamasını engelleyecektir. Bu bağlamda tüketicilerin bilgilendirilmesi, hakları konusunda aydınlatılması günümüz hızlı ilerleyen teknolojisine karşısında oldukça önemli bir konu olmak durumundadır.

Bu konuya duyarlı olan akademik çevreler konuya dikkat çekilmesi bakımından bu yönde birçok çalışma yapmış ve yapmaya devam etmektedirler. Yurt içinde yapılan çalışmalardan olan Borak (1984) tarafından İstanbul’un farklı semtlerinde yapılan çalışmada, 446 kadın tüketici ile görüşülerek tüketici hakları bilinç düzeyi sorgulanmış ve sonucunda kadın tüketicilerin hakları konusunda bilgi sahibi olmadıkları tespit edilmiştir. Çalışmada kadın tüketicilerin %72,5’i satın aldıkları ürünler ile ilgili sorun yaşadıkları halde şikâyetle bulunmadıkları, neden şikâyetçi olmadıkları sorulduğunda ise, katılımcıların %50,8’i bu şikâyetten hiçbir sonuç çıkmayacağına inandığını söylemiştir.

Usta (2011) tarafından Karabük’ün çeşitli ilçelerinde, kamu kuruluşlarında görev yapan memurlar ile yapılan bir çalışmada, memurların tüketici hakları bilgi düzeyleri % 16 olarak oldukça düşük bulunmuştur.

Bariş ve Şen (2017) tarafından Tokat ilinde yapılan bir çalışmada, kamu çalışanlarının tasarruflarını etkileyen faktörler araştırılmış, 417 kamu çalışanı ile gerçekleştirilen çalışmada tasarrufları etkileyen en önemli faktörlerin yaş ile hane halkı geliri olduğu tespit, diğer faktörler olan eğitim, meslek sahibi olma, hane halkı büyüklüğü ve medeni durumun tasarruf düzeyini etkilemediği ortaya çıkmıştır.

Sönmez ve Artukoğlu (2021), tarafından İzmir’in Kemalpaşa, Tire ve Kınık ilçelerindeki 126 tarım işletmeleri ile yapılan çalışmada üreticilerin %52,4’ü tasarruf yaptığını, %47,6’sı tasarruf yapmadığını ifade etmiş ve işletmelerde gelir düzeyine bağlı olarak tasarruf yapma oranlarının da arttığı gözlenmiştir. Araştırmada, tasarruf yapamayan üreticilerin %50,0’si yeterli geliri olmadığı için tasarruf yapamadıklarını ifade etmişlerdir.

Uzunöz ve arkadaşları tarafından (2008), Tokat ili merkez ilçe kırsal alanda yaşayan 89 kadınla yüz yüze anket yöntemiyle yapılan çalışmada, kırsal alanda yaşayan kadınların gıda güvenliği konusundaki bilinç düzeyleri incelenmiş ve gelir ve eğitim düzeyleri ile gıda güvenliği bilinç düzeyleri arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada gelir ve eğitim düzeylerinin arttıkça tüketicilerin gıda güvenliği bilinç düzeylerinin arttığı ortaya çıkmıştır.

Mohan ve Suganthi (2013) tarafından yapılan “Kırsal Tüketicilerin Tüketici Haklarına İlişkin Farkındalığı” başlıklı çalışmada, kırsal kesim tüketicilerinin cinsiyet, aile tipi, meslek ve aylık gelirleri ile tüketici hakları bilgi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Buna karşılık, yaş eğitim, medeni durum ile tüketici hakları bilgi düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Chandra (2011), “Tüketici Algısı ve Tüketici Hakkında Farkındalık” adlı çalışmasında, kırsal bölgelerde yaşayan tüketicilerin kentte yaşayanlara göre çok düşük bilgi düzeyine sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Güney Afrika’da Rousseau ve Venter (1996) tarafından yapılan bir çalışmada, demografik etkenlerin farklı tüketici gruplarına etkisi araştırılmış ve elde edilen sonuçlara göre tüketici hakları bilinç düzeyinin bölgelere göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Tüketicilerin tasarruf davranışına ilişkin, Loayza vd. (2000) tarafından yapılan bir çalışmada, kırsal alan ile kentlerde yaşayan tüketicilerin tasarruf davranışı karşılaştırılmış ve demografik özelliklerin tasarruf davranışını etkilediği, kırsal alanda yaşayan tüketicilerin kentlerde yaşayan tüketicilere göre daha fazla tasarruf yaptıkları belirlenmiştir. Buna neden olarak da kırsal bölgede yaşayan tüketicilerin ihtiyat güdüsüyle tasarruf davranışına daha fazla yönelindikleri tespit edilmiştir.

Krishnakumar ve Sakthiventhan (2012) tarafından kırsal alanda yapılan çalışmada, tüketici hakları bilgi düzeyi ve sorumlulukları düşük bulunmuştur.

Hindistan’da Basavaraj ve Tangade (2004) tarafından yapılan bir diğer çalışmada ise kent merkezindeki eğitimli tüketicilerin tüketici hakları bilinç düzeyi düşük bulunmuştur.

2012 yılında Ishak ve Faridah tarafından Malezya’da yapılan bir çalışmada ise kent merkezinde yaşayan tüketicilerin kırsal bölgelerde yaşayanlara göre tüketici hakları konusunda daha bilinçli oldukları görülmüştür.

Karahan ve Maksudunov (2010) tarafından Kırgızistan’ın başkenti Bişkek’te 384 tüketici ile yapılan çalışmada tüketicilerin evrensel tüketici hakları konusunda bilgi sahibi olmadıkları tespit edilmiştir.

Kumar (2018) tarafından Hindistan’ın Assam eyaleti Kamrup kırsalı Bongaon’da yapılan bir çalışmada, kırsal alanda yaşayan tüketicilerin tüketici hakları farkındalık düzeyi düşük bulunmuş ve bu bölgedeki tüketicilerin sadece %40’ı Tüketiciyi Koruma Yasası’ndan haberdar olduğu ve %60’ının haberdar olmadığı ortaya çıkmıştır.

Khan (2016), tarafından Hindistan’ın kırsal ve kentsel alanlarında ve 8 şehir ve 12 köyde yüz yüze anket yöntemiyle 1.000 kişiyle yapılan çalışmada, yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi gibi faktörlerin tüketici hakları farkındalık düzeyinin şehirlerde yüksek köylerde ise düşük bulunmuştur.

Singh tarafından (2009) yılında Hindistan’ın kırsal kesiminde tüketici hakları bilinç düzeyini ölçmek amacıyla yüz yüze anket yöntemiyle yapılan çalışma sonucunda, tüketici bilinç düzeyi çok düşük çıkmıştır. Çıkan bu sonuçlar daha önceki bulguları destekler nitelikte olmuştur. Kırsal kesimde ankete katılanların neredeyse hepsi ve şaşırtıcı bir şekilde kentte yaşayanlara göre, %90 ı tüketici koruma kanunları hiç duymadıklarını belirtmiştir. Ayrıca bu kanunları duymuş olanların da nasıl kullanıldığı ve içeri hakkında bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmıştır. Benzer çalışma Rambabu ve Kumar (2017), tarafından yapılmış ve kırsal bölgede yaşayan tüketicilerin %34’ü tüketici haklarının farkında,%32’si kısmî farkında,%34’ü ise hiç farkında olmadığı ortaya çıkmıştır.

3. MATERYAL VE METOD

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma Konya'nın ilçeleri olan ve ekonomik kalkınma düzeyi bakımından en yüksek orta ve en düşük kritere göre[†] seçilen Karapınar, Ereğli, Sarayönü, Akşehir, Kadınhanı, Çumra'da yaşayan tüketiciler ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada belirtilen ilçelerde yaşayan tüketicilerin tüketici hakları bilgi düzeyi ile tasarruf davranışı araştırılmıştır. Çalışmada ayrıca, tüketici hakları bilinç düzeyine sahip bireylerin daha yüksek oranda tasarruf yapıp yapmadıkları tespit edilmeye çalışılarak, bu ikisi arasındaki ilişkinin yönünün ve kuvvetinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada ele alınan temel sorunsal demografik özellikler olan; cinsiyet, eğitim ve yaş ile tüketici hakları farkındalık düzeyi ile tasarruf düzeyi arasında bir ilişki var mıdır? Tüketici hakları farkındalık düzeyi ile tasarruf yapıp yapmama arasında bir ilişki var mıdır? Amacı ortaya koyacak ilgili hipotezler aşağıdaki şekilde ifade edilmiş, test edilmiş ve yorumlanmıştır.

3.2.Araştırmanın Ana Kütlesi

Araştırmanın ana kütesini, Konya'nın 28 ilçesi oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise Konya'nın; Karapınar, Ereğli, Sarayönü, Akşehir, Kadınhanı, Çumra ilçeleridir. Araştırmada, bu ilçelerde (Karapınar, Ereğli, Sarayönü, Akşehir, Kadınhanı, Çumra) 100'er katılımcı olmak üzere toplam 600 katılımcıya ulaşılmıştır. Örnek kütenin seçiminde kullanılan temel kriter, katılımcıların, süper/hiper marketlere gelen, kendisine sağlanan hakları öğrenme yetisine sahip, 18 yaşından büyük, hane halkından sadece biri ve mesleği ve geliri olan tüketicilerden oluşmasıdır. Araştırmada kullanılacak olan veri setini elde etmek için ilgili ilçelerde, 12.02.2016-30.05.2016 tarihleri arasında anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

3.3.Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, betimsel araştırma türünde ve ilişkisel tarama yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem içerisinde birincil verileri elde etme aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 20 istatistik programı kullanılarak, cevapların frekans dağılımları, katılımcıların demografik özellikleri incelenmiş, güvenilirlik testleri ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Ayrıca araştırmada T testi ve ANOVA testleri de kullanılmıştır.

Araştırmanın veri seti ana kütleyle bağlı olarak zaman, eleman, bütçe kısıtlamaları ve daha hassas bir çalışma olması sebebiyle tamsayım yerine "Basit Tesadüfi Örnekleme Yöntemi"(Altunışık vd. 2010:137-138), "Kotalı Örnekleme Yöntemi" (Sencer ve Sencer, 1978:482) kullanılarak örnek oluşturulması tercih edilmiştir.

3.4.Araştırmanın Soruları

Araştırmada ele alınan sorular:

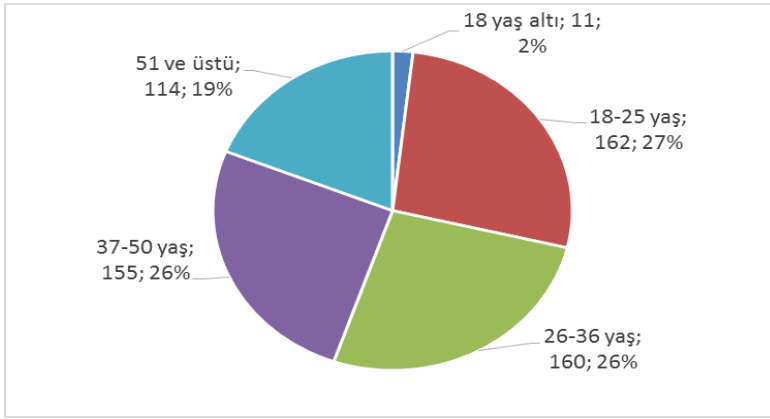
- ✓ Katılımcıların tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı(THP) gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık gösteriyor mu?
- ✓ Katılımcıların tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı(THP) tasarruf yapıp yapmama durumuna göre anlamlı farklılık gösteriyor mu?

[†] TR52 Düzey 2Bölgesi İlçeleri Sosyal Gelişmişlik Endeksine göre; Ereğli 4, Akşehir 6, Karapınar 9, Çumra 14, Kadınhanı 16.sırada yer almaktadır(Mevlana Kalkınma Ajansı,2016:8).1,2 ve 3.sıradaki ilçeler Konya'nın merkez ilçeleri olan; Seçuklu, Meran ve Karatay ilçeleridir, bu ilçeler merkezde olduğu için araştırmaya dahil edilmemiştir. Çalışma kırsal bölgelere yöneliktir.

- ✓ Katılımcıların tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı(THP) tasarruf alanına göre anlamlı farklılık gösteriyor mu?
- ✓ Katılımcıların tasarruf yapıp yapmama durumu demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık gösteriyor mu?
- ✓ Katılımcıların tasarruf yapıp yapmama durumu gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık gösteriyor mu?
- ✓ Katılımcıların tasarruf alanı tercihi demografik özelliklerine göre anlamlı farklılıklar gösteriyor mu?
- ✓ Katılımcıların tasarruf alanı tercihleri gelir düzeylerine göre anlamlı farklılıklar gösteriyor mu?

4. BULGULAR

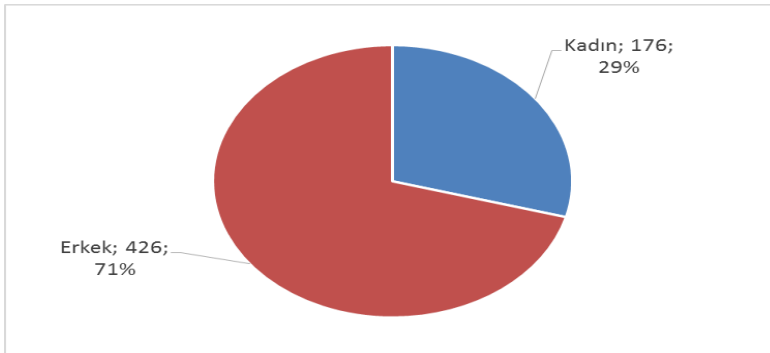
4.1. Demografik Özellikler İle İlgili Bulgular



Grafik 1. Katılımcıların Yaş Grupları Dağılımı

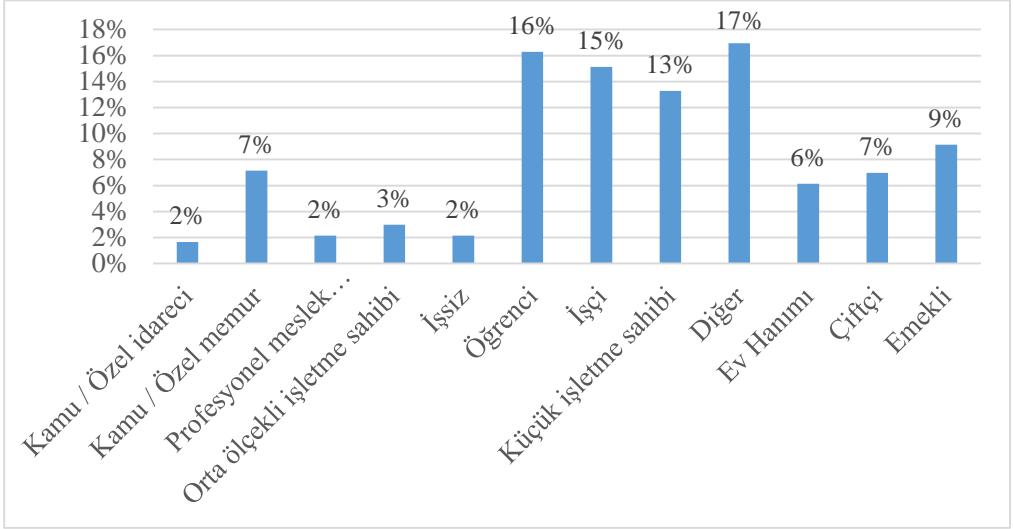
Grafikte 1’de görüldüğü gibi, katılımcıların %27’si 18-25 yaş grubunda, %26’sı 26-36 yaş grubunda, % 26’sı 37-50 yaş grubunda, % 19’u 51 ve üstü yaş grubundadır.

18 yaş altı gruptaki tüketicilerin payının diğer yaş gruplarından daha düşük olduğu, diğer gruplarda dengeli bir oran olduğu görülmektedir.



Grafik 2. Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

Araştırmaya katılanların %29'u kadın,%71'i erkektir. Kadın ve erkek oranlarının eşit olmasa da her iki gruptan da anket için yeterli sayıda tüketici olduğu anlaşılmaktadır.



Grafik 3. Katılımcıların Mesleğe Göre Dağılımı

Tablo 1. Katılımcıların Öğrenim Durumu

Öğrenim Durumu	Sayı
Okula gitmemiş	5
İlkokul	127
Ortaokul	91
Lise	232
Y.Okul	55
Üniversite	85
Y.Lisans/Doktora	7
Toplam	602

Katılımcıların 127'si ilkökul, 232'si lise mezunudur. Hiç okula gitmemiş ve Y. Lisans/Doktora olan katılımcıların sayısı diğer gruplara göre oldukça azdır. Ancak anket yapılan ilçelerde bu sayılar toplumun genelindeki eğitim durumu dağılımına uygundur.

Tablo 2. Katılımcıların Gelir Grupları

Gelir Grubu	Sayı
-------------	------

0-1.000TL	51
1.001-1.500TL	139
1.501-2.000TL	147
2.001-2.500TL	60
2.501-3.000TL	74
3.001-4.500TL	55
4.501TL-	74
Toplam	600

Katılımcıların gelir gruplarına bakıldığında, 1.000TL ile 2.000TL arasında gelir düzeyine sahip olanların oranını daha yüksek olduğu görülmektedir.

4.2. Tüketici Hakları Bilgi ve Farkındalık Puanı (THP) Üzerinde Yapılan Analizler

Araştırmaya katılan tüketicilere uygulanan anket sorularına göre her bir tüketici için hesaplanan Tüketici Hakları Bilgi ve Farkındalık Puanı (THP) üzerinde yapılan incelemeyle puanlara etki eden faktörlerin neler olabileceği araştırılmış ve tüketicilerin ortalama tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı 100 üzerinden 53,39, Standart sapması ise 16,07 olarak hesaplanmıştır. Bu puan ortalaması tüketicilerin bilgi ve farkındalık düzeyinin istenen seviyede olmadığını göstermektedir. Standart sapmanın büyük olması bireyler arasında puan farklarının fazla olduğunu göstermektedir. Tüketici hakları puanlarının dağılımı aşağıdaki Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Tüketici Hakları Puanı Dağılımı

	0-21	21-37	37-69	69-85	85-100	Toplam
Sayı	27	64	418	91	2	602
%	4%	11%	69%	15%	0,3%	100%

Tablo 3'te görüldüğü gibi puanların %69'u aritmetik ortalamanın içinde bulunduğu 1- standart sapma aralığında, %95'i de 2- standart sapma aralığındadır. Bu veriler puanların normal dağılıma uyduğunu göstermektedir. Ayrıca Kolmogorov-Smirnov testi ile yapılan analiz sonuçlarından THP nin normal dağılıma uyduğunu göstermektedir ($p>0,05$). Bu nedenle araştırmada gruplar arası incelemeler parametrik testlerle yapılmıştır.

THP üzerinde demografik faktörlere göre yapılan analizlerde cinsiyete ve medeni duruma göre oluşan gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır. Gelir düzeylerine, eğitim düzeylerine, mesleklerine, yaşanan yere ve yaş gruplarına göre oluşan grupların arasında anlamlı farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır. İlgili analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Gelir Gruplarına Göre THP Analizleri

Gelir Grubu	Sayı	Ortalama THP	Std. Sapma	Std. Hata	Ortalama için 95% güven aralığı		Min.	Max.
					Alt Sınır	Üst Sınır		
0-1.000TL	51	44,52	21,45	3,00	38,49	50,55	5,88	79,41
1.001-1.500TL	139	51,29	16,93	1,44	48,45	54,13	2,94	82,35
1.501-2.000TL	147	52,90	14,90	1,23	50,47	55,33	5,88	88,24
2.001-2.500TL	60	54,31	13,16	1,70	50,91	57,71	26,47	79,41
2.501-3.000TL	74	56,92	14,14	1,64	53,64	60,19	17,65	85,29
3.001-4.500TL	55	55,03	13,90	1,87	51,27	58,78	17,65	85,29
4.501TL-	74	58,78	15,15	1,76	55,27	62,29	2,94	88,24
Toplam	600	53,37	16,08	0,66	52,08	54,66	2,94	88,24

Tek yönlü Anova testi ile yapılan analizde $p < 0,000$ bulunmuştur. Gelir gruplarının oluşturduğu bağımsız gruplar arasındaki ortalama farklılıklarını ortaya çıkartmak için Tukey HSD testi ile yapılan analizde 0-1.000 TL arasında gelire sahip olan katılımcıların THP ortalamaları diğer gruplara göre anlamlı olarak farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. 1.501TL ve üzerinde gelire sahip olan katılımcılar arasında THP olarak anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmıştır.

Yaşanılan yere göre yapılan analizde, yaşanılan yerin THP üzerinde anlamlı farklılık oluşturduğu ortaya çıkan ikinci bir sonuç olmuştur. İlgili analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Yaşanılan Yere Göre THP Analizleri

İlçe	Sayı	Ortalama THP	Std. Sapma	Std. Hata	Ortalama için 95% güven aralığı		Min.	Max.
					Alt Sınır	Alt Sınır		
Akşehir	100	52,44	15,18	1,52	49,43	55,45	5,88	88,24
Çumra	100	47,50	15,36	1,54	44,45	50,55	11,76	76,47
Ereğli	100	57,65	14,84	1,48	54,70	60,59	17,65	85,29
Kadınhanı	101	51,34	16,06	1,60	48,17	54,51	5,88	88,24
Karapınar	101	59,99	16,90	1,68	56,65	63,32	2,94	82,35
Sarayönü	100	51,35	15,02	1,50	48,37	54,33	11,76	76,47
Ortalama	602	53,39	16,07	0,66	52,10	54,67	2,94	88,24

Yaşanılan yerin tüketici hakları farkındalık ve bilgi düzeyine etkisinin belirlenmesi amacıyla tek yönlü Anova testi ile yapılan analizde $p < 0,000$ olarak bulunmuştur. Gelir gruplarının oluşturduğu bağımsız gruplar arasındaki ortalama farklılıklarını ortaya çıkartmak için Tukey HSD testi ile yapılan analizde, Ereğli ve Karapınar ilçelerinden ankete katılanların THP ortalamaları, diğer ilçelerden katılanlara göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Yaş gruplarına göre yapılan analizde, elde edilen sonuçlar aşağıdaki Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Yaş Gruplarına Göre THP Analizleri

Yaş grupları	Sayı	Ortalama THP	Std. Sapma	Std. Hata	Ortalama için 95% güven aralığı		Min.	Max.
					Alt Sınır	Üst Sınır		
18 yaş altı	11	43,32	13,42	4,05	34,30	52,33	20,59	61,76
18-25 yaş	162	55,63	14,91	1,17	53,31	57,94	2,94	88,24
26-36 yaş	160	56,01	15,19	1,20	53,64	58,38	14,71	85,29
37-50 yaş	155	54,59	15,06	1,21	52,20	56,98	11,76	88,24
51 ve üstü	114	45,85	17,93	1,68	42,52	49,17	2,94	85,29
Toplam	602	53,39	16,07	0,66	52,10	54,67	2,94	88,24

Tek yönlü Anova testi ile yapılan analizde $p < 0,000$ bulunmuş, ortalamalar arasındaki fark anlamlı bulunmuştur. Yaş gruplarından oluşan bağımsız gruplar arasında uygulanan Tukey HSD testi sonuçlarına göre 18 yaş altı ve 51 yaş üstü tüketicilerin THP ortalamalarının diğer yaş gruplarındaki tüketicilerden anlamlı olarak farklı olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç daha çok tüketim harcaması yapan yaş gruplarında olan tüketicilerin THP düzeylerini anlamlı olarak yükselttikleri şeklinde yorumlanmıştır.

Meslek gruplarına göre tek yönlü Anova testi ile yapılan analizde $p < 0,000$ olduğundan ortalamalar arasındaki fark anlamlı bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar aşağıdaki Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Meslek Gruplarına Göre THP Analizleri

Meslek grupları	Sayı	Ortalama THP	Std. Sapma	Std. Hata	Ortalama için 95% güven aralığı		Min.	Max.
					Alt sınır	Üst sınır		
Çiftçi	42	47,48	15,05	2,32	42,79	52,17	2,94	82,35
Diğer	102	53,81	15,33	1,52	50,79	56,82	5,88	88,24
Emekli	55	42,62	17,47	2,36	37,90	47,34	5,88	73,53
Ev Hanımı	37	48,41	17,83	2,93	42,46	54,36	2,94	73,53
İşçi	91	54,59	16,02	1,68	51,25	57,93	14,71	85,29
İşsiz	13	57,47	15,50	4,30	48,10	66,83	23,53	82,35
Kamu / Özel idareci	10	62,65	12,79	4,04	53,50	71,79	41,18	79,41
Kamu / Özel memur	43	61,90	10,37	1,58	58,71	65,09	32,35	79,41
Küçük işletme sahibi	80	53,82	14,97	1,67	50,49	57,16	20,59	85,29

Orta ölçekli işletme sahibi	18	58,17	15,78	3,72	50,32	66,02	29,41	85,29
Öğrenci	98	54,83	15,53	1,57	51,72	57,95	11,76	88,24
Profesyonel meslek (Dr. Av. Müh)	13	60,86	14,58	4,04	52,05	69,67	35,29	82,35
Toplam	602	53,39	16,07	0,66	52,10	54,67	2,94	88,24

Meslek grupları arasında uygulanan Tukey HSD testi sonuçlarına göre meslek grupları THP ortalamaları olarak birbirinden anlamlı farklılık gösteren üç grup oluşmuştur. Bunlar:

1.TH.P ortalaması 60 ile 63 arasında olan meslek türündeki katılımcılar:

Kamu / Özel idarecileri, Kamu/Özel memur, Profesyonel meslek (Dr. Av. Müh)

2.TH.P ortalaması 53 ile 59 arasında olan meslek türündeki katılımcılar:

Orta ölçekli işletme sahibi, Öğrenci, İşçi, Küçük işletme sahibi, İşsiz, Diğer

3.TH.P ortalaması 42 ile 49 arasında olan meslek türündeki katılımcılar:

Ev hanımı, Çiftçi, Emekli. Bu veriler, çalışan ya da öğrenim yaşamının içinde olan katılımcıların, THP düzeylerini daha belirgin şekilde artırdıkları şeklinde yorumlanmıştır.

Tüketicilerin eğitim durumu üzerinde tek yönlü Anova testi ile yapılan analizde $p < 0,000$ olduğundan ortalamalar arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıdaki Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Öğrenim Durumuna Göre THP Analizleri

Öğrenim Durumu	Sayı	Ortalama THP	Std. Sapma	Std. Hata	Ortalama için 95% güven aralığı		Min.	Max.
					Alt sınır	Alt sınır		
Okula gitmemiş	5	30,59	22,46	10,04	2,70	58,47	2,94	52,94
İlkokul	127	46,46	17,23	1,53	43,43	49,48	5,88	82,35
Ortaokul	91	49,26	17,64	1,85	45,58	52,93	2,94	82,35
Lise	232	55,41	13,74	0,90	53,64	57,19	14,71	88,24
Y.Okul	55	57,70	13,88	1,87	53,95	61,45	20,59	79,41
Üniversite	85	60,10	13,72	1,49	57,14	63,06	11,76	79,41
Y.Lisans/Doktora	7	66,39	11,37	4,30	55,87	76,90	55,88	82,35
Toplam	602	53,39	16,07	0,66	52,10	54,67	2,94	88,24

Öğrenim durumuna göre oluşan grupları arasında ilişkileri ortaya çıkarmak için uygulanan Tukey HSD testi sonuçlarına göre THP ortalamaları olarak birbirinden anlamlı farklılık gösteren üç grup oluşmuştur:

1. Öğrenim durumuna göre THP ortalaması 55' in üzerinde olan katılımcılar:

Lise, Y. Okul, Üniversite, Y. Lisans/Doktora,

2. Öğrenim durumuna göre THP ortalaması 46 ile 50 arasında olan katılımcılar:

Ortaokul, İlkokul,

3. Öğrenim durumuna göre THP ortalaması en düşük olan katılımcılar:

Okula gitmemiş.

Eğitim düzeyi arttıkça katılımcıların THP arttığı, arada doğrusal bir ilişkinin olduğu doğrusal regresyon testinde teyit edilmiştir. Bu veriler doğrultusunda, öğrenim durumunun katılımcıların tüketici hakları farkındalık ve bilgi düzeylerine doğrusal etki yapan bir faktör olduğu ortaya çıkmaktadır.

Yapılan bu analizler sonucunda “Araştırmaya katılanların tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı(THP) demografik özelliklerine göre ya da gelir düzeylerine göre anlamlı farklılıklar gösteriyor mu?” sorusu yanıt bulmuştur. Katılımcıların tüketici hakları farkındalık ve bilgi düzeylerine anlamlı farklılık oluşturan faktörler:

- ✓ Katılımcıların gelir düzeyi,
- ✓ Katılımcıların eğitim düzeyi,
- ✓ Katılımcıların meslekleri,
- ✓ Katılımcıların yaşadıkları yer,
- ✓ Katılımcıların yaş gruplarıdır.

Buna karşılık, cinsiyet ve medeni durum ile tüketici hakları farkındalık ve bilgi düzeyi arasında anlamlı farklılık yoktur.

Araştırmanın diğer bir sorusu olan “Araştırmaya katılanların tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı(THP) tasarruf yapıp yapmama durumuna göre anlamlı farklılıklar gösteriyor mu?” Sorusu için yapılan analizde katılımcıların tasarruf yapıp yapmaması ile tüketici hakları farkındalık ve bilgi düzeyi arasında anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır ($p=0,99>0,05$).

Aynı şekilde “Araştırmaya katılanların tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı, tasarruf alanına göre anlamlı farklılıklar gösteriyor mu?” Sorusu için yapılan analizde, katılımcıların tercih ettikleri tasarruf alanlarına (döviz, altın, gayrimenkul, mevduat vb.) göre oluşturdukları bağımsız gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır ($p=0,54>0,05$).

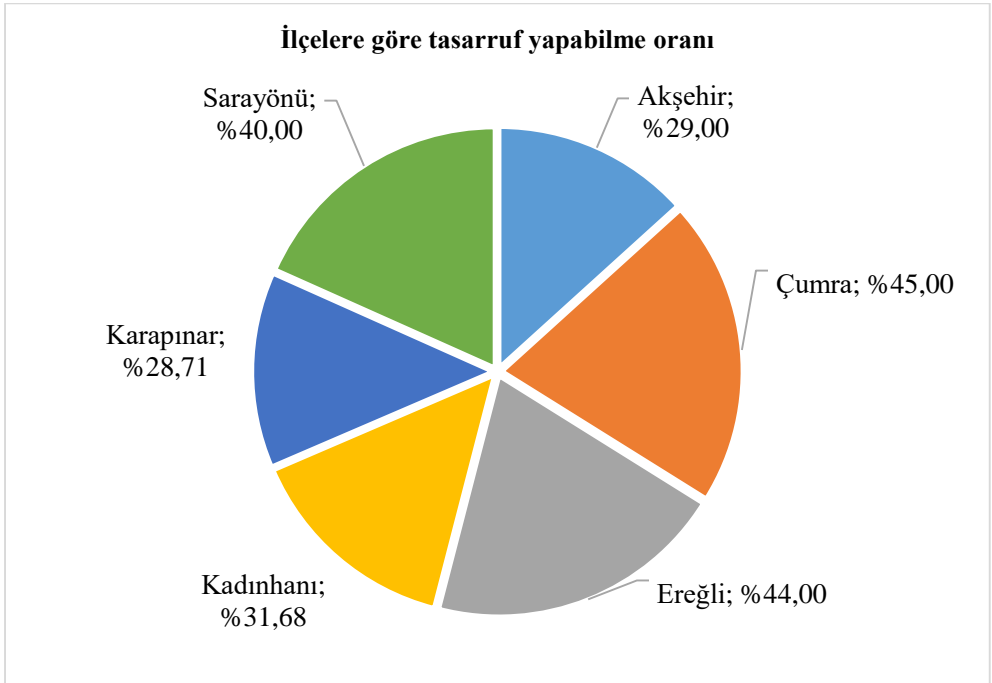
4.3.Tasarruf Yapıp-Yapmama Durumu Üzerine Yapılan Analizler

Araştırmaya katılanların tasarruf yapıp yapmama durumu demografik özelliklerine göre anlamlı farklılıklar gösteriyor mu?” Sorusunun yanıtını bulmak için yapılan analizde; mesleğe göre, yaşa göre, cinsiyete göre ve eğitime göre katılımcıların oluşturdukları gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Buna karşılık, yaşanan yerin tasarruf yapıp yapmama üzerinde anlamlı farklılık oluşturduğu yapılan Ki-kare analiziyle ($p=0,033<0,05$) ortaya çıkmıştır. İlgili istatistikler aşağıdaki Tablo 9’da gösterilmektedir.

Tablo 9. Yaşanılan Yere Göre Tasarruf Yapma-Yapmama Durumu

Tasarruf yapabiliyor musunuz?		Anket yapılan ilçe						Toplam
		Akşehir	Çumra	Ereğli	Kadınhanı	Karapınar	Sarayönü	
Hayır	Sayı	71	55	56	69	72	60	383
	%	71,0%	55,0%	56,0%	68,3%	71,3%	60,0%	63,6%
Evet	Sayı	29	45	44	32	29	40	219
	%	29,0%	45,0%	44,0%	31,7%	28,7%	40,0%	36,4%
Toplam	Sayı	100	100	100	101	101	100	602
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ankete katılan tüketicilerin %63,6'sı (383 kişi) tasarruf yapabildiklerini belirtmişlerdir.

**Grafik 4. İlçelere Göre Tasarruf Yapabilme Oranları**

Yapılan analizde; Çumra, Ereğli ve Sarayönü'nde yaşayan katılımcıların %40'nın üzerinde tasarruf yaptıkları, diğer ilçelerden katılanların ise %28 ile %32 arasında tasarruf yaptıkları anlaşılmıştır.

Araştırmanın diğer bir sorusu olan "Araştırmaya katılanların tasarruf yapıp yapmama durumu gelir düzeylerine göre anlamlı farklılıklar gösteriyor mu?" konusunda yapılan Ki-kare analiz sonuçlarına göre ($p= 0,033 < 0,05$) tüketicilerin oluşturduğu gelir grupları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. İlgili analizler aşağıdaki Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10. Gelir Gruplarına Göre Tasarruf Yapma-Yapmama Durumu

Tasarruf yapabiliyor musunuz?		Gelir grupları							Toplam
		0-1.000 TL	1.001-1.500 TL	1.501-2.000 TL	2.001-2.500 TL	2.501-3000 TL	3.001-4.500 TL	4.501 TL-	
Hayır	Sayı	33	103	97	39	48	32	29	381
	%	64,7%	74,1%	66,0%	65,0%	64,9%	58,2%	39,2%	63,5%
Evet	Sayı	18	36	50	21	26	23	45	219
	%	35,3%	25,9%	34,0%	35,0%	35,1%	41,8%	60,8%	36,5%
Toplam	Sayı	51	139	147	60	74	55	74	600
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Not: 2 Katılımcı gelir grubunu işaretlemediği için tabloda toplam 600 tüketici gözükmemektedir.

Tablo 10’da görüldüğü gibi geliri 1.501TL ve üstü olan gruplarda gelir arttıkça tasarruf yapma durumunu gösteren oranlar yükselmekte, geliri 4.501TL ve üzeri olan grupta tasarruf yapıyorum diyenlerin oranı %60,8’e çıkmaktadır. Yapılan analizde tasarruf yapma ile gelir arasında doğrusal bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

4.4.Tasarruf Alanı Üzerine Yapılan Analizler

Katılımcıların tasarruf alanları tercihleri üzerine yapılan analizde;

- ✓ Meslek, yaş ve gelirin tasarruf alanı ile arasında anlamlı bir fark yoktur.
- ✓ Cinsiyet ve yaşanan yerin tasarruf alanı ile arasında anlamlı farklılık vardır. İlgili analizler aşağıdaki Tablo 11 de gösterilmektedir.

Tablo 11. Cinsiyete Göre Tasarruf Alan Tercihleri

Cinsiyet		Tasarruflarınızı hangi alanda değerlendiriyorsunuz?						Toplam
		Borsa, yatırım fonu	Döviz, Altın	Gayri-menkul	Mevduat	Tasarruf yapamıyorum	Diğer	
Kadın	Sayı	4	29	12	0	1	17	63
	%	6,3%	46,0%	19,0%	0,0%	1,6%	27,0%	100,0%
Erkek	Sayı	2	50	58	10	1	35	156
	%	1,3%	32,1%	37,2%	6,4%	0,6%	22,4%	100,0%
Toplam	Sayı	6	79	70	10	2	52	219
	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Ki kare = 0,007 < 0,05

Tablo 11’de görüldüğü gibi, kadın katılımcıların %46 oranla döviz ve altın birikimine yöneldikleri, %19 unun gayrimenkul yatırımı tercih ettikleri, mevduat oranının %0 olduğu görülmektedir. Diğer yandan erkek katılımcıların döviz, altın ve gayrimenkul tercihlerinin yaklaşık aynı oranda olduğu, mevduat tercihlerinin ise %6 civarında olduğu görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda kadın katılımcılar yatırım alanı tercihlerinde kolay nakte çevrilebilecek araçları tercih ettikleri, erkek katılımcıların ise gayrimenkul alanına yatırım yaparak daha uzun

vadeli araçları tercih ettiklerini göstermektedir. Katılımcıların yaşadıkları yere göre tercih ettikleri tasarruf alanları hakkındaki analizler aşağıdaki Tablo 12’de gösterilmektedir.

Tablo 12. Yaşadıkları Yere Göre Tasarruf Alan Tercihleri

Bölge		Tasarruflarınızı hangi alanda değerlendiriyorsunuz?						Toplam
		Borsa yatırım fonu	Döviz, altın	Gayrimenkul	Mevduat	Tasarruf yapamıyorum	Diğer	
Akşehir	N	1	9	10	4	1	4	29
	%	3,4%	31,0%	34,5%	13,8%	3,4%	13,8%	100,0%
Çumra	N	0	19	18	2	0	6	45
	%	0,0%	42,2%	40,0%	4,4%	0,0%	13,3%	100,0%
Ereğli	N	2	27	8	0	0	7	44
	%	4,5%	61,4%	18,2%	0,0%	0,0%	15,9%	100,0%
Kadınhanı	N	0	6	9	1	0	16	32
	%	0,0%	18,8%	28,1%	3,1%	0,0%	50,0%	100,0%
Karapınar	N	0	5	15	0	1	8	29
	%	0,0%	17,2%	51,7%	0,0%	3,4%	27,6%	100,0%
Sarayönü	N	3	13	10	3	0	11	40
	%	7,5%	32,5%	25,0%	7,5%	0,0%	27,5%	100,0%
Toplam	N	6	79	70	10	2	52	219
	%	2,7%	36,1%	32,0%	4,6%	0,9%	23,7%	100,0%

Ki-kare = 0,000 < 0,05

Tablo 12’de gösterildiği gibi, katılımcıların döviz, altın tercihinin %61,4 ile en yüksek oranda Ereğli’de; gayrimenkul tercihinin %51,7 ile Karapınar’da; mevduat tercihinin %13,8 ile Akşehir’de olduğu görülmektedir. Tasarruf yapabilen 219 katılımcının toplam tercihlerine bakıldığında ise tasarruf alanı olarak iki ana tercihin döviz, altın ve gayrimenkul olarak öne çıktığı görülmektedir. Mevduat tasarruf alanı tercihi ise %5’lerin altında kalmaktadır. Bu veriler tüketicilerin Türk Lirasına güvenlerinin oldukça az olduğunu göstermekle beraber yatırım fonu ya da borsa konusunda da tasarruf alışkanlıklarının gelişmediğini göstermektedir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Demografik özelliklerin tüketici hakları bilinç düzeyi ile tasarruf davranışına etkisinin belirlenmesi amacıyla, Karapınar, Ereğli, Sarayönü, Akşehir, Kadınhanı, Çumra ilçelerinde yaşayan 602 katılımcı ile yapılan bu çalışmadan toplanan veriler analiz edilerek aşağıdaki bulgulara ulaşılmış ve değerlendirme yapılmıştır:

- Araştırmaya katılanların tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanları (THP) ortalama %53,39 olarak bulunmuş, bu puanın %65 düzeyinden düşük olması tüketici hakları bilgi ve farkındalık düzeyinin düşük olduğunu göstermektedir. Bulunan bu sonuç literatürde bu yönde yapılan çalışmaları doğrulamaktadır. Genelde kırsal alanda yaşayan tüketicilerin, tüketici hakları bilinç düzeyi şehir merkezlerinde yaşayanlara göre düşük çıkmaktadır. Ülkemizde bu yönde yapılan çalışmaların çoğu şehir merkezlerini kapsamaktadır. Kırsal

alanda yapılan çalışma sınırlı sayıdadır. Bunlardan, Mert (2004), Usta (2011), Uzunöz vd. (2008) tarafından yapılan çalışmalarda kırsal alanda yaşayan tüketicilerin tüketici hakları bilinç düzeyi düşük bulunmuştur.

- Yurt dışında bu yönde yapılan çalışmalarda, kırsal alanda yaşayan tüketicilerin tüketici hakları bilinç düzeyi şehirlerde yaşayanlara göre daha düşük bulunmuştur. Çalışmamızdan elde edilen bulgular da bu sonuçları desteklemektedir (Mohan ve Suganthi (2013), Chandra, (2011), Ishak ve Faridah (2012), Kumar (2018), Khan (2016).
- Cinsiyet ve medeni durumun THP üzerinde anlamlı farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir. Mohan ve Suganthi (2013), tarafından kırsal kesimde yapılan bir çalışmada benzer sonuca ulaşılmıştır.
- Gelir düzeyi, 1501TL ve üzerinde olanların, 1.500 TL ve altında gelire sahip olanlara göre daha yüksek THP olduğu ortaya çıkmıştır.
- Ereğli ve Karapınar ilçelerinde yaşayan katılımcıların, tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı, diğer ilçelere göre daha yüksek bulunmuştur. Ereğli ilçesi ortalama hane geliri en yüksek olan ilçe (2.886TL) olmuştur, Karapınar ilçesi ortalama olarak en düşük hane gelirine sahip ikinci ilçe olmuştur.
- 18 yaş altı ve 51 yaş üstü katılımcıların THP, diğer yaş gruplarından daha düşük bulunmuştur.
- Meslek türlerine göre THP, en yüksek puana sahip grubun kamu ya da özelde idareci/ memur ile avukat, doktor, mühendis gibi profesyonel meslek sahiplerinin olduğu; en düşük grubun ise ev hanımı, çiftçi, emekliler olmuştur.
- Eğitim düzeyi arttıkça tüketici hakları bilgi ve farkındalık puanı artmıştır. Eğitim düzeyi ile tüketici hakları bilgi ve farkındalık düzeyi arasında doğrusal bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Mohan ve Suganthi (2013) tarafından yapılan çalışmada eğitim düzeyi arttıkça tüketici bilincinin arttığı tespit edilmiştir.
- Tüketici hakları bilgi ve farkındalık düzeyine etki eden temel faktör sırasıyla eğitim, meslek ve gelir olmuştur.
- Tüketici hakları bilgi ve farkındalık düzeyinin tasarruf yapma yapmama arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. “Tüketici bilinci yüksek olan bireyler daha yüksek oranda tasarrufa yönelir” şeklindeki varsayım bu çalışmada istatistiksel olarak doğrulanmamıştır.
- Döviz, altın, gayrimenkul, mevduat gibi tasarruf alanlarına yönelenlerin, THP ile arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.
- Yaşanılan yere göre yapılan analizde, yaşanılan yerin, tasarruf yapma- yapmama arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Çumra, Ereğli ve Sarayönü’nde yaşayan katılımcıların, %40’nın üzerinde tasarruf yaptıkları, ancak diğer ilçelerdeki katılımcıların, %28 ile %32 arasında tasarruf yaptıkları ortaya çıkmıştır. Bu farkın nedenleri incelenmiş, Çumra, Ereğli ve Sarayönü’nden katılan tüketicilerin ortalama aylık ortalama hane gelirininin 2.537TL, diğer ilçelerden katılanların ise 2.621TL olması nedeniyle tasarruf oranının fazlalığının gelir fazlalığından kaynaklanmadığı anlaşılmıştır. Bu farkın nedenleri yapılacak diğer çalışmalarla analiz edilerek ortaya çıkacak sonuçlara göre diğer ilçelerde tasarrufların artırılmasına yönelik çalışmalar planlanabilir.
- Aylık ortalama geliri 1.501TL ve üstü olan gruplarda gelir arttıkça tasarruf yapma oranları yükselmektedir. Geliri 4.501TL ve üzeri olanlarda tasarruf yapıyorum diyenlerin oranı %60,8’ e çıkmaktadır. Bu veriler hanehalkı gelir düzeyi arttıkça tasarrufların artacağını göstermektedir. Barış ve Şen (2017) tarafından yapılan çalışmada yaş ve gelir

düzeyinin tüketicilerin tasarruf yapma davranışı arasında ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Sönmez ve Artukoğlu (2021), tarafından kırsal alanda üreticiler ile yapılan araştırmada da gelir düzeyi arttıkça tasarruf yapma oranı artmaktadır.

- Kadın katılımcılar tasarruf alanı olarak, %46 oranla döviz ve altına, %19 oranla gayrimenkule, mevduata ise hiç yatırım yapmadıkları (%0) tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların döviz, altın ve gayrimenkul tercihlerinin yaklaşık aynı oranda olduğu, mevduat tercihlerinin ise %6 civarında bulunduğu ortaya çıkmıştır.
- Araştırmaya katılanlar yatırım alanı olarak en çok döviz, altını tercih etmişler ve bu oran en yüksek %61,4 ile Ereğli ilçesinde çıkmıştır. Gayrimenkule yatırım tüm ilçelerde ikinci en yüksek yatırım alanı olmuştur. Gayrimenkule ilk sırada yatırım yapan ilçe %51,7 ile Karapınar ilçesi olmuştur. Mevduat en çok yatırım yapan ilçe, %13,8 ile Akşehir olmuştur.
- Ankete katılan ve tasarruf yapabildiğini söyleyen 219 katılımcının toplam tercihlerine bakıldığında, tasarruf alanı olarak ilk ana tercihin döviz, altın ve gayrimenkulün öne çıktığı görülmüştür. Diğer tasarruf alanlarına yatırım yapanların oranı %23,7 iken, mevduata tasarruf yapanların oranı ise %5'in altında kalmıştır. Bu veriler bize katılımcıların Türk Lirasına güvenlerinin oldukça az olduğunu, döviz ve altına olan talebin fazla olduğunu ve gayrimenkulü de güvenli bir yatırım aracı olarak gördüklerini göstermektedir. Sonuç olarak, ilçelerde yaşayan katılımcıların yastık altı diye tabir edilen tasarruf alanlarına olan talebin yüksek olduğu, yeni tasarruf alanları hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları ya da güven duymadıkları ortaya çıkmakta, şayet, katılım bankacılığı, borsa, yatırım fonu gibi tasarruf alanları hakkında yeterli bilgilendirme yapıldığı takdirde tasarrufların bu alanlara kayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- ALTUNIŞIK,R., COŞKUN,R., BAYRAKTAROĞLU,S., & YILDIRIM, E. (2010). “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri”, SPSS Uygulamaları, Sakarya Yayıncılık, 6. Basım.
- ASLAN, Y.(2015). “6502 Sayılı Kanuna Göre Tüketici Hukuku”, Ekin Yayınevi, 5.Basım, Bursa.
- BARIŞ, S., & ŞAHİN, M. (2017). “Tasarruf Davranışını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Tokat'ta Kamu Çalışanlarına Yönelik Bir Uygulama”, V. Anadolu International Conference in Economics, 11-13, 2017, Eskişehir.
- BASAVARAJ,C.S., & TANGADE, F.S. (2004). “Awareness and Perception Of Educated Consumers About Consumer Protection Laws”, Indian Of Journal Marketing,Volume 34 (4).
- BORAK, E., (1995). “Development of Consumer Consciousness in Turkey – Policy of Consumer Protection Through Reformation.” Review of Social, Economic and Administrative Studies, 9(2), 123-151.
- CHANDRA, D. A. (2011). ”Consumer Perception And Awareness About Consumer Rights And Consumer Protection Act: A Study İn District Raipur.” International Journal Of Social Science And Management, 1(8), 67.
- 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).

- DERYAL, Y., & KORKMAZ, Y. (2015). "Tüketici Hukuku," Adalet Yayınevi, 3. Baskı, Ankara.
- GÖK, G. (2018). "Tüketici Hakları Farkındalığı ve Tasarruflar", Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- HAN, E., & KAYA, A. (2013). "Kalkınma Ekonomisi, Teori ve Politika", İzmir: Nobel Dağıtım, 8. Basım.
- ISHAK, S., & FARIDAH, N. (2012). "Impact of Consumer Awareness and Knowledge to Consumer Effective Behavior", Asian Social Science: Vol. 8, No.13, ISSN 1911- 2017 E-ISSN 1911-2025, Published by Canadian Center of Science and Education.
- KALKINMA BAKANLIĞI. (2012). "Yüksek Büyümenin Sürdürülebilirliği: Yurt İçi Tasarrufların Rolü", Ankara: Kalkınma Bakanlığı Yayını, 6.
- KARAHAN, K., & MAKSUDUNOV, A. (2010). "Tüketici Bilinç Değerlendirilmesi: Kırgızistan Örneği", Reforma İktisadi Bilimler Dergisi, 1(45).
- KEYNES, J., M. (1969). "İstihdam, Faiz ve Para Genel Teorisi", Çev: Asım Baltacıgil. Fakülteler Matbaası, İstanbul.
- KHAN, M. A. (2016). "Consumer Rights Awareness İn Urban And Rural Areas Of Muzaffarnagar And Saharanpur Districts: An Empirical Study.
- KUMAR, B. J. (2018). "Consumer Rights Awareness Among Rural Consumers-A Study in Rural Areas with Special Reference to Bongaon Block of Kamrup District", Assam. International Journal of Humanities & Social Science, 6, 192-200.
- KRISHNAKUMAR, B., & SAKTHIVENTHAN, S. (2012). "A Study on Consumer Protection Awareness Among Rural Consumers in Cuddalore District." International journal of exclusive management research, 2(6), 1-15
- LAGUER, S., NI, J., & YIN, Z. (2017). "Chinese Household Saving And Dependent Children: Theory And Evidence," China Economic Review, <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2017.08.005>.
- LOAYZA, N., SCHMIDT-HEBBEL, K., & SERVÉN, L. (2000). "Saving in Developing Countries: An Overview". Them World Bank Economic Review. Vol.14(3), 393-414.
- MANKIW, G.N. (2010). "Makroekonomi , Çev. Ömer Faruk Çolak, Efil Yayınevi, Ankara
- MERT, K. (2004). "Bilinçli Alışveriş ve Tüketici Hakları". 9. Ulusal Pazarlama Kongresi. Ankara, 1, 315-324
- MEVLANA KALKINMA AJANSI. (2016). "Konya ve Karaman İlçeleri Sosyal Gelişmişlik Endeksi, Bölgesel Araştırmalar Raporları", Yayın No:2.
- MEVLÂNÂ KALKINMA AJANSI. (2022). "TR 52 Bölgesi İlçeleri Sosyal Gelişmişlik Endeksi", <https://www.mevka.org.tr/dokumanflipbook/16-kalkinma-kurulu-toplantisi-sonuc- bildirgesi/230/0 E.T.22.03.2022>
- MOHAN, S., & SUGANTHI, V. (2013). "Rural Consumers' Awareness About Consumers' Rights", International Journal of Innovative Research and Development, 2(11).
- MUCUK, İ. (1999). "Pazarlama İlkeleri", 11. Baskı, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

- NEPREVISTA, E., KAYIKCIOĞLU, E., & GÜLER, Ç. (2007). “Lise Öğrencilerinin Tüketici Hakları Konusunda Bilgi ve Tutumlarının Değerlendirmesi”, Toplum Hekimliği Bülteni, 26, (2), 16-2.
- PEKER, S. (1993). “Yetişkin Tüketicilerin Tüketici Eğitimi İhtiyaçları,” İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul
- ROUSSEAU, G. G., & VENTER, D. J. L. (1996). “A Comparative Analysis Of Consumer Awareness in South Africa During 1992 and 1994: Implications For The Reconstruction And Development Programme (RDP),. SA Journal Of Industrial Psychology, 22(2), 26-31.
- RAMBABU, G., & KUMAR, L. V. (2017). “Rural Consumers' Awareness about Consumer Rights”, IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM) e-ISSN, 36-4.
- SENCER, M., & SENCER, Y. (1978). “Toplumsal Araştırmalarda Yöntem Bilim”, Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- SINGH, N. (2009). “Exploring Socially Responsible Behaviour of Indian Consumers: An Empirical Investigation”,. Social Responsibility Journal, 5(2), 200-211.
- SÖNMEZ, S., & ARTUKOĞLU, M. M. (2021). “Kırsal Kesimde Tasarruf Eğilimini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği”1, Journal of Adnan Menderes University, Agricultural Faculty, 18(2).
- <https://www.mevka.org.tr/dokumanflipbook/16-kalkinma-kurulu-toplantisi-sonuc-bildirgesi/230/0 ,E.T:2.10.2011>
- <https://tr.scribd.com/doc/7319524/Consumer-Protection-Act,E.T:11.02.2021>
- <http://www.tupadem.hacettepe.edu.tr/evrenseltuketicihaklari.phpE.T: 11.01.2021>