

Emek Ve Mülkiyet Bağlamında Tüketici Katkılı Tasarım Ve Üretim

Yrd. Doç. Dr. Serkan Güneş

Özet

Refah seviyesinde artışla talep yönünde değişiklikler olmuş, tüketici üretimde aktif rol oynamaya başlamıştır. Literatürde tüketici katkılı üretim ve tasarımın üründe değer artışı yarattığı vurgulanmakta, bunun için uygulanan farklı modeller sunulmaktadır. Bu çalışmada bu modellerden birkaçı tanıtılacak, modellerin gerekçeleri emek, mülkiyet ile açıklanacaktır. Ekonomi rakam ve ön kabulleri bırakıp sosyolojik gerçeklere yoğunlaştığında bazen içsel çelişkileri ile baş başadır. Bu çelişkiler bireylerin sözde akılcı olmayan tercihleri neticesindedir. Ürün ile tüketicinin ilişkisi de belirli çelişkiler barındırmaktadır. Makalede ele alınan modeller bu çelişkilere yoğunlaşmakta, çelişkileri kontrolsüzlük değil, tasarıma katkı sağlayacak zenginlikler olarak görmektedir. Katılımcı tasarım modellerinin bu tür çelişkileri nedeniyle yüksek katma değere sahip ürünlerin oluşması için faydalı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler

IKEA Etkisi
Kupa Etkisi
Ben Kendim Tasarladım
Emek
Mülkiyet.

CONSUMER AIDED DESIGN AND PRODUCTION IN THE CONTEXT OF LABOUR AND OWNERSHIP

Abstract

The rise in the welfare state of the consumer is shaping demand side of the consumption based economies. Today, the consumer is getting an active part in design processes of the products and their production. The related literature on the subject matter indicates an increase in the value of the final product whether if there may a consumer contribution in design and production. For this purpose, supply side offers several models focusing on the consumer contribution. In this study article, IKEA Effect, Trophy Effect and I Design Myself will be introduced and their base motives will be discussed in terms of labour and ownership. When economics gets rid of figures and preconceptions and based on sociological realities; internal contradictions remain. These situations which are contrasts with the normal flow of economic thought are known as abnormalities or paradoxes and are the results of irrational preferences of individuals. The relationship of producer and consumer covers paradoxes and the psychology of consumer is built on ownership of the property and labour that built property. The article deal with these contradictions, but focused on contradictions as the wealth that will contribute to the design process rather than failure. In this context, future participatory design models with inclusion of such contradictions are thought to be useful for the formation of products with higher added value.

Keywords

IKEA Effect
Trophy Effect
I Designed Myself
Labour
Ownership