



SEKİZİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI

DPT: 2541 – ÖİK: 557

TÜKETİCİNİN KORUNMASI ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU RAPORU

ANKARA 2001

Ö N S Ö Z

Devlet Planlama Teşkilatı'nın Kuruluş ve Görevleri Hakkında 540 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname, "İktisadi ve sosyal sektörlerde uzmanlık alanları ile ilgili konularda bilgi toplamak, araştırma yapmak, tedbirler geliştirmek ve önerilerde bulunmak amacıyla Devlet Planlama Teşkilatı'na, Kalkınma Planı çalışmalarında yardımcı olmak, Plan hazırlıklarına daha geniş kesimlerin katkısını sağlamak ve ülkemizin bütün imkan ve kaynaklarını değerlendirmek" üzere sürekli ve geçici Özel İhtisas Komisyonlarının kurulacağı hükmünü getirmektedir.

Başbakanlığın 14 Ağustos 1999 tarih ve 1999/7 sayılı Genelgesi uyarınca kurulan Özel İhtisas Komisyonlarının hazırladığı raporlar, 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlık çalışmalarına ışık tutacak ve toplumun çeşitli kesimlerinin görüşlerini Plan'a yansıtacaktır. Özel İhtisas Komisyonları çalışmalarını, 1999/7 sayılı Başbakanlık Genelgesi, 29.9.1961 tarih ve 5/1722 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe konulmuş olan tüzük ve Müsteşarlığımızca belirlenen Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu genel çerçeveleri dikkate alınarak tamamlamışlardır.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile istikrar içinde büyümenin sağlanması, sanayileşmenin başarılması, uluslararası ticaretteki payımızın yükseltilmesi, piyasa ekonomisinin geliştirilmesi, ekonomide toplam verimliliğin artırılması, sanayi ve hizmetler ağırlıklı bir istihdam yapısına ulaşılması, işsizliğin azaltılması, sağlık hizmetlerinde kalitenin yükseltilmesi, sosyal güvenliğin yaygınlaştırılması, sonuç olarak refah düzeyinin yükseltilmesi ve yaygınlaştırılması hedeflenmekte, ülkemizin hedefleri ile uyumlu olarak yeni bin yılda Avrupa Topluluğu ve dünya ile bütünleşme amaçlanmaktadır.

8. Beş Yıllık Kalkınma Planı çalışmalarına toplumun tüm kesimlerinin katkısı, her sektörde toplam 98 Özel İhtisas Komisyonu kurularak sağlanmaya çalışılmıştır. Planların demokratik katılımcı niteliğini güçlendiren Özel İhtisas Komisyonları çalışmalarının dünya ile bütünleşen bir Türkiye hedefini gerçekleştireceğine olan inancımızla, konularında ülkemizin en yetişkin kişileri olan Komisyon Başkan ve Üyelerine, çalışmalara yaptıkları katkıları nedeniyle teşekkür eder, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın ülkemize hayırlı olmasını dilerim.


Dr. Akın İZMİRLIOĞLU
Müsteşar

TÜKETİCİNİN KORUNMASI ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU RAPORU

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No:</u>
KATILIMCI LİSTESİ	v
SUNUŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

I. TÜKETİCİNİN EĞİTİMİ BİLGİLENDİRİLMESİ VE ÖRGÜTLENMESİ

1. GİRİŞ	7
2. TÜKETİCİNİN EĞİTİMİ, BİLGİLENDİRİLMESİ VE ÖRGÜTLENMESİNİN TEMEL AMAÇ VE İLKELERİ	8
2.1. Amaç	8
2.2. İlkeler	9
3. DÜNYADA MEVCUT DURUM	10
3.1. Genel Olarak	10
3.2. Avrupa Birliği'nde Mevcut Durum	10
4. TÜRKİYE'DE MEVCUT DURUM VE SORUNLAR	10
4.1. Devletin Tüketiciyi Koruma Alanındaki Çalışmaları	11
4.1.1. Öneri Organları	11
4.1.2. Çözüm Organları	11
4.1.3. Tüketicinin Eğitimi	12
4.1.4. Tüketicinin Bilgilendirilmesi	12
4.2. Tüketicinin Örgütlenmesinde Mevcut Durum	13
4.3. İşletmelerin Tüketiciyi Koruma Alanındaki Çalışmaları	15
5. TÜKETİCİNİN EĞİTİMİNDE POLİTİKALAR VE YENİ YAKLAŞIMLAR	15
5.1. Hedef Kitle	15
5.1.1. Örgün Eğitim	15
5.1.2. Yaygın Eğitim	16
5.2. Eğitim ve Bilgilendirme Konuları	16
5.2.1. Tüketici Eğitimi ve Bilgilendirilmesinde Temel Kavramlar	16
5.2.1.1. Tüketicinin Hakları ve Sorumlulukları	16
5.3. Tüketicinin Eğitimi ve Bilgilendirilmesinde Sorumlu Taraflar ve Görevleri	17
5.3.1. Taraflar	17
5.3.1.1. Kamu Kurum ve Kuruluşları	17
5.3.1.2. Meslek Kuruluşları	17
5.3.1.3. Tüketici Örgütleri	17
5.3.1.4. Firmalar	17

5.3.2. Görevler	17
5.3.3. İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Tüketici Danışma Birimleri	17
5.3.4. Üniversiteler ve Araştırma Kuruluşları	18
5.3.5. Basın ve Yayın Organları	18
5.4. Tüketicinin Eğitimi ve Bilgilendirilmesi Araçları	18
5.4.1. Örgün Eğitim	18
5.4.2. Yaygın Eğitim	18
6. TÜKETİCİNİN EĞİTİMİ, BİLGİLENDİRİLMESİ VE ÖRGÜTLENMESİNE İLİŞKİN ÖNERİLER	18
6.1. Tüketicinin Eğitimi	18
6.1.1. Örgün Eğitime İlişkin Öneriler	19
6.1.2. Yaygın Eğitime İlişkin Öneriler	19
6.2. Tüketicinin Bilgilendirilmesi	20
6.3. Tüketicinin Örgütlenmesi	22

İKİNCİ BÖLÜM

II. TÜKETİCİNİN SAĞLIĞI GÜVENLİĞİ VE ÇEVRE

1. GİRİŞ	29
2. DÜNYADA MEVCUT DURUM	31
2.1. Genel Olarak	31
2.2. Avrupa Birliği'nde Mevcut Durum	31
3. TÜRKİYE'DE MEVCUT DURUM VE SORUNLAR	32
3.1. Türkiye'de Tüketicinin Sağlığı Güvenliği ve Çevre	32
3.2. Türkiye'de Mevcut Durumun 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı Hedefleriyle Karşılaştırılması	33
4. TÜKETİCİNİN SAĞLIĞI GÜVENLİĞİ VE ÇEVRE ALANINDA YENİ UYGULAMALAR VE TÜRKİYE'DE ULAŞILMAK İSTENEN AMAÇLAR	33
4.1. Sağlık, İlaç ve Kozmetik	33
4.2. Gıda	35
4.2.1. Gıda Katkı Maddeleri	36
4.2.2. Gıdada Tarım İlaçları Kalıntıları	36
4.2.3. Hormonlu, Antibiyotikli ve Genetik Yapısı Değiştirilmiş (Transgenetik) Gıdalar	36
4.3. Ulaşım	37
4.3.1. Trafik	37
4.3.2. Akaryakıt, LPG ve Doğalgaz	38
4.4. Temizlik Malzemeleri	39
4.5. Tekstil	39
4.6. Konut	40
4.7. Sigara ve Tütün Mamulleri	40
4.8. Tüketicinin Güvenliğinin Sağlanmasına Yönelik Çalışmalar	41
4.8.1. Evde Kullanılan Ürünlerden Kaynaklanan Kazalar	41

4.8.2. Elektrikli Cihazlar	41
4.8.3. Gazla Çalışan Ürünler	41
4.8.4. Odun ve Kömür Sobaları	42
4.8.5. Oyuncaklar, Bebek ve Çocuk Ürünleri	42
4.8.6. Mobilyalar	43
4.8.7. Diğer Tehlikeli Ürünler	43
4.9. Çevrenin Korunması	43
4.10. Elektromanyetik Kirlilik	44
5. TÜKETİCİNİN SAĞLIĞI GÜVENLİĞİ VE ÇEVRE İLE İLGİLİ ÖNERİLER	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

III. TÜKETİCİ HUKUKU VE ULUSLARARASI ETKİLEŞİMLER

1. GİRİŞ	51
2. DÜNYADA MEVCUT DURUM VE ULUSLARARASI ETKİLEŞİMLER	51
2.1. Genel Olarak	51
2.2. Avrupa Birliği'nde Mevcut Durum	53
3. TÜRKİYE'DE MEVCUT DURUM VE SORUNLAR	54
3.1. Türkiye'de Tüketici Hukuku Alanındaki Gelişmeler	54
3.2. Türkiye'de Mevcut Durumun 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı Hedefleriyle Karşılaştırılması	55
4. DÜNYADAKİ GELİŞMELER KARŞISINDA TÜRK MEVZUATINDAKİ EKSİKLİKLER VE İYİLEŞTİRMEYE AÇIK ALANLAR	56
4.1. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Genel Olarak Değerlendirilmesi	56
4.2. Rekabetçi Fiyatların Oluşturulması	57
4.3. Genel İşlem Şartları	57
4.3.1. Türk Hukukunda Mevcut Durum	59
4.3.2. Öneriler	59
4.4. Mesafeli Satışlar ve Elektronik Ticaret	59
4.5. Ürün Güvenliği	61
4.6. Kamu Hizmetleri	62
4.7. Turistik Hizmetler ve Paket Turlar	63
4.8. Devre Tatiller	65
4.9. Gayrimenkul Güvenliği	67
4.10. Yanıltıcı Reklamlar	68
4.11. Mevcut Tüketici Sözleşmelerinde Karşılaşılan Genel Sorunlar	69
4.12. Tüketici Konseyi	70
4.13. Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri	71
4.14. Tüketici Mahkemeleri	72
5. GENEL DEĞERLENDİRME VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	73

EKLER

EK 1: Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Alanında Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Yetki ve Görevlerinin Hukuki Alt Yapısını Oluşturan Mevzuat	79
EK 2: Türkiye’de Reklam Mevzuatı	85
EK 3: Reklam Kurulu’nun Çalışmaları	87
EK 4: Yıllar İtibariyle Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerine Yapılan Başvurular	89
EK 5: Sanayi ve Ticaret Bakanlığına Yapılan Tüketici Şikayetleri ile Hakem Heyetlerine Yapılan Başvuruların Birlikte Değerlendirilmesi	91
EK 6: Türkiye’de Faal Tüketici Dernekleri ve Vakıfları	93
EK 7: Sağlık Bakanlığı ile İlgili Mevzuat	95
EK 8: Karşı Oylar	97

ISBN 975 – 19 – 2570 - 3 (basılı nüsha)

Bu Çalışma Devlet Planlama Teşkilatının görüşlerini yansıtmaz. Sorumluluğu yazarına aittir. Yayın ve referans olarak kullanılması Devlet Planlama Teşkilatının iznini gerektirmez; İnternet adresi belirtilerek yayın ve referans olarak kullanılabilir. Bu e-kitap, <http://ekutup.dpt.gov.tr/> adresindedir.

Bu yayın 1500 adet basılmıştır. Elektronik olarak, 1 adet pdf dosyası üretilmiştir.

TÜKETİCİNİN KORUNMASI ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU ÜYE LİSTESİ

	<u>Unvanı:</u>	<u>Adı Soyadı:</u>	<u>Kurumu:</u>
BAŞKAN	:	Ozan GÜLER	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
RAPORTÖR	:	Prof.Dr. Müberra BABAOĞUL	Hacettepe Üniversitesi
KOORDİNATÖR:		Ayşe ÖZÇÖREKÇİ	D.P.T.
		Fatma RESULOĞULLARI	D.P.T.
ÜYELER	:		
	Doç.Dr.	A. Fuat ERSOY	Gazi Üniversitesi
		A. Şükrü GENÇ	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı
		Alim ERGİNOĞLU	Arçelik A.Ş.
	Doç.Dr.	Asuman YALÇIN	Marmara Üniversitesi
		Bayram KISIKLI	T.Tüketiciyi Kor. ve Eğt. Vakfı
		Belda ŞENEL	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
	Av.	Burhan ÇELİK	Tüketici Hakları Derneği
		Candan ÇORBACIOĞLU	Doğrudan Satış Derneği
		Cezmi SABANCI	Türk Veteriner Hek. Birliği
		Çetin ZİYLAN	Reklamcılar Derneği
		Çiğdem SEYDİOĞULLARI	Kamu-İş Sendikası
		Dilek TEMEL	İstanbul Sanayi Odası
		E. Tülay AYDIN	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
		Engin BAŞARAN	Tüketiciler Derneği
		Görgül GÜNER	Türkiye Esnaf ve San. Konf.
	Doç.Dr.	Gülşay HASDOĞAN	ODTÜ, End. Ürün.Tasarımı
		Gülşün ÇELİK	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
		H.Ahmet AKTEPE	Milli Eğitim Bakanlığı
	Dr.	Hakan GİRİTLİOĞLU	Türk Tabipler Birliği
	Av.	Handan ERMAN	T.Halk Bankası A.Ş.
	Arş.Gör.	Hatun UFUK	Ankara Üniversitesi
		İbrahim KAYNAK	İçişleri Bakanlığı
		İhsan GÜZEL	Tüketici Hakları Derneği
		İsmet CONKAR	İSKİ Genel Müdürlüğü
	Av.	M. Aydın ERDEM	Türkiye Esnaf ve San. Konf.
	Doç.Dr.	M. Hamil NAZİK	Gazi Üniversitesi
	Prof.Dr.	Meltem BAYRAKTAR	Ankara Üniversitesi
		Müslüm BAŞARAN	TRT Kurumu
		Nejat Cemal GÜNEŞ	TÜGSAŞ
	Arş.Gör.	Nihal CANPOLAT	Hacettepe Üniversitesi

<u>Unvanı:</u>	<u>Adı Soyadı:</u>	<u>Kurumu:</u>
	Oğuz AÇAN	Beyaz Eşya San. Derneği
Prof.Dr.	Ömer Adil ATASOY	Osmangazi Üniversitesi
Prof.Dr.	Ömer Baybars TEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr.	Özlen ÖZGEN	Türk Kadınlar Kons. Derneği
Dr.	Renan BAYKAN	İstanbul Ticaret Odası
	Reyhan HELVACI	Türk Standardları Enstitüsü
Av.	Saliha KIZILOĞLU	Tüketici Hakları Derneği
	Serap (Güner) AKPINAR	Türk Diş Hekimleri Birliği
Uzm.Ecz.	Sevim EVRANOSOĞLU	Sağlık Bakanlığı
	Siham KANAT	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
	Sinan VARGI	TÜRK-İŞ
Dr.	Şebnem AKİPEK	Ankara Üniversitesi
	Teoman YAZGAN	DİE, İstanbul Kültür Üni.
	Turhan ÇAKAR	Tüketici Hakları Derneği
Prof.Dr.	Uğur GÜLLÜLÜ	Atatürk Üniversitesi
Arş.Gör.	Zeynep ÇOPUR	Hacettepe Üniversitesi
	Zerçin DURUK	Tüketicileri Koruma Derneği

SUNUŞ

Baş döndürücü bir hızla gelişen ve değişen dünyamız, bilgi çağı olarak nitelendirebileceğimiz bir döneme girmiştir. Geleceğin toplumu, büyük ölçüde insanlar yerine bilginin dolaşımını sağlayacak, dünya, uydular ve bilgisayar ağları ile birbirlerine bağlanarak daha da küçülecektir.

Tüm bu gelişmelerin en önemli sonucu, ortak bir dünya üretimi ve yine ortak bir dünya tüketimi yaratması olmuştur. Diğer bir ifadeyle, yalnızca mal ve hizmet kalitesinde değil, aynı zamanda hukuki altyapı ve tüketici taleplerinde de birbirine yaklaşan bir dünya bizi beklemektedir.

Gümrük duvarlarının kaldırılması ve ekonomik entegrasyonların kurulması, dünya markalarının artışı, uydu ve internet reklamcılığının gelişimi izlemiş ve dünyadaki tüm insanların her şeyden aynı anda haberdar olmalarına, aynı tüketim kalıplarını benimsemelerine, aynı özlem, umut ve bekleyişleri taşımalarına yol açmıştır. Böylece “Dünya vatandaşı” kavramı da gerçek anlamını bulmuştur. Buna bağlı olarak gittikçe zenginleşen ve karmaşıklaşan, tüketici istek ve ihtiyaçları ve bunların karşılanma çabaları da tüketicinin korunması konusunu daima ön plana çıkarmış ve çağdaş dünyanın en güncel ve en dinamik konularından biri yapmıştır.

İnsanların dil, din, ırk, cinsiyet, siyasal görüş vb. unsurlardan bağımsız olarak taşıdıkları ortak evrensel kimlik tüketici olmalarıdır. Tüketmek ve tüketici olmak herkesin paylaştığı ortak kimlik ve her zaman yaşadığı bir süreçtir. Bu nedenle, “Tüketicinin Korunması” konusu, evrenselliğini ve güncelliğini hiçbir zaman kaybetmeyen yaşamsal öneme sahip bir konu olacaktır.

Sanayi devriminin getirdiği kütleli üretim (mass production) çok sayıda ve çeşitli mamullerin üretilmesini sağlamış ve bunun doğal sonucu olarak kütleli tüketim ya da tüketim toplumu olarak adlandırdığımız sosyolojik yapılanma ortaya çıkmıştır.

Artık günümüzde tüketici olmak eskiye oranla çok daha zor bir piyasa mekanizmasıyla uğraşmak ve onunla yaşamak demektir.

Piyasa aynı ihtiyaca hitap eden çok çeşitli marka, fiyat ve kalitede mal alternatifleri ile doludur. Üstelik anlaşılması ve standartlara bağlanması çok güç olan hizmet sektörü ise gün geçtikçe büyümekte ve gelişmektedir.

Bu durum sınırlı geliri ile sınırsız ihtiyaçları arasında doyurucu bir denge kurmaya çalışan tüketicinin karşılaştığı sorunları artırmakta ve “Tüketicinin Korunması” konusunu yüzyılımızın en önemli konuları arasına sokmaktadır.

Görel olarak dünya çapında imalatçı ve satıcılardan daha güçsüz olan tüketicilerin çeşitli istismlara karşı korunması, tüketicinin korunması konusunda sorumluluk taşıyan tarafların

(devlet, işletmeler, tüketicilerin kendileri) alacakları önlemler ve uygulayacakları politikalarla çok yakından ilişkilidir.

Ülkemizin bu konuda önümüzdeki planlı dönemde izleyeceği tüketici politikalarına yön vermek amacıyla 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı çalışmaları çerçevesinde oluşturulan “Tüketicinin Korunması Özel İhtisas Komisyonu”nun bu raporundaki önerilerin yaşama geçirilmesiyle, 21. yüzyıl Türkiye’inde Türk tüketicilerinin de evrensel tüketici haklarının kullanımında çağdaş dünya ile entegrasyonunu daha da artıracaktır.

TÜKETİCİNİN EĞİTİMİ BİLGİLENDİRİLMESİ VE ÖRGÜTLENME ALT KOMİSYONU RAPORU

TÜKETİCİNİN EĞİTİMİ BİLGİLENDİRİLMESİ VE ÖRGÜTLENME ALT KOMİSYONU ÜYE LİSTESİ

	<u>Unvanı:</u>	<u>Adı Soyadı:</u>	<u>Kurumu:</u>
BAŞKAN	: Prof.Dr.	Meltem BAYRAKTAR	Ankara Üniversitesi
RAPORTÖR	: Doç.Dr.	M. Hamil NAZİK	Gazi Üniversitesi
ÜYELER	:		
	Doç.Dr.	A. Fuat ERSOY	Gazi Üniversitesi
		A. Şükrü GENÇ	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı
	Doç.Dr.	Asuman YALÇIN	Marmara Üniversitesi
		Bayram KISIKLI	T.Tüketiciyi Kor. ve Eğt. Vakfı
		Candan ÇORBACIOĞLU	Doğrudan Satış Derneği
		Gülgün ÇELİK	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
		H. Ahmet AKTEPE	Milli Eğitim Bakanlığı
	Arş.Gör.	Hatun UFUK	Ankara Üniversitesi
		İsmet CONKAR	İSKİ Genel Müdürlüğü
		Müslüm BAŞARAN	TRT Kurumu
		Nejat Cemal GÜNEŞ	TÜGSAŞ
	Arş.Gör.	Nihal CANPOLAT	Hacettepe Üniversitesi
		Oğuz AÇAN	Beyaz Eşya San. Derneği
	Prof.Dr.	Ömer Baybars TEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
	Doç.Dr.	Özlen ÖZGEN	Türk Kadınlar Kons. Derneği
		Reyhan HELVACI	Türk Standardları Enstitüsü
		Serap (Güner) AKPINAR	Türk Diş Hekimleri Birliği
	Uzm.Ecz.	Sevim EVRANOSOĞLU	Sağlık Bakanlığı
		Teoman YAZGAN	DİE, İstanbul Kültür Üni.
		Turhan ÇAKAR	Tüketici Hakları Derneği
	Arş.Gör.	Zeynep ÇOPUR	Hacettepe Üniversitesi
		Zerçin DURUK	Tüketicileri Koruma Derneği

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİCİNİN EĞİTİMİ, BİLGİLENDİRİLMESİ VE ÖRGÜTLENMESİ

1. GİRİŞ

Tüketicinin korunması yaklaşımı, 20. yüzyılın başlarından itibaren önem kazanmış ve en çok tartışılan konulardan biri olmuştur. Özellikle son elli yılda yaşanan teknolojik gelişmeler sonucu hayatımızın kolaylaştığı bir gerçektir. Ancak, bu kolaylığı sağlayan yeni mal ve hizmetlere kayıtsız kalamamız nedeniyle daha çok ve bilinçsiz tükettiğimiz ise bir başka gerçektir. Piyasaya sunulan yeni mal ve hizmetlerin yanı sıra mesafeli satış, elektronik ortamda satış, kredi kartı ile satış gibi yeni satış tekniklerinin yaygınlaşması ise durumu giderek karmaşık hale getirmektedir. İşte bu nedenledir ki, günümüzde tüketicilerin geçmişe oranla daha çok eğitime, bilgilendirilmeye ve örgütlenmeye ihtiyaçları vardır.

Ekonomik faaliyetlerin esas amacının, tüketici ihtiyaçlarının karşılanması ve tatmini olmasına rağmen, bu faaliyetlerin esas nedeni olan tüketici, belirleyici olamamıştır. Ekonomide tam rekabetin, yalnızca kağıt üzerinde kalan bir teori olması, diğer bir ifade ile eksik rekabet olarak gerçekleşmesi, tüketicinin eğitime, bilgilendirilmeye ve örgütlenme eksiklikleriyle birleşince istismar edilmesine yol açan sonuçlar doğurmaktadır.

Ülkemiz gibi hem piyasa ekonomisi deneyimi, hem de tüketicinin korunmasına yönelik çağdaş mevzuatı ve uygulamaları henüz çok yeni olan ülkelerde; yukarıda açıklanan sorunların daha yoğun olarak yaşanacağı da ortadadır. Yaşanan ve yaşanması olası tüketici sorunlarını en aza indirmenin hareket noktası ise, evrensel tüketici haklarından olan, eğitime, bilgi edinme ve örgütlenme haklarının eksiksiz hayata geçirilmesidir.

Tüketici eğitimi, bireyin mevcut ekonomik ve kişisel kaynaklarını arzu ve ihtiyaçlarını tatmin edecek biçimde değerlendirmeye yeterli hale getirebilecek düşünce, anlayış ve bilgilendirme süreci olarak tanımlanmaktadır.

Tüketici eğitiminin temel amaçları;

- Tüketicinin kendi değer sistemini anlamasını,
- Karar verme yeteneklerini geliştirmesini,
- Pazarda bilgi ve alternatifleri değerlendirmesini,
- Satınalma işleminden tatmin olmasını,
- Hak ve sorumluluklarının bilincine varmasını sağlamaktır.

Tüketicinin bilgilendirilmesi ise, doğru seçim yapabilmesi için mal ve hizmetler hakkında gerekli ve sağlıklı ön bilginin sağlanması, aldatıcı ve yanıltıcı reklamlar, etiketleme ve ambalajlama, ekonomik çıkarlarının korunması ve tazmin edilme haklarına ilişkin işlemler konusunda aydınlatılmasıdır.

Tüketiciyi bilgilendirmek ona bir araç vermektir. Eğitim ise, bu aracı kullanmayı öğrenme sürecidir. Tüketicinin eğitimi ve bilgilendirilmesi bu anlamda birbirini tamamlayan iki önemli unsurdur.

Tüketicinin korunması hareketi, dar ve geniş anlamda ele alınabilir. Dar anlamda tüketicinin korunması, tüketicinin alışverişlerde ödediği paranın tam karşılığını alması demektir. Geniş anlamda ise; toplumsal kaynakların halkın refahını, sağlık ve eğitimini geliştirecek daha iyi rekreasyonel (boş zaman değerlendirme faaliyetleri) tesis ve hizmetlere kavuşmasını sağlayacak alanlara harcanmasını ve işletmelerin tüketici odaklı politikalar geliştirmesini öngörür.

Gerçek anlamda tüketicinin korunmasına yönelik hukuk sistemi, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ortaya çıkmıştır. İlk kez John F. Kennedy tarafından gündeme getirilen dört tüketici hakkı, 1986 yılında yürürlüğe giren ‘‘Tüketiciyi Koruma Politikasına Yeni Hız Kazandırma Programı’’ çerçevesinde yeniden gözden geçirilerek bugünkü evrensel kabul görmüş şekli olan sekiz hakka (temel ihtiyaçların karşılanması hakkı, güvenlik hakkı, bilgi edinme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme hakkı, tazmin edilme hakkı, eğitilme hakkı ve sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı) ulaşmıştır.

Tüketici haklarının korunması yalnızca bireysel açıdan önem taşımaz. Ülke açısından da ekonomik ve sosyal bağlamda önemi vardır. Çünkü bir ülkede üretimin, verimliliğin, kalitenin ve rekabet gücünün artırılması gibi önemli gelişmeler aslında tüketicinin korunması ile yakından ilgilidir.

Tüketicinin korunması hareketinin belki de en önemli unsuru ise gönüllü tüketici örgütleridir. Tüketici örgütleri, Uluslararası Tüketici (Consumer International) örgütünün belirlediği normlarda her şeyden önce gönüllü kuruluşlardır. Bu nedenle, tüketici örgütleri ticari ilişkilerden bağımsız, yayınlarına reklam almayan, siyasi partilerle organik ilişkiler içinde olmayan ve gönüllülük esasına dayalı demokratik sivil toplum kuruluşlarıdır. Devlet dahil, tüm siyasi parti ve ticari kuruluşlardan bağımsız çalışmaları esastır. Evrensel kabul görmüş tüketici haklarının yerleşmesi, uygulanması ve geliştirilmesi güçlü, etkili ve bağımsız bir tüketici hareketinin oluşmasına bağlıdır.

Serbest piyasa ekonomisinde, pazara hakim olan güçlü firmaların üretim ve pazarlama politikaları karşısında tüketiciler güçsüz durumdadır. Tüketiciler üreticiler kadar kolay örgütlenememekte ve dolayısı ile ekonomik ve politik yaşamda bir baskı grubu olarak etkinlik gösterememektedirler. Bu nedenle, tüketicilerin pazarda güçlerini artırbilmeleri ancak gönüllü ve bağımsız örgütler oluşturmalarına ve bu örgütler aracılığı ile ilgili kurum ve kuruluşlarda temsil edilmelerine bağlıdır. Tüketiciler, örgütleri aracılığı ile temsil edilerek, talep ve tercihlerine uygun, kaliteli, sağlıklı, güvenli mal ve hizmet üretimi ve pazarlanması koşullarını oluşturabilir. Ayrıca, örgütlenme, tüketicilerin haklarını arama, kullanma ve savunma bilinci kazanmalarının yanı sıra, çevre sorunları ve enerji tasarrufu gibi konularda duyarlı olmaları açısından da önemlidir.

2. TÜKETİCİNİN EĞİTİMİ, BİLGİLENDİRİLMESİ VE ÖRGÜTLENMESİNİN TEMEL AMAÇ VE İLKELERİ

2.1. Amaç

Tüketicinin eğitimi, bilgilendirilmesi ve örgütlenmesinin temel amacı, evrensel kabul görmüş tüketici haklarının gerçekleştirilmesi doğrultusunda tüketicinin ihtiyaç duyduğu bilgileri nereden ve nasıl bulacağını, bilgileri nasıl değerlendireceğinin öğretilmesi ve

böylece ürün veya hizmetleri satın alma ve kullanma becerisi ve çevre bilincinin geliştirilmesini, üretim ve bölüşüm koşullarının sorgulanmasını, üretimin olduğu gibi tüketimin de niteliğini belirleyen ekonomik ve toplumsal tercihlerde taraf olmasını içerir.

2.2. İlkeler

Tüketicinin eğitimi, bilgilendirilmesi ve örgütlenmesinin temel ilkeleri şöyle özetlenebilir;

- Mal ve hizmetlerin seçimi, satın alınması, kullanımı, tamir ve bakımı gibi konularda yol gösterici bilgiler ve bu bilgilerin nerelerden, nasıl bulunabileceği, çeşitli ürünlerin satın alınmasında dikkate alınacak kriterleri belirlemek,
- Tüketicilere para, zaman ve enerji tasarrufu sağlayıcı yöntemleri öğretmek ve karar verme becerilerini geliştirmek,
- Toplumun sosyal, kültürel ve moral değerlerini olumsuz yönde etkileyen, tüketicileri aldattıcı, yanıltıcı, gereksiz ve yanlış tüketime yönlendiren pazarlama iletişimleri konusunda uyararak,
- Tüketiciyi korumaya yönelik kurum ve kuruluşları, örgütleri tanıtmak, bu konularla ilgili mevzuatı anlatmak, duyurmak,
- Diğer tüketicilerin haklarına saygılı, topluma ve çevreye karşı duyarlı ve sosyal sorunlarla ilgilenme istekliliği gösteren "bilinçli tüketici" tipinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına çalışmak,
- Ülke kaynaklarının tüketicilerin temel ihtiyaçlarına uygun olarak en akılcı biçimde kullanılmasında etkili olmak,
- Doğru ve sağlıklı bir tüketici kültürü ve anlayışı yerleştirerek geliştirmek,
- Tüketicileri temel vatandaşlık ve tüketici hak ve sorumluluklarının neler olduğu konusunda bilinçlendirerek, haklarını arama, kullanma, savunma ve örgütlenmeleri konusunda teşvik etmek,
- Tüketim ve üretim konularında yönlendirilen değil, yönlendiren olabilme bilincini vermek,
- Tüketiciler arasında, dayanışma bilincinin geliştirilmesine yardımcı olmak,
- Tüketicilerin etik bilincini ve topluma karşı sosyal sorumluluklarının gelişmesini sağlamak,
- Mal ve hizmetleri tüketirken temel amacın, sosyo ekonomik ve kültürel ihtiyaçları karşılamak olduğu, tüketimin sosyal statü göstergesi olarak kullanılmaması gerektiği görüşünü benimsetmek ve bilincini vermek,
- Enflasyon ve hayat pahalılığına karşı mücadele bilincini geliştirmek,
- Tüketicilerin temel ihtiyaçları ve amaçlarına uygun, kaliteli, sağlıklı, güvenli, ucuz, yeterli miktarda mal ve hizmet üretilmesi ve dağıtımı konusunda devlet ve özel sektöre karşı etkili olma bilincini kazandırmak ve yollarını göstermek.

3. DÜNYADA MEVCUT DURUM

3.1. Genel Olarak

Dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hemen hemen tamamında tüketiciyi korumaya yönelik yasal altyapının var olduğu, ancak özellikle gelişmiş ülkelerde tüketicinin eğitimi ve bilgilendirilmesi çalışmalarına özel önem ve ağırlık verildiği söylenebilir.

Nitekim tüketiciyi koruma hareketinin başlatıldığı ABD’nde yapılan bir araştırmada 500’e yakın tüketici eğitim programının bulunduğu ve bunların federal devlet, eyalet ve yerel yönetimler, özel firmalar ve tüketici örgütleri tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Gelişmiş ülkelerde, özel firmaların tüketici eğitiminde program geliştirme, rehber hazırlama ve dergi çıkarma gibi etkinlikleri bulunmaktadır. Bu anlamda okullara tüketici eğitimi ile ilgili ücretsiz film, kaset ve broşür yollanmakta ve üniversite araştırma merkezleri ile ortak eğitim programları hazırlanmaktadır.

3.2. Avrupa Birliği’nde Mevcut Durum

Avrupa Birliği’nde tüketicinin eğitimi ve bilgilendirilmesine yönelik çabalar çerçevesinde bir strateji oluşturulmuştur. Stratejide üç hususa dikkat çekilmektedir.

1. Tüketicinin acil ve öncelikli problemlerini belirlemek,
2. Toplumun her kesimini önemli teknolojik değişimlerden haberdar etmek,
3. Finans hizmetlerini tüketici çıkarları açısından değerlendirilerek, finansal konularda yeterli ve tarafsız bilgi sunmak.

Ayrıca Amsterdam Antlaşması’nın 153. ve diğer maddeleri gereğince tüketicinin her alanda ve eğitim alanında güçlendirilmesi için gerekli tüketici politikalarının Avrupa Birliği politikalarına entegre edilmesi çabaları sürmektedir.

Türkiye’nin de imzacı ülkeler arasında olduğu BM Tüketici Anayasası (BM Tüketicinin Korunması Rehberi) imzacı devletlerin ulusal tüketici eğitim politika ve programlarını biran önce uygulamaya geçirmesini 1990 yılından beri istemektedir.

Avrupa Konseyi gibi uluslararası karar alma organları da, sosyal ve ekonomik kalkınma için tüketici eğitiminin temel koşul olduğunu vurgulamıştır.

Herkes için eğitim (EFA) adı altında uluslararası bir kurum oluşturulmuş ve bu kurum 2000 yılında herkesin tüketici eğitiminden geçmesini hedeflemiştir. Yetişkinler için tüketici eğitimi konusunda da dünyada bazı gelişmeler varsa da henüz tam anlamıyla uygulamaya geçilememiştir.

Uluslararası Tüketiciler (Consumer International) örgütünün hazırladığı “İyi Uygulamalar Kod”u gereğince hükümetler, eğitim otoritelerinin belirli rehberler hazırlaması planlanmıştır. Bu rehberlerin bir bölümü geliştirilmiş bulunmaktadır.

4. TÜRKİYE’DE MEVCUT DURUM VE SORUNLAR

Türkiye’de tüketicinin korunması ile ilgili başlıca tarafların faaliyetleri şu şekilde özetlenebilir.

4.1. Devletin Tüketiciyi Koruma Alanındaki Çalışmaları

Devlet, piyasa ekonomisinin gereği, bir yandan serbest rekabeti desteklerken diğer taraftan da piyasayı düzenlemek, disiplin ve kontrol altında tutmak için tedbirler almak durumundadır. Bu konuda devletin bir tüketici politikası olması gereklidir. Tüketici politikası; tüketicilerin refah ve korunmasını etkileyen faaliyetlerin yönetiminde hükümet tarafından yapılan ya da yapılmayan faaliyetleri kapsamaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 167 ve 172. maddeleri devletin tüketiciyi korumaya yönelik uygulamalarının en önemlilerindedir. Borçlar Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu'nun değişik maddelerinde de tüketicilerin korunmasına yönelik hükümler bulunmaktadır. Ancak son yıllara gelinceye değin tüketicinin devlet tarafından korunması konusundaki politikaların işleyişi daima yavaş ve gerekli etkiden uzak olmuştur. 1990'lı yıllarda özellikle tüketici örgütlerinin ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na bağlı olarak Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'nün kurulmasıyla tüketicinin korunması çalışmaları hız kazanmıştır. Özellikle 8 Mart 1995 tarihli, 22221 Sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak, 8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe giren 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun bu konuda atılmış en önemli adım niteliğini taşımaktadır. Çıkarılan bu Kanun'la tüketicinin korunması konusu tek bir çatı altına alınmış ve mevzuat açısından da önemli yenilikler ortaya konmuştur. 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un yürürlüğe girmesiyle;

Ayıplı mal ve hizmetler, satıştan kaçınma, taksitli satışlar, kampanyalı satışlar, kapıdan satışlar, kapıdan satışlarda satıcının yükümlülüğü, tüketici kredisi, süreli yayınlar, etiket, garanti belgesi, tanıtma ve kullanma kılavuzu, onarım bakım ve diğer satış sonrası hizmetler, ticari reklam ve ilanlar, zararlı ve tehlikeli mal ve hizmetler, kalite denetimi, tüketicinin eğitilmesi konuları yaptırımlara ve esaslara bağlanmıştır.

Diğer taraftan, aynı Kanun ile iki öneri ve iki çözüm organının oluşumu öngörülmüştür.

4.1.1. Öneri Organları

1. Tüketici Konseyi

Tüketici sorunlarının ve çıkarlarının korunmasına ilişkin gerekli tedbirleri araştırmak, sorunların tüketici lehine çözülmesi için alınacak tedbirlerle, uygulamaya yönelik tedbirlere dair görüşleri ilgili mercilere iletmek amacıyla oluşturulan Konsey, 73 kişiden oluşmakta ve yılda en az bir kez toplanmaktadır.

2. Reklam Kurulu

Ticari reklam ve ilanlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemek, bu ilkeler çerçevesinde ticari reklam ve ilanları incelemek ve inceleme sonucuna göre yapılacak işlem konusunda Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na öneride bulunmak görevlerini üstlenen Reklam Kurulu, 18 kişiden oluşmakta ve ayda en az bir kez toplanmaktadır.

4.1.2. Çözüm Organları

1. Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri

Tüm il ve ilçe merkezlerinde, tüketiciler ile satıcılar arasında çıkan (küçük) uyuşmazlıklara çözüm bulmak amacıyla oluşturulan Hakem Heyetleri, 5 kişiden oluşmakta ve 15 günde bir toplanmaktadır.

2. Tüketici Mahkemeleri

Yalnızca Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un uygulanmasıyla ilgili olarak çıkacak uyuşmazlıklara bakmakla görevli olan bu Mahkemelerin, basit yargılama usulüyle çalışması (kısa sürede karar alması) öngörülmüştür. Tüketici Mahkemeleri henüz kurulmamış olmakla birlikte, Ticaret Mahkemeleri'nin, bu Mahkemelerin bulunmadığı yerlerde ise, Asliye Hukuk Mahkemeleri'nin Tüketici Mahkemesi sıfatıyla görev yapması benimsenmiştir.

Ayrıca, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a dayanılarak çok sayıda yönetmelik ve tebliğ çıkarılarak (tam liste Rapora ek yapılmıştır) uygulamaya yön verilmiştir.

4.1.3. Tüketicinin Eğitimi

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 20. maddesinde tüketicinin eğitilmesi konusunda her derecedeki okulların ders programlarına Milli Eğitim Bakanlığı'na gerekli ilaveler yapılacağı belirtilmiştir. Ancak bugüne kadar yalnızca, ilköğretim okullarının 3. sınıfında okutulan Hayat Bilgisi ve 8. sınıflarda Vatandaşlık Bilgisi derslerine tüketici eğitimine yönelik birer ünite konulmuşsa da, tüketici eğitimi konusu bütün kitaplarda yer almamıştır. Bunun yanı sıra Milli Eğitim Bakanlığı'na ilk ve orta dereceli okullarda tüketici kolları oluşturulmasına rağmen, bu kollar etkin bir biçimde faaliyet gösterememektedirler.

Ayrıca, "tüketicinin eğitilmesi ve aydınlatılması için kitap, mecmua ve broşür çıkarılmasına ve tüketicinin bilinçlendirilmesi için radyo ve televizyonlarda programlar düzenlenmesine ilişkin usul ve esaslar Tüketici Konseyinin önerisi ile Bakanlıkça tespit ve ilan olunur." denilmektedir. Ancak bu hususta henüz bir düzenleme yapılmamıştır.

Tüketici eğitimi konusunda uygulamaya yönelik yasal bir düzenleme olmamasına rağmen, bugüne kadar radyo ve televizyonlar, ilköğretim okulları, liseler, kamu kurum ve kuruluşları ile değişik kuruluşlarda tüketicilere, öğrenci ve öğretmenlere yönelik, üniversiteler, tüketici örgütleri ile Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü tarafından eğitici çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Ancak, yapılan bu çalışmaların da yeterli olduğu söylenemez.

4.1.4. Tüketicinin Bilgilendirilmesi

Tüketicinin Bilgilendirilmesine yönelik ülkemizdeki düzenlemelerden en önemlisi, yine 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılmış yönetmelik ve tebliğlerdir. Kanun'un ikinci kısmı "Tüketicinin Korunması ve Aydınlatılması" başlığını taşımakta ve 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18 ve 19'uncu maddeleriyle, bilgilendirmenin nasıl yapılacağına ilişkin üretici ve satıcılara çeşitli yükümlülükler getirilmektedir.

Diğer yandan, Türk Standartları Enstitüsü tarafından hazırlanan ürün standartlarının işaretleme bölümleri ile gıda maddeleri dışında tüm ürünler için geçerli olan TS 4331 No'lu Ambalajların İşaretlenmesi ve Etiketlenmesi Standardı da, ürüne ait iç ve dış ambalajlarda bulunması zorunlu bilgileri kapsamı nedeniyle tüketicinin bilgilendirilmesinde önemli bir işleve sahiptir.

16.11.1997 tarihli 23172 sayılı Resmi Gazete'nin mükerrer sayısında yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği'nin 9. bölümünde "Ambalajlama, Etiketleme ve İşaretleme" başlığı altında, Türk Gıda Kodeksi'nde yer alan tüm gıda maddelerinin ambalajlanması zorunluluğu getirilerek; gıda maddelerinin etiketinde (ambalajında) bulundurulması zorunlu bilgiler belirlenmiştir. 28.6.1995 tarihli 22327 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 560 sayılı "Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararname"nin Reklam başlığı altındaki 14. maddesi ile, etiketlerde yanıltıcı ifade ve beyan kullanılmasını veya yanıltıcı ambalajların piyasaya verilmesini, yanıltıcı beyanlar ile reklam yapılmasını yasaklayan hüküm getirilmiştir.

Evlerde ve benzeri yerlerde kullanılan elektrikli cihazlar için güvenlik kurallarına ilişkin standartlar bulunmaktadır. Standart belgesi bulunan sanayi mamullerinin ambalajları üzerinde bulunması gereken bilgiler her standartta belirlenmiştir.

Kozmetikler ve ilaçlarla ilgili uygulamalar ise Sağlık Bakanlığı İlaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü'nün yetki ve sorumluluğunda olup, Kozmetikler, Kozmetik Kanunu ve Kozmetik Yönetmeliği, ilaçlar ise Beşeri İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu ve Tıbbi Müstahzarların Tıbbi Tanıtım Yönetmeliği ve Beşeri İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Ambalaj ve Etiketleme Yönetmeliği ile kurallara bağlanmıştır.

Tüketicinin bilgilendirilmesine yönelik, yukarıda belirtilen düzenlemelere uyulması konusunda yükümlülükleri bulunan üretici ve satıcıların, bu yükümlülüklerini tam anlamıyla yerine getirdikleri söylenemez. Bu konuda istenilen düzeye ulaşılabilmesi, ilgili kamu kurumlarınca yapılacak etkin denetimlere bağlıdır.

4.2. Tüketicinin Örgütlenmesinde Mevcut Durum

Türkiye'de tüketici örgütlenmesi 1970'lerde başlayan ve 1990 yılından sonra ivme kazanan yeni bir harekettir. Özellikle 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un yürürlüğe girmesiyle birlikte tüketici örgütleri sayısında da artış olmuştur. Bugün itibari ile özellikle de il düzeyinde olmak üzere kırkın üzerinde tüketici örgütü (bu konuda faaliyet gösteren dernek ve vakıfların unvan ve adres listesi rapor ekinde) vardır. Ancak Türkiye çapında örgütlenebilenlerin sayısı sınırlıdır. Tüm tüketici örgütlerinin toplam üye sayısının ise 50 bin dolayında olduğu tahmin edilmektedir.

Tüketicilerin, örgütleri aracılığıyla temsil edilmesi, ülkemizde ilk defa Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un yürürlüğe girmesiyle gündeme gelmiş ve bu kapsamda oluşturulan Tüketici Konseyi, Reklam Kurulu, Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri ve daha sonra yürürlüğe giren Hal Yasası uyarınca da Toptancı Hal Hakem Heyetleri'nde tüketiciler, belirli kıstaslar doğrultusunda temsil edilmeye başlanmıştır.

Örneğin, Reklam Kurulu'na katılan tüketici temsilcisi, Tüketici Konseyi'ne katılma hakkı elde eden tüketici örgütleri temsilcileri arasından seçilmektedir.

Ayrıca, 4077 sayılı Kanun'un 24. maddesi uyarınca, satışa sunulan bir seri malın, ayıplı olması durumunda, bu ayıplı seri malın üretiminin ve satışının durdurulması ve satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılması için tüketici örgütlerine dava açma hakkının tanınmış olması da olumlu bir gelişmedir.

Buna karşılık, tüketicilerin özellikle Ekonomik ve Sosyal Konsey ile Rekabet Kurulu'nda da temsil edilmelerinin ve tüketiciyi ilgilendiren mevzuatın hazırlanması aşamasında tüketici örgütlerinden görüş sorulmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Tüketici örgütleri kısıtlı ekonomik koşullara karşın örgün ve yaygın eğitim kapsamında tüketicilerin eğitilmesi, bilgilendirilmesine yönelik önemli çalışmalar yapmaktadırlar. Televizyon ve radyo programları, konferans, panel, seminer, basın açıklamaları bu çalışmaların bazılarıdır.

Ancak, tüketicide örgütlenme bilincinin zayıflığı, yasal düzenlemelerdeki kısıtlayıcı ve caydırıcılık, maddi sorunlar gibi çeşitli nedenlerle ülkemizde tüketicinin örgütlenmesi istenilen düzeye getirilememiştir. Ülkemizde tüketicinin örgütlenmesinin önündeki engeller aşağıda sıralanmıştır.

1. Yasal Engeller

a. 2908 sayılı Dernekler Kanunu'nun;

- 4. maddesinin 1. fıkrasında “Türk Silahlı Kuvvetleri ile Özel Kolluk Kuvvetleri mensupları ve özel kanunlarında dernek kuramayacakları belirtilen memur statüsündeki kamu hizmeti görevlileri dernek kuramazlar” denilmektedir.
- 16. maddesinde, Memurlar, Hakim ve Savcılar, Savcı yardımcıları, Sayıştay meslek mensupları, Danıştay üyeleri, Yargıtay üyeleri, Anayasa Mahkemesi üyelerinin derneklere üyeliklerini bağlı buldukları bakanlıkların tespit ve ilan ettiği dernekler ile sınırlandırmış ve bağlı buldukları kurumlardan izin alma koşuluna bağlamıştır.
- 18. maddesinde, “4. maddede belirtilen kamu hizmet görevlileri, 16. madde gereğince üye olabilecekleri ve derneklerin yönetim ve denetleme kurullarında görev alamazlar” denilmektedir.
- 7. maddesinde, Türkiye’de kurulan derneklere uluslararası faaliyet yasağı getirilmiştir. Ayrıca, Türkiye’de kurulan derneklerin yurt dışında kurulmuş ulusal veya uluslararası dernek veya kuruluşlara katılması yasaklanmıştır.
- 11. maddesinde, Türkiye’de kurulan derneklerin yurt dışındaki faaliyetlerine birçok kısıtlama, ağır izin koşulları ve bürokratik formaliteler getirilmiştir.
- 34. maddesinde, derneklerin federasyon oluşturulabilmek için kamuya yararlı dernek statüsü kazanmış en az üç derneğin bir araya gelme koşulu konulmuştur.
- 58. maddesinde, derneklerin kamu yararına dernek statüsü alabilmesi ağır izin koşullarına ve bir çok formaliteye bağlanmıştır.
- 44. maddesinde, derneklerin bildiri yayınlaması izne ve çeşitli koşullara bağlanmıştır.

- 48. maddesinde, 18 yaşından küçüklerin veya ortaokul ve orta öğrenim öğrencilerin yanlarında velisi veya vasisi olmadan dernek binalarına girmelerine izin verilmesi suç sayılmıştır.
- b. 2911 sayılı Toplantı ve Gösteri Yürüyüşleri Kanunu ile derneklerin kendi amaçları doğrultusunda yapacakları her çeşit kapalı yer ve açık hava toplantı ve yürüyüşüne ağır koşullar ve yaptırımlar getirilmiştir.

2. Fiili Engeller

Fiili engeller, yasalarda yer almayan, görevlilerden kaynaklanan bürokratik ve keyfi engellerdir.

3. Psikolojik Engeller

Ülkemizde, uzun yıllardan beri, genel anlamda yurttaşların sorunlarına çözüm bulabilmek, seslerini duyurmak ve bu doğrultuda baskı unsuru olabilmek için bir araya gelmelerine ve örgütlenmelerine, yöneticiler tarafından olumsuz gözle bakılmıştır. Yurttaşların örgütlenmeleri teşvik edilmemiş, tam tersine örgütlenme üzerinde olumsuz bir anlayış egemen olmuştur. Yaşanılan bir çok olaylar sonucunda yurttaşlar örgütlenmeden korkar ve çekinir hale gelmişlerdir.

4. Ekonomik Engeller

Dernekler, özellikle bağımsız tüketici dernekleri, büyük ekonomik sıkıntılarla faaliyetlerini sürdürmeye çalışmaktadırlar. Bağımsız tüketici örgütleri yapıları ve özellikleri gereği firmalardan bağış ve reklam alamazlar. Devletin bağımsız tüketici örgütlerine ekonomik yardımda bulunması gerekmektedir.

4.3. İşletmelerin Tüketiciyi Koruma Alanındaki Çalışmaları

Tüketici eğitimi ve bilgilendirilmesinde özel kesimin de çalışmaları giderek artmaktadır. Bir çok işletme tüketiciye zarar verici uygulamaları önleyici tedbirler almakta, zaman zaman hatalı ürünlerini gönüllü olarak düzeltme yoluna gitmektedir. İşletmeler, tüketici talep ve tercihlerini üretime yansıtmak amacıyla direkt yöntem ve araçlar geliştirirken, tüketici şikayet ve önerilerini dinlemeye ve değerlendirmeye başlamışlardır. Bunların başında da 800'li ücretsiz tüketici danışma hatları, tüketici danışma birimleri gibi uygulamalar gelmektedir. Çağdaş ve sosyal pazarlama anlayışını benimsemiş, mal ve hizmet üretiminde tüketici tatminini ön plana alarak etik kurallara uygun ürün sunan işletmelerin tüketici taraftarlığı konusunda olumlu davrandıkları söylenebilir.

5. TÜKETİCİNİN EĞİTİMİNDE POLİTİKALAR VE YENİ YAKLAŞIMLAR

5.1. Hedef Kitle

Tüketici eğitimi, örgün ve yaygın eğitim şeklinde ele alındığında hedef kitle toplumun tamamıdır.

5.1.1. Örgün Eğitim

- Okul öncesi dönemi,
- Okul dönemi:

İlköğretim,
Ortaöğretim,
Yükseköğretim (ihtisas dallarına göre).

5.1.2. Yaygın Eğitim

- Farklı yaş gruplarına göre tüketiciler (Çocuk, genç, yetişkin, yaşlı),
- Farklı gelir gruplarına göre tüketiciler (Düşük, orta, yüksek sosyo ekonomik düzey,
- Farklı yerleşim yerlerine göre tüketiciler (Kırsal, gecekondlu, kentsel),
- Çalışma statüsüne göre tüketiciler (Çalışan, çalışmayan),
- Özel tüketici grupları (Engelli, turist vb.),

Belirtilen hedef kitlenin eğitimi, okul öncesinden başlayıp hayat boyu devam eden bir öğrenim süreci olmalıdır.

5.2. Eğitim ve Bilgilendirme Konuları

5.2.1. Tüketici Eğitimi ve Bilgilendirilmesinde Temel Kavramlar

5.2.1.1. Tüketicinin Hakları ve Sorumlulukları

- a- Evrensel tüketici hakları,
- b- Ülkemizdeki tüketici mevzuatındaki yasal haklar ve uygulamalar:
Haklarını kullanma ve savunma yolları,
Ayıplı mal ve hizmetler,
Taksitli, kampanyalı, kapıdan satışlar,
Tüketici kredileri, sözleşmeler,
Sürelili yayınlar,
Etiket, garanti, tanıtma ve kullanma kılavuzu ile satış sonrası hizmet uygulamaları,
Ticari reklam, ilan ve satış promosyonları.
- c- Aile Geliri ve Yönetimi,
- d- Tüketicinin, Çeşitli Tüketim Ürünlerini Satınalma, Kullanma ile Bakım Onarım ve Kullanma Konusunda Eğitimi:
Ürün yapısı ve kalite,
Ambalaj, etiket (Hologram etiket, biocode vb.),
Aldatıcı ve yanıltıcı reklamlar.
- e- Hizmetlerin satın alınması:
Özel sektör tarafından sunulan hizmetler,
Kamu hizmetleri.
- f- Tüketici Sağlığı:
Tüketici sağlığı ve güvenliğinde risk unsurları,
Enerji, Tasarruf ve Çevre,
Çevreye duyarlı sosyal sorunlarla ilgili tüketim,
Atık Yönetimi.
- h- Geleneksel yöntemler dışındaki satış teknikleri hakkında eğitim ve bilgilendirme:

Kapıdan Satışlar,
Mesafeli satışlar,
Elektronik ortamda yapılan alışverişler,
g- Tüketicilerin Örgütlenmesi ve Temsili.

5.3. Tüketicinin Eğitimi ve Bilgilendirilmesinde Sorumlu Taraflar ve Görevleri

5.3.1. Taraflar

5.3.1.1. Kamu Kurum ve Kuruluşları

Hükümet,
Bakanlıklar,
Valilik ve kaymakamlıklar,
Belediyeler,
Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü,
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu,
Türk Standartları Enstitüsü.

5.3.1.2. Meslek Kuruluşları

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği,
Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu,
Türk Mimar ve Mühendis Odaları Birliği,
Türk Tabipler Birliği,
Türk Diş Hekimleri Birliği,
Türkiye Eczacılar Birliği,
Türkiye Barolar Birliği.

5.3.1.3. Tüketici Örgütleri

Tüketici dernek ve vakıflarına ilişkin liste rapor ekinde yer almıştır.

5.3.1.4. Firmalar

Üretici ve satıcı firmalar tarafından tüketicilerin ürün ve hizmetler hakkında bilgilendirilmesi,

Ticari reklam ve ilanlarda tüketiciyi bilgilendiren öğelere yer verilmesi.

5.3.2. Görevler

Radyo ve televizyon programları,
Basılı yayınlar,
Tüketici eğitimine yardımcı olan reklam ve ilanlar,
Panel, konferans, söyleşi, sempozyum vb.,
İnternet (WEB+ E-Mail vb.),
Karşılaştırmalı ürün analizleri,
Tüketici bilincini yerleştirmeye yönelik yarışmalar düzenlenmesi.

5.3.3. İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Tüketici Danışma Birimleri

Tüketicilerin ulaşmak istedikleri bilgileri, zahmetsiz, ucuz ve en kısa yoldan elde etmelerini sağlayan bu hizmete örnek olarak 175 ALO Tüketici Danışma Hattı verilebilir.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hizmete sokulan bu hat, halen 80 ilde faaliyet göstermektedir.

5.3.4. Üniversiteler ve Araştırma Kuruluşları

Araştırmalar,
Yayınlar,
Panel, konferans, seminer vb.,
Tüketici örgütleri ve kamu personeli eğitimi,
Öğretmen yetiştirme,
Formatör öğretmen yetiştirme.

5.3.5. Basın ve Yayın Organları

Tüketici köşelerinin oluşturulmasıyla tüketici sorunlarının ve çözüm yollarının okuyucu, dinleyici ve izleyicilere duyurulması, mal ve hizmetlere ilişkin araştırma ve inceleme sonuçlarının tarafsız olarak açıklanması.

5.4. Tüketicinin Eğitimi ve Bilgilendirilmesi Araçları

Tüketici eğitiminde kullanılan araç ve teknikler örgün ve yaygın eğitimde farklılık göstermektedir.

5.4.1. Örgün Eğitim

Ders kitapları,
Örnek olay incelemeleri,
Temsil tiyatrosu gibi eğitsel oyunlar,
Konferans, seminer.

5.4.2. Yaygın Eğitim

Radyo ve televizyon programları,
Tüketici örgütlerinin yayınları,
Toplantı, seminer, konferans ve paneller,
Yazılı basında yer alan tüketici köşeleri,
Tüketici eğitimine ilişkin CD, kaset hazırlama,
Tüketici ödülleri,
Eğitsel oyunlar, piyes, tiyatro, temsiller vb.,
Eğitici broşürler (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü tarafından yaklaşık 3 milyon adet bastırılan 12 broşür rapor ekindedir.).

6. TÜKETİCİNİN EĞİTİMİ, BİLGİLENDİRİLMESİ VE ÖRGÜTLENMESİNE İLİŞKİN ÖNERİLER

6.1. Tüketicinin Eğitimi

Tüketicilere sürdürülebilir tüketim bilincini kazandırmak amacıyla öneriler örgün ve yaygın eğitimde ayrı ayrı ele alınmış olup, bu eğitimin amacı sürdürülebilir bir tüketim bilincini benimsetmek olmalıdır.

6.1.1. Örgün Eğitime İlişkin Öneriler

- 1- Tüketici eğitimi ilk ve ortaöğrenim müfredatına ayrı bir ders olarak dahil edilmelidir,
- 2 -Bu ders ile ilgili uluslararası standartlara uygun ama, Türkiye'ye uyarlanmış kitaplar hazırlanmalıdır,
- 3 - Öğretmenler tüketici eğitimini verebilecek yeterlilikte eğitilmeli veya bu alanda yetişmiş uzman personelden yararlanılmalıdır,
- 4- Öğretmenlik ve eğitim araçlarının geliştirilmesi alanında çalışmakta olan yetkililere yönelik hizmet içi eğitim niteliğinde ayrı eğitim çalışmaları geliştirilmelidir. Ekonomik ve sosyal alanlarda yapılacak araştırmalara göre bu eğitimi verecek merkezler kurulmalı ve bu merkezler arasında gerek öğrenci, gerek eğitimciler birbirlerinden düşünce alışverişinde bulunabilmelidirler,
- 5- Yüksek öğrenimde (İletişim Fakültesi, Ev Ekonomisi Yüksekokulu ve ilgili diğer fakülte ve yüksekokullarda) tüketicinin korunması ile ilgili bilim dalları oluşturulmalı ve tüketicinin eğitimine yönelik dersler okutulmalıdır,
- 6- Her alandaki tüketici eğitim programlarına standart ve kalite konusu da alınmalıdır,
- 7- Tüketici hukuku alanında uzmanlaşmayı sağlamak için hukuk fakültesi müfredatında gerekli değişiklikler yapılmalıdır,
- 8- Yeni ihtisas hakimleri yetiştirilinceye kadar mevcut hakimlerden bir bölümü ivedi olarak tüketicinin korunması mevzuatı ihtisas eğitiminden geçirilmelidir,
- 9- İşletmeler tarafından desteklenen eğitim materyalleri denetlenmelidir,
- 10- Milli Eğitim Bakanlığı tarafından ilk ve orta dereceli okullar için Tüketici Eğitimi Haftası oluşturulmalıdır,
- 11- Tüketici eğitim standartları oluşturulmalıdır.

6.1.2. Yaygın Eğitime İlişkin Öneriler

- 1- Yaygın eğitimde, Halk Eğitim Merkezlerinden yararlanılmalı, Devlet, yerel yönetimler, gönüllü kuruluşlar (tüketici örgütleri, ticaret odaları, sanayi odaları vb.) ve medya bu eğitime katkıda bulunmalıdırlar,
- 2- Tüketici eğitiminden sorumlu kurum ve kuruluşlar olan Milli Eğitim Bakanlığı, üniversiteler, basın-yayın kuruluşları, TSE, tüketici örgütleri vb. arasında eleman ve doküman desteği sağlayacak şekilde koordinasyon sağlanmalıdır,
- 3- Kırsal kesimdeki tüketicilerin eğitilmesinde Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Tarım İl Müdürlüklerinde çalışan Ev Ekonomisi Teknisyenlerinden faydalanılmalıdır,
- 4- Meslek kuruluşlarının örgüt yapılarında gerekli düzenlemelere gidilerek, tüketici eğitiminde bulunmaları sağlanmalıdır. Çeşitli meslek kuruluşları tüketici eğitimine ilişkin olarak, kendi bünyelerinde araştırma ve eğitim faaliyetleri geliştirmeli, konu ile ilgili birimler kurmalıdır,

5- Tüketicinin korunması alanında tüketici eğitimi kadar, üretici ve satıcılar ile satış sorumlularının eğitimine de önem verilmelidir. Satıcılar ürün, üretim ve satışla ilgili hijyenik koşullar ve gerekli teknik bilgiyi içeren kurslardan geçirilmelidir,

6- Radyo televizyon kanalları ve internet ile tüketici eğitimi verilmelidir,

7- Tüketici eğitimi ile ilgili olarak Avrupa Birliği ve Uluslararası Tüketiciler örgütünün uygulamalarına paralel olarak, işbirliği ile projeler oluşturulmalıdır,

8- Yaygın eğitimde, israfa yol açan üretim ve tüketim kalıplarını değiştiren, sürdürülebilir tüketim bilincini benimseten, yüksek risk arz eden teknolojiler konusunda tüketicileri uyaran programlara özellikle yer verilmelidir,

9- Kentsel toplu taşımacılık sistem ve politikaları ile kentsel kalkınma biçimlerinin desteklenmesi konusunda yerel yönetimler tarafından halkın bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır,

10- Tüketici, düşük düzeyde atık üretme ve atıkların geri kazanımı konusunda bilinçlendirilmelidir,

11- Yaklaşık 5 yıldır 930 merkezde faaliyet gösteren Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinde çok önemli bir görev üstlenen raportörlerin bu önemli görevi yerine getirebilmeleri, konuyla ilgili birikimlerine bağlıdır. Bu birikimin mevcut raportörlerin büyük bir çoğunluğunda olduğu söylenemez. Bu açığın kapatılması amacıyla Hakem Heyetleri raportörlerinin bu konuda eğitim almış kişilerden oluşması sağlanmalıdır,

12- 4077 sayılı Kanun'nun 20. maddesi uyarınca Tüketici Eğitimi konusunda düzenleme yapılmalıdır.

6.2. Tüketicinin Bilgilendirilmesi

1- Kırsal ve kentsel kesimde yaygın eğitim hedef alınarak; tüketicilerin, satın almadan önce almak istedikleri mal ve hizmetin özellikleri ile ilgili plan yapmaları, satın almada çeşitli bilgi kaynaklarını kullanmaları, bunun yanı sıra değişik mağazaları kalite, fiyat ve servis bakımından karşılaştırmaları konularında tüketici örgütleri ve Belediyeler tarafından eğitici seminerler düzenlenerek ve pazar yeri vb. alanlarda açılacak standlarla bilgilendirilmeleri sağlanmalıdır. Bu eğitimde konu ile ilgili uzmanlardan yararlanılmalıdır.

2- Radyo-TV ve diğer yayın organlarında tüketicilerin bilgilendirilmesi yönünde yayınların yapılması zorunluluğu getirilmelidir. Tüketicilerin sağlığının korunması bakımından yayın yapan etkileşimli özel bir televizyon kanalı mümkünse TRT tarafından açılmalıdır. Ayrıca tüketicileri bilinçli alışverişte temel ilkeler, para idaresi, elektrikli ve elektronik araçların, mobilyaların, giyim eşyalarının, temizlik maddelerinin, yiyeceklerin seçilmesi ve satın alınmasında dikkat edilecek hususlar, tüketici hakları vb. konularda bilgilendirecek, yayınların hazırlanması sırasında uzmanlar ve yayıncılar işbirliği halinde çalışmalıdır. Yayınlar tüm aile bireylerinin izleyebileceği saatte olmalıdır.

3- Tüketicilerin bilgilendirilmesinde üreticilere de önemli görevler düşmektedir. Üreticiler, ürettikleri mal ve hizmetlerin niteliklerini, varsa kullanımdan doğabilecek olumlu ve olumsuz yönlerini, tüketicilere aktararak bilgilendirmelerini sağlamalıdır. Üreticiler sektör bazında "Tüketici Danışma Birimleri"ni kurmalı ve daha yaygın hale getirmelidirler.

4 - Firmalar tüketicilerle iletişim kurma yollarını araştırmalı, tüketici görüşlerine önem vererek onların dilek ve şikayetlerini izleme, değerlendirme ve çözüme kavuşturmada “Tüketici Danışma Birimleri” gibi firma içi mekanizmalar oluşturmalıdırlar. Tüketici sorunları ile ilgili çözümler üretmede, tüketici ve üretici arasında bilgi akışını sağlamada ev ekonomistlerinden ve pazarlama uzmanlarından yararlanılabilir.

5- Tüketicinin bilgilendirilmesinde ambalaj büyük önem taşımaktadır. Bu sebeple TS-4331 Ambalajlama Genel İlkeleri, Ambalajların İşaretlenmesi ve Etiketlenmesi standardının mutlak surette tatbik edildiği madde, mamul ve mahsullerin belgelendirilmesi faaliyetleri bütün sektörlerde yaygınlaştırılmalıdır. Ayrıca ürün ambalajında üretici firmaya ilişkin ticari unvan, adres, telefon vb. bilgiler bulunmalı, tüm mal ve hizmetlerde barkod uygulamaları yaygınlaştırılmalıdır.

6 – Tüketici kredisi kullandıran banka ve finans kurumlarına ait boş sözleşmelerin tüketicilerin incelemesine sunulması sağlanmalıdır.

7- Tüketicinin satın aldığı ya da kiraladığı konut ve işyerleri hakkında teknik özelliklerine ilişkin bilgi edinebileceği bir konut kimliği oluşturulmalıdır.

8- Çeşitli ev araçları, tekstil maddeleri, gıda maddeleri ve diğer tüketim mallarının karşılaştırmalı testlerinin yapılması için tarafsız kuruluşlarca test laboratuvarları kurulmalı, malların kullanım kolaylığı, kalite performansı gibi konular kitle iletişim araçlarıyla ve tüketici bültenleri gibi yayınlarla tüketicilere duyurulmalıdır.

9- Elektronik ticaretin yaygınlaşması ile birlikte, internette yer alan yanıltıcı aldatıcı reklamlar, internetle alışverişte tüketici hakları gibi tüketicinin korunmasını gerektiren konuların, 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamına alınması ya da yeni bir yasal düzenlemenin yapılması ve bu konuda tüketicilerin örgün ve yaygın eğitim yoluyla bilgilendirilmeleri sağlanmalıdır.

10- Pornografik ürünler, uyuşturucular, çeşitli ilaçlar ve şiddeti özendirici yayınlar satan işletmelerin Web sayfaları internetin kurlsız ve düzensiz büyümesiyle birlikte göze batmaya başlamıştır. Bu nedenle ABD’nde olduğu gibi konuyla ilgili bir yasanın ülkemizde de yürürlüğe girmesi yararlı olacaktır.

11-Sunuluş biçiminden reklam ve pazarlama iletişimi olduğu kolaylıkla anlaşılamayan iletişimlerin kapsamı açıkça belirtilmelidir. (Zaman zaman gazetelerde haber şeklinde yayınlanan reklamların uygun bir köşesinde “ Bu bir Reklamdır” ifadesinin konulması gibi.)

12- RTÜK Kanun’unda yer alan program destekleme faaliyetlerine ilişkin kurallar yazılı basın için geçerli olmadığından, yazılı basın için de destekleme faaliyetlerine ilişkin bir mevzuat ile bu yasal boşluğun giderilmesi gerekmektedir.

13- Herhangi bir ticari reklam ve ilanın aldatıcı, yanıltıcı unsurlar taşıdığı, mahkeme kararı ile kesinleştikten sonra, ilgili Bakanlık tarafından kamuoyuna duyurulmalıdır.

14-Bakanlıklar, kendi görev ve yetki alanlarına giren konularda (tüketici ile ilgili) bilgilendirme faaliyetlerini artırmaya yönelik mekanizmalar oluşturmalıdırlar.

6.3. Tüketicinin Örgütlenmesi

1-Tüketicilerin örgütlenmeleri veya mevcut örgütlere katılmaları özendirilmeli, tüketiciler bu konuda eğitilmelidir.

2- Anayasa, Dernekler Yasası ve diğer yasalarda tüketicilerin ulusal ve uluslararası düzeyde örgütlenmelerini engelleyici hükümler kaldırılmalıdır. Tüketici dernekleri özgürce örgütlenebilmeli, federasyon ve konfederasyon kurabilmelidir.

3- Tüketiciler, kendileriyle ilgili kararların alındığı ve uygulamaların yapıldığı Bakanlıklar, TSE, TRT, Rekabet Kurumu, Yerel Yönetimler, DIE, RTÜK, MPM, Türk Akreditasyon Kurumu, Ekonomik ve Sosyal Konsey vb. kuruluşlarca yapılan çalışmalarda tüketicinin temsil edilme hakkının bir gereği olarak örgütleri aracılığı ile temsil edilebilmelerine yönelik düzenlemeler yapılmalıdır.

4- Diğer sivil toplum örgütleri ile tüketici örgütleri işbirliği içinde ortak projeler üretmelidir.

5- Tüketici örgütlerine, tüketici hakları ve hak arama yolları konusunda tüketicileri bilgilendirici ve eğitici girişimleri için başta TRT olmak üzere diğer özel TV, radyo kanallarında belirli bir süre yayın yapma hakkının sağlanmasına ilişkin düzenlemeler yapılmalıdır.

6- Tüm kamu kurum ve kuruluşlarında çalışan kamu görevlilerinin hiçbir kısıtlama ve özel izne bağlı kalmaksızın özgürce tüketici örgütlerine üye olabilmeleri ve tüketici örgütlerinin organlarında görev alabilmelerinin sağlanması, bu anlamda Anayasa, Dernekler Yasası ve kamu kuruluşlarının kendi özel yasalarında bulunan tüketicilerin örgütlenmelerini engelleyici hükümlerinin kaldırılmasına ilişkin mevcut yasalarda değişiklik yapılmalıdır.

7- Aynı amaçla ya da benzer faaliyet gösteren uluslararası tüketici kuruluşlarının tüketiciler yararına düzenlediği sempozyum, konferans ve toplantılara katılabilme, projelere anılan kuruluşlardan ayni ve nakdi yardım alabilme, bu kuruluşlara üye olabilme, ülkemizdeki bağımsız tüketici kuruluşlarının düzenlediği faaliyetlere uluslararası kuruluşların katılabilmesi konusunda gereken yasal ve idari koşullar yeterli bir şekilde oluşturulma ve sözü edilen kuruluşlarla işbirliğinin rahatça ve kolayca yapılabilmesinin sağlanmasına yönelik düzenlemeler gerçekleştirilmelidir.

8- 4077 sayılı Kanun'un 29. maddesinin yeniden düzenlenerek; özel ödeneğin % 25'inin Rekabet Kurumu'na, % 50'sinin Tüketicinin Korunması Yasasının uygulanmasıyla ilgili çalışmalar yapan Hakem Heyetleri Tanıtım ve Eğitime, % 25'inin tüketici örgütlerinin üretecekleri projelerin finansmanına ayrılması sağlanmalıdır. (*Karşı oy bulunmaktadır.)

9- 4077 sayılı Kanun'da tüketicilerin veya tüketici örgütlerinin reklâmın durdurulmasını veya düzeltilmesini talep etme hakkı yoktur. Bu hak tüketici ve tüketici örgütlerine de tanınmalıdır.

10- Tüketici örgütlerinin piyasadan topladıkları çeşitli tüketim mallarına ait numunelerin tahlillerinin çeşitli kamu kurum ve kuruluşlarının (Bakanlıklar, Üniversiteler, Yerel Yönetimler, TÜBİTAK, Hıfzısıhha , TSE vb.) laboratuvarlarında öncelikli ve ücretsiz olarak yapılmasına ilişkin düzenlemeler gerçekleştirilmelidir.

11- Çeşitli kamu kurum ve kuruluşları ile yerel yönetimlerin tüketicileri ilgilendiren denetimlerde, tüketici örgütlerinin de gözlemci olarak temsil edilmelerinin sağlanmasına yönelik düzenlemeler yapılmalıdır.

12- İşyerlerinin mevcut yasa, yönetmelik, tebliğ ve standartlara uygunluğu konusunda iş yeri sahiplerine bilgi vermek ve mevcut durumun tespiti konusunda görevlendirerek tüketicilerin korunması konusunda faaliyet gösteren dernek, vakıf ve kooperatiflerden dört kişi ve Bakanlık temsilcilerinden oluşacak bir komisyonun seçtiği fahri tüketici müfettişliği görevi oluşturulmalı ve bunların seçimiyle ilgili gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

13- Reklam Kurulu'nda, Reklam Kurulu Yönetmeliği'nde bulunmadığı tespit edilen meslek örgütlerinden Türk Eczacılar Birliği'nden bir temsilcinin yer alması gerekmektedir.

14-Tüketici Konseyi'nde temsil edilmeyen Türk Dişhekimleri Birliği'nden, Türk Veteriner Hekimleri Birliği'nden birer temsilcinin ve YÖK'ü temsil eden öğretim üyeleri arasına Pazarlama alanında bir öğretim üyesinin de katılımı sağlanmalıdır.

TÜKETİCİNİN SAĞLIĞI, GÜVENLİĞİ VE ÇEVRE ALT KOMİSYONU RAPORU

**TÜKETİCİNİN SAĞLIĞI, GÜVENLİĞİ VE ÇEVRE
ALT KOMİSYONU ÜYE LİSTESİ**

	<u>Unvanı:</u>	<u>Adı Soyadı:</u>	<u>Kurumu:</u>
BAŞKAN	:	Serap (Güner) AKPINAR	Türk Diş Hekimleri Birliği
RAPORTÖR	:	A.Şükrü GENÇ	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı
ÜYELER	:		
		Bayram KISIKLI	T.Tüketiciyi Kor. ve Eğt. Vakfı
		Cezmi SABANCI	Türk Veteriner Hekimleri Birliği
		E.Tülay AYDIN	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
	Doç.Dr.	Gülay HASDOĞAN	ODTÜ, Endüstri Ürün. Tasarımı
	Dr.	Hakan GİRİTLİOĞLU	Türk Tabibler Birliği
		İhsan GÜZEL	Tüketici Hakları Derneği
		İsmet CONKAR	İSKİ Genel Müdürlüğü
	Prof.Dr.	Ömer Baybars TEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
	Uzm.Ecz.	Sevim EVRANOSOĞLU	Sağlık Bakanlığı
		Sinan VARGI	TÜRK-İŞ
		Turhan ÇAKAR	Tüketici Hakları Derneği
	Prof.Dr.	Uğur GÜLLÜLÜ	Atatürk Üniversitesi
		Zerçin DURUK	Tüketicileri Koruma Derneği

İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİCİNİN SAĞLIĞI, GÜVENLİĞİ ve ÇEVRE

1. GİRİŞ

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 172. maddesinde “ Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder “ denilmektedir. Ayrıca sağlık, çevre ve konut hakkı, Anayasa'nın 56. ve 57. maddelerinde şu şekilde belirtilmiştir.

“Madde 56- Herkes sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir. Çevreyi geliştirmek, çevre sağlığını korumak ve çevre kirlenmesini önlemek Devletin ve vatandaşların ödevidir. Devlet, herkesin hayatını, beden ve ruh sağlığı içinde sürdürmesini sağlamak; insan ve madde gücünde tasarruf ve verimi artırarak, işbirliğini gerçekleştirmek amacıyla sağlık kuruluşlarını tek elden planlayıp hizmet vermesini düzenler. Devlet, bu görevini kamu ve özel kesimlerdeki sağlık ve sosyal kurumlarından yararlanarak, onları denetleyerek yerine getirir. Sağlık hizmetlerinin yaygın bir şekilde yerine getirilmesi için kanunla genel sağlık sigortası kurulabilir.

Madde 57- Devlet, şehirlerin özelliklerini ve çevre şartlarını gözeterek bir planlama çerçevesinde, konut ihtiyacını karşılayacak tedbirler alır, ayrıca toplu konut teşebbüslerini destekler. “

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un amacını düzenleyen 1. maddesinde, “Bu Kanun'un amacı, ekonominin gereklerine ve kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirme ve bu konudaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektir” denilmektedir.

Uluslararası alanda ise tüketici hakları sekiz hak çevresinde toparlanmış olup, bu hakların varlığı ülkede tüketicinin korunması konusunda ulaşılan kaliteyi belirlemektedir.

Uluslararası alanda kabul gören tüketici hakları;

İlk kez 1962 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde, dönemin başkanı Kennedy tarafından ortaya atılan dört tüketici hakkı, günümüzde sekiz temel hak üzerinde yoğunlaşmıştır. Tüm dünyada kabul gören bu tüketici hakları şu şekildedir:

- Temel ihtiyaçların karşılanması hakkı: Yaşamını devam ettirmeye yetecek kadar gıda maddesi, giyinme, barınma, sağlık ve temizlik haklarından yararlanma,
- Sağlık ve güvenlik hakkı: Yaşam ve sağlık için tehlikeli ve zararlı olan mamul ve mallara, hizmetlere, üretim süreç, yöntem ve usullerine, firma (satıcı) davranışlarına karşı korunma hakkı,

- Bilgi edinme hakkı: Mal ve hizmetleri satın alırken doğru karar almaya yardımcı olacak, bilgi edinme, yanıltıcı, yanlış ve eksik reklam, etiket, ambalaj ve diğer yanıltıcı bilgilere karşı doğru bilgi alma hakkı,
- Seçme hakkı: Tüketicilere rekabetçi (dolayısıyla ucuz) fiyatlarla çok çeşitli mal ve hizmet sunulması ve makul fiyatlarda tatmin edici kalite ve servis sağlanması hakkı,
- Sesini duyurma (Temsil edilme) hakkı: Hükümetin ekonomik politikalarının oluşturulmasında dikkate alınma, kamu organlarında temsil edilme, firmalarda özellikle ürün geliştirme aşamasında temsil edilme ve görüşü alınma hakkı,
- Tazmin edilme ve ekonomik çıkarların korunması hakkı: Satın alınan mal ve hizmetlerin ayıplı (kusurlu- özürsüz) çıkması durumunda; ayıpların ve ayıpların neden olduğu her türlü maddi, manevi, ekonomik zararın karşılanması. Reklamlar, kapıdan satışlar, kredili ve taksitli satışlar, tek taraflı sözleşmeler, tüketici kredileri, satış sonrası hizmetler, fiyatlar, çeşitli kamu hizmetleri vb. gibi konularda tüketicilere daha iyi ve uygun koşullarda mal ve hizmet sunulmasının sağlanması, yukarıda belirtilen konular hakkında tüketicilerin aldatılmamaları, zarar görmemeleri ve mağduriyetlerinin önlenmesi, tüketicilerin yaşam düzeylerinin yükseltilmesine ilişkin alınan tüm yasal, idari, teknik, sosyal, ve ekonomik önlemler,
- Eğitilme hakkı: Tüketicilerin sorumlu ve bilinçli bir tüketici olması için yaygın ve örgün eğitim kurumlarında eğitilmesi.,
- Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı: Yaşam kalitesini arttıracak fiziksel bir çevreye sahip olma, çevresel tehlikelerden korunma. Bugünkü ve gelecek nesiller için çevrenin korunması hakkı.

Diğer taraftan 9 Nisan 1985 tarihinde Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda oybirliği ile kabul edilen ve Türk hükümet yetkililerinin de imzaladığı "Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar" adlı deklarasyonda da tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ilgili kararlar alınmıştır.

Bu deklarasyon Temel Esaslar başlığı adı altında, tüketicilerin kendi sağlık ve güvenliklerine karşı tehlikelerden korunmasını da öngörmektedir.

Raporun sağlık, beslenme ile ilgili alt bölümü, bu konu ile ilgili tüketici eğitimini de belirlemiştir. Bu madde aynen şu şekildedir:

"Özellikle sağlık, beslenme, gıda kökenli hastalıklar ile ürün tehlikeleri, ürün etiketlenmesi, tüketici ile ilgili yasal mevzuatlar, ölçüler, ayarlar, fiyatların oluşumu, kalite ve kredi şartları ile ilgili konularda ve gerekirse kirlilik ve çevre konularında hükümetler tüketici eğitimi programları düzenlemelidirler. Tüketici eğitimi öğrenim sisteminin temel müfredatının bölünmez bir parçası haline getirilmelidir. İş kesimi de gerçeğe uygun ve geçerli tüketici eğitim ve bilinçlendirme programları yapmalı veya bunlara iştirak etmelidir. Kırsal kesim tüketicilerini ve okuma yazma bilmeyen

tüketicileri dikkate alarak, hükümetler radyo ve televizyonla da tüketici eğitimi programlarını yürütmelidirler."

Diğer taraftan dünya ticaretinin küreselleşmesi karşısında ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre, tüketicinin korunması faaliyetlerinin de küresel anlamda düzenlenmesi açısından yeni bir deklarasyon çalışması da Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü tarafından sürdürülmektedir.

Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü (Consumer International), 1985 yılından itibaren yeni bir alana yönelerek, bu kez de “ Çok Uluslu Şirketlerin, Dünya Üzerindeki Faaliyetlerinde Uymaları Gereken Temel İlkeler” adlı yeni bir deklarasyonun oluşması için faaliyetlerini sürdürmektedir. Örgüt, çok uluslu şirketlerin dünyanın değişik ülkelerindeki mevzuat farklılıklarından yararlanarak, özellikle ürün güvenliği, tüketici sağlığı ve çevre konularında maksimum kar zihniyeti ile hareket ettiklerini, bir ülkede yasaklanan bir ürünü, diğer ülkenin bilgisizliğinden yararlanarak sattıklarını ifade etmekte ve çok uluslu şirketlerin mutlaka kontrol altına alınması gerektiğini savunmaktadır.

2. DÜNYADA MEVCUT DURUM

2.1 Genel Olarak

Dünyada tüketici sağlığı, güvenliği ve çevre konusunda gelişmekte olan ülkelerde tedbirlerin artırılmasına karşın geri kalmış ülkelerde konu ile ilgili yeterli mesafe alınamamaktadır. Gelişmiş ülkelerde tüketici güvenliği açısından üretimi, satışı yasaklanan başta tarım ilaçları, diğer zehirli maddeler, oyuncaklar, son kullanım tarihi geçmiş ilaçlar geri kalmış ülkelere yasal yada yasal olmayan bir şekilde satılmakta yada hibe yoluyla bu ülkelere verilmektedir.

2.2 Avrupa Birliği’nde Mevcut Durum

Avrupa Birliği’nde, tüketicinin korunmasına yönelik olarak geliştirilen politikalar, gerek Avrupa’daki ve gerekse dünyadaki sınırların giderek ortadan kalkıyor olması nedeniyle daha fazla önem kazanmıştır. Bu çerçevede, Avrupa Birliği’nde bugüne kadar tüketicinin korunmasına yönelik olarak geliştirilen ve özellikle son 10-15 yılda AB hukukuna kazandırılan mevzuatın da, üye ülkelerdeki uygulamaları göz önünde bulundurularak, yenilenmesine gereksinim duyulmuştur.

Diğer taraftan, 1990’lı yıllarda Avrupa Birliği’nde yaşanan ve topluluğun tüketici politikalarının bazı yönleriyle geliştirilmesi gerektiği gerçeğini ortaya çıkaran büyük krizler, yeni bir yapılanmanın da gerekli olduğunu ortaya koymuştur.

Bu genişleme ve yenilenme gereksinimini karşısında, mevcut yapılanmada değişikliğe gidilmiş ve daha önce ‘24. Genel Müdürlük-Tüketici Politikaları ve Tüketicinin Sağlığının Korunması’ (DG XXIV Consumer Policy and Consumer Health Protection) olan genel müdürlüğün adı Ekim 1999’da ‘Sağlık ve Tüketicinin Korunması Genel Müdürlüğü’ (Directorate-General for Health and Consumer Protection) olarak değiştirilmiştir. Bu yeni yapılanma ile topluluk, tüketicinin korunmasına yönelik politikaların geliştirilmesinin yanı sıra tüketici sağlığına verdiği önemi yapısal olarak da göstermiştir.

Avrupa Birliği'nin tüketici politikaları yönüyle önümüzdeki dönemdeki öncelikleri ise, toplulukta tüketicilerin seslerinin daha fazla duyurulması, tüketicilerin sağlık ve güvenliğinin daha iyi korunması ve tüketicilerin ekonomik çıkarlarının tam anlamıyla korunması amacıyla mevzuatın geliştirilmesidir.

Başta gıda katkı maddeleri olmak üzere ilaçlar, tarım ilaçları, boya ve vernikler, gıda teknolojisinde kullanılan gıda irradyasyonu, biyoteknoloji, genetik mühendislik alanındaki sağlık ve güvenlik uygulamaları diğer ülkelere de örnek olacak niteliktedir. Bu nedenle ülkemizde de Avrupa Birliği'ne üyelik süreci içinde, Avrupa Birliği'nde çıkartılan tüm yasal düzenlemeler dikkate alınarak, Türk mevzuatında uyum çalışmalarının yapılmasının gerekliliği ortadadır.

3. TÜRKİYE'DE MEVCUT DURUM VE SORUNLAR

3.1. Türkiye'de Tüketicinin Sağlığı, Güvenliği ve Çevre

Türkiye'de tüketicinin sağlığı, güvenliği ve çevre konusunda yapılan tüm yasal düzenlemelere karşın, bu alanda Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın öngördüğü denetimler yeterince yapılamadığından sorun devam etmektedir. Özetle, yasal mevzuatta bulunan kısıtlamaların, piyasa denetimlerinin yapılamaması; mevzuat ile tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerin kaliteleri açısından oldukça büyük farklılıklar yaratmaktadır.

Çevrenin korunması konusunda ise gerek mevzuat gerekse bütçe yetersizlikleri nedeniyle gerekli denetimler yeterince yapılamamaktadır.

Türkiye'de tüketicinin sağlığı, güvenliği ve çevre konusunda yapılmış yasal düzenlemeler mevcut olmasına karşın, Yedinci Beş Yıllık Planda da öngörülmesine rağmen denetimler yeterince yapılamamaktadır.

Sağlık ve güvenlik ile ilgili yasal mevzuatta bulunan kısıtlamaların, piyasa denetimlerinin yapılamaması, mevzuat ile tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerin kaliteleri açısından oldukça büyük farklılıklar yaratmaktadır.

Bütün dünyanın en önemli ilgi alanlarından birisi olan "Çevre Koruma" ekonomik kalkınma ve sanayileşmede temiz mal üretmeye ve hizmet sunmaya özen gösteren mevzuat ve uygulamalarla desteklenmektedir. Türkiye'de, çevre yönetimi ile doğrudan ilgili Yönetmelikler kapsamında işletmelerin yükümlülükleri bulunmaktadır. Gerek mevzuattaki eksiklikler gerekse bütçe yetersizlikleri nedeniyle denetimler yeterince yapılamamaktadır.

Buna rağmen tüketici tercihlerinde çevreye saygılı mal ve hizmetlere yönelme olgusunun oluşması ile işletmeler tarafından çevreye saygılı yeni entegre bir yaklaşım benimsenmektedir. Son zamanlarda küçük ve orta ölçekli işletmeler çevre koruma konusunu yeniden gözden geçirmeye başlamışlardır. Çevre korumaya yönelik, temiz teknoloji kullanımının getireceği ek maliyet artışlarına rağmen uzun vadede enerji, su ve hammadde tasarrufu sağlayan teknoloji kullanımının ve çevreye duyarlı mal ve hizmet üretmenin tüketiciler açısından da önemli olduğu farkına varılmıştır.

Bu konuda en önemli eksiklik kendilerine yardımcı olacak danışmanlık hizmetlerinin yetersiz olmasıdır. Özellikle KOBİ'lerin çevre korumayı geliştirmeye yönelik metotları ve bu korumanın getireceği yükümlülükler konusunda bilgilendirilmeleri önemlidir.

Ülkemizde meslek kuruluşları; yaptıkları çalışmalar ve kurulan örnek merkezlerle, yaratılan kirliliğin önlenmesinden daha ucuza mal olacak genel anlamda çevre kirlenmesini önleyecek temiz ve güvenli üretim metotlarının uygulanması konusunda bilgi sunmaktadır.

Bu yönde yapılan faaliyetlerin en önemli içeriği, sanayileşmiş ülkelerden teknoloji transferi ve onların deneyimlerinden yararlanmak, ülke ve işletme koşullarında uygulamaya geçirilmesi aşamasında eğitim ve danışmanlık hizmeti vermek şeklinde gerçekleştirilmektedir.

Yapılan çalışmaların hedefi, işletmeler için en ileri teknoloji değil, yüksek maliyeti olmayan en uygun teknoloji ve uygulamaların verilmesi ve bu konunun öneminin kavranmasının sağlanmasıdır.

Bu yönde değişik şehirlerde TOBB ve TESK koordinatörlüğünde yerel Esnaf Odalarının yürüttüğü çalışmalar bulunmaktadır. Bunların yaygınlaştırılması için de incelemeler devam etmektedir.

3.2. Türkiye’de Mevcut Durumun 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı Hedefleriyle Karşılaştırılması

Yukarıdaki nedenlerle Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda, Yedinci Planda öngörülen çevre ile ilgili düzenlemeler süratle tamamlanmalı, çevrenin korunması konusunda toplumun tüm kesimlerine yönelik eğitim faaliyetleri ağırlık verilmeli; tüketicinin eğitimi ve işletmelerin sorumluluklarını ve koşullarına en uygun uygulayabilecekleri metotları sunan danışmanlık hizmetleri verilmesini sağlayacak faaliyetler artırılmalıdır.

4. TÜKETİCİNİN SAĞLIĞI, GÜVENLİĞİ ve ÇEVRE ALANINDA YENİ UYGULAMALAR ve TÜRKİYE’DE ULAŞILMAK İSTENEN AMAÇLAR

4.1. Sağlık, İlaç ve Kozmetik

Bu noktada yukarıda verilen tüm tanımlamalar genişletilerek sağlık hakkının temel bir insan hakkı olarak ele alınması öngörülmüştür. Sağlık hakkı devletin güvencesi altında olmalıdır.

Devlet, Üniversite ve Sosyal Güvenlik Kuruluşlarının elindeki sağlık tesisleri özelleştirme kapsamına alınmamalı, bunun yerine bütçede, devletin sağlık hizmetlerini gereği gibi yerine getireceği oranda pay ayrılmalı ve teknolojik yenilikleri takip etmesi sağlanmalıdır (*Karşı oy bulunmaktadır). Özel sağlık kuruluşları teşvik edilmemelidir. Devlet tarafından sunulan sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi ve yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Sosyal güvenlik sisteminin tek şemsiye altında toplanması, Ulusal Sağlık Sigorta Sistemine geçilmesi gerekmektedir.

Temel sağlık hizmetleri (birinci basamak sağlık hizmetleri) tümüyle ücretsiz olmalıdır. 224 sayılı Sağlık Hizmetleri Sosyalizasyon Kanunu’nun gereği olarak, bu hizmetler gerek ödenek gerekse uygulama yönünden özellikle desteklenmelidir. Birinci basamak sağlık hizmetinin nitelik ve nicelik olarak desteklenmesi halinde, hastalıkların %90’ının teşhis ve tedavisi buralarda yapılabilir.

İkinci ve üçüncü basamak sağlık hizmetleri çerçevesinde olan hastanelere başvuru, ancak birinci basamaktan yapılacak sevk ile ve acil hastalar için olmalıdır. Böylece hastanelerin aşırı hasta yükü engellenip hizmetin verimliliği artırılmış olacaktır.

Ayrıca, ayaktan teşhis ve tedavide özel kliniklerin (muayenehaneler gibi) standartlarının ve asgari teknik alt yapılarının, yetkilerine göre ilgili meslek birlikleri ve/veya Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenmesi gereklidir. Bunun yan ısıra tüm sağlık kuruluşlarının ISO 9000 toplam kalite anlayışına göre yeniden yapılandırılması sağlanmalıdır. Bu yaklaşım içinde sağlık kuruluşları yöneticilerinin tıp eğitimine ek olarak hastane ve/veya işletme yönetimi eğitimine sahip olması gereklidir.

Sağlık çalışanlarına, ekonomik ve sosyal açıdan yeterli destek verildikten sonra part-time çalışma sistemi kaldırılıp tam gün yasaının düzenlenmesine geçilebilir. Hastanelerde tahlil ve tetkiklerin özel sektöre havale edilmesi, özellikle sosyal güvenlik sistemindeki hastaneler açısından aşırı ödemelerin yapılmasını doğurmaktadır. Bu nedenle yapılan bu tür aşırı ödemeler konusunda gerekli kovuşturmalar yapılmalıdır.

Ulusal Sağlık Sigorta Sisteminde, geri ödeme uygulamaları bağlamında "tek tip geri ödeme temel ilaç listesi" ilgili bakanlıklar ve meslek birliklerinin katılımıyla ortaklaşa belirlenmelidir. Temel ilaçlar listesindeki ilaçlar için hastadan katkı payı alınmamalıdır. Buna benzer bir uygulamanın kamu sağlık hizmetlerinde de yapılarak, ücretlerin tek tip olarak ayarlanması gereklidir. Sağlık hizmetlerinde özelde ve kamu kuruluşlarının hepsinde (üniversite hastaneleri, devlet hastaneleri, SSK hastaneleri) uygulanan ücret tarifelerinin farklı olması nedeniyle, sağlık hizmetlerinde yetkisiz ve bilgisiz kişilerin hasta üzerinde müdahalede bulunması engellenmelidir.

İlaç konusunda devletin ulusal ilaç politikasının belirlenmesi gerekmektedir. Tüketicinin fiyat açısından ilaca rahat ulaşabilmesi sağlanmalıdır.

Sağlık malzemelerinin genel satış fiyatı üzerindeki maliyetini önemli ölçüde etkileyen promosyon uygulamaları, tüketicinin satın alma fiyatına yansıtılmamalıdır.

İlaçların kullanım, miktar ve şekillerini gösteren, ilaç prospektüsü olarak adlandırılan açıklayıcı bilgiler "ortalama algılama" düzeyindeki tüketicilerin anlayabileceği şekilde düzenlenmelidir. Tüketici prospektüsü uygulaması en kısa sürede yaygınlaşmalıdır. Okuma yazma bilmeyen tüketiciler için de piktogram (şekillerle açıklama) uygulamasına geçilmelidir.

Şişe türü ambalajlarda tüketime sunulan ilaçların kapak kısımları çocuk güvenliği açısından daha emniyetli hala getirilmelidir.

Tüm ilaçların reçeteye satılması mevzuata göre zorunlu olmasına rağmen, ilaçların eczanelerden reçetesiz de alınabiliyor olması, güvenli ilaç kullanımını olumsuz yönde etkilemekte, serbest eczacılık hizmet sunumunda etik sorunlara neden olmaktadır. Bu nedenle ilgili bakanlık ve meslek örgütü konuyu ciddi bir şekilde ele alıp, mesleki etik kuralları oluşturarak, eksiksiz bir biçimde uygulamalıdır.

Bu konunun; eczacılık eğitiminde ilacın ekonomi ve farmakopolitiğinin verilmesi gerektiği; başlıca diğer sorunlar içerisinde eğitimin mesleki uygulama pratiklerinden kopuk olduğu meslekte çağdaş branşlaşmaların (klinik eczacılık, ilaç epidemiyolojisi, sosyal eczacılık gibi) zorunlu olunduğu göz önüne alındığında eczacılık eğitiminin gerekli reorganizasyonu ile birlikte ele alınmasının akılcı olacağı bir gerçektir.

İlaçlar yalnızca eczanelerde satılabilir. İlaçların tüketiciye yönelik her türlü reklamı yasaktır. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nın, insan tedavisinde kullanılan bilimsel olarak "ilaç"

olan müstahzarları "ek gıda" olarak tanımlayıp ruhsatlandırması sonucu, bu ürünlerin bakkal ve marketlerde bile satılabildiği görülmüştür. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı bu uygulamalarını iptal etmeli, Sağlık Bakanlığı bu görevini bir bütünlük içerisinde, gerekli denetim mekanizmaları ile yerine getirmelidir.

Toplumumuzda özellikle vitamin reklamlarının etkisi ile aşırı ve bilinçsiz vitamin kullanımı görülmektedir. Diğer taraftan ek gıda adı altında pazarlanan ve çeşitli bitki formüllerinden elde edilen ek gıdaların, aşırı sağlık vaatleri ile tüketiciye satılmasının önüne geçilmelidir.

Sağlık Bakanlığı tüketici örgütleri ile koordineli bir şekilde işbirliğine yönelmeli; gerektiği yerlerde tüketici örgütleri karar alma organlarında temsil edilmelidir.

Mevzuatta varolan eksikliklerin giderilmesi için, ilgili meslek birlikleri ve tüketici örgütlerinin katılımı ile bu çalışmalar bitirilerek yasalaşmalıdır.

Sağlık Bakanlığı İlaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü tanımına göre kozmetikler; insan vücudunu haricen temizlemek, korumak, koku vermek, iyi durumda muhafaza etmek, görünümünü değiştirmek üzere uygulanan maddelerdir.

Bu tanım ışığında ülkemizdeki kozmetik reklamları değerlendirildiğinde, özellikle bayanların kullanacağı ürünlerde, cilt altına yönelik işlevleri hakkında abartılı bir şekilde bilgi verildiği görülmektedir. Özellikle cilt altı yağ dokusunun eritilmesi, göz altı kırışıklıklarının giderilmesi hususundaki kozmetik olarak ruhsat alan ürün reklamlarının tüketiciyi aldatıcı boyutlara eriştiği görülmektedir. 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında yayınlanan, "Garanti Belgesi ile Tanıtma ve Kullanma Kılavuzunun Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ"ın 16. maddesinde tanıtma ve kullanma kılavuzunda bulunması gereken bilgiler zorunluluk arz etmektedir. Buna göre tanıtma ve kullanma kılavuzunda bulunması gereken bilgiler şunlardır:

- Kullanımda uyulması gereken kurallar,
- Kullanım sırasında insan veya çevre sağlığına tehlikeli veya zararlı olabilecek durumlara ilişkin uyarılar.
- Kullanım hatalarına ilişkin bilgiler.
- Özellikleri ile ilgili tanıtıcı ve temel bilgiler.

Ayrıca kozmetik ürünlerin ambalajlarında barkod uygulamasına geçilmesi gerekmektedir.

4.2. Gıda

Dünyada karşılaşılan tüketici sorunlarının başında gıda güvenliği konusu gelmektedir. 1998-1999 yıllarında gıdalara bulaşan tarım ilaçları konusunda AB ülkelerinde yaşanan olumsuzluklar gıda güvenliği açısından 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde çok daha dikkatli davranılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Türk mevzuatında ise Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair 560 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname bulunmasına karşın, adı geçen Kararname, gıda üretimi, tüketimi ve denetlenmesi konusunda ilgili kuruluşlar arasındaki yetki karmaşasını artırmıştır. Bu karmaşa tüketicinin de gıda üretimi, tüketimi ve denetimi konusunda yeterince

bilgilendirilmemesine yol açmaktadır. Bu nedenle Gıdalar ile ilgili her türlü mevzuatın hazırlık aşamasında, üretici kuruluşların olduğu kadar tüketici kuruluşlarının da temsilinin sağlanması, evrensel tüketici haklarından olan “Tüketicinin Temsil Edilmesi Hakkı”nın bir gereğidir. Gıdaların üretimi, tüketimi ve denetlenmesi ile ilgili olarak mevcut kuruluşlar arasındaki yetki karmaşasını ortadan kaldıracak etkin bir denetim ile tüketicilerin sağlık ve güvenliğini koruyacak ve bilgilенmesini sağlayacak yeni bir yasal düzenleme yapılmalıdır.

4.2.1. Gıda Katkı Maddeleri

Ülkemizde gıda katkı maddeleri için yeterli yasal düzenlemeler olmasına rağmen (Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği), bu konuda gerek denetimlerin azlığı, gerekse analizlerde kullanılan alet ve cihazlarının yetersizliği gıda katkı maddeleri konusunda tüketici güvenliğini ortadan kaldırmaktadır. Ayrıca genellikle taşrada gıda kontrolü hizmetlerinde çalışan personelin bilgi düzeylerinin yetersizliği nedeniyle gerekli kontroller yapılamamaktadır.

Gıda katkı maddelerinden özellikle renk, koku ve tat veren gıda kimyasalları hakkında kamuoyunda yeterli bir bilinçlenme yoktur. Toplumumuzda giderek artan kanser hastalıklarının birincil nedeni olarak gıda katkı maddeleri ve gıdaya bulaşan tarım ilaçları kalıntıları gösterilmektedir. Bu hususta konu ile ilgili resmi makamların kamuoyunu yeterli şekilde bilgilendirmemeleri de, toplumda gıda katkı maddeleri korkusunu körüklemektedir.

Özellikle tatlandırıcı olarak Sakarin maddesinin kullanıldığı gıda maddelerinin etiketlerinde hamile kadınlar ve çocuklar için gerekli uyarılar konulmalıdır. Bebek mamalarında ise bebek ek besinleri tebliği hazırlanmalıdır.

4.2.2. Gıdada Tarım İlaçları Kalıntıları

Ülkemizde tarımsal mücadele ilaçları ile gübre ve diğer verim arttırıcıların kullanılmasını usul ve esasa bağlayan bazı mevzuatın bulunmasına karşın gerekli özenin gösterilmemesi nedeniyle, insan sağlığını tehdit edecek düzeyde kontamine (insan sağlığına zararlı etkenler bulaşmış) olmuş gıdalar sıkça piyasaya sürülmektedir.

Bu nedenle tarımsal mücadelede kullanılan tarım ilaçlarının miktar ve çeşitleri azaltılmalı, tarım zararlıları ile mücadelede “Birleştirilmiş Mücadele Programı” denilen yöntemler uygulanmalıdır. Tarım ilaçları ve aşırı suni gübre kullanımının toprak ve su kalitesi üzerindeki olumsuz etkileri, bu ürünlerin kullanımları, miktarı, kullanım zamanı kısıtlanarak azaltılmalıdır.

4.2.3. Hormonlu, Antibiyotikli Ve Genetik Yapısı Değiştirilmiş (Transgenetik) Gıdalar

Bitkilerden ve hayvanlardan elde edilen verimi arttırmak amacıyla kullanılan, gelişim düzenleyicileri hususunda da tüketiciler yeterince bilgilendirilmemiştir.

Hormonların kullanımları ile ilgili tüzük ve yönetmelikler olmasına rağmen bu konudaki teknik alt yapının yetersizliği nedeniyle hormon kullanımı giderek artan şekilde sürmektedir.

Ülkemizde bitkilerin gen yapısı ile oynanarak bitkiden elde edilen gıdanın tat, görünüş, koku ve dayanıklılık sürecini arttırmaya yönelik çalışmalar yapılmasına rağmen, bu konuda tüketici satın alma sırasında yeterince bilgilendirilmemektedir. Avrupa Birliği direktiflerinin süratle Türk mevzuatına adapte edilmesi, ülkemiz tüketicisinin güvenliği açısından gereklidir.

İthal etlerde gümrük kapılarında yapılan kontroller sıklaştırılmalı, anabolizan maddelerle ilgili denetimler artırılmalıdır. Yerli et üretiminde ise anabolizan maddeler ve hayvan ilaçları konusunda, ilacın verilmesi ile hayvanın kesilmesi arasındaki yasal süre kontrolleri yapılmalıdır. Etlere konulacak etiketlerde, hayvanların nerede doğduğuna ve nerede büyüdüğüne ait bilgilerin yer alması gerekmektedir. Hormonlu ve genetik yapıları değiştirilmiş tarım ürünleri ve hayvanlardan üretilmiş gıdalarda, ürünün etiketinde tüketiciye yönelik uyarı bulunmalıdır. Ayrıca, genetik yapıları değişmiş ürünlerden elde edilen ikincil gıdalarda da (domates, domates suyu, salça) genetik madde katkı oranlarının %1'den fazla olması durumunda, bu bilginin etiketlerde yer alması gerekmektedir. Ayrıca, sınırlarımızdan yurda kaçak olarak küçük ve büyük baş hayvan girişi engellenmelidir.

Başta kümes hayvanları olmak üzere, küçük ve büyük baş hayvan yetiştirilmesinde kullanılan ve hayvanın mikrobik hastalıklara karşı dayanıklılığını sağlayan antibiyotikli ilaçlar, hayvan ve insanlar üzerinde olumsuz etkiler göstermektedir. Vücuda alınan bu antibiyotikli ürünler nedeniyle, vücudun bağışıklık sisteminde tembelleşmeler meydana gelmektedir. Bu nedenle bu ilaçların aşırı kullanımından kaçınılmalı bu konuda gerekli denetimler sıklaştırılmalıdır.

Gıda maddelerinin etiketlerinde bulunan, gıda katkı maddelerinin “E” kodları yerine, tüketicinin daha iyi anlayabileceği isimleri ile yer alması sağlanmalıdır. Ayrıca gıdanın protein, şeker, tuz vb. değerleri ile besin değerleri ve gıdaya eklenen vitamin oranları da isim, miktar olarak belirtilmelidir. Yüksek tansiyon ve kalp hastalıkları ile şeker hastalarına yönelik uyarıcı bilgiler de gıda ambalajlarında yer almalıdır. PVC ile gıda ambalajlanması konusunda tüketicinin daha detaylı olarak aydınlatılması sağlanmalıdır.

Toplumumuzda giderek yerleşen ve özellikle çocuk ve gençlerin sağlığına zararlı etkileri olan fast food ve boyalı, kolalı meşrubat tüketimi konusunda yapılan araştırmalar artırılmalıdır. Özellikle ilk öğretim ve lise çağındaki çocukların kan şekeri seviyesinin yükselmesine neden olan ve içinde bulunan kafein nedeniyle alışkanlık yapıcı özellikleri olan kolalı meşrubatların yol açtığı sağlık sorunları konusunda araştırmalar artırılmalı ve sonuçları konusunda çocuklar, gençler ile aileler bilgilendirilmelidir.

4.3. Ulaşım

4.3.1. Trafik

Ülkemizde ulaştırma sektöründe kazalar açısından karayolu taşımacılığı, halen birinci sırayı korumaktadır. Karayolu güvenliği, karayolundan yapılan her tür ulaşım miktarının azaltılmasına bağlıdır. Özellikle gelişmiş ülkeler başta olmak üzere tüm dünyada önem verilen tüketicilerin sağlık ve güvenlik hakkı ile sağlıklı bir çevrede yaşama hakkına en uygun olan toplu taşımacılık sistemlerine ağırlık verilmelidir. Karayolu ulaşımı çevreye verdiği zararlı etkiler nedeniyle de azaltılmalı, demir ve deniz yolu ulaşımına ağırlık verilmelidir. Deniz ve demiryolu ulaşımını sağlayan kamu kuruluşlarına genel bütçeden daha fazla pay ayrılarak modernize edilmeleri sağlanmalıdır. Özellikle büyük şehirler arasında hızlı tren uygulamasına geçilerek, karayolundaki özel araç ve otobüs yoğunluğunun azaltılmasına gidilmelidir. Ülkemizde ulaştırma alt sistemlerinin birbirine karşı üstünlüklerinin, birbirlerini tamamlayacak şekilde kullanılmasını sağlayan “kombine taşımacılığın” geliştirilmesi anlayışı uygulamaya konulmalıdır.

Karayolu güvenliği ile ilgili olarak daha önceki yıllarda düzenlenen hız limitleri, trafik kontrolleri, takometre ile ilgili denetimler sıklaştırılmalı ve cezalar caydırıcı boyutta arttırılmalıdır.

Karayolu yapımında, 13-15 ton dingil ağırlığı olan tır kamyonlarının ağırlıkları göz önünde bulundurulmalıdır. Dingil ağırlığı üzerinde yük taşıyan araçlara izin verilmemeli , denetimler sıkça yapılmalıdır. Kamyonların üzerine ek mazot taşıma depoları eklenmesi, trafik güvenliği açısından sakıncalar oluşturduğundan engellenmelidir.

Şehir içi ve dışı yollarda çeşitli sebeplerden meydana gelmiş çukurlar nedeniyle tüketicinin can ve mal güvenliği tehlikeye düşmektedir. Konuyla ilgili birimler (Karayolları Genel Müdürlüğü ve yerel yönetimler) gerekli önlemleri almalıdırlar.

Yaya kaldırımlarına motorlu araçların park etmeleri sonucunda, yayalar motorlu araçlara ait yolu kullanmak zorunda kalmaktadırlar. Bu da can güvenliğinin tehlikeye atılması demektir. Yerel yönetimlerin bu konudaki çabalarının sonuçsuz kalmaması için gerekli düzenlemelere gidilmelidir.

Otomobillerde sağ dikiz aynası , arka cam içi stop lambası, hava yastığı, ABS fren sistemi gibi güvenlik sistemleri arttırılmalıdır.

4.3.2. Akaryakıt, LPG ve Doğal Gaz

Ülkemizde akaryakıt, LPG (likit petrol gazı) ve CNG (sıkıştırılmış doğal gaz) kullanımında tüketici açısından bir takım sorunlar yaşanmaktadır. Akaryakıt türlerinden kurşunlu ve kurşunsuz benzin ile motorin zorunlu standart kapsamında bulunduğundan, bu tür yakıtların denetiminde etkinlik sağlanabilmekte, aykırılık tespiti halinde cezai işlem uygulanmaktadır. Ancak kalorifer yakıtı, ihtiyari standart kapsamında olduğundan aynı etkinlik sağlanamamakta; çevreyi kirleten ve kalorifer kazanlarına zarar vererek onların ekonomik ömrünü kısaltan, kalitesi düşük kükürt oranı yüksek fuel-oil türleri, kalorifer yakıtı adı altında tüketicilere pazarlanmaktadır.

Zorunlu uygulamadaki akaryakıt standartları Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'na yürürlüğe konulduğundan; halen ihtiyari standart kapsamında olan T.S 2177 kalorifer yakıtı standardı da en kısa sürede adı geçen Bakanlık tarafından zorunlu standart kapsamına alınmalıdır.

Akaryakıt denetiminde halen yaşanmakta olan sorunların giderilmesi amacıyla Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın analiz yetkisi verdiği petrol analiz laboratuvar sayısının yurt genelinde çoğaltılması, ilk aşamada her coğrafi bölgede bir adet petrol analiz laboratuvarının en kısa sürede faaliyete geçirilmesi gereklidir. Bu amaçla üniversitelerimiz bünyesinde faaliyet gösteren laboratuvarlardan istifade edilmesi uygun olacaktır.

Yanıcı ve tehlikeli maddeler arasında bulunan akaryakıt numunelerinin yetkili laboratuvara taşınmasında karşılaşılan güçlüklerin aşılması için, halen Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'na ait tek bir donanımlı özel akaryakıt nakliye aracı tüm Türkiye'nin ihtiyacını karşılayamadığından söz konusu araç sayısının arttırılması gerekir.

Akaryakıt ürünlerine, dağıtım zinciri aşamasında gayri yasal şekilde karıştırılan ve haksız kazanç sağlayan , tüketicinin can ve mal güvenliğini ve çevre sağlığını tehlikeye atan, aynı

zamanda araç motorlarında arızalar meydana getiren solvent (hekzan, toluen, benzen, ksilen vb.) konusunda idari tedbirler en kısa sürede alınmalıdır.

Çevre açısından daha avantajlı bir yakıt türü olan LPG, vergi oranı düşük olduğundan tüketici açısından daha ekonomik bir yakıt türü haline gelmekte ve her geçen gün artan ölçülerde kullanım alanı bulmaktadır. Bu bağlamda LPG dönüşüm imalathaneleri ile oto gaz ikmal istasyonlarının kuruluş ve işleyişlerinde yaşanmakta olan sorunların çözümü için gerekli önlemler süratle alınmalıdır.

Oto gaz ikmal istasyonlarının kuruluş, işleyiş ve denetiminde birden fazla kamu kurum ve kuruluşu (Sağlık Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı ve belediyeler) yetkilidir. Bu nedenle her kuruluş uygulamalarını kendi mevzuatına göre yürüttüğünden, bu tür yerlerin tüketicinin sağlık, güvenlik ve ekonomik çıkarlarına aykırı şekilde çalışmalarını engellemek amacıyla, yetkilerinin tek bir yasal metinde toplanması ve böylece bu konuda uygulama birliğine gidilmesi gereklidir.

4.4. Temizlik Malzemeleri

Ülkemizde deterjan tüketimi yazılı ve görsel basında yayınlanan reklamların etkisiyle giderek artmakta, bu da dolaylı olarak çevre ve insan sağlığı üzerinde olumsuz etkilerde bulunmaktadır. Tüm deterjan ürünlerinde minimum kaliteyi belirleyen Türk Standartları olmasına rağmen, deterjan fiyatları arasındaki farklılıklar bu konuda yeterli tüketici bilincinin oluşmasına engel olmaktadır. Tekstil ve mutfak eşyalarındaki deterjan kalıntıları insan sağlığı üzerinde alerjik, immünolojik ve kanserojen etkileri açısından zarar vermektedir. Bu konuda bilimsel araştırmaların artırılması gerekmektedir.

Deterjanların çevreye vermiş olduğu zararlar, ülkemizdeki nehir, göl ve denizlerde doğal hayatı tehdit edecek boyuta ulaşmıştır. Bu saptama TBMM 1991 Çevre Komisyonu Raporu'nda yer almıştır.

Deterjanların çevreye olan etkisi konusunda ambalajların üzerine konan ekolojik açıklamaların da, tüketiciye ve tüketici örgütlerine bilimsel raporlarla kanıtlanması gerekmektedir. Özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde de kullanımı yaygınlaşmakta olan, tüketici, çevre sağlığı ve güvenliği açısından uygun olan alternatif temizlik malzemeleri üretimine geçilmelidir. Deterjan ambalajlarının daha fazla oranda geri dönüşüm imkanları araştırılmalıdır. Başta TÜBİTAK olmak üzere, üniversitemiz gibi bilimsel kuruluşların tüketicilere yalnızca belirli bir deterjan veya diğer temizlik malzemeleri markasını önerdikleri türden reklamlar tüketicilerin piyasada satılan diğer markalar konusunda kararsızlığa düşmelerine yol açmakta ve söz konusu reklamlar bilim ahlakına da ters düşmektedir. Bu nedenle reklam mevzuatında değişiklik yapılarak bu tür reklamlar yasaklanmalıdır.

4.5. Tekstil

Ülkemizde pamuk tarımında kullanılan tarımsal ilaçların, pamuk – iplik - tekstil sürecinde kalıntılarının bulunması tüketici sağlığı açısından önem arz etmektedir. Tekstil ürünlerinde kullanılan boyaların alerjik reaksiyonlara neden oldukları bilinmektedir. Özellikle yurt dışına ihraç edilen ürünlerde dikkat edilen bu husus iç piyasaya yönelik ürünlerde ihmale

uğramaktadır. Tekstil ürünlerinden özellikle bebek giysilerindeki yanıcılık testleri büyük bir özenle yapılmalı ve petrol türevli ipliklerden üretilen bebek ürünleri yasaklanmalıdır. Yine bu ürünlerde kullanılan fermuar başı, düğme gibi ürünlerin güvenlik açısından yutulma tehlikesine karşı testler yapılmalıdır.

Tekstil ürünleri ve sünger ile yapılan mobilyalardaki ateşe dayanıklılık ve yanma halinde ortama zehirli gaz yayma testleri de yapılmalı ve bu konularla ilgili standartlar hazırlanarak tüketicilere gerekli bilgiler sunulmalıdır.

4.6. Konut

Konut, uzun dönemli dayanıklı bir tüketim malı sayılarak, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamına mutlaka alınmalıdır. Konut yapımı ile ilgili olarak yapımcılar, yerel yönetimler ve konuta oturabilirlik raporu veren tüm kişi ve kurumlar konut kalitesi ve dayanıklılığı konusunda müteselsilen ve müştereken sorumlu tutulmalıdırlar.

Beş ve daha çok katlı binalarda yangın tehlikesine karşı mevcut imar mevzuatına uygun olarak yangın merdiveni bulunması zorunlu olmasına karşın denetim eksikliği nedeniyle bu mevzuat yeterli bir şekilde uygulanmamaktadır. Ayrıca, söz konusu mevzuattaki kat sayısı üçe düşürülmelidir. Bu hususta yerel yönetimlerin gerekli denetimleri yaparak önlem almaları gerekmektedir. Ayrıca tüm binalarda yangın alarm sisteminin bulunması zorunluluğu getirilmelidir. Konu ile ilgili denetimler yoğunlaştırılmalıdır.

Konut ve işyerlerindeki su tesisatlarında döşeli boruların kurşun ve asbest miktarı ve paslanma sonucunda oluşacak riskler incelenerek, tüketiciye yönelik zararları konusunda gerekli önlemler alınmalıdır.

Konut ve ticari işyerlerinin alt katlarında veya bitişik mekanlarında, akaryakıt ve LPG tüpü satan ticarethanelerin tüketici güvenliği açısından yarattığı tehlikeler ve riskler sonucunda, ülkemizde can ve mal kaybına maruz kalınmıştır. Bu tür satış yerlerinin mesken bölümünden çıkarılarak, çevre güvenliğinin sağlanacağı uygun alanlarda faaliyette bulunmaları için gerekli idari ve yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Ayrıca LPG tüpü taşıyan kamyonların mesken mahallinde park ederek yarattığı tehlikelere engel olmak amacıyla park alanları düzenlemesine gidilmelidir.

4.7. Sigara ve Tütün Mamulleri

Toplumumuzda giderek artan sigara alışkanlığı ve tüketiminin yol açtığı sağlık sorunları konusunda sağlık programlarının sayısı artırılmalıdır. Devletin en büyük gelir kaynaklarından birisi olan sigara satışından elde edilen gelirlerin büyük bir bölümü, sigaranın yol açtığı hastalıkların tedavisinde kullanılmalıdır. Yurt dışındaki örnekleri incelenerek ülkemize adapte edilmelidir. Buna ek olarak ülkemizde faaliyet gösteren çok uluslu sigara üreticilerinin sağlık tesisleri kurmaları konusunda yasal düzenlemeler yapılmalıdır.

Sigara paketleri üzerinde yer alan sağlık uyarıları çeşitlendirilmeli ve A.B.D. örneklerinde görüldüğü gibi hamile kadınlara yönelik uyarılar ile sigaranın yol açtığı hastalıklar detaylandırılmalıdır. Ayrıca sigara paketleri üzerine zift, katran ve nikotin miktarları da beher sigara başına miligram olarak yazılmalıdır.

Toplumda sigara içmeme alışkanlığının yaygınlaştırılmasının yanı sıra, tütün içerisindeki katkı maddeleri açısından ve Türk tütün tarımındaki üreticinin ve bu konudaki endüstrinin korunabilmesi amacı ile Türk tütününün korunması ve işlenmesi sağlanmalıdır.

4.8. Tüketicinin Güvenliğinin Sağlanmasına Yönelik Çalışmalar

4.8.1. Evde Kullanılan Ürünlerden Kaynaklanan Kazalar

Ülkemizde evlerde kullanılan ürünlerden kaynaklanan kazaların sayısı azımsanamayacak düzeydedir. Bu tür kazaları araştıran ve belgeleyen bir sisteme gereksinim duyulmaktadır. Tüketici ürünlerine yönelik güvenlik standartları batı ülkelerindeki uygulamalara göre oluşturulmakta, kültürümüze özgü yaşam tarzından kaynaklanan kaza türleri konusunda yeterli araştırma bulunmamakta ve bu konuda güvenlik standartları geliştirilmemektedir. Örneğin, kültürümüze has çaydanlık tipi ve gecekondularda sıklıkla kullanılan piknik tüpü ve soba, günlük yaşamda en sıklıkla kazaya neden olan ürünlerdir. Ev kazalarında hastanelere intikal eden oluş biçimini, sonuçlarını ve hangi ürünlerle ilişkili olduğunu belgeleyen bir araştırma sistemi kurulmalıdır.

Türk insanının antropometrisi (vücut ölçüleri) konusunda yapılan araştırmalar çoğaltılmalı, özellikle mobilya sektöründe çocuk, yaşlı, kadın gibi farklı kullanıcı tiplerinin vücut ölçülerine uygun tasarımlar geliştirilmelidir. Her tür üründe engelliler için erişilebilirlik ölçütü gözetilmeli, bu konuda standartlar geliştirilmelidir.

Pazarda tüketiciye sunulan ürünlerin tasarımında, güvenlik unsurlarına öncelik verilmeli, ürünün içerdiği tehlikeler konusunda tüketici uyarılmalıdır. Sıklıkla kazalara yol açan ürünler hakkında zorunlu güvenlik standartları arttırılmalı bunların uygulanmasına denetim getirilmelidir.

4.8.2. Elektrikli Cihazlar

Elektrikli cihazlar, kullanıcının cihazın tehlike içeren bölümlerini ulaşımını mümkün kılmayacak biçimde tasarlanmalıdır. Bu tehlikeli bölümleri servis elamanına yönelik uyarılar yerleştirilmelidir. Bu cihazların içinde yanıcı malzeme kullanılmamalıdır. Kablolar cihazın gücüne dayanacak kapasitede olmalı, cihaza uyumlu sigorta içeren fiş kullanılmalıdır. Bu tür ürünlere yönelik zorunlu güvenlik standartlarının uygulanmasına ve denetlenmesine ağırlık verilmelidir.

Çamaşır makinesi, dondurucu, buzdolabı, çamaşır kurutucu, bulaşık makinesi ve aydınlatma ampullerinin harcadıkları elektrik ve su miktarı ile gürültü seviyeleri ve ürün performansı tüketiciyi bilgilendirici etiketler üzerinde belirtilmelidir. Dolayısıyla tüketici, bu ürünler için farklı markalar arasında kıyaslama yapma olanağı bulabilmelidir. Bu tür ürünlerin harcadıkları enerji miktarı düşürülmelidir.

4.8.3. Gazla Çalışan Ürünler

Isınma , pişirme, su ısıtma, dondurma ve aydınlatma amaçlı gazla çalışan her ürün için üretici tarafından montaj, bakım hizmetleri ve kullanım kılavuzu sağlanmalıdır. Bu ürünlerde güvenliği test edilmiş malzeme ve parça kullanılmalıdır. Bu ürünler basınç, kötü hava şartları fazla ısı, titreşim, aşınma gibi koşullara dayanıklı olarak üretilmelidir. Yanmamış gazın sızması konusunda her türlü önlem alınmalıdır. Bu cihazlar az enerji harcayacak şekilde

üretilmelidir. Yarattıkları kirlilik düzeyi azaltılmalıdır. Bu tür ürünlerinin her birinin güvenlik testinden geçmesi zorunlu tutulmalıdır.

Piknik tüpü ve pişirici türündeki ürünlerin yanıcı ağızları üzerine oturtulan tencere , çaydanlık gibi eşyaların devrilmelerini önleyecek tasarımlar ve standartlar geliştirilmelidir. Bu ürünlerin kullanımı ile ilgili tanıtma ve kılavuzlarında kullanım riskleri konusunda tüketici bilgilendirilmelidir.

Şofbenlerde gaz kaçağını tespit eden baca sensörü kullanımına ilişkin standartlara uyum zorunlu olmalıdır. Tüm sızdırmazlık elemanlarında amyant kullanımı engellenmelidir.

4.8.4. Odun ve Kömür Sobaları

Odun ve kömür sobalarıyla birlikte montaj ve bakım hizmeti ve kullanım kılavuzu sağlanması zorunlu tutulmalıdır. Ürünlerin üzerinde tüketiciyi ürünün içerdiği riskler konusunda uyaran etiketler kullanılmalıdır. Bu tür sobalarla birlikte koruyucu tabanlık sağlanması zorunlu tutulmalıdır.

Sobaların alt kapaklarının kulpları çocukların açamayacağı şekilde tasarlanmalı ve üretilmelidir.

4.8.5. Oyuncaklar, Bebek ve Çocuk Ürünleri

Özellikle 0-2 yaş grubundaki bebeklere yönelik yumuşak plastik oyuncaklar ile diş kaşıma oyuncaklarının bebek sağlığı açısından kontrollerinin ve denetimlerinin sıklıkla yapılması gerekmektedir. Oyuncakların emniyetiyle ilgili 88/378 sayılı EEC direktifi çerçevesinde ilgili Sağlık Bakanlığı tasarısının bir an önce yönetmelik haline getirilmesi gerekmektedir. Bu konuda AB ülkelerinde olduğu gibi phthalates (fitlats) maddesinin ve oyuncaklarda kullanılan PVC ürünlerinin yasaklanması yoluna gidilmelidir. Diğer taraftan çocuk oyuncakları güvenlik kuralları ile ilgili TS 5217, 5218 ve 5219 sayılı güvenlik standartlarının, piyasa denetimlerine ağırlık verilmelidir.

Oyuncak paketlerinde, oyuncanın hangi yaş grubu çocukları için uygun olduğu belirtilmelidir. Ambalajla birlikte verilen talimat ve uyarılar, oyuncanın içerdiği risklerden ebeveynleri haberdar etmeli, bu risklerden korunmak için yapılması gerekenler konusunda uyarmalıdır.

Her türlü oyuncanın tasarımında çocuğa fiziksel zarar verebilecek, boğulmaya neden olabilecek unsurlardan kaçınılmalıdır. Kullanıcısına hareket yeteneği sağlayan oyuncaklarda (bisiklet, kaykay gibi) çocuk tarafından kolayca kullanılacak bir fren sistemi sağlanmalıdır. 36 ay ve daha küçük çocuklar için üretilen oyuncakların, sökülebilen parçaları çocukların yutamayacağı büyüklükte olmalıdır. Oyuncak üretiminde yanıcı ve patlayıcı malzemeden kaçınılmalıdır.

Elektrikli oyuncaklarda 24 volttan fazla elektrik kullanılmamalıdır. Elektrik kaynağı içeren her türlü aksam yalıtılmalıdır. Sesli oyuncakların ses seviyeleri bebek veya çocuğa zarar vermeyecek düzeyde olmalıdır.

Oyuncaklarda ve çocukların ilişkide bulunduğu her türlü üründe, çocuk ve bebek sağlığına zarar verecek düzeyde radyoaktif madde, baryum, kadmium, krom, kurşun, cıva, selenyum, antimuan ve arsenik içermemelidir.

Bebek yatakları ve yastıkları bebeğin solunum yollarını tıkayıcı yumuşaklıkta olmamalı, bu tür ürünlerin üzerinde tüketiciyi uyarıcı etiketler konulması zorunlu tutulmalıdır.

Priz kapakları, soba barikatları gibi güvenlik aksamalarının üretimi yaygınlaştırılmalı, tüketicinin bu tür ürünleri kullanmaları özendirilmelidir.

Oyun bahçesi elemanlarında güvenlik standartlarına uyum zorunlu tutulmalıdır. Mevcut parklar denetlenmelidir.

4.8.6. Mobilyalar

Her türlü mobilya üretiminde formaldehit oranı düşük e-1 tipi ekolojik suntanın kullanımı zorunlu tutulmalıdır. Formaldehit kanserojen etki içeren bir maddedir. Ülkemizdeki sunta ve MDF üretiminde çok yüksek dozda kullanılmaktadır.

Yanıcı ve toksik olmayan döşeme kumaşı ve sünger kullanılmalıdır. Yandığında zehirli gaz yayan poliüretan sünger yasaklanmalıdır. Boya, lake ve cila uygulamalarında, toksik olmayan boya ve cila kullanımı zorunlu tutulmalıdır.

4.8.7. Diğer Tehlikeli Ürünler

Çaydanlık ve su ısıtıcısı gibi sıcak sıvı içeren kapların devrilme tehlikelerini azaltıcı tasarımlar standartlaştırılmalıdır. Söz konusu kaplar devrildiğinde dışarıya saçtıkları sıvıyı en aza indirecek güvenlik aksamaları kullanılmalıdır.

Düdüklü tencerelerin kapaklarının içerdeki basıncı boşaltmadan açılmasını önleyen tasarımların kullanımı zorunlu tutulmalıdır.

Ayrıca Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda düzenleme yapılması öngörüldüğü üzere, ürünün üretim ve pazara sunulma aşamasında genel güvenilirliğinin sağlanmasına yönelik düzenlemeler acilen yapılmalıdır.

4.9. Çevrenin Korunması

Tüketici, tükettiği mal ve hizmetlerin, çevreye olan olası zararları hakkında yeterince bilgilendirilmemektedir. Bazı tüketim ürünleri konusunda tüketicilere ürün ambalajı veya reklamlarla verilen bilgiler, kullanılan ürünün çevreye olumsuz etkileri konusunda gerçekleri yansıtmamakta, asılsız çevre koruma imajı pazarlama politikalarına yansıtılmaktadır. Bu durum sonuçta, tüketimden kaynaklanan çevre kirliliğinin insan sağlığına zarar vermesine katkıda bulunmaktadır.

Tüketicinin çevrenin korunması faaliyetlerine katkıda bulunması amacıyla, tüketici çevre eğitimleri artırılmalıdır. Özellikle geri dönüşüm, yeniden kazanım konusundaki yasal mevzuat geliştirilerek tüketicinin bu eyleme katılması sağlanmalıdır.

Özellikle ambalaj, kağıt, atık motor yağı, nikel-kadmiyumlu piller konusunda bu ürünlerin geri kazanımı ve doğaya zarar vermeden bertaraf edilmesi sağlanmalıdır.

Çöpe giden madde miktarını azaltmak için çöplerin kaynağında ayrıştırılması sağlanmalıdır. Organik çöplerin kompost gübre yapımında kullanımını sağlamak gereklidir. Ülkemizde bilimsel ölçüklere göre alt yapısı hazırlanmış, doğaya sızıntıları ile zarar vermeyen çöp depolama alanlarının kurulması zorunluluk haline gelmiştir.

Enerji açısından çevreye zarar vermeyen yenilenebilir ve sürdürülebilir, ulusal bir enerji politikası oluşturulmalıdır.

Hava kirliliği konusunda kurşunsuz benzin kullanımının fiyatı düşürülerek yaygınlaştırılması, egzoz gazları ile ilgili kontrollerin daha sıkı bir şekilde yapılması zorunludur.

Çevre ve tüketici güvenliği açısından çevreci kurşunsuz benzin kullanımı yaygınlaştırılmalı ve tüketici açısından fiyatı daha cazip hale getirilmelidir. Çevreci motor ve teknoloji uygulamalarına en kısa sürede geçilmelidir.

Kaçak kömür kullanımı ile ilgili yaptırımlar ve cezalar arttırılmalı ve bu konudaki denetimler sıklaştırılmalıdır.

Tıbbi atık ve hastane atıklarının dışında ilaç atıkları da ilgili yönetmelikler kapsamında değerlendirilmelidir. Son kullanım tarihi geçmiş yada yasaklanmış ilaç atıkları da doğaya ve insan sağlığına zarar vermeyecek şekilde bertaraf edilmelidir.

Tüketicinin ikamet ettiği çevrede bulunan herhangi bir mal ve hizmet üretimi nedeniyle, üretimde kullanılan zehirli maddeler ile üretimde ortaya çıkan atıklardan dolayı tüketiciler doğrudan ve dolaylı olarak etkilenmektedirler. Tüketicinin ikamet ettiği en yakın sağlık kuruluşunun bu etkilenmelerin doğru olarak teşhisini yapacak şekilde örgütlenmeleri sağlanmalıdır.

Komisyonumuz nükleer santrallerin tüketicilerin sağlık ve güvenliğini tehdit eden önemli bir sorun olarak ele almaktadır. Ayrıca nükleer santrallerin çevreye olan zararlı etkileri nedeniyle ülkemizde de diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi yapımından vazgeçilmesi gerekmektedir. Nükleer enerji yerine yenilenebilir, çevreye saygılı, güneş, rüzgar enerjisi konusunda araştırmalar yapılmalıdır.

4.10. Elektromanyetik Kirlilik

Özellikle büyük kentlerde giderek yaygınlaşan şekilde haberleşmede kullanılan cihazlar ve cep telefonları ile cep telefonu aktarıcı antenlerinin elektromanyetik radyasyon kirliliği yarattığı bilim çevrelerince açıklanmıştır. Bu konuda Amerika Birleşik Devletleri'nde 1996'da kabul edilen bir yasayla okul hastane, ev, çocuk yuvası, çocuk parkları veya üstüne veya yakınına cep telefonu görüşmelerini sağlayan aktarıcılar yerleştirilememektedir. Bu nedenle Türkiye'de de giderek artan kullanım göz önünde bulundurularak bu tür mevzuat düzenlemelerine gidilmelidir. Bu konuda da tüketiciye ulaşan bilgiler bilimsel araştırmalar ve ölçümlerle desteklenerek güvenli hale getirilmelidir.

5. TÜKETİCİNİN SAĞLIĞI, GÜVENLİĞİ VE ÇEVRE İLE İLGİLİ ÖNERİLER

1. Sağlık temel bir sosyal devlet politikası olarak tüm halkı kapsayacak bir şekilde ele alınmalı, sağlık hizmetlerinde özelleştirme kaldırılmalıdır. Özel sağlık hizmeti veren kuruluşlar desteklenmemelidir. Hastane ve sağlık işletmeleri kanunu tasarısı hazırlanmalıdır.

2. Tüketicinin ekonomik çıkarlarının, sağlık ve güvenliğinin korunmasına ilişkin mevzuatın Avrupa Birliği mevzuatına yaklaştırılması amacı ile başlatılan çalışmalar hızlandırılarak sürdürülmelidir.

3. Tehlikeli madde içeren ürünlerin ambalajlarının çocukların açamayacağı ölçüde korumalı olması amacıyla düzenlemeler yapılmalıdır.

4. 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16. maddesi gereğince tüketiciyi aldatıcı reklamlardan korumak amacıyla kurulan Reklam Kurulu'nun aldığı ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na önerdiği tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, özellikle tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, kamu sağlığını bozucu reklamlar konusunda verilen durdurma, düzeltme ve para cezaları ile ilgili kararlar konusunda tüketiciler bilgilendirilmelidir.

5. Karayolu Taşıma Kanunu'nun hazırlanması, yurt içi yük taşıma yönetmeliğinin hazırlanması, benzer şekilde deniz ve havayolu ile ilgili yük ve yolcu taşımacılığı yönetmeliğinin hazırlanması gerekmektedir.

6. Tütün tarımının düzenlenmesi ile ilgili olarak Türk tütün ve sigara sanayiini koruyacak düzenlemeler yapılmalıdır.

7. 2782 sayılı Çevre Kanunu'nda değişiklik yapılarak, çevre yönetiminde merkezi idare ile yerel yönetimler ve kuruluşlar arasındaki yetki ve sorumluluk dağılımının netleştirilmesi amacıyla kanunun yeniden düzenlenmesi yapılmalıdır.

TÜKETİCİ HUKUKU VE ULUSLARARASI ETKİLEŞİMLER ALT KOMİSYONU RAPORU

TÜKETİCİ HUKUKU VE ULUSLARARASI ETKİLEŞİMLER ALT KOMİSYONU ÜYE LİSTESİ

	<u>Unvanı:</u>	<u>Adı Soyadı:</u>	<u>Kurumu:</u>
BAŞKAN	:	Dr. Şebnem AKİPEK	Ankara Üniversitesi
RAPORTÖR	:	Dilek TEMEL	İstanbul Sanayi Odası
ÜYELER	:		
		Alim ERGİNOĞLU	Arçelik A.Ş.
		Bayram KISIKLI	T.Tüketicileri Kor.ve Eğt.Vakfı
		Belda ŞENEL	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
	Av.	Burhan ÇELİK	Tüketici Hakları Derneği
		Candan ÇORBACIOĞLU	Doğrudan Satış Derneği
		Çetin ZİYLAN	Reklamcılar Derneği
		Çiğdem SEYDİOĞULLARI	Kamu-İş Sendikası
		Engin BAŞARAN	Tüketiciler Derneği
		Görgül GÜNER	Türkiye Esnaf ve San. Konf.
	Av.	Handan ERMAN	T.Halk Bankası A.Ş.
		İbrahim KAYNAK	İçişleri Bakanlığı
		İsmet CONKAR	İSKİ Genel Müdürlüğü
	Av.	M.Aydın ERDEM	Türkiye Esnaf ve San. Konf.
	Prof.Dr.	Ömer Adil ATASOY	Osmangazi Üniversitesi
	Prof.Dr.	Ömer Baybars TEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
	Dr.	Renan BAYKAN	İstanbul Ticaret Odası
	Av.	Saliha KIZILOĞLU	Tüketici Hakları Derneği
		Serap (Güner) AKPINAR	Türk Dış Hekimleri Birliği
	Uzm.Ecz.	Sevim EVRANOSOĞLU	Sağlık Bakanlığı
		Siham KANAT	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
		Turhan ÇAKAR	Tüketici Hakları Derneği

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜKETİCİ HUKUKU VE ULUSLARARASI ETKİLEŞİMLER

1. GİRİŞ

Tüm dünyada özellikle son 50 yıl içinde büyük bir hızla yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile buna bağlı olarak giderek artan sanayileşme sonucunda, bir taraftan insan yaşamı kolaylaşırken, diğer taraftan alışveriş hayatında karşımıza çıkan sorunlar artmıştır. Bu sorunları giderebilmek amacıyla dünyadaki gelişim, tüketici haklarının, insan haklarının bir bölümü olarak nitelendirilmesi yönündedir.

Taraflardan birinin tüketici olduğu ve tüketici sözleşmesi olarak adlandırabileceğimiz sözleşmeler; giderek daha kapsamlı bir hale gelmiş ve bir anlamda sözleşmenin karşı tarafının, yani üretici, satıcı ya da hizmet sunan görünümünde karşımıza çıkan tarafın, egemenliği eline geçirmesi ile sözleşmenin tüketici aleyhine sonuçlar doğurması gibi bir durumla karşı karşıya kalınmıştır. Böylece tüketici hukuku olarak isimlendirebileceğimiz, bozulan bu dengeyi yeniden kurmayı hedefleyen ve özellikle tüketici sözleşmelerinde tüketiciyi de sözleşmenin karşı tarafı ile eşit koşullara getirmeye çalışan yeni hukuki kurallar hazırlanmaya ve gelişmiş ülkelerden başlayarak tüm ülkelerin mevzuatına girmeye başlamıştır. Dolayısıyla, Tüketici Hukuku'nda amaç; tüketiciyi korumak, ancak koruma gerçekleştirilirken tüketiciyi mal satan veya hizmet sunan karşısında daha üstün kılmak değil, tüketiciler ile üreticiler/satıcılar arasındaki dengenin mümkün olan en adil şekilde oluşturulmasını sağlamaktır.

Küreselleşmenin giderek artan bir boyutta yaşandığı dünyamızda, artık bazı özel hukuk sistemlerinin uyumlaştırılması bir zorunluluk halini almıştır. Bu gelişmeler ülkemiz açısından incelendiğinde, özellikle Avrupa Birliği'ne aday olduğumuz şu günlerde, hukuk sistemimizin mümkün olan en kısa sürede Avrupa Birliği hukuk sistemi ile uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle, kısaca tüketici hukuku alanında dünyada yaşanan gelişmelerin genel bir değerlendirilmesi yapıldıktan sonra, AB'de mevcut durum, özellikle son beş yılda yaşanan gelişmeler incelenmiş, ardından Türkiye'deki mevcut duruma değinildikten sonra, mevzuatımızdaki eksiklikler ve iyileştirmeye açık alanların kısaca tanıtılması ve çözüm önerilerinin sunulması uygun bulunmuştur.

2. DÜNYADA MEVCUT DURUM VE ULUSLARARASI ETKİLEŞİMLER

Tüketicinin korunmasına ilişkin Dünyadaki ve Avrupa Birliği'ndeki durum aşağıdaki maddelerde anlatılmaktadır.

2.1. Genel Olarak

Dünyada tüketici hareketi ve tüketicinin korunması fikri, günümüzdeki anlayış ile ilk kez ABD'de karşımıza çıkmış, oradan tüm dünyaya yayılmıştır. ABD'de, zayıf konumdaki tüketicileri daha güçlü kılmak amacıyla, gerek federal devlet düzeyinde gerek tek tek eyaletler

çapında çok sayıda yasa hazırlanmış ve mahkeme içtihatları ile bu koruma desteklenmiştir. Ancak konunun genişliği dolayısıyla, tek bir yasa hazırlanmamış, tüketici hukukunu ilgilendiren konular ayrı ayrı ve oldukça kapsamlı bir şekilde düzenleme altına alınmıştır. ABD’de Sanayi Devrimi’nden bile önce, “kusursuz sorumluluk” ilkesi benimsenerek, tüketici güvenliğinin temeli atılmıştır. Mamulün tüketiciye zarar vermesi halinde, bu zararın kendi kusurundan ileri gelmediğini üretici ispatlamak zorunda bırakılmış; böylece ispat yükünün ağırlığından kurtulmak isteyen üreticiler, mamullerini standartlara uygun üretmeye ve kalite belgeleri almaya başlamışlardır. Amerikan Standartlar Enstitüsü, Amerikan Kalite Kontrol Derneği ve basın mamullerin kalitesini denetlemede önemli bir rol üstlenmiştir. ABD’de yaşanan bu hızlı gelişimin etkisiyle, önce gelişmiş ülkeler, onları takiben gelişmekte olan ülkeler, kendi hukuk sistemlerini tüketiciyi koruyucu hükümlerle güçlendirmeye başlamıştır.

Uluslararası pek çok kuruluş da, bu alanda önemli çalışmalar yürüttüğü gibi, üye ülkelere büyük ölçüde destek vermektedir. Bu kuruluşlar arasında en önemlileri Birleşmiş Milletler ve OECD olarak belirtilebilir. Birleşmiş Milletler bünyesinde tüketicinin korunması konusu ilk kez ayrıntılı olarak 1975 yılında ele alınmış ve bu alanda uluslararası boyutta çalışmalar yapılması kararlaştırılmıştır. Ardından 9 Nisan 1985 tarihinde üye ülke delegasyonlarının oybirliği ile “Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar” isimli Deklarasyon kabul edilmiştir. Bu Deklarasyon ile hem sekiz başlık halinde tüketicilerin temel hakları ortaya konulmuş, hem de tüketicinin korunmasına ilişkin temel hedefler en genel anlamı ile belirlenmiştir. Güvenlik ve güven duyma hakkı, bilgilendirme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme (sesini duyurma) hakkı, temel ihtiyaçların karşılanması hakkı, tazmin edilme hakkı, eğitim hakkı, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı Deklarasyon ile belirlenen temel haklardır. Birleşmiş Milletlerin yanı sıra, yine uluslararası bir kuruluş olan OECD’de, tüketicinin korunmasına ilişkin kapsamlı çalışmalar yapmaktadır. Tüketiciyi ilgilendiren pek çok değişik ve özellikle yeni alanlara ilişkin araştırmalar yapan OECD, bulgularını ayrıntılı raporlar halinde yayınlamaktadır. Örneğin son olarak, Eylül 1999 tarihinde, tüm dünyada hızla gelişen ancak tüketicinin de büyük ölçüde korunmasına ihtiyaç duyulan elektronik ticaret alanında, “Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel İlkeler” isimli bir rapor taslağı yayınlanmıştır. OECD raporları ile hem yeni gelişen kurumlara hukuki açıdan yaklaşılmakta hem de yeni gelişmeler karşısında tüketicilerin nasıl daha etkili korunabileceği üzerinde durulmaktadır.

Küreselleşmenin kazandığı ivme dolayısıyla tüketicinin korunması açısından uluslararası gelişme ve ilişkilerin izlenmesi yaşamsal öneme sahiptir.

Bu ilişkiler iki ana grupta ele alınabilir:

- Resmi nitelikteki ilişkiler,
- Gayri resmi nitelikteki ilişkiler.

Resmi nitelikteki ilişkiler; Hükümetler arasında, hükümet ve Avrupa Birliği ilişkileri, hükümet ve Birleşmiş Milletler ilişkileri, hükümet ve uluslararası tüketici örgütleri ilişkileri ve hükümet ve Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ilişkileri olarak özetlenebilir.

Gayri resmi nitelikteki ilişkiler genel olarak tüketici örgütleri ve diğer sivil toplum örgütleri kanalları ile sürdürülecek ilişkilerdir. Türkiye tüketici örgütleri ve dünya tüketici örgütleri ile tek tek, Türkiye tüketici örgütleri ile uluslararası tüketici örgütleri ilişkileri,

Türkiye tüketici örgütleri ile Avrupa Birliği Resmi Tüketici Birimleri ilişkileri, Türkiye tüketici örgütleri ile Avrupa Tüketici Birlikleri Bürosu (BEUC) ilişkileri ve Türkiye tüketici örgütleri ile dünya sivil toplum kuruluşları arasındaki ilişkiler sistematik bir şekilde düzenlenmelidir.

Bu ilişkiler bağlamında çeşitli ülkeler ve bloklardaki tüketici grupları tarafından oluşturulan özel çalışmaların ve diğer örgüt veya kurumların, örneğin TACD (Transatlantic Consumer Dialogue), uluslararası tüketici kampanyalarının izlenmesi, ve Dünya Tüketici Hakları Günü'ne ülkemizde de daha büyük bir önemin verilmesi gerekmektedir. Ayrıca Transatlantic Economic Partnership (TEP) gibi oluşumların etkinlikleri hakkında bilgilenme sağlanmalı ve hem ulusal hem de uluslararası firma ve şirketlerin de sürekli izlemeye alınması uygun olacaktır. Aynı ilişkilerin ülkeler ve bölgeler bazında sürdürülmesinde de yarar vardır.

Yine AGİT, Helsinki Konferansı, Dünya Tüketiciler Kongresi, Dünya Ticaret Örgütü'nün Seattle'da yaptığı toplantı (Millenium Round) gibi örgüt ve toplantıların, tüketicinin korunması üzerindeki etkilerinin sürekli izlenmesi ve analizi, ülkemizdeki tüketicinin korunması hareketinin etkinliğini arttıracak, aynı zamanda tüketicilerimizin gelişmiş ülkelerdeki tüketiciler ile en azından eşit koşullarda korunmasını sağlayacaktır.

2.2. Avrupa Birliği'nde Mevcut Durum

AB Tüketici Politikası'nın amacı, tüketici ile üretici/satıcının haklarını eşit şekilde korumak suretiyle, taraflar arasında bir uzlaşma zemini oluşturmaktır. Üretici/satıcı ve tüketici arasında oluşacak dayanışma çok önemli olup, amaç başarılı şirketler ile tatmin olmuş tüketici dengesini yakalamaktır.

Avrupa Birliği'nin gelecekteki ekonomik, sosyal ve siyasi politikalarının oluşturulmasına yönelik olarak üye ülkeler tarafından imzalanan, 2.10.1997 tarihli, Amsterdam Anlaşması'nın 153. Maddesi'nde bu konudaki amaç şu şekilde belirtilmiştir;

“Tüketicinin çıkarlarının ve haklarının korunması amacıyla AB, tüketicinin sağlığı, güvenliği ve ekonomik çıkarlarının korunması için katkıda bulunacak, bunun yanı sıra tüketicinin hakları açısından bilgi, eğitim ve organizasyon konularında tüketiciye destek olup tüketicinin çıkarlarının korunması sağlanacaktır.”

Tüketicinin sağlığı, güvenliği ve ekonomik çıkarlarının korunması AB Tüketici Hukuku'nun en mühim noktalarını oluşturmaktadır.

Amsterdam Anlaşması'nın 153. maddesi Tüketici Politikası hususunda şu noktaların üzerinde durmuştur:

- Tüketicilerin daha güçlü bir sese sahip olması,
- Tüketiciler için yüksek seviyede sağlık ve güvenlik sağlanması,
- Tüketicilerin ekonomik çıkarlarına saygı gösterilmesi,

AB'de tüketicinin korunması alanına ilişkin çalışmaların uzun yıllardan beri devam ettiği bir gerçektir. Avrupa Birliği beş tüketici hakkı çerçevesinde konuyu ele almakta ve her alana ilişkin yayınladığı Direktiflerle düzenleme getirmektedir. 7. Beş Yıllık Kalkınma Planından sonra (1996 yılından sonra) alt komisyonumuzun uğraş alanına ilişkin olarak AB'de şu temel mevzuat yayınlanmıştır:

1. Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması Hakkında 20 Mayıs 1997 Avrupa Parlamentosu ve Konseyi Direktifi 97/7/EC - OJ L 144 4.6.1997,
2. Elektronik Ödeme Araçları Aracılığıyla İşlemler ve Özellikle Elektronik Ödeme Aracını Çıkaran İle Kullanan Arasındaki İlişkiler Hakkında 30 Temmuz 1997 tarihli Komisyon Tavsiye Kararı OJ L 080 18.3.1998,
3. Tüketici Çıkarlarının Korunmasına Yönelik Yaptırımlar Hakkında 19 Mayıs 1998 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konseyi Direktifi / OJ L 166 11.6.1998,
4. Tüketici Mallarının Satımı ve Buna İlişkin Garantiler Hakkında 25 Mayıs 1999 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konseyi Direktifi / OJ L 171 7.7.1999,
5. 1999 – 2001 Yılları Arasında Topluluğun Tüketici Politikalarına İlişkin 28.6.1999 Tarihli Kararı / OJ C 206, 21.7.1999.

AB'ne üye ülkelerde yapılan çalışmalar açısından vurgulanması gereken bir diğer husus, serbest rekabet sistemi ile tüketicinin korunması arasındaki doğrudan ilişkinin ortaya konulmasıdır. Serbest rekabet sistemi bir ülkede ne kadar iyi işletilirse, tüketici de bu oranda daha fazla korunacaktır.

Ancak AB'nin "Beş Tüketici Hakkı" çerçevesinde tüketici haklarına ele alıp yeni direktiflerle düzenleme yapmaya gayret edilmesi küreselleşen dünyamızda tüketici haklarının daha ileri boyutlarda olmak üzere "Sekiz Tüketici Hakkını" ve tüketici haklarının çerçevesini esas alan bir düzenleme yoluna gidilmelidir.

3. TÜRKİYE'DE MEVCUT DURUM VE SORUNLAR

Türkiye'de Tüketici hukuku alanındaki gelişmeler ve mevcut durum aşağıdaki maddelerde anlatılmaktadır.

3.1. Türkiye'de Tüketici Hukuku Alanındaki Gelişmeler

Ülkemizde tüketiciler 1990'lı yıllara kadar örgütlü olmadıkları için, bugüne kadar korunmaları konusunda devlet tarafından yapılan çalışmalar belirleyici olmuştur. Tüketicilerin korunmalarına ve haklarına ilişkin 60 dolayında yasa, yüzlerce tüzük, yönetmelik, kararname ve tebliğ çıkmasına karşın yeterli koruma sağlanamamıştır.

Bilindiği gibi Türkiye'de Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nda 1993 yılında Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'nün kurulması ile önemli ölçüde gündeme gelen tüketici haklarının korunması hususu, 8.3.1995 tarihinde yayımlanan ve yayımından 6 ay sonra yürürlüğe giren 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile önemli bir ilerleme kaydetmiştir. Tüketicinin korunması alanına ilişkin son 6 yılda yayınlanan kanun, tüzük, yönetmelik ve tebliğler rapor ekinde verilmiştir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve ilgili diğer mevzuat ile; Tüketici Konseyi, Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri, Reklam Kurulu ve Tüketici Mahkemeleri kurulmasına ilişkin düzenlemeler getirilmiştir. Bunlardan ihtisas mahkemesi niteliğindeki Tüketici Mahkemeleri henüz kurulamamakla birlikte, bu Mahkemeler kurulana kadar görev yapmak üzere Ticaret Mahkemeleri ve Ticaret Mahkemeleri'nin olmadığı yerlerde Asliye Hukuk Mahkemeleri'nin ilgili davalara bakması sağlanmıştır. Bu kanunla getirilen haklar bir çok AB

ülkesinden ileri olmasına rağmen, Kanun'un gerektiği gibi yaygınlaştırılıp uygulamaya geçtiği söylenemez. Sonraki bölümlerde değinileceği gibi Kanun'da, tüketici hukukunda dünyada yaşanan gelişmeler dikkate alınarak gerekli değişikliklerin ve eklemelerin yapılması gerekmektedir.

3.2. Türkiye'de Mevcut Durumun 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı Hedefleriyle Karşılaştırılması

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda tüketici hukuku alanına ilişkin olarak öngörülen temel hedefler arasında; rekabet ortamının geliştirilmesi, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile öngörüldüğü şekilde Tüketici Konseyi, Tüketici Sorunları Hakem Heyeti, Reklam Kurulu ve Tüketici Mahkemelerinin kurulması, tüketici kredisinin daha ayrıntılı bir düzenleme ile ele alınıp sağlıklı bir yapıya kavuşturulması, elektrik, su, doğal gaz dağıtımı gibi kamu hizmetleri açısından tüketicinin korunması, standart sözleşmeler ve genel işlem şartları hakkında yasal bir düzenleme yapılarak yine tüketiciyi koruyucu yönde adımlar atılması, turistik gezi sözleşmeleri alanında mevzuattaki eksikliklerin tamamlanması, ürün güvenliğinin yine yasal düzenlemeler yolu ile sağlanması, kredi ve banka kartlarına ilişkin başlatılan çalışmaların tamamlanması, uluslararası standartlara uygunluk açısından mesleki sigortanın yaygınlaştırılması sayılabilir.

Ülkemizdeki mevcut durum ile 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda öngörülen hedefleri karşılaştırdığımızda, öncelikle rekabet ortamının geliştirilmesi yolunda önemli adımlar atıldığı, 13.12.1994 tarihinde Rekabet Korunması Hakkında Kanun'un yürürlüğe girdiği, 5.11.1997 tarihinde Rekabet Kurumu'nun çalışmaya başladığı görülmektedir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile öngörüldüğü şekilde, Tüketici Konseyi oluşturulmuş ve günümüze değin 3 toplantı yaparak, tüketicinin korunmasına yönelik önemli kararlar alarak, öneriler uygulayıcı kurum ve kuruluşlara iletilmiştir. Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri 80 İl ve 849 ilçede olmak üzere toplam 929 merkezde faaliyet geçmiştir. Söz konusu heyetlerin beş yıllık çalışma sonuçları raporun ekinde yer almaktadır. Ayrıca, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 17. maddesi uyarınca Sanayi ve Ticaret Bakanlığı başkanlığı ve koordinatörlüğünde oluşturulan Reklam Kurulu, ticari reklam ve ilanların denetimi konusunda önemli bir işlev yerine getirmiş ve halen çalışmalarına devam etmektedir. Söz konusu Kurulun beş yıllık çalışma sonuçları raporun ekinde yer almaktadır.

Bu olumlu gelişmelerin yanı sıra, ülkemizde henüz tüketici mahkemeleri kurulamamıştır. Ticaret mahkemesi bulunan yerlerde bu mahkemeler, bulunmayan yerlerde ise asliye hukuk mahkemeleri, tüketicilere ilişkin davalara tüketici mahkemesi sıfatıyla bakmaktadır. Tüketici kredisi alanında, TKHK ile getirilen tek maddelik düzenlemeden başka herhangi bir çalışma yapılmamış; banka ve kredi kartlarına ilişkin çalışmalar da sonuçlandırılmamıştır. Kamu hizmetleri açısından tüketicinin korunmasına ilişkin özel bir yasal düzenleme de mevcut değildir. Standart sözleşmeler ve genel işlem şartları hakkında bir düzenleme getirilmemekle birlikte, Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü bünyesinde bu alanda çalışmalar yürütülmektedir. Turistik gezi sözleşmeleri ve genel ürün güvenliğine ilişkin çalışmalar yine yürütülmekle birlikte, henüz bir sonuç alınamamıştır. Mesleki sigorta alanında da bir gelişme kaydedilememiştir. Ancak çok olumlu bir adım olarak yine Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü bünyesinde, mevcut TKHK çerçevesinde ortaya çıkan sorunlar ve Kanun'da gözlemlenen eksiklikler ortaya konularak, söz konusu Kanun'u

geliştirme ve iyileştirmeye yönelik kapsamlı bir Tasarı hazırlanmıştır. Halen bu Tasarıya ilişkin çalışmalar yürütülmektedir. Esasen bu Tasarı'nın yasalaşması durumunda, tüketicinin korunmasına yönelik mevcut sorunlara çözüm bulunmuş ve belirttiğimiz eksikliklerin önemli bir bölümü giderilmiş olacaktır.

4. DÜNYADAKİ GELİŞMELER KARŞISINDA TÜRK MEVZUATINDAKİ EKSİKLİKLER VE İYİLEŞTİRMEYE AÇIK ALANLAR

4.1. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Genel Olarak Değerlendirilmesi

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK), tüketicilerin korunmasına yönelik ülkemizde gerçekleştirilmiş olan çok önemli bir adımdır. Bununla birlikte, anılan Kanun'un pek çok eksik yönünün bulunduğu ve özellikle Kanun'un işleyişine ilişkin olarak uygulamada önemli aksaklıkların ortaya çıktığı da bir gerçektir. Bu sorunları doğuran en önemli etken, tüketicinin korunması gibi toplumun her kesimini ilgilendiren son derece geniş bir alanın, dünyadaki ve AB'deki yasal düzenlemelerin tersine, doğrudan tek bir çerçeve kanunla düzenlenmiş olmasıdır. Bundan sonra yapılacak yeni düzenlemelerde, mevcut Kanun'un kapsamını olabildiğince genişletmek; bazı hususları uygulamadaki aksaklıkları da gözönüne alarak daha detaylı bir şekilde açıklamak, tüketici ile ilgili Anayasa'dan itibaren tüm mevzuatımızı dünyada kabul görmüş sekiz temel tüketici hakkı çerçevesinde tamamlamak ve geliştirmek gibi hedefler temel alınmalıdır. Esasen Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü bünyesinde mevcut TKHK'na ilişkin yeni bir Kanun Tasarısı hazırlanmaktadır. Bu tasarının yasalaşması halinde mevcut kanunun pek çok maddesinin olumlu yönde değişeceği ve eksik olan bir çok hususun yeni hükümler eklenmek suretiyle kapsama alınacağı bir gerçektir.

Öncelikle AB ile ilişkilerimizin geliştiği ve üyelik sürecine girdiğimiz bu günlerde, hukukumuzu AB hukuku ile uyumlu hale getirme ilk amaç olarak değerlendirilmelidir. Bu çerçevede, tüketicinin korunması konusunun, bu konuda tüketiciyi en üst düzeyde korumaya çalışan AB Direktifleri doğrultusunda geliştirilmesine, hatta mümkün olduğu ölçüde bu direktifler ile getirilen korumanın da üstünde bir korumanın sağlanmasına çalışılmalıdır. Bu bağlamda, TKHK'da yer alan "mal" ve "hizmet" tanımları gözden geçirilip, genişletilmelidir. Her ne kadar gayrimenkullerin, "mal" kapsamına dahil edilmesi çeşitli zorlukları beraberinde getirirse de, konut ve tatil amaçlı kullanım ile sınırlı kalmak üzere kapsamın genişletilmesi yerinde olacaktır.

Ayıplı mal ve hizmetlere ilişkin düzenleme daha açık bir şekilde genişletilerek kaleme alınmalı ve özellikle ayıplı mala ve ayıplı hizmete ilişkin hükümler ayrı maddeler halinde düzenlenmelidir. Böylelikle hem korumanın kapsamı genişleyecek hem de getirilen hükümler tüketici tarafından daha kolay anlaşılır bir hale gelecektir.

Bir diğer önemli husus ise, genel işlem şartlarının TKHK ile hiç düzenlenmemiş olmasıdır. Aşağıda ayrıntıları ile açıklanacak bu hususa ilişkin hükümlerin TKHK'na eklenmesi mümkündür. Ancak her alanda karşımıza çıkan, tüketiciler bakımından önemli sorunlara yol açan ve kapsamı son derece geniş olan bu hususun mümkünse ayrı bir kanun ile düzenlenmesi yerinde olacaktır.

Özetle belirtecek olursak, aşağıda ayrı ayrı maddeler halinde belirteceğimiz hususların ivedilikle TKHK'nun kapsamına eklenmesi ya da tüketiciyi koruyucu yönde değişiklikler yapılması gerekmektedir.

4.2. Rekabetçi Fiyatların Oluşturulması

Tüketici hakkını koruyacak diğer önemli bir mekanizma da gerçek rekabetçi bir piyasanın oluşturulması ve çalıştırılmasıdır. Dolayısı ile 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un etkili uygulanması ve uygulamaların medyada daha kapsamlı bir şekilde duyurularak tüketicilerin ve diğer firmaların da bilgilенmelerinin sağlanması, rekabetçi fiyatların oluşmasına imkan vererek tüketici haklarını olumlu yönde etkileyecektir.

Ayrıca ithalatta haksız rekabetin önlenmesine yönelik mevzuatın elden geçirilerek geliştirilmesi ve bu mevzuata işlerlik kazandırılması gerekmektedir. Bunun yanı sıra anti-dumping ile ilgili mevcut düzenlemeler işletilerek telafi edici vergilerin süratli bir şekilde uygulanması sağlanmalıdır. Böylece rekabeti bozucu uygulamaların önlenmesi sonucunda tüketici haklarının daha iyi bir şekilde korunması sağlanmış olacaktır.

4.3. Genel İşlem Şartları

Sanayi devriminin sonucunda ulaşılan kütleli üretim, sözleşmelerin de küleselleşmesine yol açmıştır. Önceleri bireysel olarak yapılan sözleşmeler seri halindeki üretim ve sürüm karşısında bir örnek hale gelmek zorunda kalmıştır. Böylece, bireysel sözleşmeler her zaman için geçerli olacak biçimde "genel şartlar" ihtiva etmeye başlamıştır. Bu genel şartlar belirli ticari konularda aynı ve benzer sorunlar ortaya çıktığında yeknesaklığı ve gelişmeyi sağlamakta, vakit kaybını önlemektedir. Ancak kuvvetli ve örgütlenmiş satıcı bu sözleşmeden aleyhine olarak çıkabilecek sorunları bertaraf edebilmek için uzman hukukçulara tüketicinin anlamakta zorlanacağı bir dille sözleşme örnekleri hazırlatmıştır. Çoğu zaman bu metinler hukukçuların dahi fark edemeyeceği tuzaklar ihtiva etmektedir. Bu halde sözleşme serbestisi ilkesi tüketici aleyhine bozulmuş, önceden tek yanlı olarak düzenlenmiş sözleşmelerle tüketicinin sözleşmeye bağımlılığı sağlanmıştır. Bu durumda hukukun bozulan dengeyi düzeltmesi ve doğabilecek zararlara karşı tüketiciyi koruması gerekmektedir.

Bu gelişmeler karşısında hukukun genel ilkelerinin; ahlaka aykırılık, iyi niyet kurallarına aykırılık, hakkın kötüye kullanılması, hata, hile, gabin hakkındaki hükümler vs. getirdiği korumanın yanında; hukuk sistemleri özel düzenlemeler yapma yoluna gitmektedirler. Konu Avrupa Topluluğu'nda uzun yıllardan beri tartışılmış ve sonunda "Tüketici Sözleşmelerinde Haksız Koşullar" hakkında 5 Nisan 1993 tarihli Konsey Direktifi ile sorun çözümlenmiştir.

Avrupa Topluluğu'nun konuyu direktif ile düzenlemiş olması dolayısıyla üye ülkeler bakımından milli mevzuatlarını bu direktife uyumlu hale getirme zorunluluğu doğmuştur.

Direktifin giriş kısmında sözleşmedeki haksız şartlar karşısında tüketiciyi korumanın ve bu alandaki korumanın tek tip hale getirilmesinin zorunluluğu gözler önüne serilmiştir.

Konsey direktifi, taraflardan birinin tüketici olduğu mal ve hizmet sağlanmasına yönelik her türlü sözleşmeyi direktifin kapsamına almıştır.(md.2/c)

Direktifin 1.maddesinde amaç şöyle belirtilmiştir:

"...satıcı veya tedarikçi ile bir tüketici arasında yapılan sözleşmelerde yer alan haksız şartlara ilişkin üye ülke kanunlarını, tüzüklerini ve idari hükümlerini uyumlaştırmak..."

“Zorunlu kanuni veya düzenleyici hükümler ile bilhassa ulaştırma alanında üye ülkelerin veya topluluğun taraf olduğu uluslararası anlaşmaların hükümlerini veya ilkelerini yansıtan sözleşme maddeleri bu direktifin hükümlerine tabi olmayacaktır.”

Direktifin 3. maddesine göre “münferiden tartışılmamış olan bir sözleşme koşulu iyi niyet kurallarına aykırı olarak, tüketicinin zararına olacak şekilde, tarafların sözleşmeden doğan hak ve borçlarında önemli bir dengesizliğe sebep olmuşsa haksız olarak kabul edilir.”

Direktif bu genel tanımla yetinmemiş ve sonuna bir haksız şartlar listesi eklemiştir. Ancak bu liste tahdidi özellikte değil örnekleme amacına yöneliktir.

Konsey, sözleşme koşullarının ayrı ayrı ve münferiden tartışılmış olmasını istemektedir. Yani bir sözleşme koşulunun geçerli olabilmesi ve haksız sayılmaması için münferiden tartışılmış olması gerekir. Bir koşulun önceden hazırlanmış ve bu nedenle tüketicinin şartı esaslı olarak değiştiremeyecek olduğu hallerde; özellikle tümü önceden hazırlanmış standart sözleşmeler, münferiden tartışılmamış kabul edilmektedir (md.3/2). Yani, sözleşme standart şartlardan oluşuyorsa, tüketici aleyhine şartın münferiden tartışılmamış sayılacağı karinesi kabul edilmekte, bir koşulun münferiden tartışıldığının ispatı ise bunu ileri sürene düşmektedir.

Direktifin yaptırımı, haksız sözleşme koşulları açısından tek taraflı bağlamazlık ve kısmi geçersizliktir. Sadece haksız koşullar tüketiciyi bağlamayacak, sözleşmenin oluşması için gerekli asgari unsurları içermiyorsa veya taraflardan birinin haksız koşullar çıktıktan sonra geriye kalan koşullarla sözleşme yapmasının imkansız olduğu sonucuna ulaşıldığı hallerde sözleşmenin tümünün geçersiz kılınması daha doğru bir yol olarak benimsenmiştir.

Direktifin 6. maddesinde, üye devletlerden, tüketici ile satıcı veya tedarikçi arasında yapılan bir sözleşmede geçen haksız şartların, ulusal kanunlara göre tüketici için bağlayıcı olmamasını ve sözleşmenin taraflar için eğer haksız şartlar olmadan da varlığını sürdürebiliyorsa bağlayıcı olmaya devam etmesini sağlamaları istenmektedir.

Direktif ekinde verilen haksız şartlar listesinden örnekler :

- Satıcının veya tedarikçinin eylemi veya ihmaliyle sonuçlanacak şahsın yaralanması veya ölümü durumunda, tedarikçinin veya satıcının yasal sorumluluğunu sınırlayan veya tedarikçiyi veya satıcıyı bu durumun dışında bırakan haller,
- Satıcı veya tedarikçi tarafından verilen hizmet hükümlerinin sadece kendi iradesi dahilinde yerine getirileceği koşulunun olduğu tüketiciyi bağlayan bir anlaşmayı yapmak,
- Ödemelerini zamanında yapmayan tüketicilerden bu durumun tazmini olarak yüksek meblağlar talep etmek.

Haksız sözleşme şartlarına Türk hukukundan örnekler:

- Banka Kredi Kartı Üyelik Sözleşmesi

Üye veya ek kart hamili tarafından iş bu sözleşmenin imzalanmış olması bankaya kredi kartı verme yükümlülüğü vermez,

Banka günün koşullarına göre kredi kartını kullanma şartlarını tek taraflı olarak değiştirebilir.

- Mağaza Kredili Satış Sözleşmesi

Alıcı ödemediği her taksit için gecikme faizi ödeyeceğini, halen %10 olan gecikme faizinin,ekonomik koşullar ve banka kredi faiz oranları dikkate alınarak firma tarafından uygulamaya konulacağını peşinen kabul eder.

- Mağaza Kredi Kartı Üyelik ve Cari Hesap Sözleşmesi

Şirket kredi kartına bağlı olarak yararlandıracağını ilan ettiği hizmetlerin koşullarını tek taraflı olarak belirler.

4.3.1. Türk Hukukunda Mevcut Durum

TKHK ile sözleşme koşullarına karşı tüketicinin korunması amacına yönelik olarak genel bir düzenleme getirilmemiş, bunun yerine tüketici kredileri, kapıdan satışlar, taksitli satışlar, kampanyalı satışlar, süreli yayın aboneliği sözleşmelerine ilişkin özel düzenlemelerle yetinilmiştir.

TKHK'nın bu alanda, yani genel işlem şartlarına karşı tüketiciyi koruyucu bir düzenleme getirmemiş olması önemli bir eksikliktir. Her ne kadar Türk Hukuku'nda ahlaka aykırılık, hakkın kötüye kullanılması, hata, hile, gabin hakkındaki kuralların varlığı bir koruma sağlasa da ekonomik hayattaki gelişmeler konunun sadece bu konuya münhasır hukuk kuralları ile düzenlenmesini zorunlu kılmaktadır.

4.3.2. Öneriler

Konuya, TKHK'na eklenecek bazı hükümlerle çözüm getirilebileceği gibi, ülkemiz bakımından böyle önemli bir konunun kuşkusuz ayrı bir kanun ile düzenlenmesi daha doğru olacaktır.

Ancak TKHK'na hüküm eklemek yolu tercih edilirse, öncelikle Kanun'da haksız şart tanımlanmalıdır. Bu tanımlama “münferiden tartışılmamış olan bir sözleşme koşulu iyi niyet kurallarına aykırı ve tüketici aleyhine olacak şekilde, tarafları sözleşmeden doğan hak ve borçlarında önemli bir dengesizliğe sebep olmuşsa haksız olarak kabul edilir” şeklinde yapılabilir.

Aynı madde düzenlemesi içinde haksız koşul veya koşulların tüketici için bağlayıcı olmayacağı yer almalıdır.

Ayrıca Avrupa Birliği'nin bu konudaki Direktifi dikkate alınarak Kanun'daki bu hükümlerin uygulamasına açıklık getirecek bir yönetmelikle, sözleşme koşulunun haksızlığının değerlendirilmesi yapılmalı ve haksız koşul karşısında tüketicinin başvurabileceği imkanlar anlaşılır ve açık bir şekilde anlatılmalıdır.

4.4. Mesafeli Satışlar ve Elektronik Ticaret

Mesafeli satışlar; yazılı, görsel, telefon ve diğer iletişim araçları kullanılarak veya elektronik ortamda yapılan ve malın tüketiciye genellikle satıcı ile yüzyüze gelmeksizin, posta ve diğer vasıtalarla teslimi kararlaştırılan satış sözleşmeleridir. Esasen bu tip sözleşmelerin

her zaman satış sözleşmesi biçiminde oluşması bir zorunluluk değildir. Zaman zaman hizmetin de mesafeli sözleşme yöntemi ile sağlanması, özellikle gelişen elektronik imkanlar karşısında mümkün olmaktadır. Örneğin bilgisayardaki bir programa bu yöntemle bakım yapılması, arızasının giderilmesi günümüzde sıklıkla karşılaştığımız işlemlerden olmuştur. Bu nedenle konunun sadece mesafeli satışlar olarak değil, genel olarak “mesafeli sözleşmeler” şeklinde ele alınması gerekir.

AB’de mesafeli sözleşmeler, 20.05.1997 tarihli “Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunmasına İlişkin Direktif” (OJ L 144, 4.06.1997) ile düzenlenmiştir. Direktife göre, önce mesafeli sözleşme kavramının açıkça tanımlanmış olması, daha sonra bu şekilde sözleşmeye girecek kişi ve şirketlerin ad ve adreslerinin açık, net ve eksiksiz olarak kullanılan iletişim aracında bildirilmesi; sözleşmeye konu mal ya da hizmetin birim fiyatının verilmesi ve iletişim aracı ile yapılan bu bildirim geçerlilik süresinin açıklanması gerekmektedir. Sözleşme yapıldıktan sonra, bunun bir yazılı nüshasının tüketiciye gönderilmesi ve mal teslim ya da hizmet sunum süresinin açıkça gösterilmesi bir zorunluluktur. Ayrıca tüketiciye 7 günlük bir süre içinde sözleşmeyi geri alma hakkı tanınmıştır. Tüketici bu hakkını 7 iş günü içerisinde herhangi bir neden ileri sürmeksizin ve cezai şart ödemeksizin kullanabilir.

Ülkemizde ne yazık ki, mesafeli sözleşmelere ilişkin herhangi bir düzenleme mevcut değildir. Yazılı, görsel araçlar veya telefon kullanılacak sözleşmelere, genel olarak Borçlar Kanunu hükümlerinin uygulanması mümkün olsa da, özellikle elektronik ortamda yapılacak sözleşmeler bakımından önemli sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Bilindiği gibi elektronik ticaret mesafeli sözleşmelerin bir türüdür. Elektronik ticaret, sözleşmenin tarafları yüzyüze gelmeksizin, bilgi-iletişim ağları (bilgisayar, internet vs.) aracılığı ile yapılan tüm sözleşmeleri kapsamına alan ticari bir sistemdir. Tüketiciler bilgi-iletişim ağları (internet gibi) yoluyla, tıpkı katalogdan sipariş veriyormuş gibi günlük alışverişlerini yapmanın yanı sıra, dijital ürün olarak adlandırılan; veri, yazılım, müzik gibi gayri maddi malları da satın alabilir veya çeşitli hizmetleri sağlayabilirler. Tüketicinin giderek yaygınlaşan elektronik ticaret ve elektronik tanıtım açısından da korunması çok önemli bir husustur. Günümüzde teknolojik değişiklikler, pazarlama ve satış metotlarında devrim yaratmış, bilgi teknolojisi ve internet gibi yeni oluşumlar gelişim için önemli alanlar olarak ortaya çıkmıştır. Pazarlama stratejisi içinde teknoloji artık kitlelere yönelik değil teke tek reklam ve tanıtım anlayışını teşvik etmektedir. Bilgi teknolojisi artık tüketicinin istediği veriye ve bilgiye anında ulaşmasına olanak vermektedir. Bilgi toplumu olarak adlandırılan yapı içerisinde elektronik ticaret, satıcı ve tüketici arasındaki ilişkiyi, bir başka deyişle tüketimin doğasını değiştirmiştir. OECD’nin raporuna göre günümüzde satıcı ve tüketici arasındaki elektronik ticaret dünya elektronik ticareti içinde % 20 paya sahiptir. Fakat, günümüz itibariyle satıcı ve tüketici arasındaki elektronik ticaret, şirketler arasındaki elektronik ticaret kadar gelişmemiştir. Bunun sebebi tüketicinin güveninin sağlanamamasıdır. Tüketici Politikaları ile ilgili kuruluşlar, elektronik ticaret ve elektronik tanıtımda da tüketicinin güvenini sağlayacak uygun düzenlemeleri yapmalıdırlar. Bu gelişmeler dikkate alınarak, ülkemizde de vakit kaybetmeden bu hususta tüketiciyi koruyucu düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Ülkemiz hukuku ele alındığında, böyle bir düzenleme, TKHK’na eklenecek bir madde ile, genel olarak tüm mesafeli sözleşmeler bakımından yapılabilir.

Bu bağlamda ele alınması yine ivedilik ile gereken bir diğer konu da dijital (elektronik) imzadır. Elektronik ticaretin sorunsuz bir şekilde gelişiminin en önemli şartı dijital imzadır. Günümüz teknolojisinde çeşitli şekillerde ortaya çıkabilen dijital imza, bir bilginin bütünlüğü bozulmadan, başka kişilere kapalı bir ortamda iletildiğini ve ileten kişinin kimliğini açıkça teyit edip, iletilen belgenin güvenilirliğini ortaya koyan; harf, karakter veya sembollerden oluşur. Bu imzanın atılabilmesi için herkesin özel bir şifresinin olması, bunun yanı sıra kişinin kendine özgü sayı, harf ve sembollerle imzayı atabilmesi gerekir. Özel şifrenin, onay makamı olarak adlandırılan ve devletin denetimi altında olan bir makamca saptanıp kişilere verilmesi bir zorunluluktur. Ülkemizde dijital imzayı düzenleyen yasal herhangi bir düzenleme olmadığı ve onay makamı da oluşturulmadığı için bu imza kullanılamamaktadır. Bu nedenle dijital imzanın ve onay makamının oluşturulmasına ilişkin düzenlemelerin vakit geçirmeden yapılması gerekmektedir. Böylece elektronik ticaretin gelişimi sağlanacağı gibi elektronik ticarete girişen tüketiciler de korunmuş olacaktır. Belirttiğimiz yönde bir düzenlemenin özel bir yasa ile yapılması yerinde olacaktır.

4.5. Ürün Güvenliği

Tüketiciler için bir ürünü satın alırken; ürünün beklentilerine cevap verebilmesi, ihtiyacını karşılayabilmesi, optimum yararı sağlaması, fiyatı ve kalitesi önemlidir. Bunun yanı sıra tüketicilerin normal olarak bilemeyecekleri riskleri ürünün taşımaması, diğer anlamda ürünün güvenilir olması zorunludur.

Normal veya öngörülen makul kullanım koşullarında kullanım ömrünü de içine alan, hiçbir şekilde risk taşımayan veya ürün kullanımıyla uygun şekilde ortaya çıkan minimum riskleri taşıyan, insan sağlığı ve güvenliğini en yüksek seviyede koruyucu ve tutarlı olduğu kabul edilen her çeşit ürün güvenlidir.

Tüketici sağlığı ve güvenliğinin sağlanması hususunda ilk olarak bilimsel risk analizlerinin yapılması ve bu çalışmalar yapılırken bilimsel kurumların desteğinin alınması gerekmektedir. Bu bağlamda güvenli ürünlerin üretilmesi ve güvenli servis hizmetlerinin verilmesi önemli bir zorunluluktur.

Bir imalat prosesindeki aşamaları, içerdiği maddeleri ve bunların etkileşimini tüketicilerin kendi imkanlarıyla bilmeleri imkansızdır. İmalatçılar; ürünleri belli standartlar ve teknik normlara göre üretmeli, ürünlerinde normal veya beklenen kullanım süresi içinde kalıcı olabilecek belirli olmayan veya uygun uyarılarla belirlenmemiş riskleri sunmalı ve bu risklere karşı alınması gereken önlemler hakkında tüketicileri bilgilendirmelidir.

Güvenli üründe; ürün bileşimi, bakım ve montajı, ürün özellikleri, diğer ürünler üzerindeki etkisi ve kullanılabilirlik özelliği önceden tüketiciler tarafından bilinmeli ve ürün kullanımındaki ciddi risklere göre özellikle çocuklara yönelik tüketici kategorilerine uygun uyarılar yapılmalı ve daha yüksek seviyede güvenliğin sağlanabildiği veya daha düşük seviyede riskte bulunan diğer ürünlerin mevcudiyeti ile ürün tehlikeli bir ortam oluşturulmamalıdır.

Yine ürün güvenliği açısından EN normları, CE marka uygulaması ve Enerji Etiketleri uygulamalarına süratle geçilmelidir. Bütün bunların yanı sıra bağımsız belgelendirme

kuruluşlarının Türkiye’de de kurulması desteklenerek yabancı ülkelere gidecek dövizin engellenmesi gerekmektedir.

Günümüzde, bir üründe ortaya çıkan ayıbın ve/veya ayıbın sebep olduğu zararın tazmininden önce ürünlerin insan sağlığı için bir tehlike yaratmayacak şekilde imal edilmesi ön planda tutulmaktadır. Özellikle Avrupa Birliği’nin bu konu ile ilgili “ Genel Mamul Güvenirliği Hakkında ve 92/59/EEC Sayılı Konsey Direktifi” ve “85/374/EEC Sayılı Konsey Direktifi” AB mevzuatında mamul güvenliği ile ilgili özel şartlar bulunmaması ve üye ülkeler arasında birliktelik sağlanması için çıkarılmıştır. Bunların yanı sıra AB, ürün güvenliği açısından önem teşkil eden CE markası ile ilgili “CE Markası Uygulama Direktifi” 93/465/EEC ve ilgili diğer direktifleri yayınlamıştır.

Bugünkü mevzuatımız içerisinde belirttiğimiz bağlamda değerlendirilen doğrudan bir hüküm olmadığından 4077 sayılı Kanun’dan ayrı olarak ve AB’de ürün gruplarına göre çıkarılmış olan güvenliğe yönelik mevzuatı dikkate alan bir düzenleme gerekmektedir. Bu düzenleme ile, ülkemiz tüketicileri açısından temel hak sağlanmış olacaktır. Ayrıca, işletmelerin de bu duruma uymak için azami gayret göstermelerinin hem iç piyasada güvenilirliklerini arttıracığı, hem de AB’ye ihracat imkanı verebileceği dikkate alındığında, çok büyük yarar sağlayacaktır.

4.6. Kamu Hizmetleri

Elektrik, su ve doğal gaz dağıtım hizmetleri, Türk Telekom ve diğer PTT hizmetleri, bankacılık, kredili alışveriş, taşımacılık (denizyolları, banliyö trenleri başta olmak üzere TCDD ve THY ile ilgili hizmetler) ve kargo gibi genellikle tekel niteliğinde olan tüm kamu hizmetlerinde hazırlanan standart sözleşmelerde, tüketicilerin korunmasını sağlayıcı hükümlerin yer alacağı ayrı bir yasal düzenlemeye ihtiyaç vardır. Zira kamu hizmetleri alanında tüketiciler önemli oranda mağdur olmaktadır.

Avrupa Topluluğu’nun, 1981-1986 dönemini kapsayan İkinci Tüketicinin Korunması Programı’nda, tüketicinin kamu hizmetlerine karşı korunması konusunda dikkat çekilmiş, özellikle elektrik, su, havagazı, ulaşım gibi hizmetlere karşı tüketicinin pazarlık gücüne sahip olmadığı dikkate alınarak, kurulacak özel birimlerce, görüş alışverişi ile gerekli çalışmaların yapılması öngörülmüştür.

Ayrıca 2000’li yıllarda dünyada “tüketici = vatandaş = halk” olarak kabul edilmeye başlamıştır. Dolayısıyla, kamunun ya da devletin doğrudan ticari nitelik taşımamakla veya herhangi bir sözleşmeye bağlı olarak sunulmamakla birlikte, eksik ya da bozuk yapılması nedeniyle tüketici bakımından maddi ve/veya manevi zarar doğuran tüm kamusal mal ve hizmetlerinden dolayı devletin sorumluluğunun netleştirilmesi gerekir. Kamu kuruluşları tarafından yerine getirilen kamu hizmetleri ve özel sektör tarafından tüketiciye yönelik üretilen mal ve hizmetlerin, tüketicilerin temel gereksinmelerinin karşılanmasına ve ekonomik çıkarlarının korunmasına uygun bir şekilde, Anayasa’nın 2, 166, 167, 171 ve 172. maddeleri gereğince gerekli yasal, ekonomik, idari ve sosyal düzenlemeler yapılmalıdır. Bunların yanı sıra, kamu hizmetlerinin etkin, hızlı ve ekonomik olarak tüketiciye sunulması bakımından, kamu kurum ve kuruluşlarının çağdaş, demokratik ve yerinden çözüme ağırlık verecek şekilde yeniden yapılandırılmasına ilişkin yasal ve idari düzenlemelere hız verilmelidir.

Kamu hizmeti üreten kuruluşların, kendi bünyelerinde kurulmuş olan çeşitli vakıf ve dernek adı altında düzenlenen kuruluşlara “bağış” niteliğinde tüketicilerden talep ettikleri ve tüketicilerin de işlemlerini yaptırabilmek için vermek durumunda kaldıkları bağışların, tüketiciyi zor durumda bırakmayacak bir şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

Ülkemizde, uzun vadede, söz konusu kamu hizmetleriyle ilgili olarak arabuluculuk görevi yapacak ve hizmetlerdeki aksaklıkları önleme yönünde çalışmalarda bulunacak, hatta anılan kurumların tüketiciyeye dikte ettirdikleri sözleşme hükümlerini inceleyecek bir özel komisyona veya bağımsız birimlere ihtiyaç bulunmaktadır. Şüphesiz vatandaşa empoze edilen elektrik, gaz, vs. gibi hizmetlerle ilgili sözleşme hükümlerinin objektif biçimde değerlendirilmesi için yapılacak çalışmalarda tüketici temsilcilerinin de yer alması yerinde olacaktır.

Bazı AB Ülkelerinde uygulanan “Ombudsman’lık” ve “Mediateur’lük” benzeri konular, bu dış ülkelerde kamu hizmetlerine karşı tüketicinin çıkarlarını gözeten kurumlardır. Bunlar araştırılmalı ve Türkiye’de uygulanabilirliği incelenmelidir.

Kısa vadede izlenecek en uygun çözüm ise il merkezlerinde kurulan Tüketici Sorunları Hakem Heyeti yanında, sırf kamu hizmetlerine ilişkin şikayetleri inceleyecek ayrı bir hakem heyetinin teşkili olabilir. Valilik ve Belediyeler gibi kamu kurumlarının da, ticari kuruluşlar gibi bu heyetin kararlarına itibar etmesi gerekmektedir.

Ayrıca standart sözleşmeler ve genel işlem şartları alanında daha önce belirtildiği gibi yapılacak yasal düzenleme, kamu hizmetleri karşısında da tüketicinin korunmasını sağlayacaktır.

4.7. Turistik Hizmetler ve Paket Turlar

Tatil amaçlı olan, tüm detayları (ulaştırma, konaklama, geziler) veya bir kısmı (ulaştırmasız tatil) önceden bir tur operatörü tarafından hazırlanan, en az bir konaklamayı ve en fazla bir konaklama veya ulaştırma (gidiş-dönüş), eğlence ve diğer yardımcı hizmetleri, günlük gezileri kapsayan; bir reklam veya tanıtma aracı ile halka sunulan, sabit bir fiyatla satılan ve tatil başlangıcından önce peşin ödenen kapsamlı seyahatler “paket tur” olarak tanımlanmaktadır.

Avrupa’da seyahat sözleşmelerinde tüketicilerin korunması amacıyla yapılan çalışmalar 1970 yılına dayanmaktadır. Bu tarihte imzalanan Brüksel Anlaşması ile seyahat sözleşmeleri ile ilgili bir uluslararası düzenleme yapılmak istenmiştir. Bu anlaşma sadece İtalya ve Belçika tarafından kabul edilmiş ve bu ülkelerin iç mevzuatlarında yürürlüğe girmiştir. Ancak bu düzenlemeler yeterli olmadığından AB bünyesinde devam eden çalışmalar neticesinde 1990 yılında, Paket Turlarla İlgili Konsey Direktifi (OJ L 158) yayınlanmış ve tüketicinin korunması maksadı ile üye ülkelerin milli hukuklarında bu direktif kararı çerçevesinde düzenleme yapma zorunluluğu getirilmiştir (Konsey Direktifi, m.8).

Konsey Direktifi’nin 3. maddesinde tüketiciyeye arz edilen paket tur programları ile ilgili hazırlanan broşürlerde tüketiciyi her hangi bir şekilde yanlış yönlendirebilecek, yanlış ya da aldatıcı bilgilerin yer almaması gerektiği belirtilmiştir (Konsey Direktifi, m.3/1).

Tüketici genellikle acenta veya tur operatörleri tarafından hazırlanan seyahat broşürleri ile bilgilendirilmektedirler. Bir broşürün aldatici olmamasının yanında, belirli hususları ihtiva etmesi gereklidir. Broşürde özellikle, ulaşım araçları ve özellikleri, gidilecek yerin uzaklığı, gidilecek yerdeki konaklama tipi, konfor ve kalite ile ilgili bilgiler, yemek saatleri ve düzeni, izlenecek güzergah, gidilecek ülke ile ilgili pasaport ve vize bilgileri, ülkelerin uyguladıkları sağlıkla ilgili formaliteler hakkında bilgi, ücret ve ücretin ödenme şekli, ayrıntılar, turun gerçekleşmesi için asgari kişi sayısının gerekip gerekmediği, olabilecek bir iptal hususunda tüketiciye tanınan son süreler yer almalıdır (Konsey Direktifi; m.3/2).

Paket Turlar Hakkındaki Konsey Direktifi'nde, tüketicilerin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi ile ilgili olarak getirilen bir diğer düzenleme de, paket tur ile ilgili yapılan sözleşmelerden sonra, organizatörün yerine getirmek zorunda olduğu yükümlülüklerdir. Organizatörün broşürlerde seyahat edene teslim etmesi gereken belgede bulunması gereken hususlar, Konsey Direktif kararına ek olarak belirlenmiştir. Konsey Direktifi'nde tüketicilerin ekonomik çıkarlarını koruyucu düzenlemeler de yapılmıştır.

Paket tur için organizatörün belirlediği fiyatların değiştirilemeyeceği, organizatörün şahsında meydana gelen zorunlu durumdan dolayı seyahatin temel esaslarında değişiklik yapması halinde bunu derhal tüketiciye bildirme zorunluluğu, tüketicinin de bu durumda değişecek fiyat farkı veya iade imkanlarını kullanabilmesi, tüketicinin ekonomik haklarının korunması bakımından çok önemlidir (Konsey Direktifi, m.4/4-5). Bu hususta getirilen en önemli düzenleme herhangi bir aksaklık halinde tüketicinin ödediği tüm paranın tekrar iade edileceği garantisinin verilmesidir (Konsey Direktifi, m.7).

Organizatörün şahsı ile ilgili gerçekleşen zorunlu durumlarla ilgili olarak, tüketicinin organizatöre karşı ileri sürebileceği tazminat hakları da Konsey Direktifinde düzenlenmiştir. Bu durumda tüketici, ya yapılmayan, vazgeçilen seyahat yerine ona eşdeğer bir seyahat talep edebilme, ya da ödediği tüm parayı geri alma hakkına sahiptir (Konsey Direktifi, m.4/6 a-b).

Seyahat başladıktan sonra söz verilen hizmetler organizatör tarafından yerine getirilmiyorsa, organizatör yerine getiremediği bu hizmetler yerine aynı ya da daha yüksek değerde bir hizmeti tüketiciye sunmak zorundadır (Konsey Direktifi, m.4/7).

Sözleşmede yer alan hizmetlerle ilgili olarak tüketiciye bir zarar verilmişse, tüketicinin hem sağlık ve güvenliğinin korunması, hem de tazminat hakkı bakımından, bu zarardan organizatör sorumludur (Konsey Direktifi, m.5/2).

Ülkemizde seyahat acentalığı ile ilgili düzenleme, 14.09.1972 tarih ve 1618 sayılı "Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu" ile başlamış ve Seyahat Acentaları Birliği, kamu kurumu niteliğinde bir meslek teşekkülü haline gelmiştir. Bu Kanun ile ülkemizde seyahat acentacılığı belirli koşullara bağlanmış, acentaların devlet tarafından kontrolü ve çeşitli meslek kolaylıklarından yararlanma olanakları sağlanmıştır.

Bir seyahat acentası, faaliyete geçmeden önce, Turizm Bakanlığı'nın verdiği bir işletme izin belgesi almak durumundadır. Ayrıca seyahat acentaları yaptıkları işlemler esnasında doğacak çeşitli sorunlar ve yükümlülüklerine karşılık tur programını Turizm Bakanlığı'na onaylattıktan sonra, turun maliyetinin %25'ini Bakanlığa yatırır. Tüketicilerin tur

konusunda şikayetleri varsa ve bu şikayetler Bakanlıkça haklı görülürse, seyahat acentasının yatırdığı bu teminattan zarar gören tüketiciye zararlar doğru orantılı olarak ödeme yapılmaktadır. Mevcut düzenlemelerin yetersizliğinden seyahat acentalarının büyük bir kısmı düzenledikleri turlara katılan tüketicilerle yazılı bir sözleşme yapmadığından dolayı, tüketiciler katıldığı turla ilgili herhangi bir mağduriyet halinde haklarını arayamamaktadırlar. Diğer taraftan, Turistik işletmelerin ve acentaların tüketiciyi yanıltıcı reklam ve ilanlar yapması durumunda Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'nce başkanlık edilen Reklam Kurulu önerisiyle 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunu'nun 25/3 maddesine göre Bakanlık'ca para cezası uygulanmaktadır. Ancak, mevcut düzenlemeler, tüketicilerin haklarını yeterince korumamakta, sonuçta tüketiciler mağdur duruma düşmektedirler. Buna karşılık, paket turlar konusundaki şikayetlerin her geçen gün artması, bu konuda yeni düzenlemelerin gerekliliğine işaret etmektedir.

Bu konudaki yasal düzenlemelerin yetersizliği, tüketicinin, hizmeti sunanlar karşısında zor durumda kalmasına neden olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, yasal ve idari düzenlemelere ihtiyaç olduğu görülmektedir. Türkiye-AB arasındaki Gümrük Birliği sözleşmesine uyum çerçevesinde mevcut kanunların ve uygulamaların gözden geçirilerek gerekli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bu hususta, AB'nin 13.06.1990 tarihli paket seyahat, paket tatil ve turlar hakkındaki direktifi dikkate alınarak tur sözleşmelerine ilişkin yeni düzenlemelerin yapılması tüketicilerin korunması bakımından zorunludur. Bu düzenleme mevcut TKHK kapsamına eklenecek bir hükümlerle ve bu hükmü açıklayıcı nitelikte daha sonra çıkarılacak bir yönetmelik ile yapılabilir. Böylece hem tüketici korunmuş hem de AB'nin ilgili Direktifi ile hukukumuz arasında bir uyumlaştırma sağlanmış olacaktır.

Bu bağlamda, seyahat edenin tüketici olarak korunmasıyla:

- Seyahat sözleşmelerinde tüketici haklarına işlerlik kazandırmak,
- Seyahat edenin aynı zamanda bir tüketici olarak haklarına sahip olmasını sağlamak,
- Bu alanda ortaya çıkan tüketici yakınmalarını ortadan kaldırmak

mümkün olacaktır.

4.8. Devre Tatiller

Devre tatil sözleşmesi henüz Türk hukuk metinlerinde yer almamaktadır. Şu anda yürürlükte olan mevzuata göre bu konuda taraflara uygulanabilecek olan iki temel hukuk metni bulunmaktadır. Birincisi 3227 sayılı Kat Mülkiyeti Kanunu diğeri ise 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanundur. Kat Mülkiyet Kanunu'nda "devre mülk" hakkı müşterek paya bağlı irtifak hakkı olarak tanımlanır ve devre mülk hakkının kurulması bazı kurallara bağlanır. Böylece tüketicinin bir ölçüde zarar görmesi önlenmeye çalışılmaktadır. Bunun yanında Kat Mülkiyeti Kanunu'ndaki düzenleme tüketiciyi koruma genel perspektifi doğrultusunda hazırlanmış bir yasal metin değildir. Ayrıca devre tatil sözleşmelerinin tamamı da devre mülk hakkı tesisi sağlama biçiminde gerçekleşmemektedir. Zira devre mülk ile devre tatil farklı içerikleri olan müesseselerdir. Bu durumda devre tatil sözleşmeleri esas olarak bir kamu otoritesi müdahalesine uğramamaktadır. 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da bu tür sözleşmelere uygulanabilmektedir. Ancak TKHK'nun kapsamına

gayrimenkuller girmediğinden, devre tatillerin özünde de gayrimenkule ilişkin hizmet sunumu yattığından, bu uygulamanın hukuki geçerliliği tartışmaya açıktır.

Türk hukuk sistemine tüketicinin korunması ile ilgili mevzuatın yerleşmesi yeni gerçekleşmektedir. Bu gelişmede Avrupa Birliğinin üye ülkelere uyumlaştırma yükümlülüğü verdiği düzenlemeler Türkiye tarafından da örnek alınmaktadır.

TKHK' un bu alanda müdahalesinin sınırlı olduğunu söyleyebiliriz. Devre mülk sözleşmesinde yer alan hususların çoğunluğu irtifak hakkının konusunu oluşturmaktadır. TKHK ancak devre mülkün kullanılması aşamasında işletmeci ile tüketici arasındaki ilişkilere uygulanabilecektir.

TKHK' da yapılması düşünülen değişiklik aynen gerçekleşirse Kat Mülkiyeti Kanunu'nda belirlenen devre mülk hakkının tesisine ilişkin sözleşmelerin TKHK' un kapsamı dışında kalması tehlikesi ortaya çıkacaktır; çünkü özel bir kanunla belirlenmiş konular "hizmet" tanımının dışında bırakılmıştır.

Yukarıdaki açıklamalar ışığında Kat Mülkiyeti Kanunu'nda düzenlenen devre mülk hakkı tesisi ile devre tatil satışı TKHK açısından değerlendirildiğinde soruna kapsayıcı ve kesin çözüm bulunamadığı sonucuna varılmaktadır.

Devre tatilde amaç gayri menkulleri yılın belli dönemlerinde tatil ihtiyacını karşılamak için müşterinin kullanımına sunmaktır. Devre tatil; hizmet, vekalet ve kira akitlerinden oluşan karma bir sözleşme ile sağlanan devreli tatil hizmetidir. Devre tatil müşterisinin ödeyeceği para borcuna karşılık diğer taraf birden fazla akdin konusunu oluşturan bir edimler demeti sunmaktadır.

Devre tatil satışlarında tüketicinin korunması açısından önem taşıyan unsurlardan biri satışların gurup toplantılarında ve yoğun psikolojik baskı altında yapılmasıdır. Bu açıdan kapıdan satışlara ilişkin hükümlerin devre tatil sözleşmelerine uygulanması büyük önem taşımaktadır. Ancak bu uygulamanın yapılabilmesi için konunun mutlaka getirilecek bir hükümle düzenlenmesi gerekir.

Devre mülk sistemi 1985 tarihinde Kat Mülkiyet Kanunu'na devre mülk hakkı ile ilgili madde eklenmesi ile Türk hukuk sistemine yerleşmiş olmasına karşılık söz konusu hizmet alanında sorunlar çözülememiştir. Devre mülk ile ilgili mevcut hukuki düzenlemelerinin tüketicinin korunmasına yetmediği görülmektedir. Bu nedenle devre mülk uygulamasında, Kat Mülkiyeti Kanunu ile tüketici belli ölçüde koruma sağlasa da, Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü'nün bu alanda düzenleme yapması gerekmektedir. Devre tatil uygulaması ise, devre mülke göre TKHK'nun müdahalesini daha çok olanaklı kılmaktadır.

Avrupa Birliği anlaşmasının Birliğin organlarına verdiği düzenleme yetkisi çerçevesinde AB'nin organları bazı hukuk metinleri çıkarmaktadır. Bu metinler yönetmelikler ve direktiflerdir. AB organlarının çıkarmış olduğu bu tür hukuk metinlerinden oluşan hukuk alanına sekonder hukuk denmektedir. Yönetmelikler AB üyesi ülkelerde doğrudan uygulama yükümlülüğü ile çıkarılırlar. Direktifler ise üye ülkelerin yapacağı iç hukuk düzenlemeleri sonrasında o ülkelerin iç hukuk sistemlerine girer. Avrupa Parlamentosu ve Konseyi, 1994 yılında devre tatil sözleşmelerine uygulanmak üzere 26 Ekim 1994 tarihli "Gayrimenkullerin Devre Tatil Esaslı Olarak Kullanıma Sunulması Hakkındaki Sözleşmelerde Tüketicinin

Korunmasına İlişkin 94/47/ EC Sayılı ve 26 Ekim 1994 tarihli Konsey Direktifi'ni çıkartmıştır. Direktif tüm devre tatil sözleşmelerini kapsamına almakta ve tüketiciyi koruyucu yönde ayrıntılı düzenlemeler getirmektedir.

Devre tatil sözleşmelerinde tüketicinin korunması ile ilgili hukuksal metinler öncelikle AB ve dolayısıyla Avrupa kökenlidir. Avrupa Birliğinde üye ülkelere bu konuda yapılacak düzenlemelerin genel çerçevesi verilmektedir. Devre tatil sözleşmelerinde satıcıya yüklenen birinci sorumluluk tüketicinin sözleşme ile ilgili ve sözleşmeye konu olan taşınmaz ile ilgili olarak bilgilendirilmesidir. Bilgilendirmeye ilişkin bir belgenin tüketiciye verilmesi zorunlu tutulmaktadır. Bu belge sözleşmenin de esaslı unsurunu oluşturmaktadır. Devre tatil satışı ile ilgili bir reklam yapıldığında ise bu taşınmazla ilgili daha önce bahsedilen bilgilerin bulunma imkanı da olmalıdır. Aksi halde reklamı yapan sorumlu tutulmaktadır. Bilgilendirmeye ilişkin bilgileri içeren belge ile birlikte bir kaç maddenin daha eklenmesiyle sözleşmede bulunması gerekli asgari şartlar belirlenmektedir. Bu şartlar sözleşmede bulunmadıkça satıcı böyle bir sözleşmenin tarafı olmamaktadır.

Bu hususlarda ülkemizde de gerekli düzenlemelerin yapılması bir zorunluluk haline gelmiştir. Devre mülk eşya hukukunu ilgilendiren ve Kat Mülkiyeti Kanunu ile düzenlenmiş bir konudur. Ancak devre tatil bakımından, ayrıntılı bir hükmün mutlaka TKHK kapsamına eklenmesi gerekmektedir.

4.9. Gayrimenkul Güvenliği

Raporumuzda daha önce de belirttiğimiz gibi, TKHK'nun mal kavramına gayrimenkullerin dahil edilmesi özellikle eşya hukuku alanında pek çok sorunu beraberinde getirdiği için AB'de olduğu gibi, ülkemizde de yerinde bir tutumla tercih edilmemiştir. Ancak tüketicilerin evrensel haklarından birisi de barınma hakkıdır. Barınma, sağlık ve güvenliği de yakından ilgilendirmektedir. Çok yakın bir zamanda yaşadığımız deprem felaketi, güvenli konutu, diğer bir deyişle gayrimenkul güvenliğini gündeme getirmiştir. Zira deprem dolayısıyla tüketiciler satın aldıkları veya kiraladıkları gayrimenkuller yüzünden çok büyük ölçüde kayıplara uğramışlardır. Dolayısıyla, tüketicilerin bütçesinde en önemli yeri tutan konut alımları, konutlara yönelik harcamalar ve konutlardan kaynaklanabilecek zararlar yönünden tüketicinin korunması çok önemlidir.

Bu bağlamda tüketicilerin satın aldıkları diğer mallar gibi konutların da güvenli olup olmadığına dair bilgi almaları sağlanmalıdır. Bir "konut kimliği"nin oluşturulması bu sorunu çözümlenebilir. Bu kimlikte, tüketicilerin satın almak veya kiralamak istedikleri konut veya işyerinin zemin etüdü,yapı standardı, deprem, sel gibi doğal afet ve diğer doğal etkenlere karşı dayanıklılığı belgelenmelidir. Böyle bir kimliğin oluşumunu sağlamak amacıyla, özel bir yasal düzenleme yapılması gerekmektedir. Ayrıca, demir beton gibi inşaat malzemelerinin günümüz koşullarına göre standartlarının yeniden belirlenmesinde TSE'ne önemli görevler düşmektedir. Bunlara bağlı olarak yapı ruhsatı verilmesinin sıkı koşullara bağlanması ve konut kimliğinin tapu kaydına işlenmesi gerekmektedir.

Kuşkusuz belirttiğimiz düzenlemelerin TKHK kapsamına eklenmesi düşünülemez. Ancak gayrimenkul güvenliğine ilişkin sorunlarda da tüketicilerin, tüketici mahkemelerine başvurabilmesi yerinde olacaktır.

4.10. Yanıltıcı Reklamlar

Yanıltıcı reklamların önlenmesi konusunda ana kanun Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'dur.

Başka bazı kanunlarda "reklam"a ilişkin özel düzenlemeler yer alabilir; Ancak bu özel düzenlemeler, ayrı denetim organları ya da yetkilileri yaratmamalı ve yayından önce reklama ön izin getirilmemelidir. Ne yazık ki, her iki husus da yasalarımızda mevcuttur.

1928 tarihli İspençiyari Müstahzarları Kanunu; ilaç reklamlarına ilişkin uygulamayı Sağlık Bakanlığı'nın yetki ve sorumluluğuna vermiştir. İlaç reklamlarına ilişkin 1990 tarihinde yürürlüğe giren Beşeri İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarların Tıbbi Tanıtım Yönetmeliği, konuyla ilgili hükümleri içermektedir. Ayrıca, kozmetik ürünler için yürürlükte olan Kozmetik Yasası ve Kozmetik Yönetmeliği de Sağlık Bakanlığı'nca yürütülmektedir.

Reklama kısıtlama getiren yasal düzenleme sayısı 30'u geçmektedir. Bu düzenlemelere ilişkin liste rapor ekinde. Bu kadar dağınık düzenlemeler ve cezalandırma yetkileriyle donatılmış çok sayıda kuruluş arasında herhangi bir iletişim, bilgi alışverişi ve koordinasyon yoktur. Birbirinden habersiz, çelişkili yönetmelik düzenlemeleri yapılmakta, cezalar verilmektedir. Aynı reklam için farklı yaptırımlar, çelişkiler ve mükerrerlikler yaşanmaktadır.

TKHK'nın reklama ilişkin hükümlerinin Reklam Kurulu aracılığıyla 5 yıllık uygulamasının sonuç olarak tam anlamıyla başarılı olduğu söylenemez. Bu yargı, yasadaki beklenen amacın gerçekleşmediği anlamındadır. Çünkü, tüketicinin bu konuda eğitimi ve bilinçlendirilmesi çalışmaları yapılmadığından, Reklam Kurulu'na tüketici başvurusu pek az olmuştur. Yanıltıcı olduğu iddia edilen reklamlar çoğunlukla Reklam Kurulu üyeleri tarafından Kurul gündemine getirilmektedir. Bu da cezalandırılacak reklamların seçimini rastlantıya bırakmakta, öte yandan şikayeti Kurul'a getiren üyeyi hem savcı hem hakim durumuna sokmaktadır.

Yüksek miktardaki para cezalarının hiç bir uyarı yapılmadan verilmesi, çoğu kez yoruma bağlı yasa hükümlerine dayanması nedeniyle, reklam verenlerin yakınmalarına neden olmaktadır. Para cezaları 154 milyar TL'na çıkması gerekirken Bütçe Kanunu'na konan bir hükümlerle 1999 yılı için 54 milyar TL'de dondurulmuş daha sonra yasada yapılan değişiklikle 16 milyar TL'ye indirilmiştir. Bu ceza idari para cezası olarak bilinen en yüksek cezadır.

Mevcut sorunlara yönelik çözüm ve öneriler:

1. TKHK'a eklenecek bir madde ile kararları Bakan onayı ile yürürlüğe giren Reklam Kurulu yanıltıcı reklamlar konusunda tek yetkili organ kılınmalıdır. Kararların yürürlüğe girmesinde Bakan onayının kaldırılması işlemlerin hızlandırılması açısından faydalı olacaktır,
2. Tüketici, yanıltıcı reklam ve buna ilişkin hakları yönünden eğitilmeli ve yasanın uygulanmasına katkısı sağlanmalıdır,
3. Tüketici örgütleri yanıltıcı reklamlara karşı da dava açabilmelidir,
4. 1262 Sayılı "Beşeri İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu'nun 13. Maddesi ile, reçeteli veya reçetesiz ilaç reklamlarının yapılması yasaklanmıştır. Fakat, TRT Reklam Yönetmeliği'nde ve Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun'da,

1262 sayılı “Beşeri İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu”na rağmen reçetesiz ilaç reklamlarına izin verilmektedir. Genel prensipler kanunda belirlenir gerçeğinden hareketle; hukuk sisteminde hiyerarşik sıralamada tüzük, yönetmelik, genelge, tebliğ gibi düzenlemeler kanuna aykırı olamaz. Mevzuattaki bu kargaşanın biran evvel kaldırılması ve ilgili AB mevzuatı ile biran evvel uyumlaştırılmaya gidilmesi gerekmektedir,

5. Reklam Kurulu’nda, Türkiye Eczacılar Birliği’nden bir üyenin yer alması, konuyla ilgili önemli bir muhatabın da temsil edilmesine imkan vererek, Reklam Kurulu’nun daha sağlıklı kararlar almasını sağlayacaktır.

4.11. Mevcut Tüketici Sözleşmelerinde Karşılaşılan Genel Sorunlar

TKHK ile özel nitelikte bazı tüketici sözleşmeleri düzenlenmiştir. Bu sözleşmeler, taksitle satış sözleşmesi, kampanyalı satış sözleşmesi, kapıdan satış sözleşmesi ve tüketici kredisi sözleşmesidir. TKHK belirtilen bu sözleşmeler hakkında her ne kadar tüketiciyi koruyucu çok önemli bazı hükümler getirirse de, bazı eksiklikler nedeniyle uygulamada halen pek çok sorunla karşılaşmaktadır.

Taksitle satış sözleşmesi ile ne tip sözleşmelerin anlaşılması gerektiği öncelikle tam olarak ortaya konulmalı ve sözleşmenin açık bir tanımı yapılmalıdır. Ayrıca, toplu tüketici kredisi sözleşmelerinde olduğu gibi, taksitle satış sözleşmesi bakımından da yazılı şekil koşulu getirilmesi ve sözleşmede bulunması gereken asgari koşulların maddeler halinde sayılması yerinde olacaktır. Muacceliyet şartı bakımından Borçlar Kanunu ile yaratılan çatışmanın da, yeni bir düzenleme ile tüketiciyi en üst düzeyde koruyacak şekilde TKHK’na eklenmesi gerekmektedir. Kampanyalı satışlar bakımından da yine açık bir tanıma ve daha ayrıntılı bir düzenlemeye ihtiyaç vardır.

Kapıdan satışlarda, uygulamada karşılaşılan en önemli sorunlardan biri, malın piyasa fiyatının çok üstünde satılmasıdır. Tüketicilerin kapıdan aldıkları malı, mağazalardan genellikle yarı fiyatına almaları mümkün olmaktadır. Bu sorunun giderilmesi için, kapıdan satışlara sıkı bir denetim getirilmelidir. TKHK ile kapıdan satış sözleşmelerinde tüketiciye 7 gün içinde sözleşmeden cayma hakkı tanınmıştır. Ancak satıcılar bu hükmü işlevsiz kılmak amacıyla sözleşme tarihini 15 – 20 gün öncenin tarihi gibi göstermekte, tarihe dikkat etmeyen tüketici ise belgeyi imzaladığı anda sözleşmeden cayma hakkını tamamen kaybetmektedir. Bu hususun da yine sıkı denetim altına alınması, satış yapan kişilere tüketiciyi uyarma ya da tarihi birlikte atma yükümlülüğü getirilmesi yerinde olacaktır.

Tüketiciyi zarara sokan diğer bir uygulama ise hem taksitle satışlarda hem de kapıdan satışlarda karşımıza çıkmaktadır. Bu uygulamada tüketiciye borcu karşılığında, bono düzenlenmekte ve ilişki bu yolla ticaret hukuku alanına aktarılmaktadır. Bono düzenlendikten sonra, tüketici cayma hakkını kullansa, ya da mal ayıplı olup bu nedenle iade edilmiş bulunsa bile, kıymetli evrak illetten mücerret olduğu için, üçüncü kişiye ciro edildiği anda tüketici almadığı malın bedelini ödemek zorunda kalmaktadır. Bir çok satıcının işyerinin başka bir şehirde olması hatta verilen adresin sahte çıkma olasılığı gözönüne alındığında, bedeli ödeyen tüketici rücu edecek birisini bulamamakta ve mağdur duruma düşmektedir. Belirttiğimiz bu sorunun sözü edilen satışlar bakımından kıymetli evrak düzenlenmesinin sınırlanması suretiyle çözülmesi gerekmektedir.

Tüketici kredisi sözleşmelerinde de yine önemli sorunlarla karşılaşmaktadır. Öncelikle tüketici kredisinin tanımının yapılması gerekir. Kredi veren tarafından düzenlenen sözleşme metni, genellikle küçük puntolarla kaleme alınmakta, bu durum da metnin tüketici tarafından incelenmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle sözleşmenin tamamının en az 12 punto koyu harflerle yazılması zorunluluğunun getirilmesi yerinde olacaktır.

Kredi sözleşmelerinde kefil veya garantör adı altında şahsi teminat alınmaktadır. Kefillerin attıkları imza ile ne tür bir sorumluluk altına girecekleri hususun da, tüketici kredisi sözleşmesinde gösterilmesi, kefaletin çeşitli türleri ile garantörlük arasındaki farklara da yine sözleşmede açık ve net bir biçimde yer verilmesi gerekir.

Tüketici açısından bir diğer zorluk da, TKHK ile öngörüldüğü halde, sözleşmenin bir nüshasının banka veya finans kurumunca tüketiciye verilmemesi veya sözleşme haricinde yetkililerce açıklamalarda bulunulmasıdır. Konuya tüketicinin dikkatinin çekilmesi ve ağır koşullarda getirilecek cezai hükümlerle kredi verenin, sözleşme nüshasını tüketiciye verme konusunda zorlanması yerinde olacaktır.

TKHK ile getirilen düzenlemede, kredi verenin hangi mallar bakımından, maldaki ayıp dolayısıyla satıcı ile birlikte müteselsilen sorumlu olacağı açıkça anlaşılmamaktadır. Bu sorumluluğun kapsamının genişletilerek tam olarak belirlenmesi ve malın markasının ya da belirlenmiş satıcının adının sözleşme metnine yazılarak, ayrıca kredi veren kuruluşun sorumluluğu hakkında tüketicinin bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Son olarak TKHK'nun 10.maddesine eklenecek bir hüküm ile ödeme güçlüğüne düşen tüketicinin krediden doğan borcunun, kredi verence önce idari, sonra kanuni takibe intikal süresi belirlenmelidir. Zira, uygulamada kredi verenin, geç intikal sonucunda, ödenecek temerrüt faizi miktarını arttırma yoluna gittiği görülmektedir.

Günümüzde hemen herkesçe kullanılan kredi kartları ile verilen kredinin, tüketici kredisi kapsamında değerlendirilmesi ve tüketicinin bu yönde koruma altına alınması yerinde olacaktır. Bu nedenle, kredi kartları hakkında da düzenleme getiren bir hükmün TKHK kapsamına alınması gerekir.

Ön ödemeli satışlar ile, yine günümüzde yaygınlaşan doğrudan satışlara ilişkin tüketiciyi koruyucu düzenlemenin de yapılması ve hazırlanacak hükümlerin TKHK'na eklenmesi yerinde olacaktır.

Ayrıca daha önce belirttiğimiz gibi genel işlem şartları alanında getirilecek düzenlemenin, tüm tüketici sözleşmeleri açısından atılmış çok önemli bir adım olacağı tartışılmaz bir gerçektir. Zira, hemen her tüketici sözleşmelerinin bünyesinde genel işlem şartlarına yer verilmektedir. Bu nedenle, tüketici sözleşmelerinin tümünde karşılaşılan ortak sorunlar genel işlem şartlarından kaynaklanmaktadır.

4.12. Tüketici Konseyi

Tüketici Konsey, tüketicilerin seslerinin duyurulması ve haklarının korunmasının sağlanması açısından çok önemli bir role sahiptir. Tüketicilerin, üreticilerin ve devlet organlarının Tüketici Konsey'inde dengeli bir şekilde temsil edilerek, katılımcıların aralarında

yakın diyalog ortamı oluşturarak, uygulanabilir hedeflere yönelik çalışmaları şarttır. Diğer önemli bir konu da Tüketici Konseyi'nde yer alan kuruluş temsilcilerinin, kanunda belirtildiği gibi yalnızca üst düzey yöneticilerden seçilmek yerine, kurumun konuyla ilgili bilgi ve deneyime sahip yetkililerinin de katılımının sağlanması gerekir. Ayrıca Konsey'e katılan kişilerin mümkün olduğunca bu görevi sürekli olarak yerine getirmesi doğru olacaktır. Bu bakımdan Tüketici Konseyi'nin yapısı belirttiğimiz doğrultuda gözden geçirilmelidir.

Tüketici Kanunu'nun sağlıklı uygulanabilmesi için AB kurum ve kuruluşları ile kurulacak ilişkiler de büyük önem teşkil etmektedir. Yaratılacak ilişkiler ile AB organları, Tüketici Konseylerini bir çok projede destekleyip, aynı zamanda Tüketici Konseylerinin tüketiciyi temsil ve bilgilendirme kapasitesinin artırılmasına yardımcı olacaklardır. Ayrıca AB Komisyonu, hükümetlerin, özellikle tüketici sağlığı ve güvenliğini ilgilendiren konularda zorunlu standartların uygulanmasını sağlaması hususunda baskı oluşturabilecektir.

Tüketici Konseyi'nden ayrı olarak oluşturulacak bir tüketici – üretici/satıcı forumu önemli bir yaklaşım olup, bu yaklaşım ile tüketiciler ile üreticiler arasında oluşturulacak sağlıklı ve dengeli iletişim ortamı sonucunda, tüketiciler, üretici/satıcılar arasında harmonizasyon oluşturulmasına yönelik bir anlaşmanın gerçekleşmesi de gündeme gelebilecek bir husustur.

Tüketici Konseyi'nin oluşturulması, çalıştırılması ve tüketici-üretici/satıcı arasında oluşturulacak yapılanma ile ilgili, AB Komisyonu'ndan bilgi ve destek sağlanmalıdır. Böylece tüketicinin sorunlarını daha iyi anlayan ve çözüm önerileri üretebilen bir Tüketici Konseyi oluşturulmuş olacaktır. Tüketici konseyi oluşturulurken; Konsey'de yer alan tüketici örgütleri temsilcileri ile üretici temsilcilerinin daha fazla ve eşit sayıda temsiline imkan tanıyacak gerekli düzenlemelerin yapılması yerinde olacaktır. Ayrıca Konsey'de mevcut üniversite temsilcilerinin sayısı 4'e çıkarılmalı, Konsey Yönetmeliğinde yapılacak değişiklikle fakültelerin özellikle pazarlama bölümünden bir öğretim elemanının katılımı da sağlanmalıdır.

4.13. Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri

Ülkemizde, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un ilgili maddesi ve çıkarılan Yönetmelik çerçevesinde bütün il ve ilçelerde kurulan Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri işleyişi ve yaygınlığı açısından tüketici ile satıcılar arasındaki sorunların çözümünde önemli bir görev üstlenmiş bulunmaktadır.

Tüketiciler ile satıcılar arasında çıkan uyuşmazlıkları çözümlenmek ve tüketici mahkemelerinde delil olarak ileri sürülecek kararları almak üzere kurulan heyetlerde 5 üye bulunmaktadır.

İl Hakem Heyetleri'nde başkanlığı Sanayi ve Ticaret Müdürü veya görevlendireceği bir memur, ilçe Hakem Heyetleri'nde de kaymakam veya görevlendireceği bir memur yapmaktadır. Diğer üyeler; belediye başkanının görevlendireceği uzman personel, baronun mensupları arasından seçilen bir avukat, tüketici örgütlerinin seçeceği bir üye ve satıcının tacir olduğu uyuşmazlıklarda Ticaret ve Sanayi Odasının, satıcının esnaf-sanatkar olduğu uyuşmazlıklarda Esnaf ve Sanatkarlar Odalar Birliği'nin görevlendireceği temsilciden oluşmaktadır.

Hakem Heyeti üyelerine temsil ettikleri kurumlar açısından bakılırsa; hem tüketici örgütlerinin temsilcisinin hem de satıcı veya üretici temsilcilerinin yer alması adil, uygun ve eşit koşullu bir ortamı sağlamaktadır. Ancak, hakem heyetlerinin sektör bazında mümkün olduğunca ihtisaslaşmış olması gereklidir. Özellikle, heyette görev alacak üyelerde aranan şartlar yükseltilmelidir. Fakat, Tüketici Sorunları Hakem Heyeti üyelerinin illerde en az lise mezunu, ilçelerde ortaokul mezunu olma şartı özellikle çırak, kalfa ve ustalık belgesine sahip ve işin ehli olan ama lise ve ortaokul mezunu olmayan esnaf-sanatkarlar açısından sorun yaratmaktadır. Bu sorunun giderilmesinde fayda vardır.

Burada meslek kuruluşu temsilcilerinin uyuşmazlık konusu malla ilgili kusurun, imalat hatasından mı kullanım hatasından mı doğduğunu tespit edebilecek mesleki bazda objektif görüş verebilecek ehliyeteye sahip olması esas olmalıdır. Bu durumda, uyuşmazlık konusu malla ilgili Sanayi ve Ticaret Odası ile Esnaf ve Sanatkarlar Odalarından veya ilgili üretici derneklerinden ehil kişilerin heyet toplantısına davet edilmeleri ve katılmaları sağlanmalıdır.

Hakem Heyetlerinin kurulmasının bir amacı da en kısa sürede uyuşmazlıklara çözüm bulunmasıdır. Yoğun iş çevresinin olduğu ilçelerde kaymakamlıkların görevlendirdikleri raportörlerin sayılarının az olması sonucu gecikmeler olabilmektedir. Yönetmeliğe göre raportörlerin yaptıkları işle ilgili olarak bir ücret almaması da önemli bir eksikliklerdir. Bu hususun yasa ile düzeltilmesi heyet çalışmalarını açısından yararlı olacaktır.

Hakem Heyeti kararlarının bir yaptırım gücü bulunmamaktadır, bu da Heyetlerin etkinliğini ortadan kaldırmaktadır. Belirttiğimiz hususa açıklık getirilmeli ve belirlenecek bir limitin altındaki uyuşmazlıklarda ilgili Hakem Heyetinin bu konudaki kararına uymak şart olmalı, diğer bir ifade ile belli bir limite kadar olan uyuşmazlıklarda, Heyet kararları bağlayıcı olmalı, ancak itiraz halinde Tüketici Mahkemesi bir üst merci olarak görev yapmalıdır. Tüketici mahkemelerine tazminat ile ilgili konular iletilerek mahkemelerin yükü azaltılmalı ve böylece mahkemelere daha fazla işlerlik kazandırılmalıdır. Ayrıca, Hakem Heyeti'nin bu konudaki kararına tüketici mahkemesi nezdinde satıcıların veya üreticilerin itiraz edebilme hakkı getirilmelidir.

4.14. Tüketici Mahkemeleri

Bugüne kadar Tüketici Mahkemeleri'ne ne yazık ki işlerlik kazandırılmamıştır. Tüketiciler ve üreticiler/satıcılar arasındaki ihtilafların çabuk ve etkin bir biçimde çözülebilmesi için Tüketici Mahkemelerine işlerlik kazandırılması ve tüketicilerin hak arama yollarının basitleştirilmesi şarttır. Bu bağlamda tüketiciler her türlü masraf ve harçtan muaf tutulmalı ve bu hususta yaşanan kargaşalar giderilmelidir. Bunların dışında bilirkişi kurumuna açıklık getirilmeli ve tüketici örgütlerince açılan davalarda bilirkişi ücretleri Bakanlık'ca karşılanmalı veya dava sonuna kadar beklenerek haksız çıkan taraftan alınmalıdır. Ayrıca, yargılama tekniği açısından 1475 Sayılı İş Kanunu'da olduğu gibi "işçi lehine yorum" veya 6570 Sayılı Gayrimenkul Kiraları Hakkında Kanun'da olduğu gibi "kiracı lehine yorum" ilkeleri gibi "tüketici lehine yorum" ilkesinin bu Kanun kapsamına alınması sağlanmalıdır.

Tüketici örgütlerinin tüketicilere ilişkin hususlarda tüketiciler adına toplu dava açmalarına olanak verecek yasal düzenleme yapılmalı, ayrıca açılmış olan davalara tüketici örgütlerinin müdahil olarak katılması sağlanmalıdır.

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Tüketicinin korunması alanında, hukuki açıdan ulaşılmaması istenen temel amaç; tüketiciler ile üreticiler/satıcılar arasında adil bir denge kurulması, tüketicilerin mağdur edilmesinin ve zarar görmesinin mümkün olduğunca engellenmesi, tüketicilerin daha güçlü bir sese sahip olarak tüketiciler ile üreticiler/satıcılar arasında dengeli ve verimli bir iletişimin sağlanmasıdır. Ancak tüketicinin zarar gördüğü durumlarda; zararın giderilmesi, yani tazmin hakkının en etkili şekilde işletilmesi, tüketiciye hakkını en kolay yollarla arama olanağının tanınması, karşımıza ikinci önemli amaç olarak çıkmaktadır. Bir diğer önemli amaç ise, ülkemizdeki tüketici hukukunu, AB hukuku ile mümkün olduğunca uyumlu hale getirmektir. Belirttiğimiz bu amaçların sağlanması ve ülkemizde tüketicilerin olabilecek en üst düzeyde korunması için, mevcut sorunlara aşağıda kısaca özetleyeceğimiz şekilde ivedilikle çözüm getirilmesi gerekmektedir.

1. Genel olarak TKHK ve ilgili mevzuat gözden geçirilerek, aksayan yönleri düzeltilmelidir. Bu bağlamda, Kanun'daki mal ve hizmet tanımları en azından kullanım ve tatil amaçlı gayrimenkulleri de içine alacak şekilde genişletilmelidir.

2. Ayıplı mal ve hizmetlere ilişkin düzenlemeler yeniden değerlendirilmeli, iki ayrı hüküm halinde ve AB'nin ilgili direktifleri doğrultusunda genişletilerek kaleme alınmalıdır.

3. TKHK ile düzenleme getirilen, ancak uygulamada sorunlarla karşılaşılacak tüketici sözleşmeleri hakkında, raporumuzda ayrıntılarıyla açıklandığı gibi, uygulamadaki sorunları giderici hükümler hazırlanıp Kanuna eklenmelidir. Ayrıca kredi kartlarına ilişkin bir düzenleme de mutlaka Kanun'da yer almalıdır.

4. Ön ödemeli satışlar, doğrudan satışlar ve mesafeli sözleşmeler açısından TKHK'da herhangi bir düzenleme yoktur. Bu konularda ayrı ayrı hükümlerin getirilmesi, özellikle mesafeli sözleşme türü olan elektronik ticaretin tüketiciyi koruyucu şekilde düzenlenmesine büyük önem verilmelidir. Bu açıdan AB'nin ilgili direktifinin dikkate alınmasında fayda vardır.

5. Yine elektronik ticareti geliştirmenin ve tüketiciyi korumanın önemli bir aracı olan dijital imza hakkında ayrı bir düzenleme yapılmalıdır.

6. Ülkemizde her alanda büyük sorun yaratan standart sözleşmeler ve genel işlem şartları hakkında herhangi bir düzenleme yoktur. Bu konuların ivedilikle ve mümkünse özel bir kanunla düzenlenmesi ve tüketiciyi koruyucu hükümler getirilmesi gerekmektedir. Avrupa Birliği'nin "Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Koşullar" hakkında Direktifinin örnek alınması yerinde olacaktır.

7. Ürün güvenliği alanında da herhangi bir düzenleme bulunmaması büyük sorunlara yol açmaktadır. Yine AB'nin "Genel Mamul Güvenilirliği" hakkındaki Direktifi dikkate alınarak TKHK'dan ayrı yasal bir düzenlemenin getirilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra CE markası ve enerji etiketi uygulamasına da geçilmelidir. Özellikle CE markası uygulamalarında, küçük ve orta ölçekli işletmelere ücretsiz danışmanlık ve eğitim hizmetinin sağlanması yerinde olacaktır.

8. Ülkemizde kamu hizmetleri açısından da önemli sıkıntılarla karşılaşmakta ve genellikle tüketicilerin mağduriyeti ile sonuçlanan sorunlar yaşanmaktadır. Bu bakımdan da tüketicilerin korunmasını sağlayıcı hükümlerin yer alacağı bir düzenlemeye veya en azından bu yönde hükümlerin TKHK kapsamına alınmasına ihtiyaç vardır.

9. Tüketicilerin tüm kamu hizmetlerinden zarar görmemeleri ve/veya en iyi şekilde yararlanabilmeleri açısından, kamu kurum ve kuruluşlarında yapılan işlemler konusunda “yapılacak işler listesi” oluşturularak, tüketicilerin bilgilendirilmesi sağlanacaktır.

10. Turistik hizmetler, özellikle paket turlar açısından da karşılaşılan sorunların giderilmesi için, yine AB’nin ilgili direktifi çerçevesinde hazırlanacak hükümlerin TKHK’na eklenmesi gerekmektedir.

11. Aynı husus devre tatiller bakımından da söz konusudur. Mevcut hali ile TKHK’nun devre tatillere uygulanması bir hukuki zorlamadır. Zira, devre tatillerde gayrimenkul bakımından bir hizmet sunumu söz konusudur ve Kanun’un mevcut hali gayrimenkulleri kapsamına almamaktadır. Bu yönde Kanun’un değiştirilmesi yerinde olacaktır.

12. Yaşanan deprem felaketi sonucunda gayrimenkul güvenliği önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmıştır. Bu hususun her ne kadar TKHK kapsamına sokulması zor olsa da, yapılacak yeni bir yasal düzenleme ile çözüme kavuşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda “konut kimliği” oluşturulması, zemin etüdü yapılmaksızın ruhsat verilmemesi, imar kanununa aykırı ve kaçak yapıların engellenmesi, gerekirse tapu kaydına bina hakkında belediyece onaylanmış projenin ve iskan ruhsatının bulunup bulunmadığına ilişkin bilgiler konularak tüketicinin bina hakkında bilgi edinmesi, hatta tüketicilere gayrimenkuller dolayısıyla uğradıkları zararlara ilişkin davaları tüketici mahkemelerinde açabilme olanağının tanınması yerinde olacaktır.

13. Aldatıcı ve yanıltıcı reklamlar açısından karşılaşılan sorunlarda karara bağlama mekanizmasının hızlı işlemesi sağlanmalı, Reklam Kurulu’nun yetkileri artırılarak, bu alanda tek yetkili organ kılınmalıdır. Sadece tüketicilerin değil, tüketici örgütlerinin de yanıltıcı reklamlara karşı dava açabilmelerini sağlayacak olan değişiklik yapılmalıdır.

14. Gıda maddeleri, temizlik malzemeleri, kozmetikler ve benzeri ürünlerin farklı ağırlıkta ambalajlanmasının tüketiciyi yanılttığı gözönünde bulundurularak aynı ürünün aynı ağırlıktaki ambalajda kullanıma sunulması yönünde bir standart getirecek bir yasal düzenleme yapılmalıdır.

15. AB politikalarında da öngörüldüğü gibi, tüketicilerin, üreticilerin ve devlet organlarının Tüketici Konseylerinde dengeli ve yeterli sayıda temsil edilerek, katılımcıların aralarında yakın diyalog ortamı oluşturarak, uygulanabilir hedeflere yönelik çalışmaları şarttır. Bu bakımdan Tüketici Konseyi’nin yapısı belirttiğimiz doğrultuda gözden geçirilmelidir.

16. Tüketici Sorunları Hakem Heyetine katılanlar yeniden gözden geçirilmeli ve Heyetlerin ilgilendikleri konu hakkında mümkün olduğunca ihtisaslaşmış olmasına dikkat edilmelidir. Hakem Heyetleri kararlarının bağlayıcı olmaması, bu Heyetlerin etkisizleşmesine yol açmaktadır. En azından belli bir miktara kadar olan uyuşmazlıklar bakımından Heyetlerin kesin hüküm vermesi sağlanmalıdır. Bunun yanı sıra, tüketici şikayet ve sorunlarının süratli

çözümü için, yine belli bir miktara kadar olan uyuşmazlıklarda zorunlu tahkim uygulaması da bir çözüm olabilir.

17. Tüketici Mahkemelerinin bir an önce faaliyete geçirilmesi gerekmektedir. Bu hususun 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın en önemli hedeflerinden biri olması tüketicilerin haklarını arayabilmeleri açısından zorunludur.

18. Gönüllü tüketici sorunlarını çözme mekanizmaları teşvik edilmelidir

19. Tüketicinin korunmasının bir diğer aracı ise piyasada adil ve sağlıklı bir rekabet ortamının sağlanmasıdır. Bu husustaki uygulamaların AB direktifleri ile paralel yürütülmesi gerekmektedir.

E K L E R

EK 1:**Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Alanında Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Yetki ve Görevlerinin Hukuki Alt Yapısını Oluşturan Mevzuat**

<u>TÜRÜ</u>	<u>NO.</u>	<u>KABUL TARİHİ</u>	<u>YAYIMLANDIĞI RESMİ GAZETENİN Y.TARİH VE SAYISI</u>	<u>YÜRÜRLÜK TARİHİ</u>	<u>KONUSU</u>
KANUN	1705	10.06.1930	19.06.1930-1524	19.06.1930	Ticarette Tağışın Men'i ve İhracatın Murakabesi ve Korunması Hakkında Kanun
KANUN	3003	08.06.1936	13.06.1936-3329	13.06.1936	Endüstriyel Mamulatin Maliyet ve Satış Fiyatlarının Kontrolü ve Tesbiti Hakkında Kanun
KHK	494	10.08.1993 (Bak.Kur.)	09.09.1993 – 21693	09.09.1993	3143 ve 657 Sayılı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
KANUN	4054	07.12.1994	13.12.1994 – 22140	13.12.1994 13.12.1995	Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
KANUN	4077	23.02.1995	08.03.1995 - 22221	08.09.1995	Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
KANUN	4128	03.11.1995	07.11.1995-22456	07.11.1995	1705 Sayılı Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun
KANUN	4226	15.01.1997	28.01.1997-22891	28.01.1997	Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun
TÜZÜK(Uzm.)	10.08.1994(Bak.K.)		23.09.1994-22060	23.09.1994	Tüketici ve Rekabet Uzmanlığı Tüzüğü
TÜZÜK(Kont.)	06.01.1998(Bak.K.)		03.02.1998-23247	03.02.1998	Kontrolörler Tüzüğü
YÖNETMELİK			24.04.1995-22267	24.04.1995	Tüketici ve Rekabet Uzmanlığı Sınav ve Çalışma Esasları Yönetmeliği
YÖNETMELİK			21.11.1998-23530	21.11.1998	Tük. ve Rek.Uzm. Sınav ve Çalış.Esasları Yönetmeliğinde Değişiklik Yapan Yönetmelik.

<u>TÜRÜ</u>	<u>NO.</u>	<u>KABUL TARİHİ</u>	<u>YAYIMLANDIĞI RESMİ GAZETENİN Y.TARİH VE SAYISI</u>	<u>YÜRÜRLÜK TARİHİ</u>	<u>KONUSU</u>
YÖNETMELİK			15.08.1995 –22375	08.09.1995	Tüketici Konseyi Yönetmeliği
YÖNETMELİK			15.08.1995 – 22375	08.09.1995	Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği
YÖNETMELİK			16.08.1995 – 22376	08.09.1995	Reklam Kurulu Yönetmeliği
YÖNETMELİK			29.08.1995 - 22389	08.09.1995	Etiket, Tarife ve Fiyat Listeleri Yönetmeliği
YÖNETMELİK			23.09.1995 - 22413	23.09.1995	4077 Sayılı Kanun'un 29uncu Maddesindeki Hesabın Kullanılmasına İlişkin Yönetmelik
YÖNETMELİK			11.06.1996-22663	11.06.1996	Etiket, Tarif ve Fiyat Listeleri Yönetmeliğinin Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik
YÖNETMELİK			26.01.200-23945	26.01.2000	Tüketici Ödülleri Yönetmeliği
TEBLİĞ	TRKGM-94/2		25.05.1994 - 21940	11.06.1995	Taksitli, Kampanyalı ve Kapıdan Satışlar Hakkındaki Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/104-105		24.08.1995 - 22384	08.09.1995	4077 Sayılı Kanun Uyarınca Anonim ve Limited Şirketlerin Yapacakları Ödeme İle İlgili Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/118-119		27.09.1995 - 22417	23.09.1995	4077 Sayılı Kanun Uyarınca Anonim ve Limited Şirketlerin Yapacakları Ödeme İle İlgili Tebliğ'in Geçici 1 inci Maddesinin Kaldırılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/105-106		02.09.1995 - 22392	08.09.1995	Garanti Belgesi İle Satılmak Zorunda Olan Sanayi Mallarının ve Bu Malların Arızalarının Tamiri İçin Gereken Azami Süreler Hakkında Tebliğ

<u>TÜRÜ</u>	<u>NO.</u>	<u>KABUL TARİHİ</u>	<u>YAYIMLANDIĞI RESMİ GAZETENİN Y.TARİH VE SAYISI</u>	<u>YÜRÜRLÜK TARİHİ</u>	<u>KONUSU</u>
TEBLİĞ	TRKGM-95/113-114		02.09.1995 - 22392	08.09.1995	Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu İle Birlikte Satılmak Zorunda Bulunan Sanayi Malları Hakkında Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/116-117		09.09.1995 - 22399	09.09.1995	Garanti Belgesi İle Tanıtma ve Kullanma Kılavuzunun Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/135-136		21.12.1995 - 22500	01.01.1996	4077 Sayılı Kanun'un 8 ve 22 nci Maddelerinde Öngörülen Parasal Sınırların Artırılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/136-137		21.12.1995 - 22500	21.12.1995	Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esaslarına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/142-143		21.12.1995 - 22500	21.12.1995	Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/137-138		24.12.1995 - 22503	24.06.1996	Sanayi Mallarının Satış Sonrası Hizmetleri Hakkında Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/143-144		30.12.1995-22509	24.06.1996	Sanayi Mallarının Satış Sonrası Hizmetleri Hakkında Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-95/124-125		09.01.1996-22518	09.01.1996	Yazılı Basın Kuruluşları Tarafından Düzenlenen Promosyon Kampanyaları ile İlgili Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-96/8-9		19.01.1996-22528	19.02.1996	Kalite Denetimi Usul ve Esasları Hakkında Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-96/32-33		17.04.1996-22614	17.04.1996	Garanti Belgesi Tebliği eki Listede Değişiklik Hakkında Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-96/91-92		10.07.1996-22692 Mük.	10.07.1996	Yazılı Basın Kuruluşları Promosyon Kampanyaları Hakkında Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-96/127-128		10.12.1996-22843	01.01.1997	Parasal Sınırların Artırılmasına Dair Tebliğ

<u>TÜRÜ</u>	<u>NO.</u>	<u>KABUL TARİHİ</u>	<u>YAYIMLANDIĞI RESMİ GAZETENİN Y.TARİH VE SAYISI</u>	<u>YÜRÜRLÜK TARİHİ</u>	<u>KONUSU</u>
TEBLİĞ	TRKGM-97/10-11		19.02.1997-22910	19.02.1997	Sanayi Mallarının Satış Sonrası Hizmetleri Hakkındaki TRKGM-95/137-138 ve TRKGM 95/143-144 Sayılı Tebliğlerde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-97/15-16		20.02.1997-22911	20.02.1997	Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu ile Birlikte Satılmak Zorunda Bulunan Sanayi Malları Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-97/13-14		21.02.1997-22912	21.02.1997	Garanti Belgesi ile Satılmak Zorunda Olan Sanayi Mallarını ve Bu Malların Arızalarının Tamiri İçin Gereken Süreler Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-97/26-27		09.04.1997-22959	09.04.1997	4077 Sayılı Kanun Uyarınca Anonim ve Limited Şirketlerin Yapacakları Ödeme ile İlgili Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-97/57-58		11.11.1997-23167	25.11.1997	Garanti Belgesi ile Tanıtma ve Kullanma Kılavuzunun Uygulama Esaslarına Dair Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-97/110-111		18.12.1997-23204	01.01.1998	Parasal Sınırların Artırılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-97/112-113		16.01.1998-23232	16.01.1998	Sıvılaştırılmış Petrol Gazı (LPG) Dağıtım Şirketleri ile Yetkili Bayilerin ve Tüketicilerin Uymaları Gereken Usul ve Esaslara İlişkin 90/44-45 Sayılı Tebliğ'in Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Tebliğ

<u>TÜRÜ</u>	<u>NO.</u>	<u>KABUL TARİHİ</u>	<u>YAYIMLANDIĞI RESMİ GAZETENİN Y.TARİH VE SAYISI</u>	<u>YÜRÜRLÜK TARİHİ</u>	<u>KONUSU</u>
TEBLİĞ	TRKGM-98/19-20		01.05.1998-23329	01.05.1998	Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esaslarına Dair Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-98/20-21		01.05.1998-23329	01.05.1998	Garanti Belgesi İle Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu Uygulama Esaslarına Dair Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-98/94-95		02.10.1998-23481	02.10.1998	Medya Ölçümü Araştırma Sonuçlarının Ticari Reklam ve İlanlarda Kullanılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-98/114-115		16.12.1998-23555	01.01.1998	4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 8 ve 22 nci Maddelerinde Yer Alan Parasal Sınırların İlişkin Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-99/1		27.02.1999-23624	27.02.1999	Sanayi Mallarının Satış Sonrası Hizmetleri Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ
TEBLİĞ	TRKGM-99/2		03.11.1999-23865	03.11.1999	2000 Yılı Problemine Karşı Tüketicinin Korunması Hakkında Tebliğ.
TEBLİĞ	TRKGM-99/3		30.12.1999-23922	01.01.2000	4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 8 ve 22 nci Maddelerinde Yer Alan Parasal Sınırların Artırılmasına İlişkin Tebliğ.
TEBLİĞ	TRKGM-2000/1		22.01.2000-23941	22.01.2000	Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına İlişkin Tebliğ

EK 2:**TÜRKİYE'DE REKLAM MEVZUATI****KANUN VE KANUN HÜKMÜNDE KARARNAMELER**

1. 4077 sayılı TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN (16, 17. ve 25/3. Maddeleri)
2. 818 sayılı BORÇLAR KANUNU (48. Madde)
3. 6762 sayılı TÜRK TİCARET KANUNU (56. ve 58. Maddeler)
4. 3984 sayılı RADYO VE TELEVİZYON KURULUŞ VE YAYINLARI HAKKINDA KANUN (19, 20, 21, 22, 23. ve 33.Maddeler)
5. 2954 sayılı TÜRKİYE RADYO VE TELEVİZYON KANUNU (26. Madde)
6. 195 sayılı BASIN İLAN KURUMU TEŞKİLİNE DAİR KANUN (29,40,46 ve 49.. Maddeler)
7. 4389 sayılı BANKALAR KANUNU (19 ve 22/1. Maddeler)
8. 4207 sayılı TÜTÜN MAMÜLLERİNİN ZARARLARININ ÖNLENMESİNE DAİR KANUN (3/1 ve 7. Maddeler)
9. 4250 sayılı İSPİRTO ve İSPİRTOLU İÇKİLER İNHİSARI KANUNU (19. Madde)
10. 1593 sayılı UMUMİ HIFZISSİHHA KANUNU (187 ve Ek:3. Maddeleri)
11. 2499 sayılı SERMAYE PİYASASI KANUNU (6 ve 47/a-3 maddeleri)
12. 3977 sayılı KOZMETİK KANUNU (2 ve 3. Maddeleri)
13. 1262 sayılı İSPENÇİYARİ VE TIBBİ MÜSTAHAZARLAR KANUNU (13. ve 20. Maddeleri)
14. 1219 sayılı TABABET VE ŞUABATI SAN'ATLARININ TARZI İCRASINA DAİR KANUN (24 ve 27. Maddeleri)
15. 6023 sayılı TÜRK TABİPLERİ BİRLİĞİ KANUNU (64. Maddesi)
16. 1136 sayılı AVUKATLIK KANUNU (55, 134 VE 135. Maddeleri)
17. 298 sayılı SEÇİMLERİN TEMEL HÜKÜMLERİ VE SEÇMEN KÜTÜKLERİ HAKKINDA KANUN (63, 154 ve 156. Maddeleri)
18. 625 sayılı ÖZEL ÖĞRETİM KURUMLARI KANUNU (30. Maddesi)
19. 308 sayılı TOHUMLUKLARIN TESCİL, KONTROL VE SERTİFİKASYONU HAKKINDA KANUN (14. Maddesi)
20. 3568 sayılı SERBEST MUHASEBECİLİK, SERBEST MUHASEBECİ MALİ MÜŞAVİRLİK VE YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİRLİK KANUNU (44, 48 ve 49. Maddeleri)

21. 3958 sayılı GÖZLÜKCÜLÜK HAKKINDA KANUN (11 ve 16. Maddeleri)
22. 560 sayılı GIDALARIN ÜRETİMİ, TÜKETİMİ VE DENETLENMESİNE DAİR K.H.K. (14 ve 18/a-j) Maddeleri)
23. 1163 sayılı KOOPERATİFLER KANUNU (59/7, EK: 2/1 maddeleri)

YÖNETMELİKLER:

24. REKLAM KURULU Yönetmeliği
25. RADYO VE TELEVİZYON KURULUŞLARI REKLAM YAYIN İLKELERİ ve USULLERİ İLE REKLAM GELİRLERİ ÜST KURUL PAYLARININ ÖDENMESİ HAKKINDA Yönetmelik
26. TÜRKİYE RADYO-TELEVİZYON KURUMU Reklam Yönetmeliği
27. KOZMETİK Yönetmeliği
28. BEŞERİ İSPENÇİYARİ VE TIBBİ MÜSTAHAZARLARIN TIBBİ TANITIM Yönetmeliği .
29. GIDALARIN ÜRETİMİ TÜKETİMİ VE DENETLENMESİNE DAİR Yönetmelik
30. AĞIZ VE DİŞ SAĞLIĞI HİZMETLERİ SUNULAN ÖZEL SAĞLIK KURULUŞLARI HAKKINDA Yönetmelik

TEBLİĞLER:

31. TİCARİ REKLAM VE İLANLARA İLİŞKİN İLKELER VE UYGULAMA ESASLARINA DAİR Tebliğ
32. MEDYA ÖLÇÜMÜ ARAŞTIRMA SONUÇLARININ TİCARİ REKLAM VE İLANLARDA KULLANILMASINA DAİR Tebliğ
33. TÜRK GIDA KODEKSİ BEBEK MAMALARI-BEBEK FORMÜLLERİ TEBLİĞİ
34. TS-9300 sayılı Türk Standardı Reklamda Uyulması Gereken Kurallar

EK 3:

**08.09.1995 – 18.01.2000 TARİHLERİ ARASINDA
REKLAM KURULU BAŞKANLIĞI ÇALIŞMALARI**

Gelen Başvuru Sayısı	622
Açılan Dosya Sayısı (Aynı başvurular tek dosyada, bir başvurudaki farklı konular ayrı ayrı dosyalarda toplanmıştır.)	516
İncelemeye Alınan Başvuru Sayısı	455
Gündeme Alınmayan Başvuru Sayısı	138
16 ncı Madde Kapsamı Dışında ve/veya 16 ncı Maddeye Aykırı Bulunmayan Dosya Sayısı	144
Düzeltilme Cezası Alan Reklam veya İlan	69
Durdurma Cezası Alan Reklam veya İlan	147
Para Cezası Uygulanan Reklam veya İlan	119
Firmalara Uygulanan Para Cezaları Toplamı	1 Trilyon 514 Milyar 800 Milyon
Reklam Ajanslarına Uygulanan Para Cezaları Toplamı	12 Milyar
Mecra Kuruluşlarına Uygulanan Para Cezaları Toplamı	545 Milyar 600 Milyon
PARA CEZALARI TOPLAMI (Bu toplam sadece Bakanlık Makamınca uygun görülen ceza önerileri ve tebligatları yapılan dosyalar içindir.)	2 Trilyon 72 Milyar 400 Milyon
Bu Dosyalar İçin Reklam Kurulu Olarak Yazılan Yazı Sayısı	2385
Reklam Kuruluna Gelen Yazı Sayısı	2436
Bakanlık Makamınca onaylanmayan idari para cezaları	60
Bakanlık Makamınca onaylanmayan durdurma ve düzeltme cezaları	

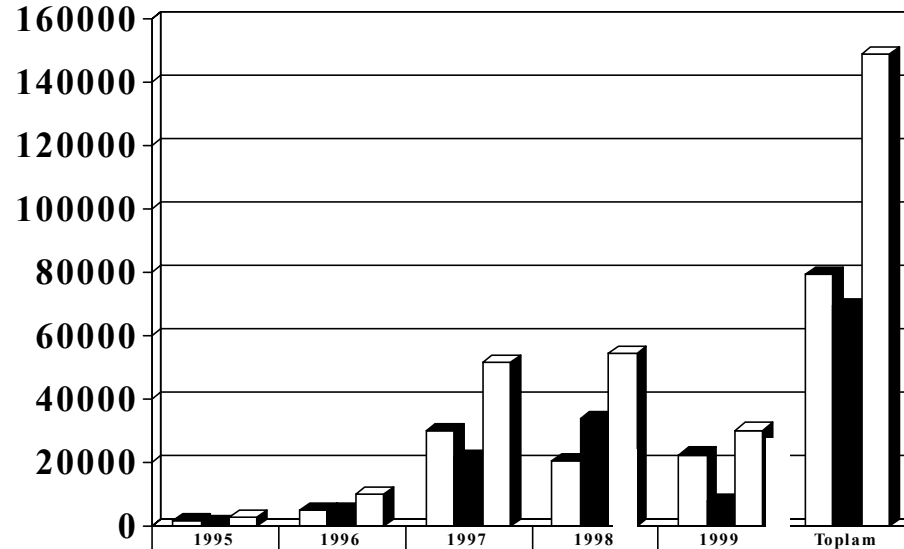
**01.01.1999-18.01.2000 TARİHLERİ ARASINDA
REKLAM KURULU BAŞKANLIĞI ÇALIŞMALARI**

Gelen Başvuru Sayısı	183
Tüketici Başvuru Sayısı	112
Rakip Firma Başvuru Sayısı	13
Re'sen	2
Diğer	56
Açılan Dosya Sayısı	163
(Aynı başvurular tek dosyada, bir başvurudaki farklı konular ayrı ayrı dosyalarda toplanmıştır.)	
İncelemeye Alınan Başvuru Sayısı	164
Gündeme Alınmayan Başvuru Sayısı	19
İncelemesi Süren Dosya Sayısı	70
16 ncı Madde Kapsamı Dışında ve/veya 16 ncı Maddeye Aykırı Bulunmayan Dosya Sayısı	19
Düzeltilme Cezası Alan Reklam veya İlan	14
Durdurma Cezası Alan Reklam veya İlan	54
Para Cezası Uygulanan Reklam veya İlan	32
Firmalara Uygulanan Para Cezaları Toplamı	793 Milyar 600 Milyon
Reklam Ajanslarına Uygulanan Para Cezaları Toplamı	-
Mecra Kuruluşlarına Uygulanan Para Cezaları Toplamı	183 Milyar 400 Milyon
PARA CEZALARI TOPLAMI	977 Milyar
Bu toplam sadece Bakanlık Makamınca uygun görülen ceza önerileri ve tebligatları yapılan dosyalar içindir.)	
Bu Dosyalar İçin Reklam Kurulu Olarak Yazılan Yazı Sayısı	469
Reklam Kuruluna Gelen Yazı Sayısı	468
Bakanlık Makamınca onaylanmayan idari para cezaları	23
Bakanlık Makamınca onaylanmayan durdurma ve düzeltme cezaları	-

EK 4:**Yıllar İtibariyle Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerine Yapılan Başvurular**

YILLAR	BAŞVURU SAYISI	SONUÇLANAN BAŞVURULAR	İLGİLİ BİRİME SEVK	İŞLEMDE OLANLAR
1995	1117	818	91	208
1996	5012	3719	323	970
1997	21695	17160	1710	2825
1998	33798	31188	843	1767
1999	7850	7338	116	486
TOPLAM	69472	60223	3083	6256

**SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞINA YAPILAN TÜKETİCİ ŞİKAYETLERİ
İLE HAKEM HEYETLERİNE YAPILAN BAŞVURULARIN BİRLİKTE
DEĞERLENDİRİLMESİ**



	1995	1996	1997	1998	1999	Toplam
□ Bakanlığa	1452	4975	30050	2070	22400	79586
■ Hakem Heyetlerine	1117	5012	21695	3379	7850	69472
□ TOPLAM	2569	9987	51745	5450	30250	149058

EK 6:**TÜRKİYE'DE FAAL TÜKETİCİ DERNEKLERİ**

Dernek Adı	Merkez	Şube Sayısı
* Üye Sayısı		
1- Tüketiciyi Koruma Derneği 17.000	Osmanağa Mah.Yoğurtçu Şükrü Sk. No:53 /4Kadıköy/İSTANBUL Tel: 0 216 349 85 10	43
2- Tüketici Hakları Derneği 8.000	Emek İş Hanı (Gökdelen)No:95/804 Kızılay/ANKARA Tel: 0 312 425 15 29	23
3- Ankara Tüketiciyi Koruma ve Dayanışma Derneği 4.500	Necatibey Cad.No: 112 Bakanlıklar/ANKARA Tel: 0 312 419 44 26-419 32 26	-
4-Tüm Tüketicileri Koruma Der. 3.869	Valide Cami Sk. No:48/3 Aksaray/İSTANBUL Tel: 0 212 586 00 87	-
5- Tüketiciyi Koruma ve Savunma Derneği 3.562	Belediye İşhanı Kat:5 KOCAELİ Tel: 0 262 331 66 17	2
6- Tüketiciler Derneği 3.503	İncirli Cad.Akbulut İş Mer. Kat.1 No: 39 Bakırköy/İSTANBUL Tel: 0 212 660 47 48	1
7- Marmara Tüketiciyi Koruma Derneği 2.750	Atatürk Cad. Selamoğlu Çarşısı No: 48 Küçükyalı/İSTANBUL Tel: 0 216 417 65 61	-
8- Trakya Tüketicileri Koruma Derneği 2.730	Merkez Mah. Şenol Sahir İşhanı No:64 Büyükçekmece/ İSTANBUL Tel: 0 212 880 58 79	-
9- Eskişehir Tüketici Derneği 1.364	İsmet İnönü Cad. Çağlayan İşhanı Kat: 5 No:46 ESKİŞEHİR Tel: 0 222 230 80 97	-
10- Tüketicileri Koruma Derneği 1.326	Yeniyol Tek Sok.Borsa Apt. No:11/6 BURSA Tel: 0 224 224 74 13	4

Dernek Adı * Üye Sayısı	Merkez	Şube Sayısı
11- Samsun Tüketiciyi Koruma ve Dayanışma Derneği 614	Pazar Mah. Meserret Sk. No:16/1 SAMSUN Tel : 0 362 432 23 95	-
12- Çevre ve Tüketiciyi Koruma Derneği 470	Cemalpaşa Mah. 283. Sok. No:12/2 Seyhan/ADANA Tel: 0 322 459 03 55	-
13- Sivas Tüketici Derneği 400	Eski Belediye Sok. Selçuk İşhanı Kat: 5 No:508 SIVAS Tel: 0 346 221 29 91	-
14- Adana Tüketici Derneği 359	İnönü Cad. Semih İşhanı K:3 No:3 Seyhan/ADANA Tel: 0 322 351 52 67	-
15- Kocaeli Marmara Tüketici Haklarını Koruma ve Dayan. Derneği 234	Yeni Gölcük Yolu Üzeri Nezir Çiftliği Mevkii Ayyıldız İş Merkezi No:61 Kat 3 KOCAELİ Tel: 0 262 349 29 67	-

*** Üye sayıları derneklerin kendi beyanlarıdır.**

TÜKETİCİ VAKIFLARI

Vakıf Adı	Vakıf Merkezi	Şube Sayısı
1- Tüketiciyi Koruma Vakfı	Nenehatun Cad. No:77 G.O.P. ANKARA Tel: 0 312 446 23 00	-
2- Tüketicileri Koruma ve Eğitim Vakfı	Şehit Adem Yavuz Sok. No:4/28 Kızılay/ANKARA Tel: 0 312 425 30 73	-

EK 7:**SAĞLIK BAKANLIĞI İLE İLGİLİ MEVZUAT**

1. Tıbbi Farmasötik Ürünler Ruhsatlandırma Yönetmeliği
2.3.1995 tarih 22218 sayılı Resmi Gazete
2. Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
Karar sayısı KHK / 551
27 haziran 1995 tarih 22326 sayılı Resmi Gazete
3. Endüstriyel Tasarıların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
Resmi Gazete yayımı 27 haziran 1995 Sayı 22326
Karar sayısı KHK / 554
4. Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun hükmünde Kararname
Karar sayısı KHK / 555
8.6.1995 tarihli ve 4113 sayılı Kanun'un verdiği yetkiye dayanılarak Bakanlar Kurulunca 24.6.1995 tarihinde kararlaştırılmıştır.
5. Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
Karar sayısı KHK / 556
Markaların korunması hakkında düzenlemeler yapılması 8.6.1995 tarihli ve 4113 Sayılı Kanun'un verdiği yetkiye dayanılarak, Bakanlar Kurulunca 24.6.1995 tarihinde kararlaştırılmıştır.
6. Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararname
Karar sayısı KHK / 560
Gıdaların üretimi, tüketimi ve denetlenmesi konularında düzenlemeler yapılması; 8.6.1995 tarihli ve 4113 sayılı Kanun'un verdiği yetkiye dayanılarak, Bakanlar Kurulu'nca 24.6.1995 tarihinde kararlaştırılmıştır.
7. 12.9.1960 Tarihli ve 80 sayılı, 29.6.1956 tarihli ve 6762 Sayılı ve 10.6.1930 tarihli ve 1705 sayılı Kanunlar ile 24.6.1995 tarihli ve 551, 552, 554, 555, 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameler ile 28.6.1995 tarihli ve 560 Sayılı Kanun Hükmünde Karanamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun
Kanun No: 4128 Kabul Tarihi 3.11.1995
8. İlaç Ruhsat Başvurularında Bulunması İstenilen Stabilite Çalışmalarına İlişkin Prensip Kararı. Bu karardaki hususlar 1 Haziran 1996 tarihinde yürürlüğe girer.
9. İlaç Ruhsat Başvuruları İçin Stabilite Çalışmaları Rehberi
10. Etkin Maddeye İlişkin Stabilite Çalışmaları
11. Farmasötik Ürün İçin Stabilite Çalışmaları
12. İyi Klinik Uygulamaları Kılavuzu
13. İyi Laboratuvar Uygulamaları Kılavuzu
14. İlaçlar ve Ecza Deposunda Bulundurulan Ürünler ile İlgili İyi Dağıtım ve Muhafaza Uygulamaları Kılavuzu
15. Ecza Depoları ve Ecza Depolarında Bulundurulan Ürünler Hakkında Yönetmelik

EK 8:**Karşı Oy**

Türkiye Tüketicileri Koruma ve Eğitim Vakfı Başkanı Bayram Kısıklı “Tüketicinin Korunması özel İhtisas Komisyonu, Tüketicinin Eğitimi Bilgilendirilmesi ve Örgütlenmesi Alt Komisyonu” raporunun “6.3. Tüketicinin Örgütlenmesi” başlığı altında yer alan 8. maddeye muhalefet etmiş ve Vakıf adına bildirilen görüşü aşağıda vermiştir.

4077 sayılı Kanun’un 29. maddesi’nde düzenlenen fon, açıkça görüldüğü üzere devletin mükelleflerinden topladığı vergi değil, adeta ”koroğlu” gibi tüm şirketlerden özgür iradeleri dışında alınan bir haraç gibidir. Mevcut duruma göre Hakem Heyetleri’ne üye veren tüketici dernekleri, ticari kuruluşlardan alınan paraları, heyet toplantılarına katılma ücreti olarak almaktadır. Dahası fon raporda belirtildiği şekilde dağıtılsa, şirketlerden özgür iradeleri dışında alınan haracın tüketici derneklerine dağıtılmasına katmerli olarak devam edilmiş olunacaktır. Bu durum yanlış ve sivil toplum tanımına aykırıdır.

Tüketici örgütleri, birer sivil toplum kuruluşu olmak zorundadır. Sivil toplum kuruluşu bireylerin, kişi ve kuruluşların özgür iradeleriyle bir araya geldikleri, bir amaç belirledikleri, belirlenen amaç için gerekli finansmanı yine özgür iradeleriyle birer üye olarak karşıladıkları kuruluştur. Devletten şu yada bu şekilde katkı sağlayan bir tüketici kuruluşu, halkın değil kamunun kuruluşu olur.

Sivil toplum kuruluşlarının asıl amaçları arasında bulunan resmi otoriteye karşı sivil toplumun haklarının savunulması düşünüldüğünde, her alanda devlet kuruluşlarıyla işbirliği içinde olan sivil toplum kuruluşlarının, sivil anlayışı nasıl yansıtacakları, sorgulanması gereken bir durumdur.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’u sadece Kanunu çıkararak Bakanlığın tanıdığı, mal ve hizmet üreten devlet kuruluşlarının 4077’yi tanımadığı, hiç bilmediği veya bilip umursamadığı “vatani için herşeyini hiçbirşey beklemeden veren dünyanın en ileri ülke halkının sahip olduğu refah düzeyine ulaşmak en tabii hakkı olan bu güzel halkı” vatandaş-insan-tüketici değil de hala “kul” gören devlet yönetimi zihniyetine karşı kaynaklarını devletten sağlayan bir tüketici kuruluşu nasıl tavır geliştirebilecektir.

Ayrıca devlet, devlet kuruluşları, devlet yöneticileri ve memurları, kişi ve kuruluşlara karşı tabiki, tüketici kuruluşlarına karşı da adil olmak, adaletle hükmetmek ve ilişki kurmak, eşit muamele etmek zorundadır. Zira adaletin olmadığı yerde haksızlık ve zulüm vardır.

Karşı Oy

Türkiye Tüketicileri Koruma ve Eğitim Vakfı Başkanı Bayram Kısıklı raporumuzun 4. Bölümünde yer alan “Tüketicinin Sağlığı, Güvenliği ve Çevre Alanında Yeni Uygulamalar ve Türkiye’de Ulaşılacak İstenen Amaçlar “ konusuna aşağıdaki şekilde muhalefet etmiştir. Bu muhalefet metni kendisinin başkanı olduğu Türkiye Tüketicileri Koruma ve Eğitim Vakfı başlıklı bir yazı ile komisyon başkanlığımıza teslim edilmiştir.

“Dünyada tüketicinin korunmasının anayasası kabul edilen BM Tüketici Koruma ilkelerine göre tüketici, serbest piyasa ekonomisinde ve tam rekabet ortamında korunabilir.

Sağlık hizmetleri bir hizmet sektörü olarak serbestleştirilmeli, sağlık sektörü özelleştirilmeli, özel sağlık kuruluşları teşvik edilmeli, sektöre rekabet gelmelidir.

Halkın eline devletin sübvansiyon verebileceği sistemlere geçilmeli, rekabet ve etkinlik ön plana çıkarılmalı, hasta-halk-tüketici patron olmalı, halktan toplanan vergiler hastanelere değil, halka geri dönmelidir. Parası olan sağlık harcamasının parasını kendi ödemeli, parası olmayanın parasını ise devlet tüketiciyi patron yaparak karşılamalıdır.

Hastaneler, hastalarına rekabet ortamı içinde daha çabuk ve daha iyi hizmet vermeli, gelirlerinin müşteri-tüketici-hastalardan kazanmalı, hastalar ise seçme haklarını kullanarak daha iyi ve kaliteli hizmeti daha ucuza sunan hastaneye gitmelidir.