

TÜKETİM SÜRECİNDE SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARININ ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ahmet Ayhan¹ and Özlem Kükrer Aydın²

¹Assoc. Prof., Akdeniz University, Turkey, ahmetayhan@akdeniz.edu.tr

²Res. Asst., Akdeniz University, Turkey, okukrer@akdeniz.edu.tr

Abstract

A RESEARCH ABOUT THE ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTISES IN CONSUMPTION PROCESS

Nowadays, the increase of competition in global markets, improvement of social sensibility and consciousness of consumers reveal how difficult it is for the organizations to maintain their existence through traditional methods. It is not possible to reach success only by offering qualified product in order to have a positive corporate reputation and build a positive image in the sense of modern marketing approach. The organizations have to pay attention to the corporate social responsibility and the other social consumer-oriented practices such as social risks, consumer rights in conception of the contemporary communication. It is expected that the organizations establish relations with their environments that is based on compatibility and also building relations is ethical responsibility of today's world. Besides social activities of organizations that are carried out in accordance with wish and expectation of society is extremely important. In transformation of the social system after 80s, the pragmatic and concrete expectations came into prominence in new life viewpoints of present generation, mass media and technologies.

The aim of the research to evaluate the young consumers' opinions towards the social responsibility practices. 215 public relation students that were determined by convenience sampling method, are conducted a survey. The results of the research show many students think that the organizations don't fulfil the requirements of social responsibility activities in Turkey. The half of students chooses the brands which have consciousness of social responsibility. This result indicates the level of consciousness and cognition of the consumers has risen. Finally, it is determined that the students give importance the some topics of social responsibility campaigns such as the building of schools, hospitals and scholarships for students.

Keywords: Social responsibility, consumption, young consumers.

Özet

Günümüzde özellikle küresel pazarda rekabetin artması, tüketicilerin toplumsal konulardaki bilinç ve duyarlılıklarının gelişmesi gibi gerekçeler işletmelerin geleneksel yöntemlerle varlıklarını sürdürmelerini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle günümüzün pazarlama anlayışı içinde kurumların olumlu bir itibara ve marka imajına sahip olması için tüketicilere yalnızca nitelikli ürünler sunmaları yeterli değildir. İşletmeler çağdaş iletişim anlayışı çerçevesinde artık toplumsal riskleri ve tüketici haklarını gözeterek sosyal sorumluluk ve sosyal sorumluluk boyutu ön plana çıkan tüketici odaklı uygulamaları dikkate almak zorundadır. Kurumların çevreleriyle uyuma dayalı ilişkiler geliştirmesinin beklenen etik bir sorumluluk olduğu günümüzde, toplumun istek ve beklentileri doğrultusunda gerçekleştirdikleri sosyal faaliyetler son derece önem taşımaktadır. Ayrıca 80 sonrası dönüşen toplumsal yapıda günümüz kuşaklarının yaşama bakış açısı ve kullanılan iletişim araç ve teknolojilerinin belirlediği yeni yaklaşımlar çerçevesinde daha pragmatik ve somut beklentiler ön plana

çıkmiştir.

Bu araştırmada genç tüketicilerin tüketim tercihleri doğrultusunda sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik görüşlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırma kapsamında kolayda örneklem yöntemiyle belirlenmiş olan 215 halkla ilişkiler bölümü öğrencisi ile yüzyüze anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun, Türkiye'deki işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamalarının gereklerini yerine getirmediğini düşündükleri ortaya konulmuştur. Bir başka deyişle gelir dağılımının dengesiz oluşuyla da doğrudan ilintili olan yoksulluk düzeyi, işsizlik ve gençlerin umutsuzluğu da yapılan yatırımların yetersizliği konusunda gençler tarafından tatmin edici bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra katılımcıların yarısına yakınının benzer ürün-hizmet tüketimlerinde sosyal sorumluluk bilincinde olan markaları tercih ettiklerini saptanmıştır. Bu da genel anlamda tüketicilerin bilinç ve biliş düzeyinin yükseldiğinin göstergesidir. Son olarak öğrencilerin sosyal sorumluluk uygulamalarında dikkatlerini en çok okul, hastane yapımı ve öğrenciye burs gibi konuların çektiği belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Sosyal sorumluluk, tüketim, genç tüketiciler.