



TÜKÇEV



TÜPADEM

Tüketicinin Korunması ve Tüketici
Haklarına İlişkin Bilinç Düzeyi

araştırması

Kantitatif Araştırma





Tüketicinin Korunması ve Tüketici
Haklarına İlişkin Bilinç Düzeyi

araştırması

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Katkıları ile
Tüketici ve Çevre Eğitim Vakfı (TÜKÇEV) ve Hacettepe Üniversitesi,
Tüketici – Pazar – Araştırma – Danışma- Test ve Eğitim Merkezi (TÜPADEM)
ortak çalışması olarak 2008 yılında
Prof. Dr. Müberra Babaoğul Başkanlığında Bir Ekiple Yürütülmüştür.

Araştırmanın Sonuçları 6 Mart 2009 Tarihinde Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan'ın
ve Hacettepe Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Uğur Erdener' inde Katıldığı Bir Toplantıyla
Kamuoyuna Duyurulmuştur.

www.tukcev.org.tr www.tupadem.hacettepe.edu.tr

ANKARA / 2009



TÜPADEM

İçindekiler



TÜKÇEV

<u>Konu</u>	<u>Slayt</u>
Genel Çerçeve	04- 14
Demografi	15- 20
Tüketicilerin Alışveriş Davranışları	22- 28
Tüketicilerin Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi	28- 31
Alışveriş Yaparken Tercih Edilen Satış Kanalları Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumunda Tüketici Davranışları	33- 47
Tüketiciyi Koruma Amaçlı Kuruluşların Bilinirliği	48- 54
Tüketici hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi	55- 60
4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi	61- 70
Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Hakkında Bilgi Düzeyi	71-73
Tüketici Hakları İle İlgili Kuruluşlara Güven Düzeyi	74- 75
Tüketici Haklarına Verilen Önem	76- 79
Bilgi Kaynakları	80- 82
Sonuç	83- 86



Tüketicinin Korunması ve Tüketici
Haklarına İlişkin Bilinç Düzeyi

araştırması

Genel Çerçeve



TÜPADEM

Araştırmanın Amacı



TÜKÇEV

Ülkemizin sosyo-ekonomik gelişmişlik açısından farklılık gösteren coğrafi bölgelerinde yaşayan 18 yaş ve üzeri tüketicilerin **“tüketicinin korunması ve tüketici hakları”** konusunda sorumlu tarafların uygulamalarına ilişkin bilgi ve bilinç düzeyleri ile davranışlarını tanımlamak ve elde edilen verilerin ışığında sorumlu tarafların uygulamalarını geliştirecek politika ve stratejileri belirleyerek tüketici eğitime yön vermektir.





TÜPADEM

Araştırmanın Kapsamı ve Metodoloji



TÜKÇEV

Araştırma evreni kentsel Türkiye genelini temsil eden 12 il merkezinde yaşayan 18 yaş ve üzeri 34.016.000.kişidir.

Türkiye geneli temsiliyetine sahip 12 il "İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (IBBS)"Düzey 2'de olan illerdir. Bu sınıflandırma "Avrupa Birliği Bölgesel İstatistik Sistemi"ne uygun olarak Türkiye İstatistik Kurumu tarafından geliştirilen sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesine göre oluşturulmuştur.





TÜPADEM

Araştırmanın Metodolojisi



TÜKÇEV

Araştırmanın Evreni ve Örnek Seçimi

- Sınıflandırma da bulunan iller buldukları bölgeleri temsil etmektedir. İBBS Düzey 2' deki bölgeler, iller ve illere göre alınan örnek sayıları yandaki tabloda verilmiştir. İllerden seçilecek örnekler için **kotalı rastlantısal örnekleme** yöntemi uygulanmıştır.
- **Kotalı rastlantısal örnekleme yöntemi**; belirlenen evrenin seçilen kotalara göre tabakalara ayrılması ve basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak bu tabakalardan rasgele seçimler yapılmasıdır.



IBBS Bölge Düzey 2	İller	n
İstanbul	İstanbul	309
Batı Anadolu	Ankara	112
Doğu Marmara	Bursa	61
Ege	İzmir	97
Batı Marmara	Tekirdağ	19
Akdeniz	Adana	46
Batı Karadeniz	Samsun	29
Orta Anadolu	Kayseri	27
Doğu Karadeniz	Trabzon	18
Güneydoğu Anadolu	Gaziantep	32
Ortadoğu Anadolu	Malatya	17
Kuzeydoğu Anadolu	Erzurum	17
	Toplam	784



TÜPADEM

Araştırmanın Metodolojisi



TÜKÇEV

Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

• Verilerin toplanmasında soru formuna bağlı kalınarak yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Bu araştırmada kullanılan anket formu; Tüketicilerin, tüketici hakları ile ilgili bilgi düzeylerini belirlemek amacı doğrultusunda hazırlanmıştır.

- Anket formlarının görsel ve işlerlik tasarımı yapıldıktan sonra örneklemin %10'una denk gelen **78** adet soru formu ile pilot çalışma yapılmış ve pilot çalışma sonucuna göre anket formunda gereken düzeltmeler yapılmıştır.





TÜPADEM

Saha Denetimi



TÜKÇEV

Saha Denetimi

• Yerinde Denetim

- Saha çalışması sırasında görev alan görüşme uzmanları düzenli olarak ve rastlantısal olarak denetlenmiştir.
- Aktif denetim sırasında görüşme uzmanlarının belirlenen kriterlere uygun olarak hareket edip etmedikleri, anketi doğru uygulayıp uygulamadıkları kontrol edilmiştir.





TÜPADEM

Sosyo Ekonomik Statü (SES) Tanımları*



TÜKÇEV

Araştırma Ön Bilgi – Sosyo Ekonomik Statü Tanımları

A SES GRUBU

- A SES Grubu mutlak bir biçimde eğitilmiş, hem de çok iyi eğitilmiştir (en az iki kuşak).
- Hanede iki kişinin çalışma oranı ortalamanın çok üstündedir.
- Bu grup için dergi okurluğu belirleyici bir değişken olup dergi okuma oranı oldukça yüksektir.
- Kısaca okumak A grubu için çok belirleyici bir özelliktir.
- A SES Grubu bütün boş vakitlerini çeşitli uğraşlarla doldurmakta, belirgin hobilerle vakit geçirmektedir.

* Bu sınıflama Araştırmacılar Derneğinin 2006 yılında belirlediği kriterlere uygun olarak yapılmıştır





TÜPADEM

Sosyo Ekonomik Statü (SES) Tanımları



TÜKÇEV

B SES GRUBU

- B SES Grubu eğitim profili olarak A grubunun bir kuşak öncesini andırıyor.
- İş gücünün önemli temsilcileri olmakla birlikte bu ailelerin 2/3'ünde bir kişi, geri kalanında iki kişi çalışmaktadır.

C1/C2 SES GRUBU

- C1/C2 SES Gruplarında üniversite eğitimi, hem aile reisi hem de eşi üniversite eğitimi almamıştır.
- Ailede içinde bir kişinin çalışma oranının en yüksek olduğu gruplardır.
- Ataerkil ailenin yapısal özellikleri bu gruplardan itibaren kendini giderek artan yoğunlukta hissettirmektedir.





TÜPADEM

Sosyo Ekonomik Statü (SES) Tanımları



TÜKÇEV

D/E SES GRUBU

- D/E SES Grubu eğitim açısından en düşük seviyededir.
- Ailede yaşayan birey sayısı fazladır.
- Bu gruptakiler sinema, tiyatro v.b. sosyal etkinliklere katılmamaktadır.
- Yarıya yakını boş zamanlarını hiç bir şey yapmamaktadır.
- Hobileri yoktur.





TÜPADEM

Sosyo Ekonomik Statü (SES) Tanımları



TÜKÇEV

Türkiye'deki Sosyo-Ekonomik Statü Dağılımı*

SES	Merkez (%)	Kırsal (%)	Toplam (%)
A	1,5	0	1,1
B	12,2	2,2	9,1
C1	23,3	8,9	18,9
C2	31,8	31,2	31,6
D	23,3	40,3	28,5
E	7,9	17,4	10,8



* Araştırmacılar Derneği SES-2006 Araştırması



TÜPADEM

Sosyo Ekonomik Statü (SES) Hesaplamaları



TÜKÇEV

- Toplumda yaşayan her birey sosyo ekonomik statüye sahiptir. Sahip olunan bu statü sadece bireyin eğitime ve mesleğine bağlı olmamakla birlikte yaşadığı hanenin reis ve reis eşinin eğitime, mesleğine de bağlıdır.
- Hane reisi kavramı Türk aile yapısının ataerkil özelliğinden dolayı hanedeki erkekler kabul edilmektedir. Fakat sosyo ekonomik statü hesaplaması yapılırken haneye en çok gelir getiren kişi hane reisi olarak kabul edilmektedir.
- Sosyo ekonomik statü hesaplaması yapılırken seçilen kişinin, yaşadığı hanenin reis ve reis eşinin eğitimleri ve meslekleri puanlanılarak; o kişinin sosyo ekonomik statüsü bulunur.
- Puanlama sisteminde en düşük puanları meslek bazında ev hanımı ve işsiz grupları alırken eğitim bazında da ilköğretim altı eğitim düzeyi almaktadır.



Demografi

Bilgi...

- Bu bölümde tüketicilerin, cinsiyet, yaş, medeni durum, sosyo-ekonomik statüleri gibi özellikleri verilmektedir.



TÜPADEM

Demografi

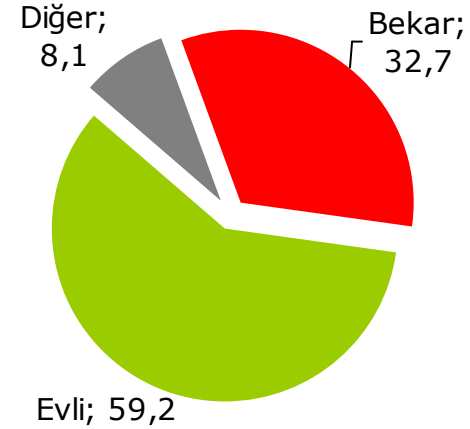


TÜKÇEV

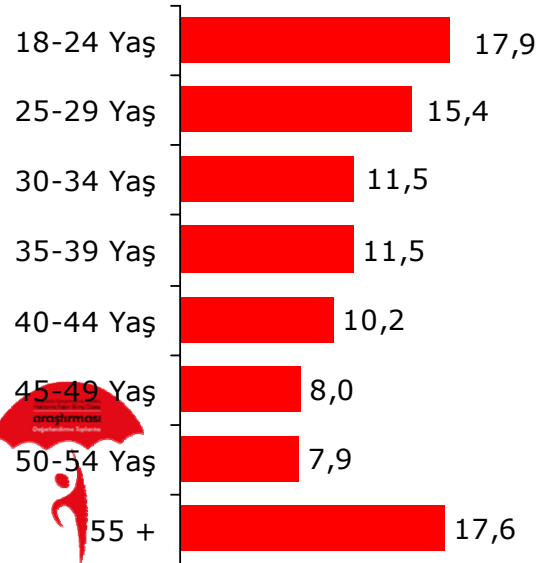
Görüşülen Kişilerin Cinsiyet Dağılımı



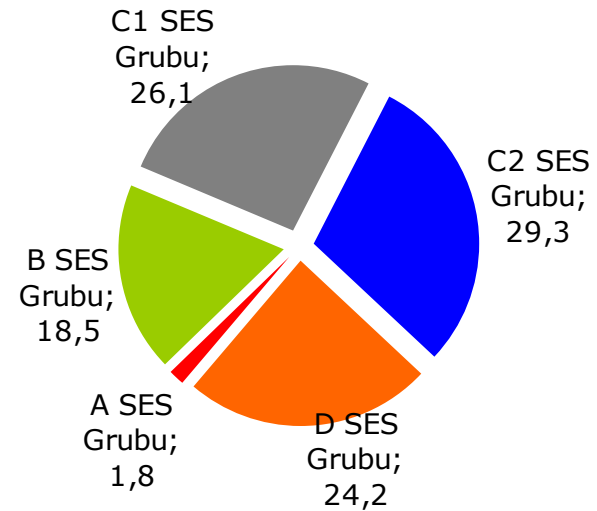
Görüşülen Kişilerin Medeni Durumu



Görüşülen Kişilerin Yaş Dağılımı



Görüşülen Kişilerin Sosyo Ekonomik Statüsü



Baz : 784



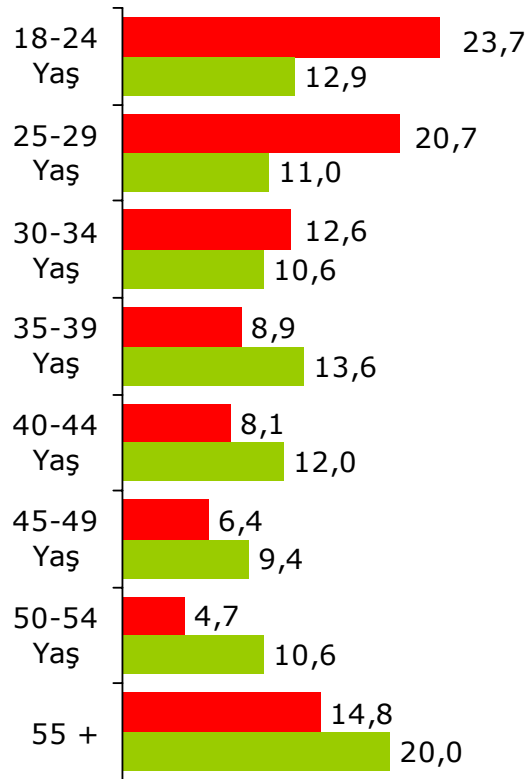
TÜPADEM

Demorafi



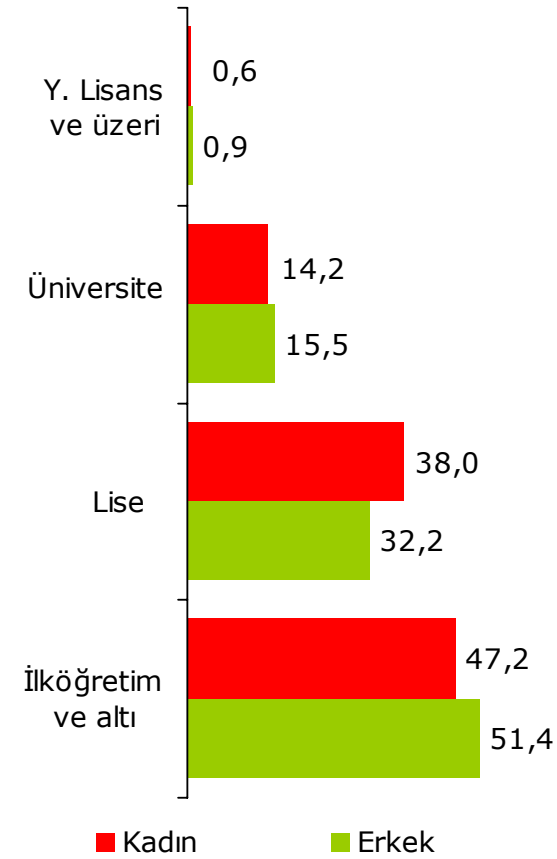
TÜKÇEV

Görüşülen Kişilerin Cinsiyete Göre Yaş Dağılımı



Kadın Erkek

Görüşülen Kişilerin Cinsiyete Göre Eğitim Durumu



Kadın Erkek

Baz Kadın : 358
Baz Erkek : 426



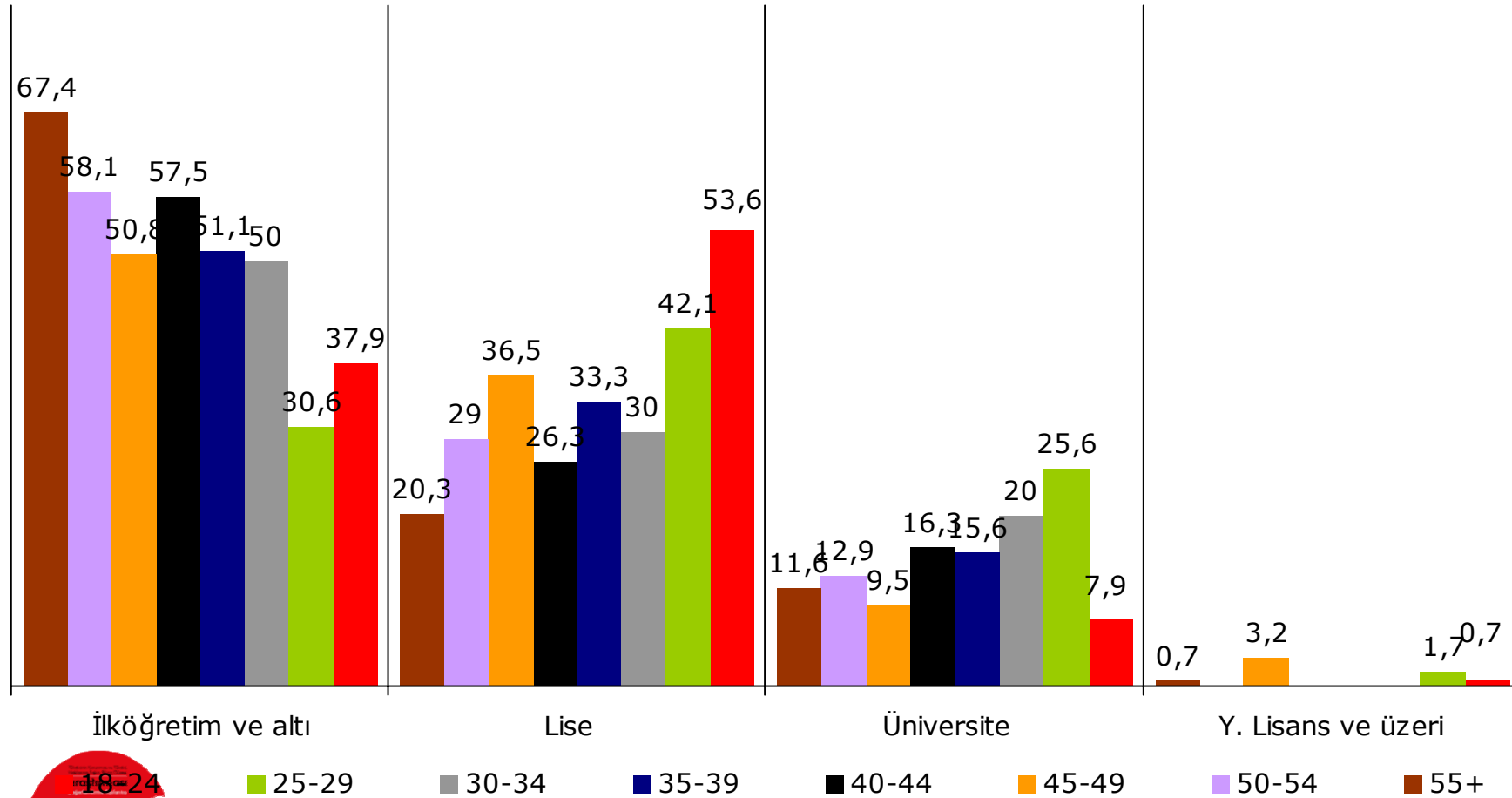
TÜPADEM

Demografi



TÜKÇEV

Görüşülen Kişilerin Yaşa Göre Eğitim Durumu



	18-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55+
Baz :	140	121	90	90	80	63	62	138



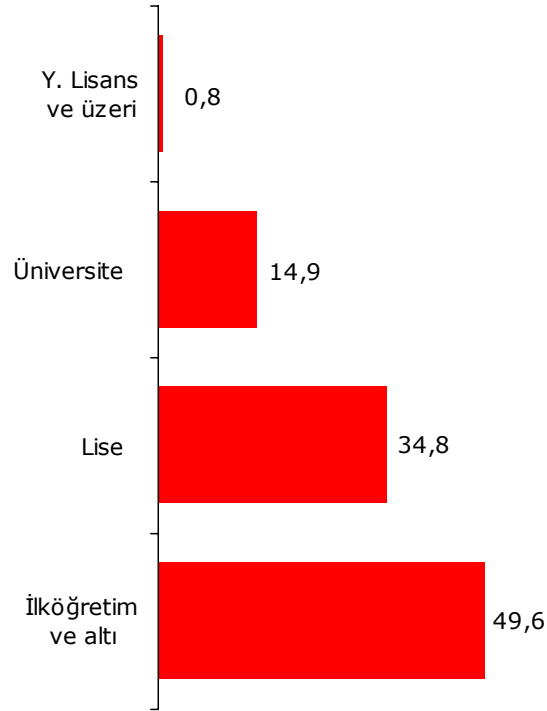
TÜPADEM

Eğitim Durumu



TÜKÇEV

Görüşülen Kişilerin Eğitim Durumu



Baz : 784
19



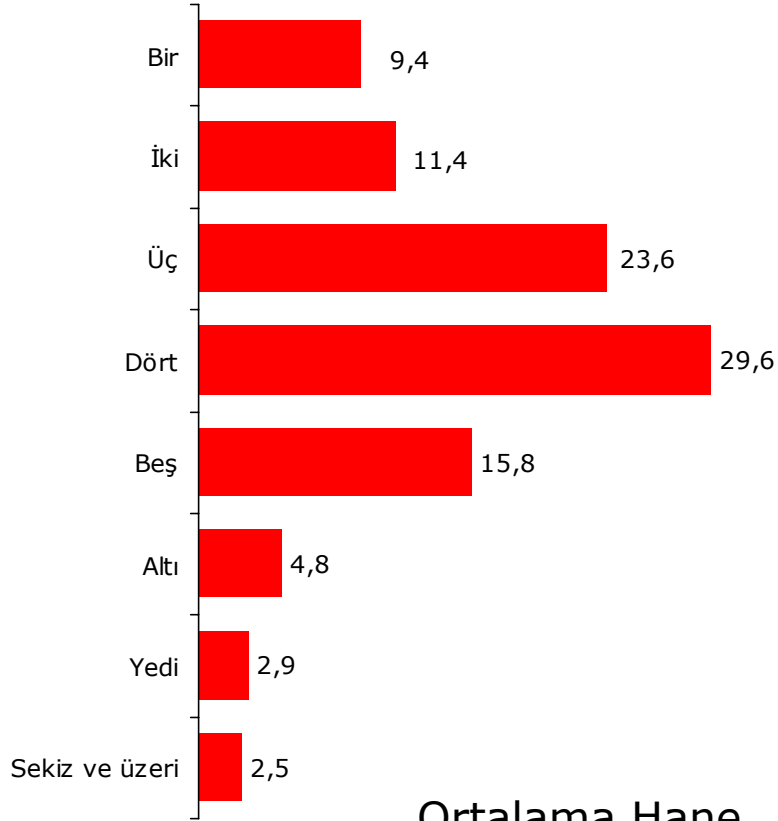
TÜPADEM

Hane Halkı Büyüklüğü ve Gelir Durumu



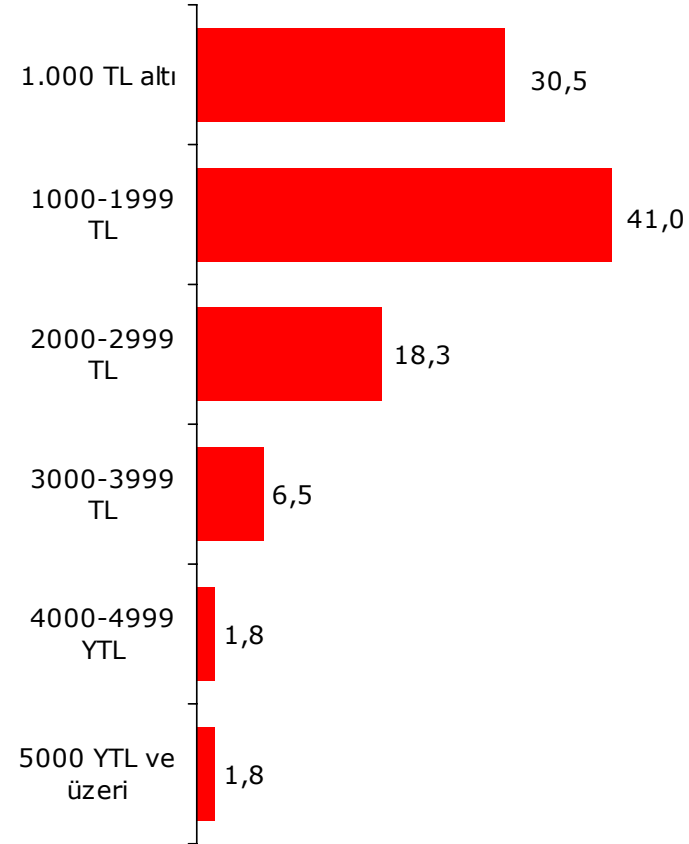
TÜKÇEV

Görüşülen Kişilerin Hanesinde Yaşayan Kişi Sayısı



Ortalama Hane Büyüklüğü **4 kişidir.**

Görüşülen Kişilerin Aylık Toplam Hane Geliri Dağılımı



Ortalama Aylık Hane Geliri **1.561 TL'dir.**



Baz :784

Tüketicinin Korunması ve Tüketici
Haklarına İlişkin Bilinç Düzeyi

araştırması

Bulgular

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları

Bilgi...

- Bu bölümde ilk olarak tüketicilerin alışveriş davranışları sorgulanmaktadır. Alışveriş yapmadan önceki, alışveriş sırasındaki ve alışveriş sonrasındaki tutum ve davranışları sorgulanmakta ve bu sorgulamaya göre tüketiciler kategorilere ayrılmaktadır. Ayrılan kategorilere göre tüketicilerin eğitim durumları, sosyo-ekonomik statüleri karşılaştırılmaktadır.
- İkinci olarak tüketiciler, tüketici hakları ile ilgili bilgi düzeylerine göre kategorilere ayrılmaktadır. Ayrılan kategorilere göre tüketicilerin eğitim durumları, sosyo-ekonomik statüleri karşılaştırılmaktadır.
- Son olarak da tüketicilerin alışveriş davranışlarına göre kategorilere ayırımı ile tüketici hakları ile ilgili bilgi düzeylerine göre kategorilere ayrımları karşılaştırılmaktadır.



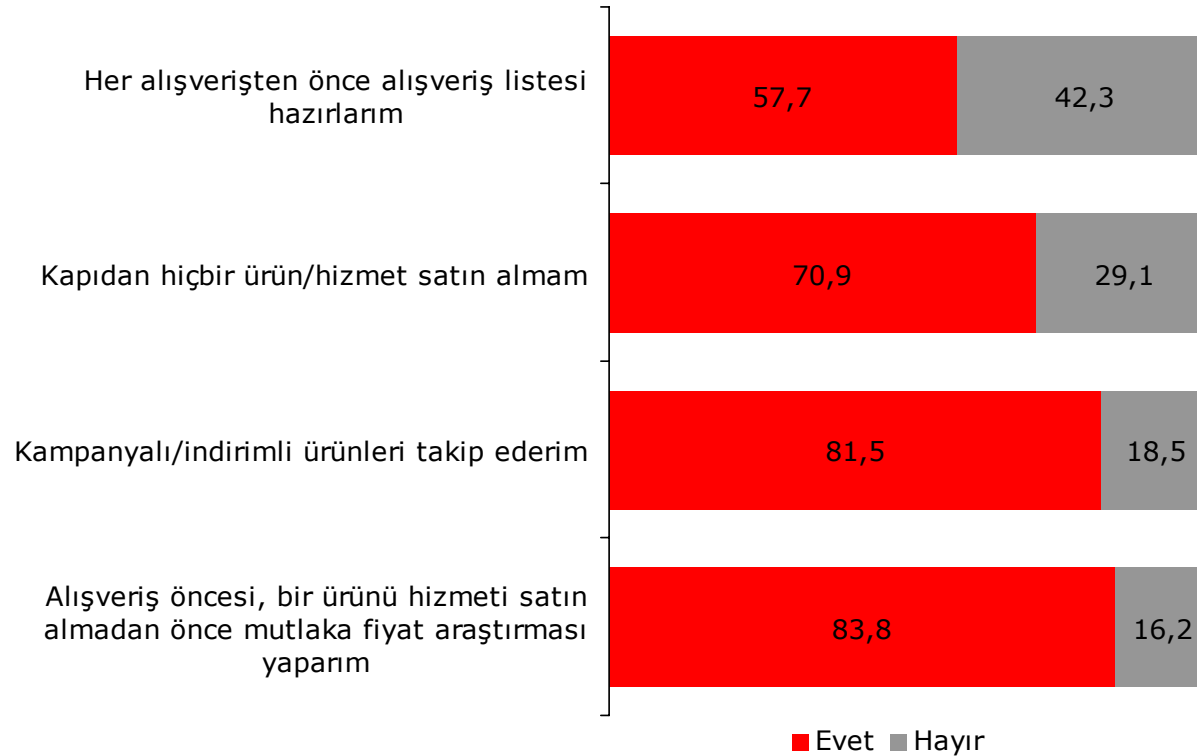
TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



TÜKÇEV

Tüketicilerin Alışveriş Yapmadan Önceki Tutum ve Davranışları



Tüketicilerin büyük bir kısmında alışveriş yapmadan önce **"alışveriş listesi"** hazırlama alışkanlığının olduğu görülmektedir.

Tüketicilerin genelde; kampanyalı/indirimli ürünleri takip ettikleri ve alışveriş öncesinde fiyat araştırması yaptıkları görülmektedir.



Baz: 784



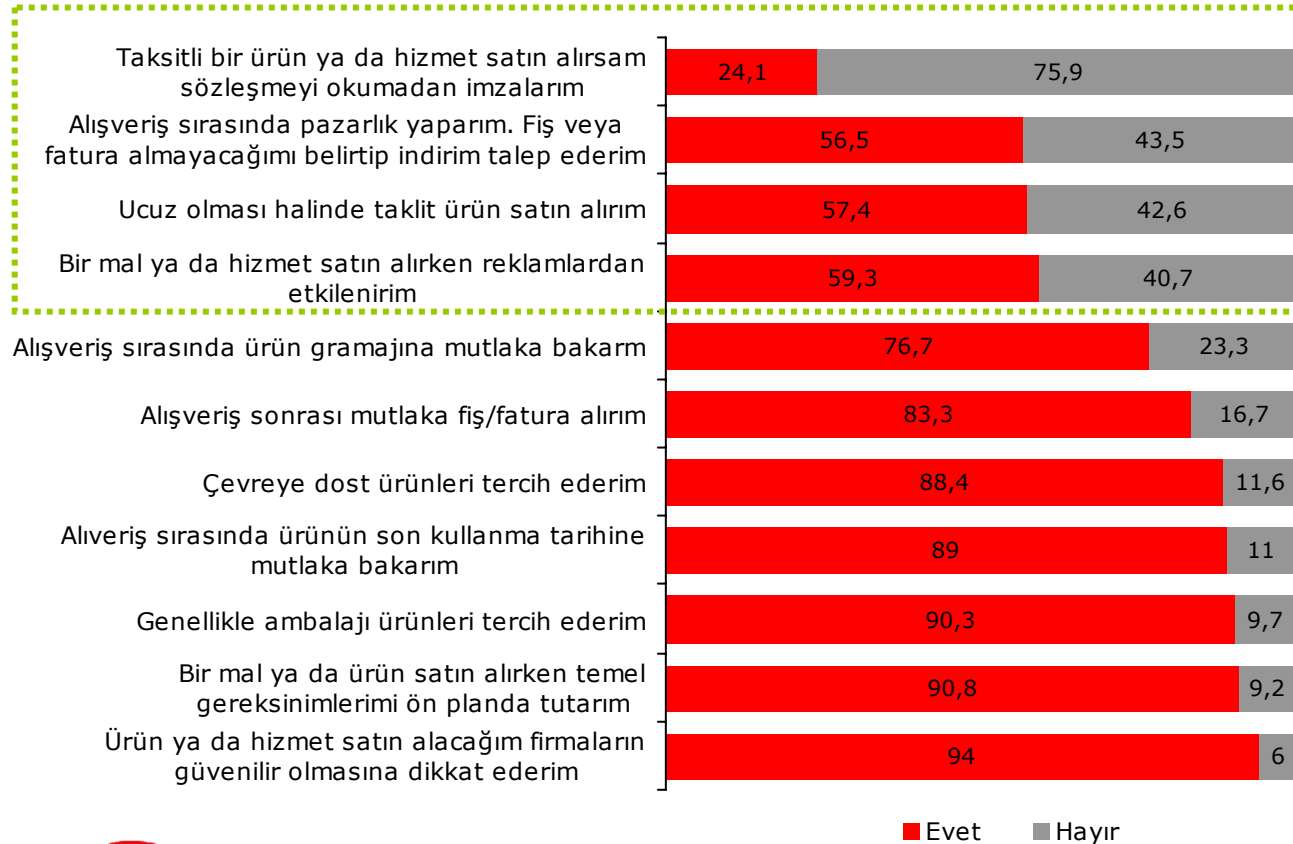
TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



TÜKÇEV

Tüketicilerin Alışveriş Sırasındaki Tutum ve Davranışları



Yeşil çerçeve ile belirtilen sorular tüketicilerin bilinç seviyeleriyle doğrudan ilişkilendirilmektedir ve bilinçli tüketim davranışı değildir.

Tüketicilerin %75 ve daha fazlası bilinçli tüketim davranışları olarak adlandırabileceğimiz davranışları gösterdiklerini belirtmişlerdir.



Baz: 784



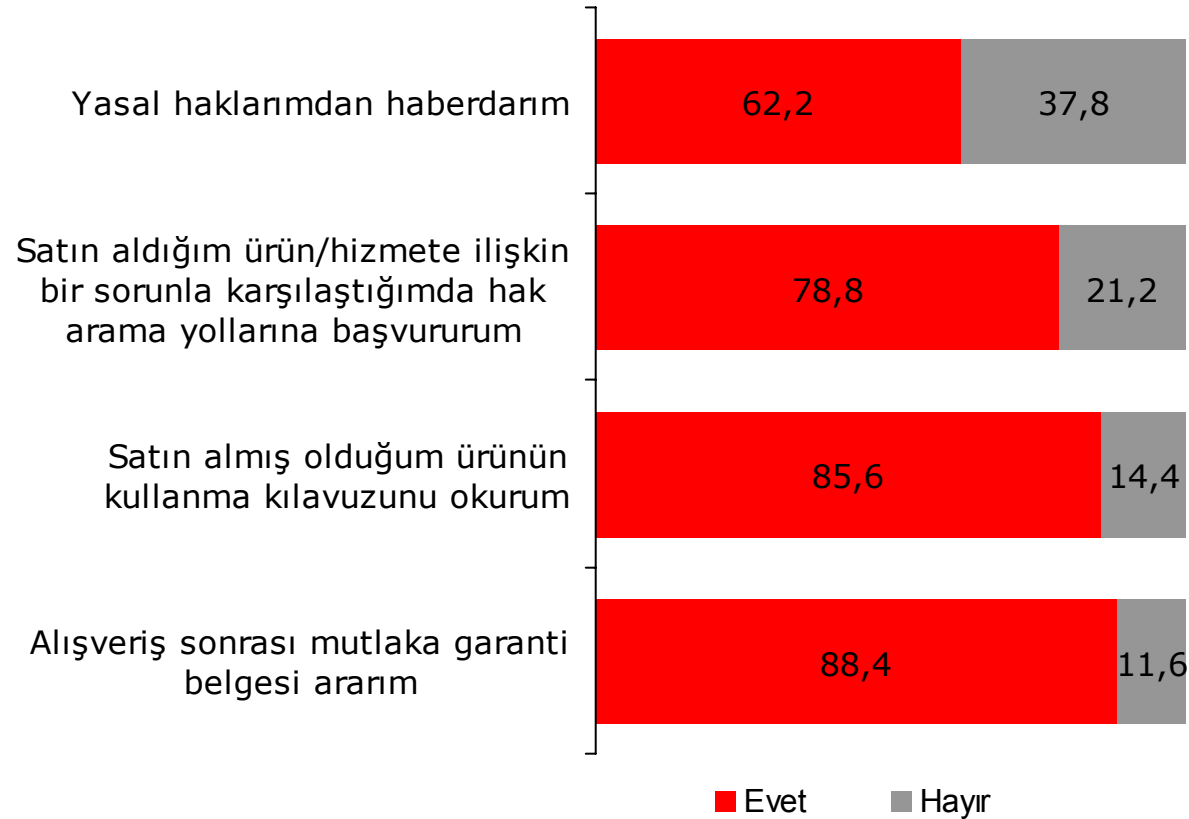
TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



TÜKÇEV

Tüketicilerin Alışveriş Sonrasındaki Tutum ve Davranışları



Tüketicilerin yaklaşık 2/3 ü yasal haklarından haberdardır ve bir sorunla karşılaştığında hak arama yollarına başvuran tüketici oranı %80 e yakındır



Baz: 784



TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



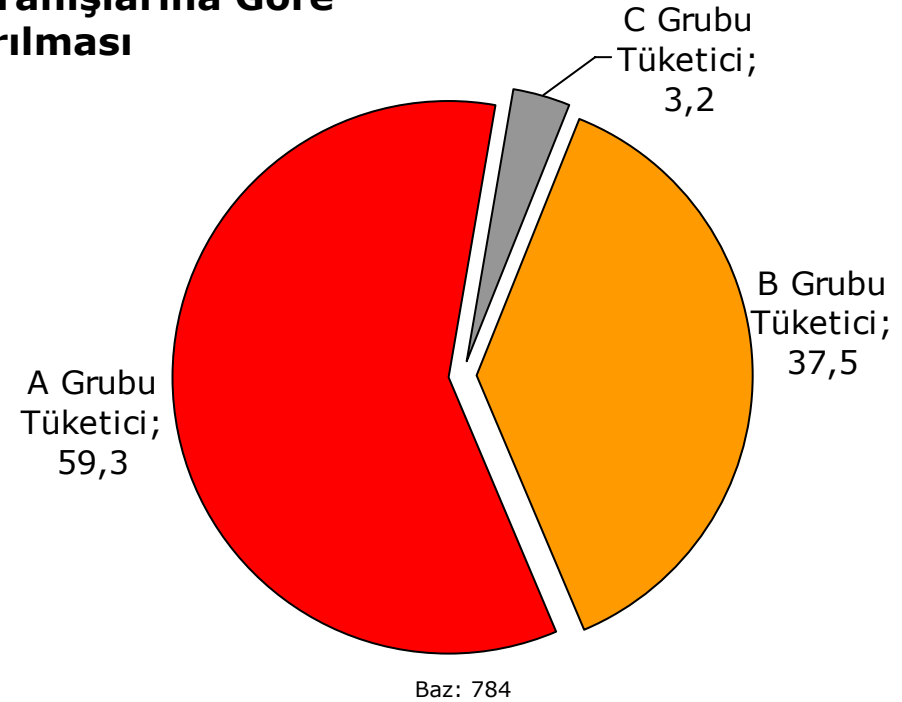
TÜKÇEV

Tüketicilerin Alışveriş Davranışlarına Göre Kategorilere Ayrılması

Tüketicilerin alışveriş davranışlarını belirleyen bu 19 kritere verdikleri cevaplar puanlanarak tüketiciler kategorilere ayrılmıştır.

Toplam 19 kritere verilen cevaplardan alınabilen en düşük puan 0, en yüksek puan ise 19'dur. Tüketicilerin aldıkları puanların ortalamaları **13,8'** dir.

Davranışlarına göre kategorilere ayrılan tüketici grupları ile tüketicilerin eğitim durumları arasında pozitif bir korelasyon bulunmaktadır.



A grubu tüketicilerin toplam aldıkları puan aralığı 14 ile 19 puan arasındadır.

B grubu tüketicilerin toplam aldıkları puan aralığı 9 ile 13 puan arasındadır.

C grubu tüketicilerin toplam aldıkları puan aralığı 4 ile 8 puan arasındadır.



TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



TÜKÇEV

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Alışveriş Davranışları

A Grubu Tüketici	B Grubu Tüketici	C Grubu Tüketici
%98,7' si alışveriş sırasında ürünün son kullanma tarihine bakmaktadır.	%79,3' ü alışveriş sırasında ürünün son kullanma tarihine bakmaktadır.	%24,0' ü alışveriş sırasında ürünün son kullanma tarihine bakmaktadır.
%97,2' si alışveriş sonrası mutlaka garanti belgesi aramaktadır.	%77,9' u alışveriş sonrası mutlaka garanti belgesi aramaktadır.	%48' i alışveriş sonrası mutlaka garanti belgesi aramaktadır.
%96,8' i satın almış olduğu ürünün kullanma kılavuzunu okumaktadır.	%83' ü genellikle ambalajlı ürünleri tercih etmektedir.	%52' si genellikle ambalajlı ürünleri tercih etmektedir.
%97' si genellikle ambalajlı ürünleri tercih etmektedir.	%81,3' ü çevreye dost ürünleri tercih etmektedir.	%56' sı taksitli bir ürün ya da hizmet satın alırken sözleşmeyi okumadan imzalamamaktadır.
%96,1' i çevreye dost ürünleri tercih etmektedir.	%85,4' ü bir mal ya da ürün satın alırken temel gereksinimlerini ön planda tutmaktadır.	%64' ü bir mal ya da ürün satın alırken temel gereksinimlerini ön planda tutmaktadır.
%97' si ürün ya da hizmet satın alırken firmaların güvenilir olmasına dikkat etmektedir.	%90,5' i ürün ya da hizmet satın alırken firmaların güvenilir olmasına dikkat etmektedir.	%80' i ürün ya da hizmet satın alırken firmaların güvenilir olmasına dikkat etmektedir.



TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



TÜKÇEV

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Eğitim Durumları ve Sosyo-Ekonomik Statüleri

	A Grubu Tüketici	B Grubu Tüketici	C Grubu Tüketici	Toplam	Baz
Üniversite ve üstü	%65,9	%32,5	%1,6	%100	123
Lise	%61,9	%36,3	%1,8	%100	273
İlköğretim ve altı	%55,4	%39,9	%4,6	%100	388

Tüketici bilinci eğitimle doğru oranda artmaktadır. C Grubu Tüketicilerin **%1,6'** i üniversite mezunu iken, A Grubu Tüketiciler de bu oran **%65,9'** a çıkmaktadır.

Davranışa göre bölümlendirilen tüketici grupları ile tüketicilerin eğitim seviyeleri arasında pozitif korelasyon bulunmaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça tüketicilerin bilinç düzeyi de artmaktadır. Eğitim ile tüketici grupları arasındaki korelasyon katsayısı 0,86'dır. Bu aradaki ilişkinin kuvvetli olduğunu göstermektedir.

Tüketici bilinci sosyo-ekonomik statüye göre değişmektedir. C Grubu Tüketicilerden **A Ses Grubunda** yer alan yok iken A Grubu Tüketiciler en fazla orana sahiptir.

Bununla birlikte tüketicilerin sahip olduğu SES ile davranışlarına göre yapılan gruplandırma arasında %95 güven sınırında anlamlı bir ilişki yoktur.

	A Grubu Tüketici	B Grubu Tüketici	C Grubu Tüketici	Toplam	Baz
A Ses Grubu	%71,4	%28,6		%100	14
B Ses Grubu	%61,4	%35,9	%2,8	%100	145
C1 Ses Grubu	%61,5	%34,6	%3,9	%100	205
C2 Ses Grubu	%56,1	%41,7	%2,2	%100	230
D Ses Grubu	%58,4	%37,4	%4,2	%100	190

Baz: 784

Tüketicilerin Tüketici Hakları ile İlgili Bilgi Düzeyleri

Bilgi...

- Bu bölümde tüketiciler 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun' da yer alan tüketici haklarını ilişkin bilgi düzeylerine göre kategorilere ayrılmış ve;
 - Tüketici hakları ile ilgili olarak kurulan ALO TÜKETİCİ Danışma Hattı'nın telefon numarasını bilme durumu,
 - Ülkemizde tüketicinin korunması ile ilgili ayrı bir yasanın olduğundan haberdar olma durumu,
 - Tüketicinin korunması ile ilgili yasanın uygulamasından hangi bakanlığın sorumlu olduğunu bilme durumu,
 - Satın alınan mal/hizmetin ayıplı olduğunun anlaşılması halinde, tüketici haklarından yararlanabilmek için teslim alındıktan sonra belirli bir süre içerisinde satıcı firmaya haber verme zorunluluğu olduğunu bilme durumu,
 - Ayıplı mal ile karşılaşıldığında tüketici hakları ile ilgili tüketicilerin bilgi düzeyi,
 - Kapıdan satışlarda tüketicilerin almış oldukları malı 7 gün süre içinde neden belirtmeden iade etme hakkını bilme durumu,
 - Taksitli satışlarla ilgili tüketicilerin bilgi düzeyi
 - Satın alınan sanayi mallarında azami garanti süresini bilme durumu,
 - Garanti süresi içindeki arızalar için azami tamir süresi ile ilgili tüketicilerin bilgi düzeyi,
- Sorgulanmıştır.



TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



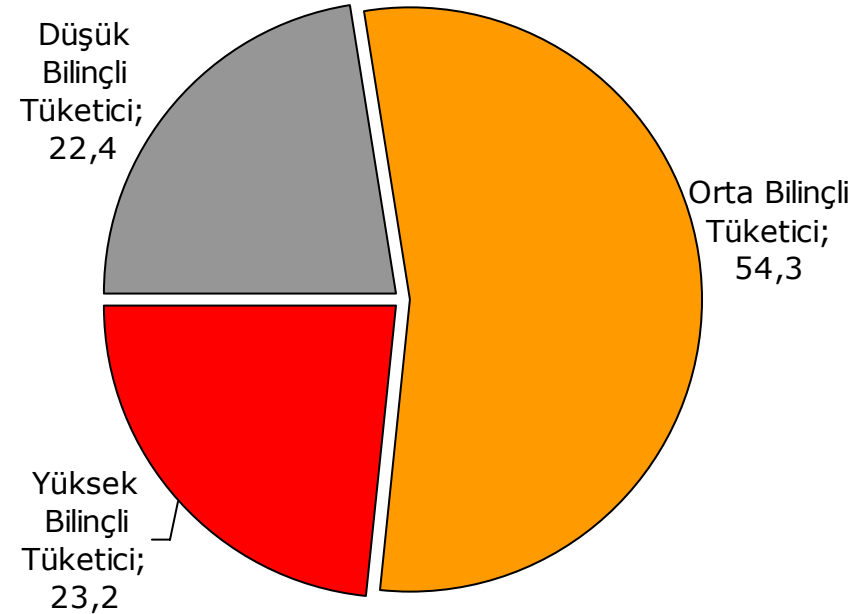
TÜKÇEV

Tüketicilerin Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeylerine Göre Kategorilere Ayrılması

Tüketicilerin tüketici hakları ile ilgili bilgi düzeylerini ölçümlmek amacıyla 9 kriter sorgulanmaktadır ve bu kriterlere uygun olarak verilen cevaplar puanlanarak tüketiciler kategorilere ayrılmaktadır.

Toplam 9 kritere verilen cevaplardan alınan en düşük puan 0, en yüksek puan ise 90' dır. Tüketicilerin aldıkları puanların ortalamaları **46,3'** dür.

Buradan hareketle tüketicilerin kategorileri yandaki grafikte gösterilmiştir.



Baz: 784



Tüketici bilinci eğitimle doğru orantılı olarak artmaktadır. Bilinç düzeyi ile tüketicilerin eğitim seviyeleri arasında %95 güven sınırında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır



TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



TÜKÇEV

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyleri

Yüksek Bilinçli Tüketici	Orta Bilinçli Tüketici	Düşük Bilinçli Tüketici
ALO 175 Tüketici danışma hattının numarasını %24,2'si doğru bilmektedir	ALO 175 Tüketici danışma hattının numarasını %3,3'ü doğru bilmektedir	ALO 175 Tüketici danışma hattının numarasını %0,6'sı doğru bilmektedir
Ülkemizde tüketicinin korunması ile ilgili ayrı bir yasanın olduğundan %97,3'ü haberdardır	Ülkemizde tüketicinin korunması ile ilgili ayrı bir yasanın olduğundan %40,4'ü haberdardır	Ülkemizde tüketicinin korunması ile ilgili ayrı bir yasanın olduğundan %5,7'si haberdardır
Tüketicinin korunması ile ilgili yasanın uygulanmasından hangi bakanlığın sorumlu olduğunu %57,6'sı bilmektedir	Tüketicinin korunması ile ilgili yasanın uygulanmasından hangi bakanlığın sorumlu olduğunu %15,7'si bilmektedir	Tüketicinin korunması ile ilgili yasanın uygulanmasından hangi bakanlığın sorumlu olduğunu hiçbiri bilmemektedir
Ayıplı mal/hizmet satın aldığı durumda tüketici haklarından yararlanabilmek için belirli bir süre içerisinde satıcı firmaya haber verme zorunluluğu olduğunu %97,3'ü bilmektedir	Ayıplı mal/hizmet satın aldığı durumda tüketici haklarından yararlanabilmek için belirli bir süre içerisinde satıcı firmaya haber verme zorunluluğu olduğunu %65,5'i bilmektedir	Ayıplı mal/hizmet satın aldığı durumda tüketici haklarından yararlanabilmek için belirli bir süre içerisinde satıcı firmaya haber verme zorunluluğu olduğunu %14,2'si bilmektedir
Ayıplı mal ile karşılaşma durumu hakkında doğru cevap verme oranı %87,5'tir	Ayıplı mal ile karşılaşma durumu hakkında doğru cevap verme oranı %91,6'dır	Ayıplı mal ile karşılaşma durumu hakkında doğru cevap verme oranı %93,6'dır
Kapıdan satışlarda tüketicilerin almış oldukları malı 7 gün içerisinde neden belirtmeden iade etme hakkını %29,7'si bilmektedir.	Kapıdan satışlarda tüketicilerin almış oldukları malı 7 gün içerisinde neden belirtmeden iade etme hakkını %9,4'ü bilmektedir.	Kapıdan satışlarda tüketicilerin almış oldukları malı 7 gün içerisinde neden belirtmeden iade etme hakkını hiçbiri bilmemektedir.
Taksitli satışlarla ilgili doğru cevap verme oranı %78'dir	Taksitli satışlarla ilgili doğru cevap verme oranı %71,6'dır	Taksitli satışlarla ilgili doğru cevap verme oranı %69,1'dir
Satın alınan sanayi mallarında azami garanti süresini bilenlerin oranı %33'dür	Satın alınan sanayi mallarında azami garanti süresini bilenlerin oranı %40,4'dür	Satın alınan sanayi mallarında azami garanti süresini bilenlerin oranı %10,8'dir
Garanti süresi içerisindeki arızalar için azami tamir süresini %18,7'si bilmektedir	Garanti süresi içerisindeki arızalar için azami tamir süresini %9,4'ü bilmektedir	Garanti süresi içerisindeki arızalar için azami tamir süresini hiçbiri bilmektedir





TÜPADEM

Tüketicilerin Alışveriş Davranışları



TÜKÇEV

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Eğitim Durumları ve Sosyo-Ekonomik Statüleri

	Yüksek Bilinçli Tüketici	Orta Bilinçli Tüketici	Düşük Bilinçli Tüketici	Toplam	Baz
Üniversite ve üstü	%39,0	%43,9	%17,1	%100	123
Lise	%25,3	%54,9	%19,8	%100	273
İlköğretim ve altı	%16,8	%57,2	%26,0	%100	388

Tüketici bilinci eğitimle doğru oranda artmaktadır. Düşük bilinçli tüketicilerin **%17,1**'i üniversite mezunu iken, yüksek bilinçli tüketicilerde bu oran **%39**' a çıkmaktadır.

Tüketici bilinç düzeyi ile tüketicilerin eğitim seviyeleri arasında %95 güven sınırında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça bilinç düzeyi de artmaktadır.

Tüketici bilinci sosyo-ekonomik statüye göre değişmektedir. Düşük bilinçli tüketiciler **A Ses Grubunda %7,1** iken **D Ses Grubunda %28,4** orana sahiptir.

	Yüksek bilinçli tüketici	Orta bilinçli tüketici	Düşük bilinçli tüketici	Toplam	Baz
A Ses Grubu	%35,7	%57,1	%7,1	%100	14
B Ses Grubu	%39,3	%46,9	%13,8	%100	145
C1 Ses Grubu	%22,4	%51,2	%26,3	%100	205
C2 Ses Grubu	%20,4	%59,1	%20,4	%100	230
D Ses Grubu	%14,2	%57,4	%28,4	%100	190

Tüketici bilinç düzeyi ile tüketicilerin SES'leri arasında %95 güven seviyesinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. SES seviyesi arttıkça tüketici bilinç düzeyi de artma eğilimindedir.



Alışveriş Yaparken Tercih Edilen Satış Kanalları ve Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumunda Tüketici Davranışları

Bilgi...

- Bu bölümde tüketicilerin alışveriş yaparken tercih etmekte oldukları satış kanalları ve tercih edilen satış kanallarında ayıplı mal/hizmet ile karşılaşma durumları sorgulanmaktadır.



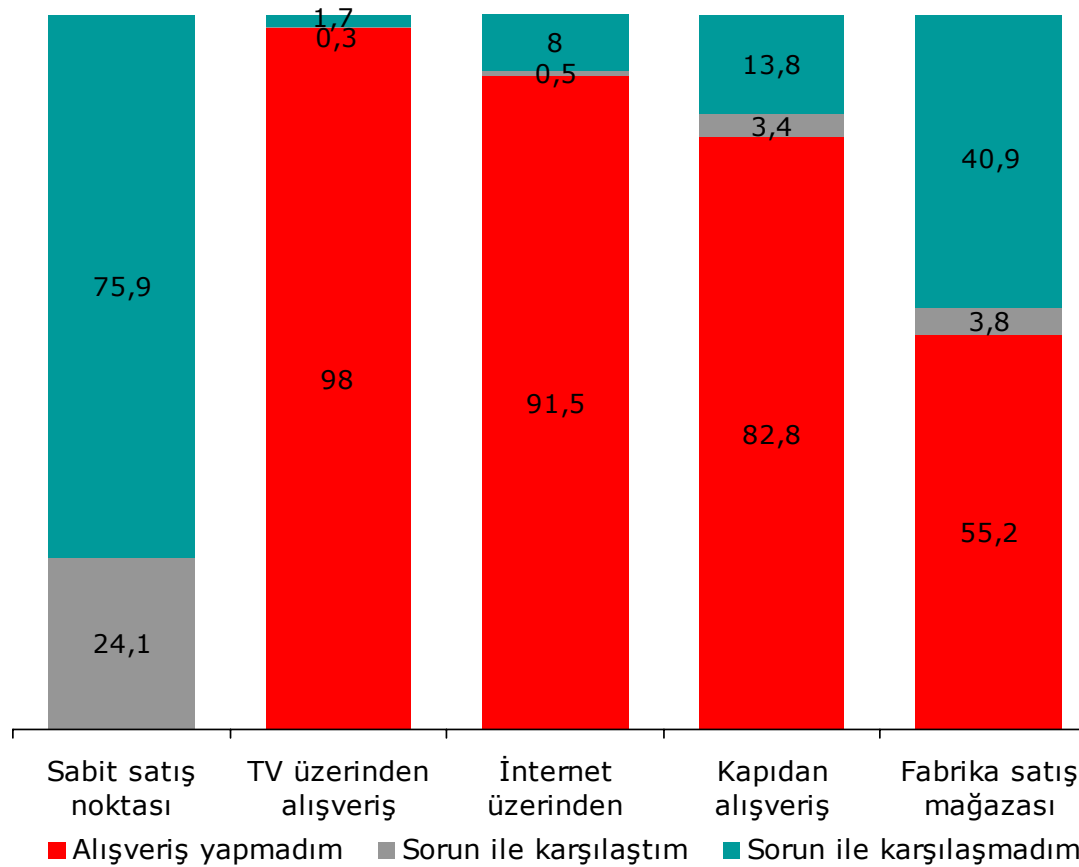
TÜPADEM

Alışveriş Yaparken Tercih Edilen Satış Kanalları



TÜKÇEV

Alışveriş Yaparken Tercih Edilen Satış Kanalları ve Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



Alışveriş yaparken en fazla tercih edilen satış kanalı **%100** ile sabit satış noktaları olduğu anlaşılmaktadır. Bu sebepten dolayı da en fazla ayıplı mal/hizmet ile karşılaşma durumu da sabit satış noktalarında görülmektedir.

Alışveriş yaparken en az tercih edilen satış kanalı **%2** ile televizyon üzerinden yapılan alışverişler olduğu anlaşılmaktadır.



Baz: 784



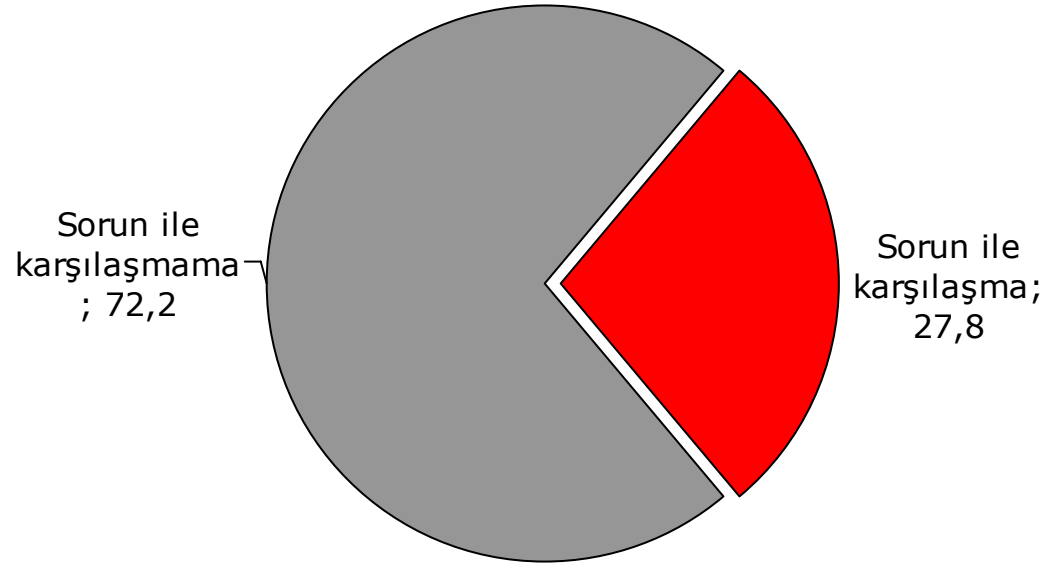
TÜPADEM

Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Yapılan Tüm Alışverişlerde Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



Baz: 784

Bütün satış kanalları birlikte değerlendirildiğinde tüketicilerin %27,8 i ayıplı mal ve hizmetle karşılaştıklarını belirtmişlerdir.





TÜPADEM

Ek Bilgi



TÜKÇEV

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu

Alışveriş Davranışlarına Göre Kategoriler	Sorun İle Karşılaşanlar	Sorun İle Karşılaşmayanlar	Total	Baz
A Grubu Tüketici	%30,5	%69,5	%100	465
B Grubu Tüketici	%23,8	%76,2	%100	294
C Grubu Tüketici	%24	%76	%100	25
Genel	%27,8	%72,2	%100	784

Alışveriş davranışlarına göre oluşturulan sınıflandırma ile sorunla karşılaşılma durumu arasında düşük seviyede de olsa bir korelasyon (0,072) bulunmaktadır. A Grubu tüketicilerin sorun ile karşılaşma durumu daha fazla olmaktadır.

Tüketici hakları ile ilgili bilgi düzeylerine göre sınıflandırılan tüketiciler ile sorunla karşılaşma durumu arasında %95 güven sınırında anlamlı bir ilişki vardır. Tüketicilerin bilinç seviyeleri arttıkça ayıplı mal/hizmet ile karşılaşma durumları da artmaktadır.

Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyine Göre Kategoriler	Sorun İle Karşılaşanlar	Sorun İle Karşılaşmayanlar	Total	Baz
Yüksek Bilinçli Tüketici	%35,7	%64,3	%100	182
Orta Bilinçli Tüketici	%29,8	%70,2	%100	426
Düşük Bilinçli Tüketici	%14,8	%85,2	%100	176
Genel	%27,8	%72,2	%100	784





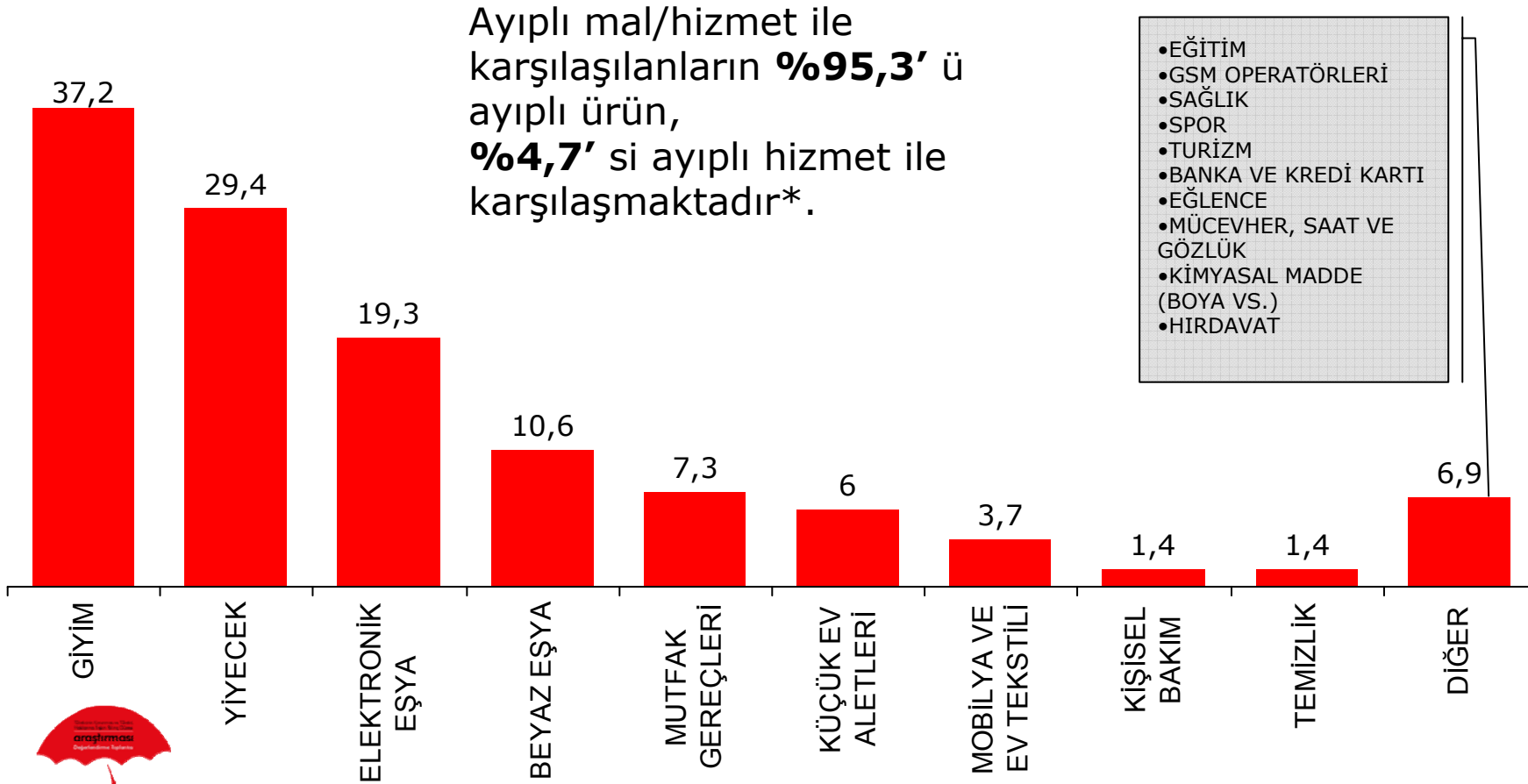
TÜPADEM

Ayılı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Ayılı Mal/Hizmet İle Karşılaşılan Ürün/Hizmet Grupları



Baz: 268

37

Birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.



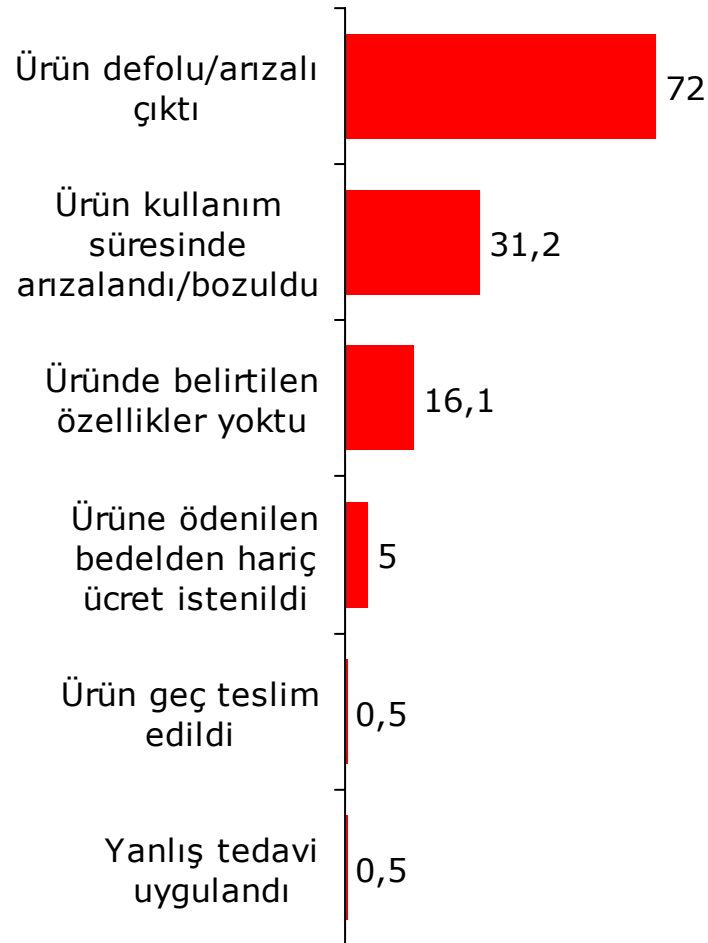
TÜPADEM

Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Yapılan Tüm Alışverişlerde Ayıplı Mal/Hizmette Karşılaşılan Sorunlar



Ayıplı mal/hizmetle en fazla karşılaşılan sektörlerin başında giyim ve elektronik eşya gelmesinden dolayı en çok karşılaşılan sorunun da satın alınan **ürünün defolu/arızalı** çıkması olduğu görülmektedir.

Birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.
Bir üründe birden çok sorun yaşanmıştır.

Baz: 268





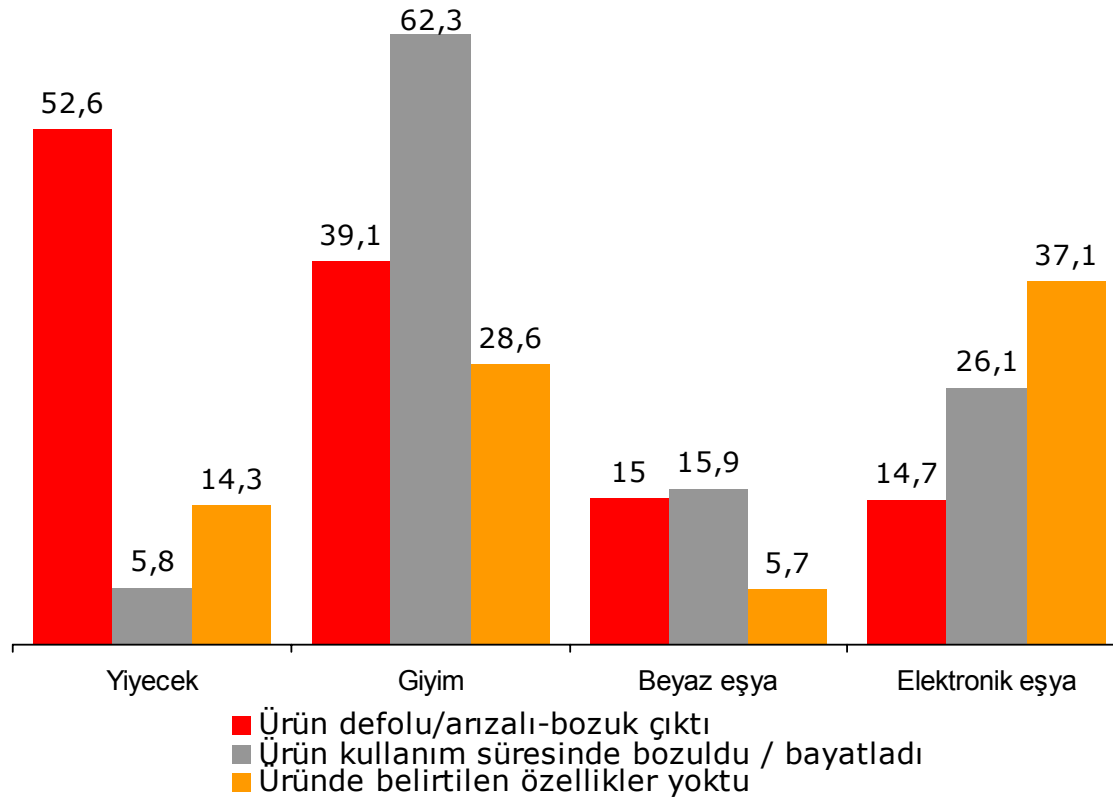
TÜPADEM

Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

En Çok Sorun Yaşanan Sektörlere Göre Karşılaşılan Sorunların Dağılımı



Baz: 64

Baz: 81

Baz: 23

Baz: 42

Birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.

Giyim sektöründe tüketicilerin satın almış oldukları ürünlerde yaşadıkları sorunların **%62,3'** ü ürünün kullanım süresinde deforme olmasından kaynaklanmaktadır.

Yiyecek sektöründe tüketicilerin satın aldıkları ürünlerde yaşadıkları sorunların **%52,6'** sı ürünün son kullanma tarihinin geçmiş olmasından kaynaklanmaktadır.

Beyaz eşya sektöründe tüketicilerin satın aldıkları ürünlerde yaşadıkları sorunların **%15,9'** u ürünün kullanım süresinde arızalanmasından kaynaklanmaktadır.

Elektronik eşya sektöründe tüketicilerin satın aldıkları ürünlerde yaşadıkları sorunların **%37,1'** i üründe belirtilen özelliklerin olmamasından kaynaklanmaktadır.



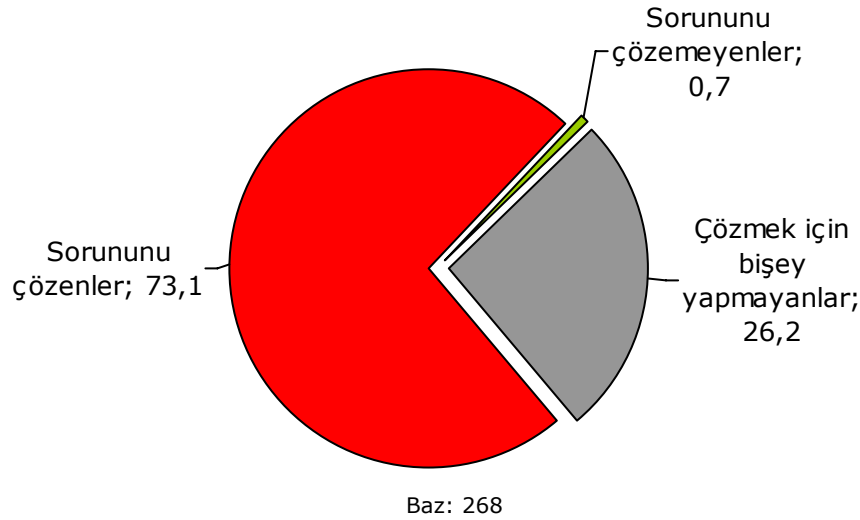
TÜPADEM

Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



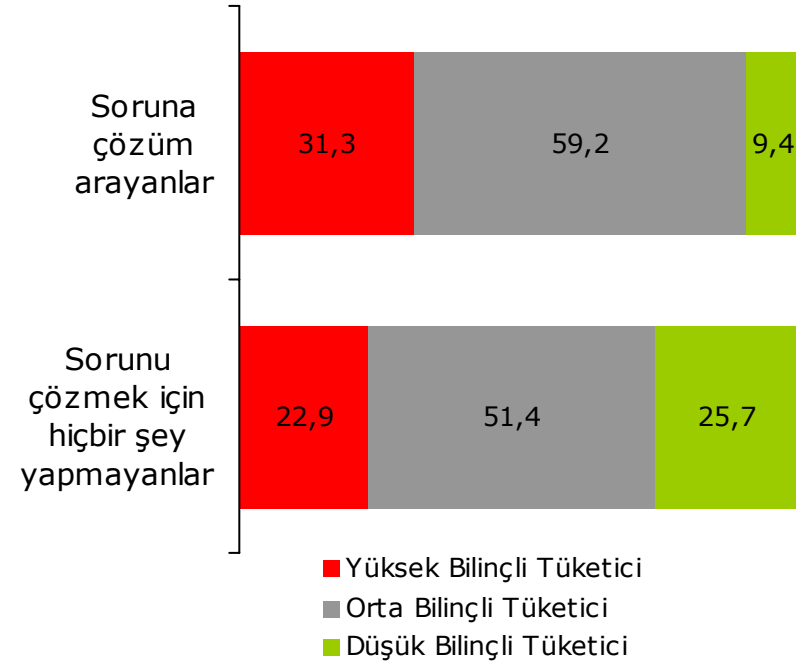
TÜKÇEV

Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşıldığında Sorunun Çözülme Durumu



*Bir kişi aynı satış kanalından birkaç ürün/hizmette sorunla karşılaşmıştır.

Tüketicilerin Bilinç Kategorilerine Göre Soruna Çözüm Arayış Durumları



Tüketici hakları ile ilgili bilgi düzeyine göre ayıplı mal/hizmet ile karşılaşıldığında sorunu çözmek için hiçbir şey yapmayanların **%77'** si düşük ve orta bilinç düzeyinde, karşılaşılan soruna çözüm arayanların **%31,3'** ü yüksek bilinç düzeyine sahip tüketicilerdir.



TÜPADEM

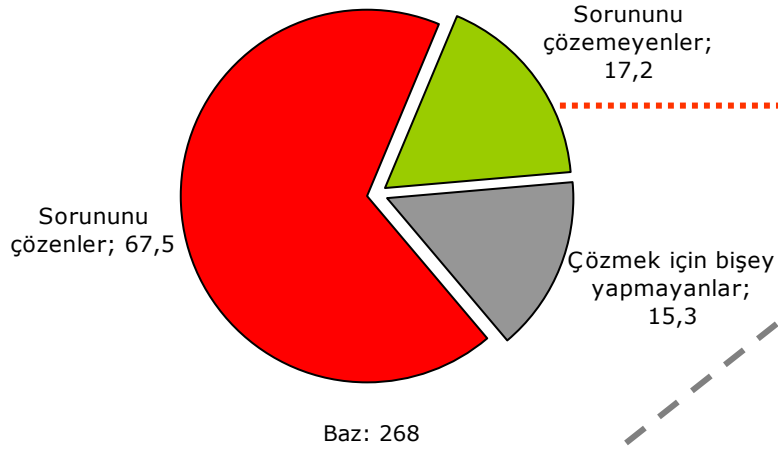
Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



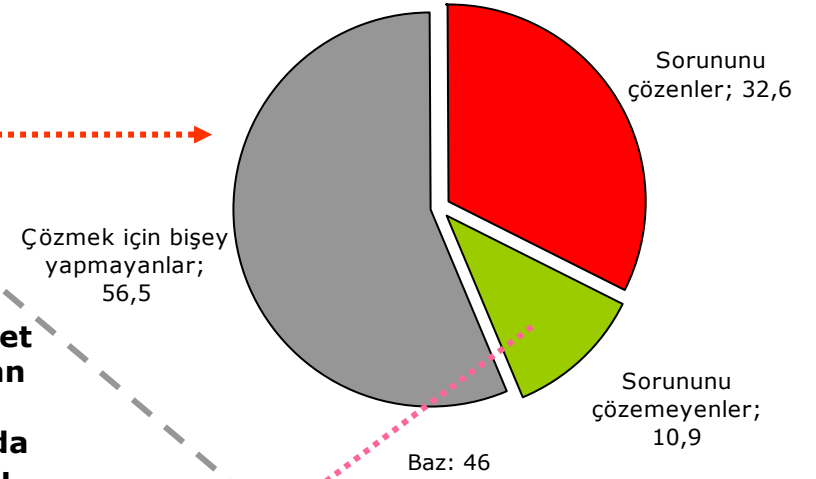
TÜKÇEV

Karşılaşılan Sorunlarda İzlenen Çözüm Aşamaları

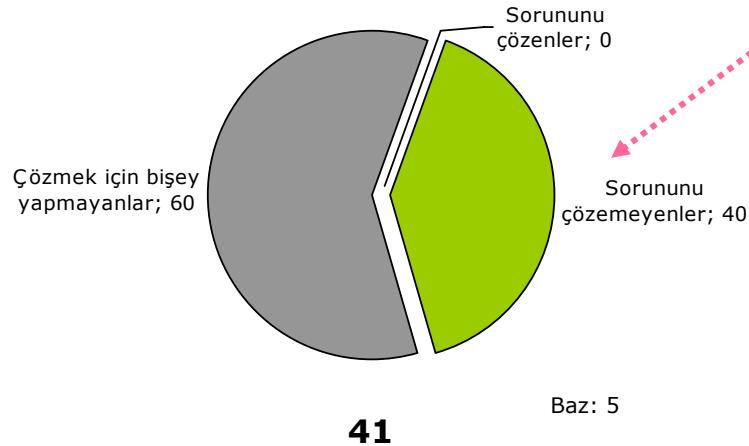
Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaştıktan Sonra İlk Başvurulduğunda Çözüm Durumu



Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaştıktan Sonra İkinci Başvurulduğunda Çözüm Durumu



Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaştıktan Sonra Üçüncü Başvurulduğunda Çözüm Durumu





TÜPADEM

Ayıplı Mal Ya da Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Ayıplı Mal Ya da Hizmet İle Karşılaştıktan Sonra Çözmek İçin Hiçbir Şey Yapmama Nedenleri



Tüketicilerin % 60,1'i sorunu çözmek için gerçekten hiçbir girişimde bulunmamıştır.

Baz: 75

Birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir. %2,7' nin altındaki değerler grafiğe dahil edilmemiştir.





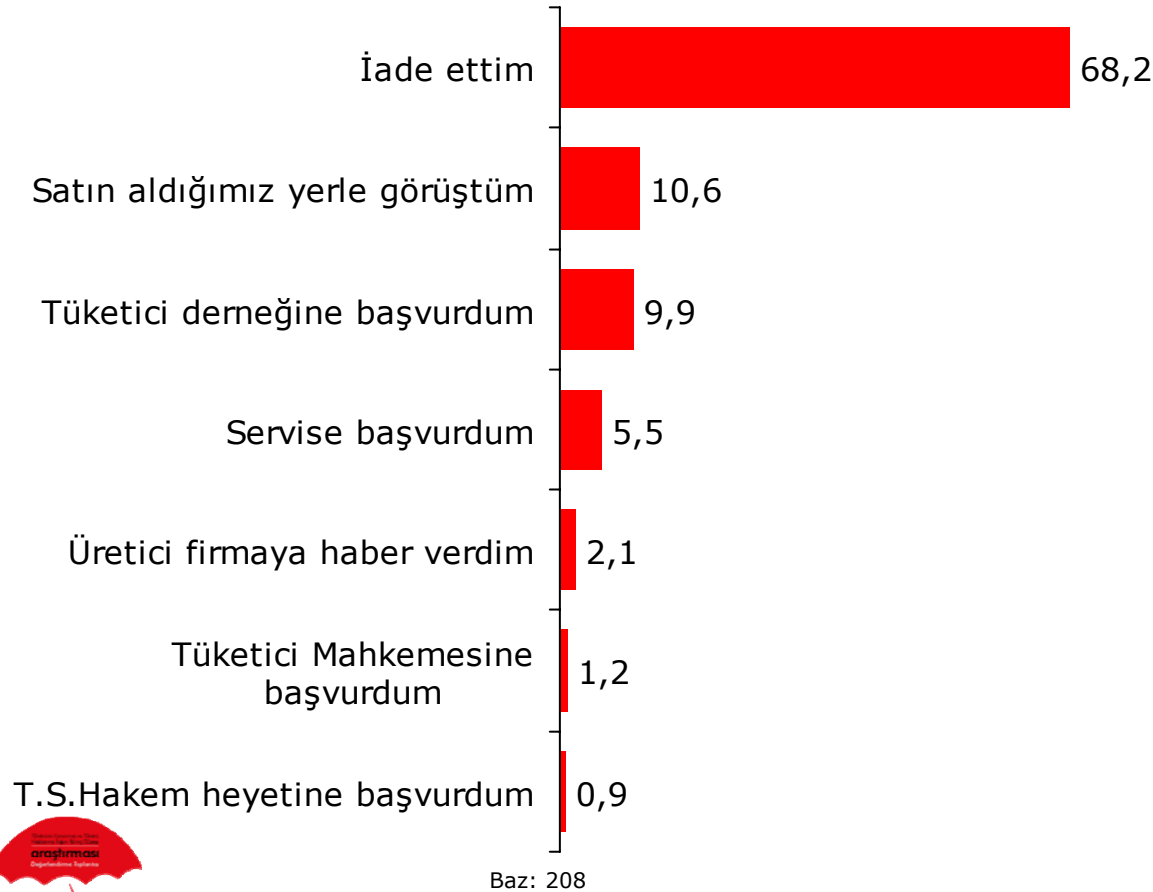
TÜPADEM

Ayıplı Mal Ya da Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Ayıplı Mal Ya da Hizmet İle Karşılaştıktan Sonra Çözüm İçin Yapılanlar



Sorunla karşılaşanların **%68,2'** si aldıkları ürünü iade etmiştir.

Sorunu çözmek için bir şey yapanların **%73,1'** nin sorunu çözülmüştür.

Sorunu çözmek için Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri'ne başvuran tüketicilerin oranı sadece **%0,9** dur



Birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.
%0,9' un altındaki değerler grafiğe dahil edilmemiştir.



TÜPADEM

Ayıplı Mal Ya da Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Ayıplı Mal Ya da Hizmet İle Karşılaştıktan Sonra Sorunun Nasıl Çözüldüğü



Sorunla karşılaşanların **%74'** ü ürünü yenisi ile değiştirmiştir.

Ayıplı mal Ya da hizmet ile karşılaştıktan sonra ilk başvuruda sorunların **%67,5'** i çözülmektedir.



Birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir. %1' in altındaki değerler grafiğe dahil edilmemiştir.



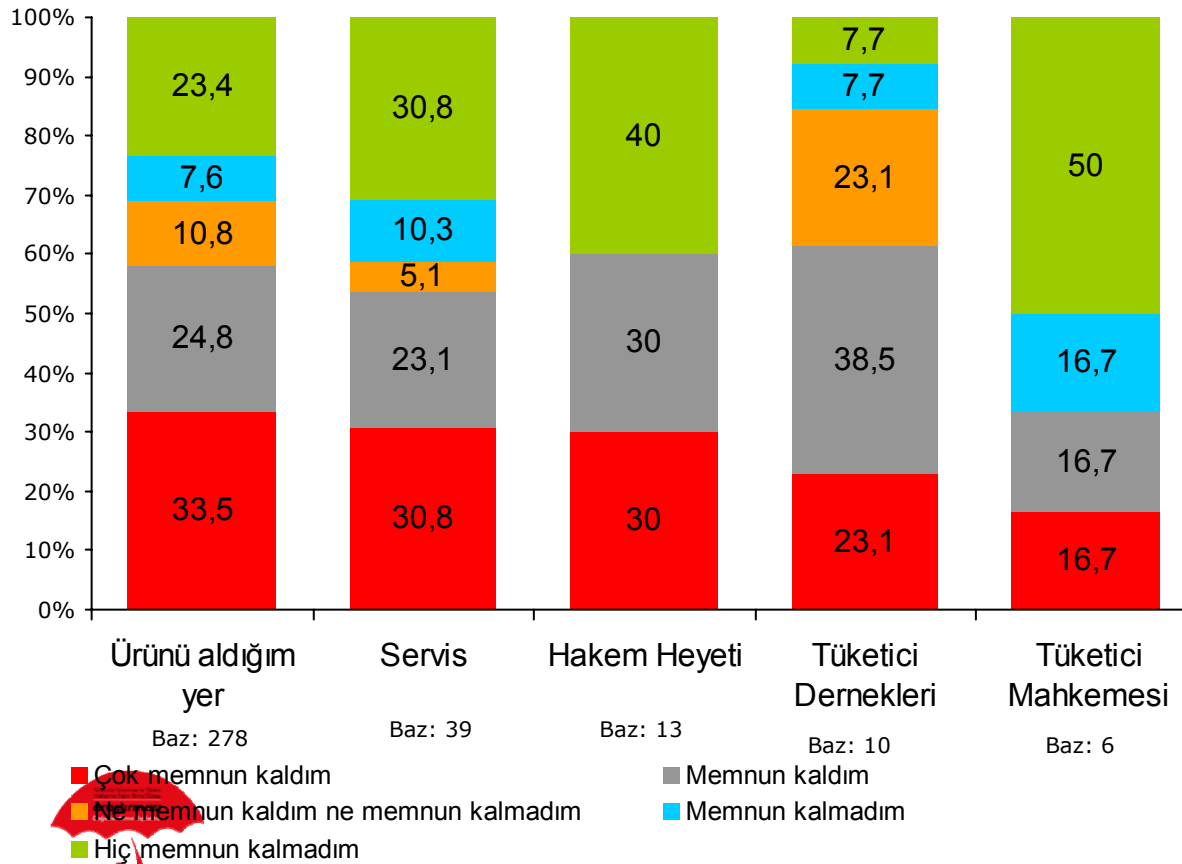
TÜPADEM

Ayıplı Mal Ya da Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Sorunun Çözümü İçin Başvurulan Yerlerden Memnuniyet Durumu



Sorun çözmek amacıyla başvurulan yerlerden memnun kalmama oranı %66,7 ile Tüketici Mahkemeleridir. Ardından sırayla %41,2 ile servis, %40 TS Hakem Heyeti, %31 ile Ürünün alındığı yer ve son olarak %15,4 ile tüketiciyi koruma dernekleri gelmektedir.

Hakem heyetlerine başvuranların sayısı az olmasına rağmen memnuniyet seviyesinin yüksekliği dikkat çekicidir.



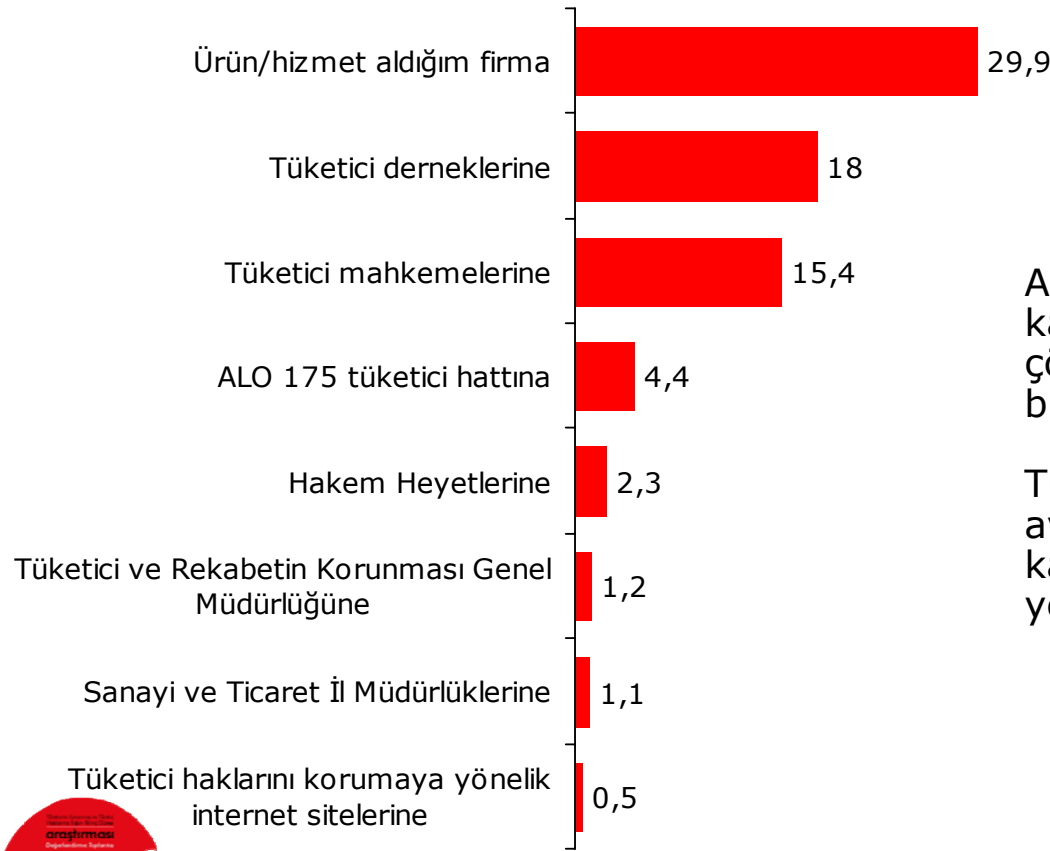
TÜPADEM

Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Ayıplı Mal/Hizmet İle Karşılaşıldığında Çözüm İçin Başvurulacak Yerleri Bilme Durumu*



Ayıplı mal/hizmet ile karşılaşanların **%47,3'ü** çözüm için başvuracağı yerleri bilmemektedir.

Tüm tüketicilerin **%15,2' si** ayıplı mal/hizmet ile karşılaştığında başvuracağı yeri bilmemektedir.

Baz: 566

* Ayıplı mal/hizmet ile karşılaşmayanlara sorulmuştur.





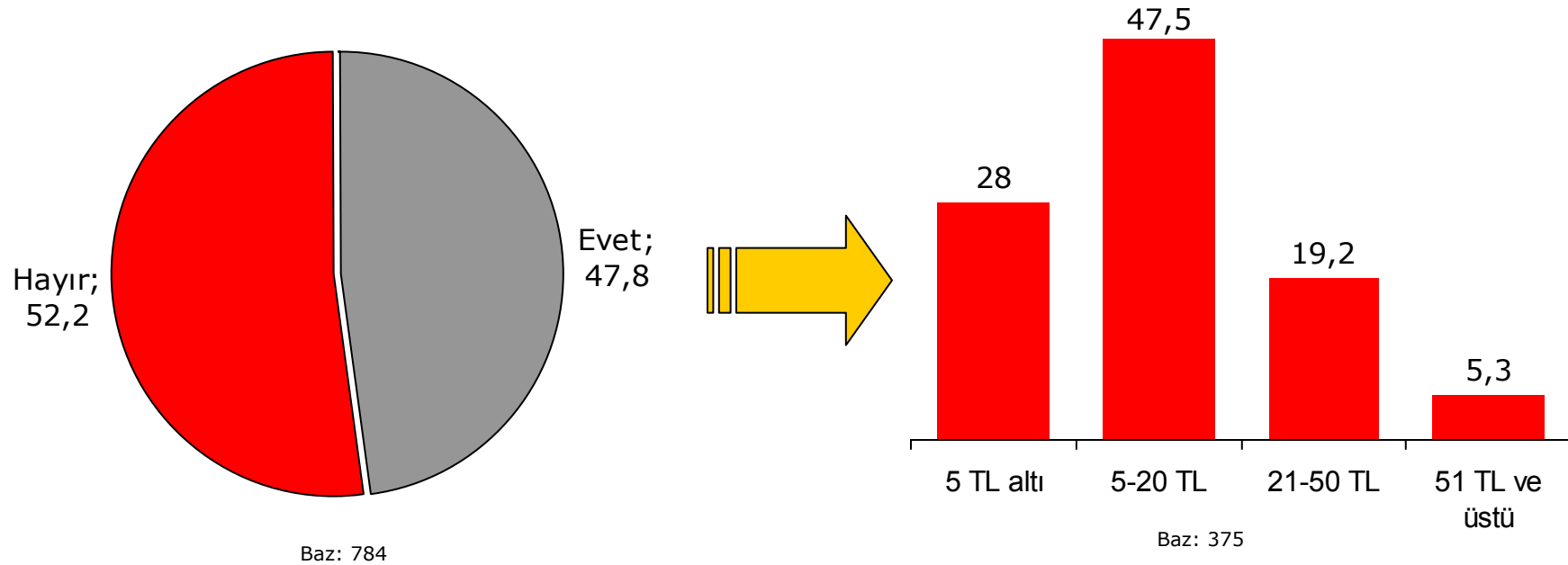
TÜPADEM

Ayıplı Mal Ya da Hizmet İle Karşılaşma Durumu



TÜKÇEV

Satın Alınan Mal/Hizmete Ödenen Fiyatın Tepki Gösterip Göstermemede Etkili Olma Durumu



Mal ya da hizmetin ayıplı/kusurlu olması durumunda satın alınırken ödenen fiyatın tepki göstermede etkili olduğu saptanmıştır. Bu miktar ortalama **23,7 TL**' dir.

Tüketicilerin **%25**' i 20 TL ve altı fiyatlı ürünlerde satınalma sonrasında ortaya çıkan sorunlara tepki göstermemektedir.

Tüketiciyi Koruma Amaçlı Kuruluşların Bilinirliği

Bilgi...

- Bu bölümde tüketiciyi koruma amaçlı kamu ve sivil toplum kuruluşlarının bilinirliği sorgulanmaktadır.



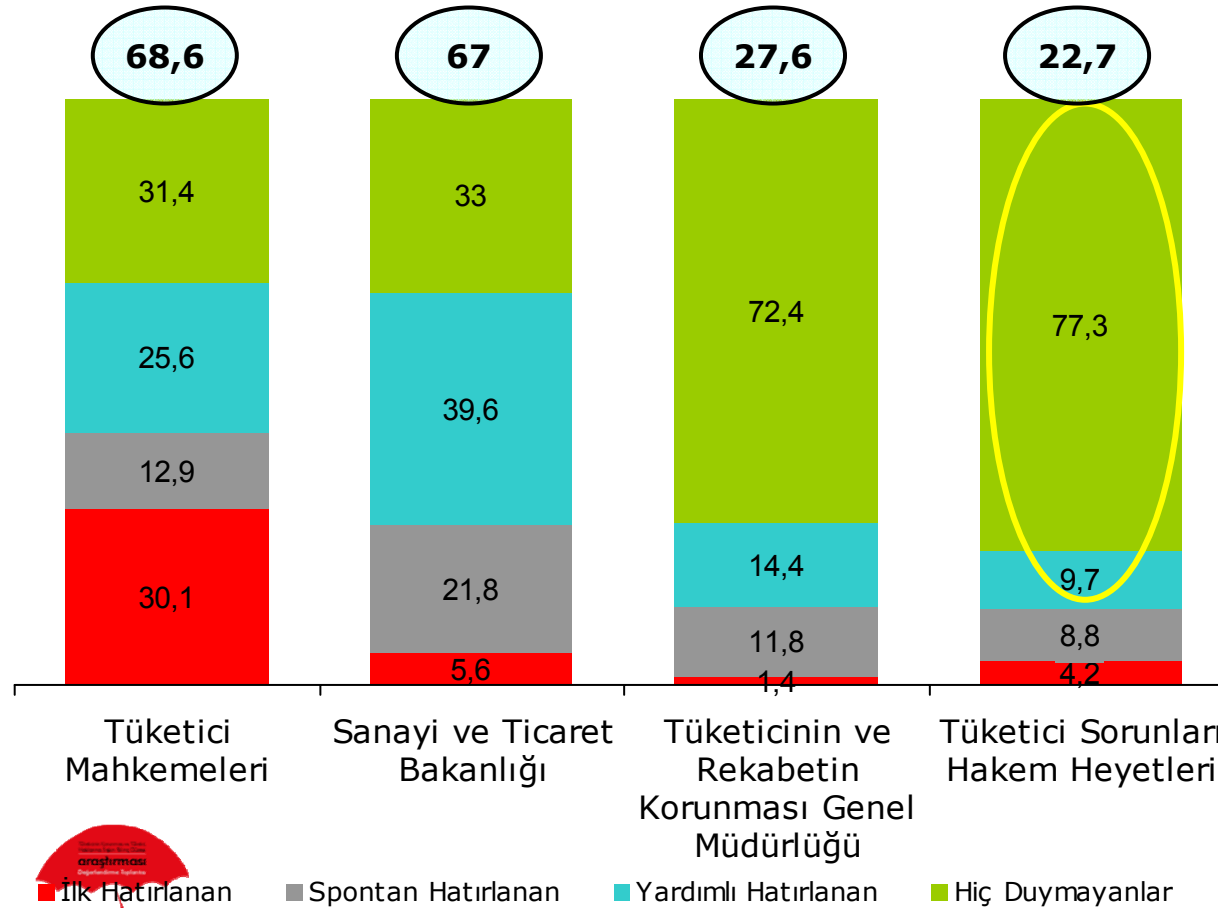
TÜPADEM

Tüketiciyi Koruma Amaçlı Kuruluşların Bilinirliği



TÜKÇEV

Tüketiciyi Koruma Amaçlı Kamu Kuruluşlarının Tanınma Durumu



%77,3'ü Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerini hiç duymamıştır.

Tüketiciyi Koruyan Kamu Kurum ve Kuruluşları içerisinde bilinirliği en yüksek olan kuruluş Tüketici Mahkemeleridir.



Baz: 784



TÜPADEM

Tüketiciyi Koruma Amaçlı Kuruluşların Bilinirliği



TÜKÇEV

Tüketicilerin Kategorilerine Göre T.S. Hakem Heyetleri'nin Bilinirliği

	DUYDUM	DUYMADIM	TOPLAM
C Grubu Tüketici		%100	%100
B Grubu Tüketici	%21,4	%78,6	%100
A Grubu Tüketici	%24,7	%75,3	%100

T. S. Hakem Heyetleri'nin bilinirliği genelde düşüktür C Grubu Tüketicilerde ise T. S. Hakem Heyetleri bilinirliği sıfırdır.

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Tüketici Mahkemeleri'nin Bilinirliği

	DUYDUM	DUYMADIM	TOPLAM
C Grubu Tüketici	%44	%56	%100
B Grubu Tüketici	%66,7	%33,3	%100
A Grubu Tüketici	%71,2	%28,8	%100

Tüketici Mahkemeleri'nin bilinirliğini A ve B Grubu Tüketicilerde yüksek olmasına rağmen C Grubu Tüketiciler de bu oran ortalamanın altındadır.

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Bilinirliği

	DUYDUM	DUYMADIM	TOPLAM
C Grubu Tüketici	%44	%56	%100
B Grubu Tüketici	%59,2	%40,8	%100
A Grubu Tüketici	%73,1	%26,9	%100

Tüketicileri korumaya yönelik kurumlardan biri olan Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın bilinirliği tüketici gruplarına göre farklılık göstermektedir.

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Tüketici ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'nün Bilinirliği

	DUYDUM	DUYMADIM	TOPLAM
C Grubu Tüketici	%16	%84	%100
B Grubu Tüketici	%20,4	%79,6	%100
A Grubu Tüketici	%32,7	%67,3	%100

Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'nün bilinirliği üç tüketici grubunda da düşüktür.



TÜPADEM

Tüketiciyi Koruma Amaçlı Kuruluşların Bilinirliği



TÜKÇEV

Tüketicilerin Kategorilerine Göre T. S. Hakem Heyetleri'nin Bilinirliği

	DUYDUM	DUYMADIM	TOPLAM
Düşük Bilinçli Tüketici	%15,9	%84,1	%100
Orta Bilinçli Tüketici	%19	%81	%100
Yüksek Bilinçli Tüketici	%37,9	%62,1	%100

T.S. Hakem Heyetleri'nin bilinirliği Yüksek Bilinçli Tüketiciler de diğer bilinç düzeyindeki tüketicilerden daha fazla olmasına rağmen bütün bilinç düzeyindeki tüketicilerde düşüktür.

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Tüketici Mahkemeleri'nin Bilinirliği

	DUYDUM	DUYMADIM	TOPLAM
Düşük Bilinçli Tüketici	%51,1	%48,9	%100
Orta Bilinçli Tüketici	%67,6	%32,4	%100
Yüksek Bilinçli Tüketici	%87,9	%12,1	%100

Tüketici Mahkemeleri'nin bilinirliğini Düşük Bilinçli Tüketiciler de beklenenden daha yüksektir.

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Bilinirliği

	DUYDUM	DUYMADIM	TOPLAM
Düşük Bilinçli Tüketici	%52,3	%47,7	%100
Orta Bilinçli Tüketici	%68,3	%31,7	%100
Yüksek Bilinçli Tüketici	%78	%22	%100

Tüketicileri koruma yönelik kurumlardan biri olan Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın bilinirliği tüketicilerin bilinç düzeyi arttıkça artmaktadır.

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'nün Bilinirliği

	DUYDUM	DUYMADIM	TOPLAM
Düşük Bilinçli Tüketici	%12,5	%87,5	%100
Orta Bilinçli Tüketici	%27,7	%72,3	%100
Yüksek Bilinçli Tüketici	%41,8	%58,2	%100

Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'nün bilinirlikleri üç bilinç düzeyinde de düşük olmasına karşın Düşük Bilinçli Tüketicilerde bu diğer bilinç düzeylerine göre daha düşüktür.



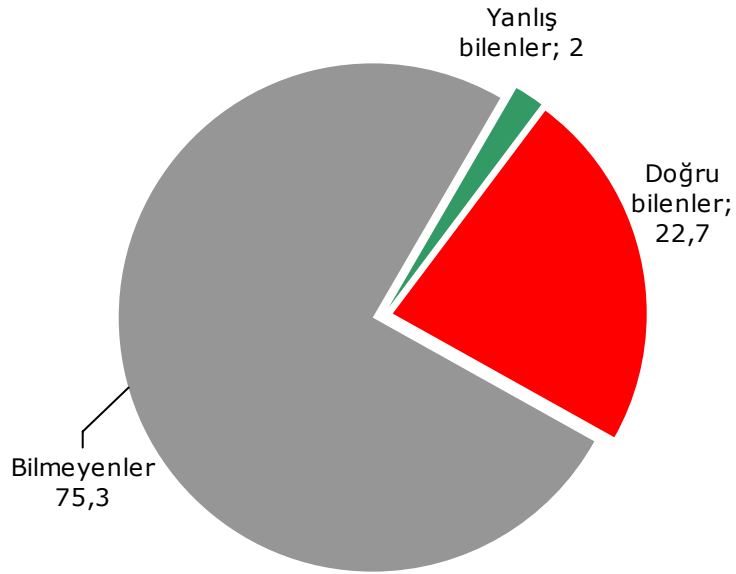
TÜPADEM

Tüketiciyi Koruma Amaçlı STK ların Bilinirliği



TÜKÇEV

Buldukları Bölgedeki Tüketiciyi Koruma Amaçlı Sivil Toplum Kuruluşlarının Bilinme Durumu



Baz: 784

Tüketicilerin %75,3' ü bölgelerinde tüketiciyi koruma amaçlı sivil toplum kuruluşlarını bilmemektedir.





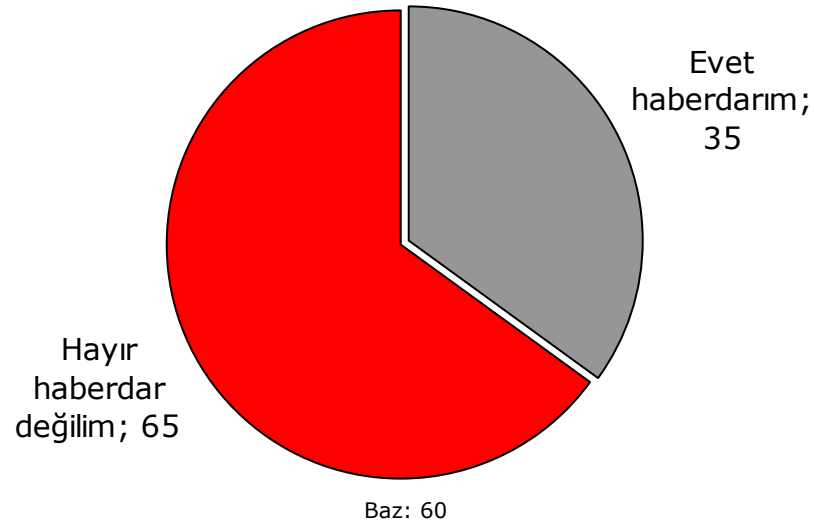
TÜPADEM

Tüketiciyi Koruma Amaçlı STK ların Bilinirliği



TÜKÇEV

Buldukları Bölgedeki Tüketiciyi Koruma Amaçlı Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyetlerinden Haberdar Olma Durumu



Tüketicilerin **%65'** i buldukları bölgedeki tüketiciyi koruma amaçlı sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinden haberdar değildir.





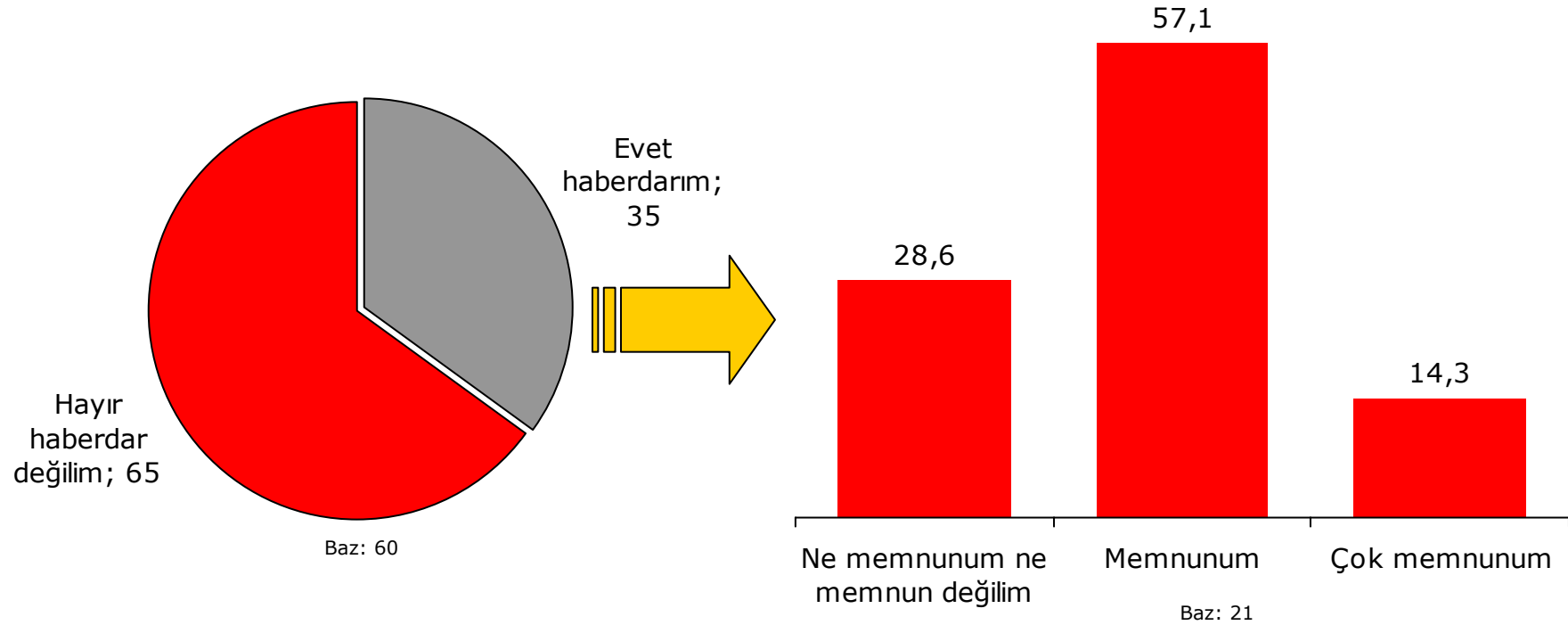
TÜPADEM

Tüketiciyi Koruma Amaçlı Kuruluşların Farkındalık



TÜKÇEV

Buldukları Bölgedeki Tüketiciyi Koruma Amaçlı Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyetlerinden Haberdar Olma Durumu



Tüketicilerin **%35'** i buldukları bölgedeki tüketiciyi koruma amaçlı sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinden haberdar olduğu görülmektedir.

Tüketicilerin **%71,4'** ünün buldukları bölgedeki tüketiciyi koruma amaçlı sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerinden memnun olduğu görülmektedir.

Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi

Bilgi...

- Bu bölümde tüketicilerin, tüketici hakları ile ilgili bilgi düzeyleri sorgulanmaktadır.
- İlk olarak tüketici hakları denilince akla gelen ilk ifade ve Evrensel 8 Temel Tüketici Hakkı'nın bilinirliği sorgulanmaktadır.
- İkinci olarak tüketici hakları ile ilgili olarak kurulan Alo Tüketici Danışma Hattının telefon numarasının ve tüketici haklarının korunmasına yönelik internet sitelerinin bilinirliği sorgulanmaktadır.



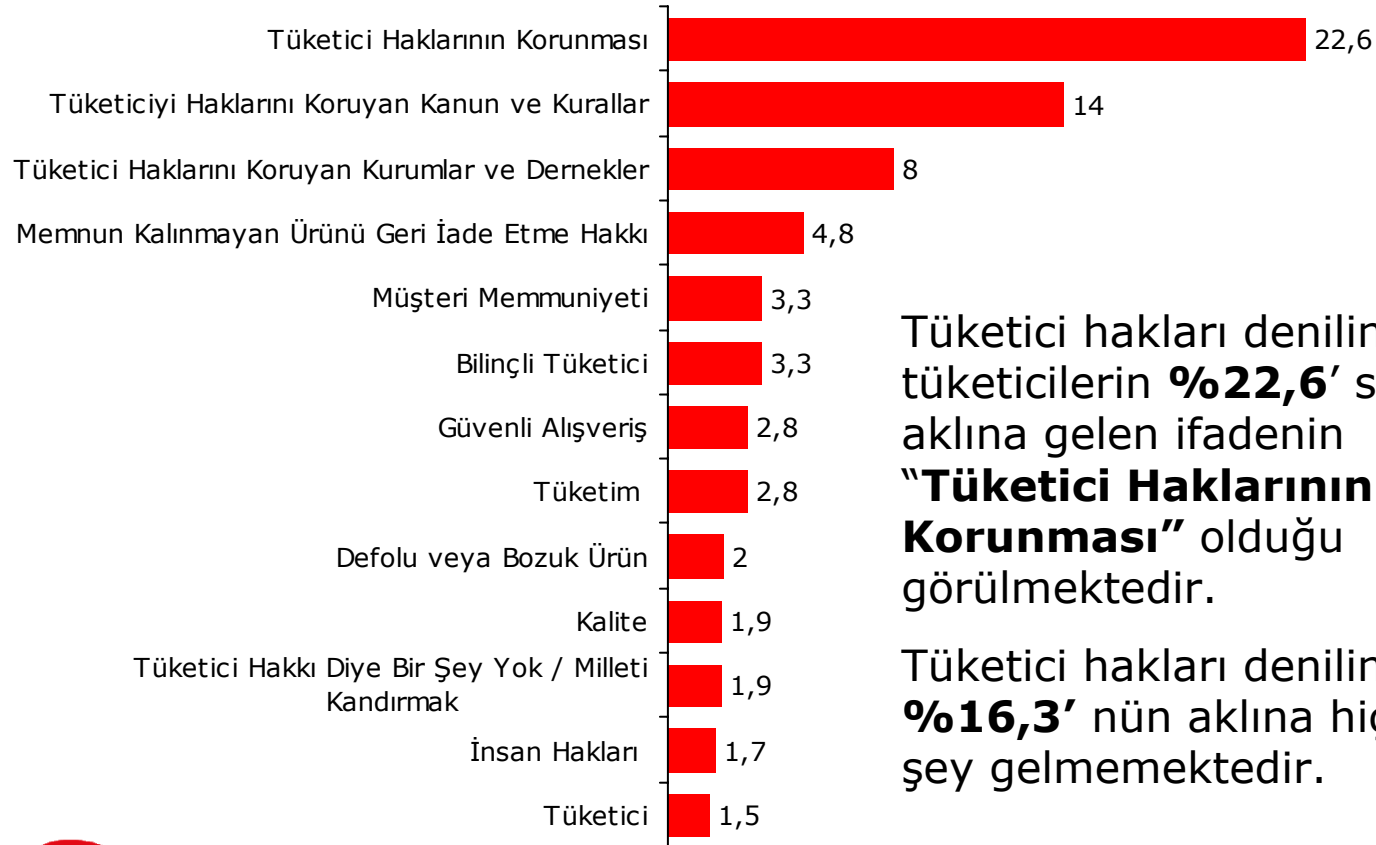
TÜPADEM

Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Tüketici Hakları Denilince Akla Gelen İlk İfade



Baz: 784

Tüketici hakları denilince tüketicilerin **%22,6'** sının ilk aklına gelen ifadenin **"Tüketici Haklarının Korunması"** olduğu görülmektedir.

Tüketici hakları denilince **%16,3'** nün aklına hiçbir şey gelmemektedir.



%1,5' in altındaki değerler grafiğe dahil edilmemiştir.



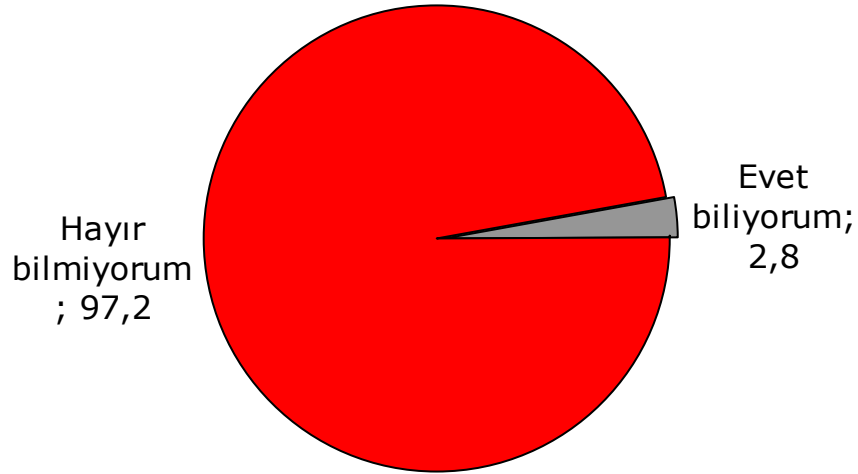
TÜPADEM

Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Evrensel 8 Temel Tüketici Hakkı'nın Bilinme Durumu



Baz: 784

Tüketicilerin **%2,8'** i "**Evrensel 8 Temel Tüketici Hakkı'** nı bildiklerini belirtmişlerdir.

Bu hakları bildiğini söyleyenler arasından **%9'** u "**Evrensel 8 Temel Tüketici Hakkı'** nın tümünü bilmektedir.

Evrensel 8 Temel Tüketici Hakkı Soruna Verilen Cevaplar	%	n
Mal ve hizmetlerin serbestçe seçilmesi hakkı	38,5	10
Temel gereksinimlerin giderilmesi hakkı	30,8	8
Bilgi edinme hakkı	30,8	8
Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı	30,8	8
Eğitilme hakkı	23,1	6
Sesini duyurma (temsil) hakkı	23,1	6
Güvenlik ve güven duyma hakkı	15,4	4
Tazmin edilme hakkı	15,4	4
Ayıplı mal almama hakkı	3,8	1

Birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.

Sadece 2 tüketici (%0,25) evrensel 8 temel tüketici hakkını bildiğini belirtmiştir. Bu tüketiciler **kadın**, evli, **üniversite mezunu**, davranış açısından **A Grubu tüketici**, bilinç seviyesindedir.



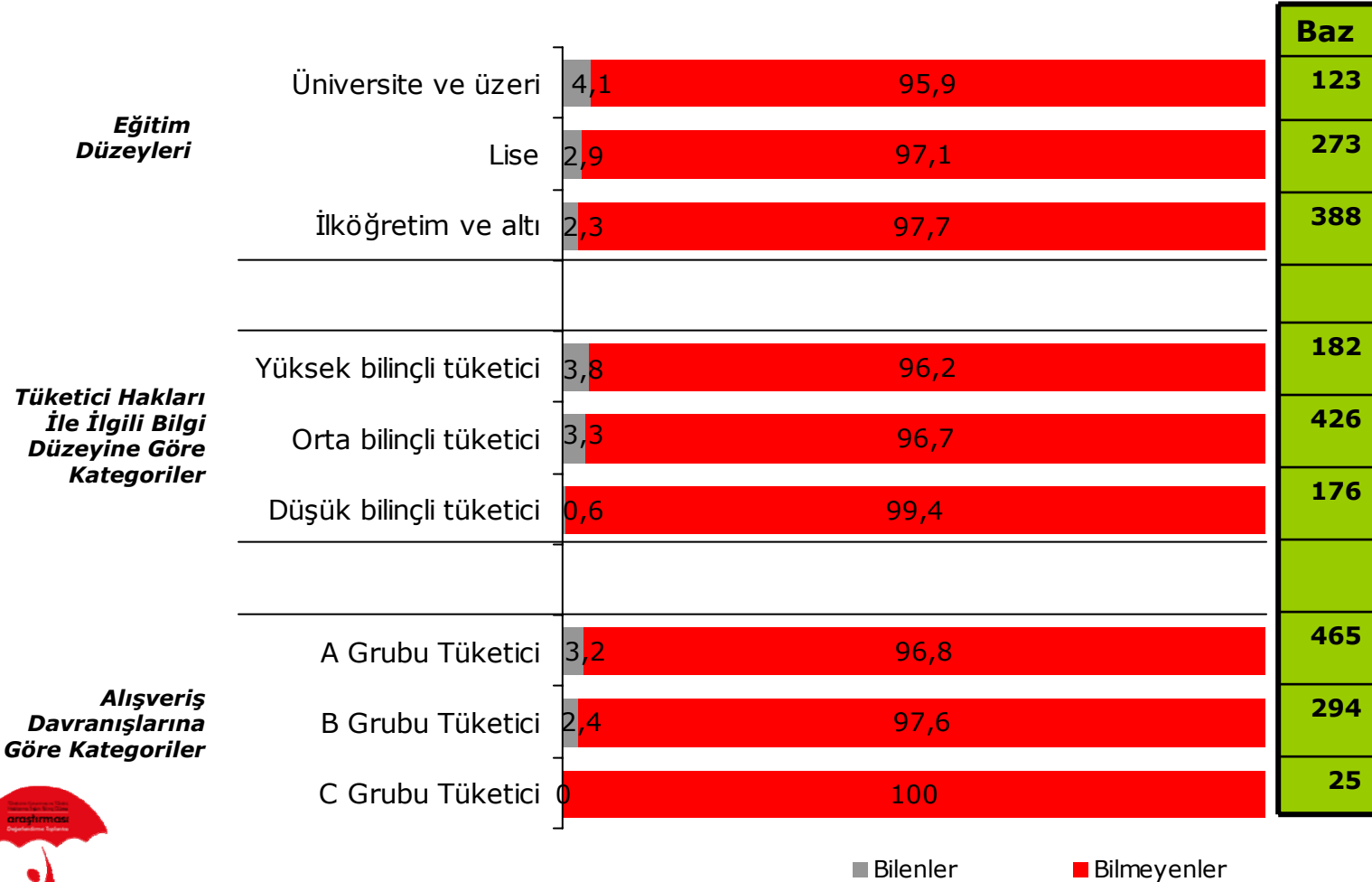
TÜPADEM

Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Tüketicilerin Eğitim Durumlarına ve Kategorilerine Göre Evrensel 8 Temel Tüketici Hakkı'nın Bilinme Durumu



Evrensel 8 temel tüketici hakkını bilme durumu ile tüketicilerin eğitim durumları, davranış ve bilgi düzeylerine göre yapılan gruplamalar arasında %95 güven sınırında **anlamli bir ilişki yoktur.**



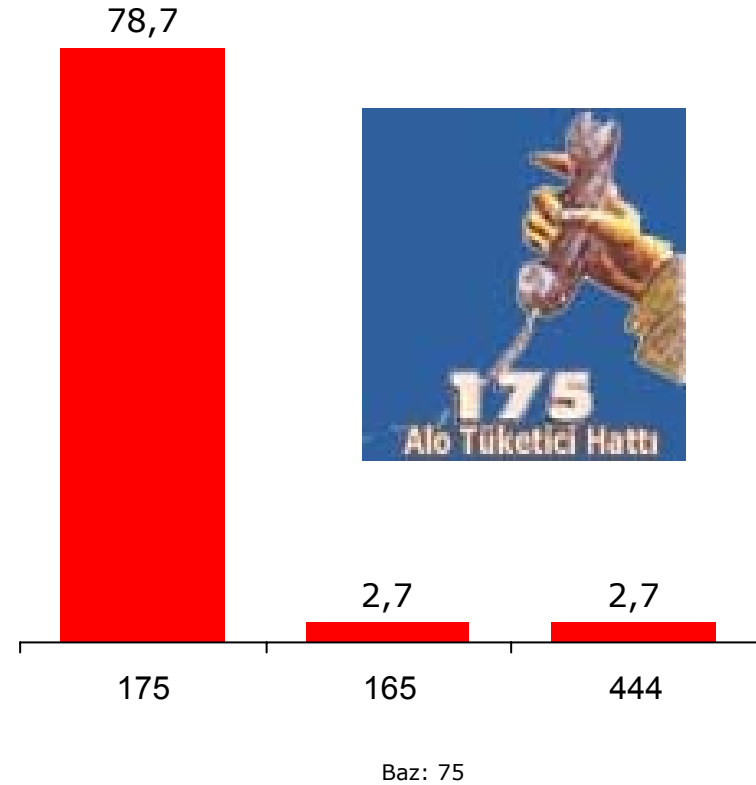
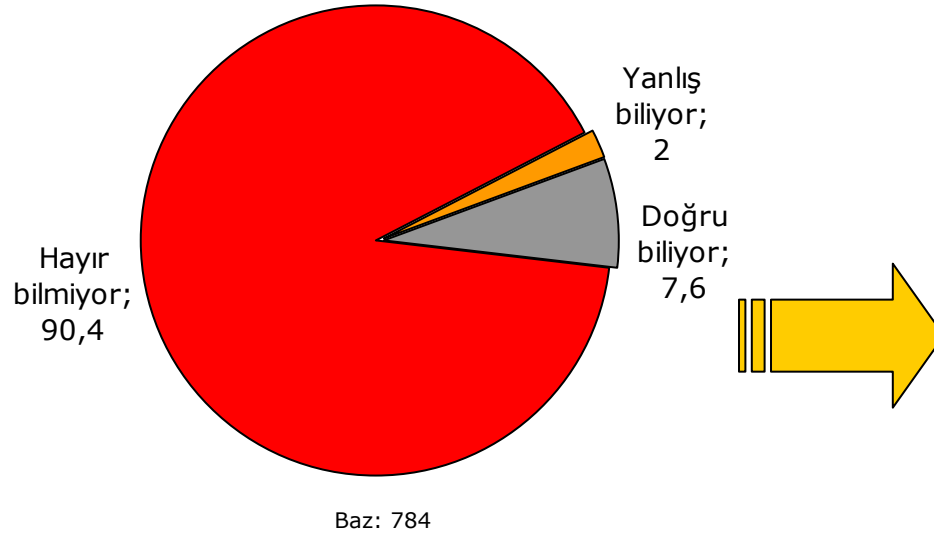
TÜPADEM

Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Tüketici Hakları İle İlgili Olarak Kurulan ALO TÜKETİCİ Danışma Hattının Telefon Numarasını Bilme Durumu



Tüketicilerin **%90,4'** ü "**Alo Tüketici Danışma Hattı**" telefon numarasını bilmemektedir. Telefon numarasını bildiği söyleyenlerin **%7,6'** sı "**Alo Tüketici Danışma Hattı**" telefon numarasını doğru bilmekte, **%2'** si yanlış bilmektedir.



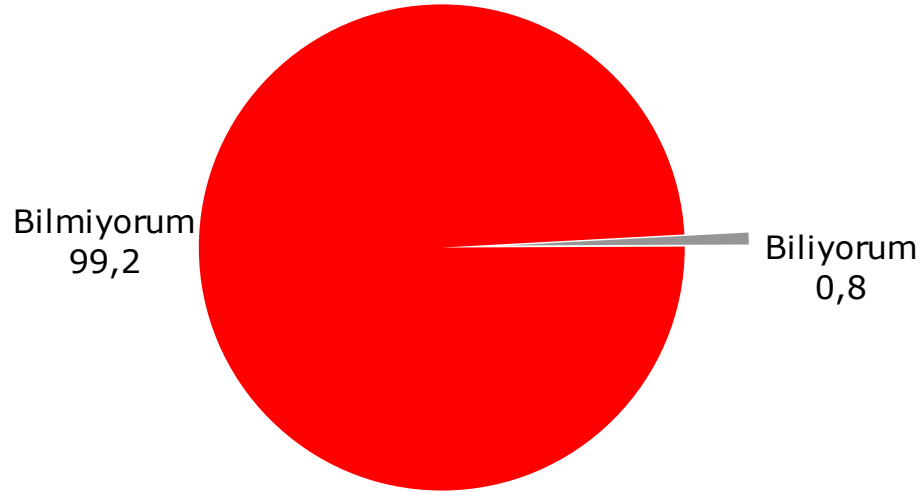
TÜPADEM

Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Tüketici Haklarının Korunmasına Yönelik İnternet Sitelerini Bilme Durumu



Baz: 784

Tüketici haklarının korunmasına yönelik internet sitelerini **%99,2'si** bilmemektedir.



4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun ile İlgili Bilgi Düzeyi

Bilgi...

- Bu bölümde tüketicilerin, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun ile ilgili bilgi düzeyleri sorgulanmaktadır.
- İlk olarak 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun ve uygulamasından sorumlu bakanlığın bilinirliği sorgulanmaktadır.
- İkinci olarak 4077 sayılı TKHK da yer alan ayıplı mallarda satıcının haberdar edilmesi gereken azami süre, ayıplı mal ile karşılaşıldığında, kapıdan satışlarda ve taksitli satışlarda tüketicilerin bilgi düzeyi ölçümlenmektedir.
- Son olarak da satın alınan malın garanti süresi ve malın arızalanması durumunda azami tamir süreleri sorgulanmaktadır.



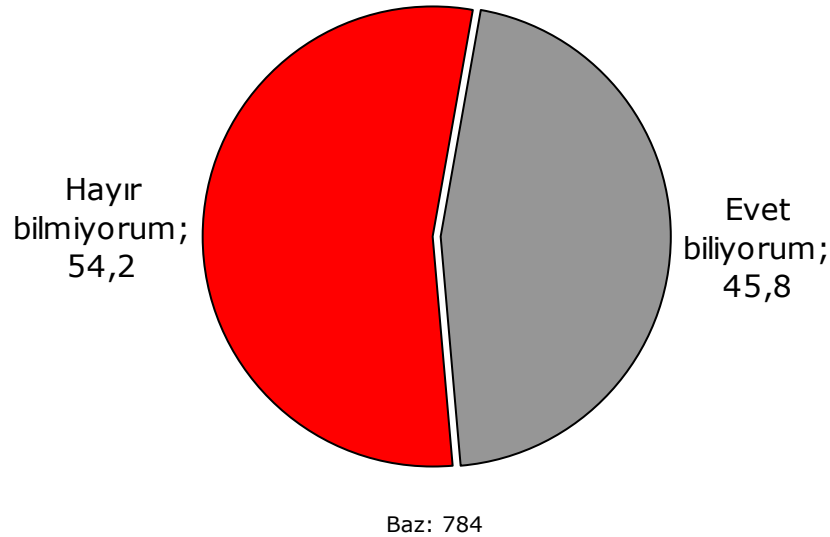
TÜPADEM

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi



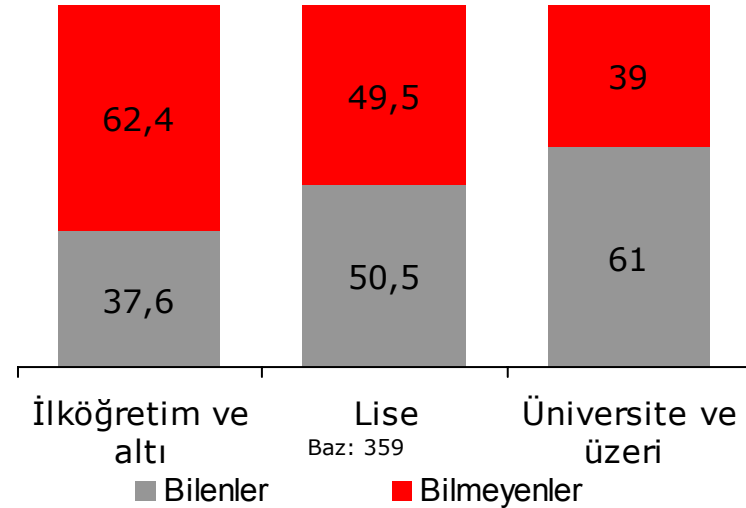
TÜKÇEV

Tüketicinin Korunması İle İlgili Ayrı Bir Yasanın Olduğunu Bilme Durumu



1995 yılında yürürlüğe giren **4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun**, tüketicilerin **%45,8'** i tarafından bilinmektedir.

Eğitim Düzeyine Göre Tüketicinin Korunması İle İlgili Ayrı Bir Yasanın Olduğunu Bilme Durumu



Eğitim seviyesi arttıkça tüketicilerin korunması ile ilgili ayrı bir yasanın olduğunu bilenlerin oranı artmaktadır.



TÜPADEM

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Tüketicilerin Kategorilerine Göre Tüketicinin Korunması İle İlgili Ayrı Bir Yasanın Olduğunu Bilme Durumu

Alışveriş Davranışlarına Göre Kategoriler	Tüketiciyi Koruma Yasasını Bilenler	Tüketiciyi Koruma Yasasını Bilmeyenler	Total	Baz
A Grubu Tüketici	%47,5	%52,5	%100	465
B Grubu Tüketici	%43,9	%56,1	%100	294
C Grubu Tüketici	%36	%64	%100	25
Genel	%45,8	%54,2	%100	784

Alışveriş davranışlarına göre kategorilere ayrılan tüketiciler ile tüketiciyi koruma yasasını bilme durumu arasında %95 güven sınırında **anlamli bir ilişki yoktur**.

Tüketici Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyine Göre Kategoriler	Tüketiciyi Koruma Yasasını Bilenler	Tüketiciyi Koruma Yasasını Bilmeyenler	Total	Baz
Yüksek Bilinçli Tüketici	%97,3	%2,7	%100	182
Orta Bilinçli Tüketici	%40,4	%59,6	%100	426
Düşük Bilinçli Tüketici	%5,7	%94,3	%100	176
Genel	%45,8	%54,2	%100	784

Tüketici hakları ile ilgili bilgi düzeyine göre kategorilere ayrılan tüketiciler ile tüketicinin korunması ile ilgili ayrı bir yasanın olduğunu bilme durumu arasında %95 güven sınırında **anlamli bir ilişki bulunmaktadır**. Tüketicilerin bilinç seviyesi arttıkça tüketicinin korunması ile ilgili ayrı bir yasanın olduğunu bilenler artmaktadır.



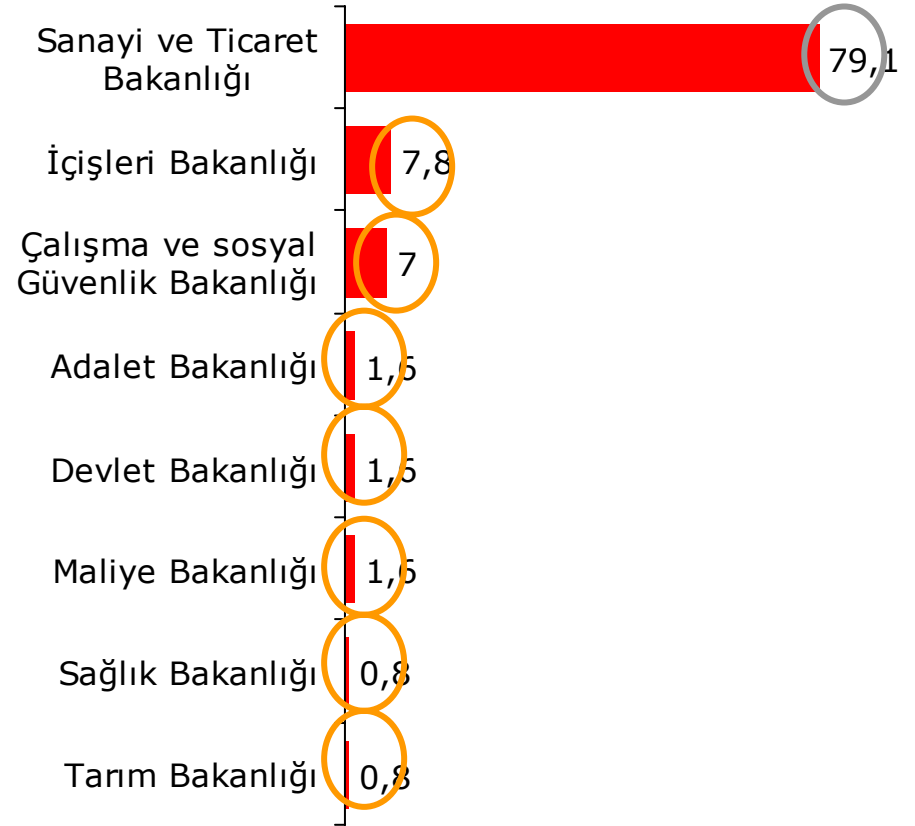
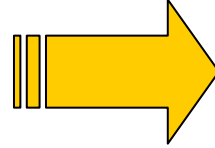
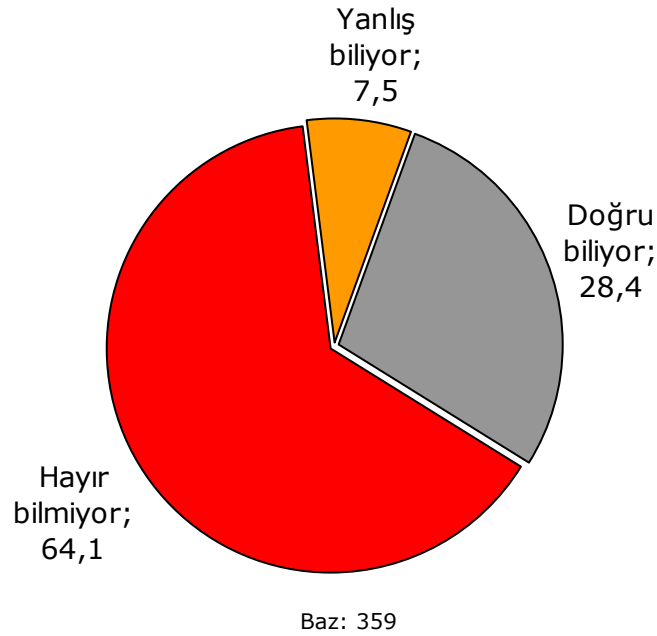
TÜPADEM

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Tüketicinin Korunması İle İlgili Yasanın Uygulamasından Sorumlu Bakanlığın Bilinme Durumu



4077 Sayılı TKHK u bilen tüketicilerin **%35,9'** u yasanın uygulamasından sorumlu bakanlığı bildiklerini söylemektedir, fakat **Sanayi ve Ticaret Bakanlığı** olarak doğru bilen tüketicilerin oranı **%28,4'** dür.



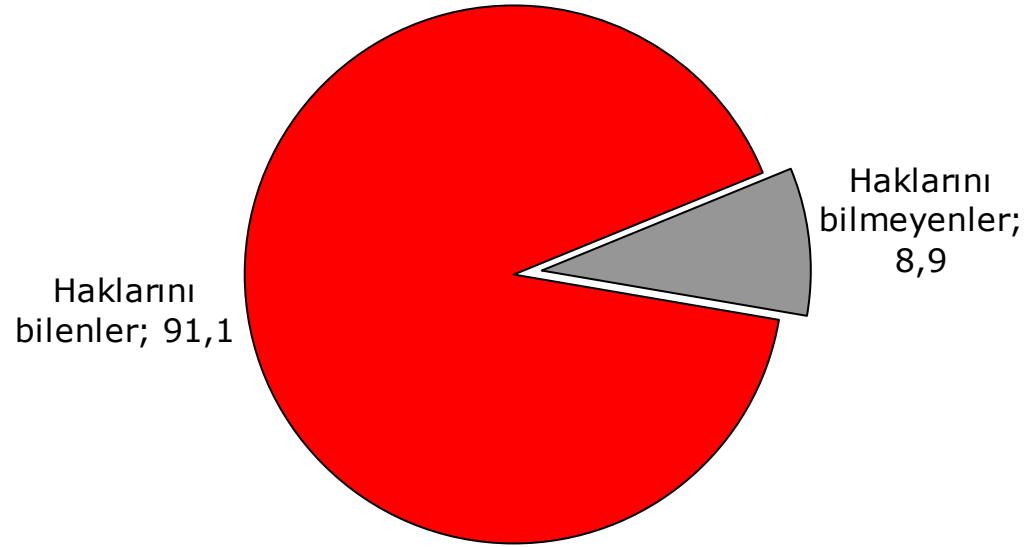
TÜPADEM

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Ayıplı Mallar İle Karşılaşıldığında Tüketicilerin Yasal Hakları İle İlgili Bilgi Düzeyi



Baz: 784

Tüketicilerin **%91,1' i** ayıplı mallar ile karşılaştığında tüketici olarak haklarını bildiklerini belirtmişlerdir..





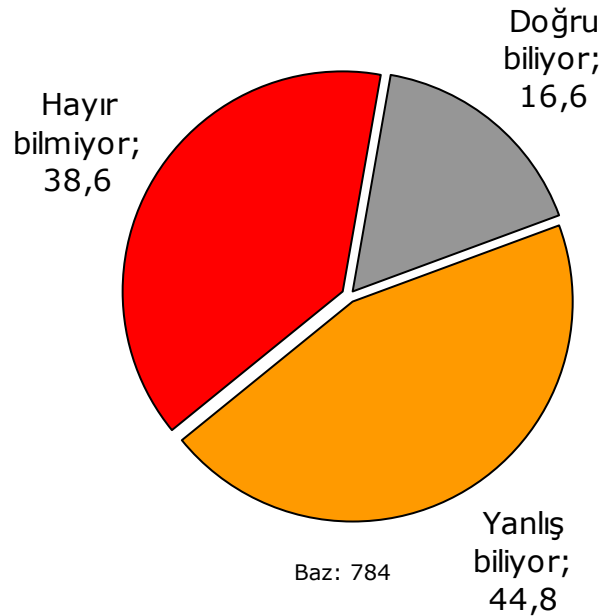
TÜPADEM

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi

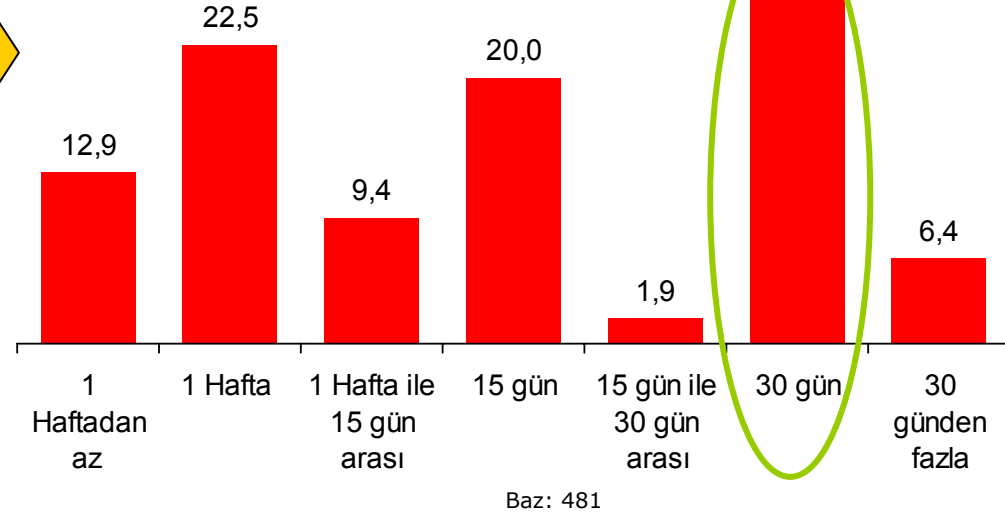


TÜKÇEV

Ayıplı Mallarda Satıcının Haberdar Edilmesi Gereken Azami Süre İle İlgili Tüketicilerin Bilgi Düzeyi



4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun' da belirtilen başvuru için azami süre **30 gündür.**



Tüketicilerin **%61,4'** ü tüketicinin korunması ile ilgili **4077 Sayılı Kanun'unda** belirtilen başvuru için azami süreyi bildiklerini söylemektedir fakat **%16,6'sı** doğru bilmektedir.



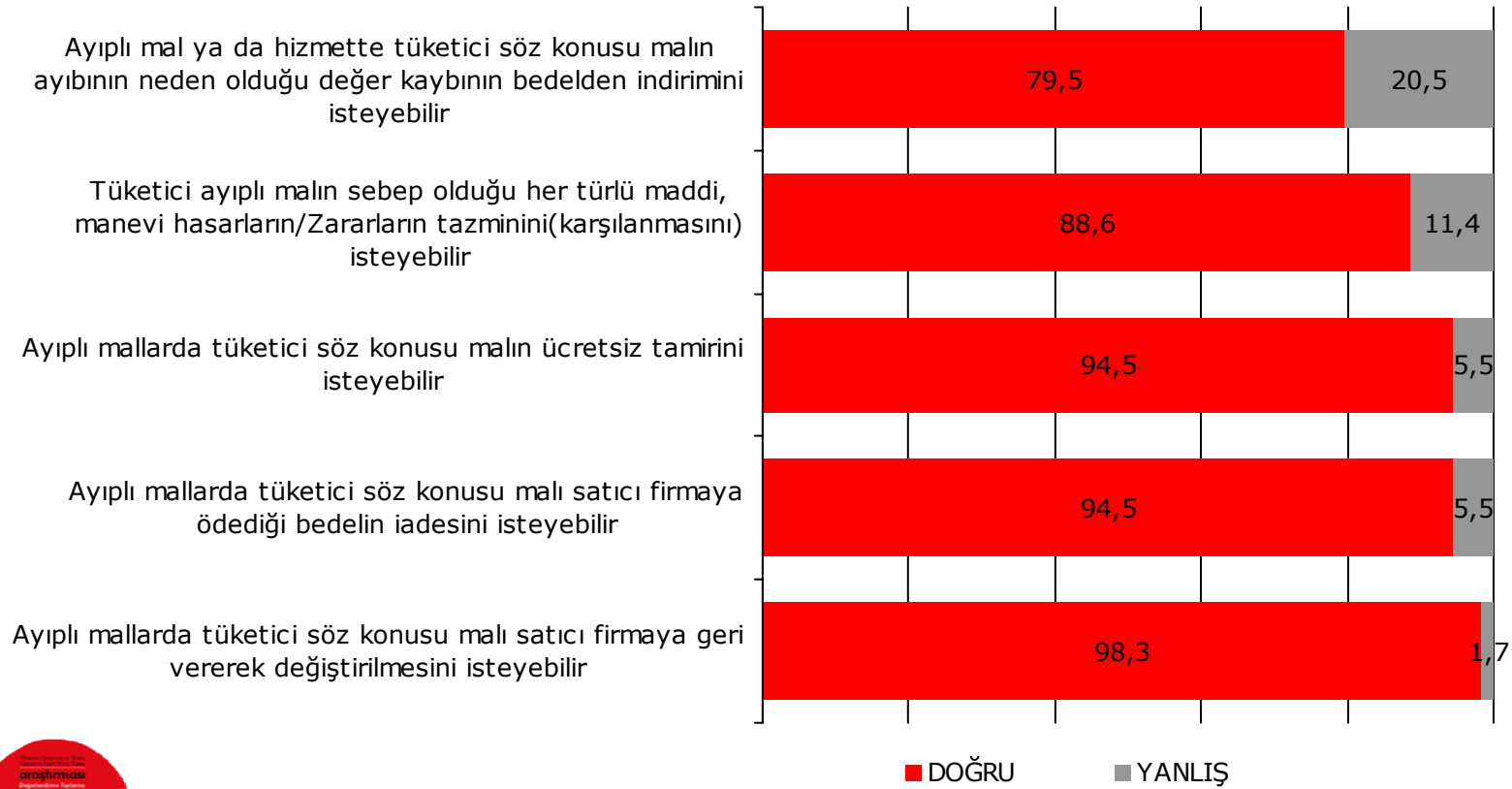
TÜPADEM

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Ayıplı Mal/Hizmet ile İlgili 4077 Sayılı TKHK Yer Alan "Tüketicilerin Seçimlik Hakları" İle İlgili Bilgi Düzeyleri



Baz: 784

67



TÜPADEM

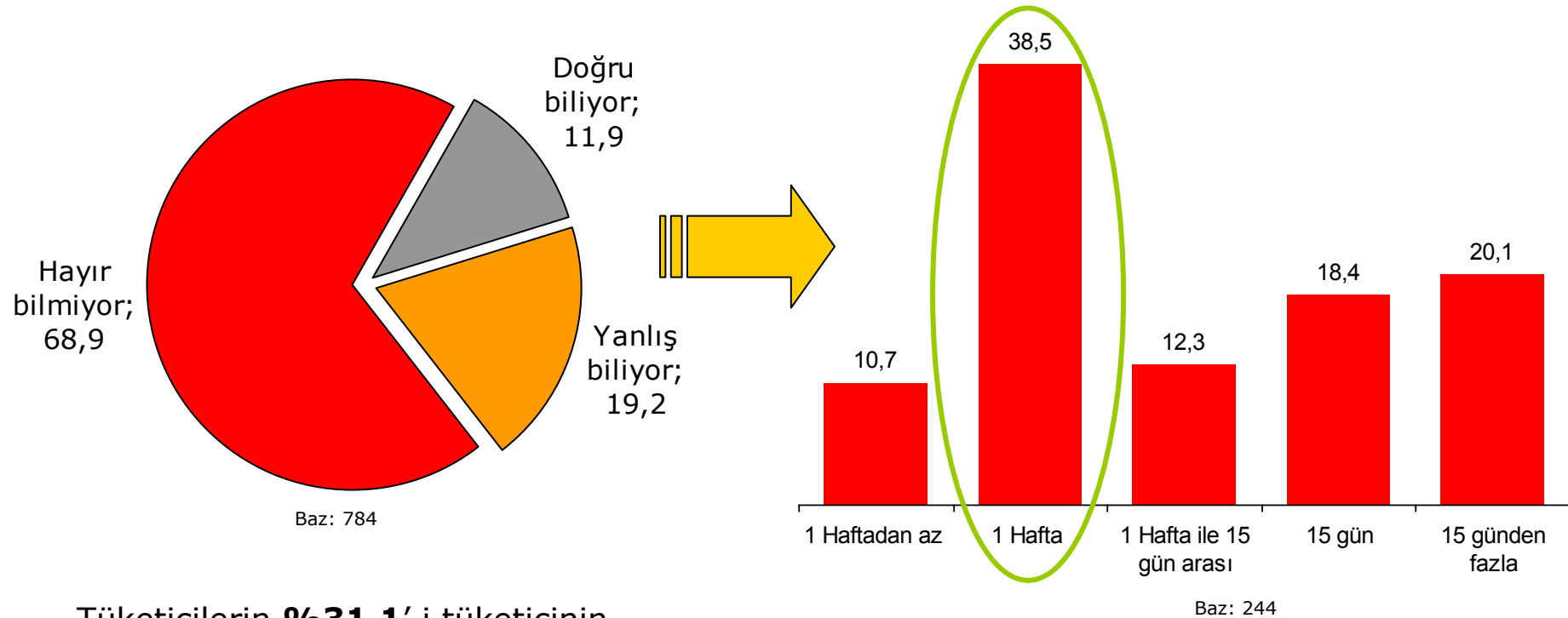
4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Kapıdan Satışlarla Tüketicilerin Almış Oldukları Malı 7 Gün Süre İçinde Neden Belirtmeden İade Etme Hakkını Bilme Durumu

Kapıdan satışlarda satın aldığınız malı belirli bir süre içerisinde hiçbir gerekçe göstermeden iade edebileceğinizi biliyor musunuz?



Tüketicilerin **%31,1'** i tüketicinin korunması ile ilgili **4077 Sayılı Kanun'unda** belirtilen kapıdan satışlarla ilgili başvuru için azami süreyi bildiklerini söylemektedir fakat **%11,9'** u doğru bilmektedir.

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun' da kapıdan satışlarla ilgili başvuru için azami süre **7 gündür.**



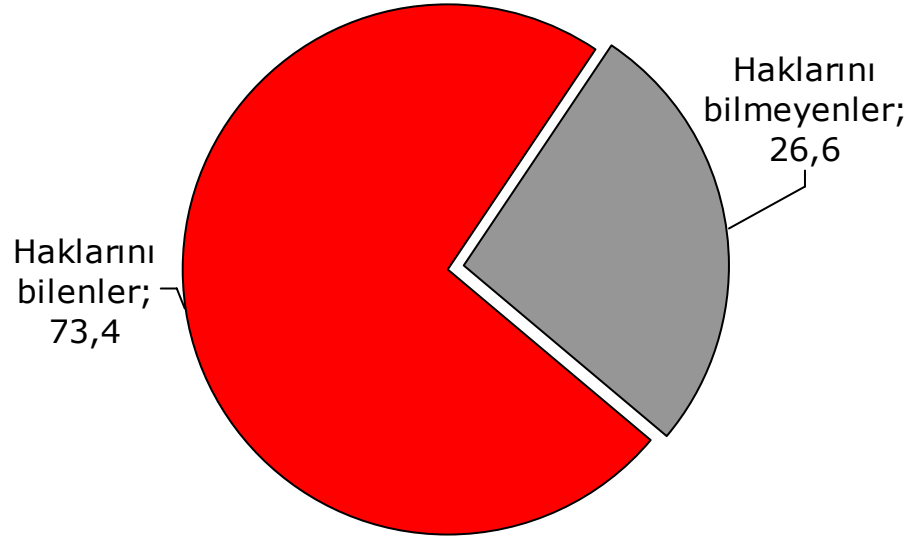
TÜPADEM

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Taksitli Satışlarla İlgili Tüketicilerin Bilgi Düzeyi



Baz: 784

Tüketicilerin **%73,4'** ü taksitli satışlarda haklarını bilmektedir.





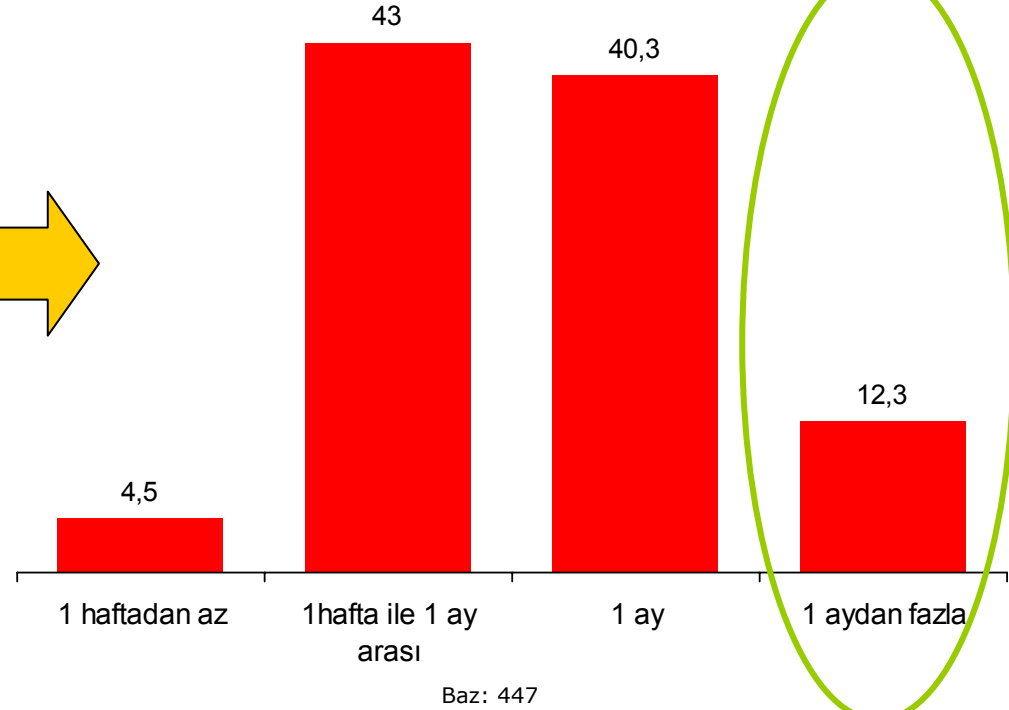
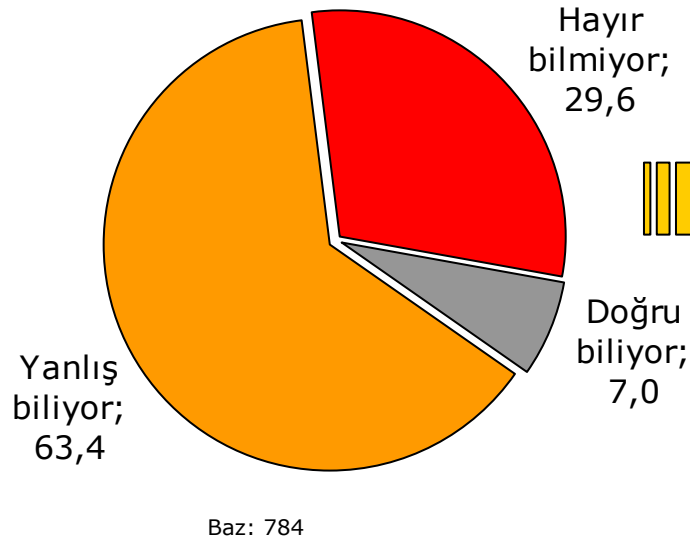
TÜPADEM

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun İle İlgili Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Garanti Süresi İçindeki Arızalar İçin Azami Tamir Süresi İle İlgili Tüketicilerin Bilgi Düzeyi



Tüketicilerin **%70,4**'ü tüketicinin korunması ile ilgili **4077 Sayılı Kanun'unda** belirtilen garanti süresi içindeki arızalar için azami tamir süresini bildiklerini söylemektedir fakat **%7,0'si** doğru bilmektedir.

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun' da garanti süresi içindeki arızalar için azami tamir süresi **30 iş günüdür**. Bu da 34 güne denk gelmektedir. Dolayısı ile doğru cevap 1 aydan fazladır.

Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Hakkında ki Bilgi Düzeyi

Bilgi...

- Bu bölümde tüketicilerin, hakem heyetleri hakkındaki bilgi düzeyleri, T.S. Hakem Heyetlerinin görevleri hakkında bilgi düzeyi ve hakem heyetlerinin nerede görev yaptığı, başvuru usulünün nasıl olduğu sorgulanmaktadır.



TÜPADEM

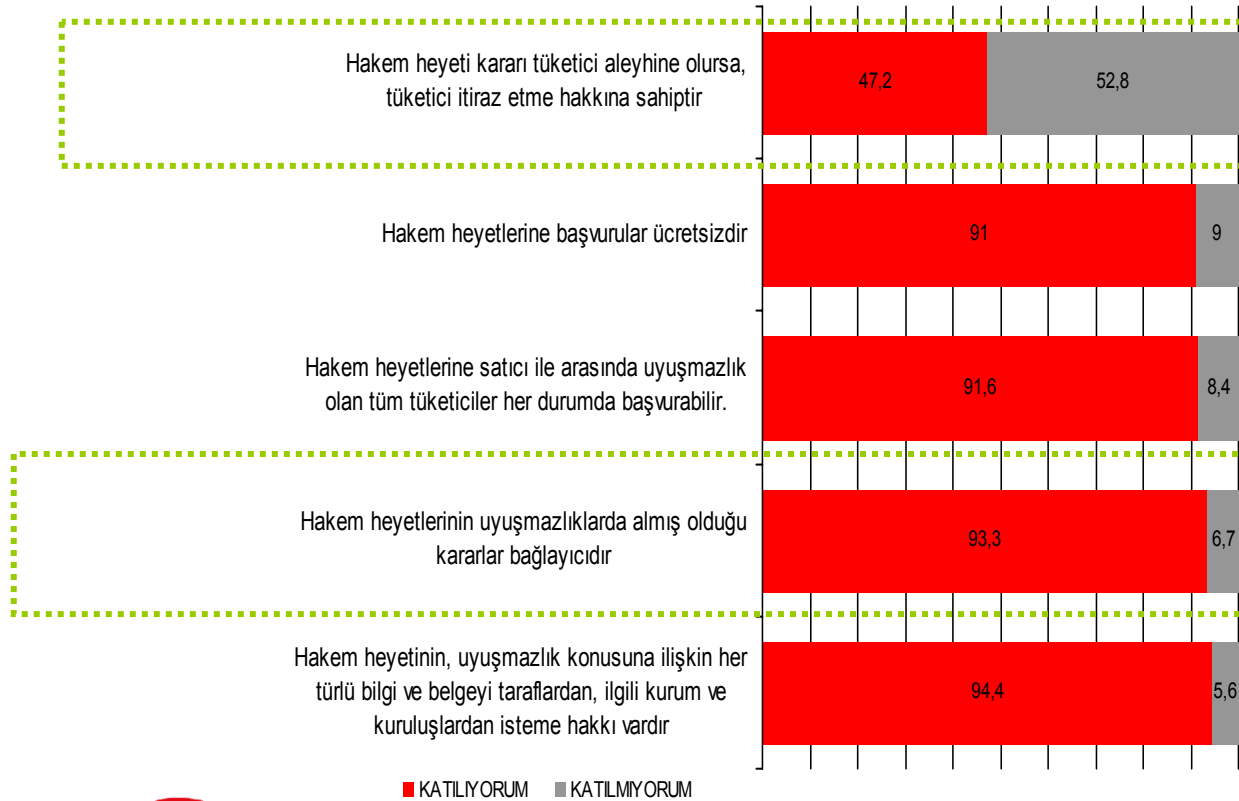
Hakem Heyetleri Hakkında Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Hakem Heyetleri Hakkında Bilgi Düzeyi

Tüketicilerin hakem heyetleri hakkındaki bilgi düzeyi sorgulanmaktadır. Olumsuz yargılar grafikte yeşil renkle belirtilmiştir.



Baz: 784

*Hakem heyetlerine satıcı ile arasında uyuşmazlık olan tüm tüketiciler her durumda başvurabilir ifadesini doğru bilme ile davranış ve bilgi düzeyi açısından gruplanan tüketiciler arasında %95 güven sınırında **anlamli bir ilişki vardır**. Tüketicilerin bilinç seviyesi arttıkça bu ifadenin doğru bilinirliği de artmaktadır.*





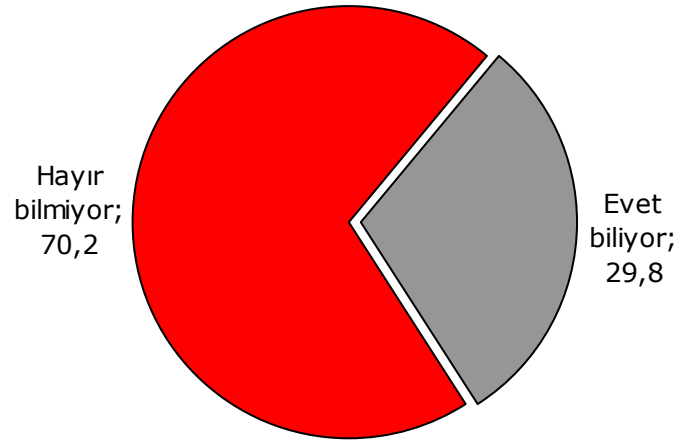
TÜPADEM

Hakem Heyetleri Hakkında Bilgi Düzeyi



TÜKÇEV

Hakem Heyetlerine Başvurma Usulü ile İlgili Bilgi Düzeyi

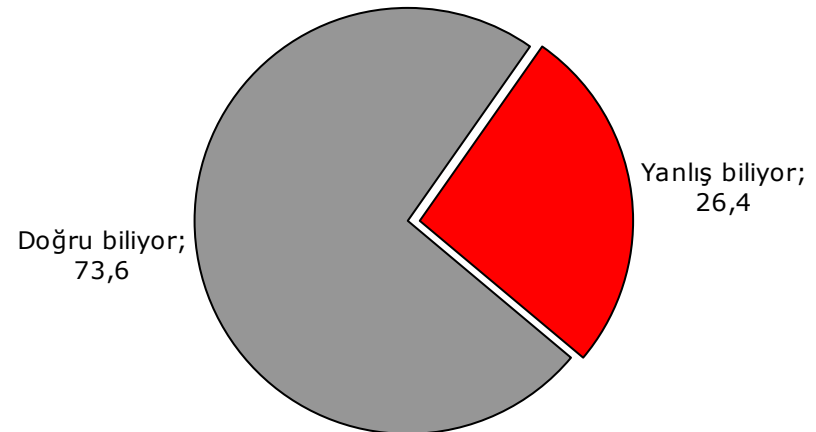


Baz: 178

Hakem heyetlerine başvurma usulü; şikayet konusunu içeren dilekçe ve ekinde konuya ait belgelerle (fatura, satış fişi, garanti belgesi, sözleşme vb.) bizzat veya posta yolu ile başvurulabilir.



Hakem Heyetlerinin Nerede Görev Yaptığını Bilme Durumu



Baz: 53

Hakem Heyetleri illerde Sanayi ve Ticaret Müdürlüğü binasında, ilçelerde ise Kaymakamlık binasındadır.

Tüketici Hakları İle İlgili Kuruluşlara Güven Düzeyi

Bilgi...

- Bu bölümde tüketici hakları ile ilgili kuruluşlara güven düzeyi sorgulanmaktadır.



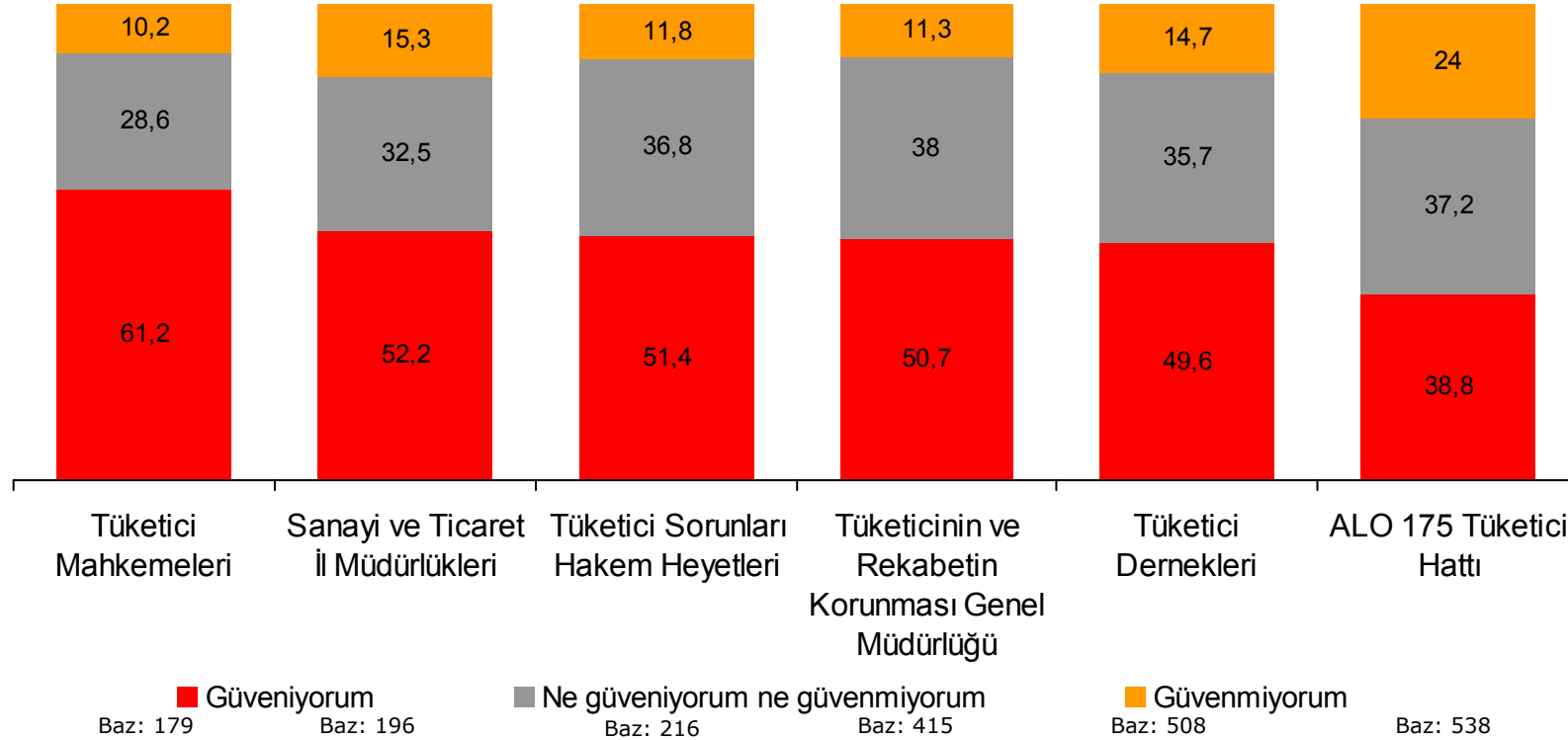
TÜPADEM

Tüketici Hakları İle İlgili Kuruluşlara Güven Düzeyi



TÜKÇEV

Tüketici Haklarını Koruyan Mercilere Güven Düzeyi



Tüketicilerin en çok güvendikleri merci Tüketici Mahkemeleri iken en az güvendikleri merci ALO 175 Tüketici Hattı' dır.

*Hakem heyetlerine duyulan güven seviyesi ile bilgi düzeyi açısından gruplanan tüketiciler arasında %95 güven sınırında **anlamlı bir ilişki vardır**. Tüketicilerin bilinç seviyesi arttıkça hakem heyetlerine duydukları güven de artmaktadır.*

Tüketici Haklarına Verilen Önem

Bilgi...

- Bu bölümde tüketicilerin, tüketici haklarına verdikleri önem sorgulanmaktadır.
- Tüketicilere, “ülkemizde tüketici haklarının korunup korunmadığı” sorulmuş ve tüketicilerin eğitim durumu ve sosyo-ekonomik statülerine göre karşılaştırılma yapılmıştır.
- Ardında tüketici haklarını daha iyi öğrenmek adına herhangi bir eğitim verilmesi gerekip gerekmediği sorgulanmıştır.



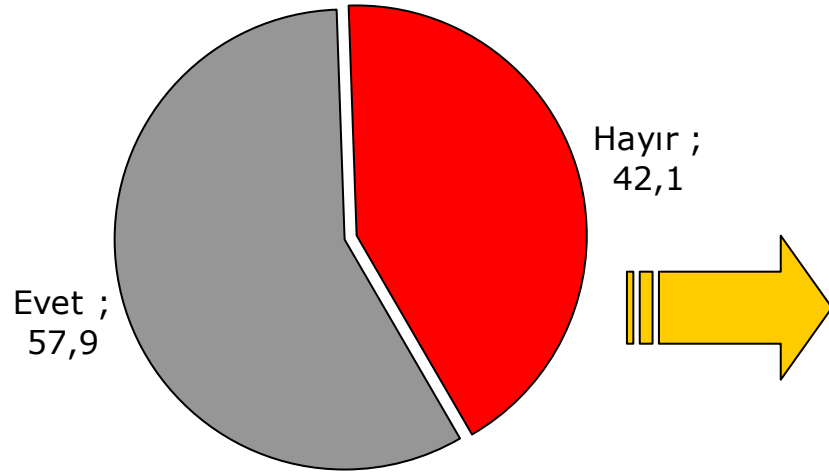
TÜPADEM

Tüketici Haklarına Verilen Önem



TÜKÇEV

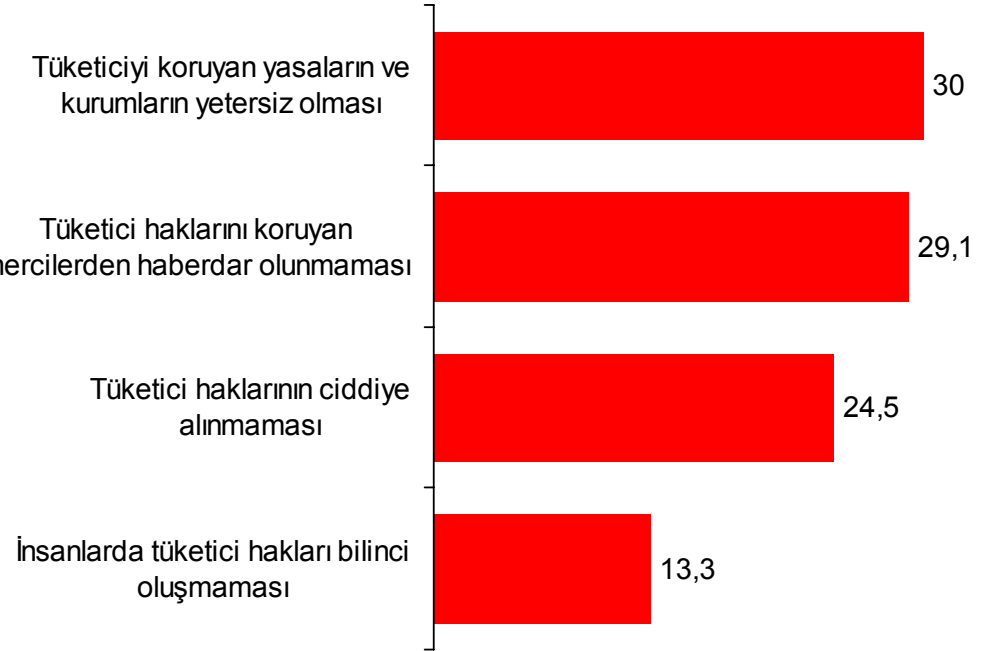
Ülkemizde Tüketici Haklarının Korunduğunu Düşünüyor musunuz?



Baz: 784

Tüketicilerin **%57,9'** u haklarının korunduğunu düşünmektedir.

Tüketici Haklarının Korunmamasının Nedenleri



Baz: 330



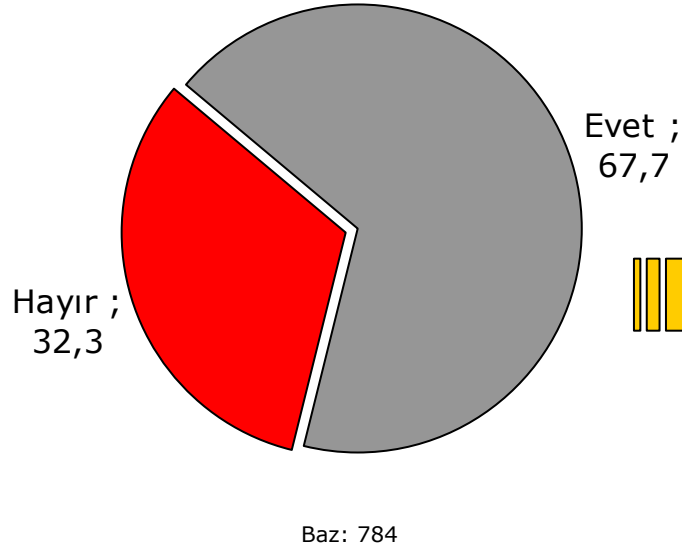
TÜPADEM



TÜKÇEV

Tüketici Haklarına Verilen Önem

Tüketici Haklarını Daha İyi Öğrenmek Adına Herhangi Bir Eğitim Verilmesi Gerektiğini Düşünüyor musunuz?



Tüketici haklarını daha iyi öğrenmek adına herhangi bir eğitim verilmesi gerektiğini düşünmeyenlerin oranı **%32,3'** tür.

Verilmesi Gereken Eğitim Nasıl Olmalı





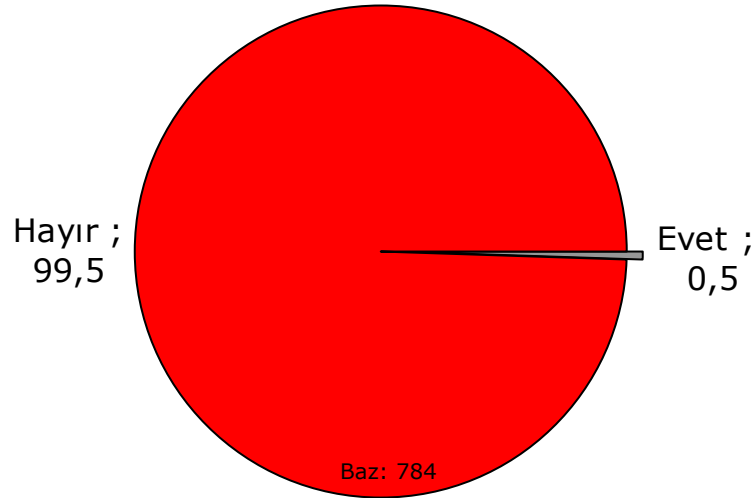
TÜPADEM

Tüketici Haklarına Verilen Önem



TÜKÇEV

Tüketiciyi Koruma Amaçlı Sivil Toplum Kuruluşu/Derneğe Üye Olma Durumu



Tüketiciyi koruma amaçlı sivil toplum kuruluşuna/derneğe üye olanlar sadece **%0,5**' tir.



Bilgi Kaynakları

Sıklık-Güven Endeksi

Bilgi...

- Bu bölümde tüketicilerin, tüketici hakları ile ilgili bilgi alma sıklıkları ve bilgi aldıkları yerlere güven düzeyleri sorgulanmaktadır.

MODEL DETAYI

Kişilerin 9 bilgi kaynağı için, her bilgi kaynağı ile ilgili olarak "Tüketici Hakları ile ilgili bilgi alma sıklığı 5' li skala üzerinden değerlendirmiştir.

Kişilerin bu bilgi kaynaklarından elde ettikleri bilgilere ne derece güvendikleri yine 5'li skala üzerinden değerlendirilmiştir.

Sıklık ve güvenin ağırlıklı değerlendirilmesi ile sıklık/güven endeksi oluşturulmuş ve Tüketici Hakları' na ilişkin en etkili bilgi kaynakları tespit edilmiştir.

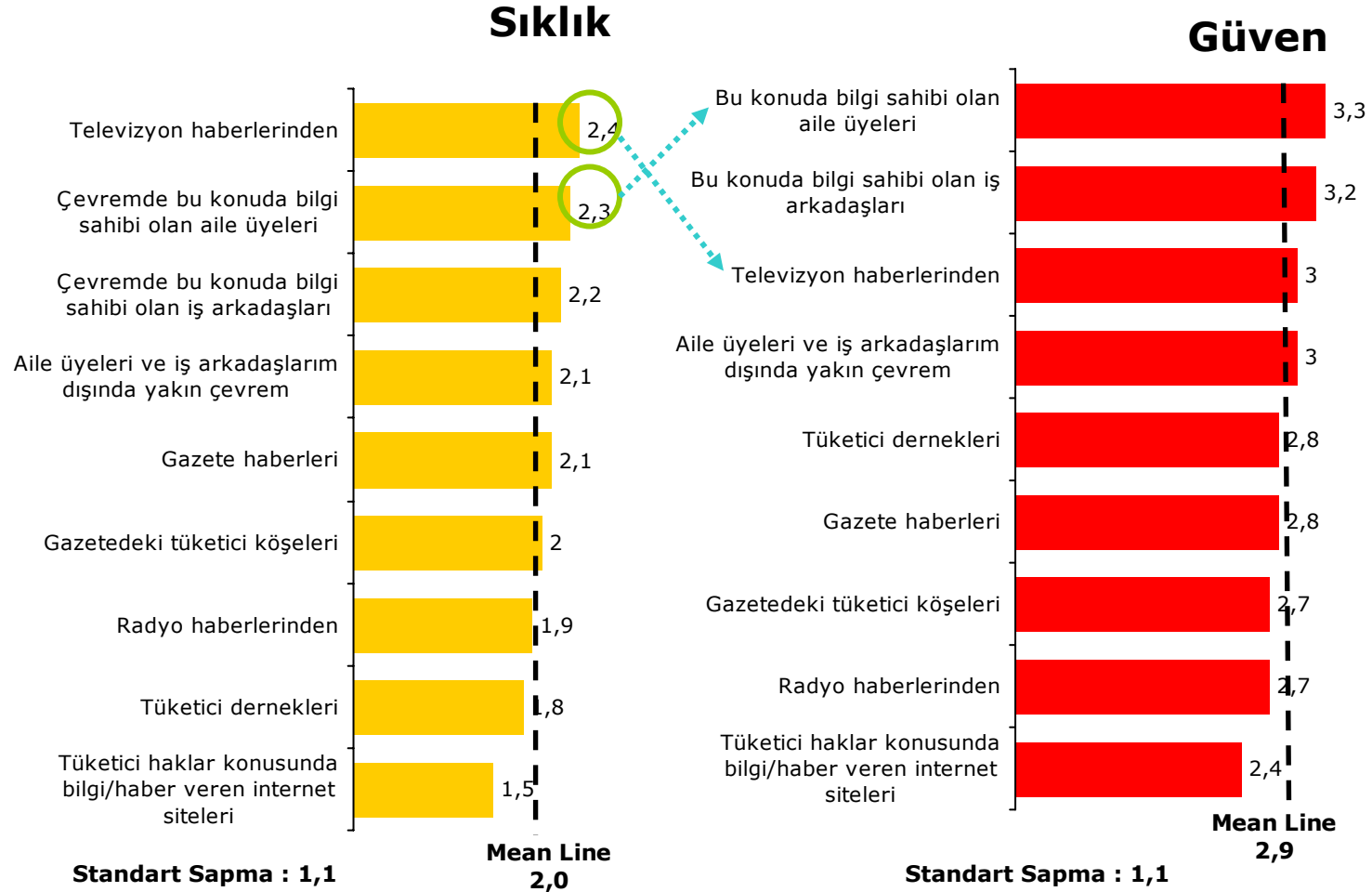


TÜPADEM

Bilgi Kaynakları (Sıklık-Güven)



TÜKÇEV



Baz: 784





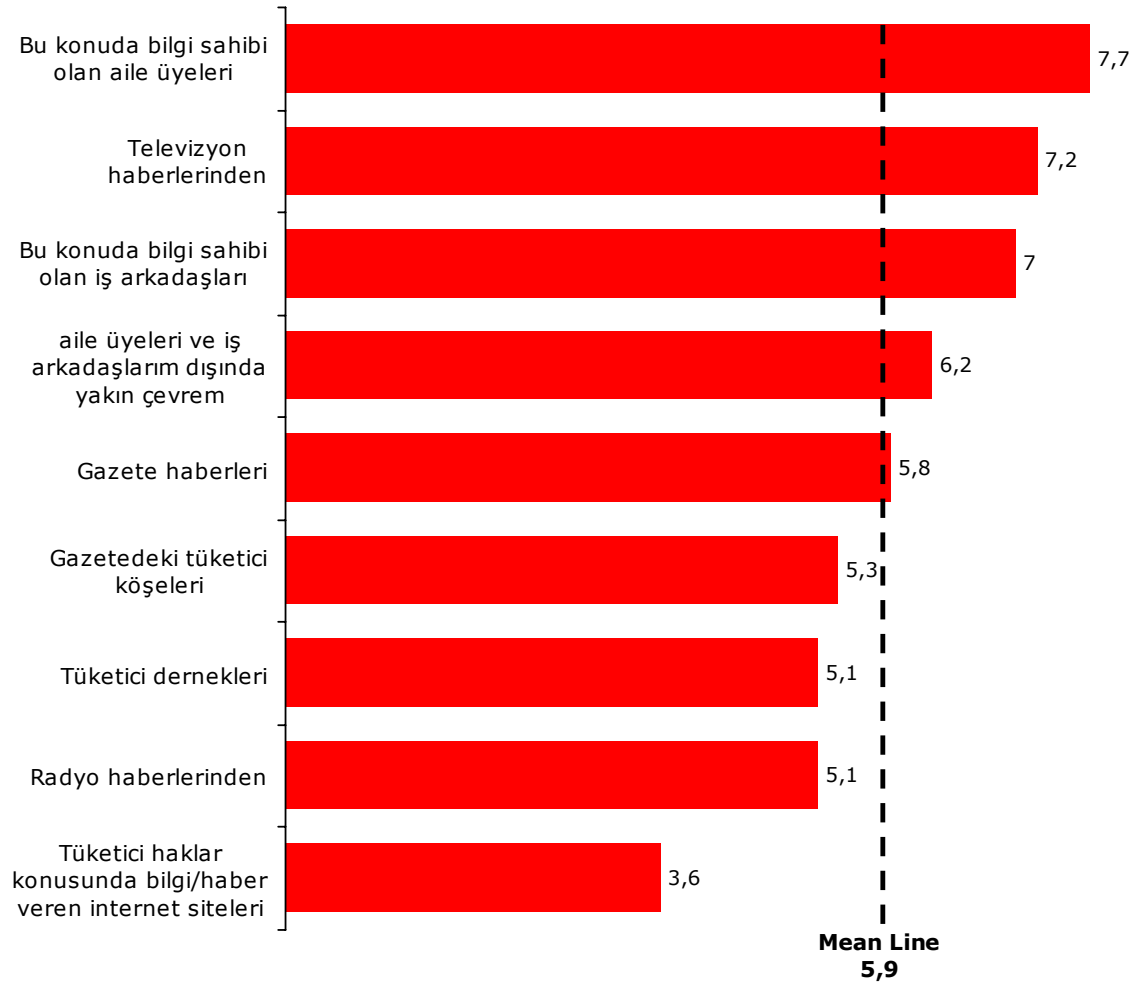
TÜPADEM

Bilgi Kaynakları (Sıklık-Güven) FCI Frequency Confidence Index



TÜKÇEV

SIKLIK/GÜVEN ENDEKSİ



Baz: 784

82



Tüketicinin Korunması ve Tüketici
Haklarına İlişkin Bilinç Düzeyi

araştırması

SONUÇ



TÜPADEM

Sonuç



TÜKÇEV

Bu araştırmanın sonunda tüketicilerin; Tüketicilerin korunması ve tüketici bilinç düzeyine ilişkin aşağıdaki sonuçlar dikkat çekicidir.

- Tüketicilerin % 37,8' i yasal haklarından haberdar değildir.
- Tüketicilerin %24,1 taksitli bir ürün yada hizmet satın alırken sözleşmeyi okumadan imzalamaktadır.
- Tüketicilerin% 27,8' i bugüne kadar yaptığı alışverişler esnasında ayıplı veya kusurlu malla en az bir kez karşılaşmıştır.
- Farklı satış noktalarında yapılan tüm alışverişlerinde ayıplı mal ve hizmetle karşılaştığını belirten tüketicilerin oranı %27,8 dir.
- Tüketicilerin %84,8' i ayıplı mal veya hizmetle karşılaştığında çözüm için başvuracağı yerleri bilmemektedir.





TÜPADEM

Sonuç



TÜKÇEV

- Satın alma sonrası % 56,5 i fiş yada fatura almayarak indirim talep etmektedir.
- %57'4 ü ucuz olması halinde bilerek taklit ürün almaktadır.
- Tüketicilerin %25' i 20 TL ve altı fiyatlı ürünlerdeki ayıp ve kusurlara tepki göstermemektedir.
- Tüketicilerin % 77,3' ü Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri' ni hiç duymamıştır.
- Tüketicilerin %75,8' i tüketiciyi koruma amaçlı sivil toplum kuruluşlarını bilmemektedir.
- Tüketicilerin %75,3' ü bölgelerinde tüketiciyi koruma amaçlı sivil toplum kuruluşlarını bilmemektedir.





TÜPADEM

Sonuç



TÜKÇEV

- Tüketicilerin **%2,8'** i "**Evrensel 8 Temel Tüketici Hakkı'** nı bildiklerini belirtmişlerdir.
- Tüketicilerin **%90,4'** ü "**Alo Tüketici Danışma Hattı'**" telefon numarasını bilmemektedir.
- Tüketicilerin 54,2 si **4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun' u bilmemektedir.**
- Tüketicilerin %42,1' i haklarının korunmadığını düşünmektedir.
- Tüketicilerin sadece % 0,5' i tüketici örgütlerine üyedir.

