

## **TÜKETİCİ ETİĞİ: ÜLKELERARASI KARŞILAŞTIRMALARA VE DEMOGRAFİK FAKTÖRLERE DAYALI BİR ARAŞTIRMA**

**Mine OYMAN**

*Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Eskişehir*

### **ÖZET**

Günümüzde sağlıklı toplumların ve ekonomilerin oluşturulmasında işletmeler kadar tüketicilerin de sosyal sorumluluk ve etik bilinciyle hareket etmesinin önemli bir rolü olduğu bir gerçektir. Tüketicilerin de eleştirdikleri işletmeler gibi zaman zaman tüketim tutum ve davranışlarında etikseliği sorgulanır noktaların olması, değişim sürecinin tarafı olan tüketiciyi etiksel bir düzlemde değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır. Tüketicilerin etikle bağdaşmayan uygulamalara yönelik yaklaşımları özellikle 1990'lı yılların ikinci yarısından sonra çeşitli araştırmalarla ele alınmaya başlamıştır.

Bu çalışmada, araştırmaya katılanların tüketici etiği konusundaki yaklaşımları ortaya konmaya çalışılmıştır. Tüketicilerin etiksel konularda duyarlılıklarını yönlendiren etiksel ideolojileri ile Makyavelizm eğilimlerinin etkileri de incelenmiştir. Cevaplayıcıların etiksel yaklaşımları bir fikir vermesi amacıyla diğer ülkelerde yapılan benzeri araştırmaların sonuçlarıyla karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalar cevaplayıcıların “zararsız olarak algılanan davranışlar” hariç etiksel hassasiyetlerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Etiksel ideolojilerinde ise idealizm ağırlığını hissettirmekte, Makyavelist eğilimleri diğerlerine göre düşük kalmaktadır. Çalışmada, tüketicilerin demografik özelliklerine göre tüketici etiği konusundaki yaklaşımlarının farklılaşma gösterip göstermediği de ele alınmıştır. Cevaplayıcıların etiksel davranışlarında eğitim düzeyleri ve işlerindeki konumlarının birer belirleyici olduğu belirlenmiştir.

### **ANAHTAR KELİMELE**

*Tüketici, Etik, Makyavelizm, İdealizm, Relativizm.*