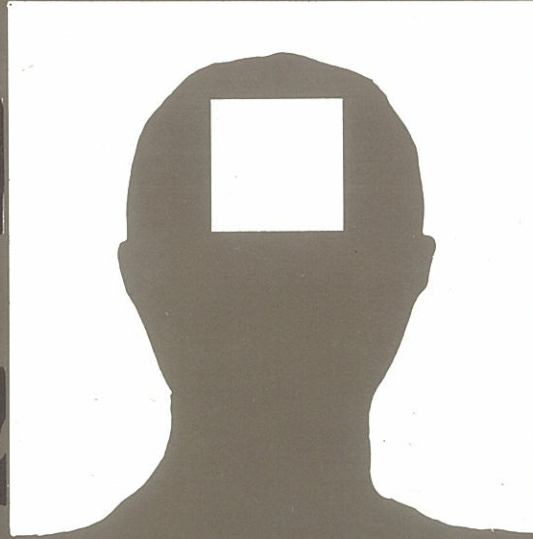


AT'DE TÜKETİCİYİ KORUMA POLİTİKALARI VE TÜRKİYE'DE DURUM



TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ



TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ

**AT'DE TÜKETİCİYİ KORUMA
POLİTİKALARI
VE
TÜRKİYE'DE DURUM**

**ABD, İSVEÇ VE DİĞER BAZI ÜLKELERDEKİ GELİŞMELER
AT'YE UYUMA YÖNELİK BİR İNCELEME**

İSTANBUL

NİSAN 1990

Yayın No: TÜSİAD-T/90.04.132

**Cumhuriyet Cad.Ferah Apt.233/9-10, 80230 Harbiye/İstanbul
Teleks: 22318 tsad tr, Tel: 140 12 05, Faks: 147 00 82**

Bu raporun tamamı veya bir bölümü TÜSİAD "AT'DE
Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'de Durum"
referansı yazılmak kaydıyla yayınlanabilir.

AT'DE TÜKETİCİYİ KORUMA POLİTİKALARI VE TÜRKİYE'DE DURUM

ÖZET, SONUÇ VE ÖNERİLER	I-VII
GİRİŞ	1
BÖLÜM I	
GENEL OLARAK TÜKETİCİNİN KORUNMASI:	3
Anlamı, Kapsamı, Nedenleri, Amaçları, Araçları, ABD'de Gelişimi, Temel Tüketici Hakları, İsveç ve Diğer Bazı Gelişmiş Ülkelerdeki Gelişmeler	
1.1. Tüketicinin Korunmasının Anlamı, Kapsamı, Nedenleri, Amaçları ve Araçları	4
1.1.1. Tüketicinin Korunmasının Anlamı ve Kapsamı	4
1.1.2. Tüketicinin Korunmasının Nedenleri	6
1.1.3. Tüketicinin Korunmasının Amaçları ve Araçları	7
1.2. ABD'de Tüketicinin Korunmasının Tarihsel Gelişimi ve Devletçe Benimsenen Temel Tüketici Hakları	9
1.2.1. Birinci Dönem: 1900 Yılları Başları	10
1.2.2. İkinci Dönem: 1930 Yılları	12
1.2.3. Üçüncü Dönem: 1960 Yılları ve Temel Tüketici Hakları	13
1.3. İsveç ve Diğer Bazı Gelişmiş Ülkelerde Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Gelişmeler	18
1.3.1. İsveç'te Tüketicinin Korunması ve Norveç, Danimarka ve Finlandiya'daki Bazı Gelişmeler	19
1.3.2. İngiltere'de Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Gelişmeler	21
1.3.3. Fransa'da Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Gelişmeler	22
1.3.4. Federal Almanya'da Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Gelişmeler	22
NOTLAR	23
BÖLÜM II	
AVRUPA TOPLULUĞU'NDA TÜKETİCİYİ KORUMAYA YÖNELİK İLK ÇALIŞMALAR, 1.TÜKETİCİYİ KORUMA PROGRAMIYLA BENİMSENEN TÜKETİCİ HAKLARI VE POLİTİKALARI (1957-1980)	27
2.1. Genel Olarak AT'de Tüketicinin Korunması Çalışmaları ve Politikaları	27
2.1.1. Giriş: AT'nin Kuruluşu, Genişlemeleri ve Tüketicilerle İlgili Hususlar (1957-1972)	27
2.1.2. Roma Antlaşması ve Tüketiciler	28
2.2. Paris Başkanlar Zirvesi ve İlk Tüketiciyi Koruma Çalışmaları (1972-1975)	31
2.3. 1.Tüketiciyi Koruma Programında Temel Tüketici Hakları ve Bunlarla İlgili Olarak Geliştirilen Politikalar	33
2.3.1. 1.Tüketiciyi Koruma Programı ve Temel Tüketici Hakları	33
2.3.2. Tüketicinin Sağlık ve Güvenlik Hakkı	35
2.3.3. Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı	37
2.3.4. Tüketicinin Tazmin Edilme Hakkı	42
2.3.5. Bilgilendirilme ve Eğitilme Hakkı	43
2.3.6. Temsil Edilme (Veya Sesini Duyurma) Hakkı	44
2.3.7. 1.Programın Uygulanmasına İlişkin Son Birkaç Söz	45
NOTLAR	47

BÖLÜM III

AT'DE 1980 SONRASINDA TÜKETİCİNİN KORUNMASI:	49
2.ve 3.Tüketiciyi Koruma Programları ve Bunları Uygulamaya	
Yönelik Çalışmalar ve Alınan Tedbirler	

3.1. 2.Tüketiciyi Koruma Programı (1981-1986)nın Amaçları ve İlkeleri	49
3.1.1. Giriş	49
3.1.2. Tüketicinin Korunmasında Rol Oynayan Başlıca	50
AT Karar Organları veya Kurumları	
3.1.3. 2.Tüketiciyi Koruma Programı'nın Amaçları, İlkeleri	52
ve Öncelikli Tedbirleri	
3.2. 2.Program'ın Temel Tüketici Haklarıyla İlgili Olarak Öngördüğü	53
Başlıca Yasa Tedbirleri	
3.2.1. Sağlık ve Güvenliğin Korunması	53
3.2.2. Ekonomik Çıkarların Korunması	55
3.2.3. Tüketicilerin Tazmin Edilmesi	57
3.2.4. Tüketicilerin Bilgilendirilmesi ve Eğitilmesi	58
3.2.5. Tüketicilerin Temsil Edilmesi veya Tüketici Çıkarlarının Geliştirilmesi	59
3.3. Tüketiciyi Koruma Politikasına Yeni Hız Kazandırma Programı veya	60
3.Program (1986-1990)'ın Amaçları ve Öngördüğü Tedbirler	
3.3.1. Malların Kabul Edilebilir Güvenlik ve Sağlık Standartlarına Uyması	61
3.3.2. Tüketicilerin Ortak Pazar'dan Daha Çok Yararlanabilmesi	64
3.3.3. Tüketici Çıkarlarının Topluluğun Diğer Politikalarında	68
Daha Çok Gözönünde Tutulması	
3.4. 2. ve 3.Tüketiciyi Koruma Programlarının Uygulanmasına Yönelik	68
Çalışmalar ve Alınan Tedbirler	
3.4.1. 2.Program'ın Hedeflerine Ulaşmada Yeterince Başarı	69
Sağlanamamasının Nedenleri, Komisyon'un Karşı	
Tedbirleri ve 3.Program'a Gerek Duyulmasının Nedenleri	
3.4.2. Sağlık ve Güvenliğin Korunması	72
3.4.3. Ekonomik Çıkarların Korunması	79
3.4.4. Tüketicilerin Tazmin Edilmesi	83
3.4.5. Tüketicilerin Bilgilendirilmesi ve Eğitilmesi	84
3.4.6. Tüketicilerin Temsil Edilmesi	87
3.5. Topluluk'ta Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Son Gelişmeler	89

NOTLAR	91
--------	----

BÖLÜM IV

AT'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASINDA ÜRETİCİ-TÜKETİCİ DİYALOĞUNU	95
GELİŞTİRME ÇALIŞMALARI VE BAŞARILI BİR UYGULAMA:	
İngiltere Örneği	

4.1. Tüketicinin Korunmasında Üretici-Tüketici Diyalogunu Geliştirme Çabaları	95
4.1.1. Üretici-Tüketici Diyaloguna İhtiyaç Duyulmasının Nedenleri	95
4.1.2. Ekonomik ve Sosyal Komite'nin Diyalogu Geliştirme	97
Çabaları ve Bir Çerçeve Yasası Önerisi	
4.1.3. Diyalog Konusunda Parlamento'nun, Tüketiciler	100
Danışma Komitesi'nin ve Komisyon'un Görüşleri	
4.2. Tüketiciyi Koruma Örgütlenmesinde ve Üretici-Tüketici Diyalogunda	102
Başarılı Bir Uygulama: İngiltere Örneği	
4.2.1. Kurumsal Çerçeve	103
4.2.2. Ticari Uygulama Kodları	104
4.2.3. Kodların Uygulanması ve Tazmin Edilme	106

NOTLAR	107
--------	-----

BÖLÜM V TÜRKİYE'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASI YÖNÜNDEN AT'YE UYUM SORUNU:Modern Pazarlama Anlayışı, Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Çalışmalar, Mevcut Yasalar ve Alınması Gereken Tedbirler	109
--	-----

5.1. Modern Pazarlama Anlayışı ve İşletmelerimizde Benimsenmesi Gereği	110
--	-----

5.2. Eski Dönemlerde Tüketiciyi Koruma ve Günümüzde Tüketiciyi Koruma Yasası Çıkarma Girişimleri	111
---	-----

5.2.1. Osmanlı İmparatorluğu'nda Tüketicinin Korunması:	112
---	-----

Loncalar, İhtisap Ağalığı ve Şehremenliği

5.2.2. Cumhuriyet Dönemindeki Bazı Gelişmeler ve Tüketiciyi Koruma Yasası Çıkarma Girişimleri (1970-1990)	113
--	-----

5.3. Günümüzde Tüketiciyi Koruma Yolunda Yapılan Bazı Çalışmalar	116
--	-----

5.3.1. Türk Standartları Enstitüsü'nün Çalışmaları	117
--	-----

5.3.2. İstanbul Ticaret Odası'nın Tüketiciyi Koruma Çalışmaları	120
---	-----

5.3.3. Ankara ve İzmir Ticaret Oda'larıyla Diğer Oda'ların Çalışmaları	123
--	-----

5.3.4. Bakanlıklar İle Belediyelerin Tüketiciyi Koruma Çalışmaları	124
--	-----

5.3.5. Gönüllü Tüketici Örgütlenmesi Girişimleri ve Basında Tüketicikle İlgili Yayınlar	125
--	-----

5.3.6. Sendikaların Tüketiciyi Koruma Çalışmaları: Türk-İş'in Pilot Bölge Uygulaması	126
---	-----

5.4. Türkiye'de Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Mevzuat ve Bunların Genel Olarak Değerlendirilmesi	127
---	-----

5.4.1. Türkiye'de Tüketicinin Korunması Mevzuatı	127
--	-----

5.4.2 Tüketicinin Korunması Mevzuatının Genel Olarak Değerlendirilmesi: Yasaların Çok Eski Olması, Dağınıklığı ve Diğer Hususlar	129
---	-----

5.5. Türkiye'de Tüketicinin Korunması ve AT'ye Uyum Sağlanması Yolunda Alınması Gereken Bazı Tedbirler	133
---	-----

NOTLAR	138
--------	-----

EK I TÜKETİCİ BİRLİKLERİ AVRUPA BÜROSU (BEUC)'NUN MERKEZİ, ÜYELERİ VE YAYINLARIYLA İLGİLİ BİLGİLER (20 Ocak 1989 İtibariyle)	141
---	-----

EK II DÜNYADA ULUSAL VE ULUSLARARASI TÜKETİCİ BİRLİK VEYA ÖRGÜTLERİ	147
--	-----

EK III ULUSLARARASI TÜKETİCİ BİRLİKLERİ ÖRGÜTÜ (UTBÖ-IOCU)'NÜN 2000'Lİ YILLARA YÖNELİK BAŞLICA FAALİYET KONULARI	151
---	-----

ÖNSÖZ

TÜSİAD (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği) 1971 yılından buyana, Türk ekonomisindeki gelişmeleri devamlı olarak izlemekte, önem ve özelliklerine göre zaman zaman güncel ekonomik konularda yayınlar da yapmaktadır.

Kamu yararına çalışan gönüllü bir özel sektör kuruluşu olan TÜSİAD, yayınlarında bilimsel ve tarafsız kalmayı amaç edinmiştir. Bu nedenle, raporda belirtilen değerlendirmelerin resmi görüşler veya üyelerin görüşleri ile doğrudan bir ilişkisi söz konusu değildir.

"AT'de Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'de Durum" adlı bu rapor İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Öğretim Üyesi ve İşletme Yönetimi ve Muhasebe Araştırma Merkezi Müdür Yardımcısı Prof. Dr. İsmet Mucuk tarafından yazılmıştır.

Rapor, Güniz Bursalıoğlu tarafından yayına hazırlanmıştır.

ÖZET, SONUÇ VE ÖNERİLER

Avrupa Topluluğu'nda tüketicinin korunmasına yönelik politikaların ve uygulamaların gözden geçirildiği bu çalışmada, temelde, 1972 Paris Başkanlar Zirvesi'nde alınan ilke kararları uyarınca 1972-1974 yıllarında hazırlıkları yapılan **1."Tüketiciyi Koruma Programı"**ndan başlayarak Topluluğun 1975-1990 dönemini kapsayan üç ayrı Programı yer yer ayrıntılara da inilerek incelenmiştir.

Çalışmada beş bölüm halinde ele alınan tüketicinin korunması konusu; önce, 1.bölümde genel olarak incelenip, başta ABD ve İsveç olmak üzere bu alanda en ileri ülkelerdeki durum ana hatlarıyla açıklanmaya çalışılmış; sonra, 2. ve 3. bölümlerde, AT'deki programlar ve uygulamalar üzerinde durulmuş; daha sonra, 4.bölümde AT'de üretici-tüketici diyalogunu geliştirme çalışmaları ele alınarak, bu alanda AT üyeleri arasında en başarılı uygulamayı gerçekleştiren İngiltere örneği açıklanmıştır.

Son olarak, 5.bölümde; Türkiye'deki tüketicinin korunması çalışmaları ve mevcut mevzuat gözden geçirilerek genel bir değerlendirmesi yapılmış ve birtakım önerilerde bulunulmuştur. Konunun karmaşıklığı çok boyutlu ve çoklu çıkar ilişkilerini ilgilendiren niteliği nedeniyle de, çözümlenmesinin güç olduğu; AT'ye üye olmayı hedeflediğimiz bir ortamda, ancak aynı AT'deki gibi ciddiyetle, çok yönlü çabalarla, süreklilik ve tutarlılık gösteren bir tüketici politikasının oluşturulmasıyla mümkün olabileceği vurgulanmıştır.

Çalışmanın 1.bölümünde genel olarak ele alınan tüketicinin korunması konusunun anlamı, kapsamı, buna ihtiyaç duyulmasının nedenleri, amaçları, araçları, öncü ülke durumundaki ABD'deki gelişimi ele alınarak; bu çerçevede, 15 Mart tarihinin bugün tüm dünyada "tüketici hakları günü" olarak kabul edilmesine yol açan, Başkan J.F.Kennedy'nin özel bir ilgi ile 1962'de "tüketicilerin en önemli ekonomik grup" olduğu ama "yeterli şekilde örgütlenmediği" görüşünden hareketle; varlığını ve devletçe korunmasının gerekliliğini beyan ettiği "temel tüketici hakları"

kısaca açıklanmıştır.

ABD'deki gelişmeler yanında, başta İsveç olmak üzere, diğer İskandinav ülkeleri ile İngiltere, Fransa ve Federal Almanya'daki gelişmelere de kısaca değinilmek suretiyle karşılaştırma imkanı ve geniş bir bakış açısı verilmeye çalışılmıştır.

İkinci bölümde, AT'yi kuran anlaşmalarda tüketiciye bir iki yerde değinen maddelerinin ötesinde konuya yer verilmediği; Topluluk tüketici politikasının, 1972 yılında Devlet veya Hükümet Başkanları düzeyinde gerçekleştirilen "Paris Zirvesi" kararlarıyla ön plana çıktığı; 1972-1974 yıllarında yapılan çok yönlü ve ciddi çalışmalarla hazırlanan 1. Tüketiciyi Koruma Programı'nın saptadığı hayli geniş kapsamlı tüketici politikası üzerinde durulmuştur.

Kendisini takip eden 2. ve 3. Programların da hedeflerini oluşturan 1. Program (1975-1980) temel tüketici haklarını şu 5 noktada toplamıştır:

1. Sağlık ve Güvenliğin Korunması Hakkı
2. Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı
3. Zararın Tazmin Edilmesi Hakkı
4. Bilgilendirilme ve Eğitilme Hakkı
5. Temsil Edilme veya Sesini Duyurma Hakkı

Topluluk yürütme organı olan, Avrupa Komisyonu'nca 5 Aralık 1973'de kabul edilen Program, 1974 yılı içinde danışma niteliğindeki ilgili diğer iki organ olan "Ekonomik ve Sosyal Komite" ile "Avrupa Parlamentosu"nun olumlu görüşleri alındıktan sonra, 15 Nisan 1975'de yasama organı olan AT Bakanlar Konseyi'nde onaylanarak yasalaşmış ve Topluluk Resmi Gazetesi'nde 25 Nisan 1975'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

Bu Program, özellikle tüketicinin sağlığı ve can güvenliği üzerinde durmuş; sunulan mal ve hizmetlerin normal veya önceden tahmin edilebilir şartlarda kullanımının tüketicinin sağlığını ve can güvenliğini tehlikeye sokmaması; bu tür tehlikelerin varlığı halinde, malların pazardan derhal geri çekilmesini sağlayacak basit prosedürlerin geliştirilmesini öngörmüş; başta gıda maddeleri, ilaç, kozmetikler, deterjanlar olmak üzere pek çok malla ilgili düzenlemeler yapılmasını ve tedbirler alınmasını kabul etmiştir.

Sağlık ve güvenlik yanında ekonomik çıkarların korunması da ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Bu çerçevede, üretim hatası bulunan mallardan üreticinin sorumluluğu, yanıltıcı ve haksız reklamın önlenmesi, kapı kapı dolaşarak satışta tüketiciye 1 hafta içinde yeniden düşünme ve sözleşmeyi iptal hakkı verilmesi, tüketim kredilerinde şeffaflık, hizmetlerde tüketicinin

korunması, yaygın öğretimde tüketici olarak öğrencilerin ödedikleri paranın karşılığını alabilmeleri yönünde düzenlemeler programlanmıştır.

Zarar gören tüketicinin tazmin edilme hakkı; mal ve hizmetler hakkında doğru ve rasyonel seçim yapma imkanı veren bilgiler verilmesi; tüketicilerin eğitilmesi üzerinde durulmuş; tüketicilerin kendilerini ilgilendiren konularda özellikle, kendilerini temsil eden dernek veya birlikler şeklindeki gönüllü örgütlerce temsil edilmeleri yolunda ayrıntılı programlama yapılmış ve tedbirler alınması önerilmiştir.

Ancak bu 5 temel tüketici hakkının yeterli yasal/kurumsal/örgütsel düzenlemelerle sağlanması halinde üretici/satıcı karşısında zayıf taraf olan tüketicinin sözkonusu durumunun düzelebileceği; üretici-tüketici çıkar dengesini sağlayacak gelişmelerin toplum refahını da arttıracığı belirtilmiştir.

1981 yılında kabul edilen "Tüketiciyi Koruma 2.Programı" (1981-1986) ve 1986'da kabul edilen "Tüketiciyi Koruma Politikasına Hız Kazandırma Programı" ya da, kısaca 3.Programı (1986-1990), hep 1.Program'ın geniş kapsamlı tüketiciyi koruma amaç, hedef ve politikaları üzerine bina edilmiş; yer yer geliştirmeler olmakla beraber, temelde onların gerçekleşme sürecini devam ettirmiştir. Zira, 1.Programın hedeflerinden pek çoğu ağır işleyen Topluluk yasa çıkarma sürecinin çeşitli aşamalarında kalmış ve o dönemde gerçekleştirilememiştir. Bu yüzden 2.Program, temel tüketici haklarını, bunlarla ilgili ilkeleri ve araçları ayrıntılı şekilde yeniden kabul etmiş ve bunları gerçekleştirmeyi hedef almıştır.

1973 petrol şokunun yarattığı durgunluğun devam ettiği bir ortamda 1.Program'ın sınırlı sonuçlarını geliştirmek isteyen 2.Program, "durgunluk döneminde tüketicinin fiyatlara karşı daha hassas olduğu ve Topluluğun politikaları ile etkili olması gerektiği" ve "çeşitli çıkar grupları arasında diyalog kurulması gerektiği" gibi iki yeni denilebilecek hususu içermiştir.

2.Programın uygulanması da çok yönlü tedbirler alma yolunda çalışmalarla dolu olarak geçmiş; ancak, 1980'lerin ortalarında, yani dönemin sonuna doğru olumlu sonuçlar giderek ortaya çıkmaya başlamıştır.

Aslında hem 1. hem de 2. Program'ın devamı olan 3. Program da, onlar gibi temel tüketici hakları olarak, sağlık ve can güvenliğinin korunması, ekonomik çıkarların korunması, zararın tazmin edilmesi, bilgilendirilme ve eğitilme ile temsil edilme haklarının uygulamada nasıl sağlanacağına ilişkin tedbir öneri ve çeşitli düzeylerdeki yasal/kurumsal önlemlerle doludur.

3.Tüketiciyi Koruma Programı'nın temel amaçları şu üç noktada toplanmıştır: (1)Topluluk'ta

ticareti yapılan malların kabul edilebilir güvenlik ve sağlık standartlarına uyması; (2)Tüketicinin Ortak Pazar'dan daha fazla yararlanabilmesi; (3)Tüketici çıkarlarının, Topluluğun diğler politikalarında daha çok gözönünde tutulması.

1. ve 2. Program'ın uygulandığı 10 yıllık dönemde (1975-1985) yapılan 7 ana nitelikteki yasa teklifinden Konsey'de sadece 4'ünün kabul edilmiş olması; diğler üçünün 6-8 yıl arasında bekletilmekte olması, 3. Programın Bakanlar Konseyi'ne sunulduğu 1985 yılı ortalarında, dikkati çekmiştir. 2. Programın başarısını engelleyen faktörler olarak: "ekonomik durgunluk", "AT'de karar mekanizmasının çok ağır işleme" ve "yasa tekliflerinin sınırlı sayıda mal çeşidiyle ilgili olması", (genel olmaması) ileri sürülmüştür ve bu duruma karşı bazı tedbirler düşünölmüştür.

Gıda maddeleri, kozmetikler, tehlikeli özler, kimyasal maddeler ve katkı maddeleri, oyuncaklar ve çeşitli diğler mallarla ilgili sağlık ve güvenliği sağlayıcı tedbirler programlanmış ve uygulamaya konulmuştur. Evlerdeki tüketim mallarından kaynaklanan kazalar için "Hızlı Enformasyon Mübadelesi" ve "Ev ve Boş Vakit Kazaları Gözetim" Sistemleri 3.Program döneminde başlatılmıştır. Bunlar, bir üye ölkede tüketici için tehlike yaratan bir olayın, derhal tüm üye ölkelere duyurulmasını sağlamıştır.

Ekonomik çıkarların korunmasıyla ilgili olarak da, "hatalı mallarla ilgili sorumluluk" yönergesi 1985'de; "Yanılııcı ve Haksız Reklam" yönergesi 1984'de kabul edilip, 1986'da yürürlüğe girmiştir. Kapı kapı dolaşarak satışla ilgili tasarı 1985'de kabul edilip 1989'da yürürlüğe girmiştir. Tüketici kredisinde şeffaflık, tazmin hakkı, bilgilendirme ve eğitime, temsil edilme konularında da hayli ilerlemeler sağlanmışır.

Çalışmanın 4.Bölümü'nde, AT'de üretici-tüketici diyalogunu (2.Program'ın öngördüğü bir biçimde) geliştirmenin gereği ve bu yolda yapılan çalışmalar incelenmiş; konuyla ilgili olarak genelde olumlu yaklaşım sergileyen Topluluğun çeşitli organlarının görüş ve çalışmaları açıklanmıştır. Yine bu bölümde, üretici-tüketici diyalogunu AT üyesi ölkeler içinde en iyi şekilde başardığı kabul edilen, bunun için kamusal ve özel olarak gayet iyi işleyen kurum ve örgütler oluşturan İngiltere uygulaması bir "örnek olay" şeklinde ele alınarak ana hatlarıyla açıklanmıştır.

Nihayet, 5. ve son bölümde, Türkiye'de tüketicinin korunması yolunda yapılan çalışmalar ve konuyla ilgili mevzuat gözden geçirilerek, bunların genel bir değeriendirilmesi yapılmış; konunun çözümlenmesi yolunda genel nitelikli bazı tedbir önerilerinde bulunulmuştur.

Genel sonuç ve öneri niteliğinde belirtilen bazı hususlar şöyle sıralanabilir:

1. Tüketicinin korunması sorunu; çok boyutlu, çok yönlü ve çeşitli çıkar gruplarını ilgilendirdiği için karmaşık ve çözümlenmesi güç bir sorundur. Bunun kısa sürede çözümlenemeyeceği bilinci ile, bugün hayli geç kalınmış olarak da olsa, zor bir sorun oluşunun gerektirdiği ciddiyetle ve tüm yönleriyle ele alınıp yoğun çabalar sarfedilmelidir.

2. Türkiye, muhtemelen tüketiciyi korumakla çeşitli yönlerden ilgili en fazla yasa, kararname, tüzük, yönetmelik ve talimat hükümleri bulunan ülkelerden biri olduğu halde, tüketicisi en az korunan ülkelerden biridir. Nitekim, bakan düzeyindeki bir yetkilinin şu ifadesi bunu en açık bir biçimde ortaya koymaktadır: "Mevzuatı tarattık, inanılmaz bir bürokrasi fazlalığı var. Türkiye'de tüketicinin korunmasıyla ilgili 58 kanun, 5 tüzük, 10 kararname, 7 yönetmelik ve 10 tebliğ vardır. Ancak buna rağmen tüketicinin korunması sıfırdır". Mevcut yasalarımız büyük bir çoğunlukla 50-60 yıllık olup, aşırı ölçüde de dağınıktır.

3. Tüketicinin korunması sadece iyi yasalar çıkarmakla halledilebilecek bir sorun da değildir. Dünyanın en iyi tüketiciyi koruma yasasını çıkarmanın bile başlı başına bu karmaşık sorunu çözümlenmeye yeterli olmayacağı açıktır. Esasen, dünyada öyle bir temel tüketiciyi koruma yasası ile çözümün örneği de yoktur. Fakat ülkemizde rekabeti sınırlayıcı ve tekelci güç oluşturunca davranış ve uygulamaları engelleme yoluyla tüketicileri dolaylı yoldan korumayı amaçlayan yasa çıkarma girişimleri -bu konuda 1970-1990 arası 20 yıllık dönemde tam 10 tasarı hazırlanmış olmasına rağmen- hala sonuçlandırılmamıştır. Bunun nedeni, ya konuya gereken önemi vermemek, ya da esasen çıkarılmasını istemeyip, sürüncemede bırakmak olabilir.

4. Konuyla ilgili yasalar çıkarmak kadar önemli bir husus, bunlara işlerlik kazandıracak idari/kurumsal tedbirlerin alınması ve gereken uygulayıcı personelin sağlanmasıyla yasaların amaçlarına hizmet edecek bir işlerliğe kavuşturulmasıdır. Bu yönde çeşitli başarılı ülke uygulamalarından yararlanmak için, ülkemizin ekonomik ve sosyo-kültürel özelliklerini gözönünde tutarak bazı kurum ve örgütlerin adaptasyonu konusu ciddiyetle incelenmelidir. Zira, artık günümüzde birçok konuda olduğu gibi bu konuda da "Amerika'yı yeniden keşfe çalışmak da, bazı model ve kurumları körü körüne, aynen kabul etmek"de israftır.

5. Tüketicinin korunmasında başarılı ülkelerin pek çoğunda, devlet başlangıçta bizzat etkin bir rol oynadığı gibi, sürekli bir biçimde gönüllü tüketici örgütlenmelerini teşvik etmekte, bunlara başta finansal destek olmak üzere çeşitli imkanlar sağlamaktadır. Bizde 1982 Anayasası'nın açık seçik "Devlet tüketicileri koruyucu tedbirleri alır. Tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder" (md.172) hükmüne rağmen, devlet gerekli tedbirleri alamamıştır.

6. Esasen tüketicinin korunması öncelikle tüketicinin kendi kendini korumasını sağlayacak tedbirlerle mümkündür. Bu yüzden, gönüllü ve yarı resmi tüketici örgütlenmeleri ve çeşitli

yasal/idari/kurumsal düzenlemelerin yanında, tüketici bilincinin geliştirilmesi ve bunun tüm topluma yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Dolayısıyla, tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi de bu hususta öncelikli konulardan biri olup, sadece devlete düşen bir görev de değildir. AT'de 1986'da alınan bir kararla yetişkinlere yönelik bilgilendirme çalışması yanında, geleceğin yetişkin tüketicileri olarak genç tüketicileri eğitmek üzere tüketici eğitimi, eğitim sisteminin içine alınarak uygulamaya başlanmıştır. Esasen, AT daha 1979'da pilot okullarında bu yönde faaliyeti başlatmıştı. Gerçekleştirilmesi çok zor olmayan bu uygulama eğitim sistemimize getirilebilir.

7. Başta tüketicinin sağlığı ve can güvenliği ile ilgili yasalar günümüze uygun hale getirilip işlerlik kazandırılmalı; rekabeti engelleyici davranışlara karşı anti kartel yasası işleyebilir bir yapıda oluşturularak çıkarılmalıdır. Bunun için, kamuoyuna açıklanmadan kapalı kapılar ardında tartışılan mevcut yasa tasarısı açıklık ilkesi çerçevesinde, yoğun bir biçimde tartışılmalıdır. Türk Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu ve Türk Ceza Kanunu'nun fazla etkinliği olmayan hükümleri günümüze göre düzenlenerek tüketicinin ekonomik çıkarları korunmalıdır.

8. 55 milyonu ilgilendiren bu konuya, başta bakanlıklar, belediyeler, Odalar, TSE- TRT ve çeşitli resmi-özel kurum ve kuruluşların daha çok sahip çıkması; daha çok zaman ve kaynak ayırması sağlanmalıdır. Özellikle, TRT ve özel kitle iletişim araçları tüketici bilincini geliştirmede en etkili araçlardır. Sınırlı imkanlarla başarılı çalışmalar yapan TSE'nin imkanları arttırılmalı ve AT standartlar örgütleri olan CEN ve CENELEC ile ilişkileri geliştirilmelidir. Odaların yavaş yavaş ülkede yaygınlaşan çalışmalarını genişletilmeli ve hızla yayılmalıdır.

9. Genelde "tüketicinin korunması" fikrini kamuoyunun gündeminde tutma, tüketicileri haklarını aramaya yöneltme amacına dönük "yarışma", "panel", "açık oturum", "araştırma" vb. faaliyetlere ağırlık verilmelidir.

10. Tüketicinin korunması hem toplum refahını artırır, hem de işletmeleri daha iyi ve daha kaliteli mal üretmeye sevk ederek, gerek ülke içinde gerek AT ve dış pazarlarda rekabet gücü kazandırır. Bu yönden tüketicinin korunması, üreticilerin de uzun vadeli çıkarlarına uygundur. Zaten sınırlı malın üreticisi olan bir sanayi, binlerce malın tüketicisidir.

11. Ülkemiz, AT'ye üye olmayı hedeflediğine göre bir yandan tüketiciyi korumada mevcut geri durumumuzu düzeltmeye çalışırken; bir yandan da, oradaki yeni gelişmeleri izlemek için tıpkı AT'deki gibi sürekli çalışmalar yapacak komiteler ve çalışma grupları oluşturulmalıdır.

12. Bütün bu yöndeki çalışmalar, uzun vadeli bir ulusal tüketici politikası oluşturulup, bu çerçevede hemen alınabilecek tedbirlerle, orta ve uzun vadeli tedbirlerin birbirlerini bütünleyecek şekilde düzenlenerek uygulamaların titizlikle izlenmesini gerektirmektedir.

13. Ayrıca, sözkonusu tüketici politikası, siyasi çıkar kaygıları ile hep kısa vadeli, sık sık yön değişikliği gösteren bir yol izlenmesi tehlikesinden arındırılmalıdır.

14. Nihayet, son bir husus da şudur; bu tür geniş kapsamlı, çok boyutlu, süreklilik ve tutarlılık gerektiren çalışmalar, devlet teşkilatının en üst düzeylerinde yer alan ve esas işi bu olan bir birimin görevlendirilmesi ile daha etkin ve başarılı olabilir. Böyle bir koordinasyon birimi yasal/ıdari/kurumsal faaliyetleri ile tüketicinin korunması konusunda, her türlü özel, yarı resmi ve tüzel örgütlenmeleri ve gönüllü girişimleri içtenlikle teşvik etmeyi temel ilke olarak benimseyen bir kurum haline getirilmelidir. Tüketiciyi koruma dernek ve birlikleri de ancak böyle bir ortamda hızla gelişip, yaygınlaşabilir. Halen her konuda dernek kurmayı çok zorlaştıran mevcut yasa da, bu amaçla, ihtiyaca göre gözden geçirilmelidir. Esasen raporda belirtildiği gibi, yeni Anayasamız tüketicinin korunmasını amir hüküm olarak devlete görev olarak vermiş bulunmaktadır.

GİRİŞ

Tüketicinin korunması konusu, bu asrın başından itibaren öncelikle ABD'de ve onu takiben belli başlı Avrupa ülkeleriyle, Japonya ve Kanada gibi günümüzün diğer gelişmiş ülkelerinde gitgide artan ölçüde önem kazanmış ve çözümü yolunda büyük ilerlemeler kaydedilmiş bulunan bir konudur. Zamanla geri kalmış ülkeler de dahil olmak üzere, hemen hemen dünyanın her köşesinde güncellik kazanmış ve çeşitli düzeylerde yasal/örgütsel düzenlemelerle çözüm yolları geliştirilmiştir.

Bir ülkede yaşayan tüm halkı ilgilendiren bu çok boyutlu, karmaşık ve çözümlenmesi güç sorun, temelde hemen hemen her yerde tüketicinin aleyhine olan üretici/satıcı-tüketici dengesini sağlamayı; en azından mümkün olduğu ölçüde azaltmayı hedef almaktadır. Tüketicinin satın aldığı mal ve hizmetlerle ilgili olarak sağlığının ve can güvenliğinin tehlikeye düşmemesi; bunlar için ödediği paranın tam karşılığını alabilmesi; üretim hatası vb. gibi nedenlerle maruz kaldığı zararın tazmin edilmesi; tüketici olarak kendisini ilgilendiren kararlarda temsil edilmesi bugün dünyada genel kabul görmüş bulunan tüketici hakları olarak bilinmektedir.

Avrupa Topluluğu, üyesi olan ülkelerdeki tek tek ve birbirlerinin hayli farklı düzeylerdeki tüketici haklarının korunması durumunu, birbirlerine yaklaştırma yoluyla zamanla aynı düzeye getirmek üzere 20 yıla yakın bir süredir çaba sarfetmekte ve sürekli yeni yasalar çıkarıp, idari/kurumsal düzenlemeler yapmaktadır.

Avrupa Topluluğu'nun bu yöndeki çalışmaları bu raporda hayli ayrıntılı bir biçimde açıklandığı üzere, uzunca süren hazırlıklar sonunda hazırlanan birbirini tamamlayıcı nitelikte Tüketicii Koruma Programları ile uzun vadeli bir perspektif içinde ele alınmıştır. Adeta bir "**Avrupa Tüketici Hakları Beyannamesi**" niteliği taşıyan bazı tüketici haklarının, 1975'de yasalaşarak yürürlüğe giren **1.Tüketicii Koruma ve Enformasyon Programı** ile ortaya konulması ve

hedeflerin saptanması AT için bu alanda önemli bir dönüm noktasıdır.

1992 yılı sonuna kadar Avrupa Tek Pazarı'nı oluşturmak üzere çalışmalarını hızlandıran AT'ye girmeyi hep hedef aldığımız için, çeşitli diğer kurumlarda olduğu gibi tüketicinin korunması konusunda yapılan çalışmaların, titizlikle ve ciddiyetle hazırlanıp uygulamaya konulan programların yakından takip edilmesi, bu alanda ülkemizde de bir takım tedbirlerin alınarak ileriye dönük uyum çalışmaları yapılabilmesi için bir ön şart niteliğindedir. Bu rapor, işte bu amaç doğrultusunda konunun bazı önemli yönlerini açıklamaya çalışmaktadır.

Raporda, tüketicinin korunması beş bölümde ele alınarak, önce genel olarak konu incelenmiş ve ABD, İsveç ve bazı diğer gelişmiş ülkelerdeki gelişmeler kısaca gözden geçirilmiştir. İkinci bölümde, Avrupa Topluluğu'nda tüketiciyi korumaya yönelik ilk çalışmalar, "1.Tüketiciyi Koruma Programı"yla benimsenen tüketici hakları ve politikaları incelenmiştir. Üçüncü bölümde, AT'de 1980 sonrasında tüketicinin korunması konusu üzerinde durularak, 2. ve 3. "Tüketiciyi Koruma Programları" ve bunları uygulamaya yönelik çalışmalar ve alınan tedbirler açıklanmıştır.

Dördüncü bölümde, tüketicinin korunmasında üretici-tüketici diyalogunu geliştirme çalışmaları ve başarılı bir uygulama olarak İngiliz örneği incelenmiş; son olarak, beşinci bölümde de, Türkiye'de tüketicinin korunmasıyla ilgili çalışmalar, mevcut yasalar ve alınması gereken tedbirler üzerinde durulmuştur.

BÖLÜM I

GENEL OLARAK TÜKETİCİNİN KORUNMASI:

ANLAMI, KAPSAMI, NEDENLERİ, AMAÇLARI, ARAÇLARI, ABD'DE GELİŞİMİ, TEMEL TÜKETİCİ HAKLARI, İSVEÇ VE DİĞER BAZI GELİŞMİŞ ÜLKELERDEKİ GELİŞMELER

Tüketicinin korunması sorunu, gelişmiş ve gelişmekte olan pekçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de gitgide önemi artan, bu yüzden güncelliğini asla yitirmeyen konulardan biridir. Bu karmaşık soruna çözüm bulma yolunda devletçe, gönüllü tüketici gruplarınca, iş dünyasının mesleki kuruluşlarınca ve hatta bireysel olarak işletmelerce yapılan çalışmalar, yasal ve örgütsel düzenlemeler tüm dünyada hızla artmakta ve gelişmektedir. Konunun, bir "tüketicinin korunması hareketi veya akımı" şeklinde ortaya çıkması nisbeten yeni olup, özellikle 1960'lı yılların başlarında A.B.D.'de kendini göstermiş; sonra, başta Batı Avrupa ülkeleri olmak üzere diğer ülkelere yayılmıştır.

Avrupa Topluluğu'nda tüketicinin korunması yolunda yapılan hayli kapsamlı çalışma ve düzenlemeleri incelemeye girmeden önce, bu bölümde konu genel olarak ele alınarak önce tüketiciyi korumanın anlamı, kapsamı, nedenleri ile amaçları ve araçları üzerinde durulacak; sonra, bu çok yönlü ve çok boyutlu soruna yönelik olarak geniş bir bakış açısı verilmeye çalışılacaktır. Bu amaçla da, konunun A.B.D.'deki gelişimi tarihi perspektif içinde ana hatlarıyla gözden geçirilecek ve devletçe benimsenen tüketicinin temel hakları kısaca açıklanacaktır. Yine bu çerçevede, uluslararası düzeyde karşılaştırmalar yapmaya olanak sağlamak üzere, A.B.D. dışında bu alanda öncü ve ileri durumda bulunan İsveç ile diğer bazı gelişmiş ülkelerdeki yasal ve örgütsel düzenlemelere değinilecektir.

1.1. TÜKETİCİNİN KORUNMASININ ANLAMI, KAPSAMI, NEDENLERİ, AMAÇLARI VE ARAÇLARI

1.1.1. Tüketicinin Korunmasının Anlamı ve Kapsamı

Tüketicinin korunması, çoğunlukla, mal ve hizmetlerin üretici ve satıcılarının karşısında nisbi olarak daha zayıf durumda bulunan tüketicilerin pazardaki güçlerini arttırmayı amaçlayan bir "sosyal hareket veya akım"olarak görülür.(1). Bu yoldaki çok yönlü ve çok çeşitli çalışmalarla; yasal, örgütsel düzenlemelerin, eğitim ve bilgilendirmenin güçlü taraf olan üretici ve dağıtımcı işletmelere- özellikle, pazara hakim büyük işletmelere karşı bir çeşit denge sağlayıcı," düzenleyici gç" oluşturması gerektiği düşünülür.

Aslında tüketicinin korunması konusu, farklı kimselere az çok farklı anlamlar ifade etmektedir. Bu konuda çeşitli uzman tanımlarından bazıları şöyle ifade edilebilir:

Kimine göre tüketicinin korunması,

"Alım-satım işleminde güç dengesinin satıcıların lehine olmasından doğan haksızlıklara tüketicilerin tepkisi ve bu haksızlıkları giderici gayretleridir"(2)

Kimine göre,

"Beklentilerini karşılamayan mallardan dolayı biriken tatminsizliklerine czm, zararı düzeltme ve iade hakkı arayan tüketicilerin örgütlenmiş çabalarıdır" (3);

Kimine göre de,

"Tüketicinin,'üreticiyi', 'kendisine ilgi duymakla birlikte, tüketicici dünyasını ve gerçeklerini anlamak için gereken çabayı göstermeyen ve bu yüzden anlamayan, tüketiciden onun ayırdetmediği farklılıkları ayırdedebileceğini uman bir kimse" olarak görmesine dayanır"(4). Verilen tanım veya görüşlerin çoğunda tüketicinin korunması kavramından, tüketicilerin örgütlenmeleri, sosyal bir gç olmaları ve özel veya resmi nitelikte olsun çeşitli kuruluşların alım-satım işleminde zayıf taraf olan alıcının pazardaki gücünü arttırmaya, onun refahını, sağlık ve eğitimini gerçekleştirmeye yönelik faaliyetleri anlaşılmaktadır. Böyle olunca da, söz konusu tanımlarda tüketicici üzerinde fazlaca durulmakta; fakat tüketicici haklarını korumaya yönelik kuruluşlara yeterince yer verilmemektedir. Halbuki, tüketicinin korunması sadece tketiciciyi korumayı değil, onunla ilgili örgütlenmeleri ve özellikle ona nasıl yardım edileceğini de içine almalıdır. İşte bu yöndeki bir görüşe göre, tüketicinin korunması; "Tüketicici haklarına zarar veren uygulamalara karşı bu hakları korumak için hükümetin, işletmelerin ve bağımsız örgütlerin giderek genişleyen faaliyetleri dizisidir"(5).

Oldukça yaygın bir biçimde kabul gören bu sonuncu görüş, özellikle bireysel olarak tüketici ile işletmenin direkt ilişkisini vurgulamaktadır. Buna göre, tüketicinin korunması sürekli gelişme gösteren bir kavram olduğu için, çok çeşitli olan boyutlarının genel kabul görmüş bir dökümü mevcut değildir; ancak, sözkonusu direkt tüketici-işletme ilişkisi çerçevesinde tüketicinin korunmasıyla ilgili üç husus temsili niteliktedir (6):

1. Doğrudan Doğruya Hakların Kötüye Kullanılmasına Karşı Koruma

Bu, bir malın kullanımından dolayı tüketicinin sağlığına ve can güvenliğine gelecek tehlikeleri olduğu kadar direkt hile ve aldatmalara karşı korumayı da içine alır. Tüketici hakları savunucuları ile iş dünyası arasında bu tür kötüye kullanmaların önlenmesi konusunda ilke olarak görüş birliği vardır; sadece korumanın ne derece olması gerektiği yönünde görüş ayrılıkları doğmaktadır. Esasen, tüketicinin korunmasının bu en eski ve en az tartışmalı yönü üzerinde çoğunlukla sansasyonel biçimde ortaya çıkan kötüye kullanımlardan sonra başta ABD olmak üzere, gelişmiş ülkelerde hükümetler tedbir alma yoluna gitmişlerdir. (Özellikle, lastik, otomobil ve et konularında olduğu gibi).

2. Yeterli Bilginin Sağlanması

Bu husus tüketicilerin ekonomik çıkarlarıyla ilgilidir; burada temel sorun, tüketicinin bilgi edinme hakkının, ona aldatılmamanın da ötesinde, akıllıca satın alma kararı vermesini garantileyecek şekilde malın kullanım özelliklerine ilişkin bilginin sağlanıp sağlanmaması noktasında toplanmaktadır. İşletmelerin, alıcının üreticinin ürününe ve markasına göre kendi değerlendirmesinin kendisinin yapması gerektiği görüşüne karşın; tüketici hakları savunucuları, bu bilginin tarafsız kaynaklarca verilmesi ve kullanımdaki özelliklerini açıklaması gerektiğini ileri sürmektedirler.

3. Tüketicilerin Kendilerine ve Birbirlerine Karşı Korunması

Tüketicilerin kendi yararları açısından uygun olmayacak şekilde hareket etmeleri veya başkalarının çıkarlarına zarar vermeleri sözkonusu olabilmektedir. Örneğin, otomobillerde güvenlik tertibatının yetersiz olması, bir araca binen diğer kimselerin de zarar görmelerine yol açmaktadır. Ya da, otomobilde emniyet kemeri kullanmanın zorunlu hale getirilmesi olayında olduğu gibi tüketicinin kendi kendine karşı korunması gereği duyulabilmektedir. Keza, evden eve dolaşp satış yapan satıcılara karşı, alıcıya "alım kararını gözden geçirme hakkı veren bir süre tanınması" yolundaki yasal düzenlemeler, özellikle tecrübesiz, bilgisi ve eğitim düzeyi düşük tüketiciler yönünden büyük yararlar sağlamaktadır.

1.1.2. Tüketicinin Korunmasının Nedenleri

Tüketicinin korunması ihtiyacı, temelde, pazar ekonomisi sisteminin tam olarak işlememesinden kaynaklanır. İktisatçılar ideal olarak, tam işleyen bir serbest pazar kavramı çerçevesinde tüketicilerin pazardaki tüm mallar hakkında eksiksiz bilgiye sahip olacaklarını; üreticilerin de tüketici istek ve ihtiyaçlarını belirleyip, üretimlerini bu talepler doğrultusunda yönlendireceklerini kabul ederler. Ancak, günümüzde bu varsayımlar gerçekleşmemekte, sayısız nedenlerle tüketiciler tam bilgi bir yana, çoğu kez ortalama bir bilgi düzeyine bile ulaşamamaktadırlar.

Gerçekten, teknolojinin hızla ilerlediği günümüzde, pazara her gün yeni mallar çıkarılmakta; tüketiciler bu yeni mallar ve özellikleri hakkında bilgi sahibi olamamaktadırlar. Esasen teknoloji, yeni mallarda karmaşıklığı ve birtakım tehlikeleri de getirmekte; böylece, tüketicilerin seçim yapması da zorlaşmaktadır. Tüketiciler sınırsız mal farklılaştırmalarıyla, mallarla ilgili teknik bilgi yetersizliği ile, aynı malın değişik değişik fiyatlardan satışa sunulmasıyla, sürekli fiyat artışlarıyla ve artan fiyat yanında mallarda kalite düşüklükleriyle yüzyüze gelmekte; mallarla ilgili satış sonrası hizmetlerin yetersizliği veya sürekli artan maliyetleri ve ayrıca işletmelerin hayli abartmalı veya yanıltıcı reklamlarıyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu konularda kime şikayet edeceklerini bilmedikleri gibi, yapacakları şikayetin etkili olacağına da inanmamaktadırlar (7). İşte, günümüzün giderek bilinçlenen tüketicisi, kendisini tedirgin eden bu durumlara artık karşı çıkmaktadır. Esasen belirtilen koşullar altında tüketicilerin rasyonel, kendilerine uygun mal seçimleri yapmaları hayli zorlaşmaktadır. Oysa, yukarıda belirtildiği gibi serbest pazara dayalı bir ekonomi düzeni rasyonel tüketici tercihlerine ve kararlarına dayanır; eğer tüketiciler makul seçim yapamıyorlarsa, kendilerine uygun olmayan mallara yöneliyorlarsa bundan tek tek kendileri zarar gördüğü gibi, sonuçta tüm ülke ekonomisi de zarar görür.

Öte yandan, devleti temsil eden organlar da zaman içinde ekonomik sistemin iyi işlemeyen, özellikle tüketici lehine aksaklıklar gösteren taraflarını fark ederek ve bazen de oluşturulan kamuoyunun etkisi ile tüketicinin korunması konusuna el atmışlardır. Zaten tüketici haklarının en iyi korunduğu ülkelerde devlet bu alanda öncülük ettiği gibi, direkt veya dolaylı çeşitli yollardan yardımcı olmuş; yarı-resmi örgütlerin kurulmasını sağlamış ve gönüllü örgütlenmeleri desteklemiştir.

Tüketicinin korunmasını gerektiren başlıca nedenler şöyle sıralanabilir: (8)

1. Tüketiciler satın aldıkları mal veya hizmetlerden memnun kalmamakta; umduklarını bulamayınca da psikolojik huzursuzluk duymaktadırlar. Reklamlarında tantıldığı gibi verimli çalışmayan ev aletleri veya kalitesi bozuk gıda maddeleri, verdiği garantiler tam olarak yerine

getirilmeyen veya pahalı olarak gerçekleştirilen garanti belgeleri gibi konularda tüketici tatminsizlikleri ve şikayetleri oldukça yaygındır.

2. Aynı ihtiyacı karşılamak üzere çeşitli marka, etiket ve ambalaj içinde birbirine çok benzeyen malların pazara sunulması tüketicileri şaşırtmakta, zihinlerini karıştırmakta ve malların değeri hakkında da kuşku uyandırmaktadır.

3. Tüketiciler pazarda mevcut malların markaları, fiyatları ve kaliteleri hakkında gerekli bilgiye sahip olamamakta; yeterince fiyat-kalite karşılaştırması yapamamaktadırlar. Bu durum da, -başta arasına satın alınan ama teknolojik değişme gösteren ve nitelikleri tam olarak açık olmayan mallarda olmak üzere- şaşırmalara ve yanlış seçim dolayısıyla tatminsizliklere yol açmaktadır.

4. Tüketiciler satın alma konusunda yeterli teknik bilgi ve eğitimden yoksun olduklarından, yanıltıcı reklamların, kendi duygularının veya çevrelerinin etkisiyle hareket etme eğilimi göstermektedirler. Bu eğilim de, her satın alma işleminde dikkatli, titiz bir inceleme ve değerlendirme yapmaya olanak bırakmamaktadır. Zaten malların çoğu, karşılaştırma ve değerlendirme için teknik bilgi ve beceriyi gerektirmektedir.

5. İşletmelerin, kendi malları ve hizmetleri hakkında bilgi verici olmaktan çok duygusal nitelikli veya yanıltıcı reklamlara yönelmeleri veya aşırı abartmaları tüketicilerin doğru seçim yapmalarını zorlaştırmaktadır.

6. Enflasyon ortamında sürekli artan fiyatlar tüketicilerin satın alma gücünü azaltmakta; fiyat artışlarına tepki göstermelerine yol açmaktadır. Ayrıca, satın alınan mala gerçek değerinden fazla para ödediği kuşkusuna düşmesine neden olarak ayrı bir huzursuzluk kaynağı oluşturmaktadır.

1.1.3. Tüketicinin Korunmasının Amaçları ve Araçları

Tüketicinin korunması hareketinin amaçları ve çözüm yolları konusundaki görüşlerde tam bir birlik bulunmamakla beraber, bunları savunanların nisbeten birbirine yakın fikir gruplarının sahipleri olarak ele alınması yoluyla üç ana grupta toplanması mümkündür:(9)

1. Tüketici Eğitimi Temel Alanlar. Bunlar, pazarda mevcut koşullarda hile ve aldatmalardan kendini kurtaracak ve akıllıca alış-veriş yapacak şekilde tüketiciyi eğitmenin önemini ve gereğini vurgulayanlardır.

2. Tüketiciyi Koruyucu Yasalardan Yana Olanlar. Bunlar, özellikle tüketicinin sağlığına

ve can güvenliğine zarar verebilecek konulara önem verenlerdir. Bilim adamları, doktorlar, beslenme uzmanları v.b. meslek mensupları bu gruba girmektedir.

3.Reformcular.Bunlar da, birinci gruptakiler gibi tüketici eğitiminin önemini vurgulayan; ikinci gruptakiler gibi kişinin sağlığının ve can güvenliğinin garantiye alınmasını savunan, ama bunlara ilave olarak, tüketicinin hükümette daha iyi temsil edilmesini, sesini duyurmasını ve tüketicilere mallarla ilgili olarak daha fazla bilgi verilmesini sağlamayı amaçlayanlardan oluşmaktadır.

Görüldüğü üzere, tüketicinin korunmasında tüketici eğitiminin özel bir yeri ve önemi vardır. Tüketicilerin mallar hakkında mümkün olduğu kadar çok bilgilendirilmeleri yoluyla kalite-fiyat karşılaştırmaları yapmayı öğrenmeleri; neyi ne zaman ve nereden almalarının daha yararlı olacağı konusunda aydınlatılmaları; üretici ve aracı işletmelerin listelerinin sağlanması ve nihayet mallarla ilgili kalite testleri ve deneylerin yapılarak, yayın faaliyetleriyle de sonuçlarının tüketicilere sunulması oldukça önem kazanmaktadır.

Bu yollarla tüketicinin hile ve aldatmadan kendini kurtararak kendi kendini koruması amacı güdülmektedir. Sağlığa zararlı gıda maddelerinin üretici veya satıcılarına, aşırı fiyat artışları yapan işletmelere karşı mallarını satın almama veya boykot yoluyla etkiler de yapılabilmektedir. Ancak, A.B.D.'de bile bu tür faaliyet çok etkili olamamıştır. Tüketici haklarını gerçekleştirme amaçlarına ulaşmada izlenebilecek hareket tarzlarından biri de, işletmelere, tüketicilere karşı sorumluluklarını kabul ettirme yolunda etkili çabalar harcanmasıdır.

Öte yandan, konuya işletmeler açısından bakıldığında, tüketicinin korunması hareketini görmemezlikten gelmek ve olumsuz tepki göstermek yerine yapılması gereken şey, tüketicilere karşı olumlu bir yaklaşımı benimsemek olmalıdır. Esasen, modern pazarlama anlayışının temel ilkesi olan "tüketiciyi tatmin ederek kar sağlamaya yönelmek" zaten günümüz işletmeciliğinde genel kabul görmüş bir yaklaşımdır.

İşletmeler neler yapmalıdırlar veya yapabilirler? Herşeyden önce "tüketici işleri servisi" veya "bölümü" kurularak müşteri istekleri, şikayetleri v.b. konular tesbit edilip değerlendirilebilir. İşletme; aldatıcı, yanıltıcı olarak algılanan uygulamaları gözden geçirilip düzeltebilir. İşletmenin dağıtım kanallarında yer alan dağıtımcı işletmeler de tüketici isteklerine ve bu isteklerin tatmin edilmesine gereken önemi verecek şekilde eğitilip yönlendirilebilir. Yukarıda belirtilen "tüketici işleri" veya "müşteri hizmetleri" gibi isimlerle anılacak servis veya bölümün masrafları işletme bütçesine yayılır (10).

1.2. ABD'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE DEVLETÇE BENİMSENEN TEMEL TÜKETİCİ HAKLARI

Tüketicinin korunması aslında çok eski bir konu olup, tarihte çeşitli devletlerde ve dönemlerde yer yer rastlanan bir olgudur. Örneğin, Babillerde, eski Yunan ve Roma İmparatorlukları ile Osmanlı İmparatorluğunda, İngiltere ve Fransa'da bu yönde düzenlemeler ve örgütlenmeler görülmektedir. Eski çağlarda tüketiciyi koruma, dini, ahlaki kurallarla, sonraları mesleki kuruluşlar olan loncalar ve ahilik gibi teşkilatlarla sağlanmaya çalışılmıştır.

Batı'da Fransız devrimi ile çok önemli ekonomik ve sosyal değişimlere yolaçan sanayi devriminin yarattığı ortamda gelişen liberal iktisat görüşleri tüketicinin tam rekabet koşulları içinde arz-talep kanunları çerçevesinde kendiliğinden korunabileceği düşüncesini ortaya çıkarmıştır. Ancak özellikle 19'uncu yüzyılın liberal ekonomi uygulamalarında tüketicinin ve genelde toplumun çıkarlarının kendiliğinden uzlaşıp, bağdaşabileceği düşüncesinin umulan sonucu vermediği anlaşılmıştır. Böylece en serbest pazar ekonomilerinde bile tüketicilerin pazar mekanizmasının işleyişine bırakılmaması, devletin birtakım koruyucu tedbirler alması gereği ve zorunluluğu kamu yöneticilerince anlaşılmıştır. Sonuçta, çeşitli ülkelerde ağır bir tempo ile de olsa giderek artan ölçüde bu konularda düzenleyici tedbirler alma eğilimi görülmüştür.

Bu arada, tüketiciler de çeşitli ülkelerde kooperatifler kurarak kendi kendilerini korumaya yönelik örgütlenmeye gitmişlerdir. Tüketicilerin tüketim kooperatifleri kurarak işletmelerin aralarındaki rekabeti tüketici aleyhine olarak engelleyici ve tekeldi eğilimlerine karşı, uygun fiyatlı ve uygun kaliteli malların temininde üyelerine ekonomik yarar sağladıkları görülmüştür. ABD'de ve daha 1850'lerden başlayarak İngiltere'de, 1920'lerde İsveç'te, 1950'lere doğru Fransa'da tüketim kooperatifleri başarılı çalışmalar yapmışlar; güçlü işletmelerin tekeldi eğilimlerine karşı giriştikleri ekonomik mücadelede devlet desteği de almışlardır (11).

Fakat çeşitli gelişmiş ülkelerde görülen tüm bu tür çabalar ve devletçe alınan birtakım tedbirler gitgide büyüyerek devleşen işletmeler karşısında yetersiz kalmıştır. Teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı çok çeşitli malların çok değişik nitelikleri karşısında tüketicinin rasyonel ve doğru karar vermesinin güçlüğü; onun bedensel-ruhsal sağlığına zararlı ve ekonomik çıkarlarını zedeleyebilecek durumlar ve bu durumların yarattığı sorunlar birbirlerini izlemiştir. Böylece, tüketicinin üretici veya dağıtımçı işletme-alıcı ilişkilerinde hep nisbeten zayıf kalan taraf olma durumunun süregeldiği görülmüştür.

Tüketicinin korunması alanında en önemli gelişmeler bu alanda öncü durumdaki ülke olan ABD'de ortaya çıkmış ve ortak özellikler taşıyan ekonomik koşullarda üç ayrı dönem halinde aşamalı bir süreç göstermiştir (12).

1. Birinci dönem : 1900'lü yılların başı
2. İkinci dönem : 1930'lar
3. Üçüncü dönem : 1960'lar.

Bugünkü anlamda tüketicinin korunması üçüncü döneme, yani 1960'ların başlarından itibaren ABD'de hız kazanan gelişmelere ve bunların diğer gelişmiş ülkelere yayılmasına dayanmakta ise de, burada konunun bütünlüğü açısından ilk iki döneme de yer verilecektir.

Bu dönemlerin ortak özelliği, ekonomik alandaki kargaşanın ve artan gıda fiyatlarına karşı boykotların görülmesi, yeni tüketici örgütlerinin ortaya çıkışı ve sık kullanılan tüketim mallarının doğurduğu tehlikelerin gazetelerde ve diğer yayınlarda işlenmesinin yeni tüketiciyi koruyucu yasalar çıkarılması yolunda talep yaratmasıdır (13). Gerçekten, çeşitli malların kullanılmasının tüketici sağlığını ve güvenliğini nasıl tehdit ettiğini gazete ve kitaplarda açıklayarak tüketicileri ve politikacıları uyaran yazılar körükleyici etki yaparak, ABD Kongresi'nin, daha 1906'da "Gıda Maddeleri ve İlaç Yasası" ile "Et Denetim Yasası"nın çıkarmasına yolaçmıştır.

1930'larda görülen ikinci tüketici hareketinde de enflasyonist bir ortamın aşırı fiyat artışları, bazı ilaç skandallarının ortaya çıkarılması ve Detroit'li evkadınlarının giriştikleri boykot hareketi etkili olmuştur. Bu sayede 1906 tarihli Gıda Maddeleri ve İlaç Yasası gözden geçirilmiş; tüketiciyi koruyucu önemli bir kamu kuruluşu olan "Federal Ticaret Komisyonu"nun yetkilerinin genişletilmesi yoluna gidilmiştir.

1960'larda ortaya çıkan üçüncü dönem gelişmeleri de, yine artan fiyatlar ve ortaya çıkarılan ilaç skandalları ortamında, dünyaca haklı bir ün kazanan tüketici hakları savunucusu Ralph Nader'in tüketicileri örgütlemesi, ABD Başkanı John F.Kennedy'nin ve onu takiben Başkan L.B. Johnson'un ve Richard D.Nixon'un konuyla özel olarak ilgilenmeleri ve Kongre'yi etkileyen mesajlar göndermeleri ile önem kazanmıştır. Daha sonra görüleceği üzere, bu dönem, hepsinde ortak bazı özellikler dışında önemli farklılıklar da göstermektedir. Nitekim temel tüketici hakları artık devletçe kabul edilerek, Federal Hükümetçe direkt olarak bunların korunmasına yönelik yasalar çıkarılmış; mevcut olanlar değiştirilip genişletilmiştir. İşletmelerarası rekabeti engelleyici faktörleri ortadan kaldırarak, serbest rekabeti geliştirmek suretiyle tüketiciyi dolaylı yollardan koruma yolu, söz konusu direkt koruma yanında geri plana düşmüştür. Devletçe de teşvik gören gönüllü örgütlenmeler de bu dönemde görülmemiş boyutlara ulaşmıştır.

1.2.1. Birinci Dönem: 1900 Yılları Başları

ABD'de tüketicinin korunması alanında ilk dönem bu asrın ilk 15 yılını kapsar; ancak konumuzla ilgili olarak daha geçen yüzyılın sonlarında bazı gelişmeler de görülmüştür. Nitekim ilk tüketiciyi

koruyucu yasa 1872 yılında Federal Hükümet tarafından çıkarılmış; bununla işletmelerin posta idaresini kullanarak tüketicileri aldatmaları federal suç sayılmıştır. Ticarete rekabeti engelleyici anlaşma ve birleşmeleri önleyici ilk önemli yasa olan "Sherman Antitröst Yasası" (Sherman Antitrust Act) da 1890 yılında çıkarılmıştır (14). İlk tüketici birliği de 1891 yılında New York'ta kurulmuş ve bunu, bu asrın başlarında sayıları artan diğerleri takip etmiştir. 1879-1905 yılları arasında gıda maddeleri ile ilaçların üretimini ve satışını düzenlemek üzere sayıları 100'ü aşan yasa tasarıları Kongre'ye sunulmuşsa da, bir yandan işletmelerin muhalefetine güçlü olması, diğer yandan gerek Kongre'nin gerekse tüketicilerin yeterli ilgiyi göstermemeleri yüzünden sonuç alınamamıştır (15).

Bu asrın ilk birkaç yılı içinde bazı büyük işletmelerin aralarındaki rekabeti her türlü yola başvurarak ortadan kaldırmak suretiyle nasıl büyüyüp devleştiğini; gıda sanayiinde gıda maddelerinin taze görünümünü sağlamak için sağlığa zararlı, hatta tehlikeli ilaç ve maddelerini kullandığını (örneğin sebzelerin yeşil görünmesi için üzerlerine bakırsülfat püskürtüldüğünü) ortaya koyan araştırma raporları ile bunların halkın anlayabileceği bir dille gazete makaleleri halinde kamuoyuna açıklanması, ilk önemli tüketici tepkilerine yolaçmıştır. Özellikle, kimyager Dr. Harvey Wiley'in gıda endüstrisiyle ilgili araştırmalarının bulguları dönemin ABD Başkanı Roosevelt'in de dikkatini çekerek yakın ilgisine sebep olmuştur. Böylece, Kongre'ye sunulan "Gıda Maddeleri ve İlaç Yasası" tasarısı, Amerikan Tıp Birliği'nin de desteklemesiyle 1906 yılında yasalaşmıştır. ABD'de tüketiciyi korumayı amaçlayan ilk önemli yasalardan biri olan Gıda Maddeleri ve İlaç Yasası (Food and Drug Act) bozuk ve hileli gıda maddeleri ile ilaçların üretimini, satışını ve ülke içinde taşınmasını yasaklamıştır.

Bu dönemin diğer önemli bir yasası da, gıda maddelerinin ambalajlandığı kuruluşlardaki sağlığa aykırı çalışma koşullarının ve bu maddelere sağlığa zararlı maddelerin karıştırıldığının açıklandığı bir kitabın yayınlanması üzerine et satışlarının birdenbire düştüğü bir ortamda çıkarılan "Et Denetim Yasası" dır (Meat Inspection Act). İlkinden sadece iki ay sonra, yine 1906 yılında toplumun ve basının baskısı ile hükümetin et ve etli maddeler endüstrisindeki suistimalleri önlemek için Kongre'den geçirdiği bu yasa ile hükümete bu gıda maddeleri üzerinde denetim yapma yetkisi verilmiştir.

Söz konusu iki önemli yasanın çıkarılması, halk tarafından coşkuyla karşılanmış; tüketicinin korunmasına olan ilgiyi artırarak, halkın ve Kongre'nin daha fazla bilinçlenmesine yolaçtığı gibi, bu amaçlarla özel komite, klüp ve birliklerin kurulmasını da hızlandırmıştır. Ancak en önemli sonucu belki de bu bilinçlenme olan tüketici zaferleri o günler için büyük başarı olmakla birlikte uzun dönemde pek başarılı olamamıştır. Zira 1906 yılı sonrasında konuya politik ilgi azaldığı gibi, yasaların çıkışı işletmelerin tüketicinin korunmasına karşı olumsuz tutumlarını fazla etkilememiştir.

Bu dönemin önemli bir yasası da, "Federal Ticaret Komisyonu" adıyla, ticaretteki aldatıcı uygulamalara karşı tüketiciyi koruma amacını güden önemli bir devlet kuruluşunun kurulmasını sağlayan yasadır. 1914'de çıkarılan Federal Ticaret Komisyonu Yasası (Federal Trade Commision Act) bu dönem boyunca zayıf kaldığı ve tüketiciyi fazla koruyamadığı için, ikinci dönemde düzeltilerek Komisyon'a daha geniş yetki verilmiştir. Ayrıca, yine 1914 yılında, 1890'da çıkarılan Sherman Antitröst Yasası gibi, ama daha spesifik rekabeti azaltıcı uygulamalara karşı Clayton Yasası (Clayton Act) adıyla bir yasa çıkarılmıştır. Bu yasa da esas itibariyle tekelci eğilimlere karşı bir tedbir yasasıdır (16).

1.2.2. İkinci Dönem: 1930 Yılları

I. Dünya Savaşı'ndan 1929 yılında başlayan Büyük Ekonomik Kriz'e kadar geçen dönem A.B.D.'de bir refah dönemi olmuştur. Bu dönemde dayanıklı tüketim mallarının çeşitlerinin artmasına karşılık, bunların birçoğunu ilk defa satın alan tüketiciler ne malları, ne de onlardan ne beklediklerini tam olarak bilmemişlerdir. Kısacası, yoğun olarak yürütülen reklamlarda belirtilenler dışında malların nitelikleri konusunda fazla bilgiye sahip değildirlir.Öte yandan, reklamlardaki aldatmaca, kalitesi düşük mallar hakkında yanıltıcı bilgiler verilmesi de yaygın bir uygulama halini almıştır.

İşte böyle bir ortamda, Amerikan Standartlar Bürosu'nda çalışan biri iktisatçı, diğeri mühendis iki kişinin 1927 yılında yayınladıkları "Paranın Değeri" (Your Money's Worth) adlı kitap tüketicinin parasını boşuna harcamasına neden olan aldatıcı reklamları ortaya koyunca konu büyük ilgi görmüş, kitap hemen en çok satan kitaplar listesine girmiştir.Stuart Chase ve Frank J.Schlink isimli bu yazarlar, halkın malları satın almadan önce Amerikan Hükümeti'nce yapılan karşılaştırmalı testler benzeri test sonuçlarını bilmeye hakkı olduğu görüşünden hareket ederek 1929'da kar amacı gütmeyen, "Tüketiciler Araştırma Birliği" (Consumer Research Inc.) adıyla bir birlik kurmuşlar, çok kullanılan mallarla ilgili testleri açıklayan aylık bültenlerle tüketicileri bilgilendirmeye çalışmışlardır. 1935 yılında araştırma kuruluşundan ayrılan bir grup, ABD "Tüketiciler Birliği " (Consumer's Union) adıyla ünlü yeni bir birliğin çekirdeğini oluşturmuştur. Bu yeni araştırma ve test kuruluşu da aylık "Tüketiciler Raporları" (Consumers' Reports) adlı dergiyi yayınlamaktadır. Her ikisi de sınırlı kaynaklarla faaliyet gösteren bu iki kuruluş her zaman fikirbirliği sağlayamamaktadır (17).

1933 yılında Frank J.Schlink'in Arthur Kallet ile birlikte yazdığı, yine popüler hale gelen bir kitapla hergün kullanılan gıda maddeleri, ilaç ve kozmetiklerle ilgili tehlikelerin anlatılarak tüketicilerin uyarılması ve bunu o yıllarda takip eden kitaplar, tüketicinin korunmasına büyük ilgi uyandırmıştır. 1935 yılında başta et olmak üzere çeşitli gıda maddeleri fiyatlarındaki sürekli artışlar, evkadınlarının, Detroit'te ve bazı diğer büyük şehirlerde boykotlar düzenlemelerine yol

açmış, ancak mahalli nitelikte kalan bu çabalar artan fiyatları fazla etkileyememiştir. 1936 yılında ülkede mevcut bütün tüketici grupları Dr. Colston E. Warne liderliğinde birleştirilerek "Tüketiciler Birliği" oluşturulmuştur (18).

1937 yılında "Sülfanilamide" adlı bir ilacın yaklaşık 100 kişiyi öldürmesinin yarattığı trajik skandal, Kongre'yi bu konuda yeni tedbirler almaya zorlamıştır. Böylece, 1906 tarihli Gıda Maddeleri ve İlaç Yasası'nın yerini almak üzere 1938'de "Federal Gıda Maddeleri, İlaç ve Kozmetik Yasası" çıkarılmıştır. Üretici işletmeleri denetlemeye izin vermeyen önceki yasanın zayıflıklarını giderip, etkinliğini artırarak onun yerini alan bu yasa ile ilgili komisyona, gıda maddeleri, ilaç ve kozmetiklerin denetlenmesi görevi verilmiştir. Bu tür malların üzerine bileşimlerinin yazılması zorunluluğu getirilerek, bu bilgilerin yetersizliğinin "hileli bildirim" olarak sayılması esası kabul edilmiştir. Ayrıca, etiketlerin, prospektüslerin ve koruyucuların, Gıda Maddeleri ve İlaç İdaresi tarafından her zaman izlenmesi ve dava edilebilmesi hükmü getirilmiştir. Suçlu görülen şahıs ve işletmelere hapis ve para cezasını da kapsayan ceza sorumluluğu yüklenmiştir.

Yine 1938 yılında tüketici lehine yapılan önemli bir değişiklik de, 1914'te çıkarılan, ancak etkinliği sınırlı kalan "Federal Ticaret Komisyonu Yasası"nın genişletilmiş ve güçlendirilmiş şekli olan "Wheeler-Lea Yasası"nın çıkarılmasıdır. Bu yasa ile de, yanıltıcı reklamların kullanılması, gıda maddelerinin, ilaç ve kozmetiklerin eksik bilgi verecek şekilde etiketlenmesi özel olarak yasaklanmıştır. Yasanın ilgili hükümlerine göre, bir reklamın yasa dışı olması için mutlaka yalan beyanda bulunması gerekmemekte; malı kullanma sonucu meydana gelecek durumlar veya hizmetler hakkında eksik bilgi verilmiş olması, "yasanın ihlali" olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, bu dönemde tüketicinin korunmasıyla ilgili iki yasa daha çıkarılmıştır. Bunlardan ilki, 1930'da çıkarılan "Gümrük Yasası" olup, bununla ithal edilen malların menşe ülkesini gösteren bir etiket konulması zorunluluğu getirilmiş; 1939'da çıkarılan "Yünlü Mallar Etiketleme Yasası" ile de yünlü malların içindeki yün oranı ile üreticisinin isim ve adresinin belirtilmesi zorunlu kılınmıştır (19).

1.2.3. Üçüncü Dönem: 1960 Yılları ve Temel Tüketici Hakları

ABD'de tüketicinin korunması hareketinin asıl gelişmesi, devletçe temel tüketici haklarının resmen kabul ve beyan edilmesi, 1960'larda nisbeten kısa sürede yapılan yasal düzenlemeler ve gönüllü örgütlenme çabalarıyla bu dönemde olmuştur. 1970'lerde de devam eden olumlu gelişmeler, bu ikinci on yılın sonunda ileri bir düzeye ulaşılmış olarak olgunlaşma ve duraklama dönemine girmiştir.

Önceki dönemlerde olduğu gibi bu yasal tedbirler ve gelişmeler öncesinde, yine tüketicilerin

hoşnutsuzluğu ve huzursuzluğu söz konusu olmuştur. 1960'ların hemen başında yaşanan ekonomik durgunluğun ardından gıda maddeleri fiyatlarında sürekli artışlar olmuş; gelir artışlarının geride kalmasıyla halkın reel satın alma gücü düşmüştür (20). Şüphesiz, pekçok kimseyi etkilese de, olumsuz tepkiler kolayca bir kitle hareketine yol açmaz. Ancak, durumun iyileştirilebileceği yolunda görüşlerin varlığı ve o amaca ulaşmayı sağlayacak liderliğin ve organizasyonun ortaya çıkması ile kitle hareketi gelişir. İşte bu yıllarda ekonomik durgunluk, fiyat artışları ve skandallar ile tüketicilerin durumlarının iyileştirilmesiyle ilgili görüşlerin yayınlanıp yaygınlaştırılması tüketiciyi koruyucu yasaların çıkarılması için kamuoyu oluşturmada önemli birer faktör olmuşlardır. Ama yine de, bu konudaki yasaların çıkarılmasında Beyaz Saray'ın liderliği ve baskısı ana faktör olarak ön planda yer almıştır (21).

Tüketici hakları ve bunların devletçe korunmasının gereği açısından 1962 yılı yalnız ABD için değil, tüm dünya için bir dönüm noktası sayılabilir. Zira, ilk kez bu tarihte konu devletin en üst katında, başkanlık düzeyinde çok özel bir biçimde ele alınmıştır. Başkan John F.Kennedy, ABD Kongresi'ne sunduğu "Tüketicinin Yararını Korumak İçin Programların Güçlendirilmesi" adını verdiği başkanlık mesajında temel tüketici haklarının varlığını resmen kabul ve beyan ederek bunları korumak için güçlü hükümet eylemleri önermiştir. Kennedy, aslında evrensel niteliği olan tüketici haklarını oldukça açık-seçik ve öz bir biçimde şöyle vurgulamıştır:

"Tüketiciler en önemli ekonomik gruptur, fakat bu grup yeterli şekilde örgütlenmemiş ve bu yüzden de oldukça bilgisiz kalmıştır. Eğer, kalite, fiyat ve seçme olanakları uygun değilse tüketicinin parası havaya gider, sağlığı ve güvenliği tehlikeye girer, ulusal çıkarları zedelenir. Tüketicinin bazı görevleri vardır; fakat gözden uzak tutulmaması gereken güvenlik hakkı, bilgi sahibi olma hakkı, seçme hakkı ve sesini duyurma hakkı gibi bazı hakları da vardır" (22).

Daha sonra bazı eklemeler ve kapsam genişletmeleri olmuşsa da ABD'de Kennedy'nin devletçe korunması gereğini belirttiği, AT'de ve çeşitli ülkelerde de korunmasının gereği kabul edilen tüketicinin temel hakları böylece şu dört noktada toplanmıştır:

- 1. Güvenlik hakkı**
- 2. Bilgi edinme hakkı**
- 3. Seçme hakkı**
- 4. Temsil edilme veya sesini duyurma hakkı**

Aşağıda bu haklar kısaca açıklanacaktır.

(1) Güvenlik Hakkı

Bu hak, tüketicinin sağılığını ve can güvenliğini tehdit eden malların üretiminin ve pazarlanmasının sıkı denetimini ve gereğinde yasaklanmasını gerektirmektedir. Tüketicinin satın alacağı mallarla ilgili olarak kendi kendini koruyacak uzmanlığa veya teknik bilgiye sahip olması beklenemeyeceğinden sağılığına veya canına zarar gelmemesi üretici ve satıcı işletmenin sorumluluğı olarak kabul edilmektedir. İşlenmiş gıda maddeleri, ilaçlar ve kozmetiklerle, zehirleyici etkisi olabilen sıvı deterjanlarda söz konusu tehlikeler en fazla görülmektedir (23).

(2) Bilgi Edinme Hakkı

Bilgi edinme hakkı, tüketicinin ekonomik yararlarıyla ilgili olup, tüketicinin aldatılmaması ilkesine dayanmaktadır. Bu hak, yanlış, aldatıcı veya hileli şekilde reklam yapma, bilgi verme, ambalajlama ve etiketlemenin engellenmesi; malın nitelikleri hakkında tüketicinin doğru ve ayrıntılı bilgi edinebilmesini kapsamaktadır. Çeşitli yasa hükümleri ve Federal Ticaret Komisyonu kuralları, bir malın içindeki maddelerin neler olduğu, kalitesi vb. konularda etiket, ambalaj veya prospektüsünde doğru bilgiler verilmesini zorunlu kılmaktadır.

(3) Seçme Hakkı

Seçme hakkı, rekabet koşullarının iyi işlememesi ve az sayıda işletmenin pazarda hakimiyet kurmasından kaynaklanan malda veya servisteki kalite düşüklüğünün, uygun olmayan fiyatın önlenmesi temeline dayanmaktadır. Tekelci eğilimleri engelleyip, rekabet ortamı içinde çok sayıda işletmenin faaliyet göstermesine çaba harcanmasının tüketiciye geniş bir seçim imkanı vereceğı düşüncesiyle önce antitröst yasalar çıkarılmış ve zamanla daha direkt tedbirler alma eğilimi ortaya çıkmıştır.

(4) Temsil Edilme (Veya Sesini Duyurma) Hakkı

Bu hak da, kendilerini ilgilendiren konulardaki devlet politikasının saptanmasında tüketicilerin temsil edilmesi, onların istek ve şikayetlerini dinleyecek ve gereken tedbirleri alacak kurumların oluşturulmasını ifade etmektedir.

Burada kısaca açıklanan temel tüketici hakları, Başkan Kennedy'nin mesajını takip eden yıllarda konuyla ilgili olarak yayınlanan kitapların da kamuoyunda ve Kongre'de yarattığı uygun hava içinde çıkarılan yasalarla güvence altına alınmış; bu konuda John Kenneth Galbraith, Vance Packard ve Rachel Carson'un iş dünyasına yönelik eleştirileri etkili olmuştur.

Özellikle, tüketici hakları liderliğini başarıyla yapan avukat Ralph Nader'in otomotiv endüstrisini hedef alan "Hiçbir Süratte Güvenli Değil" (Unsafe at Any Speed) adlı kitabındaki otomobillerin güvenli olmadığı yolundaki eleştirileri ve otomobiller için yeni güvenlik standartları geliştirilmesini zorunlu kılan yasalar çıkarılmasını isteyen girişimleri büyük yankılar uyandırmış; kamuoyunun dikkatini çekerek tüketicinin korunması hareketine önemli bir sosyal güç niteliğini kazandırmıştır. Bu çalışmaların etkisi daha 1962'de görülmüş, "Ulusal Trafik ve Motorlu Araç Güvenliği Yasası" (The National Traffic and Motor Vehicle Safety Act of 1962) çıkarılmıştır (24). Nader'in öncülüğünde başta üniversite öğrencileri olmak üzere, çok sayıda gönüllü grupların katılmasıyla yürütülen araştırmalar ve bunların sonuçlarını raporlar halinde yayınlama çalışmaları ABD'de 1960'lı yılları etkili bir tüketicinin korunması kampanyası dönemi haline getirmiştir.

Yine bu dönemde, başta Senatör Warren G.Magnuson olmak üzere, birçok yazar, gazeteci vb. tüketici hakları savunucusu, sorunları saptayıp, kamuoyuna maletmede ve adeta kendi kendini atamış tüketici temsilcileri olarak uygulanabilir tüketici programlarının geliştirilmesini dikkatle takip ederek sonuçlandırılmasını sağlamada başarılı olmuşlardır. David Caplowitz'in "Fakir Daha Fazla Öder" (The Poor Pay More-1963)", Richard Harris'in "Gerçek Ses (The Real Voice-1964)", Jessica Mitford'un "Amerikan Usulü Ölüm" (The American Way of Death), Vance Packard'ın "Gizli İkna Ediciler (The Hidden Persuaders) ve Warren G.Magnuson ile Jem Carper'in "Pazaryerinin Karanlık Yüzü" (The Darkside of Marketplace-1968)" adlı eserleri dönemin önemli popüler yayınları olarak belirtilebilir. Bu yayınlar özellikle gıda ve ilaç endüstrileriyle ilgili tüketiciyi koruyucu yasa tasarılarının hazırlanmasında yararlı olmuşlardır (25).

Başkan Kennedy'nin daha 1962 yılında ilan ettiği tüketicinin temel hakları böylece çeşitli yasaların birbiri ardına çıkarılmasıyla 1960'larda geniş ölçüde devlet güvencesine alınmıştır. Sırasıyla 1906 ve 1914 yıllarında çıkarılan yasalarla kurularak, her ikisi de 1938'de güçlendirilen iki temel kuruluş olan "Gıda Maddeleri ve İlaç İdaresi" ve "Federal Ticaret Komisyonu" tarafından izlenip korunacak tüketici haklarının kapsamı hayli genişletilmiştir.

Bu çerçevede çıkarılan bazı önemli yasalar şöyle belirtilebilir (26):

(1) "Kefauver - Harris İlaç Yasası Değişiklikleri" (Kefauver-Harris Amendments-1962). Gıda Maddeleri, İlaç ve Kozmetik Yasası'nda yapılan bu değişiklikler, imalatçılara, ilacın etkili ve güvenli olduğunu ispat etme sorumluluğunu yüklemektedir.

(2) "Dürüst Etiketleme ve Ambalajlama Yasası "(Fair Labeling and Packaging Act-1966). Etiketleme ve ambalajlamada dürüstlüğü, bilgi verici etiketlemeyi ve ambalaj büyüklüklerinin çeşitliliğini sınırlandırmayı hedef almaktadır.

(3) "Çocuk Koruma ve Oyuncak Güvenliği Yasası" (Child Protection and Toy Safety Act-1969). Federal İlaç İdaresi'nce yeterli uyarıların yapılmasına elverişli olmayacak kadar tehlikeli malların yasaklanmasını öngörmektedir.

(4) "Tüketiciyi Koruma Kredi Kanunu" (Consumer Protection Credit Act-1969). Bankaların, finans kuruluşlarının ve perakendecilerin kredilerde, taksitli satışlar ile açık hesap şeklindeki ödemelere dayanan satışlarda müşterilerine uyguladıkları gerçek faiz hadlerinin ve tüm diğer ödemelerin tam olarak açıklanmasını zorunlu hale getirmektedir.

(5) "Halk Sağlığı Sigara İçme Yasası" (Public Health Smoking Act - 1970). Radyo ve televizyonda sigara reklamlarını yasaklamakta ve sigara paketlerindeki "Sigara içmek sağlığınıza zararlı olabilir" ifadesini "zararlı olduğu saptanmıştır" şekline çevirmektedir.

(6) "Zehiri Önleme Etiketleme Yasası" (Poison Prevention Labeling Act - 1970). Bu yasa, çocuklara zarar verebilecek mallar için güvenilir paketleme ve etiketleme zorunluluğunu getirmektedir.

(7) "İlaç Kayıt Yasası" (Drug Listing Act-1972). Yasa, Federal İlaç İdaresi'ne, ilaç imalatçılarının ilaçlarla ilgili olarak geniş bilgi vermesini öngörmektedir.

(8) "Tüketici Mal Güvenliği Yasası" (Consumer Product Safety Act-1972). Bu yasa da, hükümetçe zorunlu hale getirilen kalite kontrolü için gerekli işleyen bir mekanizma yaratmaktadır. Yasanın amacı üç noktada toplanmaktadır: (1). Halkı tüketim mallarından kaynaklanabilecek makul olmayan yaralanma tehlikelerine karşı korumak; (2). Tüketicilerin tüketim mallarının güvenliğini değerlendirmelerine yardımcı olmak; ve nihayet (3). Tüketim malları için tek tip güvenlik standartları geliştirmek ve malla ilgili yaralanmaların ve ölümlerin nedenlerine ilişkin araştırma ve soruşturmaları teşvik etmek.

Hükümette "Tüketici Danışma Konseyi" adıyla bir kuruluş oluşturan Başkan Kennedy'nin izinde giden diğer başkanlar, 1963 yılından itibaren Lyndon B.Johnson ve 1969'dan itibaren Richard M.Nixon'un tüketicinin korunması yolundaki idari ve yasal düzenlemelere büyük katkıları olmuştur. Başkan Johnson hükümette bir tüketici sözcüsünün bulunması gereğini duyarak, 1964 yılında "Başkanın Tüketici İşleri Özel Yardımcılığı Bürosu"nu kurmuştur. Başkanın özel yardımcısı, tüketici şikayetlerini öğrenip inceleyerek, ne tür sorunlar ve örnekler ortaya çıktığını belirleme; bunları işletmelere ve endüstri gruplarına çözüm için havale etme görevini üstlenmiştir. Yine bu yıllarda "Tüketici İşleri Bakanlığı" kurulması fikri de gündeme gelmiş ve tartışma konusu olmuştur.

1960'larda geniş kitlelerin de katıldığı tüketicinin korunması hareketi 1960'lerin sonlarına doğru yavaşlamış olmakla beraber ortadan kalkmamıştır ve 1980'lerde birçok kimse mevcut politik, hukuki ve sosyal sistem içinde tüketicinin durumunu iyileştirme çabalarını sürdürmektedir (27). Federal Hükümet düzeyinde alınan yukarda başlıcaları belirtilen tedbirlerden başka, çeşitli eyaletler de eyalet düzeyinde, birbirlerinden az çok farklı tüketiciyi koruma yasaları çıkarmışlardır.

Tüketicinin korunmasının 1960'lar döneminin devlet yönünden önemli bir farkı, daha önce de işaret edildiği gibi, tarihsel olarak daha önceki dönemlerde alınan tedbirler serbest rekabeti geliştirmeye yönelik iken, artık çoğunlukla potansiyel olarak tüketicileri aldatıcı davranışlar ve uygulamalara karşı yasal tedbirler alınmasına yönelik olmasıdır. Gıda maddeleri ve ilaçlarla ilgili yeni yasal düzenlemeler hep bu yönde olmuş, böylece tüketicilere daha fazla koruma sağlanmıştır (28).

Tüketicilerin gönüllü örgütlenmeleri yönünden de 1960'ların bir özelliği, daha önce kurulan birlik ve derneklerin büyümesi, yenilerinin kurulması yanında, 1967 sonlarında tüketici çıkarlarıyla ilgili pek çok kuruluşun bir ulusal federasyon oluşturacak şekilde birleştirilmesidir. Bu yeni organizasyon, "Amerika Tüketici Federasyonu" (The Consumer Federation of America) adıyla, işçi sendikalarını, eyaletler ve şehirler düzeyindeki tüketici kuruluşlarını, "Yaşlı Vatandaşlar Ulusal Konseyi" ile "Ulusal Tüketiciler Birliği"ni bünyesinde toplamıştır. Tüketici sorunlarını araştırma-inceleme ve üyesi gruplara tüketiciye yönelik faaliyetler hakkında bilgi sağlama gibi amaçları olan Federasyon, tüketici sorunlarının ve hukuki ihtiyaçların tartışılması için her yıl Washington'da toplanan "Tüketici Assemblesi" adlı konferansın organizasyonuna liderlik etmiştir. 1970'ler ortalarında Amerikan Tüketici Federasyonu'nun üye sayısı 160'a ulaşmıştır (29).

1.3. İSVEÇ VE DİĞER BAZI GELİŞMİŞ ÜLKELERDE TÜKETİCİNİN KORUNMASIYLA İLGİLİ GELİŞMELER

Tüketicinin korunması hareketi esas itibarıyla ABD'de gelişen ve giderek boyutları genişleyen bir hareket olmuşsa da, bu ülkeye özgü olarak kalmayıp, önce Batı Avrupa ülkelerine ve hemen sonra da Japonya, Avustralya ve Kanada gibi birçok ülkeye yayılmıştır. Hatta daha sonraları Macaristan ve Sovyetler Birliği gibi Doğu Avrupa ülkelerine de geçmiştir. Bu yaygınlaşma çerçevesinde 1960 yılında Hollanda'nın Lahey (Hague) şehrinde düzenlenen bir konferansta, "Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü" (International Organization of Consumers' Union-IOCU) kurulması fikri ortaya atılarak, aynı yıl söz konusu birlik kurulmuştur. ABD Tüketiciler Birliği, Londra'daki Tüketiciler Birliği, Avustralyalı Tüketiciler Birliği, Brüksel'deki Tüketiciler Birliği ile Hollanda Tüketiciler Birliği'nin oluşturduğu bu kuruluş, 1962'de 16 ülkenin tüketiciler birliklerinin katılmasıyla genişlemiştir. Daha sonra, 24 ülkeden 37 tüketici birliğinin temsil edildiği dev bir kuruluş haline

gelen "Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü"ne üye olabilmek için iki koşul mevcuttur: (1). Üyelik için başvuran kuruluşun tüketiciler veya hükümetler tarafından finansal destek görmesi; (2) Kuruluşun reklamdan gelir sağlamamış olması (30). Bu örgüt 15 Mart 1990'da Dünya Tüketici Hakları Günü vesilesiyle İzmir'de yapılan bir toplantıya katılan Dünya Tüketiciler Birliği Başkanı (Aynı zamanda ABD Tüketiciler Birliği Başkanı) Bayan Rhoda H.Karpatkin'in verdiği bilgiye göre 1990 yılı itibariyle bünyesinde 63 ülkeden 176 tüketici örgütünü barındırmaktadır.

Avrupa'da tüketicinin korunması konusunda başta İskandinav ülkeleri, İsveç, Norveç, Danimarka ve Finlandiya hayli gelişmiş düzeydedirler. Bunlardan, özellikle İsveç, ABD'den sonra gelen öncü ülkelerin başında yer almakla kalmayıp, günümüzdeki durumu itibariyle çok gelişmiş ve kısa sürede söz konusu komşularınca da örnek alınan yasal ve örgütsel yapıya sahip bir durumdadır. Aşağıda İsveç ile komşusu ülkeler Norveç, Danimarka ve Finlandiya bir grup olarak; İngiltere, Fransa ve Almanya ise tek tek ele alınarak herbirindeki tüketicinin korunması durumunun bazı önemli yönleri kısaca gözden geçirilecektir.

1.3.1. İsveç'te Tüketicinin Korunması ve Norveç, Danimarka ve Finlandiya'daki Bazı Gelişmeler

İsveç, tüketicinin korunması konusunda tüm dünyada ve özellikle Avrupa'da hem öncü ülkelerden biri, hem de kendine has yönleriyle tüm Avrupa'da tecrübesinden yararlanan İskandinav modelinin temel direğini oluşturur. ABD ile benzer gelişmişlik düzeyine sahip olduğu gibi, özellikle konuyu tüm topluma yaygınlaştırma açısından ondan ileride olduğu söylenebilir.

İsveç'te kooperatifler, sendikalar ve politikacılar hayli uzun zamandan beri tüketici haklarına sahip çıkmışlardır. Daha önce bu ülkede tüketim kooperatiflerinin 1920'lerde geliştiği belirtilmişti. Daha 1951 yılında özel olarak kurulan ve 1957'de devletin de katıldığı, "Bilgi Verici Etiketleme Enstitüsü" (Varudeklarationsnamnden, ya da kısaca VDN), tüketim malı üreticilerinin standart bilgi verici etiketleri kullanmalarını teşvik etmektedir. Başkanı ile birkaç yönetim kurulu üyesinin hükümetçe seçildiği bu Enstitü'de diğer üyeler evkadınları, kooperatifler, tüketici birlikleri ile endüstri temsilcilerinden oluşmaktadır (31).

1957 yılında kurulan "İsveç Tüketici Enstitüsü" (Konsumentinstitut, KI) tüketim mallarının üretimi ve tüketimini teşvik amacını taşımakta; bu amaca ulaşmak için tüketicilerle ilgili bilgi toplama, araştırma yapma ve sonuçlarını yayınlama görevini yürütmektedir. Yönetim kurulu üyeleri hükümetçe seçilen ve üyeleri arasında çeşitli ekonomik gruplardan ve parlamentodan temsilcilerin yer aldığı bu Enstitü'nün temel faaliyeti, karşılaştırmalı olarak mal testleri ve deneyleri yapmaktır. Yapılan test ve deneylerin sonuçları, aylık dergisi olan "Tavsiye ve Bulma" (Rod Och Ron)'da yayınlanmaktadır.

Bu ülkede tüketicinin korunması hareketinde devletin rolünün özel bir yeri ve önemi vardır. Hükümette "Tüketici Sorunları Bakanlığı" mevcut olup, tüketicilerle ilgili yasa ve yönetmelikleri hazırlamaktadır. Hükümet, tüketicileri bilgilendirme ve onlara eğitim vermede gereken finansmanı üstlenerek, tüketicinin ücretsiz olarak kitle iletişim araçlarından yararlanmasını sağlar. 1973 yılından beri de devletin desteklediği bütün tüketici kuruluşları "Tüketici Politikaları Ulusal Kurulu" (Konsumentverket) adıyla anılan bir birlik altında toplanmışlardır.

İsveç'te tüketicinin korunmasının kendine özgü karakteristik niteliklerinden biri, tüketici şikayetlerini çözümlmek üzere 1971 yılında kurulan "Tüketici Ombudsmanı" (The Consumer Ombudsman) adlı bir kuruma sahip olmasıdır. Çeşitli diğer ülkelerce de örnek alınan bu büro, işletmelerle tüketiciler arasında çıkan sorunları çözümlleyen bağımsız bir hakem kuruluşudur. Ombudsman, çoğunlukla tüketicinin şikayeti üzerine harekete geçer ve gerekirse olayı "Pazar Mahkemesi"ne götürür. Sistemin ikinci önemli bir kurumu olan Pazar Mahkemesi ise, endüstrinin, hükümetin, sendikaların ve tüketici temsilcilerinin görev yaptığı ve kendisine gelen sorunları süratle çözümlleyen bir kuruluştur. Pazar Mahkemesi'nin iki önemli özelliği vardır: (1) Verdiği kararları temyiz edilemeyen, kesin kararlardır; (2) Mahkeme, tüketicinin korunması için yeni yasalar hazırlanması görevini de yapar (32).

1976 yılında 1970 tarihli yasa yerine çıkarılan yeni "Pazarlama Uygulamaları Yasası"nın ilk maddesinde, mallar ve hizmetlerin pazarlanmasıyla ilgili olarak tüketici çıkarlarının geliştirilmesi başta gelen amaç olarak belirtilmekte; ikinci maddede de, ticari standartların ve tüketici çıkarlarının aksine reklam yapma veya başka eylemlere girmenin Pazar Mahkemesi'nce yasaklanabileceği ifade edilmektedir (33).

Birçok Avrupa ülkesine göre, İskandinav ülkelerinin yasal ve sosyal kurumları her zaman örnek olmaya elverişli olmayan kendisine özgü modeller oluştururlar. Tüketicinin korunması konusunda durum hayli farklı olup, Avrupa'nın diğer ülkeleri -bazen farkında bile olmadan- İskandinav tecrübesinden ilham almaktadırlar. Avrupa'nın tüketici hakları yönünden en gelişmiş olduğu bu bölgesinde, İsveç, 1960'lar ve 1970'ler boyunca hep liderlik yapmış; tüketicinin korunmasında ilerleme süratini tayin eden, örnek alınan ülke olmuştur. Son yıllarda, hızla gelişen ekonomisiyle Norveç tüketici hakları konusunda İsveç'in liderliğiyle yarışır duruma gelmiştir. Burada da tüketicilerin ayrı bakanlığı vardır. İskandinav ülkeleri arasında AT'ye üye olan yegane ülke Danimarka ile Finlandiya da Norveç gibi kurum ve kuruluşlarıyla bu alanda İsveç'i yakından takip etmektedirler. Nitekim İsveç'te 1971 yılında kurulan Tüketici Ombudsmanı bürosu 1973'te Norveç'te; 1975 yılında Danimarka'da ve nihayet 1978'de Finlandiya'da benimsenmiştir (34). Ancak, hemen belirtmek gerekir ki, örnek alınan hayli geniş kapsamlı pazarlama uygulamaları düzeni içinde Ombudsman sadece bir unsur olup, tüketici zararının tazmini, pazar mahkemeleri ve

şikayet büroları vb. çeşitli diğer yönleri de vardır.

Tüketicinin korunmasının hayli ileri bir düzeyde olmasına karşın, İskandinav ülkelerinde ABD'deki gibi bağımsız bir tüketicinin korunması hareketinin gelişmemiş olması dikkat çekicidir. Ancak, bu gelişme düzeyine ulaşılmasını sağlamada en azından önemli bir faktör olarak tüketici hareketi bulunmaması, çok eskiden beri hemen hemen tüm hükümetlerin tüketici yararına faaliyetlerde komitelere etkili bir biçimde mevcut üyelerin oyu ile seçilmiş temsilci üye vermeleri ile açıklanabilmektedir (35). Nitekim diğer Avrupa ülkelerinde ulusal düzeydeki başlıca tüketici gruplarının benzerleri Kuzey Avrupa ülkelerinde hep devlet desteğindeki gruplardır: İsveç'teki "Tüketici Politikaları Ulusal Kurulu" gibi, Norveç'teki "Tüketici Konseyi" (Forbrukerraadet); Danimarka'daki "Tüketici Konseyi" (Forbrugerraadet) ve Finlandiyada'ki "Tüketici Konseyi" (Kuluttajeneuvosto) hep devlet destekli kuruluşlardır. Bunlardan Danimarka Tüketiciler Konseyi 1947 yılında kurulmuş olmakla yalnız bu ülkelerdeki değil, tüm Avrupa'da ilk özel tüketici örgütü olma özelliğine sahiptir. Diğer Batı Avrupa ülkelerinde benzer kuruluşlar 1950'lerde görülmeye başlamışlar ve gelişerek ancak 1960'ların sonlarında işletmeler ve hükümetler üzerinde etkilerini hissettirebilir hale gelmişlerdir (36).

1.3.2. İngiltere'de Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Gelişmeler

İngiltere'de çeşitli tüketici haklarının devletçe korunması, ABD'dekine benzer bir biçimde çeşitli bakanlıklara verilmiştir; ama asıl sorumlu bakanlık Ticaret ve Sanayi Bakanlığıdır. Hükümet, ayrıca tüketici ile endüstri arasında çıkarlar dengesini sağlamayı amaçlayan bağımsız bir örgüt kurmuş ve "Ulusal Tüketici Konseyi" (The National Consumer Council) adını taşıyan bu kuruluşu gerekli fonlarla donatmıştır. Bireysel tüketici şikayetleriyle ilgilenmeyen Konsey, gerek endüstri, gerekse merkezi hükümet ve mahalli idarelerle müzakerelerde tüketici çıkarlarını temsil eder.

1973 yılında çıkarılan "Dürüst Ticaret Yasası" (The Fair Trading Act 1973) ile kurulan ve tamamen İngiltere'ye özgü bir bağımsız kuruluş da "Dürüst Ticaret Ofisi" (The Office of Fair Trading)dir. Yine bireysel tüketici şikayetleriyle ilgili olmayan bu ofis, genel olarak tüketici çıkarlarını olumsuz olarak etkileyebilecek konuları sürekli bir biçimde gözden geçirerek gerekli hallerde tedbirler alır. Önemli bir görevi, çeşitli dallardaki mesleki kuruluşlarla görüşmeler yaparak, gönüllü anlaşmalarla "uygulama kodları" (Codes of Practice) denilen tüketiciyi koruyucu uygulamaları geliştirmektir (37).

İngiliz Standartları Kurumu (The British Standards Institution)'nun "Tüketici Standartları Tavsiye Komitesi" (The Consumer Standards Advisory Committee) de, Standartlar Kurumunun teknik komitelerinde tüketicileri temsil eder.

Özel sektörde, 1957 yılında kurulan "Tüketiciler Birliği" (The Consumers' Association) güçlü bir tüketici kuruluşu olup, gerekli fonları üyelik aidatlarından ve yayınlarından sağlar. Mal ve hizmetlerle ilgili karşılaştırmalı testler yapar ve "Which?" adlı dergi ve diğer yayınlarla sonuçlarını halka yaymaya çalışır; endüstri ile görüşmelerde tüketici çıkarlarını temsil eder. Diğer bir özel birlik de mahalli gönüllü tüketici gruplarının oluşturduğu "Tüketici Grupları Ulusal Federasyonu" (The National Federation of Consumer Groups) olup, özellikle tüketici politikalarını belirleyen kurumlarda tüketicileri temsil eder ve mahalli düzeyde çoğunlukla tüketici şikayetlerini sonuçlandırmaya çalışır.

1.3.3. Fransa'da Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Gelişmeler

Hernekadar 1912 yılından beri tüketici haklarını koruma amacını güden örgütler Fransa'da mevcut idiyse de, bir tüketiciyi koruma hareketi ancak 1960'ların sonlarında böyle bir gelişmeye uygun sosyo-ekonomik koşulların oluşmasıyla ortaya çıkmıştır. Bir taraftan ABD'den (Ralph Nader'in ziyaretleri gibi) ve İsveç'ten gelen etkilenmeler, diğer taraftan ülkedeki bazı hoş olmayan olaylar "Ulusal Tüketiciler Enstitüsü" (L'Institut National de la Consommation) adıyla bağımsız bir enstitünün kurulmasına yolaçmıştır. Bütçesinin yarısı Fransız Hükümetince, diğer yarısı da "50 Millions de Consommateurs" gibi yayınlardan karşılanan bu kuruluş çok sayıda ailenin; işçi sendikalarınca desteklenen kooperatiflerin ve tüketici birliklerinin hoşnutsuzlukları ve huzursuzlukları nedeniyle devletin hakem rolü oynaması isteği doğrultusunda tüketici sorunlarında çok önemli bir rol oynamaktadır. Yönetim kurulunda hem hükümetin ve işaleminin, hem de tüketici örgütlerinin temsilcileri varsa da, bu sonuncu grup kesin çoğunluğa sahiptir.(38) Bu enstitü mal testleri yapıp sonuçlarını dergisinde yayınlamaktadır.

Hükümette tüketici haklarını koruyucu yasalar geliştirmekten ve bu hakları savunmaktan sorumlu birçok bakanlık varsa da, asıl sorumluluk, -kısaca Tüketici İşleri Bakanlığı" olarak bilinen "Ekonomik İşler, Maliye ve Bütçe Bakanlığı"na bağlı "Devlet Sekreterliği" (Secrétariat d'Etat a la Consommation)'ne verilmiştir. Bu yetkili organ, ancak 1976 yılı başında kurulmuştur.

Yukarıda belirtilen Ulusal Tüketici Enstitüsü yanında önemli bir örgüt de tamamen özel nitelikli "Tüketiciler Federal Birliği" (Union Fédérale des Consommateurs) olup, gerekli fonları üyelerinden ve yayınlarından sağlamaktadır. Bu birlik çok popüler bir dergi olan "Que Choisir"i yayınlamaktadır (39).

1.3.4. Federal Almanya'da Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Gelişmeler

Federal Almanya'da tüketicinin korunmasıyla ilgili olarak kurumsal bir biçimde tüketici-devlet diyalogunu sağlayan iki ana kuruluş vardır. Bunlardan biri, "Ekonomik İşler Bakanlığı"na bağlı

"Tüketici Konseyi" (Verbraucherbeirat), diğeri "Gıda, Tarım ve Ormancılık Bakanlığı"na bağlı "Tüketici Komitesi" (Verbraucherausschuss)'dir. Tüketici Konseyi, 1972 yılında Federal Hükümete tüketici politikasının temel unsurları üzerinde danışmanlık yapmak ve öneriler geliştirip sunmak amacıyla kurulmuştur. Konsey'de tüketici örgütleri ve ilgili organlar temsil edilmektedir (40).

Gıda, Tarım ve Ormancılık Bakanlığı'na bağlı olan Tüketici Komitesi de Tüketici Konseyi gibi bir yapıya sahiptir ve benzer görevleri kendi bakanlığı çerçevesinde yüklenmiştir. Bunların dışında tüketici örgütleri temsilcileri ile ekonominin çeşitli sektörlerinin temsilcilerinin yanyana görev yaptığı diğeri Federal Bakanlıklara bağlı danışmanlık kurulları vardır. (Örneğin, Gıda Rehberliği Komisyonu).

Federal Almanya'da en önemli tüketici organizasyonu olan "Tüketiciler Birliği" (Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher) hayli geniş kapsamlıdır. Bu birlik 32 adet ulusal tüketici birliği, aile birliği, evkadını birliği ve dini birliklerden oluşmakta; bütçesinin yarısı hükümet fonlarından gelmekte; ayrıca, yayınlar yapmaktadır. "Tüketim Malları Test Enstitüsü"(Stiftung Warentest), tüketim malları ve hizmetlerle ilgili karşılaştırmalı testler yapan devletin kurulmuş olduğu bir kuruluştur. Test sonuçlarını, 300.000'den fazla tiraja sahip aylık yayın organı "Test" dergisinde yayınlar (41). 1977 yılından beri Alman Standartları Enstitüsü ile Alman Kalite Garanti ve Markalama Enstitüsü'nün birlikte oluşturduğu "Alman Mamul Enformasyon Birliği" mallar hakkında tüketicilere bilgi sağlar. Alman Standartlar Enstitüsü mallarda standardizasyon sağlamaya çalışır; 400 den fazla olan komite ve alt-komitelerinde tüketici temsilcileri de bulunur.

NOTLAR

1. Will Straver, "The International Consumer Movement", European Journal of Marketing, Vol. II, No 2, 1977, s.93-117, özellikle, s.92-94.
2. William J. Stanton, Fundamentals of Marketing, Seventh Ed. Tokyo: Mc Graw-Hill Book Company Japan Ltd., 1984, s.610.
3. Richard H. Buskirk and James T. Rothe, "Consumerism. An Interpretation", Journal of Marketing, Vol. 34, October 1970, s.61-65, öz. s.62.
4. Straver, adı geçen kaynak (a.g.k.), s.94, Peter Drucker'dan naklen.

5. George S. Day and David A. Aaker, "A Guide to Consumerism", Journal of Marketing, Vol. 34, July 1970, s.13.
6. Aynı kaynak, s.13-14.
7. Tuncer Tokol, Pazarlama Açısından Tüketicinin Korunması, Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını, 1977, s.5.
8. Aynı kaynak, s.22-24.
9. Robert O. Hermann, "Consumerism: Its Goals, Organizations and Future", Journal of Marketing, Vol. 34, October 1970, s.55-60, özellikle s.56-57.
10. Buskirk and Rothe, a.g.k., S.65.
11. Tokol, a.g.k., s.11.
12. Hermann, a.g.k., s.55-56; Tokol, a.g.k., s.13.
13. Tokol, a.g.k., s.13.
14. Burton Marcus and others, Modern Marketing, New York: Random House, 1975, s.672-673.
15. Bu ve takibeden üç paragraf, Tokol a.g.k.'a dayanmaktadır, s.14-16
16. E. Jerome McCarthy, Basic Marketing: A Managerial Approach, Fifth Ed., Homewood, Ill.: Richard D. Irwin Inc., s.92.
17. Marcus and others, a.g.k., s.686.
18. Tokol, a.g.k., s.17.
19. Tokol, a.g.k., s.17-18.
20. Hermann, a.g.k., s.55-56.
21. Aynı kaynak, s.58.
22. Tokol, a.g.k., s.19.
23. Marcus and others, a.g.k., s.38-39.
24. Philip Kotler, Marketing Management, Fifth Ed., Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall Inc., 1984, s.85-86.
25. Tokol, a.g.k., s.19.
26. Marcus and others, a.g.k., s.681-682.
27. Stanton, a.g.k., s.611-612. 28. Marcus and others, a.g.k., s.699.
29. Hermann, a.g.k., s.58-59.
30. Tokol, a.g.k., s.21.
31. Straver, a.g.k., s.103.
32. Aynı kaynak, s.104.
33. Business International Research Report, Europe's Consumer Movement Key Issues and Corporate Responses, December 1980, Appendix III, s.IV-29.
34. Aynı kaynak, s.I-49-50.
35. Aynı kaynak, s.I-50.
36. European Documentation, The Consumer in the European Community, 1978/3, s.4.

37. Economic and Social Committee of the E.C., Producer-Consumer Dialogue, Opinion, Brussels, 1984, s.52-43.
38. Straver, a.g.k., s.104.
39. Aynı kaynak, s.105.
40. Economic and Social Committee of the E.C., Producer-Consumer Dialogue, Opinion, s.34.
41. Straver, a.g.k.s. 105.

BÖLÜM II

AVRUPA TOPLULUĞU'NDA TÜKETİCİYİ KORUMAYA YÖNELİK İLK ÇALIŞMALAR, 1.TÜKETİCİYİ KORUMA PROGRAMIYLA BENİMSENEN TÜKETİCİ HAKLARI VE POLİTİKALARI (1957-1980)

2.1. GENEL OLARAK AT'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASI ÇALIŞMALARI VE POLİTİKALARI

2.1.1 Giriş: AT'nin Kuruluşu, Genişlemeleri ve Tüketicilerle İlgili Hususlar (1957-1972)

Avrupa Topluluğu'nun temeli , Fransa, F. Almanya, Belçika, Hollanda, İtalya ve Lüksemburg'un 18 Nisan 1951 tarihinde Paris'te imzaladıkları "Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu Andlaşması" ile atılmıştır. "Altılar" adıyla anılan bu ülkeler, Roma'da 25 Mart 1957'de "Roma Andlaşması" adı verilen; biri bütün mallar için tek ve geniş bir pazar oluşturmayı amaçlayan "Avrupa Ekonomik Topluluğu" (AET)'nin; diğeri, "Avrupa Atom Topluluğu"nun kurulmasını sağlayan iki anlaşmayı daha imzalamışlardır.

Böylece, çok büyük ve başarılı bir bütünleşme hareketi başlatılmış; on yıl sonra da, bu üç Topluluk kaynaştırılarak 1 Temmuz 1967'den itibaren "Avrupa Topluluğu" (The European Community) meydana getirilmiştir. Başlangıçta 'Altılar' adı verilen kurucu üyelerce kurulan AT, üç ayrı tarihte yeni katılmalarla genişlemiş (1973 yılı başında; İngiltere, Danimarka, İrlanda; 1981 yılı başında: Yunanistan; 1986 yılı başında: İspanya ve Portekiz) ve artık üye sayısı itibariyle "Onikiler" adıyla da anılan bir grup haline gelmiştir (1).

Günümüzde (1989 yılı itibariyle) toplam nüfusu 324 milyonu bulan AT ülkeleri, kendi aralarında henüz kalkmamış bulunan ticari engelleri de 1992 yılı sonuna kadar kaldırarak ve gerçek bir

sınırları olmayan Avrupa'yı kurarak uluslararası rekabet güçlerini geliştirmek ve böylece istihdam düzeylerini yükseltmek istemektedirler. Bunu yapmakla, vatandaşlarının ihtiyaçlarını karşılama yolunda bir Avrupa Birliği'nin temellerini pekiştirmiş olacaktırlar (2). Bugün AT, dünya ticaret hacminde beşte bir oranında paya sahiptir.

Aralarındaki sınırları ortadan kaldırarak 1992 yılı sonunda Avrupa'da 'Tek İç Pazar' veya kısaca "Tek Pazar"ı gerçekleştirmeye çalışan Topluluk ülkeleri, her alanda olduğu gibi tüketicinin korunması konusunda da yoğun çabalar sarfetmekte; ancak çeşitli zorluklar nedeniyle arzu edilenin gerisinde, nispeten ağır bir tempoyla ama sürekli ilerlemeler kaydetmektedirler. Bu yolda, bir "Avrupa Tüketicisi"ni temel alan yaklaşımlar ve politikalar 1972 yılı sonlarından beri geliştirilmekte; bu alandaki gelişmişlik düzeyleri oldukça çeşitlilik gösteren üye ülkelerin uyum sağlamaları gereken ortak politikalarla ilgili yasalar Topluluğun yetkili organlarından geçirilmektedir.

Avrupa Topluluğu'nda tüketicinin korunması politikaları kendi gelişme süreçleri içerisinde belirli zaman dilimleri temel alınarak dörtlü bir gruplandırma ile ele alınabilir:

1. Roma Andlaşması'ndan başlayıp uzunca süren ama son üç yılı bir çeşit "Hazırlık" sayılabilecek Dönem (1957-1975)
2. 1.Tüketiciyi Koruma Programı Dönemi (1975-1980)
3. 2.Tüketiciyi Koruma Programı Dönemi (1981-1986)
4. Tüketiciyi Korumaya Yeni Hız Kazandırma Programı veya 3.Program Dönemi (1986-1990).

Bu bölümde, konu Roma Andlaşması'ndan başlayarak ele alınıp, 1. Tüketiciyi Koruma Programı'nın hazırlanmasına yol açan gelişmeler ile, özellikle bu programın benimsediği temel tüketici hakları ve bunların korunması yolunda geliştirilen politikalar gözden geçirilecektir. 1. Programı temel alan "2. Tüketiciyi Koruma Programı" ile "Yeni Hız Kazandırma Programı" ise üçüncü bölümle ele alınacaktır.

2.1.2. Roma Antlaşması ve Tüketiciler

Avrupa'da tüketicinin korunması hareketi, ABD'dekinin aksine uzun bir geçmişi olmayan bir harekettir. Hayli geç olarak, 1960'ların sonlarıyla 1970'lerin başlarında hız kazanmaya başlayan hareket, bu bölgeye de çok önce gelişmiş olduğu ABD'den gelmiştir(3). Nitekim, Avrupa Komisyonu'nun 1975 yılında yaptırdığı bir anket araştırmasına cevap verenlerin onda beşi, Komisyon'un uğraştığı konular arasında tüketicinin korunmasının 'çok önemli' olduğunu belirtmelerine rağmen, İngiltere ve Lüksemburg'da onda dörtten az kimse, İtalya'da ise onda

birden az kimse bir tüketici örgütünün adını belirtebilmiştir.

Buna karşılık, tüketicinin korunmasına yönelik bazı gelişmeler yer yer de olsa çeşitli ülkelerde AT'nin kurulmasından önce de görülmüştür. Özel bir tüketici kuruluşu olarak Avrupa'nın ilk tüketici örgütü, -birinci bölümde adı geçen- "Danimarka Tüketici Konseyi" (Forbrugerraadet)' dir ve daha 1947 yılında kurulmuştur. Benzeri örgütler 1950'ler sonlarında diğer Batı Avrupa ülkelerinde de görülmeye başlamıştır. Ancak, bunların en güçlü olanlarının hükümet ve iş dünyası üzerinde etkilerini hissettirmeye başlamaları 1960'ların sonlarını bulmuştur.

Özel alandaki bu gelişme Avrupa'da hükümetlerin tüketici sorunları konusunda artan endişelerine ve ilgilerine paralel bir seyir takip etmiştir. Bu hükümetler, yeni yasa tasarıları hazırlayıp yasalaştırma, tüketici işlerinden sorumlu organlar kurma veya başka şekillerde çeşitli bakanlıklara sorumluluklar verme yoluyla tüketicilerine yardımcı olmaya başlamışlardır.

Doğal olarak, AT üyesi Avrupa ülkelerindeki gelişmeler de yasal - örgütsel olarak birbirlerinden farklılık göstermiştir ve sonuçta bugün bile üye ülkelerde tüketici örgütlenmesi, uyanışı ve devletçe korunması birinden diğerine çeşitlilik göstermektedir. Örneğin, Danimarka, Hollanda ve İngiltere gibi bu alanda nisbeten gelişmiş ülkeler yanında, "Altılar"dan İtalya ve 1980'lerde katılan Yunanistan, 1986'da katılan İspanya ve Portekiz'de durum hayli farklıdır. Aynı şekilde üye ülkelerde kısmen hükümetçe finanse edilen tüketici örgütlerinde hükümetin payı önemli oranda değişiklik göstermekte olup, Danimarka'da yüzde 80 iken, İtalya'da sadece yüzde 20'dir (4).

Çeşitli ülkelerde hükümetin ve ulusal tüketici örgütlerinin etkinlikleri farklı olduğu gibi, devlet düzeyinde bu işlerin teşkilatlanma biçimi de farklılık göstermektedir. Bazı ülkelerin tüketici işleriyle uğraşan tek bir organ - bakanlık veya hayli üst düzey bir kuruluş - kurdukları (Fransa ve İngiltere gibi); diğerlerinin bir veya birkaç bakanlık içinde çeşitli birimlere tüketici işleriyle ilgili sorumluluklar yükledikleri (Belçika, Danimarka, Almanya ve İtalya gibi) görülmektedir. İkinci yolu izleyen ülkelerde genellikle Sağlık Bakanlığı, Ekonomik İşler Bakanlığı veya Tarım Bakanlığı yetkili kılınmıştır.

Altılar'ın imzaladığı 1957 tarihli Roma Andlaşması'nda direkt olarak tüketicinin korunmasına yer verilmemiş; tüketicilere yalnızca iki yerde, ortak tarım politikası ve rekabet politikasıyla ilgili bölümlerde değinilmiştir. Ortak tarım politikasıyla ilgili olarak 39. maddede, pazarları istikrarlı hale getirmek , malların arzını garantilemek ve tarım ürünlerinin tüketicilere makul fiyatlarla ulaşmasını sağlamaktan bahsedilmektedir. Rekabetle ilgili olarak 85. maddede de, pazarda rekabet durumundan tüketicilerin olumsuz yönde etkilenmemeleri için üye ülkeler arasındaki ticareti etkileyebilecek ve Ortak Pazar içindeki rekabeti önleyecek, sınırlayacak, ya da bozacak etkileri olan işletmeler arası tüm anlaşmaların, işletmelerin ortaklık kararlarının yasaklanmasından; 86. maddede

ise, bir veya birçok işletmenin Ortak Pazar'da veya bir bölümünde hakim durumdan usulsüz olarak yararlanmalarının yasaklanmasından bahsedilmektedir.

AT'yi kuran andlaşmanın önsözünde, Topluluğun temel amaçlarından birinin, üye ülkelerin hayat ve çalışma şartlarının sürekli olarak geliştirilmesi olduğu ifade edilmektedir. Bu genel fikir, Antlaşma'nın 2. maddesinde daha açık hale getirilmiştir: üye ülkelerin ekonomik politikalarını birbirlerine yaklaştırarak tüm Topluluk'ta ekonomik faaliyetlerin uyumlu bir şekilde teşvik edilmesi, devamlı ve dengeli genişleme, istikrarın geliştirilmesi ve üye ülkeler arasında daha yakın ilişkilerin sağlanması (5).

Görüldüğü üzere, genelde üzerinde önemle durulan hususlar, başta ekonomik büyümenin hızlandırılması olmak üzere ticaretin kapsamının genişletilmesi vb. konulardır; tüketicinin ve tüketimin korunmasına, gözetilmesine o zamanlar pek önem verilmemiştir.

Ancak, Topluluğun kuruluşu, kısa süre sonra tüketicinin güncel yaşamını geniş ölçüde etkilemeye başlamıştır ki, bunun başlıca nedenleri şöyle belirtilebilir (6):

1. Ortak Pazar'ın kurulmasıyla, üye ülkeler arasındaki gümrük duvarlarının kaldırılması sonucu pazara sunulan malların sayısı çoğalmış ve çeşitleri artmıştır. Mal ve hizmetlerde serbest dolaşım çeşitli alanlarda yeni politikaları gerekli kılmış; örneğin, serbest rekabet özendirilip, üreticiler arasındaki (sonuçta zararı tüketiciye dokunan) haksız rekabet yasaklanmıştır. Ortak tarım politikası ile üye ülkelerin gıda maddeleri ihtiyaçlarının düzenli ve güvenceli bir biçimde karşılanması sağlanmış; ortak enerji politikası da benzer bir biçimde güvence kaynağı olmuştur.

2. Topluluk, dünyanın diğer ülkelerine de açılmış; başta üye olmayan Avrupa ülkeleriyle olmak üzere çeşitli ülkelerle serbest ticaret anlaşmaları yapmıştır. Ortak gümrük tarifelerinde önemli ölçüde indirim yapılması yanında, Karayipler'den Büyük Okyanus'a ve elliye aşkın Afrika ülkelerine uzanan anlaşmalarla bu ülkelerden yapılan dış alımların hemen tümüyle, Akdeniz ülkelerinden alınan endüstri ve tarım ürünlerinin bir bölümünde uygulanan gümrükler kaldırılmıştır.

3. Ulusal pazarların birbirine açılması ve Topluluk'ta serbest mal dolaşımı, tüketici sorunlarının Avrupa düzeyinde boyutlar kazanmasına yol açmıştır. Örneğin, diğer üye ülkelerden mal alan bir tüketicinin, garanti, servis vb. gibi konularda zarara uğramasının önlenmesi gereği ortaya çıkmıştır.

4. Bir yandan tüketicinin korunmasına yönelik ulusal tedbirlerin bütünleştirilmesi ihtiyacı

doğmuş; öte yandan, tüketiciyi koruyucu ulusal kararların serbest mal dolaşımı açısından yeni engeller yaratmasının da önlenmesi gereği ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak, Ortak Pazar'ın aksamadan gelişmesini sağlamak ve aynı zamanda Avrupa tüketicisinin çıkarlarını gözetmek üzere, AT'nin tüketicinin korunması kararlarında bütünleşmeyi sağlamaya yönelmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

2.2. PARİS BAŞKANLAR ZİRVESİ VE İLK TÜKETİCİYİ KORUMA ÇALIŞMALARI (1972-1975)

AT'nin icra organı olan Avrupa Komisyonu'nda bir ortak tüketici politikası oluşturulması bir yana,uzunca bir süre tüketici işlerinden sorumlu etkin bir idari birim bile mevcut değildi. Buna rağmen, yukarıda değinilen endüstri ve ticaret dünyasında tekелci eğilimlere karşı rekabet kurallarıyla ilgili maddeler tüketicinin korunmasında yarar sağlamış; keza, "Ortak Tarım Politikası (The Common Agricultural Policy), tüketicilerin gıda maddelerini istikrarlı bir biçimde sağlamalarında ve özellikle dünya piyasalarındaki ani ve büyük dalgalanmalara karşı bir düzenleyici rolü oynamıştır.

Topluluk'ta tüketici çıkarları başlangıçtan beri Avrupa yasalarının oluşturulması sürecinde her ikisi de danışmanlık niteliğinde görev yapan iki kuruluştaki temsil edilmişlerdir: "Ekonomik ve Sosyal Komite" ile "Avrupa Paramentosu". Avrupa Paramentosu'nun üyeleri bu konuda duyarlık gösterdikleri gibi, aynı şey Ekonomik ve Sosyal Komite üyeleri için de söylenebilir. Komite, Avrupa endüstrisinin iki tarafı (üreticiler ve dağıtımıcılar) ile tüketicilerin de temsil edildiği bir genel çıkar grubunu içermektedir. Avrupa Komisyonu'nun yardımıyla 1962'de tüketici görüşünü temsil eden dört Avrupa örgütünün temsilcilerinden oluşan bir tüketici sorunları "Temas Komitesi" (The Contact Committee) kurulmuştur. Komisyon'un tarım politikalarıyla ilgili sorunlarda görüşlerine başvurduğu bu komitenin yerini, 1973 yılında "Tüketiciler Danışma Komitesi" (The Consumers' Consultative Committee) almıştır (7).

AT'nin tüketici politikası açısından Ekim 1972'de Paris'te yapılan Devlet veya Hükümet başkanları zirve toplantısı bir dönüm noktası sayılabilir. Zira, Paris Zirvesi ile uzun bir süredir devam eden ekonomik gelişmenin (özellikle sosyal alan gibi) tüm diğer alanlarda otomatik bir ilerlemeyi gerçekleştirmediği görüşünden hareket edilerek, Topluluğun kalkınmasının dar ekonomik başarı sınırlarının ötesinde bir genişlemeye ihtiyacı olduğu kararlaştırılmıştır. Ekonomik genişlemenin başlı başına bir amaç olmadığı hususu ile kalkınmanın sosyal ve beşeri amaçlarını vurgulayan liderler, birinci amacın, "yaşam şartlarındaki farklılıkları azaltmayı kolaylaştırmak" ve hayat standardını yükseltmek yanında "hayatın kalitesini de yükseltmek" olması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Bu doğrultuda somut adımlar olarak da "Avrupa Sosyal Fonu" (The European Social Fund)'nun genişletilmesini; bir "Bölgesel Fon" (The Regional Fund) kurulmasını; ve AT Komisyonu tarafından, Ocak 1974'den önce çevrenin ve tüketicilerin korunması için programlar hazırlanmasını isteme kararlarını almışlardır.

AT'de tüketici sorunlarına olan ilginin artması ve konunun ağırlık kazanmasında rol oynayan önemli bir faktör de, Paris Zirvesi Kararı ile 1973 yılı başında Topluluğa yeni katılan üç üyeden ikisi olan İngiltere ve Danimarka'nın güçlü ulusal tüketici hareketine sahip olmalarıydı. Bir diğer faktör ise, hem Avrupa Parlamentosu, hem de Ekonomik ve Sosyal Komite'nin, Komisyon'un tüketici işlerine daha fazla önem vermesi yolundaki istekleriydi. Böylece, Paris Zirvesi kararlarının ve belirtilen bu iki faktörün etkisiyle Komisyon'da 1973 yılı içinde üç önemli adım atılmıştır:

1. Komisyon'un bünyesinde "Çevreyi, Halk Sağlığını ve Tüketicuyu Koruma Servisi"nin kurulması.
2. "Tüketiciler Danışma Komitesi"nin kurulması; ve
3. Yeni kurulan "Çevre ve Tüketicuyu Koruma Servisine", Topluluk tüketiciyi koruma ve enformasyon (bilgilendirme) politikası oluşturulması için bir ön program hazırlanması görevinin verilmesi (8).

1. Bunlardan ilki olan, Çevreyi, Halk Sağlığını ve Tüketicuyu Koruma Servisi, 1 Ocak 1973'de tüketicinin korunması ve enformasyonundan sorumlu bir kısmı bulunan idari bir birim olarak kurulmuştur. (Daha önce tüketici çıkarlarının sorumluluğu rekabet bölümü içinde yer alan bir birime verilmişti). "Dokuzlar"da tüketici işlerinden sorumlu kılınan bu birimin başına direkt olarak Komisyon başkanına bağlı bir şube müdürü görevlendirilmiştir.

2. Komisyon'un ikinci önemli adımı olan "Tüketiciler Danışma Komitesi" (The Consumers' Consultative Committee)'nin kurulmasının amacı, Topluluk düzeyinde yapılan tüketicilerle ilgili çalışmalar hakkında tüketicilerin görüşünü Komisyon'a yansıtmaktır. Kurulduğunda 25 üyeli olan Tüketiciler Danışma Komitesi daha sonra genişletilerek 33 üyeden oluşur hale getirilmiştir. Avrupa düzeyinde tüketicileri temsil ettikleri kabul edilen başlıca 4 büyük tüketici kuruluşundan 6'şar temsilci ile 9 bağımsız uzman Tüketici Danışma Komitesi'nde görev yapmaktadır. Herbiri kendi çalışmalarında -özellikle üreticiler, dağıtımcılar ve reklamcıların örgütleriyle temaslariyla ilgili olarak- Komite'den finansal yardım gören Avrupa düzeyinde tüketicileri temsil ettikleri kabul edilen örgütler ise şunlardır:

1. Tüketici Birlikleri Avrupa Bürosu (BEUC-The European Bureau of Consumers' Associations). Merkezi Brüksel'de olup, AT üyesi ülkelerin tüketici örgütlerini temsil eder.

2. AT ile Örgütleri Komitesi(COFACE-The Committee of Family Organizations in the European Community)
3. AT Tüketici Kooperatifleri (EUROCOOP-The European Community of Consumer Cooperatives).
4. Avrupa İşçi Sendikaları Konfederasyonu (ETUC-The European Trade Unions Confederation). Merkezi Brüksel'de olup, bağımsız işçi sendikalarını temsil eder.

Tüketiciler Danışma Komitesi'nin sekreteryaya hizmetleri, Çevre ve Tüketicuyu Koruma Servisi tarafından sağlanır.

Tüketiciler Danışma Komitesi'nin görevleri üç yönlüdür. Birinci ve esas görevi, tüketicileri etkileyen tüm Topluluk işleriyle ilgili olarak Avrupa tüketicilerinin sesini duyurmaktır. Komite, Komisyon'un isteği üzerine veya kendi inisiyatifiyle Komisyon'ca hazırlanmakta olan metinler, alınmakta olan kararlar üzerinde veya belirli bir anda tüketicileri özellikle ilgilendirdiğini düşündüğü konular üzerinde görüşlerini bildirir. İkinci olarak, AT düzeyinde tüketicileri temsil eden çeşitli örgütler için bir toplantı yeri temin eder ve farklı ilgi alanları olan bu örgütlerin Komite ve organları içinde uyumlu bir şekilde birlikte çalışmalarını teşvik eder. Üçüncü ve son olarak da, Avrupa Komisyonu'nda tüketici örgütlerinin mevcudiyetini göstererek, Topluluk düzeyinde örgütlenmiş öteki kurumlar ve mesleki kuruluşlarla görüş alışverişini teşvik eder.

3. Paris Zirvesi'nden sonra Komisyon'ca atılan üçüncü önemli adım da, kendi bünyesinde kurulan Çevreyi, Halk Sağlığını ve Tüketicuyu Koruma Servisi'ni, Topluluk tüketicuyu koruma ve enformasyon politikası oluşturmak üzere bir ön program yapmaya davet etmiş olmasıdır.

Bu davet ve görev verme üzerine, AT'de tüketicinin korunması için hazırlanan Tüketicuyu Koruma Ön Programı veya 1. Tüketicuyu Koruma Programı 5 Aralık 1973'de Komisyon'da kabul edilmiş; 1974 yılı içinde Ekonomik ve Sosyal Komite'den ve Avrupa Parlamentosu'ndan olumlu görüş alınmış ve nihayet 14 Nisan 1975'de AT Bakanlar Konseyi'nde onaylanmıştır (9). Topluluğun Resmi Gazetesi (Official Journal)'nde 25 Nisan 1975'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

2.3. 1.TÜKETİCİYİ KORUMA PROGRAMINDA TEMEL TÜKETİCİ HAKLARI VE BUNLARLA İLGİLİ OLARAK GELİŞTİRİLEN POLİTİKALAR

2.3.1. 1.Tüketiciyi Koruma Programı ve Temel Tüketici Hakları

AT yasama organı olan Bakanlar Konseyi'nin Nisan 1975'de onaylaması ve Topluluk Resmi

Gazetesi'nde yayınlanmasıyla yürürlüğe giren 1. Tüketiciyi Koruma Programı'nın iki ana işlevi vardır: Program , öncelikle bir Avrupa Tüketici Hakları Beyannamesi niteliğini taşımaktadır. İkinci olarak da, tüketicileri etkileyen çeşitli yasaları birbirine yaklaştırma ve değişik Topluluk politikaları ortamında tüketicinin daha iyi korunmasını sağlama yolunda genel çerçeve oluşturacak bir politika uygulama planıdır (10).

Paris Zirvesi'nde alınan "Sosyal Politika ve Tüketicilerin Korunması" alanlarındaki programların Ocak 1974'ten önce hazırlanması yolundaki kararın tüketicilerle ilgili yönünün uygulamaya konulmasını sağlayan 1. Tüketiciyi Koruma Programı, Tüketicilerin 5 temel haklarının varlığını tanımıştır. Sözkonusu haklar şunlardır:

- 1. Sağlık ve güvenliğin korunması hakkı**
- 2. Ekonomik çıkarların korunması hakkı**
- 3. Zararın tazmin edilmesi hakkı**
- 4. Bilgilendirilme ve eğitilme hakkı**
- 5. Temsil edilme (Sesini duyurma) hakkı (11).**

Topluluk andlaşmasının "yasaların uyumlaştırılması" ile ilgili 100. maddesi ile "Konsey'in ek yetkileri" ile ilgili 235. maddesi uyarınca bu hakların Topluluk yasa organlarınca uygulamaya konulması öngörülmüştür (12).

Beyan edilen tüketici hakları 4 yılda tamamlanması beklenen Topluluk eylem planının ilk aşamasındaki Topluluk amaçlarını ve önceliklerini temsil etmektedir. Program hayli geniş kapsamlı olup, tüketici haklarının sadece tüketicinin korunması açısından güçlendirilmesi ile yetinmemekte; aynı zamanda, Topluluğun ekonomi, tarım, ulaştırma, enerji, çevre vb. konulardaki spesifik politikaları çerçevesinde ve ilgili yasaların daha etkili bir biçimde birbirlerine yaklaştırılması yönünden de tüketici haklarının güçlendirilmesinin gerekli olduğunu ifade etmektedir. İşte bu amaçlardır ki, AT Komisyonu bünyesinde görev yapan Tüketiciler Danışma Komitesi, Komisyon'un politikalarını gözden geçirmeye, yasa tasarıları hazırlamaya ve bir takım özel ihsas komiteleri (ya da özel çalışma grupları - ad hoc committees) kurmaya girişmiştir.

Bu çalışmaları sürekli teşvik eden Komisyon, Avrupa tüketici örgütlerine finansal destek verip, subvanse etmeye devam etmiş ve tüketici örgütleri ile kamu otoriteleri arasındaki ilişkileri, tüketicilerin eğitilmesi, reklam, satışlar, satış sonrası hizmetler ve tarımsal malların fiyatlandırılması gibi konuları ele alan birçok araştırmaya maddi destek vermiştir.

Aşağıda, 1. Tüketiciyi Koruma Programı'nın ortaya koyduğu temel tüketici hakları ayrı ayrı ele alınarak, AT'de bu hakların sağlanması yolunda yapılan çalışmalar sırasıyla incelenecektir.

2.3.2. Tüketicinin Sağlık ve Güvenlik Hakkı

Programa göre, tüketicilere sunulan mal ve hizmetlerin normal veya önceden tahmin edilebilir şartlarda kullanılması tüketicilerin sağlığını ve can güvenliğini tehlikeye sokmamalıdır. Bu tür tehlikelerin var olması halinde, malların pazardan geri çekilmesini sağlayacak süratli ve basit prosedürlerin (usul veya süreçlerin) bulunması zorunludur. Bir mamülün riskli olmasına rağmen, faydası nedeniyle pazardan çekilmediği hallerde tüketiciler sözkonusu tehlike nedeniyle uyarılmalıdırlar (13). Örneğin, gıda maddelerine üretimde katılan katkı maddelerinin ve gıda özlerinin tanımlanıp, kullanımlarının yönetmeliklerle düzenlenmeleri gerekir. Başta gıda maddesi olmak üzere, kozmetikler, deterjanlar, ev aletleri ve dayanıklı tüketim malları, otomobiller, tekstil ürünleri, oyuncaklar, tehlikeli madde özleri, gıda maddeleriyle temas eden materyaller, ilaçlar, gübreler, böcek ve bitki zehirleri, veterinerlik ve hayvan yemi maddeleri tüketicinin korunmasında yasa konusu olabilecek öncelikli mal grupları olarak seçilmişlerdir (14).

Esasen, bu öncelikli mal gruplarının bir bölümü 1.Tüketici Programı öncesinde Topluluk yasalarında "malların serbest dolaşımı ve ticarete teknik engellerin ortadan kaldırılması programı (1969 tarihli Bakanlar Konseyi Kararı ve 1973 tarihli tamamlayıcı Konsey kararı çerçevesinde)" ve "Ortak Tarım Politikası" ile ilgili olarak sözkonusu olmuştur; ancak, artık "Tüketiciyi Koruma Politikası" çerçevesinde sağlığa ve can güvenliğine yönelik tehlikelerin daha uyumlu bir çaba ile ortadan kaldırılması yoluna girilmiştir (15).

Daha 1976 yılında Ortak Tarım Politikası çerçevesinde 80 kadar yönerge (direktif) kabul edilmiş; özellikle gıda maddeleri ve katkı maddeleri, yağlardaki azami asit miktarları, diyet yiyecekler ile benzeri özel gıda maddeleriyle ilgili Bakanlar Konseyi kararları alınmıştır. Bu noktada bazı AT hukuku kavramlarını açıklamak yerinde olacaktır. Yönerge veya Direktif (Directive), AT Hukukunda mevcut üç yasal araçtan biridir; yöneldiği her üye Devleti varılacak sonuç açısından bağlamakla birlikte, her üye konuya göre verilen sürede bunu kendi iç hukukuna adapte eder (şekil ve araç seçimi yönünden). Regulasyon veya Yönetmelik (Regulation), tüm üye Devletler için tüm unsurlarıyla bağlayıcıdır; iç hukuka adaptasyon olmaksızın aynen ve doğrudan uygulanır. Karar (Decision, Resolution), yöneldiği üye Devlet veya kişiler (özel, tüzel kişiler veya kamu kuruluşları) için tüm unsurlarıyla bağlayıcı hukuk kuralıdır*. Avrupa Komisyonu, bir "Hayvan Yemleri Bilim Komitesi" kurarak, hayvansal nitelikli mallardan kaynaklanıp insanlara geçebilecek tehlikeleri izleme yoluna gitmiştir.

* AT ile ilgili kavramlar için Avrupa Topluluğu Sözlüğü. Ankara: Pelin Ofset Tipo Matbaacılık, 1984 görülebilir.

Bitkilerle ilgili olarak da, Konsey bir yönerge ile sebzelerin ticaretinde aranılacak sağlık şartlarını belirlemiş ve tek bir "Sağlık Sertifikası" uygulaması başlatarak ticaret prosedürünü basitleştirmiştir. Hayvan Yemleri Bilim Komitesi dışında yine Komisyon'a sürekli olarak danışmanlık yapmak üzere kurulan "Veterinerlik Daimi Komitesi" gibi, sebze ve meyvelerle ilgili olarak danışmanlık yapacak bir "Bitki Sağlığı Daimi Komitesi" kurulmuştur. Ayrıca, hayvan hastalıklarıyla ilgili olarak, Topluluk dışından canlı hayvan ve et mamülleri ithalatında uygulanacak pek çok ortak veterinerlik tedbirleri alınmıştır.

Malların serbest dolaşımını sağlama yolunda ticarete teknik engelleri ortadan kaldırma genel programı çerçevesinde 1976 yılında kabul edilen 18 yönerge tüketicileri doğrudan doğruya ilgilendirmektedir ki, bunların arasında tüketicileri özellikle ilgilendiren bazıları şöyle belirtilebilir: motorlu araçlarla ilgili yeni güvenlik tedbirleri getiren yönergeler (frenler, emniyet kemerleri, ışık sistemi, gürültü, havayı kirletme ve verimlilikle ilgili) ; kimyasal maddeler (çözümleyiciler, boyalar ve cilalar, böcek zehirleri, ev eşyaları ve kozmetiklerle ilgili olanlar).

Kozmetiklerle ilgili yönerge insan sağlığına zararlı mamüllerin pazarlanmasını yasaklamış ve kullanılmasına izin verilen ve izin verilmeyen maddeleri listeler halinde belirtmiştir. Ayrıca, etiketlenmenin açık ve bilgi verici olmasını zorunlu kılmakta ve yanıltıcı reklamı yasaklamaktadır. Bu dönemde kozmetikler önemli bir sorun olmakta devam etmiştir. Bunların kullanılmasından doğacak zehirleyici etkiler konusunda Komisyon'a görüş bildirmek amacıyla 1978'de 'Kozmetoloji Bilimsel Komitesi' kurulmuş; 1979'da teknik gelişmelere paralel olarak kullanılmasına izin verilen maddeler listesine bazı eklemeler yapılmıştır (16).

Aynı şekilde, imalat sanayiindeki teknik gelişmeleri yansıtan bir Komisyon yönergesi de Topluluk üyelerinin yasalarının birbirlerine yaklaştırılmasına ilişkin 1972 tarihli Konsey yönergesi çerçevesinde, bazı lifli tekstil elyaf karışımlarının kantitatif analiz metodlarına ilişkindi. Bunu, Komisyon'ca önerilip, Parlamento ile Ekonomik ve Sosyal Komite'den olumlu görüş alan bir dizi Konsey yönerge tadilleri izlemiştir.

Oyuncaklarla ilgili can güvenliğini sağlamak ve bunlardan çocuklara gelebilecek tehlikeleri önlemek için Ekonomik ve Sosyal Komite'den olumlu görüş almış bulunan bir yönerge teklifi Konsey'e gönderilmiştir.

Komisyon, sağlık ve güvenlik hakkının korunması yolunda pazarlardaki gelişmeleri izleme yoluna gitmiş ve tüketici için tehlike yaratabilecek madde özleri veya mamüller hakkında bilgi sağlayacak araştırmalar yaptırmış; tarımsal ürünler, gıda maddeleri ve endüstriyel mallar alanlarında yasaları birbirlerine yaklaştırmaya yönelik Topluluk programlarını yürütmüştür.

Konuyu, tüketicinin sağlığının ve can güvenliğinin korunması şeklinde ikili bir ayırımla ele alarak 1.Tüketiciyi Koruma Programı uyarınca yapılan çalışmaları ve alınan ortak kararları genel bir çerçeve içinde sıralamak yararlı olacaktır (17). Bunların çoğu, malların serbest dolaşımı, endüstriyel mallarda ve gıda maddelerinde ticarete teknik engellerin kaldırılması ve 1969 tarihli Ortak Tarım Politikası yasaları çerçevesindedir.

1. Tüketici Sağlığının Korunması

- Gıda maddelerine eklenen katkı maddeleri,
- Yağ ve margarinlerde asit oranları,
- Gıda maddeleri ambalajında PVC'den yapılmış malzeme kullanılması,
- Gıda maddelerinin etiketlenmesi ve ambalajlanması,
- Sebze ve meyvelerde haşere öldürücü ilaç artıklarının üst sınırının belirlenmesi,
- Bal, meyve suları, paket süt ve çikolata gibi mamüllerin bileşimi, üretimi ve etiketlenmesiyle ilgili kurallar,
- Kozmetiklerin üretiminde kullanılabilecek ve kullanılamayacak madde ve renklendiricilerin belirlenmesi,
- Taze et ticareti ve piyasaya sunulan taze et niteliklerinin belirlenmesi.

2. Can Güvenliğinin Korunması

- Özel binek otomobilleri ve kamyonlarla ilgili güvenlik tedbirleri (çarpmalardaki direnç, motorun gürültü ölçüsü, dikiz aynası, egzoz gazlarıyla hava kirlenmesi vb. konularda 20 kadar karar),
- Tehlikeli maddelerin ambalajlanması ve etiketlenmesi, tehlikelilik derecelerine göre sınıflandırılması,
- Bazı tehlikeli maddelerin sürümüne ve kullanılmasına kısıtlamalar getirilmesi,
- Aerosollerde, "monomer vinilklorid" adlı maddenin kullanılmasının yasaklanması.

Bunlardan başka, Avrupa Komisyonu oyuncaklarda çocuklar için can güvenliğine yönelik tehlikelere karşı bir takım öneriler hazırlamaya girişmiş; ev bakım ve temizlik maddelerinin, bunları kullananlarda ve çocuklarda doğurabileceği tehlikelerin azaltılması yolunda tedbir önerileri hazırlayıp bunları karar sürecinin bazı aşamalarından geçirmiştir. Ayrıca, tüketicinin güvenliği açısından en tehlikeli malların neler olduğunu belirleyip, bunlara karşı çözüm önerileri hazırlamak için, ev kazalarının nedenleri konusunda bir inceleme ve haberleşme programı hazırlamıştır (18).

2.3.3. Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı

Programa göre;

1. Alıcılar, satıcının gücünü kötüye kullanmasına karşı, özellikle şu hususlarda

korunmalıdırlar: sadece bir tarafı koruyan standart sözleşmeler; sözleşmelerde haksız bir biçimde temel hakların çiğnenmesi; ağır kredi şartları; istenmeyen mallar için ödeme yapılmasının istenmesi ve baskılı satış medodları.

2. Tüketici, ekonomik çıkarlarına yönelik üretim hatası bulunan mallar, yetersiz servis vb dolayı sözkonusu olacak zararlara karşı korunmalıdır.

Bu amaçları gerçekleştirmek için Topluluğun yapması gereken işlemler de şöyle ifade edilmiştir (19):

- Genel tüketici kredisi şartlarının Topluluk içinde uyumlaştırılması
- Tüketicilerin aldatıcı ve yanıltıcı reklama karşı korunması
- Tüketicilerin dürüst olmayan ticari uygulamalardan korunması, örneğin sözleşmelerdeki ağır şartlar, garantilerdeki şartlar, kapı kapı dolaşarak yapılan satışlarda satış şartları vb.
- Mal güvenliği konusundaki kanunların Topluluk içinde uyumlaştırılması
- Servis sahasının genişletilmesi ve kalitesinin geliştirilmesi
- Tüketicilerin daha genel ekonomik çıkarlarının geliştirilmesi.

Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması yolunda yönerge çıkarılması için Komisyon 1976 yılında iki konuda teklif sunmuştur: Bunlardan biri , hatalı ya da kusurlu mamüllere, diğeri de, işyerinden uzakta - kapı kapı dolaşarak - yapılan satışla ilgili sözleşme şartlarına ilişkindir. Ayrıca, yanıltıcı ve haksız reklam, tüketici kredileri ve yaygın öğretimle ilgili teklifler ve yönerge taslakları üzerinde çalışmalar başlatılmıştır.

(1) Üretim Hatası Bulunan Mallarla İlgili Sorumluluk

Üretim hatası bulunan malların yol açtığı zararların giderilmesine ilişkin tasarı, bir malın üreticisinin ondaki kusuru bilip bilmemesine bakılmaksızın; hatta satış tarihindeki bilimsel bilgi düzeyi ışığında hatayı bilebilmesinin imkansız olması durumuna bile bakılmaksızın doğabilecek tüm zararların üretici tarafından giderilmesi yükümlülüğünü getirmektedir. Örneğin, bir elektrikli ev aletinin hatalı bir şekilde izolasyonu veya fabrikasyon hatası bulunması onu kullanan tüketicinin yaralanmasına yolaçmışsa, yasal açıdan kusuru görülme bile üreticiden uğranılan zararları karşılaması istenebilir. Topluluk'ta çeşitli durumlarda bu tür zararlar için Avrupa Para Birimi (ECU) ile belirli sorumluluk sınırları geliştirilmiştir (20).

(2) Kapı Kapı Dolaşarak Satışta Sözleşmeyi İptal Hakkı

Kapı kapı dolaşarak yapılan satışla ilgili yönerge için hazırlanan teklif, tüccar ile tüketici

arasındaki sözleşmelere yönelik olup, sözkonusu dönemde Avrupa Parlamentosu ile Ekonomik ve Sosyal Komite tarafından onaylanmıştır. Sözleşmenin tüccarın işyerinin dışında müzakere edilmiş olması şart olup, diğer bir şart da, tüketicinin özel inisiyatifi ile yapılmış bir sözleşme olmamasıdır (Ancak, katalog ısmarlanması, nümune gönderilmesinin veya satış ziyareti yapmasının istenmiş olması, satış sözleşmesinin tüketicinin özel inisiyatifi ile müzakere edilmesi sayılmaz). Bu tür sözleşmelerde tüketicinin iptal hakkının geçerli olmadığı diğer haller şunlardır: sözleşmenin hiç müzakere edilmeden sadece yazılı olarak yapılması; bir mahkeme, noter veya taraflara haklarını ve hukuki sorumluluklarını bildiren herhangi bir yetkili kişi huzurunda yapılması, gayrimenkullere veya küçük değerlerde (25 Avrupa Para Birimine "ECU" kadar) mallara ait olması durumlarıdır.

Satış sözleşmesi yazılı olmalı ve belirli spesifik bilgileri (örneğin, tarafların adları ve adresleri, ilgili mal ve hizmetin neler olduğu, teslim zamanı sınırı, fiyatı, ödeme şartları ve iptal etmek için ihbar süresi) kapsamalı, tüketici tarafından imzalanmış olmalı ve bir kopyesi tüketicide bulunmalıdır.

Kapı kapı dolaşarak yapılan satışlarda tüketicinin korunması, özellikle, ana sözleşmeyi imza tarihinden itibaren 7 gün içinde iptal etme hakkının tanınmasıyla sağlanmaktadır. Bu iptalin olağan yasal ihbar usüllerine göre yapılması gerekmektedir; ihbarın yapılması ile tüketicinin sözleşmeden doğan sorumlulukları sona ermektedir. Sözleşme yapıldığı sırada, sözleşme formundan ayrı bir ihbar formu da tüketiciye verilmelidir.

Tüketici, sözleşmeyi tanınan iptal süresi içinde iptal ederse yaptığı ödemeler iade edilmeli; alınan mallar, katlanılan masrafları ve riski de kendisine ait olmak üzere tüccara iade edilmelidir. Bu arada normal kullanımından dolayı mallar için para ödenmesi sözkonusu olmamalı - depozit gibi, ulusal yasaların gerekli kıldığı bazı ödemelerin dışında - tüketicinin herhangi bir şekilde ödeme yapması yasaklanmalıdır. Sözleşmenin sadece yazılı olarak yapıldığı (ki, yukarıda belirtildiği gibi sözlü müzakere yapılmadan sadece yazılı olması geçersizlik nedenidir) veya tüketicinin özel inisiyatifi ile yapıldığı (bu da diğer geçersizlik nedeni) konularında ihtilaf çıkması halinde ispat yükü tüccara aittir. Tüketiciyi koruyucu bir başka husus da, sözleşmeyi iptal yetkisini kullanması halinde tüketicinin tazminat ödemesini öngören şartlar ile normal olarak yetkili olması gereken mahkemenin yargılama yetkisini ortadan kaldıran şartların geçersizliğidir.

(3) Yanıltıcı ve Haksız Reklam

Yanıltıcı ve haksız reklamla ilgili bir yönerge çıkarılması için Komisyon'un 1978'de yaptığı teklif Parlamento ile Ekonomik ve Sosyal Komite'nin olumlu görüşleriyle 1979'da Komisyon'da düzeltmelerle geliştirilmiştir (21). Yönerge teklifi, temelde, yanıltıcı ve haksız reklamı

tanımlamakta ve kullanılacak kriterleri ortaya koymaktadır. Buna göre, yanıltıcı reklam, "toplam etkisi bakımından tamamen veya kısmen yanlış, sunuş biçimi de dahil olmak üzere hitap ettiği veya ulaştığı kimseleri yanıltan veya bu suretle yanıltması muhtemel olan herhangi bir reklamdır".

Haksız reklam ise,

- Uygunsuz bir biçimde, milliyetini, kökenini, özel hayatını veya iyi bir ünvanı ima ederek bir kimsenin itibarını sarsan,
- Başka bir kimsenin ticari ününe, onun firması, mal veya hizmetleri hakkında yanlış ifadelerle lekeleyici yorumlarla zarar veren veya vermesi muhtemel olan,
- Korku hislerine hitabeden veya sosyal ya da dini ayırmacılığı teşvik eden; veya
- Sosyal, ekonomik ve kültürel yönlerden kadın-erkek eşitliği ilkesini açıkça bozan; veya
- Tüketicinin güvenini, saflığını veya tecrübesizliğini kötüye kullanan veya tüketiciyi ya da genelde halkı herhangi bir uygunsuz şekilde etkileyen veya etkilemesi muhtemel olan reklamdır (22).

Bir reklamda eksik bilgi verilmesi, yanlış izlenim yaratılması veya reklamı verenin karşılayamayacağı beklentiler yaratması halleri de yanıltıcı reklam olarak nitelendirilmektedir. Yönergenin bir özelliği de, karşılaştırmalı reklama izin vermesi olup; önemli ve ispat edilebilir hususları karşılaştırdığı sürece, bunu yanıltıcı veya haksız reklam saymamaktadır. Reklamı veren, gerçeklere dayanan bir iddiada bulunduğu takdirde, iddiasının doğruluğunu ispat yükü kendisine düşmektedir.

Teklif edilen yönerge, Topluluk üyesi ülkelere yanıltıcı veya haksız reklama karşı yeterli ve etkili yasalar çıkarma görevini yüklemektedir. Özellikle, bu yasalar yanıltıcı veya haksız reklamdaki zarar gören kimselere ve konuyla yasal bir ilgisi olan birliklere haklarını korumak için süratli, etkili ve pahalı olmayan yollardan hukuki prosedürleri başlatma imkanı vermeli; ayrıca, hakların çiğnenmesine karşı tedbirleri de sağlamalıdır. Teklif, üye ülkelerin Topluluk Andlaşması ile çelişkili olmamak kaydıyla, bu alanda başka tedbirler almalarını veya mevcut tedbirleri sürdürmelerini engellememektedir.

(4) Tüketici Kredisi

Konuyla ilgili hükümet uzmanları ve diğer ilgili taraflarla uzun görüş alışverişinden sonra Komisyon tüketici kredisiyle ilgili bir yönerge teklifini 1979 yılında Bakanlar Konseyi'ne sunmuştur (23). Teklif, kredili işlemlerde tüketicilere tüm Topluluk'ta uygulanacak asgari koruma standartları getirmeyi ve hem de kredilerde bir ortak pazarın oluşturulmasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Mal veya hizmetlerin kredili olarak sağlanması amacıyla yapılan tüm anlaşmaları kapsamakta; sadece şu hususlar tüketici kredisi konusunun dışında kalmaktadır: gayrimenkul satın almak için yapılan anlaşmalar, kiralama anlaşmaları , üç aydan fazla olmayan bir süre içinde tüketicinin mal veya

hizmetin bedelini ödemesine ilişkin anlaşmalar, kredi kartları dışındaki bir kredi kuruluğu veya finansman kurumunca kabul edilen veya tahsis edilmiş cari hesapla ilgili avanslar.

Bütün kredi anlaşmalarının yazılı olması ve iki tarafça imzalanması yanında, her anlaşma yönerge teklifinin belirttiği esas şartları kapsamalıdır: ilgili mal veya hizmetlerin açıklanması; peşin fiyatı ve kredili fiyatı; gerçek yıllık faiz oranı; varsa deposit miktarı ve geçerli olduğu tarih; taksitlerin miktarı ve sayısı; erken ödeme halinde iskonto şartları; malların kimin mülkiyetinde olacağı ve hangi şartlarda tüketicinin malların sahibi olacağı; ve gereken her türlü güvenceye ilişkin ayrıntılar.

Tekliğin kabul ettiği bir dizi kurallar, kredinin maliyetini oluşturan tüm maliyet unsurlarının açıkça belirtilmesini ve böylece tüketicinin rakip kredi kaynakları arasında karşılaştırma yapabilmesini öngörmektedir. Üye ülkeler, Topluluk Andlaşmasına aykırı olmamak şartıyla, önerilen standartların üzerinde tüketiciye daha uygun imkanlar sağlamakta serbest bırakılmakta; kredi anlaşmalarının belirli yönlerini de istedikleri gibi düzenleyebilmektedirler.

(5) Hizmetler

Topluluk üyesi ülkelerde hizmetler, ekonomik faaliyetlerin giderek artan bir bölümünün kaynağını oluşturmaktadır. Topluluk'ta bu sektör, çalışan nüfusun ortalama olarak yarısının istihdam edildiği ve insan gücünün yarattığı katma değerin büyük bir bölümünün temsil edildiği bir sektördür. Bu nedenle, Komisyon 1978 yılından itibaren sürdürölen incelemelerin sonucu olarak, bu geniş alanda da faaliyetlerini geliştirmiştir.

Konuyu, özellikle bu programı takip edecek olan 2. Tüketici Programı'nın uygulanmasına yönelik olarak değerdendiren Komisyon, şu hususların yararlı olacağı görüşüyle hareket etmiştir:

- Dayanıklı tüketim mallarında satış sonrası hizmetlerin şartlarının, bunları geliştirmek amacı doğrultusunda ayrıntılı bir biçimde incelenmesi
- Mallarla ilgili olmayan ticari hizmetlerin geliştirilmesinin ve bunların nasıl sağlanmakta olduğunun incelenmesi
- Resmi ve yarı resmi hizmetlerin geliştirilmesi amacıyla, bu hizmetleri verenlerin temsilcileri ile tüketici ve kullanıcıların temsilcileri arasında görüş alışverişinin teşvik edilmesi (24).

Böyle bir yaklaşımla konuya eğölen Komisyon, Ekim 1979'da "Hizmetlerin kullanıcıları olarak tüketiciler" konulu bir kollokyum düzenleyerek, ulusal tüketici birliklerinin, özel sektör hizmet endüstrisinin ve kamu hizmeti verenlerin temsilcilerinin biraraya gelmelerini sağlamıştır.

Kollokyum, Komisyon'a özellikle turizm ile otomobiller ve elektrikli ev aletleri gibi alanlarda hizmetlerin tüketici lehine olarak geliştirilmesinde ana faaliyet alanlarının neler olduğu konusunda yol gösterici olmuştur.

(6) Yaygın Öğretim

Avrupa Parlamentosu'nun girişimi ile, Avrupa'da hayli yaygın olarak görülen yaygın öğretim, ya da "evde çalışarak yürütülen kurslarla yapılan öğretim" in bir sisteme sokulması ve böylece tüketicinin hak ve çıkarlarının korunması önerilmiştir. Yönerge teklifi 1978 yılında önce Ekonomik ve Sosyal Komite'den, sonra da Parlamento'dan olumlu görüşler almış; ancak, her iki organın tadilat önerileriyle düzeltilmiş olarak Bakanlar Konseyi'ne sunulmuştur (25). Teklifte, öncelikle bu tür öğretimi düzenleyen organizatörün (ders veren veya kursları sunan kişi ve kurumun) bu amaca uygun ve işinin ehli olması; ayrıca, kendisiyle öğrencisi arasındaki sözleşmenin tüketicinin korunması ilkesine uygun yapılmış olması öngörülmektedir.

2.3.4. Tüketicinin Tazmin Edilme Hakkı

Programa göre, tüketiciler satın aldıkları malların kusurlu olmasından veya hizmetlerin yetersizliğinden doğan zarar-zıyanın tazmin edilmesi yolunda tavsiye ve yardım görmelidirler. Uygun miktarda zarar-zıyan, süratli, etkili ve pahalı olmayan yollardan sağlanmalıdır. Bu amaç doğrultusunda, Komisyon'un üye ülkelerin hukuk sistemlerindeki tazmin mekanizmalarını incelettirmesi, tebliğler yayınlaması ve gereken yerlerde mevcut sistemlerin geliştirilmesi yolunda uygun teklifler hazırlaması öngörülmüştür.

Öncelikle üye ülkelerde mevcut hukuk sistemlerinin incelenmesi ve karşılaştırmalar yapılması gereği ortaya çıktığından, Komisyon Montpellier Üniversitesi ile işbirliği yaparak bu konuda, bir dizi toplantılar (kollokyumlar) düzenlemiştir. Ancak bu çalışmalar 1. Program döneminde oldukça sınırlı kalmış ve ön araştırma aşamasından ileri gidememiştir. Öte yandan, Komisyon bünyesindeki Ekonomik ve Sosyal Komite'nin yaptırdığı bir araştırma, alışlagelmiş hukuki yolların çok masraflı, zaman alıcı ve dolambaçlı olduğunu; bu nedenle de tüketicinin tazmin için bu yollara başvurusunun pek söz konusu olmayacağını ortaya çıkarmıştır (26). Komite'nin 1979'da kabul ettiği bu araştırma, hukuki ve hukuk benzeri (yarı hukuki) yollardan tüketicinin korunmasının uyumlaştırılmasının üzerinde özellikle durmuştur. Bu konuda önemli sorunlardan biri tüketicinin kolay ve ucuz yollardan mahkemeye gidebilmesidir ki, bu da, sonuçta üye ülkelerin hukuk sistemlerine dayanmaktadır. Komisyon, tazmin edilme hakkıyla ilgili olarak Avrupa Konseyi'nin bu konudaki çalışmalarıyla ilişki kurmuş ve onun İskoçya'daki küçük şikayetlerle ilgili pilot bölge çalışmasını desteklemiştir (27).

2.3.5. Bilgilendirilme ve Eğitilme Hakkı

Programa göre, mal ve hizmetlerin satın alınmasında tüketici yeterli bilgi ile güçlendirilmelidir.

Tüketici:

- Pazara sunulan mal veya hizmetlerin temel özellikleri (nitelik, kalite, miktar ve fiyat gibi)'ni değerlendirebileceği şekilde yeterli bilgi alabilmeli;
- Bu suretle, o rakip mallar ve hizmetler arasında rasyonel seçim yapabilmeli;
- Bu mal ve hizmetleri güvenli ve kendini tatmin edecek şekilde kullanabilmeli;
- Alınan mal veya hizmetten doğan bir zarar-ziyan için hak talep edebilmelidir.

Bunları sağlamak üzere öncelikli görevler belirlenmiştir: konuyla ilgili tüm spesifik yönergelerin hazırlanmasında ve kuralların konulmasında geçerli olacak genel ilkeleri belirleme; Topluluk düzeyinde etiketleme kurallarını koyma; gıda maddelerinde tüketiciye hangi bilgilerin verileceği (örneğin, nitelik, ağırlık veya hacim, gıda değeri, imalat tarihi gibi) hususunda kuralları belirleme; gıda dışındaki mallar ile hizmetlerde hangi bilgilerin verileceğini belirleme; fiyatın ve mümkünse birim veya hacim başına fiyatın nasıl ifade edileceğiyle ilgili ilkeleri ortaya koyma ve gönüllü "bilgi verici etiketleme" sistemlerinin kullanılması ve uyumlaştırılması(28). Öncelikle yapılacak işler arasında üye ülkelerde karşılaştırmalı testler yapan kamu, özel ve karma nitelikli kurum ve kuruluşların birbirleriyle koordinasyonunun Komisyon'ca sağlanması, ortak testler yapmaları ve testler için ortak standartların saptanması; tüketici tutum ve davranışlarıyla ilgili olarak bazı konularda zaten yapılmakta olan araştırmalara devam edilmesi ve bunların diğer yönleri de uygulanması; ulusal ve Topluluk düzeyinde alınan tedbirlerin tüketicilere duyurulması; Topluluk içinde fiyatları etkileyen faktörlerin duyurulması ve perakende fiyatlarla ilgili araştırmalara devam edilerek, fiyat farklılıklarının en kısa zamanda halka duyurulması.

Eğitimle ilgili olarak da, çocukların, gençlerin ve yetişkinlerin, haklarının ve sorumluluklarının bilincinde, mallar ve hizmetlerle ilgili olarak bilgili şekilde seçim yapabilecek tüketiciler olarak eğitilmesi yolunda imkan ve kolaylıklar yaratılacaktır. Bu çerçevede okullarda tüketici eğitimi yolunda incelemeler yapılması, öğretmenlerin eğitilmesi, yayınlarla ve çeşitli yollardan tüketicileri ilgilendiren bilgilerin geniş kitlelere yaygınlaştırılması öngörülmektedir (29).

Komisyon, 1977 yılında tüketiciyi korumak için gıda maddelerinin üzerine fiyatlarının yazılmasını ve tüketiciye fiyat karşılaştırma imkanını vermek üzere birim fiyatının da belirtilmesini zorunlu kılan bir önerge teklifi yapmış ve bu teklif Bakanlar Konseyi'nce 1979 yılında kabul edilmiştir. Kabul edilen bir yönerge de, buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi gibi elektrikli ev aletlerinin elektrik tüketim durumlarının bunların etiketlerinde belirtilmesine ilişkindir.

Ayrıca, Komisyon 1978 yılında Konsey'e, mesleki faaliyetler ve yol trafiği dışındaki kazalar için Topluluk'ta bir enformasyon sistemi kurulmasını isteyen bir teklif sunmuş; bunu iki teklif daha izlemiştir. Bunlardan biri, Konsey'den her üye ülkenin kendi sınırları içinde tüketicilerin can ve mal güvenliğine yönelik acil ve ciddi tehdit oluşturan bir tüketim malının varlığını öğrenir öğrenmez, bundan diğer üye ülkeleri ve Komisyon'u haberdar etmesini ve Komisyon'un bu durumu çözüme kavuşturacak uygun tedbirleri almasını sağlayacak bir mekanizma kurmasını istemektedir. Bu kapsamda düşünülen tüketim malları ise, insanların kullandığı gıda maddeleri; kendi kendine yapılan ev araçları; oyun veya spor araçları; tekstil ürünleri ve oyuncaklar; ilaçlar, kozmetikler ve kimyasal maddeler ; bisiklet, motosiklet ve benzeri taşımaya yarayan motorlu araçlar (30).

Diğer teklif ise, Avrupa Parlamentosu'nun bu görüşü doğrultusunda, 1. teklifindeki "süratli bir şekilde enformasyon mübadelesinin" o mamülle ilgili tüm verileri ve belirtilen tehlikenin (riskin) derecesini ; üye ülke tarafından alınan veya alınması gereken tedbirleri kapsamaması fakat mümkün olduğu hallerde öncelikle üretici, ithalatçı veya dağıtımının uyarılmasını öngörmektedir. Konsey, 1981 yılında bir pilot bölge seçilerek bu yolda bir uygulamaya geçilmesi kararını almıştır.

1. Program döneminde Komisyon, kendi uzmanları ve tüketici örgütlerinin temsilcilerini bir araya getirerek ulusal tecrübeler ve bunların Topluluk sorunlarıyla nasıl bağdaştırılacağı konularında görüş alışverişi sağlayan pek çok sempozyum düzenlemiş ve bunları finanse etmiştir(31). Komisyon'ca 1977'de tüketicilerin bilgilendirilmesi için düzenlenen bir kollokyumda özellikle mesleki birlikler arasında diyalog kurulması üzerinde durulmuştur.

Ayrıca, tüketici eğitimi yönünde, aydınlanmanın okulda başlayacağı ve gençler arasında tüketici bilincinin yükseltilmesi için öğretmenlerin eğitilmesinin gerekli olduğu varsayımıyla, tüketicilerin, özellikle gençlerin eğitime yönelik bir program başlatılmıştır. Genç tüketicilerin eğitilmesi için model okullardan oluşan bir şebeke kurulmuştur (32).

2.3.6. Temsil Edilme (Veya Sesini Duyurma) Hakkı

Programa göre, kendilerini ilgilendiren konularda karar alınırken tüketicilere danışılmalı ve düşüncelerini - özellikle, tüketiciyi koruma ve bilgilendirme amacını güden örgütler vasıtasıyla - ifade etmelerine izin verilmelidir.

Bu bölümün başlarında belirtildiği üzere, 1962 yılında Avrupa Komisyonu'nun yardımıyla Avrupa tüketici örgütlerinin temsilcilerinden oluşan "Tüketiciler Temas Komitesi" kurulmuştur. Komisyon'un tarım politikasıyla ilgili sorunlarda görüşlerini aldığı Komite, daha sonra yerini "Tüketiciler Danışma Komitesi (Consumers Consultative Committee)"ne bırakmıştır.

Komisyon bünyesinde faaliyet gösteren Tüketiciler Danışma Komitesi, 26 Eylül 1973'de kurulmuş olup, tüketici görüşlerini temsil ettiği kabul edilen dört büyük Avrupa örgütünden 6'şar temsilci ile 9 bağımsız uzmandan oluşmaktadır.

Komisyon, tüketicilere danışılması, temsil edilmeleri ve üye ülkelerde mevcut katılma prosedürlerini inceletme; üyeler arasında enformasyonu geliştirme; tüketicileri temsil eden örgütleri görüşlerini açıkça söylemeye teşvik etme ve onların çabalarını koordine etme durumundadır(33). Başta tarımsal ürün fiyatları olmak üzere tüketicilerle ilgili tüm konularda Danışma Komitesi'ne danışma yanında, Komisyon kendisinin veya Konsey'in kurduğu çeşitli teknik organlar ve komitelerin tavsiyesinden de yararlanır. Danışma Komitesi, kendisine danışılması hali dışında, kendi inisiyatifi ile de görüş bildirebilmektedir.

Son olarak şunu da belirtmek gerekir ki, bu dönemde tüketicinin temsil edilme hakkıyla ilgili olarak hiç bir kanun teklifi yapılmamıştır.

2.3.7. 1.Programın Uygulanmasına İlişkin Son Birkaç Söz

Bu bölümde, böylece, Bakanlar Konsey'inde 14 Nisan'da kabul edilip, 25 Nisan 1975 tarihinde Topluluk Resmi Gazetesi'nde yayınlanarak yürürlüğe giren 1. Tüketiciyi Koruma Programı çerçevesinde temel tüketici hakları ve bunların gerçekleştirilmesi yolunda yapılan çalışmalar, önerilen başlıca yasa teklifleri ve kabul edilen yönergeler ana hatlarıyla gözden geçirilmiş bulunmaktadır.

Söz konusu Programın kabulü ile, daha 1975 yılında bu tarihten önceki 10 yıl boyunca tüm Avrupa'yı etkileyen "tüketicinin korunması hareketi"nin fikirlerini yansıtan tüketiciyi koruma politikasının temelleri AT için hazırlanmış oluyordu. Ancak 1975'de Topluluk, 1973 sonunda ortaya çıkan birinci petrol krizinin etkilerini hala hissetmekteydi ve ciddi bir ekonomik durgunluk dönemine girmişti. Üstelik bu durgunluk giderek daha da kötüleşme eğilimi göstermiştir.

Dolayısıyla, 1.Program başlangıçtan itibaren düşük bir ekonomik büyüme, sürekli artan işsizlik ve yüksek enflasyonun hakim olduğu bir ekonomik kriz ortamında uygulamaya konulma durumunda kalmıştır. Bu zor şartlar altında, Komisyon, 1975-1980 yılları arasında Konsey'e, ekonomik krizin yaşandığı, ama aynı zamanda, bir mal ve hizmetler bolluğunun bulunduğu bir dünyada tüketicilerin ekonomik çıkarlarını korumak için başlangıç niteliğindeki bir somut tedbirler paketi önermiştir. Bu dönemde sırasıyla şu konularda 5 yönerge teklifi yapmıştır: üretim hatası bulunan mallarda sorumluluk, kapı kapı dolaşarak satış, fiyatın görülebilecek şekilde belirtilmesi, tüketici kredisi ve yanıltıcı reklam. Bunlardan sadece ikisi onaylanmış, diğerleri yalnız o dönemde değil, 2. Program döneminde de hatta bazıları daha sonra da Konsey'in gündeminde kalmış ve adeta

Topluluk'ta karar verme sürecinin uzunluğunun bir sembolü olmuştur (34).

Doğal olarak, tüketicinin sağlığı ve can güvenliği konusunda Program'ın uygulanması daha kolay olmuştur. Zira, o tarihe kadar, malların serbest dolaşımı ve ticarete teknik engellerin ortadan kaldırılması politikasının dolaylı bir etkisi olarak bu alanda hayli ilerleme kaydedilmiş bulunuyordu. Gerek 1975'den önce, gerekse bu tarihten sonra tüketicinin korunmasıyla ilişkili olan, ticarete engelleri kaldırma amaçlı pek çok yönerge kabul edilmiştir (35).

Ticarete teknik engellerin ortadan kaldırılması, şüphesiz ki tüketicilere geniş bir mal seçme imkanı vermesi açısından faydalıydı; ama, sorun yaratan bir yönü de vardı. Bu da, malların serbest dolaşımı amacı ile üye ülkelerde tüketicuyu koruma yasalarında mevcut bulunan büyük farklılıkların nasıl bağdaştırılacağı sorunu idi. İşte, bir "Topluluk tüketici politikasının oluşturulması" bu sorunun tek tatmin edici çözümüydü.

AT'de tüketicinin korunması, 1970 yılında Topluluk Adalet Mahkemesi'nin bir kararıyla yeni bir boyut kazanmıştır. Söz konusu "Cassis de Dijon" davasıyla, "üye ülkelerin kendi hukuki düzenlemeleri" ile Topluluk Andlaşması'nın 30. maddesinde öngörülen "malların serbest dolaşımı" arasındaki ilişki gündeme gelmiştir. Almanya'da içkilerin pazarlanmasıyla ilgili yasalara göre, bu ülkede yüzde 25'in altında alkol oranı olan içki olarak sadece meyve likörleri satılabilir. Bu hukuk kuralı, Fransa'dan "Cassis de Dijon" adlı, yüzde 15-20 oranında alkollü şarabın ithalini önlemekteydi. Buna açılan davada, Alman Hükümeti, halk sağlığının ve tüketicinin haksız ticari uygulamalara karşı korunması için bu düzenlemenin gerekli olduğunu; düşük alkollü içkilerin muhtemelen daha kolayca alkole karşı tolerans yaratacağını ileri sürmüştür. Mahkeme bunu reddederek, "yüksek alkollü içkilerin genellikle sulandırılmış olarak içildiğini; içkideki minimum alkol oranının emredici bir biçimde saptanmasının tüketici ile yapılan ticari işlemin adil olduğunun garantisi olmayacağını, çünkü alıcıya alkol oranı ve hangi ülkeden geldiği gibi bilgilerin malların ambalajlarına yazılması şartı konarak alıcıya kolayca bilgi aktarılacağını" belirtmiştir. Sonuç olarak karar, söz konusu gerekçenin Topluluk Antlaşması'nın 30. maddesindeki malların serbest dolaşımına ilişkin genel ilkeden ayrılmayı haklı kılmak için yetersiz olduğu yönünde olmuştur. Böylece mahkeme, bir üye ülkede yasalara uygun olarak üretilip, pazarlanan bir alkollü içkinin diğer bir üye ülkeye sunulmaması için geçerli bir neden bulunmadığını kararlaştırmıştır (36). Söz konusu karar tüketici lehine olmakla beraber, bunun uygulanması Topluluk düzeyinde teknik kuralların uyumlaştırılması sorunu çerçevesinde çözümlenmesi gereken bir hususu teşkil etmektedir. Komisyon, bu mahkeme kararına başvurulduğu hallerde çok ihtiyatlı hareket etmektedir (37).

Öte yandan, yönerge tekliflerinin kabul edilerek yasaların çıkarılması tüketicinin korunmasının ve refah düzeyinin yükseltilmesinin tek göstergesi olmaktan uzaktır. Aksine, tüketicilerin korunması

için en güçlü araç gerek kişisel olarak, gerekse temsilcisi durumundaki birlikler vasıtasıyla tüketicilerin, aktif bir biçimde ortak faaliyetlere katılmalarının sağlanmasıdır. Komisyon bu yoldaki çalışmalara da özellikle önem vermiş, inceleme ve araştırmalar yaptırmış, sempozyum ve kollokyumlar düzenletmiş, tüketicileri temsil eden dört büyük örgütün çalışmalarını teşvik etmiş ve bu yolda kendi bünyesindeki Tüketici Danışma Komitesi'ne önemli görevler yüklemiştir.

NOTLAR

1. İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV), Avrupa Topluluğu ve Türkiye -AT ilişkileri, Kasım 1987, İKV Yayını, No 49, s.1-4.
2. Commission of the European Communities, European File, A Community of Twelve: Key Figures, March 1989, 3-4/1989, s.3.
3. European Documentation, The Consumer in the European Community, 1978/3, s.4.
4. Adı geçen kaynak (a.g.k.) s.5.
5. Dominik Lasok, "Consumer Protection in the European Economic Community", basılmamış makale s.4; ve Treaties Establishing The European Community, Official Publication of the E.C., 1978, s.219.
6. "Topluluk ve Tüketiciler-Belge", Avrupa, Avrupa Topluluğu Dergisi, Ocak-Şubat 1980, s.16.
7. European Documentation, The Consumer in the E.C., 1978/3, s.9.
8. a.g.k., s.10.
9. a.g.k., s.11.
10. "Topluluk ve Tüketiciler-Belge", s.16.
11. Official Journal of the E.C., 25.4.1975, No C 92, "Preliminary Programme of the European Economic Community for a Consumer Protection and Information Policy", s.2; "The Consumer in the E.C.", 1978/3, s.12.
12. Lasok, a.g.k., s.7.
13. The Consumer in the E.C., 1978/3, s.12.
14. Lasok, a.g.k. s.8.
15. Ayrı yerde (a.y.).
16. a.g.k., s.11.
17. "Topluluk ve Tüketiciler-Belge", s.17.
18. a.y.
19. Lasok, a.g.k. s.12.

20. a.g.k., s.13.
21. The Commission of the E.C., Consumer Protection and Information Policy, Third Report, 1979, s.26.
22. Lasok, a.g.k., s.16.
23. Consumer Protection and Information Policy, Third Report, s.27.
24. a.g.k., s.34.
25. a.g.k., s.32.
26. "Topluluk ve Tüketiciler-Belge", s.18.
27. Lasok, a.g.k., s.20.
28. Official Journal (O.J.) of the E.C., 25.4. 1975, No C 92, "Preliminary Programme...", s.9.
29. a.g.k., s.10-11.
30. Lasok, a.g.k., s.21-22.
31. a.g.k., s.22.
32. "Topluluk ve Tüketiciler-Belge", s.18.
33. Lasok, a.g.k., s.22.
34. Ten Years of Community Consumer Policy, E.C. Document, 1985, s.14.
35. a.g.k., s.14-15.
36. Consumer Protection and Information Policy, Third Report, 1979, s. 40-41.
37. Ten Years of Community Consumer Policy, 1985, s.15.

BÖLÜM III

AT'DE 1980 SONRASINDA TÜKETİCİNİN KORUNMASI: 2. VE 3.TÜKETİCİYİ KORUMA PROGRAMLARI VE BUNLARI UYGULAMAYA YÖNELİK ÇALIŞMALAR VE ALINAN TEDBİRLER

3.1. 2.TÜKETİCİYİ KORUMA PROGRAMI (1981-1986)NIN AMAÇLARI VE İLKELERİ

3.1.1. Giriş

AT'nin yürütme organı olan Komisyon'ca Haziran 1979'da kabul edilerek, yasama ile görevli Bakanlar Konseyi'ne sunulan 2.TÜKETİCİYİ KORUMA PROGRAMI (1981-1986), 19 Mayıs 1981 tarihinde Konsey "Karar"ı şeklinde yasalaşmış ve 3 Haziran 1981'de Resmi Gazete (Official Gazette)'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir (1). 2. Program, 1980'lerin başlarında dünyada ekonomik durgunluğun arttığı bir ortamda, daha 1975 yılında 1.Programın hayli geniş kapsamlı olarak ortaya koyduğu temel tüketici haklarını, bunlarla ilgili ilkeleri ve araçları daha ayrıntılı bir şekilde yeniden kabul etmiş ve bunları gerçekleştirmeyi hedef almıştır. Diğer bir ifadeyle, bu Program, birçok konuda hayli çok yönlü hazırlıklar yapılmasına rağmen, halen birçoğu ağır işleyen Topluluk yasa çıkarma sürecinin çeşitli aşamalarında bulunan 1.Program hedeflerinin ve çalışmalarının devamı niteliğindedir. Bununla beraber, tüketicilerin yeni sorunlarla yüzyüze gelmesi nedeniyle bazı yeni görüşler de ortaya konulmuş; giderek önem kazanan şu iki konu üzerinde özellikle durulmuştur:

1. Ekonomik durgunluk ortamında tüketicilerin fiyatlara karşı daha hassas oldukları ve hizmetlerin kalitesine önem verdikleri gerçeğinden hareketle, Topluluk politikaları ile bu konuda bir ölçüde etkili olma gereği;

2. Çeşitli çıkar grupları arasında daha fazla diyalog gereği (2).

1. Gelirlerdeki artış hızının yavaşladığı, işsizliğin sürekli hale geldiği ve enerjiye bağımlılığın üye ülkelerde çeşitli olumsuz sonuçlar doğurduğu bir ekonomik kriz döneminde tüketiciler, doğal olarak, alışverişte harcadıkları paradan en fazla fayda sağlamaya daha çok özen gösterirler. Satın aldıkları mal ve hizmetlerin fiyat/kalite ilişkisine daha çok dikkat ederek, onlardan en iyi şekilde yararlanmak isterler. Bu yüzden Topluluk üyelerinde, mal ve hizmetlerin fiyatlarına, onların pazara arzını etkileyen şartlara ve bunlarla ilgili olarak enformasyona veya bilgilendirmeye özel bir önem verilerek, alışverişlerde tüketicileri koruyacak tedbirler alınmalıdır. Ayrıca, aile harcamaları içindeki payı gitgide artan hizmetlerin (özel ve kamu hizmetleri) kalitesi üzerinde ciddiyetle durulmalıdır. Mal ve hizmetlerin fiyatları ve kaliteleri önceki yıllardakinden daha dikkatli olarak izlenmeli; ortak tarım politikası, rekabet ve endüstri politikaları gibi diğer Topluluk politikalarında da tüketici çıkarları daima gözönünde bulundurularak, güvence altına alınmalıdır. Zira, bu politikalarla perakende fiyat düzeylerini bir ölçüde etkilemek mümkündür. Ayrıca, Topluluk düzeyinde fiyat farklılıkları da azaltılmalıdır.

2. Vurgulanan ikinci husus ise, tüketiciler ile üreticiler ve dağıtımçıların temsilcileri arasında daha iyi diyalog kurulmasının ve daha çok konsültasyona ya da danışma yoluna gidilerek, taraflar arasında görüş alışverişinin gerekliliğidir. Bu Program'da özellikle tüketicilerin mal ve hizmetlerin alıcıları ve kullanıcıları olarak kendilerini etkileyen ve hayat şartlarını belirleyen önemli ekonomik kararların verilmesine ve uygulanmasına bireysel veya ortaklaşa bir biçimde aktif olarak katılmalarının sağlanmasına önem verilmiştir. Mal ve hizmetleri pazara sunanlarla, tüketiciler arasında diyalog kurulması ve böylece tarafların birbirlerini daha iyi anlamaları, taraflar arasında, örneğin satış sonrası hizmetler ve meslek ahlakı gibi konularda spesifik anlaşmalara yolaçabilir.

3.1.2. Tüketicinin Korunmasında Rol Oynayan Başlıca AT Karar Organları veya Kurumları

Tüketicinin korunmasında Topluluk içindeki çeşitli organ ya da kurumların rolleri ve katkıları olmuştur ve olmaktadır. Doğal olarak, Komisyon, faaliyetleri başlatıcı, harekete geçirici olarak; Bakanlar Konseyi de, teklif edilen tedbir önerilerini kabul edip etmeme kararını veren kurum olarak politika oluşturarak yasaları çıkarmada başrolü oynamışlardır. Topluluk'ta diğer iki kurum, "Avrupa Parlamentosu" ile "Ekonomik ve Sosyal Komite"de Roma Antlaşması'nın 100. ve 235. maddelerine dayanan bütün yasa tekliflerinde danışılması gereken organlardır. Bu, pratik olarak hemen hemen tüketiciyi koruma amaçlı bütün yasalarda kendilerine danışılması demektir; gerçekten, her ikisi de bu alanda önemli katkılarda bulunmuşlardır.

Bunlardan Parlamento, 1979'da başlayan ayrı bir seçimle oluşturulmadan önce (yani daha ulusal parlamentoların delegelerinden oluştuğu zaman) bile 1975'te 1. Tüketiciyi Koruma Programına

karşı çok sıcak bir yaklaşım sergilemiş; o zamandan beri en ileri ulusal yasaları hareket noktası olarak kabul etmek suretiyle, sağlık, güvenlik ve tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması konularında üye devletlerin yasalarının uyumlaştırılmasının savunucusu olmuştur (3). Parlamento'nun 17 özel ihtisas komitesinden halk sağlığı ve çevre ile ilgili olanı 1977'de, "Çevreyi, Halk Sağlığını ve Tüketicuyu Koruma Komitesi" olmuştur. Komite, gelen bütün yasa tekliflerini ayrıntılı bir biçimde tartışan, Parlamento'nun görüşlerini oluşturan; direkt veya endirekt olarak tüketicileri ilgilendiren bütün konularda görüş bildirme yanında, kendi inisiyatifi ile de görüş hazırlayan bir konumdadır. Gerçekten, Parlamento, Komisyon'ca teklif edilen çok sayıda karar ve yönerge taslağını bu görüşler doğrultusunda kabul etmiş; Komisyon da, yasa tekliflerini önerilen tadilat çerçevesinde değiştirmiştir.

Tüketicinin korunmasıyla yakından ilgili diğer danışma organı olan Ekonomik ve Sosyal Komite de daha 1973 yılında tüm üyelerinin katıldığı bir toplantısında, "tartışılmak üzere görüşler ve raporlar hazırlaması amacıyla" kendi bünyesinde "Çevreyi, Halk Sağlığını Koruma ve Tüketici İşleri Servisi (Seksiyonu)" kurmuştur. Bu Servis, farklı ekonomik çıkar gruplarının temsilcilerinden oluşmaktadır. Esasen Komite, 1974 yılından beri ekonomideki çeşitli çıkar grupları, farklı ekonomik güçler arasında konsültasyonun önemini ve gerekliliğini vurgulamıştır. Konuyla ilgili olarak 1984'te kendi inisiyatifi ile hazırladığı bir raporla Komisyon'dan üreticiler ve dağıtımıcılar ile tüketiciler arasında diyalog sağlanması amacıyla biçimsel (formel) bir hukuki çerçeve oluşturmasını; bunun için de, bir yönerge çıkarılmasını istemiştir (4).

Ekonomik ve Sosyal Komite'nin bu "diyalog" raporuna göre, mahalli, bölgesel, ulusal ve Topluluk düzeylerinde halen mevcut olan diyalog şekillerine ek olarak Topluluk düzeyinde tüketicilerle diğer sosyo-ekonomik gruplar arasında diyalogu geliştirmek ve genişletmek için faaliyet gösterilmelidir. Örneğin, tüketicilerle endüstri/ticaret dünyası arasında kamu hizmetleriyle; tüketiciye bilgi verici materyalin ve tüketiciyi eğitici materyalin derlenip toplanması ile ilgili konularda işbirliği. Ayrıca, tüketici enformasyonu ve tüketiciye tavsiye sistemlerini geliştirme ve genişletme üzerinde durulmalıdır. Komite'nin yukarıda değinilen hukuki çerçeve yönerge önerisi ile genel olarak diyalog konusu üzerinde dördüncü bölümde ayrıca durulacaktır.

Öte yandan, bu tarihe kadar Topluluğu kuran andlaşmalar çerçevesinde tüketicinin korunması faaliyetleri Komisyon'da başlatılmakta iken, bu Program ile Komisyon'a Topluluk'taki ilgili komitelerle ve ayrıca Avrupa Konseyi, Avrupa İktisadi İşbirliği Teşkilatı (OECD) gibi uluslararası kuruluşlarla -bunlar tüketici sorunlarıyla ilgilendikleri ölçüde- geniş konsültasyonlara gitme ve işbirliği yapma görevi verilmiştir.

3.1.3 2.Tüketiciyi Koruma Programı'nın Amaçları, İlkeleri ve Öncelikli Tedbirleri

1.Tüketiciyi Koruma Programı'nda olduğu gibi bu programın da odak noktası tüketiciyi, pazar gerçekleriyle ilgili tam bilgi sahibi kimse olarak hareket etmesi için güçlendirmek ve pazar güçleri arasında denge sağlamaktır. Program'ın amacı, ilk Program'ın ardından bu alanda, "tedbirler almaya devam etmek ve bunları geliştirmek" için; ve "tüketiciler ile üretici ve perakendeciler arasında daha fazla konsültasyona elverişli şartları yaratmak" için Topluluğu güçlendirmektir (5). Bunları gerçekleştirmek üzere 5 yıllık bir dönemde uygulanması öngörülen Program, 1.Program'ın ilham kaynaklarını, amaçlarını ve temelinde yatan ilkeleri tam bir bütünlük içinde gözönünde bulundurmaktadır.

Program'a göre; tüketicinin pazarda güç dengesine kavuşması, 1.Program'ın kendisi için öngördüğü şu 5 temel hakkını kullanabilmesine bağlıdır (6).

1. Sağlık ve güvenliğin korunması hakkı
2. Ekonomik çıkarların korunması hakkı
3. Tazmin edilme hakkı
4. Bilgilendirilme ve eğitilme hakkı
5. Temsil edilme (Sesini duyurma) hakkı.

Bu bölümün giriş kısmında belirtildiği gibi, ekonomik durgunluk ortamında fiyat/kalite ilişkisiyle Topluluk düzeyinde fiyat farklılıkları üzerinde hassasiyetle durarak, Topluluğun diğer politikalarında da tüketici çıkarlarının gözönünde tutulmasını öngörmesi ve gerek özel, gerek kamu hizmetlerinin kalitesinin üzerinde durması; ayrıca, çeşitli çıkar grupları arasında daha iyi bir diyalog kurulmasını vurgulaması 2.Programın bazı yenilik içeren yönleriydi.

Aslında bu ikinci hususla -yani diyalogla- ilgili olarak yukarıda değinilen ama yeterince vurgulanmayan bir özellik de şudur: artık tüketici hak ve çıkarlarının önceki tüketici politikasında yeralan sadece savunmaya yönelik bir şekilde korunması ile yetinilmemekte; bu tür koruma yanında bunların aktif bir şekilde geliştirilmesi de vurgulanmaktadır.

Topluluk giderek artan ölçüde tüketici örgütleri ve kuruluşları vasıtasıyla tüketici görüşlerini almaya çaba göstermeli; tüketici temsilcileriyle, üreticiler, dağıtımıcılar ile özel ve kamu hizmetleri verenlerin temsilcileri arasında "bazı hallerde" tarafları tatmin edici çözümlere ulaşılabileceği görüşü" ile diyalog teşvik edilmelidir (7).

Bu programda önerilen tedbirler, yukarıda belirtilen ve 1.Program'la kabul ve tasdik edilen temel tüketici haklarının korunması amacını taşımaktadır. Temel tüketici haklarının gerçekleştirilmesi

veya geliştirilmesi Bakanlar Konseyi'ne görev olarak verilirken, Program'ın etkili bir biçimde uygulanması için uygun önerileri hazırlama ve sunma görevi de Komisyon'a verilmektedir. Ayrıca Konsey'in mümkün olduğu hallerde, Komisyon'ca kendisine sunulan kanun tekliflerini, sunuluş tarihinden itibaren, veya uygun olduğu hallerde Parlamento ile Ekonomik ve Sosyal Komite'nin görüşlerini bildirdikleri tarihten itibaren 9 ay içinde kanun haline getirilmesi öngörülmektedir. Genelde, 1.Program'ın uygulamaya yönelik ilkeleri 2.Program'da korunmaktadır.

3.2. 2 Program'ın Temel Tüketici Haklarıyla İlgili Olarak Öngördüğü Başlıca Yasa Tedbirleri

Bu kısımda Program'ın temel tüketici haklarıyla ilgili olarak öngördüğü yasa tedbirleri üzerinde tek tek, kısaca durulacaktır.

3.2.1 Sağlık ve Güvenliğin Korunması

Tüketicilere sunulan mal ve hizmetlerin normal ve önceden tahmin edilebilir şartlarda kullanımının, onları sağlığını ve can güvenliğini tehlikeye sokmaması gerektiği temel ilkesi vb. ilkeler bu Program'da aynen korunmaktadır. Söz konusu ilkeler doğrultusunda Komisyon'un tüketici sağlığını ve can güvenliğini koruma çalışmalarını genişletmesi istenmekte; burada "temel amacın, tüketim mallarının ve hizmetlerin tüketicinin kullanımı ve sağlığının korunması için daha güvenli hale getirilmesi" olduğu belirtilmektedir.

Yukarıdaki ilkenin ışığı altında Topluluk, tüketicinin sağlık ve güvenliğini ilgilendiren belirli mallarla ilgili yasaların uyumlaştırılması çalışmalarına, hem bu nedenle, hem de farklı ulusal düzenlemeler nedeniyle engellenen malların ve hizmetlerin serbest dolaşımını teşvik etmek amacıyla devam etmelidir. ("Belirli mallar" ifadesinde kastedilen mallar, tüketici sağlığını etkilemesi muhtemel bitki özleri ile mamul maddelerdir). Böylece, söz konusu maddelerin pazarlanması ve kullanımı denetim altına alınmış olacaktır. Daha önce üye ülkelerin yasalarını birbirine yakınlaştırmak için 30 ayrı Topluluk yasası çıkarılmıştır.

Yasaları uyumlaştırma tedbirleri, gereğine göre malların niteliklerini, ihbar veya onay prosedürlerini, analiz ve test metodlarını, ambalajlama ve güvenlik standartlarını kapsayacaktır. Ayrıca, süreklilik gösteren bu faaliyetlerin önemli bir bölümü halen yürürlükte olan veya Program uygulamaya konulduğunda, -özellikle, teknik gelişmenin adaptasyonu ile ilgili komitelerin çalışmaları çerçevesinde- kabul edilecek yönergelerin uygulanmasıyla ilgilidir. Tüm bu uyumlaştırma çalışmaları, mevcut en güvenilir, en ileri bilimsel ve teknik uzmanlık desteği ile yürütülecek; Komisyon çeşitli bilimsel Komitelere danışmaya devam edecektir (8).

Program'a göre, uyumlaştırma esas itibariyle şu tür mamul gruplarına yönelik olacaktır: gıda maddeleri, kozmetikler, tekstil ürünleri, oyuncaklar, ilaçlar, tehlikeli özler, tütün ve alkol, motorlu araç parçaları ve diğler mamul maddeler. Aşağıda bunlardan en önemli ve geniş grup olan gıda maddelerine ve kozmetiklere ilişkin tedbirler hakkında kısaca bilgi verilecek, diğlerlerine değinilmekle yetinilecektir (9).

Komisyon, özellikle Aralık 1978 tarihli, nihai tüketiciye satılan malların ambalajlanması, etiketlenmesi pazara sürülmesi, reklam ve içeriğine ilişkin yasaların birbirine yaklaştırılmasıyla ilgili yönergenin uygulanmasını, bilimsel ve teknik gelişmelerle ilgili olarak kabul edilen yönergelerin uyarlanmasını izleme ve gıda maddeleri ile ilgili çeşitli tedbir önerileri hazırlamakla bu alandaki çalışmalarına devam edecektir. Bu çerçevede aşağıdaki çalışmalar yapılacaktır.

(1) Gıda Maddeleri ile İlgili Olarak Sürdürülecek Çalışmalar

- Gıda maddelerinin etiketlenmesi (dayanma süresi, katkı maddeleri vb.)
- Ambalajlanması (PVC kullanımının kısıtlanması)
- Pazara sürülmesi ve reklamıyla
- Bazı hallerde belirli ürünlerin (bal, meyva suları, teneke kutudaki sütler, çikolata) bileşimine ilişkin

Topluluk yönergeleri ile ayrıca,

- Renklendirici ve koruyucular
- Artıklar ve böcek zehirleri
- Yemeklik zeytinyağı ve gres yağlarında bulunan erusik asit vb.'nin üst sınırlarının belirlenmesine ilişkin yönergeler başlıca çalışma konularıdır.

Bu metinlerin düzenlenmesinden teknik gelişmelerin uygulanmasına kadarki süreç, koku vericiler, meyve, sebze, bebek maması, dondurulmuş yiyeceklerde kullanılan bazı maddelere ilişkin çalışmaları da kapsamaktadır. Bunlara ek olarak Komisyon, bazı gıda maddelerinin sağlık üzerindeki etkilerini inceleme ve bu alanda tüketiciyi bilgilendirme yollarını arayacaktır.

(2) Kozmetiklerle İlgili Çalışmalar

Temmuz 1976 tarihli kozmetik mamulleriyle ilgili Topluluk yönergesi, bunların içeriğı, etiketlenmesi, ambalajlanması vb.'ne ilişkin özellikleri düzenlemektedir. Yönerge, teknik gelişmelere uyarlanacak denetim ve analiz yöntemlerini belirlemekte ve diğler maddelere (saç boyası, oksitlenmeye karşı maddeler vb.) kısıtlayıcı ya da denetleyici önlemler uygulanmasını öngörmektedir. Bu yöndeki çalışmalara devam edilecek, söz konusu yönerge teknik gelişmelere

göre uyarlanacaktır.

(3) Diğer Mallarla İlgili Çalışmalar

Avrupa Komisyonu, tekstil ürünlerinin alev alması, bunlardaki bazen sağlık için tehlikeli olabilen hammaddeler ve renklendiricilerle; oyuncakların güvenliğine ilişkin olarak hazırlanmış bulunan yönerge tasarısı ile ve özellikle, bunu tamamlayacak yanma, elektrik çarpması, zehirlenme vb. konularda yeni yönerge teklifleri hazırlanması ile; ilaçlarla ilgili kabul edilmiş çeşitli yönergelere ilaveten yeni yönergeler ve özellikle Konsey'e ilaçların reklamıyla ilgili teklif hazırlayıp sunma ile; tehlikeli özlerle; tütün ve alkol ile ve otomobil parçaları ve tüketici sağlığını etkilemesi muhtemel diğer mamul maddelerle ilgili çalışmalarına devam edecektir.

3.2.2. Ekonomik Çıkarların Korunması

Bu alanda da 1975 Programı'nın ilkeleri tekrarlanmakta; gündemdeki teklifler listelenmekte ve başta belirli dürüst olmayan ticari uygulamalar olmak üzere, başlatılmış çalışmaların sonuçlandırılması öngörülmektedir. Komisyon'un adil olmayan sözleşmelerle ilgili olarak başlatmış olduğu çalışma yanında, ilk adım olarak, üye devletlerin bu konuda kabul etmiş oldukları yasaların incelenmesi ve farklılıklardan doğan rekabetle ilgili sorunlarını hazırlanacak bir tebliğle tartışılması; geniş konsültasyonlar sonucunda gerekli olan yerlerde uygun tekliflerin geliştirilmesi istenmektedir (10). Komisyon'un Konsey'e sunmuş olduğu yönerge teklifleri (kapı kapı dolaşarak satış; yanıltıcı ve haksız reklam; üretim hatası olan mallarla ilgili sorumluluk ve tüketici kredileri) Konsey'in ilgili organlarında görüşülmektedir.

Yapılan genel çalışmalar çerçevesinde, birtakım ihtiyaçlarının daha iyi karşılanması amacıyla Komisyon, imkanları çok sınırlı olan tüketici gruplarının (çok düşük gelirli kesimler) çıkarlarının geliştirilmesini inceleyecektir. Ortak tarım politikası ile ilgili olarak ortak tarımsal ürün fiyatlarının ve Topluluk pazarında arz düzeyinin -Topluluk Antlaşmasının 39. maddesinin amaçları arasındaki- tüketici çıkarlarına etkisini gözönünde tutmakta ve Konsey'e fiyatlarla ilgili teklifler hazırlarken tüketicilere danışma yoluna gitmektedir. Komisyon, bu politikanın uygulanmasında tüketici çıkarlarını gözönünde tutmaya devam edecektir. Ayrıca, Komisyon'un genel olarak kaynakların kıtlığı, daha kısa çalışma saatleri, yeni bilgi işlem ve telekomünikasyon sistemlerinin kullanılmasının tüketim kalıpları ve üretici-dağıtımçı-tüketici ilişkilerine etkileri gibi faktörlerin ekonomik yankılarını gözönünde bulundurması da "önemli" olarak nitelendirilmiştir.

Başlatılmış çalışmaların sonuçlandırılmasının yanında, ekonomik çıkarların korunmasıyla ilgili yeni bir boyut ön plana çıkarılmıştır: hizmetler sektöründe tüketicinin korunması. Topluluğa üye

ülkelerde aile harcamaları içinde hizmet sektörünün payı hızla artmakta; tüm ekonomik faaliyetler içindeki payı da sürekli arttığı gibi, çalışan nüfusun yaklaşık yarısı bu alanda istihdam edilmekle ve işgücü, çoğunlukla yaratılan katma değerde hayli yüksek bir payı temsil etmektedir (11).

Doğal olarak böylesine önemli ve önemi sürekli daha da artan bir sektörde tüketicinin korunmasının güçlendirilmesi gerektiği görüşünden hareket eden 2. Program, özellikle hizmetlerin kalitesi ile sunulan hizmetlerin fiyatlarının şeffaf olması hususlarını vurgulamıştır. "Hizmetler" terimi çok geniş faaliyet çeşitlerini kapsadığından bunların kalitelerini değerlendirmek, fiyat ve kalite karşılaştırmaları yapmak mallardakinden daha güçtür.

Hizmetler sektörüyle ilgili olarak şu alanlarda Komisyon'un inceleme ve araştırmalar yaparak, bu gibi tedbirlerin büyük önemini ve üye ülkelerin yasalarındaki farklılıkların etkilerini de gözönünde bulundurmak suretiyle gerekli görülecek uygun yasa teklifleri hazırlaması öngörülmüştür: (1) mallarla ilgili ticari hizmetler; (2) mallarla ilgili olmayan ticari hizmetler (3) kamu hizmetleri ve kamu benzeri hizmetler (12).

(1) Mallarla İlgili Ticari Hizmetler

Dayanıklı tüketim mallarının satış sonrası hizmetleri ve bu hizmetlerle ilgili şartlar özellikle önemli olup, Komisyon, üreticiler dağıtımıcılar ve bakım-tamir servisi olarak çalışan işletmelerin sunduğu hizmetlerin kalitesini geliştirmenin yollarını araştıracaktır. Garanti şartları ve süresi, üretici firmanın tahminlerinden daha çok hizmet kullanımı, malın taşınması, parça temini gibi spesifik hususlar önemli olup, garanti şartlarını iyileştirici tedbirler alınacaktır. Satış sonrası hizmetleri geliştirmek için hem yasa çıkarma, hem de taraflar arasında sözleşme şartlarını geliştirecek anlaşma yapılması yollarına başvurulacaktır. Bu konuda öncelikli olarak motorlu araçlar ve elektrikli ev aletleriyle ilgili garantiler ve hizmetler üzerinde durulacaktır.

(2) Mallarla İlgili Olmayan Ticari Hizmetler

Bunlar birbirlerinden çok farklı nitelikli hizmet çeşitleri olup, tüketicilerin gerek bireysel olarak gerekse kolektif bir biçimde ihtiyaçlarının karşılanmasında önemleri gitgide artan özellikle turistik geziler, tüketici kredisi ve sigortacılık gibi faaliyetlerdir. Komisyon bu hizmetlerin gelişimini ve ne şekilde yapıldıklarını inceleyerek, Konsey'e gerekli gördüğü uygun yasa tekliflerini hazırlayıp sunacak ve bunların kalitesini geliştirmek için gönüllü anlaşmaların kabulünü teşvik edecektir.

(3) Kamu Hizmetleri ve Kamu Hizmeti Benzeri Hizmetler

Tüketiciler için önemli bir kısım hizmetler kamu sektörü tarafından sağlanmakta (elektrik, su, havagazı, ulaşım gibi) ve tüketici bunlarla ilgili olarak pazarlık edecek güce sahip bulunmamaktadır. Bu alanda da tüketici temsilcileri ile ilgili yönetim yetkilileri arasında konsültasyon teşvik edilmelidir. Komisyon, gerekli gördüğü hususlarda uygun yasa teklifleri hazırlama görüşü çerçevesinde, uluslararası nitelikli hizmetlere ağırlık vererek tüketicilerin temsil edilmesi konusunda bir rapor hazırlayacaktır.

3.2.3. Tüketicilerin Tazmin Edilmesi

Tüketicilerin satın aldıkları malların hatalı olmasından veya hizmetlerin yetersizliğinden doğan zarar-zıyanın tazmin edilmesi yolunda tavsiye ve yardım görmeleri; uygun miktarda zarar-zıyanın süratli, etkili ve pahalı olmayan yollardan sağlanması; bunun için üye ülkelerin hukuk sistemlerinin Komisyon'ca incelettirilmesi 1. Program'da öngörülmüştü.

Komisyon'un 1975 yılında hukuk ve hukuk dışı araçlarla tüketicinin korunması konusunda düzenlediği bir sempozyumda konu birtakım unsurlara ayrılarak analiz edilmiştir. Bu toplantıda;

- Topluluğa üye ülkelerde yardım ve tavsiye sistemleri
- Tazmin edilme sistemleri, tahkim (hakemlik) yolu ile anlaşmazlıkların dostça çözümü
- Üye ülkelerde tüketici birlikleri ve diğer organlarca mahkemelerde tüketicinin korunmasına çözüm aranmasına ilişkin yasalar
- Bu tür sistemlerin ve yasaların bazı Üçüncü Dünya Ülkelerindeki durumu tartışılmıştır.

2. Programda, bu sempozyumda ortaya atılan fikir ve teklifler şu 5 başlık altında sınıflandırılmıştır: (13).

1. Tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitimin geliştirilmesi ihtiyacı
2. Uzlaşma kurum ve organlarına ihtiyaç
3. Tahkim organlarının kurulması
4. Küçük miktardaki paralarla ilgili anlaşmazlıkları çözmek için yasal prosedürlerin basitleştirilmesi
5. Tüketici gruplarına, tüketici şikayet bürosu gibi kamu otoriteleri veya kurumlarına tüketicinin korunması sorumluluğunu yüklemek.

Tüketicinin tazmin edilmesi konusunda 1.Program döneminde yapılan çalışmalar asgari düzeyde

kalmış ve ön araştırmadan öteye gidememişti. 2. Program, yukardaki öneriler doğrultusunda Komisyon'un her üye ülkedeki yasal yolları, özellikle tüketici birliklerinin hukuki işlem başlatma hakkı, mahkeme prosedürlerinin basitleştirilmesi, dostça çözüm prosedürleri, vb. konularda araştırmalarına devam etmesini öngörmektedir. Ayrıca, ulusal ve mahalli düzeyde tüketicilerin mahkemelere başvurmasını kolaylaştıracak projeleri teşvik etmeye devam edilmesini de istemektedir.

3.2.4. Tüketicilerin Bilgilendirilmesi ve Eğitilmesi

(1) Tüketicilerin Bilgilendirilmesi

Programa göre, mal ve hizmetlerin alıcıları ve genelde halk, fiyat, kalite, miktar, enerji sarfiyatı gibi temel özellikler konusunda yeterince bilgilendirilerek:

- Söz konusu nitelikleri daha iyi değerlendirebilecek
- Rakip mal ve hizmetler arasında akılcı seçim yapabilecek
- Mal ve hizmetleri güvenli ve tatmin edici şekilde kullanabilecek
- Alınan mal veya sağlanan hizmetlerden doğacak herhangi bir zarar veya ziyandan dolayı tazminat talep edebilecek şekilde güçlendirilmelidirler (14). Bu yolda çalışmalar yapılmakta olup, Topluluk aşağıdaki konularda çalışmalara devam edecek; Komisyon gereken tedbirleri alacaktır (15).

- Etiketleme, ambalajlama vb. yollarla bilgilendirmenin genelleştirilmesi. Bazı mal ve hizmetlerle ilgili yönerge tekliflerin hazırlanması; gıda maddeleriyle ve elektrikli ev aletlerinin enerji sarfiyatıyla ilgili yürürlükteki yönergelerin uygulanması; tekstil ve bazı tehlikeli maddelere ilişkin yeni yönergeler hazırlanması; tüketici temsilcileri, üreticiler ve dağıtımıcılar arasında gönüllü olarak etiketleme veya ambalajlama vb. sistemlerin geliştirilmesi amacıyla danışma toplantıları düzenlenmesi.

- Fiyatlarla ilgili bilgilendirmeye özel bir önem verilmesi. Bu yoldan, enflasyona da olumlu etkisi bulunan rekabetin iyi işleminin ve ayrıca tüketicinin daha iyi seçim yapabilmelerinin sağlanması. Tüketicilere sağlanacak bilgi, hem fiyat/kalite ilişkisiyle (özellikle garantiler ve satış sonrası servis şartlarıyla ilgili olarak), hem de fiyatın açık-seçik ifade edilmesiyle ilgili olmalıdır.

Ortak ölçü birimlerine uygun etiketleme, karşılaştırmalı testlerin sonuçlarının daha fazla yaygınlaştırılması ve birbiri yerine kullanılabilirken kendilerinin öyle olduğunu bilemeyeceği mallar hakkında daha fazla bilgi verecek yayınlarla tüketicilerin bilgilendirilmesi sağlanmalıdır.

- Tüketicileri fiyat farklılıkları (özellikle, alışveriş yapılabilecek yakın bölgeler üzerinde durularak) hakkında bilgilendirme. Bu yolda, hem mahalli, hem bölgesel düzeyde çalışmalar desteklenip, teşvik edilerek, tüketici aydınlatılmalıdır.

Yukarıda belirtilen amaçları gerçekleştirmek üzere Komisyon, hiçbir şekilde fiyat kontrolü tedbirlerine başvurmadan, halkın çeşitli kesimlerine daha fazla bilgi akışını sağlayacak; ayrıca, tüketicilere fiyat ve karşılaştırmalı fiyatlar konusunda daha fazla enformasyon verilmesini amaçlayan özel nitelikteki girişimleri teşvik etmeye çaba sarfedecektir (16).

(2) Tüketicilerin Eğitilmesi

Tüketicilerin eğitilmesi konusunda da 1. Programın temel politikası olarak kabul edilen, "çocukların, gençlerin ve yetişkinlerin haklarının ve sorumluluklarının bilincinde, mal ve hizmetler konusunda bilgili şekilde seçim yapabilecek tüketiciler olarak eğitilmeleri için imkanlar yaratılacağı" tekrarlanarak; Komisyon'a bu hususta verilen yetki ve görev çerçevesinde, Topluluk eyleminin, ulusal deneyimlerle ilgili geniş ölçekli görüş alışverişine devam etmek ve okullarda tüketici eğitiminin ve metodlarının ortaklaşa olarak gözönünde tutmak olduğu ifade edilmektedir.

Bu düşünce etrafında, yetişkinlerin televizyon kurslarıyla eğitilmesi, tüketici birlikleri ve örgütleri personeline eğitim izni verilmesi ve daha önce oluşturulan model ya da pilot okullar aracılığıyla eğitimin sürdürüleceği belirtilmektedir. Ayrıca, çok düşük gelir grubu tüketicilerin sorunlarına da önem verilecektir.

3.2.5. Tüketicilerin Temsil Edilmesi veya Tüketici Çıkarlarının Geliştirilmesi

2. Programa göre, 1. Tüketiciyi Koruma Programı, tüketici çıkarlarının korunmasına yönelik tedbirlere öncelik vermekteydi; ancak, bunun uygulanması sürecinde yavaş yavaş, "tüketicinin, kendisini ilgilendiren ekonomik ve sosyal kararların daha hazırlanması aşamasında daha etkin bir rol oynaması gerektiği" fikri gelişmiştir. Bu gelişme, başlıca iki noktada toplanabilecek aşağıdaki düşüncelere dayanmaktadır (17).

Bunlardan ilki, tüketicilerle üreticiler/dağıtımıcılar ve tüketicilerle kamu otoriteleri arasındaki diyalogun önemidir. Bu önem, toplumda ekonomik ve sosyal politika değişikliklerinin mümkün olduğu kadar -tüketiciler dahil- ilgili tüm tarafların görüşlerinin alınmasının (konsültasyonun) sonucu olarak gerçekleşmesinin gereği kabul edildiği takdirde daha iyi anlaşılır.

İkinci düşünce de, büyük bir pazarda bireysel olarak tüketicilerin sesini duyuramayacağı ve etkili olamayacağı gerçeğinden hareketle, tüketici çıkarlarını savunabilecek ve geliştirecek; tüketicilerle üreticiler/dağıtımıcılar arasında gerekli dengeyi başarmada aktif rol oynayabilecek tüketici birlikleriyle daha yakın işbirliğinin geliştirilmesi düşüncesidir.

Tüketici çıkarlarının geliştirilmesi, bu amaca hizmet edecek şekilde kamu otoritelerinde tüketici çıkarlarının temsilcileriyle konsültasyon için prosedürlerin iyileştirilmesi; tüketici temsilcileriyle üretici ve dağıtımçı örgütlerinin temsilcileri arasındaki olağan diyalogun geliştirilmesi; ve tüketicileri temsil eden örgütlere daha fazla yardım yapılması esaslarına dayandırılabilir.

Programın bu temel fikirleri çerçevesinde, Komisyon şu çalışmaları yapacaktır: (18)

- Tüketicinin Topluluk düzeyinde ve üye ülkelerde temsil edilme durumuna ilişkin bir rapor hazırlayıp Konsey'e sunacak
- Komisyon'un kurduğu özel ihtisas komitelerinde tüketicilerin dengeli bir şekilde temsil edilmesini sağlamaya devam edecek
- Olanaklar ölçüsünde Avrupa tüketici örgütlerine yardımı arttıracak ve bu örgütlerin personelini özellikle ortak politikalar konusunda eğitmeye yönelik seminerler düzenleyecek
- Avrupa tüketici birlikleri ile iş dünyasının çeşitli çıkar grupları arasında ortak çıkarları ilgilendiren spesifik konularda konsültasyonu besleyecek
- Standartlaştırma örgütlerinde tüketicilerin temsil edilme durumlarını geliştirecektir.

3.3.TÜKETİCİYİ KORUMA POLİTİKASINA YENİ HIZ KAZANDIRMA PROGRAMI VEYA 3.PROGRAM (1986-1990)'IN AMAÇLARI VE ÖNGÖRDÜĞÜ TEDBİRLER

Komisyon'un hazırlayarak Haziran 1985'te Bakanlar Konseyi'ne sunduğu "Tüketiciyi Koruma Politikasına Yeni Hız Kazandırma Programı" (19), 1986-1990 döneminde uygulanmak üzere Topluluk yasama organı olan Konsey'de 23 Haziran 1986'da "Karar" şeklinde kabul edilmiş ve 5 Temmuz 1986'da Resmi Gazete (Official Journal)'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir (20).

Söz konusu Konsey kararı ile yasalanan Tüketiciyi Korumaya Yeni Hız Kazandırma Programı veya 3.Tüketiciyi Koruma Programı (ki bundan sonra sadece 3.Program diye anılacaktır)nın amaçları onaylanmış, özellikle her ikisi "Halkın Avrupası"na giden yolda atılmış önemli adımlar sayılacak olan özellikle şu 2 amaç ile, onlara bağlı olarak tek iç pazarın oluşturulmasına doğru önemi giderek artan 3. amaç vurgulanmıştır (21):

- Tüketicilerin sağlık ve güvenliğinin daha ileri düzeyde korunması
- Tüketicilere Topluluk pazarından daha fazla yararlanma yeteneğinin kazandırılması, ve
- Tüketici çıkarlarının Topluluğun diğer politikalarında daha çok gözönünde tutulması (özellikle iç pazarın tamamlanmasıyla ilgili olarak mal ve hizmetlerin kalitesinin yükseltilmesi ve tarım, rekabet ve taşıma politikalarında).

3. Program iki ana kısımdan oluşmakta ve birinci kısımda, tüketici politikasına niçin yeni bir hız

kazandırmaya ihtiyaç olduğunu açıklamaktadır. İkinci kısımda ise, programın neleri başarmayı amaçladığı yukarıda onaylandığı belirtilen amaçları temel alan bir gruplandırma ile açıklanmaktadır (22):

1. Toplulukta ticareti yapılan malların kabul edilebilir güvenlik ve sağlık standartlarına uyması
2. Tüketicilerin ortak pazardan daha fazla yararlanabilmesi
3. Tüketici çıkarlarının Topluluğun diğer politikalarında daha çok gözönünde tutulması.

3.Program'ın söz konusu amaçlar çerçevesinde planlanan geleceğe yönelik çalışmaları kısmen kısaltılmakla beraber büyük ölçüde aslına sadık kalınarak aşağıya aktarılmıştır (23):

3.3.1. Malların Kabul Edilebilir Güvenlik ve Sağlık Standartlarına Uyması

Toplulukta sınırsız bir dolaşım serbestisi içinde satılan malların güvenli olmasını istemek tüketici için bir haktır. Bu yüzden mal güvenliği tek iç pazarın başarılması için temel bir gereklilik ve şarttır. Topluluğun amacı, temel unsurları şu 4 noktada toplanacak kapsamlı bir mal güvenliği politikası oluşturmak olmalıdır:

(1) Tüketicinin korunmasını garantilemek üzere, üreticiler ve dağıtımçıların mallarında bulunması gereken sağlık ve güvenlik düzeylerini açık-seçik ortaya koymaya yönelik bir YASAMA PROGRAMI

(2) Tüketim mallarının güvenliğinden sorumlu ulusal yetkililerin güvenlik yasalarının uygun şekilde uygulamalarını kolaylaştırmak için düzenlenmiş bir ORTAK EYLEMLER PROGRAMI

(3) Tüketim mallarının kullanımından dolayı sağlık ve güvenliğe yönelik tehlikelere karşı TOPLULUK GÖZETİM VE DENETİM SİSTEMİ'nin yaratılması

(4) Tüketicilerin evde ve boş vakitlerinde malları güvenli bir şekilde kullanmalarına yönelik BİLGİLENDİRME VE EĞİTİM kampanyaları

(1) Yasama ile İlgili Olarak Yapılacak Çalışmalar

3. Programda yasalarla bağlantılı olarak yapılması öngörülen çalışmalar belirli konularla ilgilidir. Topluluğun tüketim mallarının güvenliği ile ilgili mevcut yasalarının çoğu, 1960'lardan ve 1970'lerden kalma olup, esas itibarıyla sağlık ve güvenlik tehlikesine karşı korunmak için belirli mallarda bulunması gereken spesifik nitelikleri belirlemektedir. Tecrübeler, böyle spesifik yasa

teknikinin, yani örnek olay yasa yaklaşımının kapsamlı bir Topluluk mal güvenliği politikası oluşturmaya yeterli olmadığını; ama, tüketicinin korunması adı altına sığınarak ticarete konulan bazı engellerin ortadan kaldırılmasında etkili olduğunu göstermiştir. Ancak ikinci bölümde "Casis de Dijon" davasıyla ilgili olarak da değinildiği gibi (o davadaki olumlu karara rağmen) sağlık ve güvenlik nedenleriyle ithalata sınırlamalar getirildiği durumlarda, mahkeme bunların kaldırılması hususunda hayli ihtiyatlı olarak hareket etmektedir. Dolayısıyla da, ticarete konulan engeller ancak Topluluk yasasıyla kaldırılabilir.

Böylece, tüketim mallarıyla ilgili güvenlik gereklerini Topluluk düzeyinde yasalarla belirleme ihtiyacı varlığını sürdürmektedir. Bu alanda gelecekte alınacak yasa önlemleri, hem mevcut yasaların iyileştirilmesini ve güncelleştirilmesini; hem de, Topluluk yasalarının kapsamadığı malların da kapsama sokulmasını içermektedir. Yasaların teknik uyumlaştırılması ve standartlarla ilgili olarak 1985'te Topluluk'ta kabul edilen kurallar ve yeni yaklaşım bunu kolaylaştırıcı niteliktedir.

Mevcut yasaların genişletilmesi ve güncelleştirilmesi, "Tek İç Pazarın Tamamlanmasına İlişkin Beyaz Kitap"ın ekinde belirtilen takvim doğrultusunda birtakım eylemleri gerekli kılmaktadır. Tüketicinin korunmasıyla ilgili mallar, özellikle, motorlu araçlar, ilaçlar, evde kullanılan kimyasal maddeler, oyuncaklar, kozmetikler ve tekstil mamulleridir ki bunlar şöyle sıralanabilir:

Yeni mal güvenlik yasaları birtakım Topluluk eylemlerini gerektirmektedir ki, bunlar şöyle sıralanabilir:

- Teknik uyumlaştırmaya ilişkin yeni yaklaşım Komisyon'ca hemen uygulamaya konulacaktır.
- Komisyon, Topluluk düzeyinde belirli malların pazarlanmasına geçici veya temelli olarak kısıtlamalar veya yasaklar konulmasını kolaylaştırmaya ve mevcut prosedürleri geliştirmeye yönelik eylem ihtiyacı üzerinde duracaktır. Bu konunun üzerinde düşünülmesi, Topluluk düzeyinde üreticilere güvenli malları üretme ve pazarlama zorunluluğu konulması ihtiyacını da değerlendirecektir. Hatalı mallardan üreticinin sorumluluğu yönergesinin kabulü ile Topluluk düzeyinde mal güvenliğine ilişkin genel eylem büyük ölçüde güçlendirilmiş olacaktır.
- Komisyon, tüketici örgütlerince testler ve spesifik olaylarla belirlenen veya rapor edilerek güvenlik yönünden sakıncalı olduğu bildirilen çeşitli çocuk eşyalarının (bebek arabası, çocuk bezi, oyun parkı, yazma-çizme-boyama malzemeleri ve çocukların okulda ve evde kullandıkları diğer materyalle ilgili malzemelerin) incelenmesi için Avrupa Standartlar Kuruluşu'na talimat vermiştir.
- Tüm tüketici kazalarının yüzde 25'i spor aletlerini kullanırken yapılmaktadır. Bu konuda Topluluk eylemine gerek olup olmadığı konusu incelenecektir.

- Taklit mallar tüketici sağlık ve gúvenliđine -únlú üreticilerin ekonomik kayıplarına ek olarak- tehlike arz edebilmektedirler. Üçüncü úlkelerden ithal edilecek mallarla ilgili olarak daha önce yapılan tekliflerin tamamlayıcısı olarak Topluluk'ta taklit edilen malların sağlığa olumsuz etkisini karşılamak üzere girişimlerde bulunulacaktır.

- 1980'de geri çekilen "marka tescilli ilaçların reklamına ilişkin yönerge teklifi" ve 1984'de kabul edilen "Yanıtıcı Reklam Yönergesi" konularıyla ilgili olarak, yeni teklifler sunulabileceği bakış açısıyla, durumun yeni bir değerlendirmesi yapılacaktır.

(2) Üye Úlke Yetkililerinin Ortaklaşa Hareket Etmesi

Komisyon, 1984 yılında Fransa'nın Montpellier Üniversitesi'nde tüketim mallarının normal kullanımının sağlık ve gúvenliđi önemli ölçüde tehlikeye düşürmemesini sağlama amacını güden yasaların ve yönetim kararlarının uygulanmasından ve gözetiminden sorumlu üye úlkeler yetkilileri temsilcileri 1.Konferansı'nı düzenlemiştir. Konferans, konuyla ilgili mevcut ulusal ve Topluluk yasalarının uygulanma ve gözetim durumunu gözden geçirmiş ve özellikle, standartların ve teknik kuralların birbirine yaklaştırılması ve ev ortamında tüketim mallarından kaynaklanan kazaların gözetimi konularında Topluluk yönergelerinin etkileri üzerinde durmuştur.

Montpellier Konferansı, Topluluk düzeyinde mal gúvenliđinin artırılması için yönetimlerarası işbirliğine olan büyük ihtiyacın daha açık şekilde ortaya çıkmasını sağlamış ve Komisyon bu konuda tekrar konferans düzenleme ve yıllık danışma toplantısı şeklinde bunların sürdürülmesi niyetini ifade etmiştir. Bu tür konsültasyonla özellikle şu alanlarda işbirliği düşünölmüştür:

- Uygulama görevleri için personelin eğitilmesi ve tecrübe için personel değişimi
- Mal gúvenliđi gözetimi için ortak metodolojiler geliştirilmesi
- Geliştirilmiş ihbar prosedürleri ve spesifik güvenlik tehlikesi durumlarında alınan tedbirlerin ortaklaşa olarak resmen haber verilmesi.

(3) Sağlık ve Gúvenliđe Yönelik Tehlikelere Karşı Topluluk Gözetim ve Denetim Olanaklarının Yaratılması

Tehlikeli mallar konusunda hızlı enformasyon değişimine ilişkin bir "erken uyarı sistemi" kurulması için 1984'te varılan anlaşma üye úlkelerde bir izleyici veya gözleyici muhabirler ağı oluşturulmasını öngörmüştür. Bu ađ, sağlık ve güvenlikle ilgili araştırma bulgularının ve tehlikelere karşı alınmış olan spesifik eylemlerin yayılmasını sağlayan mevcut mekanizmaları tamamlamak için de kullanılabilir. Komisyon, erken uyarı sisteminin Toplulukta yasaklanmış mallar ve özlerin ihraç edilmesini önlemek üzere 3.úlkelere bilgi verme yolunda genişletilmesini teklif edecektir. Esasen, Avrupa Parlamentosu böcek ilaçlarıyla ilgili olarak böyle bir teklifi

yapmış bulunuyor.

Tüketim mallarından kaynaklanan kazalara ilişkin veri toplamaya yönelik bir sistemin kabul edilmesi ve kurulması, bütün Topluluk ülkelerinde Komisyon'un bilgi işlem merkezine bağlanmış veri bankaları kurulmasına yol açacaktır. Bu, yasa çıkarmada öncelikli alanları meydana çıkarmada önemli bir araç olacağı gibi, spesifik mallarla ilgili olarak kısa vadede nerelerde müdahale edilmesi gerektiği konusunda yararlanılacak bir gösterge olacaktır.

(4) Tüketicileri Bilgilendirme ve Eğitim Kampanyaları

Tüketim mallarıyla ilgili kazalar çok çeşitli nedenlerden kaynaklanır; bunların en önemlileri şunlardır:

- Tüketici becerisinin yetersizliği
- Kullanım talimatı da dahil olmak üzere malla ilgili bilginin eksikliği
- Malzemenin kendi yapısında bulunan veya mal dizaynından kaynaklanan kusurlar.

Kamu yetkilileri ile mal ve hizmetlerin üreticileri ve dağıtımçıların düzenleyecekleri bilgilendirme kampanyaları ile tüketicilerin tehlikelerden haberdar olma durumu geniş ölçüde artırılabilir. Komisyon, tüm enerjisini, özellikle 1988'de uygulanacak birtakım koordineli eylemlerle bu alanda işbirliğinin yaratılmasına yöneltecektir. Bu da, halkın dikkatini sorunun büyüklüğüne çekecektir. Zira, her yıl ev kazalarından ölen ve yaralananların sayısı, trafik ve iş kazalarındakinden daha fazladır. Tahmin edildiğine göre, bu tür kazalarda Topluluk'ta her yıl ölenlerin sayısı 30.000'den fazladır ve yaralananlar da 40 milyon civarındadır.

Komisyon bir dizi eylem hazırlayarak çocuk güvenliği sorununa özel bir dikkat gösterecektir. Çocuklarla ilgili düşme, yanma, boğulma ve kaza ile zehirlenmelere karşı Topluluk düzeyinde kampanyalar düzenleyecek; çocuk güvenliği rehberi yayınlayacak ve daha sıkı güvenlik standartlarına ihtiyaç olup olmadığı konusunu (örneğin tehlikeli kimyasal maddeler ve ilaçlarla ilgili olarak ikaz ve uyarılar) araştıracaklardır.

3.3.2. Tüketicilerin Ortak Pazar'dan Daha Çok Yararlanabilmesi

Ortak pazarın tam olarak etkinlik kazanması için, tüketicilerin diğer üye ülkelerde mal satın almaları, onları evlerinde kullanmaları, yerli mallar gibi tamir ettirebilmeleri ve şikayetlerinin etkili bir şekilde çözümlendiğini görmelerinin kolaylaştırılması gerekir. Tüketiciler, genel olarak, mevcut haklarından ve üye ülkeler arasındaki fiyat farklılıklarından yararlanmanın avantajlarından ve üye ülkelerin sınırlarında Topluluk vatandaşları lehine işleyen gümrük

kontrollerinin avantajlarından habersizdirler. Rekabet düzeninin işleyişinin geliştirilmesi için tüketicilerin daha iyi bilgilendirilmeleri bir ön koşul olup, bu çerçevede tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması için birtakım tedbirlerin alınması gereklidir.

Bu doğrultuda, 3.Program'da alınması öngörülen başlıca tedbirlerin konuları şunlardır:

- Adil olmayan sözleşme şartlarına karşı koruma
- Tüketici kredisi
- Topluluk içinde diğer ülkelerde satılan mallarla ilgili reklam
- Yeni enformasyon teknolojisi
- Elektronik olarak fon transferi
- Hizmetler sektöründe garantiler ve fiyatların açıkça belirtilmesi
- Diğer üye ülkelerle ilgili satınalma rehberi yayınlanması ve fiyatlarla ilgili enformasyon
- Turizm
- Tavsiye ve tazmin edilme
- Kamu hizmetlerinin kalitesi ve verimliliği
- Mahremiyetin ve verilerin (bilgilerin) korunması
- Tüketicilerle diğer çıkar grupları arasında diyalogun geliştirilmesi
- Tüketicilerin eğitilmesi

Üzerinde çalışması istenen bu konuların herbiri aşağıda kısaca açıklanacaktır.

- Tüketicilerin adil olmayan sözleşme şartlarına karşı korunması. Bir üye ülkeden diğerine giden, örneğin bir araba satın almak isteyen tüketiciler çoğu kez bir yabancı dilde hazırlanmış standart sözleşme formu ile iş görmek zorunda kalacaklardır. Bu tüketicilerin adil olmayan sözleşme şartlarına karşı korunmaları gerekir. Komisyon bu konuda son zamanlarda konsültasyon amacını güden bir belge yayınlamış olup, ilgili tarafların tepkilerini öğrendikten sonra uygun yasa teklifleri hazırlayacaktır.

- Tüketici kredisi. Tüketicilerin diğer üye ülkelerde kredili olarak mal satın alabilmelerinin önünde duran bütün engellerin kaldırılması ortak pazar için ileri atılmış önemli bir adım olacaktır. Teklif edilmiş bulunan tüketici kredisi yönergesi kredide bir ortak pazar yaratılmasının kolaylaştırılması amacını gütmektedir. Tüketicilerin rakip tüketici kredisi tekliflerini karşılaştırmalarını, krediye fiyat uygulama usulünü standartlaştırmak suretiyle kolaylaştıracak yeni bir teklif yapılacaktır.

- Topluluk içinde diğer ülkelerde satılan mallarla ilgili reklam. Topluluk içinde diğer ülkelerde satılan mallarla ilgili bilgiler, ya da enformasyon, çeşitli yollardan tüketicilerin dikkatine ulaştırılabilir. Uydular yardımıyla televizyondan reklam yapılmasını öngören bir Komisyon tebliği birtakım tedbirleri teklif etmektedir. (Örneğin, tütün ve alkol reklamları ve çocuklara

yönelik reklam konularında) Komisyon adil olmayan ve karşılaştırmalı reklamla ilgili bir teklifi -ki buna Yanıltıcı Reklam Yönergesi'nde değinilmiştir- üzerinde düşünmektedir.

- Yeni enformasyon teknolojisi. Tüketicilere bilgi iletişimi sağlamada yeni enformasyon teknolojisi gitgide daha çok kullanılmaktadır. (Örneğin telefon kablolarıyla evdeki televizyon cihazına video bağlantısı ile ulaşma gibi). Bu yeni sistemler, tüketicilerin evlerinden dağıtımçıya sipariş vermelerine imkan vermekte; ancak, yeni sistemlerle birlikte bazı yeni sorunlar da ortaya çıkmaktadır. Komisyon konuyla ilgili incelemeler yaparak uygun yasa teklifleri hazırlayacaktır.

- Elektronik fon transferi. Günümüzde tüketicilerin banka hesaplarının satış noktasında elektronik fon transferi yoluyla direkt olarak borçlandırılmasına imkan veren teknoloji mevcuttur. Yanlış fiyattan ödeme istenmesi, elektronik olarak sipariş edilen malların teslim edilmemesi, kusurlu malların teslimi ve tüketicinin banka hesabına yetkisiz olarak girilmesi gibi hallerde tüketiciyi korumak için yasalar gerekli olabilir.

- Hizmetler sektöründe garantiler ve fiyatların açıkça belirtilmesi. Malların Topluluk ülkelerinde serbestçe satın alınması yanında hizmetler sektörü de önemli olup, bu önem hizmetin bir malla bağlantılı olduğu hallerde daha da artmaktadır. Örneğin, dayanıklı tüketim mallarında tüketici malı bir başka ülkeden almış olsa bile, garantiler kendi ülkesinde geçerli olmalıdır. Komisyon, satış sonrası servisin ve garantilerin işleyiş biçimini incelemektedir. Malların fiyatlarında olduğu gibi, tüketicilerin, motorlu araçların veya elektrikli ev aletlerinin bakım-tamir hizmetlerinde kendilerine sunulan rakip hizmetleri karşılaştırabilmeleri yönünde güçlendirilmesi için daha fazla fiyat şeffaflığı gereklidir. Bu yüzden Komisyon, hizmetlerin fiyatlarının açık olarak belirtilmesine ilişkin koşullarla ilgili uygun teklifler hazırlayacaktır.

- Diğer üye ülkelerle ilgili satınalma rehberi yayınlanması ve fiyatlarla ilgili bilgiler. Bir mala ilişkin olarak paralel yapılan ithalat rekabeti artırır ve o malla ilgili aşırı fiyat farklılıklarını azaltıcı bir etki yapar. Ancak çok az kişi diğer ülkelerde satın almayla ilgili haklarından veya ithal etme ve KDV ödeme prosedürlerinden haberdardır. Bu duruma çare olmak üzere, Komisyon, "tüketicinin diğer Topluluk ülkelerinde mal satınalma hakkı" ile ilgili rehberler yayınlama niyetindedir. Bu rehberlere malların normal fiyatlarıyla ilgili bilgiler eşlik edecektir. Rehberler, güncellenmiş olarak "neyi, nereden satın almalı?" tavsiyesi ile ulusal fiyat ortalamalarının karşılaştırılmasını verecektir.

- Turizm. Komisyon, "Turizm Eylem Programı"nın bir parçası olarak tüketiciyi koruyucu spesifik bazı tedbirleri planlamaktadır: paket turlarla ilgili yasaların standartlaştırılması, otel enformasyonunun standartlaştırılması ve bir Topluluk turist hakları beyannamesi. Komisyon halen Bakanlar Konseyi'nde görüşülmekte olan otellerde yangın güvenliği ile ilgili bir tavsiye teklifi daha önce yapmıştı.

- Tavsiye ve tazmin edilme. Tüketici haklarının korunabilmesi için yeterli ölçüde tavsiye ve tazmin imkanlarının bulunması şarttır. Tüketici vakalarında tazmin için geleneksel hukuki prosedürler hayli ağır işler ve çoğu kez söz konusu olacak meblağlara göre çok da pahalıdır.

Kullanılamadıktan veya savunulamadıktan sonra hakların var olduğu söylenemez. Bu yüzden Komisyon, tüketicilerin ihtiyaçlarına daha uygun, yeterli, geniş kapsamlı ve tutarlı bir politika oluşturmak amacıyla son zamanlarda tavsiye ve tazmin konulu bir tebliğ yayınlamıştır. Komisyon, üye ülkelerin adalete basitleştirilmiş başvuru usulleriyle ilgili pilot projelerini desteklemeye devam edecek ve bunlarla bağlantısını mümkünse geliştirecektir.

- Kamu hizmetlerinin kalitesi ve verimliliği. Kamu hizmetlerinin Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) içinde sahip olduğu payın yüksekliği gözönünde tutulursa, bunların kalitesinin ve verimliliğinin tüketicinin refahı için ne kadar önemli olduğu anlaşılır. Komisyon, Topluluk içinde kamu hizmetlerinin performans etkinliği ve tüketici çıkarlarının ne ölçüde temsil edildiğini incelemiş bulunuyor; konuyla ilgili sorunlarını gerek Topluluk kurumlarında, gerekse Topluluk düzeyinde ilgili çeşitli çıkar gruplarında tartışılmasını teşvik etmek için yakında bir rapor hazırlayacaktır.

- Mahremiyetin ve verilerin (bilgilerin) korunması. Komisyon, tüm üye ülkelere mahremiyetin ve verilerin korunmasıyla ilgili 1981 tarihli Avrupa Konseyi Konvansiyonu (Antlaşması)nı imzalamaları tavsiyesinde bulunmuştur. Komisyon bu konuda gözetimini sürdürecektir ve bu tür verilerin ticari amaçlarla kötüye kullanılmasına karşı tüketicilere yeterli düzeyde koruma sağlayacak başka ne gibi tedbirlerin alınabileceği hususu üzerinde duracaktır.

- Tüketicilerle diğer çıkar grupları arasında diyalogun geliştirilmesi. Komisyon tüketici temsilcileri ile pazardaki diğer çıkar grupları, özellikle üreticiler, dağıtımcılar ve reklamcılarının temsilcileri arasında diyalogu geliştirmeye de çaba harcamaktadır. 1981 tarihli 1.Tüketiciyi Koruma Programı, bu diyalogun pazarlama uygulamalarında "Avrupa uygulama kodları" şeklinde gönüllü anlaşmalara yolaçabileceği umudunu ifade etmiştir.Bu umut henüz gerçekleşmemiştir; öte yandan, böyle uygulama kodlarının uygun Topluluk yasalarıyla bağlantıları olmadığı takdirde geniş ölçüde etkinlikten yoksun olacağı iyice açıklık kazanmıştır. Topluluk yasaları ile desteklenen iş hayatı uygulama kodları ise, mal güvenliği standartlarına benzer şekilde olumlu rol oynayacaktır. Komisyon bu yaklaşımı takip etmenin nasıl bir faaliyet kapsamı olabileceği üzerinde duracak ve uygun yasa teklifleri hazırlayacaktır.

- Tüketicilerin eğitilmesi. Tüketiciler, diğer çıkar gruplarıyla konsültasyondan azami derecede yararlanabilmek için enformasyon teknolojisi uygulamaları da dahil olmak üzere pazarlama uygulamalarındaki tüm gelişmeleri tam olarak takip etme ihtiyacındadırlar. Komisyon, mal güvenliği alanında olduğu gibi, tüketici eğitimi konusunda da, ulusal tüketici temsilcileri konferansları düzenlenmesi, uygun yayınların hazırlanması, basın-yayın araçlarıyla bu konunun takip edilerek yayınlar yapılması hususunda işbirliğine gidilmesi ve Avrupa tüketici örgütlerinin kendi eğitim girişimlerine mali destek sağlanması gibi yollardan yardımcı olacaktır.

3.3.3. Tüketici Çıkarlarının Topluluğun Diğer Politikalarında Daha Çok Gözönünde Tutulması

Topluluğun tüketicinin korunması sorunlarında halkın bilgi ve haberdar olma düzeyini artırma yolundaki çabalarının başarısı sadece spesifik eylemlerin takip edilmesine bağlı olmayıp, aynı zamanda diğer Topluluk politikalarının formüle edilmesinde ve uygulanmasında tüketici çıkarlarının ne ölçüde gözönünde tutulduğuna da bağlıdır. Tüketicinin korunması politikası ile diğer politikaların birbirlerinin içine tam olarak nüfuz edebilmesi için, çıkarlarını önemli ölçüde etkileyen Topluluk tedbirleri konusunda tüketici temsilcilerine danışılmalıdır. Zira, ancak bu yoldan onların görüşleri yeterince gözönünde tutulabilir.

Bu amacı gerçekleştirmek üzere, -ikinci bölümde belirtildiği üzere- daha 1973 yılında Tüketiciler Danışma Komitesi" (CCC) kurulmuştur. (Komite, ilk 10 yılı içinde 1983 yılı itibariyle danışılma veya kendi inisiyatifi ile 100'den fazla- tüketicileri ilgilendiren konuda görüş bildirmiştir) (24).

Komisyon, Topluluk tüketici politikası çerçevesinde hazırladığı tüm önemli yasa tekliflerinde bu Komite'ye danışmaktadır. Son yıllarda tarımsal malların fiyatlarının belirlenmesi, tarımla ilgili kimyasal teknoloji (haşere ilaçları, antibiyotikler, büyümeyi hızlandıran maddeler), tüketim mallarının veya havayolları yolcusuna verilen hizmetlerin selektif dağıtımı gibi Topluluğun diğer konulardaki politikalarıyla ilgili tekliflerde de Tüketici Danışma Komitesi'nin görüşlerini almak normal uygulama halini almış bulunmaktadır. Rekabet konusunda genel sorunlarla ilgili olarak Avrupa Tüketiciler Birliği (BEUC) ile yüksek düzeyde temaslar düzenli olarak sürdürülmektedir. Bununla beraber, hala bu yöndeki faaliyetleri genişletmek için alan vardır ve Komisyon bu danışma prosedürlerinin özellikle taşımacılık ve çevre konularında, genişletilmesi ve uygulanmasını sağlamak için gereken adımları atacaktır.

3.4. 2.VE 3.TÜKETİCİYİ KORUMA PROGRAMLARININ UYGULANMASINA YÖNELİK ÇALIŞMALAR VE ALINAN TEDBİRLER

Bu bölümün başlarında özellikle vurgulanıp, daha sonra da yer yer belirtildiği üzere, 2. Tüketiciyi Koruma Programı geniş ölçüde 1.Programın temelleri üzerine kurulmuş olup, onun ilke ve amaçlarını ve öngördüğü başlıca yasa tekliflerini de kapsamaktadır. Bu suretle de, o Programın pek çoğu bitmemiş olan işlerinin varlığını tescil etmekle kalmayıp, yapılacak görevin ne kadar büyük ölçekli ve uygulamaya geçiş sürecindeki ilerlemenin ne kadar yavaş olduğunu gözler önüne sermektedir. Öte yandan, bu Program'ın tekrarcı nitelikte olması bir bakıma tüketicinin korunması olgusunun hep gelişme gösteren ve devam eden bir süreç olmasıyla da bağlantılıdır (25).

1981-1986 yılları arasında uygulanması öngörülen 2.Program dönemi içinde 1983 yılı bir dönüm

noktası olmuş; ilk kez üye ülkelerin tüketici işlerinden sorumlu bakanlarından ibaret "Tüketiciyi Koruma Konseyi" adlı yeni bir üst düzey kurul oluşturulmuştur. Topluluk üyeliğine 1981 yılı başında kabul edilen Yunanistan, Komisyon'ca kendisine yapılan "Topluluk yasalarına uyum sağlamaya çaba gösterme" çağrısı doğrultusunda çalışma yaparken bu yeni kurulun ilk toplantısını da organize etmiştir. Böylece 1.Tüketiciyi Koruma Konseyi, Aralık 1983'te Atina'da toplanmıştır. Bundan sonra yine bakanlar düzeyinde ve periyodik olarak düzenli bir biçimde toplantılar yapması kararlaştırılan Tüketiciyi Koruma Konseyi'nin 1984'te iki kez yapılan toplantısında, Avrupa Komisyonu, tüketiciyi koruma alanında Topluluk eylemine olan ihtiyacı tekrarlayarak sonraki yıllarda yapılacak çalışmalara yön verecek ilkeleri ilgili bakanlara sunmuştur. Komisyon'un önerileri geniş bir kabul görmüştür. Zira, bakanlar, "tüketicinin daha iyi korunmasının", ancak malların serbest dolaşımına engellerin bulunmadığı, aşırı kırtasiyeciliğe ve gereksiz ek üretim maliyetlerine yol açmayacak, eşit rekabet şartları altındaki serbest ve açık pazarda mümkün olacağını kabul etmişlerdir (26).

Bu nedenle Tüketiciyi Koruma Konseyi adı verilen bu yeni kurulun ilk toplantıları büyük politik öneme sahipti ve Komisyon'un uzun zamandan beri öne sürdüğü iki önemli yasa teklifinin kabul edilmesine yol açmıştır:

1. Tüketiciyi yanıltıcı reklama karşı koruyan "Yanıltıcı Reklam Yönergesi" (1984)
2. Tüketim mallarının kullanımıyla ilgili kazalardan sağlık ve güvenliğe yönelik tehlikelere karşı "hızlı enformasyon" veya "erken uyarı sistemi" kurulması kararı.

Daha önce ikinci bölümde açıklandığı üzere, tüketicinin korunmasıyla ilgili olarak çoğu tedbirler Yönerge veya Direktif (directive) biçiminde yasalaşmakta, yani hedef olan her devlet bunu kendi iç hukukuna -temeli değişmemek üzere- adapte etmektedir. Bakanlar Konseyi'nden karar (resolution, decision) biçiminde çıkan yasa ise hedef aldığı tüm üye devletler kişi veya kuruluşlar için tüm unsurlarıyla bağlayıcıdır, diğer bir deyişle, otomatik olarak ve aynen geçerlidir.

3.4.1. 2.Program'ın Hedeflerine Ulaşmada Yeterince Başarı Sağlanamamasının Nedenleri, Komisyon'un Karşı Tedbirleri ve 3.Program'a Gerek Duyulmasının Nedenleri

Komisyon'ca 3.Programa son şeklinin verilerek Bakanlar Konseyi'ne sunulduğu 1985 yılı ortalarında 2.Programın uygulanmasıyla ilgili olarak yapılan genel değerlendirme, bu yeni programın ikinci kısmında açıklandığı şekliyle aşağıya geniş ölçüde aktarılmıştır.

Buna göre, Konsey 1 ve 2. Program dönemleri (bu değerlendirmenin yapıldığı tarihe kadar geçen 10 yıllık süre) içinde kendisine sunulmuş olan 7 ana yasa teklifinden sadece 4 tanesini kabul

etmiştir. Diğer 3'ü, 6 ile 8 yıl arasında değişen sürelerde Konsey'de bekletilmektedir.

Konsey veya Komisyon tarafından kozmetikler, tekstil ürünleri, gıda maddeleri, otomobil ve tehlikeli özler gibi zaten çerçeve yasası bulunan bir kısım mal gruplarıyla ilgili olarak iyileştirimci nitelikte birtakım teknik uygulama tedbirleri alınmıştır (27).

(1) 2.Programda Yeterince Başarı Sağlanamamasının Nedenleri

Daha başlangıçtan itibaren, yani 1.Program dönemini de kapsayacak şekilde ele alındığında, tüketici politikalarıyla ilgili beklentilerin gerçekleşmeyip çok gerilerde kalınmasına yolaçan başlıca faktörler şunlardır (28).

- Ekonomik durgunluk. 1. Program 1973 petrol krizinin arkasından ekonomik büyümenin yavaşladığı bir dönemde uygulamaya konulmuştur. 2.Program da 1978 petrol şokunun bıraktığı olumsuz etkiler içinde başlatılmıştır. Her iki dönemde de gerek hükümetler, gerekse endüstri, ekonomik durgunluğun etkilerinin hissettirdiği bir dönemde bu yoldaki düzenlemelerin ek finansal maliyetini mazeret olarak ileri sürerek çekingen davranmışlardır. Bu davranışın gerisinde, tüketici çıkarlarının geliştirilmesi ve korunmasının sadece işler yolunda gittiği zaman uygulanacak; durgunluk dönemlerinde bir yana bırakılacak bir faaliyet olarak kabul edildiği görüşü gizlidir. Burada gözardı edilen husus, ekonomik durgunluğun tüketicileri en az ekonomideki diğer gruplar kadar etkilediği gerçeğidir.

- Topluluk'ta karar mekanizmasının çok ağır işleme. Konsey'de oybirliği ile karar verme zorunluluğu vardır ki bu yüzden bazen bir yasa tasarısı yıllarca bekletilmekte ve ancak üzerinde bir mutabakat sağlandıktan sonra gündeme getirilmektedir. Örneğin, kapı kapı dolaşarak yapılan satışlarla ilgili Topluluk yasası sadece bir üye ülke tarafından bir yıldan fazla süre bekletilmiştir. Oybirliği şartına Topluluk'ta kurumlararası konsültasyon prosedürlerinin karmaşıklığı ile üretici ve tüketici lobilerine danışılması gereği de eklenince kararlar hayli gecikebilmekte ve programlanan yasa tedbirlerinin uygulamaya konulması önlenmektedir.

- Yasa tekliflerinin sınırlı sayıda mal çeşidiyle veya malların içerik unsurları ile ilgili olması. Bu yüzden çok sayıda mal için pekçok yasa teklifi gerekli olmaktadır. Alternatif, strateji olarak önerilen yol ise, müzakerelerin herbiri daha genel kapsamlı az sayıda teklif üzerinde yoğunlaşmasıdır. Nitekim, yasaların teknik uyumlaştırılmasına ve standartlara "yeni yaklaşım" Mayıs 1985'te Konsey kararı ile kabul edilmiştir.

(2) Komisyon'un Aldığı Bazı Karşı Tedbirler

Yukarıda belirtilen hususların gerek Ortak Pazar'ın, gerekse tüketicinin korunmasıyla ilgili Topluluk amaçlarının gerçekleştirilmesine olan olumsuz etkilerini bilen Komisyon, bunları ortadan kaldırma yollarının arayışı içinde olmuştur. Bu nedenle şöyle bir sistem işletilmeye

başlanmıştır: üye ülkelerce bireysel olarak kabul edilmek istenen yeni standartlar ve teknik kurallar önce Komisyon'a bildirilmekte, Komisyon da (28 Mart 1983 tarihli Konsey yönergesi uyarınca) bundan tüm diğer üye ülkeleri haberdar etmektedir. Ama Komisyon ticarete yeni engeller yaratılmasını önlemek için tedbirlerin kabulünün durdurulmasını isteyebilmektedir. Bu haber verme sistemi 1984'de yürürlüğe girmiş olup, üye ülkelerin malların teknik spesifikasyonları ile ilgili farklılıklarının daha da arttırmalarını durdurmaya yardımcı olacaktır.

Ayrıca, yukarıda Mayıs 1985'te Konsey'ce kabul edildiğine değinilen teknik uyumlaştırma ile ilgili yeni yaklaşım temel güvenlik gerekleri ve diğer hususlardaki zorunlu gereklerin spesifikasyonu ortaklaşa belirlenen malların Konsey yönergelerinde birlikte gruplandırılmasına izin vermektedir. Malların niteliklerine ilişkin ayrıntılı spesifikasyonlar -Komisyon'ca zorunlu gerekleri karşılayacak ortak standartları hazırlama görevi verilen- Avrupa standartlar kurumları olan CEN ile CENELEC'e bırakılmaktadır. Ortak Avrupa standartları tamamlanıncaya kadar zorunlu gerekleri karşılayan mevcut ulusal standartların uyumlaştırılmasının Topluluk düzeyinde kabulüyle ilgili malların serbest dolaşımı sağlanacaktır.

Teknik uyumla ilgili yeni yaklaşım, tüketicinin sağlığı ve güvenliği açısından önemli olan mal grupları için geçerlidir. Uygulanacağı sektörlerde bir malın serbest dolaşımı, Topluluk düzeyinde yasalaşmış sağlık ve güvenlik seviyesine ulaşılmasına bağlanmaktadır. Diğer bir deyişle, ancak o spesifikasyonlara erişen mallar serbestçe ticarete konu olabilmektedir.

Öte yandan, bir Topluluk tüketiciyi koruma politikasının gelişmesi bakımından yasa çıkarmak önemli olmakla beraber, bunun etkinliği geniş ölçüde üye ülkelerde uygun şekilde uygulanmasına bağlıdır. Esasen, Topluluk düzeyinde yasal talimatların politika amaçlarının gerçekleştirmeye yeteceğini düşünmek gerçekçi bir yaklaşım değildir. Bu nedenle Topluluk yasaları çoğaldıkça, bunların uygulanmasından sorumlu ulusal yetkililerin arasında daha yakın işbirliği yapılmasının önemi artacaktır. Komisyon, bu çerçevede, tüketici sağlık ve güvenliği idaresi yolunda bir girişimde bulunmuş olup, bunu sürdürecektir ve bu yaklaşımını tüketicinin refahı ile ilgili diğer alanlara yönelik olarak genişletecektir (29).

(3) 3.Programa Gerek Duyulmasının Nedenleri

İkinci bölümün başında belirtildiği gibi, Topluluğun temel amacı -Antlaşmanın önsözüne göre- halkın hayat ve çalışma şartlarının sürekli olarak geliştirilmesidir. Bu sebeple, tüketicinin korunması politikasının daha ileri düzeye götürülmesi, Topluluğun vatandaşlarının refahıyla ilgili politikasının bütünleyici bir parçasıdır. Büyük bir iç pazarın kurulması Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun yaratılmasının sonucu değil, sadece amacıdır. "Halkın", "malların", "hizmetlerin" ve "sermayenin" dolaşımı şeklinde ifade edilen 4 özgürlük, rekabet kuralları ile birlikte ele

alındığında, vatandaşın ekonomik ve diğer faaliyetlerindeki ihtiyaçlarına hizmet etmek amacına yöneliktir.

Tüketicinin korunması, Ortak Pazar'ın kurulması ve işletilmesinde diğer bir temel fonksiyonu yerine getirmektedir. Tüketicinin parasına makul bir karşı değer sağlamayan mallar kötü yatırımdırlar. Buna karşılık, sağlık açısından güvenli ve güvenilirliği ile ünlü mallar iyi bilgilendirilmiş tüketiciyi tatmin edecekleri gibi, Topluluk içinde ve dışında pazarları ele geçirirler ve rakip üreticilere karşı Topluluğun pazar payını korurlar. Bu nedenle böyle mallar ekonomik büyümeyi devam ettirmeye ve yeni iş imkanları yaratmaya yardımcı olurlar.

İşte, tüketicilerin refahı ve üretimin etkinliği gibi ikili bir bakış açısıyla ele alındığında tüketicinin korunması Topluluk politikasını oluşturan kumaşın vazgeçilmez bir parçası olarak gerçek boyutlarına ulaşmaktadır (30).

3.4.2. Sağlık ve Güvenliğin Korunması

Tüketici haklarının korunması hususundaki faaliyetlerin en büyük bölümü sağlık ve güvenlikle ilgilidir. Nitekim, daha 1975 yılından, yani 1. Programın uygulamaya konulmasından önce de, Topluluk üye ülkelerin tarım ürünleri, gıda maddeleri ve endüstri sektörüyle ilgili yasalarının teknik uyumlaştırılması üzerinde durmuştu. Bu çalışmaların ana amacı ortak pazarda malların serbestçe dolaşımının sağlanmasıydı, ama dolaylı olarak da tüketicinin Topluluk düzeyinde daha iyi korunmasına etkisi oluyordu. Özellikle 1969-1973 yılları arasında ticarete teknik engelleri ortadan kaldırmaya ve serbest rekabeti geliştirmeye yönelik çok sayıda yasal tedbir kabul edilmiştir. 1. Tüketiciyi Koruma Programı'nın başlamasıyla söz konusu tedbirlerin bir kısmı doğrudan doğruya bu Program çerçevesine alınmıştır.

1. Program ile başlayarak, Avrupa yasalarının teknik uyumlaştırılması kapsamında özellikle insan sağlığı ve güvenliği üzerinde özel etkisi olan belirli alanlar ve mallarla ilgili yasa eylemleri gerekli olmuştur ki bunlar:

- Gıda maddeleri fiyatları ve ilgili tedbirler
- İlaç fiyatları
- Deterjanlar
- Dayanıklı tüketim malları
- Motorlu araçlar
- Tekstil ürünleri
- Oyuncaklar
- Tehlikeli özler

- Gıda maddeleriyle temas eden materyaller
- Gübreler
- Böcek zehirleri
- Veterinerlik ve hayvan besi mamülleridir.

Daha önce görüldüğü üzere, tüketicilere sunulan mal ve hizmetlerin önceden tahmin edilebilir şartlarda kullanılmasının, onların sağlığını ve can güvenliğini tehlikeye sokmaması gerektiği yolundaki 1. Programın temel ilkesi 2. ve 3. Programlarda da hep temel alınmıştır. Ayrıca, Komisyon'un bu temel ilke doğrultusundaki çalışmalarını genişletmesi, malların ve hizmetlerin kullanımının tüketici için daha güvenli hale getirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Aşağıda, 1980 sonrasında 2. ve 3. Programların uygulanması yolunda yapılan çalışmalar, alınan ve alınma sürecinde bulunan tedbirler ele alınarak sağlanan gelişmeler belirli mal grupları çerçevesinde incelenecektir: Gıda maddeleri; kozmetikler, tehlikeli özler ve kimyasal maddeler; oyuncaklar ve diğer mallar (31). Bu çerçevede, tüketim mallarından kaynaklanan kazalar ile ev ve boş vakitlerde ortaya çıkan kazalarla ilgili olarak Topluluk'ta geliştirilen erken uyarı sistemleri üzerinde durulacaktır.

(1) Gıda Maddeleri

Tarım ürünleri için artan talep, verimliliği artırmak için giderek artan ölçüde kimyasal maddelerin kullanılmasını gerekli kılmıştır. Hem bu husus, hem de gıda maddelerinin işlenmesine ilişkin endüstriyel süreçteki gelişmeler, doğal olarak, tüketici sağlığına yönelik tehlikeleri artırmıştır. Bu sektörlerde 1970'ler boyunca böcek zehirlerinin tarımda kullanılması, muhafaza edici ve renklendirici maddelerin gıda işleme endüstrisinde kullanılmasıyla kendini gösteren önemli değişiklikler olmuş; hatta hayvancılık bile devrim sayılabilecek bu gelişmelerden nasibini alarak bir anlamda endüstrileşmiştir. Gitgide artan ölçüde daha ileri tekniklerin devreye girmesi daima daha çeşitli türde yeni madde özlerinin kullanılmasına yol açmıştır.

Bu gıda özleri nadiren doğal yoldan elde edilmekte olup, çoğunlukla kimyasal sentez yolu kullanılmakta ve artık bunlar adeta kimyasal madde niteliklerine bürünmektedirler. Gıda endüstrisinde teknolojik nedenlerle (öz çıkarıcılar) veya psikolojik nedenlerle (renklendiriciler ve tad verici maddeler) 6000'in üzerinde katkı maddesi kullanılmaktadır. Tüketicileri bu gelişmenin muhtemel zararlı etkilerinden korumak için ilk hedef, bilimin sağladığı sözkonusu maddelerin kullanımını kaynağında, yani daha imalat aşamasında denetleyecek kurullar koymaktadır. Bu sorun oldukça önemli olup Avrupa Topluluğu yasama organlarıncı hep üzerinde durulmuştur; zira, çevrede kimyasal maddelerin artışına paralel bir biçimde kullanılan katkı maddelerinin de sayısı artmaktadır. Böylece, Komisyon'un inisiyatifi ile gıda maddeleri pek çok Topluluk yönergesine konu olmuştur. Gıda maddelerine katılan çeşitli katkı maddelerinin kabul edilebilir

özleri ve sağlık kriterleri listeler halinde saptanmışlardır. Bunlar:

- Renklendiriciler
- Oksitlemeyi önleyici maddeler
- Öz çıkarıcılar
- Pekiştiriciler
- Jöleleştirici maddeler ve
- Kalınlaştırıcılar.

Sağlığa ve can güvenliğine uygunluk yönünden Topluluk'ta ticarete konu alan sebze ve meyvelerde böcek zehiri artıklarının, sıvı yağlardaki asitlerin ve yağ oranlarının maksimum düzeyleri saptanmıştır. Marmelat, jöle, kavrulmuş kuruyemiş, kestane püresi, bal, şarap, meyve suyu, doğal madensuyu, uzun süre muhafaza edilebilir süt, kakao, çikolata, kahve özü, hindiba ve diyet mamullerinin içerik karışımları, imalatı ve tanımlanmasına ilişkin Topluluk kuralları belirlenmiştir.

Komisyon tarafından hazırlanıp, Bakanlar Konseyi'ne sunulan dondurulmuş gıda maddeleri, çocuk mamaları ve mama sonrası sütlerinin hazırlanması, gıda maddeleri çözümleyicilerinin kullanılması ve benzeri konulara ilişkin Topluluk kuralları koyan birçok teklif Konsey'de kabulünü beklemekte veya askıya alınmış olarak durmaktadır (32). Et için besi hayvanı yetiştirilmesinde hormon kullanımı da yasaklanmıştır.

Daha önce 1. Program döneminde olduğu gibi, 1980 sonrasında da tüketici sağlığının çeşitli yönleri üzerinde durulmuş; örneğin, et mamullerinin hazırlanmasına Komisyon'ca müdahale edilmiştir. Hayvan beslenmesiyle ve veterinerlikle ilgili birçok yönerge kabul edilmiş; taze et, et mamülleri ve tavukçuluk ürünlerinin Topluluk içi ticaretinde sıkı hijyen (halk sağlığı) kuralları konuduğu gibi, mezbahaların, et kesim odalarının ve kasap dükkanlarının Topluluk düzeyinde katı standartlar çerçevesinde uyumlaştırılması ve gözetim altında tutulması kabul edilmiştir.

Bu alanda önemli bir gelişme de, Topluluk'ta tehlikeli taklit gıda maddelerinin yasaklanmasıdır. Komisyon'un tehlikeli taklit gıda maddelerinin Topluluk içinde pazarlanmasını, ithalini, üretimini ve dışarıya ihracatını yasaklayan bir yönerge teklifi 1986'da Konsey'e sunulmuş ve Konsey bunu Haziran 1987'de kabul ederek yasallaştırmıştır. Yönerge, bu tür malların pazarda mevcut olması halinde toplatılmasını da öngörmektedir (33).

Öte yandan, Nisan 1986 sonlarında ortaya çıkan Çernobil nükleer faciasının tarımsal ürünlere radyasyon etkilerine karşı alınacak ulusal tedbirlerin koordinasyonu ile ilgili olarak Komisyon 6 Mayıs 1986'da üye ülkelere yönelik bir tavsiye kararı almış; aynı çerçevede Konsey'de üye olmayan ülkelerden ithal edilecek gıda maddelerinin ithalatının şartlarıyla ilgili kuralları kabul etmiştir (34). Ayrıca, nükleer güvenlikle ilgili olarak, 1987 ve 1988 yıllarında çeşitli koruma

tedbirleri alınmıştır.

(2) Kozmetikler, Tehlikeli Özler ve Kimyasal Maddeler

Topluluk, gıda maddeleri dışında tüketiciler için tehlike potansiyeli olan çeşitli diğer mallarla da ilgilenip tedbirler almıştır. Daha 2. Program öncesinde uzun yıllar boyunca kozmetikler, tehlikeli özler, kimyasal maddeler, tedavi edici mamuller, gübreler, tekstil ürünleri, elektrikli ev aletleri, deterjanlar, gaz basınç aletleri, motorlu araçlar ve gıda maddeleriyle temas eden materyel vb. ile ilgili pekçok yönerge kabul edilmiş bulunmaktadır.

Kozmetiklerle ilgili 1976 tarihli yönerge bunların üretiminde kullanılan bazı özlerin tanımlanmasını, içeriğini, etiketlenmesini, ambalajlanmasını ve kullanımını düzenlemekteydi. Bazı renklendirici ve muhafaza edici maddeler gibi, bazı özlerin kullanımını yasaklamakta veya bazı şartlar ve sınırlamalar getirmekteydi.

Birkaç defa üzerinde tadilat yapılan bu yönergeyi değiştirerek teknik gelişmeler çerçevesinde geliştirmek üzere Komisyon 1985 yılında iki yönerge kabul etmiştir. Bunlardan ilki, o yönergeyi teknik gelişmelerle uyumlu hale getirmek üzere bazı zararlı maddelerin kullanımının yasaklanmasıyla; diğeri, kozmetiklerin içeriğinin kontrol edilmesine ilişkin analiz metodlarıyla ve bazı saç bakımı maddelerinin tanımlanmasıyla ilgilidir (35).

1986 yılında da 1976 yönergesini dördüncü kez tadil eden bir teklif Komisyon'ca kabul edilerek, 1987 yılında Bakanlar Konseyi'ne sunulmuştur. Ayrıca, aynı yıl diğeri bir yönerge teklifi de kullanılmasına izin verilen madde özlerinin listesini değiştirmiş ve üç madde özünün kullanılmasını yasaklamıştır (36). Konsey söz konusu tadilatı Aralık 1988'de kabul etmiş; Komisyon beşinci kez tadilat teklifini de aynı yıl içinde yapmış ve teknik gelişmelere uyum sağlanması için onuncu yönerge teklifini kabul etmiştir (37).

Boya, cila, matbaa mürekkebi, zamk, ve asbest gibi zehirli ve sağlık için tehlikeli madde özlerinin sınıflandırılması, test edilmesi, etiketlenmesi, pazarlanması veya pazarlanmasının durdurulması ve kullanımına ilişkin sınırlamalar ve yasaklar konmuştur.

İlaçlar ve tedavi edici özelliği bulunan maddelerin test edilmesi, değerlendirilmesi, pazarlanmasına izin verilmesi veya durdurulması, etiketlenmesi ve yeni ilaç haklarının korunması yolunda tedbirler alınmıştır.

(3) Oyuncaklar

Çocukların en zayıf ve en çok korunmaya muhtaç tüketici grubunu oluşturmaları nedeniyle onların korunması için spesifik tedbirlere ihtiyaç olduğu görüşüne sahip olan Komisyon, Avrupa pazarlarında oyuncaklarla ilgili güvenlik standartları geliştirilmesi sorununa özel bir önem vermiştir. Yüksek teknolojinin süratle ortaya çıkarak yayılması ve tüm ülkelerden ithalat yapılması nedeniyle gelen oyuncakların binbir çeşit olması, bu alanda birçok cephede birden tedbirler alınmasını gerekli kılmıştır.

Komisyon'un konuyla ilgili olarak 1980'de önermiş olduğu bir yönerge teklifi, Parlamento'nun eleştirileri üzerine geri çekilmiş ve 1983'te üç yeni yönerge teklifi hazırlanmıştır (38). Bu yeni yönerge teklifleri, Parlamento'nun görüşleri de alınıp yenilenerek 1986 yılında çocuk güvenliğini güvenceye almak ve tüm üye ülkelerde yasanın ileri bir düzeyde uyumlaştırılmasını sağlamak üzere tekrar Konsey'e sunulmuştur (39).

3 Mayıs 1988'de Konsey'de oybirliği ile kabul edilen oyuncak güvenliği yönergesi 1 Ocak 1990'da yürürlüğe girecektir. Bu yönerge, Konsey'de 7 Mayıs 1985'te kabul edilen yasaların teknik uyumlaştırılması ve standardizasyonla ilgili yeni yaklaşımın ilk uygulaması niteliğinde olup, özellikle 1992'de tek iç pazarın tamamlanması yönünde güvenli ve yüksek kaliteli malların bu pazarda serbest dolaşımı açısından büyük öneme sahiptir (40).

Yönerge, Topluluk'ta üretilen veya dışarıdan ithal edilen oyuncakların pazarlanabilmek için sahip olmaları zorunlu kabul edilen güvenlik gereklerini belirtmektedir. Böylece, hem Topluluk'ta 15 yaşın altında bulunan 63.4 milyon çocuğa hiçbir tehlike yaratmayacak şekilde güvenli oyuncakların pazara sunulması; hem de Topluluk içinde yüksek kaliteli oyuncakların üretilmesinin teşvik edilmesi ve bunların serbest dolaşımının sağlanması imkanını vermektedir (41).

Öte yandan, 3. Program uygulaması olarak 1988-1990 yılları döneminde Komisyon tarafından yürütülmek üzere 10 milyon Avrupa Para Birimi (ECU) bütçeli büyük bir uyarı ve önleme kampanyası başlatılmıştır. Bu kampanyanın iki hedefi vardır (42).

1. Topluluk'ta kaliteli ve güvenli malların üretilmesi ile 1992 sonunda tek iç pazarın oluşumuna katkı sağlanması
2. Tüketicilerin sağlıklı ve güvenli malları kullanmaları ile halkın Avrupa'sının yaratılmasında bir basamak sağlanması.

Çocuk güvenliğiyle ilgili bu uyarı kampanyası, Toplulukta her yıl ortalama olarak:

- 20 milyon çocuğun kazalarda yaralandığı

- Bunun 10-20 binin ölümle sonuçlandığı ve
- 30 binin de daimi olarak sakat kaldığı

gerçeğinden hareket edilerek planlanmıştır. Bu korkunç rakamların 1995 yılından önce en az yüzde 10-20 arasında azaltılmasını sağlama amacını gütmektedir (43). Kampanya belirli öncelikli hedef gruplarına yöneliktir ki bunlar: Küçük çocukların anne-babaları, çocukların gözetimiyle görevlendirilen gençler, öğretmenler, ana okulu öğretmen ve bakıcıları.

(4) Diğer Mallar

Diğer pekçok malla ilgili olarak da tüketici sağlık ve güvenliğini koruma yönünde çalışmalar yapan Topluluk, tekstil ürünlerinin sınıflandırılması, içeriğini belirtir şekilde etiketlenmesi, bazı giyeceklerin üretiminde kullanılan birtakım maddelerin yasaklanması gibi hususları yönergelerle düzenlemiştir (44). Özellikle, bu ürünlerin yanıcı olma özelliği ile sağlığa zararlı maddelerin üretimde kullanılmaması hususları üzerinde durulmuştur.

Topluluğun, inşaat malzemeleri ve ekipmanı ile motorlu araçlarda kullanılan dikiz aynası, sesli alarm sistemi, egzoz sistemi, direksiyon sistemi vb. birçok otomobil sistemi unsuru olan parçalarla ilgili yönergeleri, yönerge teklifleri ve birçok diğer tedbirleri mevcuttur. Topluluk, almış olduğu bütün bu yasal tedbirler ve yasalaşma sürecinin çeşitli aşamalarında beklemekte olan tedbirlerle ilgili olarak başta otomotiv endüstrisinden olmak üzere güçlü direnmelerle karşılaşmıştır.

Bu çerçevede, Avrupa motorlu araçlarının aynı teknik spesifikasyona sahip olması yolundaki çabalar, bazı çevrelerin uyumlaştırmanın tek tipliliğe yol açıp, çeşitli modellere ve özelliklere sahip otomobiller arasında seçim yapma imkanını azaltacağı endişesini yaratmıştır. Oysa, Topluluğun söz konusu çalışmaları ve teknik spesifikasyonları kabul etmesi seçenekleri azaltılmamış; sadece sürücülerin ve yolcuların güvenliğini arttırmak amacıyla hareket edilmiş ve edilmektedir (45).

Topluluk'ta sağlık ve güvenliğin korunmasında üzerinde önemle durulan bir konu da, gıda maddelerinin işlenmesinde ve pazarlanmasında bu maddelerle temas eden çeşitli materyel ve maddeler olmuştur. Bu tür materyel ve maddelerin üretiminin insan sağlığını tehlikeye düşürmeyecek ve temas ettikleri gıda maddelerinin kompozisyonunda zararlı değişikliklere yol açmayacak şekilde yapılması üzerinde durulmuştur. Üreticilerin uyması gereken ambalaj maddeleri yapısı ve şartlarıyla ilgili 1976 tarihli yönerge mevcuttur. Ayrıca, daha sonra çıkarılan iki yönergeden biri, gıda maddeleriyle temas eden plastik materyel ve diğer maddelerin içereceği maksimum VCM (vinyl choloride monomer, ki bu çoğunlukla plastik su şişesi imalatında kullanılan bir maddedir) miktarını belirlemektedir. Diğeri ise, gıda maddeleriyle temas eden porselen (ve seramik) kaplarda bulunabilecek kurşun sınır ve kadmiyum maddesinin maksimum miktarlarını düzenlemektedir (46).

Pekçok gıda maddesinin ambalajlı olarak pazara sunulduğu günümüzde gıda maddeleriyle temas etmesi amacıyla üretilen materyellerin sağlığa zarar vermemesi konusu çok önemli olup, son birkaç yılda yeni düzenlemeler için birtakım çalışmalar yapılmıştır ve bunlar sürdürülmektedir. Bu çerçevede, Nisan 1986'da yapılan bir yönerge teklifi; bununla ilgili Ekonomik ve Sosyal Komite görüşü ve 1987'de tadil edilmiş şekliyle yeni yönerge teklifinin yapılması belirtilebilir (47).

**(5) Sağlık ve Güvenlikle İlgili Erken Uyarı Sistemleri: "Hızlı Enformasyon Mübadelesi" ,
"Ev ve Boş Vakit Kazaları Gözetim" Sistemleri**

Hızlı Enformasyon Mübadelesi Sistemi. Bu bölümün 3.Programın amaçlarının ve öngördüğü tedbirlerin açıklandığı kısmında belirtildiği üzere, Topluluk içinde tüketim mallarından kaynaklanan kazalara ilişkin veri toplamayı ve üye ülkelerde bir izleyici veya gözleyici muhabirler ağı oluşturup, toplanan bilgi ve bulguları süratle tüm başkentlere yayarak kazaları önlemeye yönelik bir "Hızlı Enformasyon Mübadelesi Sistemi" kurulması, Konsey kararı ile Mart 1984'te kesinleşmiştir.

Bütün Topluluk üyesi ülkelerde Komisyon'un bilgi işlem merkezine bağlanacak kazalarla ve tehlikelerle ilgili veri bankaları kurulmasını da öngören bu yeni sistem, işleyişle ilgili prosedürlerin Komisyon'ca belirlenmesinden sonra, yine Komisyon gözetiminde Mart 1985'te yürürlüğe girmiştir. İlk defa da, sağlığa zararlı Avusturya şaraplarına uygulanmıştır (48).

Tüketim mallarının kullanımından tüketici sağlık ve güvenliğine yönelik tehlikeleri asgari düzeye indirmeyi amaçlayan "Hızlı Enformasyon Mübadelesi Sistemi" (The System of Rapid Exchange of Information) aslında daha 1. Program döneminde Aralık 1979'da Komisyon'ca teklif edilmişti. 2.5 yıl süren bir pilot proje uygulamasının 1984'te tamamlanması üzerine de, Komisyon'un daimi olarak bir sistem teklif etmesi ve Konseyin bu yoldaki kararı ile resmîyet kazanmıştır. 1981 yılında İspanya'da öldürücü zehirlenme olayları başta olmak üzere çeşitli trajik vakalar bu sistemin önemini arttırmıştır (49).

Hızlı Enformasyon Mübadelesi sisteminin amacı, belirli bir tüketim malının tüketiciler için tehlikeli olduğunun anlaşılması üzerine ilgili kamu yetkililerinin hiç vakit geçirmeden en uygun önleyici tedbirleri almalarını ve konuyla ilgili bilgiyi yaymalarını sağlamaktır. Zira söz konusu mal veya mal grubuyla ilgili enformasyonun süratle diğer üye ülke başkentlerine ulaştırılması ve acil tedbirlerin alınmasına imkan verilmesi sistemin temelini oluşturmaktadır; bunu Komisyon'un uygun bir örgütsel yapı çerçevesinde yürütmesi yoluna gidilmektedir.

Mart 1984'te Konsey'ce onaylanıp, Mart 1985'te Komisyon'un gözetimi altında yürürlüğe konulan Hızlı Enformasyon Mübadelesi Sistemi'yle ilgili yasal tedbirler gitgide daha geliştirilmiş, özellikle

3.Programın öngördüğü biçimde Topluluk üyesi ülkeler kamu yönetimi yetkilileri arasında işbirliğine yönelik bir pilot proje 1986 yılında Komisyon'ca önerilmiş ve 1987'de Konsey'ce olumlu bulunmuştur (50). Hızlı Enformasyon Sisteminin uygulanma süresi 1988 yılında dolmuş ise de, oldukça yararlı bulunması ve olumlu yönde Komisyon'un Konsey'e sunduğu rapor üzerine, Ekonomik ve Sosyal Komite ile Parlamento'nun da olumlu görüşleri ile 21 Aralık 1988 tarihinde Konsey tarafından alınan bir kararla süre 30 Haziran 1990 tarihe kadar uzatılmıştır (51).

Avrupa Ev ve Boş Vakit Kazaları Gözetim Sistemi. Kazaların önlenmesi amacını taşıyan ikinci bir sistem de, Avrupa Ev ve Boş Vakit Kazaları Gözetim Sistemi (EHLASS-The European Home and Leisure Accident Surveillance System) olup, Komisyon'un teklifi ile Nisan 1986'da Konsey kararı ile pilot proje olarak kurulmuştur. 1986-1987 arasındaki birinci yıl uygulamasına 45 hastahane katılmış evde ve boş vakitlerde meydana gelen kazalarla ilgili olarak düzenli bir şekilde bilgi akışı sağlanmıştır. Bu tür kazaları azaltmak amacıyla Komisyon uygun kurallar, kararlar, standartlar ve önleyici programlar geliştirme yolunda teklifler hazırlamaya çaba göstermektedir (52).

Avrupa Ev ve Boş Vakit Kazaları Gözetim Sistemi projesine, ikinci uygulama yılı olan 1988'de 58 hastane katılmış ve aylık olarak söz konusu türdeki kazaların ana özelliklerini kaydederek Komisyon'a aktarmışlardır. Komisyon, 1988 yılı sonunda iki yıllık uygulamayla ilgili ilk değerlendirme raporunu hazırlayıp sunmuştur (53).

3.4.3. Ekonomik Çıkarların Korunması

Bu bölümün başlarında -2.Programın ekonomik çıkarların korunmasına ilişkin hedeflerin açıklandığı kısmında- belirtildiği üzere Komisyon'un Konsey'e sunmuş olduğu ama orada görüşülmek için beklemekte olan bellibaşlı şu yasa teklifleri vardı: Üretim hatası bulunan mallarla ilgili sorumluluk, yanıltıcı ve aldatıcı reklam, kapı kapı dolaşarak satış ve tüketici kredisi. Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunmasıyla ilgili başlıca hususlar aşağıdaki başlıklar altında ve bu sıra içinde ele alınmıştır.

1. Hatalı mallarla ilgili sorumluluk
2. Yanıltıcı ve haksız reklam
3. Kapı kapı dolaşarak satış
4. Tüketici kredisi
5. Adil olmayan sözleşme şartları
6. Hizmetler sektörü, turizm ve diğer hususlar

(1) Hatalı Mallarla İlgili Sorumluluk

1.ve 2.Programların amaçları arasında yeralan üretim hatası bulunan mallarla ilgili olarak "üreticinin tam sorumluluğu"na ilişkin yönerge, Komisyon'un 1979 tarihli teklifi uzun yıllar süren bir bekleme sonunda Temmuz 1985'te Konsey'de kabul edilmiştir (54).

İkinci bölümde belirtildiği üzere, 1.Program döneminde hazırlanmış olan yönerge teklifi, hatalı malın yola geçtiği zararın giderilmesi, üreticinin kusuru bilip bilmemesine bakılmaksızın; hatta, satış tarihindeki bilimsel bilgi düzeyi ışığında hatanın bilinmesinin imkansız olması durumunda bile zararın tazmin edilmesi yükümlülüğünü getirmektedir. Esasen, "tam sorumluluk" kavramı bu noktayı ifade etmektedir. 1985 tarihli yönerge 1988 yılında yürürlüğe girmiştir.

(2) Yanıltıcı ve Haksız Reklam

İkinci bölümde açıklandığı üzere tüketicileri her türlü haksız ya da hileli reklamdan korumak için 1978 yılında Komisyon'un teklifi Parlamento ile Ekonomik ve Sosyal Komite'nin olumlu görüşleriyle 1979'da geliştirilmiştir. Bu yönerge 1984 yılında kabul edilmiştir. Tüketiciler için en önemli bir ileri adım olarak yönerge ile tüketiciye şikayet hakkı verilmiştir. Yanıltıcı ve haksız reklam verildiğinde tüketicinin şikayeti halinde ilgili idari makamın yetkilisi şikayet hakkında karar verebilir veya reklamı yasaklayabilir; idari yetkiliye şikayet yerine mahkemeye başvurulması halinde ise, ispat yükü reklam veren tarafa yüklenmektedir. Halbuki, normal olarak, mahkemelerde bir iddiada bulunan taraf iddiasını ispat etmek durumundadır (55).

Alışılmış usuldeki gibi ispat yükünün mal veya hizmetlerle ilgili bir reklamın yanıltıcı veya hileli olduğunu ileri süren şikayetçi tüketicilerde olması halinde başarılı şekilde hak aranmayacağı görüşü bu yola gidilmesine neden olmuş ve tüketici güçlendirilmiştir. Ancak yine de reklam veren tarafta olan ispat yükünü tersine çevirmek mahkemenin yetkisi dahilindedir.

1984 yılında kabul edilen reklam yönergesi 1986 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu yönerge, 3.Program uyarınca 1987 yılında yeniden düzenlenerek, 1989 yılında Konsey'den bu geliştirilmiş şeklinin geçirilerek yasallaştırılması planlanmıştır.

(3) Kapı Kapı Dolaşarak Satış

Yine 1.Program döneminde, daha 1979 yılında Komisyon'un kapı kapı dolaşarak satışta tüketiciyi koruma amacını güden yönerge teklifi Konsey'e sunulmuştu. Topluluk üyesi ülkelerde çok başvuru olan bu tür satışlarla ilgili şikayetlerin hayli yaygın olması; özellikle, tüketiciye karşı alıştırma yapma imkanı vermediği, uygun olmayan reklam yöntemlerine başvurulduğu,

satıcının sözünde durmadığı yolundaki şikayetlerde bulunulması üzerine hazırlanan yönerge teklifi, tüketiciyi koruma ve üye ülkelerde yasaları uyumlaştırma amacını güdüyordu (56).

Yıllar süren düşünme ve bekleme döneminden sonra Konsey bunu Aralık 1985'te kabul ederek 1988'de yürürlüğe girmesini kararlaştırmıştır (57). Yönergenin tüketiciyi koruyucu önemli bir bölümü, tüketicilere satıştan sonra bir hafta düşünme süresi vererek, bu süre içinde sözleşmeyi iptal hakkının tanınmasıdır. Ayrıca, diğer önemli bir husus da, satıcının alıcıyı bu iptal hakkından yazılı olarak haberdar etmesini şart kılmasıdır.

(4) Tüketici Kredisi

Kredili işlemlerde Topluluk'ta tüketicilere uygulanacak asgari koruma standartları geliştirmeyi ve kredi şeffaflığını amaçlayan bu yönerge teklifi, konuyla ilgili hükümet uzmanları ve ilgili hükümet uzmanları ve ilgili diğer taraflarla oldukça uzun süren görüş alışverişinden sonra, Komisyon'ca 1979 yılında Konsey'e sunulmuştu. Çeşitli yönleri ikinci bölümde açıklanan bu yönerge de, ancak Aralık 1986'da Konsey'de kabul edilmiştir (58). Bu yönerge, tüm üye ülkelerde her çeşit krediye uygulanacak kuralları belirlemekte; böylece kredi kuruluşları arasında haksız rekabeti önlemekte ve önceden saptanmış belirli garantilerle tüketiciyi korumaktadır.

1990 yılında yürürlüğe girecek olan bu yönerge ile ilgili olarak tüketici kredilerinin yıllık faiz oranını belirleme ve hesaplama metodunu açıklığa kavuşturarak, tüketicilerin toplam maliyetlerden haberdar olmalarını sağlayacak bir değişiklik teklifini Komisyon 1988 yılında Konsey'e sunmuştur (59).

(5) Adil Olmayan Sözleşme Şartları

2. Program, Komisyon'un adil olmayan sözleşme şartlarıyla ilgili olarak da tüketicilerin ekonomik çıkarlarıyla ilgilenmesini öngörmekteydi. Doğal olarak, kitlesel üretim ve dağıtım ile tüketim toplumuna geçiş, iş hayatında biçimsel sözleşme veya kontratların çoğalmasına, özellikle standart tip sözleşmelerin yaygınlaşmasına yolaçmıştır.

Topluluk'ta malları ve hizmetleri sunanlarla tüketiciler arasında tip sözleşme uygulaması -örneğin dayanıklı tüketim mallarında, elektrik, su ve gaz cihazlarında- yaygındır. Genellikle önceden belirlenmiş şartlara göre hazırlanmış tip sözleşmelerde bazen tek yanlı ve ciddi şekilde tüketici aleyhine hükümler bulunmaktadır (60).

Konuyla ilgili bir araştırmayı tamamlayarak sonuçlarını Şubat 1984'te Konsey'e sunan Komisyon, bu alanda da Topluluk düzeyinde tedbir alınmasının yararlı olacağını ifade etmiştir. İngiltere,

Fransa, Danimarka ve Federal Almanya gibi bir kısım üye ülkelerde farklı yaklaşımları bulunan spesifik yasaların mevcut olduğunu ve Topluluğun, tüketicilerin adil olmayan sözleşme şartları hususunda yaklaşık aynı koruma düzeyine getirilmesi görevinin üstlenilmesi gerektiğini belirterek iki alternatif hareket tarzı önermiştir.

Bunlardan ilki, Topluluk düzeyinde bir yönerge çıkararak yasal tedbir almak; diğeri ise yasal biçim dışında, örneğin İngiltere'deki "Adil Ticaret Bürosu Genel Müdürlüğü" veya Danimarka'daki "Tüketiciler Ombudsmanı" (şikayet bürosu) gibi başarılı örnekleri olan bir kamu gözetim organı gözetiminde çeşitli sektörlerde tüketiciler ile ticari örgütler arasında gönüllü müzakereleri ve diyalog yoluyla anlaşmaları teşvik etmek şeklindedir. Komisyon daha spesifik öneriler hazırlamak üzere ilgili çeşitli çıkar gruplarının konuyla ilgili görüşlerini kendisine bildirmeleri yolunda girişimlerde de bulunmuştur (61).

Sözleşme hürriyetinin kötüye kullanıldığını savunan Komisyon, yukarıda sözü edilen araştırmasında, sözleşme şartlarının yasalara uygun, taraflar için eşitlik esasına dayalı ve anlaşılması kolay hale getirilmesi; sözleşme metninin ve formunun tüm Topluluk'ta uyumlaştırılması; sigorta, krediler ve ev alımı gibi tüketicilerin özellikle zayıf kaldığı konularda standart şartların kullanılıp, belirli adil olmayan şartların da Topluluk'ta listeler halinde yayınlanıp kullanımının yasaklanmasını önermiştir. Komisyon'un fazla aktif olmadığı bu alanda, özellikle Avrupa Parlamentosu bir yönerge çıkarılması yolunda baskı yapmaktadır (62).

3.Program'da da tedbirler alınması öngörülen adil olmayan sözleşme şartları konusunda Komisyon'un 1984 tarihli Konsey'e başvurusuyla ilgili olarak, Parlamento 1986'da görüş bildirmiş; ayrıca, Tüketiciler Danışma Komitesi de 1985'te kendi görüşünü sunmuştur. Gerek 1989'da son olarak yayınlanan 1988 yılına ait 22.Topluluk Genel Raporu'nda, gerekse 1987 yılına ait 21.Genel Raporu'nda bu konudaki çalışmaların sürdürüldüğü ifade edilmiştir (63). Diğer bir ifadeyle, halen 1989 yılında bir yönerge veya başka bir yasal tedbir alınması yolundaki çalışmalar sonuçlandırılmamıştır.

(6) Hizmetler Sektörü, Turizm ve Diğer Konular

Gerek 2.Program'da, gerekse 3.Program'da mallarla ilgili hizmetler (garantiler, satış sonrası servis, vb.) ile diğer hizmet alanlarında (sigorta gibi) gelişme sağlanması öngörülmüştür. Özellikle, turizm politikasıyla ilgili olarak Komisyon paket turlara ilişkin kuralların standartlaştırılmasının muhtemel yollarını araştırmıştır. Her yıl milyonlarca kişinin tatile çıktığı ve bu alanda da tüketicinin en zayıf durumunda olduğu gözönünde tutularak, etkili tedbirlerle tüketicinin korunması istenmektedir (64). Komisyon Mart 1988'de "Paket tur" konusunu düzenleyen bir yönergeyi Konsey'e sunmuş ise de, turizmle ilgili olarak Konsey'den karar veya yönerge şeklinde

yasal tedbir çıkmamıştır (65).

Komisyon, ödeme sistemleriyle ilgili, özellikle kredi kartı çıkaran kuruluşlarla, kredi kartı kullananlar arasındaki ilişkileri düzenleyen bir tavsiye kararını 1988 yılında kabul etmiştir. Bu kararlar kredi kartlarıyla ilgili, kaybetme, çalınma, hatalı işlem veya kayıt gibi durumlarda sorumluluğu belirleyen "standart sözleşme şartları" konularak bütün kredi kartlarının tüm Topluluk'ta kullanılması amaçlanmıştır (66).

3.4.4. Tüketicilerin Tazmin Edilmesi

İkinci bölümde, 1.Program döneminde bu konuda yapılan çalışmaların oldukça sınırlı kaldığı; bu bölümün 2.Programla ilgili kısmında ise, Komisyon'un düzenlediği Montpellier Sempozyum'unda ortaya atılan fikir ve tekliflerin 2.Program'da temel alındığı belirtilmiştir.

Topluluk'ta tüketicinin tazmini konusunu inceleyen 1985 tarihli bir araştırma raporunda, tazmin konusunun ekonomik çıkarların korunmasıyla çok yakından bağlantılı olduğu vurgulanmış; eğer Topluluk yönergeleri ve yönerge teklifleri (Örneğin, hatalı maldan sorumluluk, yanıltıcı reklam, tüketici kredisi yönergeleri) ile tüketicinin durumu güçlendirilecekse, bu yönergelerle sağlanan hakların kullanılmasının ve savunulmasının önemli olduğu ifade edilmiştir. "Tüketicinin Tazmin Edilmesi" adını taşıyan söz konusu araştırma raporu, üye ülkelerdeki mevcut tazmin durumunu 1982 sonu itibarıyla şu dört ana başlık altında incelemiştir: basitleştirilmiş yasal prosedürler; kollektif çıkarların savunulması ve hukuku; uzlaşma ve tahkim (hakemlik); ve danışma merkezleri (67).

2.Program döneminde 1982 yılında yine Komisyon'ca bu kez Ghent'te aynı konuyla ilgili ikinci bir sempozyum düzenlenmiştir. Tüketicinin mahkemeye başvurusunu inceleyen 60 kadar akademisyen ve-uygulamacı hukukçu olarak- avukatlardan oluşan uzmanlar Topluluğunun tartışmaları, tüketici haklarının güvence altına almaya yönelik yeni ve geliştirilmiş prosedürlerin oluşturulmasının önünde pek çok engel ve sorunun bulunduğu ortaya çıkarmıştır.

Komisyon 1.Program döneminden beri çeşitli pilot projelerle hayli karmaşık olan bu konuda en uygun tazmin yolları ve usullerini bulmaya çaba sarfetmektedir. Bu cümleden olmak üzere, ikinci bölümde değinilen İskoçya'da desteklenen küçük şikayetlerle ilgili pilot proje yanında; Komisyon, 1982 yılında Federal Almanya'nın Adalet Bakanlığı ile ortaklaşa olarak Hamburg'da "tüketicilere yasal tavsiye" konusunda yeni usullerle ilgili bir pilot projeyi finanse etmiştir (68).

Bunlardan sonra, Komisyon 1984-1986 yıllarında bir pilot projeyi de Belçika'nın iki köyünde uygulamaya koymuştur. Bununla 50.000 Belçika Frangına kadar olan haksız ticari işlemlerde

tüketicilerle üreticiler veya dağıtımıcılar arasında mahalli sulh hakiminin görev bölgesi içinde, mahkeme yolu dışında anlaşma sağlanması yolunda hukukçu bir uzman vasıtasıyla yardımcı olmuştur. Taraflar arasında anlaşma sağlandığında, bunun hakim tarafından tesbit edilmesi; anlaşma sağlanamaması halinde de, mahkemeye başvurmak için yasal prosedürün başlatılması yolu izlenmiştir (69). Bu proje çalışmaları olumlu sonuçlar vermiş olup, halen Belçika Hükümeti konuyla ilgili yasal düzenlemeler yapma hazırlığındadır.

Daha yakın zamanlarda pilot projelere devam edilmiş ve 1987 yılında İngiltere, Belçika ve İtalya'da bunların uygulama çalışmalarına girişilmiştir.

Tüketicilerin tazmin edilme haklarıyla ilgili olarak Komisyon'ca 1984'te sunulan yasa teklifi, Haziran 1987'de Konsey'de "karar" şeklinde (tüm Topluluk'ta doğrudan doğruya ve aynen geçerli türden) yasalaşmıştır. Bu Konsey kararı, tazmin edilme hakkını en geniş bir biçimde ele almakta; tazmini gerektiren ihtilafın mahkeme yolu dışında çözümünü de içermektedir ki, esasen bu husus başlangıçtan beri Topluluk tüketici politikasının bir temel özelliği olmuştur. Karar ile Konsey, tüketici ihtiyaçlarına daha uygun prosedürleri geliştirme yolunda üye ülkelerde pilot projeleri desteklemeye devam etmesi yanında, bir ülkede oturan tüketicilerin sınır ötesinde diğer üye ülkelerdeki ihtilaflarının çözümünde tüketici haklarını güçlendirici mekanizmaları da incelemesi ve geliştirmesi talimatını vermiştir (70).

Tüketicilerin satın aldıkları malların bozuk çıkması durumunda bunları değiştirme ve yasal yollara başvurma hakkı Topluluk yönergelerinde yer almıştır. Komisyon'un tazmin edilme hakkıyla ilgili çalışmaları başlıca şu konular üzerinde yoğunlaşmıştır (71).

- Üye ülkelerdeki tüketici danışma ve yardım sistemlerinin uyumlaştırılması
- Malı değiştirme, hakem kanalıyla uzlaşma gibi durumları bir sisteme bağlama
- Tüketici birlikleri veya mahkemelerdeki tüketiciyi koruma olayları ile ilgili yasal durumu inceleme
- Bu sistem veya yasal tedbirlerin üçüncü ülkelere de yansıtılması.

3.4.5. Tüketicilerin Bilgilendirilmesi ve Eğitilmesi

(1) Tüketicilerin Bilgilendirilmesi

Daha önce, bu bölümün 2. Programın açıklandığı kısmında belirtilen, fiyat, kalite, miktar, enerji sarfiyatı gibi mallarla ilgili temel özellikler konusunda tüketicilerin bilgilendirilmesi yolunda yapılması öngörülen çalışmalar 1980 sonrası dönemde de sürdürülmüştür. Esasen gıda maddelerinin etiketlenmesi ve ambalajlanmasına ilişkin 1980 tarihli Konsey yönergesi ile,

malların içeriği, katkı maddeleri, kullanma süresi vb. hususların belirtilmesi zorunlu hale getirilmişti. Ayrıca, daha önce 1978'de kabul edilen bir yönerge ile, etiket ve ambalajlarda tehlikeli prepatları kullananların dikkatini tehlikelere çeken grafik sembollerin kullanılması kabul edilmişti. Yine aynı yıl elektrikli ev aletlerinin elektrik sarfiyat durumlarının etikette belirtilmesi; 1979'da da yine bir Konsey yönergesi ile satışa sunulan gıda maddelerinde satış fiyatlarının ve uygun olan durumlarda birim fiyatın (kilogram veya litre başına fiyat) da belirtilmesi kabul edilmişti (72).

Uzun bir aradan sonra Konsey, gıda maddeleri dışındaki mallarda da birim fiyatların belirtilmesi hususunda iki yönerge ile aynı konuda bir kararı Haziran 1988'de kabul etmiştir. 3.Program'da öngörülmüş olmasına rağmen hizmetlerle ilgili fiyatların belirtilmesi için henüz yasa teklifi yapılmamıştır. Yine aynı Program'da öngörülen elektronik fon transferleriyle ilgili bir yönerge teklifi yapılmışsa da, bu teklif bankaların lobi çalışmalarının da etkisiyle geçici olarak bekletilmektedir (73).

Komisyon, ihtiyaç maddeleri fiyatlarının gösterilmesine ilişkin yönergelerde değişiklikler yapmaya ve yeni teklifler hazırlamaya devam etmiş; tüketicilerin bir ülkede belirli bir malla ilgili fiyatları karşılaştırabilmelerini ve diğer üye ülkelerdeki fiyat farklılıklarına ilişkin yeterli bilgiye sahip olmalarını sağlayacak fiyat anket araştırmalarına son yıllarda hep devam etmiştir. Ayrıca, tüketim mallarının ve hizmetlerin fiyat farklılıklarıyla ilgili araştırma sistemini, uluslararası anketleri de kapsayacak şekilde Haziran 1988'de genişletmiştir (74).

Bu çalışmalar yanında, Komisyon yine Haziran 1988'de Konsey Başkanlığı ile ortaklaşa olarak (ki o tarihte başkanlık sırası Almanya'da idi) tek iç pazarın tamamlanması konusunda tüketici enformasyonunu geliştirmek amacıyla tüketicilere yardım ve tavsiye semineri düzenlemiştir (75).

(2) Tüketicilerin Eğitilmesi

Yine bu bölümün 2.Programın açıklandığı kısmında belirtildiği üzere, 1.Program'ın tüketicilerin eğitimiyle ilgili temel politikası 2.Program'da da aynen kabul edilmişti. Komisyon'un kendisine verilen yetki ve görev doğrultusunda ulusal deneyimlerle ilgili görüş alışverişine devam etmesi; çocukların, gençlerin ve yetişkinlerin sorumluluk bilincine sahip, mal ve hizmetler konusunda bilgili seçim yapabilecek tüketiciler olarak eğitilmeleri için eğitim metodlarını gözönünde tutması öngörülmüş; daha önce başlatılan pilot okullar yoluyla tüketici eğitiminin sürdürüleceği belirtilmişti.

1.Plan döneminde, daha 1979 yılında kurulan pilot okullar ağı, bu alanda Komisyon'un en önemli

girişimiydi ve üye ülkelerin değişik eğitim sistemlerine sahip öğretmenlerini, tecrübelerin ve fikirlerin mübadelesi yoluyla güçlendirme amacını güdüyordu. Yirmi kadar okulda uygulanan bu pilot okullar ağı projesinde, yarısı ilkokullardan, yarısı ortaokullardan yaşları 10-16 arasındaki gençler, büyük ve orta büyüklükteki şehirler ile kırsal kesimlerde bulunan kurumlarda eğitime tabi tutulmuşlardır. Komisyon, eğitici kursların içeriğini ilgili üye ülkeye bırakmış; sadece bu okullara düzenli ziyaretler yapan bir danışman atamış ve tüketici eğitimi uygulayan her okula bazı eğitim materyalinin satın alınması ve bir kısım faaliyet giderlerini karşılayacak sınırlı ölçüde subvansiyon sağlamıştır. Dört yıl süreyle sürdürülen bu çalışmalar, Komisyon'un daha sonraki çalışmalarının şu üç nokta üzerine kurulmasına yolaçmıştır (76):

1. Yeni bir konuyu mevcut programlarla bütünleştirmek mümkündür;
2. Yeni konuların bütünleştirilmesi, öğretmenlere spesifik eğitim verilmesini ve uygun eğitim materyalinin sağlanmasını gerekli kılmaktır;
3. Pilot projeler ve bunların sonucunda yapılan görüş alışverişi bu alanda Topluluk eylemine gerek olduğunu ortaya koymuştur.

Bu tecrübe ve görüşlerle hareket eden Komisyon, 1985 yılında tüm öğrencilerin zorunlu ve sistemli olarak eğitim görebilmeleri için tüketici eğitiminin okul müfredat programlarına yavaş yavaş katılmasına ihtiyaç olduğu teklifini yaparak, bu ihtiyacın Konsey'ce kabul edilmesi talebinde bulunmuştur (77). Parlamento'nun da olumlu görüşünü alan Konsey, Haziran 1986'da ilk ve ortaokulların zorunlu eğitim programlarına yavaş yavaş tüketici eğitiminin katılmasını ve Komisyon'un bu konuda birçok öncelikli eylemleri yapmasını isteyen kararı kabul etmiştir. Bu kararı uygulamak üzere harekete geçen Komisyon, üye ülkelerin ulusal yetkilileriyle işbirliği içinde öğretmenler için pilot eğitim planları yapmaya, hemen aynı yıl başlamıştır (78).

Bu çerçevede Topluluk üyesi ülkelerde tüketici eğitimi için öğretmen eğitimi projelerine 1987 ve 1988 yıllarında da devam eden Komisyon, yapılan çalışmaları konu alan iki rapor hazırlamıştır; bunlardan biri Topluluk eylemlerini, diğeri de üye ülkelerdeki çalışmaları incelemiştir. Komisyon ayrıca 30-31 Mayıs 1988'de Madrid'te okullarda tüketici eğitimi konulu bir Avrupa Konferansı düzenlemiştir ki, bu aynı zamanda Avrupa düzeyinde okullarda tüketici eğitimi malzemelerinin ilk defa sergilenmesi için bir fırsat olmuştur (79).

Çok daha kapsamlı bir konu olan yetişkin tüketicilerin eğitimi konusunda gerçekleştirilen Topluluk eylemi ise, sadece ulusal tüketici örgütlerince yürütülen pilot projelere sınırlı ölçüde finansal destek sağlanması şeklindedir.

3.4.6. Tüketicilerin Temsil Edilmesi

Topluluk'ta "Tüketiciler Temas Komitesi" adıyla daha 1962 yılında kurulmuş bulunan ve 1972 yılında Paris Başkanlar Zirvesinde oluşturulmasına karar verilen, bu kuruluşun geliştirilmesiyle ortaya çıkan "Tüketiciler Danışma komitesi (CCC-The Consumers' Consultative Committee), kurulduğu 1973 yılından beri Topluluk düzeyinde tüketicilerle ilgili araştırmalar yapıp, sonuçlarını ve görüşlerini Komisyon'a yansıtan, tüketicilerin sesini duyuran bir komitedir. Daha önce ikinci bölümde kısaca değinildiği üzere, Tüketiciler Danışma Komitesi, bireysel olarak tüketicilerin değil, onları temsil eden tüketicilerle ilgili örgütlerini ve birliklerin temsil edildiği bir kuruluş olup, şu 4 örgütten 6'sar temsilci ile 9 bağımsız uzmandan oluşmaktadır:

1. Tüketici Birlikleri Avrupa Bürosu (BEUC)
2. Avrupa Toplulukları Aile Örgütleri Komitesi (COFACE)
3. Avrupa Tüketici Kooperatifleri Birliği (EUROCOOP)
4. Avrupa İşçi Sendikaları Konfederasyonu (ETUC)

Bu dört örgütün hepsinin Brüksel'de sekreteryalrı vardır ve yıllık olarak Topluluk'tan subvansiyon alırlar. Temelde, Avrupa'da tüketicileri temsil ettiği kabul edilen bellibaşlı örgütlerin temsilcilerinin oluşan 33 üyeli Komite, Komisyon tarafından atanır ve her yıl 4 kez toplantı yapar. Kendisi için hazırlık çalışmaları yapan bir yönetim kurulu ile spesifik teklifleri incelemek üzere kurulmuş özel ihtisas komisyonları (ya da çalışma grupları) vardır (80).

Tüketiciler Danışma Komitesi, Komisyon'a onun isteği üzerine tüketici çıkarlarını ilgilendiren konularda görüşler hazırlayıp sunar. Ayrıca, yararlı ve gerekli gördüğü konularda kendi inisiyatifi ile de görüşler sunar. Komite'nin sunduğu görüşler, gerek Komisyon'un diğer bölümlerinde, gerekse Topluluğun diğer kurumlarında tüketicilerle ilgili tartışmalarda geniş ölçüde yararlanılan referans fikirler olarak kullanılırlar. Bundan başka, Komite tüketicileri temsil eden çeşitli Avrupa örgütlerinin birbirleriyle uyumunun sağlanmasında çok faydalı bir çerçeve oluşturur. Diğer çıkar gruplarıyla temas edip diyalog kurmada yararlı olur; değişik yaklaşımları ve görüşleri karşılaştırma fırsatı yaratır; özellikle 2.Program'ın yararlı bir araç olarak öngördüğü ve geliştirilmesine önem verdiği üretici ve dağıtımcılarla tüketiciler arasında diyalog kurmada etkili olmaktadır (81).

Tüketiciler Danışma Komitesi'nden başka -daha önce çoğuna değişik vesilelerle yer yer değinilen- Komisyon'un tüketicilerin temsil edilmesiyle ilgili olarak oluşturduğu pekçok özel uzmanlık komitesinin başlıcaları şunlardır (82):

1. Gıda Maddeleri Danışma Komitesi

1975 yılında kurulan bu komitenin çalışma prosedürleri 1980'de değiştirilmiştir; İki tüketicisi ve ikisi işçi sendikaları temsilcisi olmak üzere toplam 10 temsilci üyeden oluşur.

2. Gümrük Sorunları Danışma Komitesi

1973 yılında bu Komite, üç tüketici temsilcisi olmak üzere 35 üyeden oluşur.

3. Veterinerlik Sorunları Danışma Komitesi

1976 yılında kurulan ve çalışma prosedürleri 1981'de değiştirilen Komite, ikisi tüketici temsilcisi olmak üzere 14 daimi üyeden oluşur.

4. Hayvan Yemleri Danışma Komitesi

1976 yılında kurulan bu Komite, üç tüketici temsilcisi olmak üzere 26 üyeden oluşur.

5. Ayrıca, bunların dışında 20 kadar Tarım Danışma Komiteleri vardır ki, bunlar da toplam olarak 80 kadar tüketici temsilcisi olmak üzere 400 kadar üyeden oluşur.

Bütün bu Danışma Komiteleri üyelikleri için aday belirleme işini Tüketiciler Danışma Komitesi üstlenir ve aday üye isimlerini belirleyip Komisyon'a sunar.

1980'ler ortalarında Topluluğun diğer kurumlarında ve Ekonomik ve Sosyal Komite gibi işçi sendikaları üyelerini de içeren tüketicilerle ilişkili kuruluş ve çevrelerle, 1973'ten beri BEUC, COFACE, EUROCOOP ve ETUC gibi ulusal tüketici kuruluşlarında tüketicilerin temsil edilme durumu güçlendirilmiştir. Ayrıca, tüketicileri Danışma Komitesi'nin Avrupa standartlar kuruluşları olan CEN ve CENELEC'de tüketicilerin temsil edilmesini koordine etme yönünden güçlendirilmeleri yolunda çaba sarfedilmiştir (83).

Tüketiciler Danışma Komitesi son yıllarda, özellikle 1987 yılı ile 1988-1989 döneminde çeşitli çalışmaları ve yasa teklifleriyle ilgili olarak şu konularda görüşler kabul ederek yayınlamıştır (84):

- Tarım ürünleri fiyatları
- Perakende ticaret
- Oyuncak güvenliği
- Paket turlar
- Standartlar
- Tüketici enformasyonu
- Yeni ödeme metodları

- Gıda maddelerinin radyasyondan arındırılması
- Önceden diğer üye ülkelerde kayıtlı motorlu araçların kayıtlarının tutulması ve onaylanması
- Çevre sorunları
- Kozmetik yasalarındaki gelişmeler
- Topluluk tüketim mallarından kaynaklanan kazalara ilişkin bir Hızlı Enformasyon Mübadelesi Sistemi kurulmasına ilişkin hazırlık uygulaması.

3.5. TOPLULUK'TA TÜKETİCİNİN KORUNMASIYLA İLGİLİ SON GELİŞMELER

Bu kısımda da, tüketicinin korunmasıyla ilgili olarak, Komisyon; Bakanlar Konseyi, Parlamento ve Ekonomik ve Sosyal Komite tarafından 1989 yılı içinde yapılan bazı çalışmalar sırasıyla, kısaca açıklanacaktır.

(1) Tüketici Kredisi

1990 yılında yürürlüğe girmek üzere Aralık 1986'da Konsey'de kabul edildiği daha önce ekonomik çıkarlarla ilgili uygulama kısmında belirtilen tüketici kredisi yönergesinde, Komisyon'ca, "tüketici kredilerinin yıllık faiz oranını belirleme ve hesaplama metodunu açıklığa kavuşturarak, tüketicilerin toplam maliyetlerden haberdar olmalarını sağlama yolunda" bir değişiklik teklifinin 1988 yılında Konsey'e sunulduğu da açıklanmıştı.

Parlamento'da, Komisyon'un Haziran 1988 tarihli değişiklik yönerge teklifi Mart 1989'da görüşülmüş ve olumlu görüş bildirilmiştir (85).

Parlamento'nun olumlu görüş bildirmesinden sonra, Komisyon kendi yönerge teklifinde Mayıs 1989'da değişiklik yapmıştır (86).

(2) Kozmetikler

Şubat 1989'da Komisyon, 1976 tarihli Kozmetik yönergesiyle ilgili olup, en son bilimsel ve teknik araştırma sonuçlarına göre yasaların uyumlaştırılması çabaları çerçevesinde, onu değiştiren bir yönerge teklifini kabul etmiştir. Teklif, kozmetik yasasının teknik gelişmelere ilişkin ekleriyle bağlantılıdır (87).

Konsey, Mayıs 1989'da, Parlamento'nun da olumlu görüş bildirdiği Kozmetik yönergesini beşinci kez değiştiren yönerge teklifini kabul etmiştir (88).

(3) Komisyon'da "Tüketici Politikası Servisi" Kurulması

Komisyon, Şubat 1989'da, yeni ve bağımsız bir bölüm görevini üstlenecek bir "Tüketici Politikası Servisi" kurmaya karar vermiştir (89).

(4) Paket Turlar

Parlamento, Şubat 1989'da paket tatilleri ve paket turları kapsayan paket seyahat yönerge teklifini bazı değişikliklerle onaylamayı kabul etmiştir. Ekonomik ve Sosyal Komite de, teklifi onaylayan bir görüş yayınlamıştır (90).

(5) Hatalı Mallardan Sorumluluk

Nisan 1989'da, Komisyon genel nitelikli bir "mallardan sorumluluk" yönerge teklifinin Konsey'e sunulmasını kabul etmiştir. Bu yönerge teklifi, Temmuz 1985 tarihli, hatalı tüketim mallarından üreticiyi sorumlu tutan yönergeye ilişkin kuralları tamamlayıcı nitelikte olup, hatalı mallardan sorumluluğu sadece tüketim mallarına özgü olmaktan çıkarıp, üreticinin tüm mallardan sorumluluğunu öngörmektedir (91).

(6) Tüketici Eğitimi

Nisan 1989'da, Komisyon, Konsey'e Parlamento'ya ve Ekonomik ve Sosyal Komite'ye ilkokul ve ortaokullarda tüketici eğitimi üzerine bir rapor sunmuştur. Rapor, üye ülkelerde tüketici eğitim ve hizmet-içi eğitim materyali sağlanması konusunda Haziran 1986 tarihli Konsey kararı ve üye ülkeler Eğitim Bakanları kararı doğrultusunda, 1986'dan sonraki politikaları ve uygulamaları kapsamakta; ve Komisyon'un girişimiyle başlatılan öğretmen eğitimine ilişkin pilot proje uygulamalarını ve Komisyon destekli eğitim materyel üretimini açıklamaktadır (92).

(7) Parlamento'nun Tüketicinin Korunması İçin Daha Çok Kaynak Ayrılması ve 1991 Yılı'nın "Tüketici Yılı" Olmasına İlişkin Tavsiye Kararları

Mayıs 1989'da, Parlamento, tüketicinin korunması ve Tek İç Pazarla ilgili tavsiye niteliğinde bir karar alarak, Komisyon'un "Tek İç Pazarda tüketicileri daha iyi korumak için daha fazla kaynak ayırmasını" isteyen bir kararı kabul etmiştir.

Parlamento ayrıca, Komisyon'un Tüketici Danışma Komitesi'nin organizasyonunu gözden geçirmesini ve 1991 yılının "Avrupa Tüketici Yılı" yılı olarak ilan edilmesini istemiştir (93).

NOTLAR

1. Official Journal (O.J.) of the European Communities, No 133, 3.6.1981, s.1.
2. Commission of the E.C., Ten Years of Community Consumer Policy, Document, 1985, s.15-16.
3. Adı geçen kaynak (a.g.k.), s.17-18.
4. The Economic and Social Committee of the E.C., Producer Consumer Dialogue, Opinion, Brussels: 1984, s.2.
5. O.J. No 133, 3.6.1981, s.2.
6. Aynı yerde (a.y.).
7. a.g.k., s.3.
8. a.g.k., s.4-5.
9. "Tüketici İçin Yeni Program-Belge", Avrupa (Avrupa Topluluğu Dergisi), sayı 67, Aralık 1981-Ocak 1982, s.8-12, içinde, s.10-11; O.J.No 133, 3.6.1981, s.5-7.
10. O.J. No 133, 3.6.1981, s.8.
11. a.y.
12. a.g.k., s.9.
13. a.g.k., s.10.
14. a.y.
15. "Tüketici İçin Yeni Program-Belge", Avrupa, a.g.k., s.12.
16. O.J. No 133, 3.6.1981, s.11.
17. a.g.k., s.12.
18. a.y.
19. Commission of the E.C.Documents, A New Impetus For Consumer Protection Policy (Communication from the Commission to the Concil, 27.6.1985, COM (85) 314 Final.
20. "Council Resolution of 23 June 1986 Concerning the future Orientation of the policy of the E.E.C.for the protection and promotion of consumer interests", O.J.No 167, 5.7.1986, s.1-2.
21. O.J.No.167, 5.7.1986, s.1.
22. Commission of the E.C. Documents, "A New Impetus For Consumer Protection Policy", 27.6.1985.
23. a.g.k., s.10-16.

24. Commission of the E.C., "The European Community and Consumers", European File, 15/83, October, 1983, s.7.
25. Dominik Lasok, "Consumer Protection in the European Economic Community" basılmamış makale, s.26.
26. Commission of the E.C., Ten Years of Community Consumer Policy, Document, 1985, s.16-17.
27. Commission of the E.C.Documents. A New Impetus For Consumer Protection Policy, s.2-3.
28. a.g.k., s.3-5.
29. a.g.k., s.7.
30. a.g.k., s.8-9.
31. Commission of the E.C., Ten Years of Community Consumer Policy, s.23 ve devamı; The European Community and Consumers: European File, 12/87, June-July 1987, s.6.
32. Ten Years of Community Consumer Policy, s.25.
33. Commission of the E.C., 21st General Report on the Activities of the European Communities 1987, Brussels: 1988, s.221.
34. Commission of the E.C., 20th General Report on the Activities of the E.C. 1986, Brussels: 1987, s.231.
35. Lasok, a.g.k., s.26-27.
36. 21st General Report ... 1987, a.g.k., s.210-220.
37. 22nd General Report on the Activities of the E.C.1988, Brussels, 1989, s.260.
38. Ten Years of Community Consumer Policy, s.25.
39. 20th General Report ... 1986, s.231-232.
40. 22nd General Report ... 1988, s.259.
41. a.y.
42. Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği (TOBB), Avrupa Topluluğu'nda Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'nin Uyumu, Ankara: 1989, s.48'den naklen.
43. a.y.
44. The European Community and Consumers: European File, 12/87, June-July 1987, s.6.
45. Ten Years of Community Consumer Policy, s.27.
46. a.g.k., s.27-28.
47. Consumer Monitor, Special Number, BEUC News, 76, July/August 1988, s.37.
48. 19th General Report on the Activities of the E.C.1985, Brussels: 1986, s.205.
49. Ten Years of Community Consumer Policy, s.31.
50. 20th General Report ... 1986, s.232 ve 21st General Report ... 1987, s.221.
51. 22nd General Report ... 1988, s.261.
52. 21st General Report ... 1987, s.221.

53. 22nd General Report 1988, s.261.
54. 19th General Report ... 1985, s.206.
55. Ten Years of Community Consumer Policy, s.36-37.
56. a.g.k., s.40.
57. 19th General Report ... 1985, s.206.
58. 20th General Report ... 1986, s.232.
59. 22nd General Report ... 1988, s.262.
60. Ten Years of Community Consumer Policy, s.42.
61. a.g.k., s.43.
62. Lasok, a.g.k., s.27.
63. 22nd General Report ... 1988, s.262; 21st General Report ... 1987, s.222.
64. Ten Years of Community Consumer Policy, s.43-44.
65. 22nd General Report ... 1988, s.262.
66. a.y.
67. Bulletin of the E.C., Supplement 2/85, Consumer Redress, Luxembourg: 1985, s.5.
68. Ten Years of Community Consumer Policy, s.45-46.
69. a.y.
70. 21st General Report ... 1987, s.218-219.
71. TOBB, Avrupa Topluluğu'nda Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'nin Uyumu, Ankara: 1989, s.32.
72. Ten Years of Community Consumer Policy, s.47.
73. Consumer Monitor, s.2.
74. 19th General Report ... 1985, s.206; 20th General Report ... 1986, s.233; 21st General Report ... 1987, s.222; 22th General Report ... 1988, s.263.
75. 22nd General Report ... 1988, s.263.
76. Ten Years of Community Consumer Policy, s.50-51.
77. 19th General Report ... 1985, s.206.
78. 20th General Report ... 1986, s.233.
79. 22nd General Report ... 1988, s.263.
80. Ten Years of Consumer Community Policy, s.52-54.
81. a.g.k., s.54.
82. a.y.
83. a.g.k., s.55.
84. 21st General Report ... 1987, s.223; 22nd General Report ... 1988, s.264.
85. Bulletin of the European Communities, Commission, No 3, 1989, Vol.22.
86. Bulletin of the European Communities, Commission, No 5, 1989, Vol.22, s.47.
87. Bulletin of the European Communities, Commission, No 2, 1989, Vol.22, s.36.
88. Bulletin of the European communities, Commission No 5, 1989, Vol.22, s.47.

89. Bulletin of the European Communities, Commission, No 2, 1989, Vol.22, s.35.
90. Bulletin of the European communities, Commission, No 2, 1989, Vol.22, s.36.
91. Bulletin of the European Communities, Commission, No 4, 1989, Vol.22, s.42-43.
92. Bulletin of the European Communities, Commission No 4, 1989, Vol.22, s.43.
93. Bulletin of the European Communities, Commission, No 5, 1989, Vol.22, s.47.

BÖLÜM IV

AT'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASINDA ÜRETİCİ-TÜKETİCİ DİYALOĞUNU GELİŞTİRME ÇALIŞMALARI VE BAŞARILI BİR UYGULAMA: İNGİLTERE ÖRNEĞİ

Bu bölümde, önce AT'de üretici-tüketici diyalogunu geliştirme ve üye ülkelerde çeşitli düzeylerde bulunan diyalog durumunu genel olarak tek tip hale getirme yolunda yapılan bazı çalışmalar incelenecek; sonra da, bu alanda kendisine özgü "gönüllü anlaşmalar ve uygulama kodları" sistemi ile iyi işleyen bir model oluşturan İngiltere örneği işlenecektir.

4.1. TÜKETİCİNİN KORUNMASINDA ÜRETİCİ-TÜKETİCİ DİYALOĞUNU GELİŞTİRME ÇALIŞMALARI

4.1.1. Üretici-Tüketici Diyaloguna İhtiyaç Duyulmasının Nedenleri

Halen Topluluk üyesi ülkelerin çoğunda kurumsallaşmış veya henüz kurumsallaşmamış nitelikte bir tür üretici-tüketici diyalogu mevcuttur. Bazılarında çeşitli türde gönüllü anlaşmalar veya uygulama kodları uygulanmakta; ya da, bu yönde konuyla ilgili müzakereler sürdürülmektedir. Ancak, üye ülkeler arasında uygulanan prosedürlerin kalitesi ve etkinliği büyük farklılıklar göstermekte ve ülkelerarası koordinasyon, ya hiç bulunmamakta veya yetersiz kalmaktadır. Bu gerçekten hareket eden Topluluk Ekonomik ve Sosyal Komitesi (kısaca Komite), kendi inisiyatifi ile konu üzerinde bir "görüş" hazırlamış ve Mayıs 1984'teki toplantısında bu "görüş" kabul edilerek aynı yıl bir rapor şeklinde yayınlanmıştır (1).

Esasen konu, bu raporun hazırlanmasından çok daha önceye dayanmakta ve fikir Komisyondan kaynaklanmaktadır. Aralık 1979'da yayınlanan 2.Program'ın ikinci taslağı ile ilgili "Görüş"ünde Komite, Komisyon'un "tüketici temsilcisi ile üreticilerin ve perakendecilerin temsilcileri

arasında deneysel nitelikte bir diyalog başlatmasının gereği" konusundaki görüşlerine katılmış; "böyle bir diyalogun sadece özel sektör firmaları ve tüketici örgütleri ile sınırlı kalmaması, aynı zamanda tüketici örgütleri ile hükümetleri (tüketicilerle ilgili yönleriyle) ve kamu kurumlarını da kapsamı gerektiğini" ifade etmiştir.

Böylece, Komisyon'un bu konudaki fikrine destek veren Komite, bununla da yetinmeyip, konunun sürekli olarak etüd edilmesi gereğini de işaret etmiş ve bir üretici-tüketici diyalogunun şu şartlarda yapılması gereğini vurgulamıştır: tarafların eşit ve aynı bilgi düzeyine sahip olmaları; konulacak şartların yasalara uygun olması; ve nihayet, ihtilafların olması durumları için etkili cezaların konulması. İşte 2.Program'la ilgili "Görüş" raporunda sözü edilen "konunun sürekli olarak etüd edilmesi gereği" doğrultusunda hareket ederek Komite, yukarıda belirtilen kapsamlı "Diyalog" çalışmasını hazırlatmıştır.

Bu çalışma raporuna göre, "diyalog", tüketici politikasının geleneksel uygulama araçlarının tamamlayıcısıdır. Üzerinde, önemle durulması gereken konu, Topluluk düzeyinde geliştirilmeli ve bu yönde bir çerçeve yasası çıkarılmalıdır. Böyle bir yönerge, çeşitli biçimlerdeki diyalogu, gönüllü anlaşmaları ve ticari uygulama kodlarını kapsadığı gibi, bunların uygulanmasını ve tazmin araçlarını da kapsamalıdır. Yönerge, her üye ülkeye kendi durumuna ve gelişme düzeyine uygun olarak uygulanabilen hükümleri kabul etmeye izin verecek kadar ve aynı zamanda AET'nin rasyonel olarak çalışmasını engellemediği sürece, ayrıntı noktalarında geniş ölçüde farklılıklara izin verecek şekilde "geniş kapsamlı" olmalıdır (2).

Serbest piyasa ekonomisinde tüketicilerin, mallar ve hizmetlerle ilgili olarak tam bilgiye ve serbestçe seçim hakkına sahip olmaları gerektiği ve böyle bir ekonominin tüketicilere yeterli koruma sağlaması gerektiği halde; pratikte, bu gereğin karşılanamadığı ve sonuçta arz tarafı (üretici-dağıtımcı) ile talep tarafı (tüketici) arasındaki dengesizliğin ortaya çıktığı bilinmektedir.

Ekonomik ve Sosyal Komite'ye göre söz konusu dengesizlik, savaş sonrasının refah toplumunda özellikle binbir çeşit tüketim malının mevcut olduğu bir ortamın, pazarda "şeffaflık noksanlığı"na yol açmasıyla kendini göstermektedir. Pazardaki şeffaflık noksanlığı tüketiciler için ciddi sorunlar yarattığı gibi, belirli şartlarda üreticiler için de dezavantajlar yaratmaktadır. Tüketici genelde zayıf taraf olduğu için, onun korunması yolunda bir denge kurulmalıdır. Üreticiler/satıcılar ile tüketiciler arasında denge kurulması ihtiyacı Topluluk ülkelerinde şu gelişmelere yol açmıştır:

- Tüketici çıkarlarının, gerek üyelerine gerekse genelde halka enformasyon yayarak, bask grupları oluşturarak ve üreticilerle ve hükümetle müzakerelere iştirak ederek savunulması için

tüketici örgütlerinin kurulması

- Tüketicileri temsil eden danışma kurulları oluşturma yoluyla ulusal düzeyde hükümet eylemi ve/veya tüketiciyi koruma yasalarının çıkarılması
- Tüketicilerce, şikayetlerini veya ihtilaflarını hukuki ve diğer yollardan çözüme kavuşturma yolunda girişimlerde bulunulması.

Topluluk geliştikçe ve bütünleştikçe bu faaliyetler ulusal düzeyden Topluluk düzeyine doğru genişletilmiştir.

Yine Ekonomik ve Sosyal Komite'nin değerlendirmelerine göre, bütün bu geleneksel faaliyetler üretici-tüketici dengesini oluşturmaya bir ölçüde katkı sağlamışsa da, belirli dezavantajları da mevcuttur. Şöyle ki,

- Enformasyon toplanması ve yayılması tüketici örgütlerine çok ağır bir finansal yük olabilmektedir.
- Üreticilerce sağlanan enformasyon, birçok halde gereken objektifliğe sahip olmamakta çoğu kez şu veya bu biçimde bünyesinde reklam unsuru taşımaktadır.
- Yasalar pek esnek araç değildirler ve bu yüzden üretici/dağıtımçı aleyhine işleyebilmek ve aynı zamanda yer yer tüketici için de sorunlara yol açabilmektedir.
- Tazmin yolu, özellikle normal yasal kanallardan gidilirse, çoğu kez aşırı ölçüde zaman alıcı ve pahalı olmaktadır.

İşte bu nedenlerle Komite, özellikle 2.Program'ın üzerinde önemle durarak önerdiği bir üretici-tüketici diyalogunu teşvik etmeye karar vererek, bu "diyalogun ne şekilde olabileceği" konusunu inceleme yoluna gitmiştir. Böyle bir diyalogun gerek ulusal düzeyde, gerekse Topluluk düzeyinde hükümet ile özel sektör girişimlerinin birbirinin tamamlayıcısı olduğu genel ilkesine de uyduğu ve daha esnek unsur ile desteklenen Topluluk tüketici politikasının gelişmesine katkıda bulunabileceği görüşü benimsenmiştir.

4.1.2. Ekonomik ve Sosyal Komite'nin Diyalogu Geliştirme Çabaları ve Bir Çerçeve Yasası Önerisi

Geniş anlamda, diyalog, "ilgili taraflar arasında, birbirlerine daha anlayışlı olmalarına yol açacak görüş alışverişi" olarak düşünülebilir. Komite'ye göre bunun anlamı:

"belirli ticaret alanlarında ve sektörlerde üreticiler/dağıtımçıları ile tüketiciler arasında gönüllü anlaşmalar ve uygulama kodları yapılması, bu suretle mümkün olduğu kadar hükümet müdahalesinden sakınılmasıdır" (3).

Komite incelemesine göre, Topluluk üyesi ülkelerde diyalog muhtelif şekillerde gelişmiş bulunuyor:

1. Çoğu üye ülkede, kurumsallaşmış olsun olmasın, fiili olarak şu veya bu biçimde diyalog vardır.
2. Bazı üye ülkelerde şu veya bu biçimde gönüllü kodlar veya anlaşmalar ya yürürlükte veya müzakere edilmektedir.
3. Hernekadar bunların kalitesi, kullanılabilirliği ve etkinliği geniş ölçüde farklılık gösteriyorsa da, bütün üye ülkelerde tüketici haklarının uygulanması için prosedürler mevcuttur (4).

Ayrıca, birçok üye ülkede 1980'lerde, gönüllü veya başka türlü, anlaşmalar ve uygulama kodları hem mallarla, hem de hizmetlerle ilgili olarak başlatılmıştır. Başta reklam sektörü olmak üzere, bunlarla seyahat ve sigorta sektörleri, elektrikli aletler, otomobil satışları ve tamir alanları kapsamaktadır.

Hernekadar kodların kabul edilmesine yol açan bir diyalog trendi veya genel gidiş eğilimi mevcutsa da, -daha önce belirtildiği üzere- bu konuda üye ülkeler arasında koordinasyon ya yetersizdir; ya da hiç yoktur. Kabul edilen kodlar farklılık göstermektedir: bunlar, "gönüllü", "yasalara tabi" veya "self-kontrollü" olabilmektedir.

Komite'ye göre, eğer söz konusu gelişme böyle devam ederse ve gönüllü uygulama kodlarını bir çeşit tek tip hale getirmeye çaba gösterilmezse, üye ülkelerde birbirinden çok farklı bağlayıcı ve bağlayıcı olmayan kurallar ve standartlar ortaya çıkacak ve yavaş yavaş bu ülkelerin bünyelerine yerleşecektir.

İşte bu yüzden, doğal olarak, bir yandan yasaları uyumlaştırma çalışmaları yapılmalı, ama öte yandan, üye ülkeler arasında gönüllü anlaşmalar konusunda yakın işbirliğini başarmayı sağlayacak girişimlerde de bulunulmalıdır. Bu amaçla, ""diyalog fikri", tüketici politikasını yürütmenin geleneksel araçlarının tamamlayıcısı olarak Topluluk düzeyinde daha da geliştirilmelidir.

Topluluk düzeyinde diyalogun geliştirilmesi (halen üye ülkelerde periyodik olarak yapılan konsültasyonun teşvik edilmesine ve enformasyon mübadalesine ek olarak) ve iyi bir koordinasyonun sağlanması yolunda, (çeşitli diyalog şekillerini, anlaşmaları ve kodlarla, bunların uygulanmasını ve tazmin araçlarını kapsayacak) bir çerçeve yönerge çıkarılması da gereklidir.

Böyle bir çerçeve yönergesi yeterince geniş kapsamlı olmalıdır ki, hem her üye hükümleri kendi ihtiyaçlarına ve gelişme düzeyine uydurabilsin; hem de, Ortak Pazar'ın işleyişini engellemeden ayrıntılarda önemli farklılıklara müsait olsun.

Komite diyalog fikrini geliştirirken, yerine getirilmesi garanti edilmeyen gönüllü anlaşmaların veya kodların pek anlamlı olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu yüzden, böyle gönüllü anlaşmalar ve kodlar yerine getirilme şartlarını da kapsamalı; ama yine de gönüllü diyalog esprisi içinde kalmalıdır.

Ekonomik ve Sosyal Komite'nin çıkarılmasını önerdiği, ancak halen gerçekleşmemiş olan çerçeve yönergesi gönüllü kodlar veya anlaşmalarla ilgili olarak pekçok noktanın kapsanmasını öngörmektedir ki, bunların başlıcaları şunlardır: (5).

1. Anlaşmanın taraflarının isim, adres ve görevlerinin tam olarak belirtilmesi; asıl taraf kimseler mi, yoksa temsilci mi oldukları; temsilci iseler neyi ve kimi temsil ettiklerinin tam olarak belirtilmesi
2. Anlaşmanın bölgesel veya coğrafi olarak uygulanabilecek alanı
3. Anlaşmanın uygulanacağı malların veya hizmetlerin kesin niteliği
4. Anlaşmanın sağlıklı bir biçimde yürütülmesinin amaçları
5. Topluluk düzeyinde veya ulusal ya da bölgesel düzeyde yasal hükümlere veya uygulanabilir kodlara atıfta bulunulması
6. Anlaşmanın zaman ile ilgili (geçerlilik süresi, uygulanacağı malların yaş durumu vb.) unsurları
7. Üreticiler ve tüketiciler için -eğer varsa- tercih seçenekleri veya opsiyonları
8. Tüketici kayıplarını tazmin fonunun mevcut olup olmadığı
9. Kitle iletişim araçlarında (basın, TV, radyo) tüketicilere yönelik reklamlara uygulanacak şartlar
10. Muhtemel eylem yolları, bir taahhüdü yerine getirmeme veya ihmal olaylarında uygulanacak -bireysel eylem ve grup eylemi için ayrı ayrı- şikayet ve hakemlik prosedürleri
11. Bir taahhüdün yerine getirilmemesi olayının sürdürülmesi halinde uygulanacak tedbirler.

Yukarıda 7. maddede belirtilen "üreticiler ve tüketiciler için opsiyonlar" konusunda, bazı anlaşmalarda spesifik endüstri ve ticaret dalları için herbirinin kendi niteliklerine uygun özel hükümlerin konulması öngörülmektedir. Böylece, örneğin tüketicilere, "malın değiştirilmesi", "ücretsiz tamiri" veya "parasının iadesi"; ya da, "bunların karması" şeklinde opsiyonlar sunulabilir.

Mahalli, bölgesel, ulusal düzeylerde ve Topluluk düzeyinde mevcut diyalog şekillerine ilaveten, Topluluk düzeyinde tüketicilerle diğer sosyo-ekonomik gruplar arasında, (örneğin tüketicilerle endüstri/ticaret dünyası arasında "kamu hizmetleri", "tüketici eğitimi materyalinin derlenmesi" gibi) öteki konularda da diyalogu geliştirmeye ve genişletmeye yönelik tedbirler alınmalıdır. Bu hususlardan başka, diyalogla ilgili çerçeve yasasının şu iki noktayı da gözönünde bulundurmasının gereği belirtilmektedir:

- Gönüllü uygulama kodları veya anlaşmalarının hazırlanması ve uygulanmasıyla direkt veya dolaylı yoldan ilgili olan mevcut tüm organizasyonların (Tüketiciler Danışma Komitesi gibi) aralarında enformasyon mübadelesinin sağlanması
- Özel niteliği gereği yasaların zorunlu olacağı (sağlık ve tedavi ile ilgili mamuller gibi) durumların kapsanması

Son olarak da, çerçeve yasası Komisyon'a, bu yönergenin bizzat hazırlanmasından ayrı olarak, gönüllü anlaşmaları veya kodları Topluluk düzeyinde kaydetmek ve onlara bir çeşit "uygunluk belgesi" vermekle görevli bir kurumsal/idari çerçeve oluşturmakla sınırlandırılmış bir görev talimatı da vermelidir.

Komite, Topluluk politikalarının uygulandığı alanlarda diyalogun artırılmasını ve Komisyon'un bu görüşlere tam destek vererek uygun yasa tekliflerinden ve diğer girişimlerden kendisini haberdar etmesini istemektedir.

4.1.3. Diyalog Konusunda Parlamento'nun, Tüketiciler Danışma Komitesi'nin ve Komisyon'un Görüşleri

(1) Avrupa Parlamentosu'nun Görüşleri

Avrupa Parlamentosu da üretici-tüketici diyalogu fikrini desteklemiştir. Parlamento, daha Şubat 1980'de 2.Program'a ilişkin görüşlerini belirlemek için Dublin'de düzenlediği halka açık bir toplantıda bu konuda olumlu görüşler ortaya koymuştur. Toplantı raporunda yer verilen şu görüşler, Parlamento'nun Ekim 1980 tarihli bir kararında yer almıştır (6).

"Parlamento, Komisyon'un, tüketicilerin çıkarlarını gözönünde tutan endüstriyel davranış kodlarını teşvik etmesi gerektiği, tüketiciler ile endüstri ve tüccarlar arasında sadece gönüllü anlaşmaların yeterli olmadığı veya işlemediği durumlarda yasal hükümlerin gerekli olduğu görüşü çerçevesinde bu tür anlaşmaları sonuçlandırmak üzere konsültasyon geliştirmesi gerektiğini düşünmektedir";

"Tüketicilerin temsilcileri ile üreticilerin ve tüccarların temsilcileri arasında daha iyi diyalogun ve konsültasyonun başarılması için Komisyon'un çabalarını attırmasını istemektedir".

(2) Tüketiciler Danışma Komitesi'nin Görüşleri

Tüketiciler Danışma Komitesi veya kısaca TDK (CCC), ilke olarak, üreticilerle tüketicilerin diyalog kurmasını onaylıyorsa da, bunun mutlaka "uygulama kodları" şeklinde anlaşmalarla sonuçlanmayacağını ve eğer bu uygulama kodları oluşturulursa, birtakım müeyyidelerle (yaptırımlarla) desteklenmelerinin gerektiğini düşünmektedir (7).

TDK, "diyalogun ne ölçüde etkili olacağı hususunun şüpheli olması" ve "gönüllü anlaşmaların bizzat kendilerinin yasa çıkarılmasına engel teşkil edebileceği" yolundaki görüşleri nedeniyle **tüketicilerin yasama yoluyla korunmasını tercih etmektedir**. Deneyisel nitelikte üreticilerle diyalog kurma amaçlı konsültasyonlara katılmayı kabul etmişse de, **bu tür konsültasyonların ve sonuçlarının -ne olursa olsun- asla yasamanın yerini almaması gerektiğine inanmaktadır**.

TDK, Topluluk düzeyinde gönüllü kodların yapılabilirliğine inanmamakta; bu fikri öneren Komisyon'un kodların İngiltere'deki başarısına gereğinden fazla değer verdiğini düşünmektedir. Bunun yanıltıcı olduğunu, çünkü İngiltere'de halen mevcut olan Adil Ticaret Bürosu (The Office of Fair Trading)'nin bir gözetim kurulu olarak faaliyet gösterdiğini; Topluluk'ta ise, böyle bir organın mevcut olmadığını ileri sürmektedir (8). TKD'yi oluşturan 4 tüketici örgütü (BEUC, ETUC, COFACE ve EURO-COOP)'nün herbiri, Parlamento'nun Şubat 1980'de düzenlediği Dublin toplantısında ayrı ayrı kendi görüşlerini belirtmişlerdir.

(3) Komisyon'un Görüşleri

Bu konuda Komisyon'un temel yaklaşımı, diyalogun her halükarda, yani formel bir gönüllü anlaşma ile sonuçlanmasa bile faydalı olduğu yolundadır. Şayet diyalog kurulacaksa, bu Komisyon'la değil, başlangıçta doğrudan üreticilerle tüketiciler arasında olmalıdır. Böyle bir durumda Komisyon'un rolü, sekreteryaya temini, konuyla ilgili olarak zemin yoklaması gibi diyalogu kolaylaştırmak, sonucu kaydetmek, Topluluğun diğer kurumlarını bunlardan haberdar etmek ve Topluluk amaçlarıyla bağdaşan iyi bir anlaşma yapılmış olduğunu anlarsa, bunun üye ülkelerce kabul edilmesini tavsiye etmek olmalıdır.

Hernekadar Topluluk Anlaşması'nın 155. maddesi Komisyon'a kendi görüşlerini ve tavsiyelerini gönüllü anlaşma süreciyle ilgili olarak belirtmesine izin veriyorsa da, **gönüllü anlaşmaları**

Topluluk yasal hükümlerinin bir parçası haline getirmek zordur. Keza, üretici-tüketici diyalogu ile AT düzeyinde gönüllü anlaşmalara ulaşılabilmesi durumu, başlıbaşına, bunları gerek Topluluk düzeyinde, gerekse ulusal düzeyde uygulanabilme durumuna getirmemektedir. Zira, şimdiki halde, Topluluk düzeyinde hiçbir kurum kodların uygulanmasını yerine getirmeyi sağlayacak bir polis gibi hareket etme pozisyonunda değildir ve böyle bir gözetim sadece ulusal düzeyde başarılabilir.

Ancak, muhtemel güçlüklerle ve engellere rağmen, Komisyon, üretici-tüketici diyalogunun tavsiye edilmesi gerektiği; bu yoldan, çok sayıda kurallara ve hükümet düzenlemesine gerek kalmadan belirli sektörlerde spesifik gönüllü anlaşmalara ulaşılacağı görüşündedir (9).

4.2. TÜKETİCİYİ KORUMA ÖRGÜTLENMESİNDE VE ÜRETİCİ-TÜKETİCİ DİYALOĞUNDA BAŞARILI BİR UYGULAMA: İNGİLTERE ÖRNEĞİ

İngiltere, AT üyesi ülkeler içinde genel olarak tüketicinin korunması açısından hayli ileri düzeyde olduğu gibi (bu açıdan, yine kendisi ile birlikte 1973 yılı başında Topluluğa katılan, Danimarka'nın da seçkin bir yere sahip olduğu hatırlanmalıdır), özellikle, konunun spesifik bir yönünü oluşturan üretici-tüketici diyalogu açısından çok daha ileri bir konumdadır. Hatta, "diyalog", "gönüllü anlaşmalar" ve "uygulama kodları" yönünden bu ülke "tüm Topluluk üyelerinin en başarılı olanıdır" denilebilir.

Esasen bu yüzden, -yukarıda açıklandığı üzere- Komisyon'un fikri çerçevesinde Topluluk Ekonomik ve Sosyal Komitesi, İngiltere örneğini ileri sürerek, Topluluk'ta benzeri bir üretici-tüketici diyalogu için çerçeve yasası çıkarılmasını ve -yasal düzenlemeye ilaveten- diyalog yoluyla tüketici çıkarlarının korunmasına önem verilmesini önermiştir. Ancak, Komisyon'un da genelde olumlu yaklaşımına karşılık, Komisyon bünyesinde yer alan Tüketiciler Danışma Komitesi, İngiltere'nin bu alandaki başarısında, kendine özgü "Adil Ticaret Bürosu" adlı kurumun etkin gözetiminin önemli bir rol oynadığını ve Topluluk'ta böyle bir organın bulunmaması nedeniyle diyalogun olumlu sonuç verme şansının fazla olmadığını ileri sürmektedir.

Aşağıda, İngiltere'deki bu başarılı uygulama şu üç ana başlık altında kısaca gözden geçirilecektir (10):

1. Kurumsal çerçeve
2. Ticari uygulama kodları
3. Kodların uygulanması ve tazmin edilme

4.2.1. Kurumsal Çerçeve

(1) Kamu Kesimiyle Bağlantılı Bağımsız Tüketici Kurum ve Örgütleri

İngiltere'de, genelde tüketici işlerinden sorumlu bakanlık "Ticaret ve Sanayi Bakanlığı"dır. Hükümet, ayrıca, tüketici ve endüstri çıkarları arasında dengeyi sağlamak için "Ulusal Tüketici Konseyi (NCC-The National Consumer Council)" adlı bağımsız bir kurum kurmuş ve bunu fonlarla destekleme yoluna gitmiştir. Ulusal Tüketici Konseyi bireysel şikayetlerle uğraşmayıp, endüstriyle ve ulusal ve mahalli düzeylerdeki hükümetlerle görüşmelerde tüketici çıkarlarını temsil eder.

Diğer çok önemli bir bağımsız kurum da, "Adil Ticaret Bürosu" (OFT-The Office of Fair Trading) olup, 1973 yılında Adil Ticaret Yasası (The Fair Trading Act) ile kurulmuştur. Adil Ticaret Bürosu veya kısaca OFT, bir "Genel Müdürlük" olarak örgütlenmiş olup, tamamen İngiltere'ye özgü bir kurumdur ve temel görevi, genel anlamda tüketici çıkarlarını olumsuz etkileyebilecek konuların sürekli bir biçimde gözetimini sağlamak ve gereken tedbirleri almaktır; ama yine, bu kurum da bireysel şikayetlerle uğraşmaz.

OFT'nin yapmak mecburiyetinde olduğu önemli bir görevi de ticari uygulama kodlarının geliştirilmesidir. "Uygulama kodları", bu Büro ile her özel alandaki ticaret birlikleri arasında müzakereler sonucunda, yani diyalog yoluyla ulaşılmış gönüllü anlaşmalardır.

OFT, tüketici çıkarlarının korunması yoluyla yasa teklifleri de yapabilir; ancak, bu tekliflerin "Tüketiciyi Koruma Danışma Komitesi" (CPAC-Consumer Protection Advisory Committee) adlı, endüstri, tüketiciler ve kamu yetkilileri temsilcilerinden oluşan bir Komite tarafından incelenmeleri gerekir. 1977 yılından beri böyle bir teklif yapılmamıştır.

"Millileştirilmiş Endüstri Tüketici Konseyleri" (The Nationalized Industry Consumer Councils) de, millileştirilmiş endüstrilerin tüketicilerinin çıkarlarını korumak için kurulmuş kanuni organlardır. Bunların başkan ve üyeleri, konuyla ilgili bakan olan Ticaret ve Sanayi Bakanı tarafından atanırlar.

Söz konusu Konseylerin bazıları şunlardır: "Ülke İçi Maden Tüketicileri Konseyi", "Ulusal Gaz Tüketicileri Konseyi", "Postahane Kullananlar Ulusal Konseyi" ile pekçok bölgesel elektrik ve ulaşım konseyleri. Bazı hallerde, İskoçya ve Kuzey İrlanda için ayrı düzenlemeler vardır.

Bu Tüketici Konseyleri, tüketicilerin sorgu ve şikayetleriyle uğraşırlar ve uygun olduğu hallerde şikayete ilgili endüstrilere ve hükümete karşı tüketicileri temsil edebilirler.

Diğer önemli bir kuruluş da, **İngiliz Standartları Kurumu (BSI-The British Standards Institution)'un "Tüketici Standartları Danışma Komitesi" (The Consumer Standards Advisory Committee)**dir. Bu Komite, BSI'nin teknik komitelerinde tüketici çıkarlarının koordinasyonunu sağlar ve teknik standartların geliştirilmesini etkileyici bir güç olarak tüketicinin temsil edilmesini üstlenir. Ayrıca, BSI'nin standartlarla ilgili politikası konusunda yönetim kuruluna danışmanlık da yapar.

(2) Özel Kesim Tüketici Örgütleri

Özel sektör tüketici kuruluşlarına gelince, bunların arasında başta gelenler **"Tüketiciler Birliği"** ile **"Ulusal Tüketici Grupları Federasyonu"** dur.

En tanınmış özel tüketici kuruluşu olan **"Tüketiciler Birliği" (CA-Consumers' Association)**, mallar ve hizmetlerle ilgili testler yaparak, sonuçlarını ünlü yayın organı **"Which" (Hangisi?)** dergisiyle ve diğer yayınlarıyla yayımlayıp, halka duyuran bağımsız bir karşılaştırmalı test örgütüdür. Tüketiciler Birliği, ayrıca, endüstri ile karşılaştırmalı testler ve uygulama kodları konularındaki müzakerelerde tüketici çıkarlarını temsil eder.

Özel sektörde diğer önemli bir kuruluş, mahalli gönüllü grupların destekleyici yapısı ile birlikte **"Ulusal Tüketici Grupları Federasyonu" (NFCG-The National Federation of Consumer Groups)**dur. Bu Federasyon, politika-belirleyici kurum ve kuruluşlarda esas tüketici görüşlerini temsil eder; tüketici çıkarlarıyla ilgili araştırma ve soruşturmaları organize eder ve bizzat bunlara katılır ve mahalli düzeyde çoğu kez şikayetleri çözümlemekle uğraşır.

Kısaca tanıtılan bütün bu tüketici kurum ve kuruluşları **"Avrupa Topluluğu'nda Tüketiciler Grubu" (CECG-The Consumers in the European Community Group)** adlı, bir İngiliz tüketici kuruluşları şemsiye örgütü altında toplanmışlardır. Avrupa Topluluğu Tüketiciler Grubu, tüketici sorunlarıyla ilgili olarak, ticaret birlikleriyle düzenli bir biçimde toplantılar yaparak üretici-tüketici diyalogunu geliştirmeye çaba gösterir.

4.2.2. Ticari Uygulama Kodları

İngiltere'nin kendine özgü, ilginç bir kurumu olan Adil Ticaret Bürosu veya kısaca OFT'nin, gönüllü ticari uygulamalara ilişkin kodları geliştirme mecburiyeti vardır. OFT, kurulduğu 1973 yılından beri, çeşitli konularda ve her konuda bazen birden fazla olmak üzere uygulama kodları geliştirmiştir. Daha önce belirtildiği gibi, **bu uygulama kodları, OFT'nin her ticari alandaki ticaret birlikleri ile yaptığı görüşmeler ve müzakerelerle, yani etkin bir diyalog ve uzlaşma ile, tamamen gönüllü bir mutabakat sonucunda geliştirilmektedir.**

Halen geliştirilmiş bulunan uygulama kodları, başlıca şu konuları kapsamaktadır:

- Ülke içinde üretilen elektrikli ev aletleri
- "Seyahat Kodları", İngiliz Seyahat Acenteleri Birliği (ABTA-Association of British Travel Agents) ile müzakerelerle sonuçlandırılmıştır.
- Motor endüstrisi uygulama kodları
- Motorlu araç tamirleri
- Ayakkabı ve ayakkabı tamirleri
- Temizleme ve temizlik hizmetleri
- Postayla sipariş
- Mobilya
- Cenaze işleri
- Fotoğraf malzemeleri
- Posta hizmetleri
- Telekomünikasyon
- Direkt satış ve hizmetler
- Cam ve cam takma işleri.

OFT, üzerinde anlaşmaya varılması yoluyla sağlanan uygulama kodlarının uygulanması konusunda büyük bir moral (ahlaki-etik) otoriteye sahiptir; ama, dar anlamda hukuki zorlama ve yaptırım imkanı yoktur. Ancak, son zamanlarda bu kodların yasal olarak bağlayıcı hale getirilmesi yolunda teklifler yapılmış bulunmaktadır.

Bazı durumlarda, self-kontrol kodları gibi diğer bazı uygulama kodları, belirli bir ticaret veya endüstri dalı tarafından tüketici çıkarları konusunda konsültasyon yapılmadan ve dolayısıyla bir diyaloga girilmeden doğrudan doğruya ortaya çıkarılmışlardır. Ama yine de tüketici örgütleri bu tür, diyalogsuz başlatılan gönüllü uygulama kodlarının işleyişinde dolaylı olarak rol oynamaktadırlar.

İngiliz uygulama kodlarının belki de en ünlüsü, bağımsız Reklam Standartları Otoritesi (The Independent Advertising Standards Authority) tarafından geliştirilmiş bulunan "**İngiliz Reklam Uygulama Kodu**" (The British Code of Advertising Practice)dir. Tüketici örgütleriyle ilişkili kimseler bu Reklam Standartları Otoritesi'nin üyesidirler. OFT bu kodun oluşturulmasında görüşme ve müzakere yapmamıştır ama onu desteklemektedir.

Televizyon ve radyo reklamları kanuni yayın denetimine ve uygulama koduna tabidir.

Son yıllarda oluşturulan sigorta endüstrisi kodu gibi bazı uygulama kodları da, tüketicilerle

diyaloglu veya diyalogsuz olarak, ama OFT'nin resmi desteği olmaksızın başlatılmışlardır.

Önde gelen bir kısım sigorta şirketleri tarafından bir **"Sigorta Şikayet Bürosu" (IOB-The Insurance Ombudsman Bureau)** kurulmuştur ve tüketici örgütleri bunun planlanması aşaması ile çok yakından ilgilenmişlerdir. Bu Büro'nun Başkanı, sigorta endüstrisinin temsilcilerinin azınlıkta olduğu bir Konsey tarafından atanmakta ve bu Konsey'e karşı sorumlu olmaktadır. Söz konusu atamayı yapan Konsey üyelerinin birçoğu da tüketici örgütleriyle yakından ilişkili kimselerdir.

4.2.3. Kodların Uygulanması ve Tazmin Edilme

Adil Ticaret Bürosu, "OFT"nin uygulama kodlarının müzakere edilmesini gözetme görevi yanında önemli bir görevi de, bu kodlara ısrarla aykırı hareket eden ve tüketicilerine olan yükümlülüklerini yerine getirmeyen tüccarları takip etmektedir.

Bireysel tüketici şikayetleri, mahalli idarelerin **"Tüketici Standartları Memurları"** ve gönüllü **"Vatandaşlar Danışma Büroları" (CAB-Citizens Advice Bureau)** tarafından ele alınır. İngiltere'de, büyük çoğunluğu mahalli idareler fonlarıyla destekleyen 900'den fazla Vatandaşlar Tüketici Bürosu mevcuttur.

Bunlara ek olarak bazı mahalli idareler **"Tüketici Danışma Merkezleri" (Consumer Advice Centers)** kurmuşlardır ve tüketicilere danışmanlık hizmeti veren yaklaşık 40 mahalli gönüllü tüketici grubu vardır.

Daha önce adı geçen Tüketiciler Birliği (CA) de, üyelerinin abone olduğu kendisine bağlı **"Kişisel Hizmet (Personal Service)"** kuruluşu vasıtasıyla bireysel tüketici şikayetlerini ele alır.

Son olarak, tüketici maruz kaldığı bir zararın tazmin edilmesi için olağan yasal yollara da başvurabilir. Özellikle, 1973'te küçük hak talepleriyle ilgili bir informal prosedürün ortaya konmasından sonra, bu yol hayli basitleştirilmiş bulunmaktadır. Söz konusu informal prosedüre göre, mahalli mahkeme küçük hak talepleri durumunda bir hakem gibi hareket etmektedir.

Tüketicilerin korunmasıyla ilgili kurumsal çerçeveye, Adil Ticaret "OFT" Genel Müdürlüğü'nden önce geliştirilen şu iki hususu da eklemek gerekir. İngiltere'de, kartellere ve tekellere karşı antitröst yasalarla tedbirler alınması çerçevesinde, daha II. Dünya Savaşı sonrasında **"Tekeller ve Sınırlayıcı Uygulamalar Soruşturma ve Kontrol Kanunu" (Monopolies and Restrictive Practices Inquiry and Control Act)** çıkarılmış ve bu kanunla da, **"Tekeller ve Sınırlayıcı Uygulamalar**

Komisyonu" kurulmuştur. Bu Komisyon, daha sonra yerini "Tekeller ve Birleşmeler Komisyonu" (Monopolies and Merges Commission)na bırakmıştır.

Rekabeti sınırlayıcı uygulamalara karşı daha sonra yeni tedbirler alınmıştır. 1956 yılında çıkarılan "Sınırlayıcı Ticari Uygulamalar Yasası" (Restrictive Trade Practices Act) ile "yeniden satış fiyatlarının sabit tutulması"na ilişkin kollektif anlaşmalar (collective resale price maintenance) yasaklanmış, pazarı paylaşma anlaşmaları ile mal arzına ilişkin kollektif anlaşmalar hukuka aykırı sayılmıştır. Hukuka aykırı rekabet sınırlamalarıyla, tekellerin ve pazardaki gücün kötüye kullanılması durumlarında çeşitli müeyyidelerin uygulanabilmesi amacıyla da bir "Sınırlayıcı Uygulamalar Mahkemesi" (Restrictive Practices Court) kurulmuştur. Sonraları bu Mahkeme'nin yargı alanı giderek genişletilmiştir ve daha sonra OFT Genel Müdürlüğü'nün kurulması da -daha önce açıklandığı üzere tüketicinin korunması açısından hayli ileri bir adım olmuştur (11).

NOTLAR

1. Economic and Social Committee of the European Communities, Producer Consumer Dialogue Opinion, Brussels, 1984, s.I.
2. Adı geçen kaynak, (a.g.k.), s.4.
3. a.g.k., s.3
4. Aynı yerde (a.y.)
5. a.g.k., s.5.
6. a.g.k., s.11.
7. a.g.k., s.12.
8. a.y.
9. a.g.k., s.13-14.
10. a.g.k., s.52-55.
11. İstanbul Ticaret Odası, Karteller ve Rekabeti Sınırlayıcı Uygulamalar Hakkında Kanun Tasarısı. (Teksir, İstanbul: 1979), s.6-7.

BÖLÜM V

TÜRKİYE'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASI YÖNÜNDEN AT'YE UYUM SORUNU: MODERN PAZARLAMA ANLAYIŞI, TÜKETİCİNİN KORUNMASIYLA İLGİLİ ÇALIŞMALAR, MEVCUT YASALAR VE ALINMASI GEREKEN TEDBİRLER

Bu bölümde, tüketicinin korunması sorunu Türkiye açısından ele alınarak ana hatlarıyla gözden geçirilecektir. Doğal olarak, bu çok yönlü ve çok karmaşık sorunun ülkemizdeki durumunu ve alınması gereken tedbirleri kısa bir bölümün dar sınırları içine sığdırmak mümkün değildir. Ancak, ana konusu AT'de tüketicinin korunması olan bu çalışmanın bütünlüğü açısından, ülkemizdeki çalışmalara ilişkin bazı gözlem ve değerlendirmelerle, bunlara dayalı tedbir önerilerinin gerekliliği de tartışma götürmeyecek kadar açıktır.

Dolayısıyla, kendisi başlıbaşına ayrı ve etraflı bir incelemeyi gerektiren bu konuyla ilgili olarak, burada kısaca değinilecek hususların, tüm tüketicileri, üreticileri ve devleti ilgilendiren böylesine hayati bir konunun, satırbaşları niteliğindeki temel noktalar olduğu gözden uzak tutulmamalıdır.

Devlet, hem tüketicileri, hem de üretici ve dağıtımçı firmaları çok yakından ilgilendiren bu sorunu, yasal ve örgütsel/kurumsal düzenlemelerle belirli bir düzene sokma durumundadır. Ancak sorunun çoğulcu yönüne çoklu çıkar ilişkileri ve çıkar dengelerine gereken önemin verilebilmesi açısından, konu ciddi analiz, değerlendirme ve tartışmalara yer verilerek açıklık ilkesi içinde sonuçlandırılmalıdır. Zira, tüm halkımızı yakından ilgilendiren bu konu artık ihmal edilemeyecek kadar güncel ve önemli; aceleye getirilmiş yasalarla ve tek yanlı değerlendirmelerle halledilemeyecek kadar nazik ve karmaşıktır.

Bu bölümün ana konusuna girmeden önce, aşağıda, gerek AT'ye, gerekse genelde uluslararası pazarlara uyum sağlayabilmemiz açısından işletmelerimiz tarafından benimsenip uygulanması vazgeçilmez bir şart haline gelen **modern pazarlama anlayışına** ve dolayısıyla, pazarlama anlayışı-tüketicinin korunması ilişkisine kısaca değinilecektir.

5.1. MODERN PAZARLAMA ANLAYIŞI VE İŞLETMELERİMİZDE BENİMSENMESİ GEREĞİ

ABD ve Japonya gibi iki ekonomik süper gücün gitgide artan rekabet baskısı altındaki AT üyesi ülkeler, birbirleriyle bütünleşerek 1992 sonuna kadar "Tek İç Pazar"ı gerçekleştirme yolunda yoğun çabalar sarfetmektedirler.

AT'deki işletmeler de, bir taraftan "şirket evliliği" denilen birleşmelerle büyümeye; öte yandan, örgütsel yapılarını ve tüketiciye dönük olarak pazarlama teknik ve uygulamalarını geliştirerek modernleşmeye özel bir önem vermektedirler. Bu yolda ABD ve Japon işletmecilik yöntem ve tekniklerinin giderek artan ölçüde kullanmaları da gayet doğaldır.

Serbest rekabet düzeninin egemen olduğu bütün bu ülkelerde, artık işletmelerin tüketiciye önem vermeksizin, baskılı satış teknikleriyle, ne pahasına olursa olsun mallarını satmaları ve bu yoldan gelir ve kar sağlamaları geçerli bir ticari uygulama olmaktan çıkmıştır. Hileli, bozuk, ya da kalitesiz mallar üreterek, aldatıcı-yanıltıcı reklam ve beyanlarla, "ne üretirsem, satarım, yeter ki nasıl satılacağını bileyim" şeklinde ifade edilebilen bir iş anlayışı, geçerliliğini yitirerek yerini tamamen **modern pazarlama anlayışına** (veya pazarlama kavramına) bırakmıştır.

Tüketici istek ve tercihlerini tüm işletme faaliyetlerinin hareket noktası (ya da, odak noktası) olarak kabul eden, modern pazarlama anlayışı, eski ticari anlayışın aksine, "**tüketici tatminini daima ön planda tutmaktadır**". Nihai amaç, yine daha çok üretip daha çok gelir ve kar sağlamaktır; ama, amaca ulaşmak için artık her yola başvurmak ne uygundur, ne de mümkündür. Günümüzde işletmeler, müşterilerinin satın aldığı mal ve hizmetten en iyi şekilde fayda sağlayarak, memnun kalmasını ve kendilerine bağlanmasını istemektedirler. Zira, sağlıklı ve uzun süreli bir müşteri-firma ilişkisinin kurulması ve sürdürülmesinin tek yolunun bu olduğu, çok uzun yıllar süren deneyimlerin sonucu olarak kesin bir şekilde ortaya çıkmıştır. Böylece, "**ne olursa olsun satış ve kar**" değil; "**tüketiciyi aldığı mal veya hizmetten dolayı tatmin ederek kar sağlamayı**" temel ilke kabul eden **modern pazarlama anlayışı**, bir iş ve işletmecilik felsefesi olarak iş hayatına yerleşmiştir (1).

Bu çerçevede, konuya ülkemiz işletmeleri yönünden ve bunların AT ülkelerine uyumu açısından bakarak şu söylenebilir: Pazarda üretici/satıcı firma hakimiyetine karşı tüketici istek ve

tercihlerinin etkin ve belirleyici bir konuma geldiği gelişmiş ülkelerin pazar ekonomilerinde başarılı olabilmek, herşeyden önce, **tüketiciye önem vermekle, aldatıcı-yanıltıcı reklam ve beyanlara başvurmaksızın adeta hep "daha iyi, daha kaliteli, daha yeni mal veya hizmet sunma" yarışına girerek, rekabet gücünü ortaya koyup, bu yarışta kalıcı bir yer edinmekle mümkündür.**

Konunun tüketicinin korunmasıyla ilişkisine gelince, böyle bir anlayışı benimseyip uygulayan üretici/satıcı işletme, bu uygulamadaki ciddiyeti ölçüsünde kendi ticari başarısını sağlamakla kalmayıp, kendi ekonomik çıkarlarının yanında, zorunlu olarak müşterisinin çıkarını da koruduğu için, ayrıca tüketicinin korunmasına olan ihtiyaç da azalacaktır.

İşletmelerimizin, tüketicinin korunması sorunu bir yana, öncelikle şiddetli bir rekabet ortamının bulunduğu AT üyesi ülkeler pazarlarına uyum sağlayarak rekabet gücü ve pazar payı kazanmaları açısından modern pazarlama anlayışını benimsemelerinin gerekli olduğu açıktır. Ancak, tek tek firmaların böyle bir yaklaşımı benimsemelerinin ötesinde, çeşitli ülkelerde işadamları dernek ve kuruluşlarının, üyelerine "dürüst ticareti" yaymaya ve benimsetmeye yönelik çalışmalar yaptıkları da görülmektedir. Örneğin, ABD'de "İyi İş Büroları" (Better Business Bureaus) uzun zamandır bu tür faaliyet gösteren bir gönüllü kuruluştur. Doğal olarak, işadamlarının, firmaların tüketiciyi aldatmadan, yanıltmadan faaliyet göstermelerini sağlayıcı çalışmalarında, **kendi mesleki itibarlarını arttırmak amacı ile genelde, tüketici olarak toplumun refahını geliştirme amacı bir noktada birleşmektedir.**

Daha sonra, görüleceği üzere, bizde de eski dönemlerde lonca ve ahilik sistemlerinde aynı amaçlar ve yaklaşımlar ağırlıklı olarak mevcuttu. Günümüzde Meslek Odalarının buna benzer görev ve sorumlulukları vardır ve aşağıda bazı büyük Ticaret Odalarının faaliyetleri açıklanacaktır. Resmi niteliklere sahip Odalar dışında, çeşitli işadamları dernek ve kuruluşlarının da hususlarda özel bir gayret ve çaba harcamalarının yararlı olacağı açıktır.

5.2. ESKİ DÖNEMLERDE TÜKETİCİYİ KORUMA VE GÜNÜMÜZDE TÜKETİCİYİ KORUMA YASASI ÇIKARMA GİRİŞİMLERİ

Bugün dünyada gelişmiş ülkelerin yanında, gerek sosyo-ekonomik yönden, gerekse uygarlık düzeyi yönünden bizden geride diye düşünülen bazı ülkelerde bile bir "tüketicinin korunması hareketi" ve "tüketiciyi koruma birlikleri" veya "dernekleri" vardır. Keza, devletçe oluşturulan etkin yasal/kurumsal düzenlemeler mevcut olduğu gibi, tüketicilerin gönüllü örgütlenme çabalarına önemli ölçüde devlet desteği sağlanmıştır. Şüphesiz, bunun en iyi örnekleri, bu çalışmada kısaca değinilen ABD, İsveç ve AT üyesi ülkelerin bazılarıdır.

Türkiye'de henüz bir tüketicinin korunması hareketinin varlığından söz edilemezse de, tüketicinin korunması 1970 yılından beri üzerinde durulmaya başlanan ve gitgide artan önemi doğrultusunda devlet tarafından özel bir yasa ile düzenlenmesi istenen bir konu olma niteliğini göstermektedir (2). Üstelik, bu yolda zaman zaman ortaya atılan istekler ve yapılan beyanlar, TBMM'de veya Plan ve Bütçe Komisyonu'ndaki görüşmelerde en yetkili kimseler tarafından dile getirilmekte; ya da bazen basın-yayın organlarının konuyla ilgilenmeleri sonucu, yine üst düzey kamu yöneticilerince ortaya atılmaktadır. Örneğin, son yıllarda hemen hemen her yıl, konuyla ilgili bakanlık olan "Sanayi ve Ticaret Bakanlığı"nın bütçesinin müzakereleri sonrasında, dönemin bakanının bir "Tüketicinin Korunması Yasası" çıkarılacağı yolundaki beyanına basında rastlamak mümkündür. Aşağıda, günümüze gelmeden önce Osmanlı döneminde üretici-tüketici dengesinin sağlanması durumuna kısaca değinilecektir.

5.2.1. Osmanlı İmparatorluğu'nda Tüketicinin Korunması: Loncalar, İhtisap Ağalığı ve Şehremenliği

Ülkemizde bu konunun geçmişine şöyle bir göz atmak gerekirse, daha Osmanlı Devleti döneminde tüketiciyi koruyucu birtakım hukuki ve mesleki düzenlemelerin mevcut olduğu görülmektedir. Nitekim, bu dönemde şehirlerde perakende düzeyde ticaretin, hatta geniş ölçüde ekonominin dayandığı esnaf kesiminin mesleki örgütlenmesi mevcuttu. Esnaf örgütleri, tüketici ile yüzyüze gelen tarafın temsilcisi olarak, bugünkü meslek kuruluşları olan Odalara benzer bir fonksiyon görmektedirler. Hatta, konuyu inceleyen tarihçilerin verdikleri bilgilere göre, bunların tüketiciyi de koruyucu uygulamalar yönünde kendi kendilerini denetim (self-kontrol veya özdenetim) sistemlerinin bugünkünden çok daha etkili olduğu anlaşılmaktadır (3).

Ayrıca, bu dönemde pazar denetimi yaparak, tüketiciyi koruma görevini üstlenen diğer bir kurum da, günümüzdeki belediyelere benzeyen "İhtisap Ağalığı", ya da "Muhtesiplik" kurumuydu. Önceleri kadılar tarafından yürütülen bu görev, sonraları muhtesipin kendisi tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu kurumun işleyişi de, bugünkü "Belediye Yasası"na benzeyen "İhtisap Ağalığı Nizamnamesi" ile sağlanmıştır. Görevin yapılmasıyla ilgili giderler için halktan rüsum alınır ve İhtisap Ağalığı iltizam yöntemi ile padişahın fermanıyla verilirdi.

Söz konusu dönemde, çarşıda satışa sunulan tüm malların fiyatları perakende düzeyde en yüksek kar oranının saptandığı narh koyma usulü ile belirlenmiş; bu fiyat belirlemelerinde fakir-fukaranın alım gücü gözönünde tutulmuştur. Fiyatlandırma, kadı, muhtesip ve şehrin ileri gelenlerinin önerilerine dayanılarak yapılmıştır (4).

Zamanla bu denetim sistemi yozlaşarak etkinliğini yitirmiştir. Meslek kuruluşları olarak loncalar ve sonraları onların yerini alan gedikler düzeni 1839'da kaldırılmıştır. İhtisap Ağalığı uygulaması

da kaldırılmış ve yerine "Şehreminliği" (belediye başkanlığı) sistemi başlatılmıştır. Narhlar yoluyla yapılan denetimler de 1865'te kaldırılmıştır (5).

Sonuç olarak, Osmanlılar'da tüketicinin korunması, üretici/dağıtımçı-tüketici güç dengesini sağlamaya yönelik olarak özellikle pazarlama faaliyetlerini temel alan üçlü bir sistemle etkili bir biçimde gerçekleştirilmiştir. Üçlü sistemin temel unsurları ise, devlet (başta kadılar, sonra ihtisap ağaları ile); esnaf temsilcisi olarak loncalar (sonraları gedikler); ve tüketici temsilcileri olarak da, şehrin ileri gelenleri ve yaşlıları olmuştur.

5.2.2. Cumhuriyet Dönemindeki Bazı Gelişmeler ve Tüketiciyi Koruma Yasası Çıkarma Girişimleri (1970-1990)

Ülkemizde Cumhuriyet döneminde çıkarılan birçok yasa, başta tüketicinin sağlığı olmak üzere, ekonomik çıkarlarının ve diğer haklarının korunmasıyla şu veya bu biçimde ilgilidir. Merkezi devlet teşkilatı yanında, mahalli idareler olarak Belediyelere birçok yetkiler verilmiş; Odalar yoluyla da sanayiciler ve tüccarlar mesleki olarak örgütlenmiş ve bu kuruluşlara birtakım kamu görevleri yüklenerek tüketicilere yönelik olarak, dolaylı da olsa çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Öte yandan, mal standartları geliştirip bunları üreticilere benimsetmeye ve kalite düzeyini yükseltmeye çalışan Türk Standartları Enstitüsü de, tüketiciyi korumaya yönelik çalışmaları ile dikkati çekmektedir. Ancak, Türkiye'de açık-seçik olarak "tüketicinin korunması" şeklinde bir konunun ilk kez ortaya çıkışı, 20 yıl öncesine gelip dayanmaktadır.

Gerçekten, ülkemizde tüketicinin korunması konusu, 1950'lerden başlayarak ülke ekonomisinde altyapının daha hızlı gelişmesiyle ve özellikle 1960'lar başlarında sanayileşmeyi temel alan planlı dönemde sanayiinin gelişmesi ve buna paralel olarak özel tüketim harcamalarının hızla artmasıyla yavaş yavaş önem kazanmaya başlamıştır.

Nitekim özel tüketim harcamalarında yıllık ortalama artış oranı, cari fiyatlarla I.Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (1963-1967) ortalama yüzde 10.0; II. Plan döneminde (1968-1972) ortalama yüzde 14.3 olmuştur. (III. Plan döneminde (1973-1977) ise, 1971 fiyatları ile hedeflenen yüzde 5.9'un biraz altında, yüzde 5.5 olarak gerçekleşmiştir). Toplam tüketim harcamaları olarak alındığında ise, yıllık ortalama artışlar cari fiyatlarla I. Plan döneminde yüzde 10.4 ve II. Plan döneminde yüzde 15.7'dir (6).

Milli gelir artışına paralel olarak artan tüketim harcamalarının önem kazandığı planlı dönemde, ilk kez 1970 yılında tüketicinin korunması konusu gündeme gelmiştir. Aşağıda açıklanacağı üzere, ilk tüketiciyi koruma yasa tasarısı 1971'de hazırlanmış ve özellikle 1980 yılı ve sonrasında bu konu, birçok kez yeniden hazırlanan yasa tasarılarıyla sürekli bir biçimde hükümetin gündeminde

kalan, ama sadece zaman zaman sözü edilen bir konu olmuştur. Bugün hala (Mart 1990'da) yeniden düzenlenen bir tüketiciyi koruma yasa tasarısı tartışılmakta ve gündemdeki yerini korumaktadır.

Bütün bu sonuçsuz yasa çıkarma girişimlerini kısaca açıklamadan önce, önemli bir noktayı tesbit etmekte yarar vardır: **Ülkemizde tüketicinin korunmasıyla şu veya bu biçimde ilgili olduğu yukarıda belirtilen mevcut birçok yasa ile bunlarla bağıntılı tüzük ve yönetmelikler bir kargaşa içinde, değişik birim ve organların yetkisinde, birbirlerinden kopuk ve neticede geniş ölçüde etkisiz durumdadır.**

Bu durumun önemli ve belki de tek istisnası, Türk Standartları Enstitüsü ile ilgili düzenlemeler ve bu kurumun -sınırlı imkanlarla- yaptığı çalışmalardır. Ayrıca, çok daha dar ve sınırlı bir düzeyde kalmakla beraber, bazı bakanlıkların, belediyelerin ve İstanbul Ticaret Odası'nın ve yakın zamanda benzeri faaliyetlere yönelen Ankara ve İzmir Ticaret Odaları'nın tüketiciyi koruma faaliyetleri ile bir işçi sendikamızın pilot bölge uygulaması belirtilebilir.

(1) Türk Standartları Enstitüsü ve Odalar Birliği'nin Tüketici Semineri (1970)

Türkiye'de bugünkü anlamda tüketicinin korunması ancak -yukarıda belirtildiği üzere- 1970 yılında ortaya atılmıştır. Konu, ilk kez 20-22 Mayıs 1970'te Türk Standartları Enstitüsü (TSE) ile Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği (TOBB)'nin Ankara'da birlikte düzenledikleri "Tüketici Sorunları Semineri"nde ele alınarak tartışılmıştır. Bu seminerin amacının, "tüketici sorunları ve örgütlenmesi konusunda Ticaret Bakanlığı'nda yapılmakta olan çalışmalara ışık tutmak" olduğu ifade edilmiştir. Açılış konuşmasını yapan zamanın Ticaret Bakanı da, bakanlıkta yapılan çalışmaların "... tüketicinin kalite ve fiyat yönünden aldanmasını önlemek..." amacını güttüğünü belirtmiştir (7).

(2) Yasalaşamayan Tüketiciyi Koruma Yasa Tasarıları

Aşağıda, bir türlü yasalaşamayan çeşitli tüketiciyi koruma yasa tasarıları, sırasıyla kısaca tanıtılacaktır:

1. Yukarıda değinilen TSE-TOBB "Tüketici Sorunları Semineri"nin ve yankılarının iki ayrı sonucu olmuştur:

- Eylül 1971'de, Ticaret Bakanlığı'nca "Tüketicinin Korunması için Ticaret Konusu Mal Hizmetlerle İlgili Faaliyetlerin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı"nın hazırlanması
- Ticaret Bakanlığı bünyesinde bir "Tüketici Sorunları Şubesi" kurulması.

Ancak, her iki olumlu gelişme de kendi amaçlarına ulaşamamıştır. Zira, söz konusu ilk kanun tasarısı dönem içinde yasalaşamayarak kadük olmuştur. Bakanlıkta kurulan şube de, uzman personel sağlanamadığı gerekçesiyle, kuruluşundan bir sonra, 1974'te kaldırılmıştır.

2. Bu ilk tasarıdan sonra, 1976'da bir parlamenter, "Tüketici Halkın Korunmasına ve Tüketici Birlikleri Kurulmasına İlişkin Yasa Önerisi"ni TBMM'ne sunmuştur; ama bu tasarı da yasalaşamamıştır.

3-4. Üçüncü ve dördüncü yasa çıkarma girişimleri, ilki gibi yine Ticaret Bakanlığı'nca hazırlanan "İç ve Dış Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarı"ları olup, 1977 ve 1978 yıllarında yapılmışsa da, bunlar da sonuçsuz kalmıştır (8).

5. Bunlardan sonra, beşinci olarak, İstanbul Ticaret Odası'nın 1979'da hazırlattığı "Karteller ve Rekabeti Sınırlayıcı Uygulamalar Hakkında Kanun Tasarısı"ndan bahsedilebilir (9).

6. Daha sonra, 12 Eylül 1980'in hemen ardından, yine Ticaret Bakanlığı'nca yeni bir kanun tasarısı hazırlanmıştır. "Ticarette Dürüstlüğün Korunması Hakkında Kanun Tasarısı", adını taşıyan bu tasarı da, öncekiler gibi temelde, tekelleri, oligopolleri, kartelleri ve kartel benzeri pazar egemenliği kurmaya yönelik, serbest rekabetin işleyişine ve dolayısıyla tüketiciye zarar verici nitelikteki anlaşma ve birleşmeleri önleme amacını gütmektedir (10).

7. Yedinci olarak, yine Ticaret Bakanlığı'nca 1983 yılında hazırlanan, "Mal ve Hizmet Piyasalarının Denetlenmesi ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı" mevcuttur (11).

8. Sekizinci olarak, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nca Mart 1984'te hazırlanan, "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı" da yasalaşamamıştır (12).

9. Dokuzuncu olarak, yine Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nca Kasım 1984'te hazırlanan, "Rekabeti Sınırlayan Anlaşmalar ve Uygulamalar Hakkında Kanun Tasarısı" mevcuttur (13).

10. Nihayet, onuncu ve şimdilik sonuncu yasa tasarısı da, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nca, 1983'ten beri yapılan çalışmalara dayalı olarak Ekim 1989'da hazırlandığı bildirilen "Rekabeti Sınırlayan Anlaşmalar ve Uygulamalar Hakkında Kanun Tasarısı"dır (13).

Kasım 1989'dan beri ve halen bu yasa tasarısı hakkında ilgili bazı çevrelerin (Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, DPT ve Türkiye Odalar Birliği gibi) görüşlerinin belirlenmesine çalışılmaktadır. Örneğin, bu çerçevede, Odalar Birliği, İstanbul Ticaret Odası'nda, 16 Ocak 1990 tarihinde

kamuoyuna ve basına kapalı bir toplantıda tasarayı gözden geçirmiş ve görüş belirlemek üzere bir komisyon kurmuştur.

İçeriği açıklanmayan, ama 26 Ocak 1990'da İstanbul'da "Tüm Tüketicileri Koruma Derneği" tarafından düzenlenen "Kartellere ve Tekellere Karşı Alınacak Önlemler" konulu Panel'de ilgili bir Devlet Bakanı'nın da sözünü ettiği yasa tasarısının, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın yukarıda sözü edilen Kasım 1984 tarihli "Rekabeti Sınırlayan Anlaşmalar ve Uygulamalar Hakkında Kanun Tasarısı"na dayalı olduğu izlenimi doğmaktadır. 22 Maddeden oluşan söz konusu tasarı temelde kartel yasağı getirmekte, kartel oluşturma girişimleriyle, piyasaya hakim olmaya yönelik birleşmelerin ve rekabeti sınırlamaya yönelik diğer anlaşmaların takibi için bir "Kartel Kurulu"nun oluşturulmasını öngörmekteydi. 1989 tarihli tasarıyla ilgili olarak da, Kartel Kurulu'nun oluşturulma biçiminin eleştirilmesine değinen ilgili devlet bakanı, "Bu Kurul'da tüketicilerin ve sendikaların temsil edilmesi isteğini yeniden gözden geçireceklerini" ifade etmiştir (15).

Devlet Planlama Teşkilatı'nın daha 1975 yılında yaptırdığı bir "Tüketicinin korunması" araştırması da, "mevzuatın hayli eski olduğu ve günün ihtiyaçlarına cevap verir duruma getirilmesi gerektiğini, mevzuatın dağınıklığını, birbirleriyle bağlantı kurulmadan hazırlandığını vurgulayarak", ilgili tüm mevzuatın bir 'Ana Kanun' şeklinde bütünleştirilmesini önermiştir (16).

Sanayi ve Ticaret bakanlığı'nca hazırlatılarak İstanbul Ticaret Odası'yla işbirliği çerçevesinde 1987'de yayınlanan "Tüketicinin Korunması ile İlgili Mevzuat", 350 sayfayı aşan bir içeriğe ulaşmış bulunuyor (17). Ayrıca, yukarıda İstanbul'da düzenlendiği bildirilen "Kartellere ve Tekellere Karşı Alınacak Önlemler" konulu Panel'de söz alan ilgili bakan, "Mevzuatı tarattıklarını" belirterek şunları söylemiştir:

"Türkiye'de tüketicinin korunmasıyla ilgili 58 kanun, 5 tüzük, 10 kararname, 7 yönetmelik ve 10 tebliğ vardır. Ancak buna rağmen tüketicinin korunması sıfırdır. Oysa tüketicinin korunması, verimliliği ve kaliteyi artırır. Böylece Türk sanayii de gelişir. Tüketicinin korunması, aslında üreticiyi korumaktır" (18).

5.3. GÜNÜMÜZDE TÜKETİCİYİ KORUMA YOLUNDA YAPILAN BAZI ÇALIŞMALAR

Yukarıda belirtildiği gibi, bugün ülkemizde tüketicinin korunmasıyla ilgili pek çok yasa, kararname, tüzük, yönetmelik ve tebliğ bulunmasına rağmen fiilen tüketicinin devletçe korunma düzeyi birçok ülkede görülmeyecek derecede düşüktür. Bununla beraber, halen tüketiciyi koruma

alışmaları yapan çeşitli kamu ve özel nitelikli kurum ve kuruluşlar vardır ki, bunların başlıcaları şöyle sıralanabilir (19):

1. Kamu kuruluşları (Bakanlıklar, belediyeler)
2. Kendilerine kamu görevi verilen kuruluşlar (Türk Standartları Enstitüsü, Ticaret ve Sanayi Odaları, Sendikalar)
3. Bağımsız kuruluşlar (Gazete, TV, radyo gibi kitle iletişim organları)
4. Özel gönüllü tüketicici kuruluşları (Tüketiciyi koruma dernek veya birlikleri).

Tüketicinin korunmasıyla ilgili mevzuatı ve bunların genel bir değerlendirmesini daha sonraya bırakarak, bu kısımda, öncelikle sınırlı imkanlarda da olsa bu yoldaki faaliyetleriyle dikkati çeken TSE'nin çalışmaları üzerinde durulacaktır. Sonra, bu konudaki faaliyetleri 1981 yılından beri sürdüren İstanbul Ticaret Odası'nın çalışmalarına yer verilecektir. Daha sonra da, sırasıyla şu çalışmalar ele alınarak kısaca gözden geçirilecektir: Ankara ve İzmir Ticaret Odaları ile diğer Oda'ların alışmaları; Bakanlıklar ve Belediyeler ile diğer kuruluşların çalışmaları; gönüllü örgütlenme girişimleri ve sendikaların alışmaları.

5.3.1. Türk Standartları Enstitüsü'nün alışmaları

Türk Standartları Enstitüsü (TSE)'nn nüvesi, 16 ekim 1954 tarihinde Odalar Birliği bünyesinde kurularak ilk çalışmalarına başlamıştır. Ancak TSE, 22 Kasım 1960 tarihinde yürürlüğe giren 132 sayılı kuruluş kanunuyla, "tüzel kişiliği olan ve özel hukuk hükümlerine göre yönetilen bir kamu kuruluşu" niteliğini kazanmıştır.

TSE'ne kuruluş yasası ile verilen görevlerin başlıcaları şöyle özetlenebilir:

- Her türlü madde ve mamullerle ilgili standartlar hazırlamak veya hazırlatmak
- Enstitü bünyesinde veya hariçte hazırlanan standartları tetkik ederek uygun bulunanları Türk standartları olarak kabul etmek
- Kabul edilen standartları yayınlamak, zorunlu olarak kabul edilen standartları bakanlık onayına sunmak ve ihtiyari uygulamaları teşvik etmek
- Özel ve kamu sektörünün talebi üzerine standartları ve projeleri hazırlamak ve görüş bildirmek
- Standartlar konusunda her türlü bilimsel ve teknik araştırmalarda bulunmak, uluslararası standartlar kurum ve kuruluşlarıyla ilişkiler kurmak ve geliştirmek
- Üniversiteler ve diğer bilimsel ve teknik kuruluşlarla işbirliğini sağlamak, yayın yapmak, laboratuvar kurmak
- Ülkemizde standartlaştırmayı geliştirmek için eleman yetiştirmek ve bu amaçla kurslar,

seminerler düzenlemek

- Standartlara uygun ve kaliteli üretimi teşvik edecek her türlü çalışmaları yapmak ve bunlarla ilgili belgeleri tanzim etmek

TSE'nin 1960 tarihli kuruluş konumuna göre asli görevleri arasında yer alan "standart hazırlama" hizmetine ilaveten, yürürlüğe giren standartlara uygun mallara belge verme işlemine, "TSE Markasının Kullanılması ile İlgili Talimat" çerçevesinde 1964 yılında başlanmıştır. Türk Standartları, Uluslararası Standartlar Örgütü ile de işbirliği yapılarak saptanmakta ve Türk standartlarına uygun mal veya hizmetlere TS uygunluk belgesi verilmektedir. Türk standartları, "madde", "mamul", "usul" ve "hizmet" şeklinde 4 grupta saptanmaktadır. Saptanan standartlar 1989 sonu itibarıyla 7743 olup, bu sayı, Şubat 1990 içinde yaklaşık olarak 8000 olmuştur (20). Ayrıca, 1989 yılı ortasındaki verilere göre, yaklaşık 3000 firma ile yapılmış bulunan sözleşme çerçevesinde 25000 civarında mal TSE belgeli olarak tüketiciye sunulmaktadır (21). Hem üreticilere, hem tüketicilere önemli faydalar sağlayan belgelendirme işlemi şu belgelerle sağlanmaktadır:

- İmalat yeterlilik belgesi
- Kalite uygunluk belgesi
- Türk standartlarına uygunluk belgesi
- Özel şartlara uygunluk belgesi
- İthal malları uygunluk sertifikası
- Muayene kontrol ve karayolu uygunluk belgesi
- Araç hizmet yeterlik belgesi.

TSE'nin belgelendirme faaliyetleri ve standartları tesbit ederek bunların milli sanayide uygulanmasını yaygınlaştırma çalışmaları, hem tüketiciye, hem de üretici, ithalatçı, imalatçı kesimlerine bir teknik esasa uygunluk konusunda güvence verebilmesine dayalı olarak önemli yararlar sağlamaktadır. Bu çalışmaların üreticiye yararları şöyle belirtilebilir:

- Üretimin belirli plan ve programlara göre yapılmasını sağlayan standartları kullanarak yeni bir teknolojiye geçilmesi
- Kalite ve kalite kontrolü bilincinin yayılarak, verimli ve ekonomik üretime yönelmesi
- İç ve dış pazarlarda malların kazandığı itibar ile piyasada güven ve rekabet gücü sağlanması ve satışların artırılması (22).

Bu çalışmanın konusu bakımından asıl önemli kesim olan tüketiciye sağlanan yararlar da şöyle sıralanabilir (23).

- Hatalı üretim sonucu tüketicinin şikayetine yol açan mamülün firma tarafından hiçbir bedel veya fiyat farkı istenmeksizin tamir ettirilmesi, bu mümkün değilse standarda uygun olan bir yenisi ile değiştirilmesi veya bedelinin ödenmesi.
- Malın tarafsız ve güvenilir bir kuruluş tarafından belgelendirilmiş olması dolayısıyla güven uyandırması
- Aldatıcı reklam ve beyanlardan korunmuş olması.

Bu iki ana kesimin yanında, standartlaştırma ve belgelendirme faaliyetlerinin bir bütün olarak milli ekonomi açısından yararları da şunlardır:

- Üretimin kalitesini yükselterek teknik gelişmeyi hızlandırmaya katkıda bulunması
- En büyük ekonomik grup ama en zayıf taraf olan tüketicinin korunmasına yardımcı olması
- İhraç edilen malların kaliteli ve güvenli olması yoluyla rekabet gücü ve ülkeye itibar kazandırması

Bilindiği kadarıyla TSE, kamu ve özel kurum, kuruluş ve örgütlenmeleri içinde tüketicinin korunması yolunda en yoğun faaliyet gösteren, bu yöndeki çabalarını ve hizmet verdiği tüketici kitlesini önemli ölçüde arttırmayı başaran bir kuruluş olma niteliğini göstermektedir.

TSE, belge almaya hak kazanan üretici firmalarla imzaladığı sözleşme uyarınca, firmanın tüketicilere sunduğu mallarda yapım, malzeme veya konstrüksiyon hatalarının bulunduğu belirlenmesi durumunda, bu malların tamir edilmesini, yenisi ile değiştirilmesini veya parasının iade edilmesini sağlamakla tüketiciyi korumada önemli bir hizmet sunmaktadır.

Tüketici, satın aldığı TSE belgeli malın hatalı veya kusurlu olması durumunda bunu TSE'ne ve ilgili firmaya bildirerek, yukarıda belirtilen yollardan biri veya diğeri vasıtasıyla zararının giderilmesini isteyebilmektedir.

Standartlar ve belgelendirme yoluyla tüketicinin dolaylı yoldan korunması çalışmalarına ek olarak, şikayet üzerine direkt olarak koruma çalışmaları 1985 yılında başlatılmıştır. O yıl Türkiye çapında 1216 şikayet başvurusunun yapılması üzerine, TSE, 1986 yılında kendi bünyesinde, "Tüketicinin Korunması Müdürlüğü"nü kurmuştur. Yıllan yıla hızla artan tüketici şikayetleri aşağıda Tablo V-1'de görüldüğü üzere, 5 yıl gibi bir süre içinde yaklaşık 20 misli bir artış göstererek 1989 yılı sonunda 23.854'e ulaşmıştır (24). Verilen bilgilere göre, TSE belgeli mallarla ilgili tüm şikayetlerle ilgilenilmekte ve yaklaşık yüzde 95 oranında tüketici sonuçtan memnun kalmaktadır. Geriye kalan yüzde 5 kadar oran ise çoğu kez tüketicinin haklı olmamasından kaynaklanmaktadır. Beş yıllık sürede yapılan şikayet başvurusu toplam olarak 61.844'ü

bulmuştur.

TABLO V-1 TSE'YE YAPILAN ŞİKAYET BAŞVURULARI

Yıllar	Telefonla Başvuru	Şahsen Başvuru	Yazı İle Başvuru	Toplam
1985	625	271	320	1261
1986	1152	892	3225	5269
1987	3586	906	7388	11880
1988	4185	1660	13105	19580
1989	5124	2050	16680	23854
5 Yıllık Toplam	14672	5779	40718	61844

Kaynak: TSE İstanbul Bölge Müdürlüğü'nden sağlanan veriler; Milliyet Gazetesi, 14 Ocak 1990.

Bir taraftan kaliteli ve standartlara uygun mal ve hizmet üretimini teşvik edip, üreticiden şikayeti olan tüketicilerin sorunlarını çözümlmeye elindeki sınırlı imkanlarla büyük çaba sarfeden bu kuruluş, bir yandan da ülkemizde tüketici bilincini geliştirmeye çaba sarfetmektedir. Bu doğrultuda atılan önemli bir adım, yazılı ve sözlü basında özellikle etkili olan kitle iletişim araçlarındaki bilgilendirme faaliyetleri yanında, Ağustos 1988 tarihinden itibaren aylık bir TSE Tüketici Bülteni çıkarılmaya başlanmasıdır.

Türkiye'de tüketicinin korunmasında yoğun çaba gösteren bu kuruluşun halen 67 ilde temsilcilikleri vardır ve başta Ankara olmak üzere, İstanbul, İzmir, Kayseri gibi belirli büyük şehirlerde laboratuvarları bulunmaktadır. Yeni il olan 4 yerde ise henüz örgütlenme mevcut değildir.

TSE'nin imkanları genişletilmeli ve geniş halk kitlelerine bu kuruluşun varlığı, sağladığı hizmetler daha etkin bir biçimde duyurulmalıdır. Özellikle, tüketici bilincinin artırılması yolundaki çalışmalarda resmi ve özel nitelikli çeşitli kuruluşlar bu örgüte yardımcı olmalıdır. "Tüketici Bülteni"nin çıkarılması hayli olumlu bir adım ise de, vatandaşın bundan ve TSE'nin diğer faaliyetlerinden haberdar olması ve verilen bilgilerden ve hizmetlerden yararlandırılmasının yolları bulunmalıdır. Zira, büyük bir çoğunlukla sade vatandaş bunlardan haberdar değildir; ya da, en azından yeterli düzeyde bilgiye sahip değildir.

5.3.2. İstanbul Ticaret Odası'nın Tüketiciyi Koruma Çalışmaları

Ticaret Odaları 5990 sayılı yasa ile kurulan kamu kurumu niteliğinde tüzel kişiliğe sahip kuruluşlar olup, en başta gelen görevlerinden biri meslek ahlakını ve dayanışmasını sağlamaktır.

Meslek ahlakı da, herşeyden önce müşterilere hileli, hatalı, standart dışı ve kalitesiz mal ve hizmet satmamayı gerektirir. İşte kaliteli ve standartlara uygun mal arzeden Oda üyelerini, hileli, kalitesiz ve sağlığa zararlı mal satan kişi ve firmaların haksız rekabetine karşı koruma görevi yasa ile verilen Ticaret Odaları, bu görevlerini yaparken dolaylı olarak tüketiciyi de korumaktadırlar.

İstanbul Ticaret Odası, ülkemiz sanayi ve ticaretinin merkezi olan en büyük meslek kuruluşu olarak uzun zamandır tüketicinin korunması yolunda çeşitli faaliyetleri sürdürmektedir ki, bunların başlıcaları şöyle sıralanabilir: (25)

1. Riayeti mecburi mesleki kararlar
2. Tüketici şikayetlerinin değerlendirilip çözümlenmesi
3. Tacirler gönüllü taahhütnamesi ile ilgili çalışmalar
4. Tahkim veya hakemlik yoluyla sorunların çözümlenmesi
5. Bilgilendirme ve eğitim

(1) Riayeti Mecburi Mesleki Kararlar

İstanbul Ticaret Odası (İTO)'nun tüketiciyi koruma yolundaki çalışmalarının bir kısmı, "Dürüst reklamcılık mesleki kararı", "Etiket mecburiyetine ilişkin mesleki karar", "Tekstil ürünlerinin üretim ve satış esaslarıyla ilgili mesleki karar" gibi, ticari faaliyetlerin değişik yönlerine ilişkin olarak aldığı mesleki kararlarla sağlanmaktadır. Böylece tüketici, aldatıcı reklama, kalitesiz mala vb. karşı korumaya çalışılmakta; bunlara uymadığı şikayet üzerine ortaya çıkan Oda üyelerine çeşitli para ve disiplin cezaları uygulanmaktadır.

(2) Tüketici Şikayetleri Masası'nın Faaliyetleri

İTO, daha önce de tüketici şikayetleriyle ilgilenmekte idiye de, 1980 yılında bu konudaki çalışmalarını geliştirip, kendi bünyesinde İç ticaret Müdürlüğü'ne bağlı bir "Tüketici Şikayet Masası" kurmuş ve çalışmalarına yeni bir yön vermiştir. Böylece, ilke olarak tüketici yazılı bir şekilde, fatura, satış fişi vb. belgelerle bu masaya başvurduğunda, eğer haklı ise, malın tamiri, değiştirilmesi veya bedelinin iadesi gibi yollardan sorunu çözüme kavuşturulmaktadır. Ayrıca, son yıllarda yazılı başvuru dışında sözlü, hatta telefonla yapılan şikayet başvuruları bile üretici veya satıcı firma ile temas edilerek çözümlenmektedir. Aşağıda Tablo V-2'de, Şikayet Masası kurulduğundan beri 1981-1989 yılları arasında yazılı başvuru üzerine değerlendirilen şikayetlerle ilgili veriler görülmektedir. Şikayetlerin en büyük bölümü, burada gösterilmemekle beraber, dayanıklı tüketim mallarıyla ilgilidir. Ayrıca, sözlü veya telefonla yapılan şikayetler bunların dışındadır (26).

TABLO V-2
İTO'YA YAPILAN ŞİKAYET BAŞVURULARI

Yıllar	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	Toplam
Gelen Evrak Sayısı	80	82	108	99	133	286	268	481	455	1992

Kaynak: İTO Tüketici Şikayetleri Masası'nın verileri

İTO Tüketici Şikayetleri Masası, yapılan şikayetleri büyük bir çoğunlukla çözümlemekte ise de, geniş vatandaş kitlesi bu masanın varlığından ve yaptığı şikayet değerlendirme ve çözümleme çalışmalarından haberdar değildir.

(3) İTO Üyeleri "Gönüllü Taahhütnamesi"

Kamuoyuna "Tacirler Gönüllü Taahhütnamesi" olarak yansıyan bir yeni sistem uygulaması geliştirilerek, Eylül 1987'de bu taahhütnameyi imzalayan İTO üyesi 77 üye, belge numarası sırası ile büyük tirajlı günlük gazetelerde "İstanbul Ticaret Odası'ndan Tüketicilere Duyuru" başlığı ile duyurularak başlatılmıştır (27). Üyelerin bu taahhütname sistemine girişi gönüllü olup, taahhütnameyi imzalayarak sisteme giren 77 firma, kendilerine bağlı 130 mağaza ve işyerinde sattıkları mallarla ilgili olarak standartlara ve mesleki kararlara uymayı, gerekirse ihtilaf konusu malın Oda'ca belirlenecek laboratuvarlarda incelenmesini, tüketici ile karşılıklı görüşme ile çözümlenmeyen ihtilafların tüm hukuki yollar açık olmak üzere Oda'ca çözümlenmesini kabul ve taahhüt etmektedirler.

Gönüllü taahhütname uygulaması, Oda'ca tüketicinin korunması yolunda atılmış bir adım olmakla beraber, sistemin başlatıldığı 1987 yılında İTO'ya kayıtlı üye sayısı 120.000 iken, sadece 77 üyenin buna katılmış olması; ve ayrıca, İTO'nun çabalarına rağmen 31.1.1990 tarihi itibariyle, sadece 35 yeni firmanın katılımıyla 77 sayısının halen mevcut 135.297 kayıtlı üye arasından toplam 147 işyeri olan 112 firmaya çıkmış olması hayli düşündürücüdür (28).

(4) Tahkim ya da Hakemlik Yoluyla Çözüm

Tahkim usulü, İTO'nun büyük ihtilafların varlığı halinde uygulanmak üzere 1979'da başlattığı bir sistem olup; yalnızca, alıcı ile satıcı arasındaki ihtilafın Oda'ca çözümleneceğine ilişkin bir sözleşmenin bulunması halinde başvurulmaktadır. Bu takdirde, hakem olarak, Oda organlarında

görevli olmayan, ilgili alanda uzman kişiler seçilmekte ve ihtilaf süratle çözümlenmektedir.

(5) Bilgilendirme ve Eğitim

İTO'nun tüketicinin korunması amacı doğrultusunda, tüketicilerin bilgilendirilmesi ve eğitimiyle ilgili seminer, panel, açık oturum vb. şekillerde toplantılar da düzenlemekte olduğu ifade edilmektedir. Ancak bu yönde bir çalışma yapıldığını söylemek güçtür; varsa da bunlar halka duyurulamıyor demektir.

Şüphesiz ki, İTO'nun tüketicinin korunması yolunda yaptığı bu çalışmalar olumlu yönde artmış adımlardır. Ancak, bu çalışmaların hayli sınırlayıcı yönleri vardır ki başlıcaları şöyle belirtilebilir:

- Herşeyden önce, yapılan faaliyetler geniş kitlelere etkinlikle duyurulamamaktadır, dolayısıyla, şikayet talepleri hayli düşük düzeydedir.

Nitekim, yazılı başvuru yukarıda Tablo V-2'de belirtildiği gibi, 9 yılda ancak toplam olarak 1992'ye ulaşmış, 1988 ve 1989 rakamları sırasıyla 481 ve 455 olmuştur.

- İTO, sadece İstanbul'da, (bu, en büyük ilimiz de olsa) bir şehre ve çevresine yardımcı olmaya çalışmaktadır.

- Ayrıca, mesleki bir kuruluş olarak da, sadece üyesi olan firmalarla ilgili işlem yapmakta, üyesi olmayan firmaların kendi üyeleriyle -hileli, bozuk, çürük malları nedeniyle- haksız rekabetine de, tüketicuyu korumaya da yardımcı olamamaktadır.

- Kuruluş içinde TSE'deki gibi bir "Tüketicinin Korunması Müdürlüğü" şeklinde örgütlenmeye gidilmesi ve bu konuya, ülkemizin 135.000'den fazla üyesi olan bu en büyük meslek kuruluşunun çok daha fazla kaynak ayırması gerekir. Oysa, İç Ticaret Şube Müdürlüğü çeşitli işleriyanında bu konuyla da ilgilenmekte; tüketici şikayetleri için de, bir "Şikayet Bürosu" değil, tek kişinin yürüttüğü bir "Tüketici Şikayetleri Masası" bulunmaktadır.

5.3.3. Ankara ve İzmir Ticaret Oda'larıyla Diğer Oda'ların Çalışmaları

İTO'nun dışında, başta Ankara Ticaret Odası ile İzmir Ticaret Odası olmak üzere yer yer diğer bir kısım Odalar da tüketicinin korunmasına yönelik bazı çalışmalar yapmaktadırlar.

Doğal olarak, bunların çalışmaları hem çok daha büyük bir kuruluş olması, hem de çok daha önce

bu tür faaliyetlere yönelmesi nedeniyle İTO'nun tüketicileri korumaya yönelik faaliyetleri ile kıyaslanamayacak kadar sınırlıdır.

Ankara Ticaret Odası (ATO)'nın "Tüketici Bürosu"na son 3 yılda yapılan şikayet sayısı aşağıda görüldüğü gibi 3,5 misli bir artışla 45'ten 156'ya yükselmiştir.

	1987	1988	1989	Toplam
Şikayet Sayısı	45	32	156	233

İstanbul ve Ankara Ticaret Odaları'nı takiben İzmir Ticaret Odası da 1986 yılında bir "Tüketici Şikayetlerini İnceleme Bürosu" kurarak faaliyete geçirmiştir (29). İki yıllık uygulamanın başarılı sonuç vermesi üzerinde, Kasım 1988'de etkinliği arttırmak için 18 kamu ve meslek kuruluşunun işbirliğiyle faaliyetlerin kapsamı genişletilmiş ve bir "Danışma Kurulu" oluşturulmuştur.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) yetkililerinin açıklamalarına göre, Birliğe bağlı çeşitli Oda'lar da yukarıda belirtilen üç büyük Oda'nın çalışmalarına benzer faaliyetler göstermektedirler. Bunların çoğunda söz konusu faaliyetlerin çok az, hatta yok denecek kadar düzeylerde olduğunu ve pek çok konuda geniş halk kitlelerinin bu kuruluşların tüketiciyi koruyucu amaç ve uygulamalardan haberdar bile olmadığını söylemek pek de yanlış olmayacaktır.

5.3.4. Bakanlıklar ile Belediyelerin Tüketiciyi Koruma Çalışmaları

Tüketicinin korunmasıyla ilgili devlet kuruluşları içinde çeşitli bakanlıklar vardır ki, başta tüketici sağlığı açısından Sağlık Bakanlığı; ekonomik çıkarlar yönünden ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığı gelir. Ayrıca mahalli idareler ya da yerel yönetimler olarak belediyeler, hem tüketici sağlığı, hem de ekonomik çıkarlarının korunması yönünden önemli görevler üstlenmişlerdir.

Sağlık Bakanlığı'na bağlı çeşitli kuruluşlar ve il ve ilçelerdeki birimler kuruluş konumu gereği halkın sağlığı ile yakından ilgilidirler.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ve bunun illerdeki birimleri olarak Sanayi ve Ticaret İl Müdürlükleri de tüketicinin korunmasıyla ilgilidirler. Yetkililer, İl Müdürlüklerine satın alınan malların kalite bozukluğu nedeniyle dilekçe ile yapılan şikayet başvuruları halinde tüketiciye yardımcı olunmaya çalışıldığını ifade etmektedirler. Örneğin, İstanbul'da 1990 yılının ilk 1,5 aylık döneminde 100 kadar başvuru olduğu yolunda bilgi verilmiştir (30). Ancak, genelde tüketiciler bu tür bir tüketiciyi koruyucu hizmet verildiğinden haberdar değildir.

Öte yandan, basına yansıyan haberlere göre, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, yakında ilk "Tüketici Şikayetlerini Değerlendirme Merkezi"ni Ankara'da açacak; bu merkezde ilk etapta 20'ye yakın kişi görevlendirilecek ve tüketiciden gelen şikayetler "Tüketici Şikayet Takip Form"larına işlenerek tüketici şikayetleri en kısa zamanda cevaplanacaktır. Bakanlığa bağlı "Ölçü ve Kalite Kontrol Şube Müdürlükleri'nin bulunduğu 37 ilde daha Ankara'yı takiben bu tür merkezler açılacaktır (31).

Belediyeler de halka çeşitli hizmetler sunan, özellikle tüketici olarak onların gerek sağlığı, gerek ekonomik çıkarları ve mallarla ilgili güvenilir bilgi edinmeleriyle yakından ilgili önemli mahalli idarelerdir. Çeşitli birimleri ve kendilerine bağlı sağlık kuruluşları ile halka çok yönlü hizmetler vermekle görevlidirler. Ancak, ileride mevzuatın değerlendirilmesi konusuyla ilgili olarak tekrar değinileceği üzere, bugün belediyelerin tüketiciyi koruma görevlerini etkin bir biçimde yapabildiklerini söylemek hayli güçtür.

5.3.5. Gönüllü Tüketici Örgütlenmesi Girişimleri ve Basında Tüketicile İlgili Yayınlar

Türkiye'de dernek, birlik vb. isimler altında tüketicilerin gönüllü örgütlenmeleri bugün için yok denecek düzeydedir. Aslında tüm dünyada bu tür örgütlenmelere devlet önemli yardım ve finansal destek sağlamıştır ve sağlamaktadır. Bizde destek bir yana, dernek kurmaya çeşitli yasal kısıtlamalar vardır; ayrıca, halkımızda bu alanda örgütlenmeye öncülük etme hususundaki genel bir ilgi azlığı yanında en büyük engel, şüphesiz ki finansal zorluklardan kaynaklanmaktadır.

Bilindiği kadarıyla, 1980'den hemen önceki yıllarda Ankara'da bu konuya ilgi gösteren bir kısım üniversite öğretim üyesi ve görevlisinin girişimiyle bir tüketicileri koruma derneği kurulmuştur. Ancak bu dernek gelişmemiş ve 12 Eylül 1980'den sonra tüm derneklerle birlikte kapatılmıştır. İstanbul'da 1986'da bazı gazetecilerle hanımlar tarafından kurulduğu bildirilen bir dernek de bir varlık gösterememiştir. Birkaç yıllık bir aradan sonra, Kasım 1989'da "Tüketici" adlı bir dergi de çıkarmaya başlayan söz konusu "Tüm Tüketicileri Koruma Derneği", 26 Ocak 1990'da "Kartellere ve Tekellere Karşı Alınacak Önlemler" konulu bir panel düzenlemiş; böylece adı bile bilinmeyen dernek basına yansımıştır.

Öte yandan, aktif iş hayatından çekilmiş bulunan tanınmış bir Ege'li işadamı ve eski İzmir Ticaret Odası Başkanının önderliğinde, Türkiye çapında faaliyet gösteren bazı birlik başkanları ile bazı öğretim üyesi ve avukatlar tarafından, İzmir'de Şubat 1989'da "Tüketiciyi Koruma Birliği Vakfı" adıyla bir gönüllü tüketici örgütü kurulmuştur. Türkiye Borsalar Birliği, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu, Türk Kadınlar Birliği, İzmir Gazeteciler Cemiyeti ve Türk-İş Sendikası Başkanlarının katıldığı bu Vakıf, başta İstanbul olmak üzere çeşitli il ve ilçelerimizde şube açmayı planlamaktadır.

Daha 1981-1982 yıllarında, kurucu Meclis üyesi olarak Anayasa'da tüketicinin korunması hükmünün konulmasına katkıda bulunan söz konusu işadamlarının başkanlığında ve bir üniversite öğretim üyesinin yönetimindeki bu kuruluş, verilen bilgilere göre, bir yıldan daha az bir sürede İzmir'de yapılan 700 kadar tüketici şikayetinin tümünü olumlu bir şekilde sonuçlandırmayı başarmıştır.

Dernek, birlik vb. örgütlenmelerin ülkemizde de diğer ülkelerde olduğu gibi desteklenmesi, gerçekten tüketicilere hizmet veren, kişisel veya grup çıkarı peşinde olmayıp, halka hizmeti, tüketiciye yardımı ve onu bilinçlendirmeye, üretici/satıcı ve tüketici güç dengesini sağlamaya çaba gösteren tüm gönüllü örgütlenmeler devletçe geniş bir şekilde desteklenmelidir.

İstanbul'daki bazı büyük günlük gazetelerimiz de, son zamanlarda tüketici köşeleri açarak, tüketicinin korunması yolunda, bilgi verici ve haksız, yanlış ticari uygulamaları sergileyici yönde yayınlarla bu konuya sınırlı da olsa katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, İzmir'de genel yayın yönetmenince tüketiciye yönelik olarak 1987 yılından beri çıkarıldığı ve tüketici şikayetlerini de çözümlemeye uğraştığı belirtilen, "Tüketici Rehberi" adlı bir gazetenin varlığından bahsetmek gerekir.

5.3.6. Sendikaların Tüketiciyi Koruma Çalışmaları: Türk-İş'in Pilot Bölge Uygulaması

Ülkemizde son zamanlarda tüketicinin korunmasıyla sendikaların ilgilenmesi yolunda bazı gelişmeler ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede, büyük bir işçi sendikası olarak Türk-İş'in Eskişehir'de tüketici şikayetleriyle ilgili bir pilot bölge uygulaması başlatması özellikle anılmaya değer bir girişim olmuştur. Bu amaçla, Eskişehir Ticaret Odası, Sanayi Odası ile sendika ve kooperatiflerden gelen temsilciler, Tabipler Odası, Baro, İşçi Emeklileri Derneği, Ticaret ve Sanayi Müdürlüğü temsilcilerinden oluşan bir danışma kurulu oluşturulmuş, başkanlığa da Anadolu Üniversitesi'nden bir öğretim üyesi getirilmiştir.

Yapılan uygulamaya göre, tüketici şikayetini "Tüketici Bürosu"na getirince, bu büro, sorunu üretici/satıcı-tüketici arasında çözümlemeyi denemekte; çözüm sağlanamazsa, her ay toplanan danışma kurulunda çözüm aranmaktadır. Türk-İş'in Eskişehir Tüketici Bürosu'na başvuran 500'ü aşkın tüketicinin tümünün şikayeti olumlu olarak sonuçlandırılmıştır (32).

Geniş kapsamlı ve etkili bir danışma kurulu oluşturarak faaliyete geçmesinden sonra, kısa sürede ilgi çeken ve şikayet başvurularını tümüyle olumlu sonuçlandıran bu pilot bölge uygulaması, İzmir'deki Vakıf çalışması ile birlikte iyi bir örgütlenme ile geniş tabanlı katılımın ülkemizde de sağlanabileceği ve başarılı olabileceği yolunda ümit verici iki örnek oluşturmuştur. Zira bunlar, açıklanan tüketiciyi koruma çalışması örnekleri içinde TSE dışında kısa zamanda çok sayıda

tüketicinin dikkat ve ilgisini çeken en önde gelenleri görünümündedirler. Dev bir Meslek Odası olan İTO bile, en azından yazılı tüketici başvuruları açısından, ancak 8-9 yılda önemli artış sağlayıp, -daha önce belirtildiği üzere- sadece 1988 ve 1989 yıllarında, sırasıyla 481 ve 455 şikayet sayılarına ulaşmıştır.

5.4. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASIYLA İLGİLİ MEVZUAT VE BUNLARIN GENEL OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu kısımda önce tüketicinin korunmasıyla ilgili mevzuata değinilecek, sonra da bunlarla ilgili genel bir değerlendirme yapılmaya çalışılacaktır.

5.4.1. Türkiye'de Tüketicinin Korunması Mevzuatı

Ülkemizde tüketicinin korunması sorunu 1982 Anayasası ile resmen devletin temel sorumluluk alanlarından birisi haline gelmiştir. Anayasamızın konuyla ilgili 172'nci maddesinde:

"Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder"

denilmekte; buna ilaveten, "kooperatifçiliğin geliştirilmesi" başlığını taşıyan 171'inci maddesinde de;

"Devlet, milli ekonominin yararlarını dikkate alarak öncelikle üretimin arttırılması ve tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri alır" ifadesine yer verilmekte ve 167'nci maddesinde ise:

"Devlet para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler" denilmektedir (33).

Daha önce de belirtildiği gibi; konuyla ilgili mevzuat taraması yaptıran Bakan düzeyinde kamu yetkilisinin açıklamalarına göre Türkiye'de bu alanda:

- 58 kanun
- 5 tüzük
- 10 kararname
- 7 yönetmelik
- 10 tebliğ

bulunmaktadır. AT'de tüketiciyi koruma çalışmaları açıklanırken hep, temel tüketici hakları esas alınarak, yasal düzenlemeler bu çerçevede incelenmişti. Türkiye'de tüketicinin korunması aşırı ölçüde cılız kalmış bir konu olduğu ve burada sadece kısaca değinildiği için, bu bölümde öyle bir

ayırma gidilmeden konular genel olarak ele alınmıştır.

Günümüzde tüketicinin korunmasıyla ilgili yasaların başında temel nitelikli ve kapsamlı yasalar olarak Türk Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu, Ceza Kanunu, Belediye Kanunu, İl İdaresi Kanunu, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun, Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ve Türk Standartları Enstitüsü Kuruluş Kanunu öncelikle sayılabilir (34).

Ayrıca, başta sağlıkla ilgili olmak üzere çok sayıda yasa, tebliğ ve yönetmelik bu çerçevede belirtilebilir ki, aşağıda önemli bazıları sıralanmıştır:

- 1593 Sayılı Umumi Hıfzısıhha Kanunu
- 1262 Sayılı İspenciyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu
- 6197 Sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun
- 2219 Sayılı Hususi Hastaneler Kanunu
- 3958 Sayılı Gözlükçülük Hakkında Kanun
- 2767 Sayılı Sıtma ve Frengi İlaçları İçin Kanun
- 1705 Sayılı Ticarete Tağşişin Men'i ve İhracatın Murakabesi ve Korunması Hakkında Kanun ve bu çerçevede konuyla ilgili çok sayıda Tüzük, Bakanlar Kurulu Kararı, Tebliğ Yönetmelik (TS'nin Uygulanması Hakkında Tüzük, İthalde TS'na Uygunluk Tebliği, Garanti Belgesi Tebliği ve İmalat Sanayi Yönetmeliği, Kalorifer Kazan Yönetmeliği gibi).
- 3489 Sayılı Pazarlıksız Satış Mecburiyetine Dair Kanun
- 132 Sayılı TSE Kuruluş Kanunu'nu Tamamlayıcı Nitelikte TSE Markası Kullanma Talimatı ve TS Belgelendirme Talimatı
- 551 Sayılı Markalar Kanunu
- 1782 Sayılı Ölçüler Kanunu
- 5590 Sayılı Odalar ve Borsalar Birliği Kanunu
- 507 Sayılı Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Derneği Kanunu
- 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu ve bunu değiştiren kanunlar
- 3161 Sayılı Orman ve Köyişleri Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ve ilgili,
- 6968 Sayılı Zirai Mücadele ve Zirai Karantina Kanunu
- 80 Sayılı Toptancı Hallerinin Sureti İdaresi Hakkında Kanun
- 3274 Sayılı Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı Teşkilatı ve Görevleri Hakkında Kanun ilgili İthalat Rejimi Kararları ve Yönetmelikleri
- 1211 Sayılı TC Merkez Bankası Kanunu ve Taksitli Satışlarla İlgili Tebliğ
- 1512 Sayılı Noterlik Kanunu

- 3780 Sayılı Milli Korunma Kanunu
- 2935 Sayılı Olağanüstü Hal Kanunu
- Diğer çeşitli bakanlıklarla ilgili kuruluş ve teşkilat kanunları ve kararnameleri

5.4.2. Tüketicinin Korunması Mevzuatının Genel Olarak Değerlendirilmesi: Yasaların Çok Eski Olması, Dağınıklığı ve Diğer Hususlar

Mevzuatımızın hayli eski, etkisiz ve özellikle günümüzde amaca hizmetten çok uzak olmalarıyla ilgili bazı hususlara kısaca değinmeden önce, burada belirtilmesi gereken önemli bir nokta, en yeni yasalarımızdan olan 1982 Anayasası'nın öngördüğü devletin tüketiciyi koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alması ve kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik etmesi hükmünü yerine getirme yolunda hemen hemen hiçbir gelişme sağlanamamış olduğu hususudur.

Yine Anayasa'mızın tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifciliğin geliştirilmesi hükmü ile ilgili olarak yapılabilenler çok sınırlı olduğu gibi; özellikle, üçüncü bir husus olarak belirtilen piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önleme hükmünün gerçekleştirilmesi yoluna en küçük bir adım bile atılmamıştır:

(1) Yasaların Çok Eski Olması

Mevzuatımızda çeşitli yollardan tüketicinin korunmasıyla ilgili çok sayıda yasa, kararname, yönetmelik, tüzük, tebliğ ve talimat hükmü veya maddesi olduğu belirtilerek, yukarıda bunların önemli bir kısmı sıralanmıştı. Bu yasalar ve yasa niteliğindeki kanun hükmünde kararname, tüzük vb. çoğunlukla çok eski tarihlidirler. Hatta birçoğu 50-60 yıllık olan bu yasalarla çıkarıldıkları zaman bile tüketicinin yeterince korunabildiği çok şüpheli iken, 1950, 1963 ve 1980 gibi dönüm noktalarından geçerek, önemli değişme ve gelişmelerle 1990 yılına gelen Türk ekonomisinin mevcut koşullarında tüketicinin korunuyor olmasını beklemek ancak aşırı bir iyimserliğin sonucu olabilir.

Aşağıda, konu ile ilgili bazı önemli yasaların çıkarılış tarihleri sıralanmıştır. Ancak, -daha sonra değinileceği üzere- tüketiciyi korumak sadece iyi hazırlanmış ve yeni yasalar çıkarmakla gerçekleştirilmesi mümkün bir iş de değildir. Zira en az yasalar kadar önemli hususlar vardır ki, yasalara işlerlik kazandıracak idari/kurumsal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi yoluyla süratle hakların elde edilmesini ve tüketici bilincinin geliştirilip, tüketici haklarının geniş kitlelere benimsetilmesi yoluyla da onların "hak arar" duruma getirilmesini sağlamak konunun önemli boyutlarından sadece bazılarıdır.

- Türk Ceza Kanunu (765 sayılı)	: 1926
. TCK'nun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesi Hakkında Kanun (5435 sayılı)	
. 1983 yılında, 2790 ve 2891 sayılı kanunlarla bazı maddeleri değiştirilmiştir.	
- Borçlar Kanunu (818 sayılı)	: 1926
- İспенçiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu (1262 sayılı)	: 1926
. İспенçiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununa Yeniden Bazı Hükümler İlavesine Dair Kanun (3940 sayılı)	: 1940
- Belediye Kanunu (1580 sayılı)	: 1930
- Umumi Hıfzısıhha Kanunu (1593 sayılı)	: 1930
- Ticarete Tagşış'ın Men'i ve İhracatın Murakabesi ve Korunması Hakkında Kanun (1705 sayılı)	: 1930
- Ölçüler kanunu (1782 sayılı)	: 1931
- Hususi Hastaneler Kanunu (2210 sayılı)	: 1933
- Endüstriyel Mamulatin Maliyet ve Toptan Satış Fiyatlarının Kontrolü ve Tesbiti Hakkında Kanun (3003 sayılı)	: 1936
- Pazarlıksız Satış Mecburiyetine Dair Kanun (3489 sayılı)	: 1938
- İl İdaresi kanunu (5542 sayılı)	: 1949
- Türk Ticaret Kanunu (16762 sayılı)	: 1956

(2) Yasaların Çok Dağınık Olması

Ülkemizde tüketicinin korunmasıyla ilgili yasa hükümlerinin hayli çok olmasına karşılık, bunlar birbirinden kopuk ve çok dağınık durumdadırlar. Söz konusu yasalar kalın çizgilerle iki ana grupta toplanabilir:

1. Rekabetin korunması amacını taşıyan, tüketiciyi bu yoldan koruyucu yasalar
2. Doğrudan doğruya tüketiciyi korumayı amaçlayan yasalar.

Birinci gruptaki yasalar çoğunlukla tüketicinin ekonomik çıkarlarıyla ilgili olmakla beraber, bir kısmı sağlık ve can güvenliğiyle de ilgilidirler; dürüst ticareti ve iş hayatını sağlama amacını güderler. Örneğin, Türk Ticaret Kanunu (TTK)'nin iş hayatında firmalar arasındaki haksız rekabeti yasaklayan hükümleri tüketiciyi de korumayı öngörmektedir. TTK, (md.56-57) haksız rekabeti, "aldatıcı hareket ve hüsnüniyet kaidelerine aykırı sair suretlerde iktisadi rekabetin her türlü suistimalidir" şeklinde tanımlayarak, hüsnüniyet kaidelerine aykırı hareketleri sıralamaktadır (35).

Kanun, haksız fiilin tesbiti, durdurulması sebep olduğu zarar-zıyanın tazmini vb. konular için zarar gören tarafın dava açabileceğini ifade etmektedir. Rekabetin sağlanması tüketicileri dolaylı olarak

ilgilendirdiği gibi, doğrudan ilgili olarak da, "Haksız rekabet yüzünden iktisadi menfaatleri haledar olan müşterilerin de belirtilen davaları açabileceği (md. 58, 2. fıkra) hükmünü koymaktadır. Bu da, tüketicinin zararlarının tazmini hakkını ifade etmektedir. Ayrıca, 818 sayılı ve 1926 tarihli Borçlar Kanunu'nun 48'inci maddesi de zarar gören tarafa, haksız ve hüsnüniyete aykırı fiillerde, bunların durdurulmasını ve zararın tazminini dava etme imkanını vermektedir (36). Doğrudan doğruya tüketiciyi korumayı amaçlayan yasa hükümleri de oldukça çok sayıdadır. Bunların önemli bir kısmı tüketicinin sağlığı ve can güvenliğini ilgilendirirken, büyük bir bölümü yine ekonomik çıkarlarla ilgilidir. Ayrıca, tüketiciyi bilgilendirmeyi amaçlayan hükümler de vardır.

Özel önemi nedeniyle, tüketicinin sağlığını ve can güvenliğini korumakla ilgili olarak hayli dağınık olan çeşitli yasa hükümlerinden bazı örnekler aşağıdadır.

- 1593 sayılı ve 1930 tarihli Umumi Hıfzısıhha Kanunu'na göre (md.1, 126, 127), insan sağlığı ile ilgili her türlü ilaç ve müstahzarlar; her türlü yiyecek ve içeceklerin satıldıkları yerleri ve niteliklerini denetlemekle Sağlık Bakanlığı görevlendirilmiştir (37). Keza, Sağlık Bakanlığı'nın kuruluşuna ilişkin 181 sayılı ve 1983 tarihli Kanun Hükmünde Kararname de (md.2), özellikle Tarım Bakanlığı ve mahalli idarelerle işbirliği yaparak gıda maddelerini ve bunları üretenleri sağlık yönünden denetimi görevini vermekte; ilaç, uyuşturucu gibi maddelerin, üretim ve tüketimini her safhada denetlemeyi, tıbbi madde ve müstahzarları üreten yerlerin açılış ve çalışmalarını esaslara bağlamayı ve denetlemeyi de bu Bakanlığın görevleri olarak saymaktadır (38).

- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki 3143 sayılı ve 1985 tarihli Kanun da bu Bakanlığa çeşitli görevler arasında (md.2), "Sanayi mamullerinin standartlarını hazırlamak veya hazırlatmak, kalite kontrolü yapmak veya yaptırmak, gerektiğinde sanayi mamullerinin fiyatlarını tesbit etmek" görevleri ile, özellikle "iç piyasadaki başlıca gıda ve ihtiyaç maddelerinin fiyat hareketlerini takip etmek ve iç piyasayı denetlemek, bir kısım kooperatiflerin ve koperatif birliklerinin kuruluş, işleyiş ve denetimlerine ait işlem ve hizmetleri yürütmek" görevlerini vermektedir (39).

Ayrıca, İç Ticaret Genel Müdürlüğü'nün görevleri arasında (md.12) tüketicinin korunması açısından özellikle önemli olan şunlar da sayılmaktadır (40):

"a) İç piyasadaki başlıca gıda ve ihtiyaç maddelerinin fiyat hareketlerini takip etmek, fiyatların serbest rekabet esaslarına göre meydana gelmesini önleyici hususların ortadan kaldırılması yollarını araştırmak,

b) tüketicilerin meselelerini tesbit etmek, tüketicinin eğitilmesi, teşkilatlanması ve

korunmasının temini için tedbirler almak"

Gerek Umumi Hıfzısıhha Kanunu ve Kuruluş Kanunu ile Sağlık Bakanlığı'na verilen tüketiciyi koruma görevlerinin; gerekse, kendi Kuruluş kanunu ile 24 Ocak 1980 sonrası şartlarına göre fiyat kontrolü yerine, serbest rekabeti önleyici hususları ortadan kaldırma ve tüketicilerin sorunlarının tesbiti ile eğitilmesi, teşkilatlanması ve korunması tedbirlerini alma görevi verilen Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın bu görevlerinin, etkili bir biçimde yerine getirildiklerini söylemek mümkün değildir. Ancak, tüketiciyi korumada -aşağıda ayrıca değinilecek olan belediyeler ile birlikte- en zor görevlerin yüklendiği bu iki Bakanlığın, mevcut idari yapıları, kadro ve personel imkanlarının bunları etkin bir biçimde yapmaya elverişli olduğunu söylemek de güçtür. Daha önce bu bölümde belirtilmiş olduğu üzere, 1974 yılında Ticaret Bakanlığı'nda yeni kurulan Tüketici Şikayetleri Şubesi'nin uzman personel bulunmadığı gerekçesiyle kapatılmış olduğu da unutulmamalıdır.

Öte yandan, 1580 sayılı ve 1930 tarihli Belediye Kanunu ile bunun değiştirilen veya sonradan eklenen bazı maddelerinde belediyelerin görevleri arasında (md.2), "halka açık yerlerin temizliği, yenilecek, içilecek ve halkın sağlığına ilişkin yerlerin kanun, nizamname veya talimatnamelere göre denetimini, halkın yiyip içme, yatıp kalkmasına, eğlenmesine ilişkin yerlerin ve buralarda satılan şeylerin temizliğine, sıhhiğine dikkat etmek vb. görevleri de sayılmaktadır (41).

Günümüzde yetkileri ve görevleri hayli artmış olan belediyelerin bunları etkin olarak yapıp, tüketicileri yeterince koruduklarını söylemek de gerçekleri yansıtmaz. Nitekim İstanbul Büyükşehir Belediyesi ile ilçe belediyelerinin 1989 yılının son aylarında alışılmışın dışında ve sıkı olarak çeşitli üretici/satıcı firmaların üretim ve satış yerlerine yaptıkları denetimlerde, **"tüketicinin kullandığı pek çok gıda maddesinin sağlıksız koşullarda üretildiği ve satıldığı; incelenen maddelerin pekçoğunun sağlık şartlarına uymadığının ortaya çıktığı"** günlük basının olağan haberleri haline gelmiş bulunmaktadır. Ayrıca, konuyla ilgilenen bilim adamlarının incelemeleri ile, İstanbul'daki Hıfzısıhha Enstitüsü'ne halktan yapılan başvurular üzerine incelenen gıda maddesi örneklerinin de, çoğu kez sağlığa uygun olmayan sonuçlar verdiğine ilişkin yayınlara sıkça rastlanmaktadır.

Hayli dağınık olan yasal düzenlemelere bir örnek de aldatıcı-yanıltıcı reklamlarla ilgilidir. Aldatıcı-yanıltıcı reklam uygulamaları da, yazılı ve sözlü basında sık sık rastlanan bir olgu olarak dikkati çekmektedir. Borçlar Kanunu'nun haksız rekabetle ilgili maddesinde "yanlış ilanlar" ile hüsnüniyete aykırı fiillerden söz edilmektedir. Türk Ticaret Kanunu'nun haksız rekabet hükümleri de genel bir biçimde konuyla ilgilidir. TRT Reklam Yönetmeliği'nde de aldatıcı-yanıltıcı reklama ve çocukların reklamlarda kullanılmasına ilişkin düzenlemeler yapılmıştır. Ancak, ülkemizde gerek sözlü ve gerek basın-yayın araçlarında, gerekse açık hava ve posta reklamlarında tüketiciyi aldatıcı-yanıltıcı uygulamaların etkin bir biçimde önlenmiş olduğunu söylemek mümkün

değildir.

(3) Yasalarla İlgili Diğer Hususlar

Tüketicinin korunmasıyla bağlantılı bazı hususlar da şöyle belirtilebilir:

- Yasaların öngördüğü, ya da belirli devlet kurum ve kuruluşlarına görev olarak verdiği hizmetleri yapacak kapasitede idari/kurumsal yapı çoğu kez ya mevcut olmamış, ya da yetersiz kalmış; sonuç olarak, bu görevleri etkinlikle yapabilecek görev birimleri oluşturulamamıştır. Oysa, yasalara işlerlik kazandıracak olan asıl bu yapı ile uygulama kapasitesine sahip yetişmiş, uzman personel kadrosudur.

- Tüketiciyi bilgilendirmeye ve eğitmeye, bu yoldan tüketici bilincini geliştirmeye yönelik yayınları ve diğer çalışmaları öngören düzenlemeler mevcut değildir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na bu hususun görev olarak verildiği yukarıda belirtilmişti. Bu konuda TSE'nin çalışmaları bir istisna olarak kendini göstermektedir.

- Tüketiciyi aldatıcı-yanıltıcı reklama ilişkin düzenlemeler çok yetersizdir. Devletin radyo ve televizyonunda bile gerçekliği ispat edilemeyecek, abartılı ve aşırı iddialı reklam temaları yayınlanabilmektedir.

- Yeni Anayasa'nın öngördüğü şekilde "tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik edici" tedbir olarak hiçbir yasal/örgütsel düzenleme yapılmamış; gönüllü tüketici örgütleri oluşturma girişimlerine (ilgili maddenin amacı ve hemen hemen tüm dünyadaki uygulamalar doğrultusunda) finansal destek vermek ve çeşitli diğer kolaylıklar sağlamak gerekirken, bugüne kadar bu yönde hiçbir olumlu adım atılmamıştır.

- Ülkemizde 1970-1990 yılları arasında tam 10 adet ticarete dürüstlüğü sağlayıcı veya rekabeti sınırlayıcı uygulamalara karşı yasa tasarısı söz konusu olmuşsa da, hala bir anti-kartel yasası çıkarılamamıştır. Hele, 1989 yılı sonlarıyla 1990 yılı başlarında, en kapalı rejimlerin açıklık yolunu seçtiği bir dönemde, sonuncu anti-kartel yasa tasarısının kamuoyuna açıklanmadan, kapalı kapılar ardında tartışılmasının nedenlerini anlamak mümkün değildir.

5.5. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASI VE AT'YE UYUM SAĞLANMASI YOLUNDA ALINMASI GEREKEN BAZI TEDBİRLER

Ülkemizde bol miktarda yasa, kararname, tüzük, yönetmelik, tebliğ ve talimat hükmü bulunduğu halde bugün tüketicinin korunması durumunun çeşitli bakımlardan bizden geri sayılan birçok

ülkedekinden daha geri olduğu yukarıda belirtilmişti. Daha çok rekabeti sınırlayıcı ve tekelci güç yaratıcı davranışları engelleme yoluyla tüketicinin korunmasını temel alan bir yasa çıkarma girişimlerinin de bir türlü olumlu bir sonuca ulaşamadığı ve konunun hala hükümetin gündemindeki yerini koruduğu ifade edilmişti.

Yine daha önce belirtildiği gibi, Türkiye'de bu konuda yapılması gereken çok şey ve alınması gereken pekçok tedbir ileri sürülebilir. Esasen, sorunun bu yönü ayrıntılı analiz ve değerlendirmeleri gerektiren başlıbaşına bir çalışmanın konusu olacak kadar geniş boyutludur.

Önümüzdeki yıllarda AT'ye üye olma yolundaki ısrarlı çabalarımızı sürdürürken, her alanda olduğu gibi bu konuda da, "uyum" için gerekli düzenlemeleri yapıp, temel tüketici haklarının fiilen kullanıldığı bir yasal/idari/kurumsal ortam yaratmanın önemi ve gereği açıktır. İşte bu amaçla, ülkemizde tüketicinin korunması ve ileride AT'ye girme hedefimize bu yönden uyum sağlanması için alınması gereken bazı tedbirler geniş bir perspektif içinde, genel hatlarıyla ele alınarak aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır:

1. Herşeyden önce şu nokta önemle vurgulanmalıdır: Tüketicinin korunması sorunu çok boyutlu, çok yönlü, ve çeşitli çıkar gruplarını ilgilendirdiği için de hayli karmaşık ve çözümlenmesi güç bir sorundur. Bunu bugünden yarına kolayca halledebileceğimizi düşünmek büyük bir yanılgı olur. Nitekim sırf AT'deki çalışmalar 1972 yılından beri sürmektedir. 1975'ten beri 3 ayrı program uygulanmasıyla, olumlu sonuçların çoğu son 4-5 yıl içinde elde edilmiştir.

2. Tüketicinin korunması sadece yasa çıkarmakla çözümlenebilecek bir sorun da değildir. Dünyanın en iyi tüketiciyi koruma yasasını çıkarmanın bile, başlıbaşına bu karmaşık sorunu çözümlenmeye yeterli olmayacağı açıktır. Esasen, dünyada öyle bir yasa ile çözümün örneği de yoktur. Kaldı ki, biz 10 adet tasarı geliştirilmiş olmasına rağmen; rekabeti sınırlayıcı uygulamaları engelleme ve ticarete dürüstlüğü sağlama yoluyla tüketiciyi koruma amacını güden yasa çıkarma girişimlerini 20 yıldır sonuçlandıramamış bulunuyoruz ki, bunun temel nedeni ya konuya gereken önemin verilmemiş olması; ya da, gerçekten çıkarılması istenmeyip, sürüncemede bırakılması olabilir.

3. En az çıkarılacak yasalar kadar önemli bir husus, bunlara işlerlik kazandırılmasıdır. Yasaların işlerliğe sahip olması da, bu konuda başarılı ülke uygulamalarından yararlanmayı ve toplumumuzun ekonomik ve sosyo-kültürel özelliklerine göre adaptasyona gitmeyi; söz konusu yasalarla uyumlu idari/kurumsal örgütlenmeleri gerçekleştirmeyi; ve verilen görevleri etkinlikle yapabilecek uzman personel kadrolarını oluşturmayı gerektirir.

4. Gelişmiş ülkelerin çoğunda, tüketicinin korunmasında devlet etkin bir rol oynadığı gibi, gönüllü

tüketici örgütlenmelerini teşvik edip, özellikle bunlara finansal destek ve çeşitli imkanlar sağladığı ve sağlamaya devam ettiği görülmektedir. Bizde konuyla ilgili en yeni yasalarımız olarak Anayasa'nın (1982) hükmüne ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Kuruluş Kanunu 'nun (1985) bu Bakanlığa görev veren hükmüne rağmen, bu alanda bir gelişme sağlanamamış, devlet gerekli tedbirleri alamamıştır.

Şüphesiz ki, ülkemizde de gönüllü örgütlenmelerin mümkün olan en geniş ölçüde desteklenmesine, tüketiciyi koruma dernek ve birliklerinin kurulup, gelişmesine büyük bir ihtiyaç vardır.

5. Esasen tüketicinin korunması, öncelikle, tüketicinin kendi kendini korumasını sağlayacak tedbirlerle mümkündür. Bu nedenle tüketici örgütlenmesi de dahil çeşitli yasal/idari/kurumsal düzenlemeler yanında, tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi yoluyla tüketici bilincinin geliştirilmesi ve bu bilincin tüm topluma yaygınlaştırılması da sağlanmalıdır. Zira, tüketici olarak temel haklarından habersiz, ya da haberdar da olsa, bunları kullanmayan tüketiciyi, ne devlet ne de başka kuruluşlar yeterince koruyabilir.

6. İşte bu doğrultuda alınan bir kararla, AT'de 1986'da tüketici eğitimi ilk ve ortaokullara da sokulmuş bulunmaktadır. Daha 1979'da pilot okullarda tüketici eğitimine başlanmıştı. Bizde de yetişkin tüketicilere yönelik bilgilendirme ve eğitim kampanyaları yanında, uzun vadeli olarak geleceğin yetişkin tüketicilerini daha çocuk yaştan itibaren eğitecek düzenlemelere gidilmelidir. Aslında, bunun eğitim sistemimize sokulması pek zor da değildir.

7. Tüketicinin sağlığı ve can güvenliği ile ilgili yasal düzenlemelere önem verilmeli; başta gıda maddeleri olmak üzere konuyla ilgili maddelerin üretim ve ticaretine yönelik çalışmalar ve uygulamalar büyük bir titizlikle uygulanmalıdır. Bu yönden AT standartları ve ithalata koydukları kısıtlamalar ciddiyle takip edilmelidir.

8. Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması ve hileli, yanıltıcı, aldatıcı uygulamaların önlenmesi, 1926 tarihli Borçlar Kanunu ile 1956 tarihli Türk Ticaret Kanunu'nun "Haksız rekabet" ile ilgili genel hükümlerine bırakılmamalıdır. Pazarda rekabeti engelleyici uygulamalarla, aldatıcı-yanıltıcı reklamların önlenmesi, bu genel hükümler yerine, spesifik ve çağdaş pazarlama yapısına uygun yasal düzenlemelerle sağlanmalıdır. Keza, 1926 tarihli Türk Ceza Kanunu'nun ticaret ve sanayie hile ve fesat karıştırmakla ilgili durumlar için öngördüğü cezaların bir kısmı tamamen anlamsız kaldığı gibi, ekonomik soruna ekonomik çözümler ön planda tutulmalıdır. Örneğin, bozuk ya da hileli mal satan tüccarı hapse atmaktan daha önemlisi, bozuk malın değiştirilmesidir ve hapis cezası daha çok caydırıcı yönü bakımından gereklidir.

Rekabeti sınırlayan ve tekelci güç oluşturmaya yönelik davranışlara karşı anti-kartel yasası çıkarılmalı; ancak bu çok yönlü analiz ve değerlendirmelerle açıklık ilkesi içinde tartışılarak bünyemize uygun ve işlerliği olan bir biçimde çıkarılmalıdır. Kamuoyuna açık olmayan, kapalı kapılar ardındaki görüşmelerle böyle bir tasarı oluşturup, yasalaştırmak sakıncalıdır.

9. Tüm halkımızı, 55 milyon insanı ilgilendiren bu konuya, başta bakanlıklar, belediyeler, TRT, TSE ve çeşitli diğer kuruluşlar çok daha etkin bir biçimde sahip çıkmalıdırlar. Odalar ve Borsalar Birliği ile Sanayi Odaları ve Ticaret Odaları da, bu amaçla daha çok zaman ve kaynak ayırmalı; bunun için gerekirse yasal/idari düzenlemeler sağlanmalıdır.

10. Özel sektör basın organlarının da -başta günlük gazeteler ile haftalık dergiler olmak üzere-, tüketicinin korunması konusunu sansasyon konusu yapmadan daha geniş boyutlarda ve daha sık bir biçimde işlemleri için gönüllü özendirici çalışmalar yapılmalıdır.

11. Ülkemizde halen mal ve hizmet standartlarını geliştiren TSE sınırlı imkanlarla çalışmakta; ana faaliyetleri yanında tüketici şikayetleriyle de uğraşmaktadır. Dünya Standartlar Örgütü (ISO)'nün üyesi ve Türkiye temsilcisi olan bu kuruluşun imkanları genişletilmeli, milyarlarca lirayı gerektiren test laboratuvarlarının geliştirilmesine çalışılırken, bir yandan sadece bazı büyük şehirlerde bulunan test olanaklarının daha etkin kullanımını sağlanmalı; öte yandan, özellikle şikayetler konusundaki başarılı çalışmaları geniş halk kitlelerine daha etkin olarak duyurulmalıdır. TSE, AT standartlar kurumları olan CEN ve CENELEC ile ilişkilerini geliştirmelidir.

12. Kurulup, geliştirilmesinin önemi ve gereği belirtilen gönüllü tüketici dernek ve birliklerinin kalite testleri yapma imkanlarının oluşturulması araştırma ve test sonuçlarının bülten vb. şekillerde -orta ve uzun vadede de olsa- halka ulaşmasını sağlayıcı olanaklar düşünülmelidir.

13. Genelde "tüketicinin korunması" fikrini kamuoyunun gündeminde tutmaya ve topluma yaymaya yönelik "yarışma", "panel", "açık oturum", "araştırma" vb. faaliyetler teşvik edilmeli; anlamlı kampanyalar düzenlenip, özellikle kitle iletişim araçlarıyla bunlar halka duyurulmalıdır. Keza, "Tüketici Ombudsmanı" ve İngiliz sisteminin bazı kurumlarının ülkemize uygulanabilme durumu incelenmelidir.

14. Tüketicileri temel hakları ve haklarını aramaları konusunda bilinçlendirmeye çaba gösterirken, tüketici şikayetlerinin süratle çözülmesini sağlayıcı yasal/idari/kurumsal düzenlemelere de önem verilmelidir. Örneğin, bu çerçevede, dünyaca ünlü ve pek çok ülkenin uyguladığı "pazar mahkemeleri" bünyemize uygun olacak bir biçimde adapte edilerek, haksızlığa uğrayan tüketicinin kısa sürede sonuç alması sağlanmalıdır.

Genel yargı sistemimizin ne kadar yüklü olduğu, davaların birkaç yılda sonuçlanmasına yolaçacak kadar ağır işlediği "mahkemelerde uğraşmak" istemeyen tüketicinin pekçok küçük sorunda hak aramaktan vazgeçtiği bilinen bir gerçektir. Yargı mekanizmaları bizimkinden daha gelişmiş durumdaki AT ülkelerinde bile, tüketicinin "tazmin hakkını kullanmanın, olağan yasal kanallardan gidilmesi halinde çoğu kez aşırı ölçüde zaman alıcı ve pahalı olduğu" görüşü hakimdir. Zaten pazar mahkemelerinin birçok ülkede uygulanması bu nedenledir.

15. Tüketicinin korunması iki ayrı temel fayda sağlar: bir yandan tüketicinin refahını arttırır; öte yandan, üretici/satıcı firmaların daha iyi ve kaliteli mal üretmeye çaba göstermelerine yolaçar. Bu sayede, iyi ve kaliteli malların iç pazarda rekabet gücü ve pazar payı arttığı gibi, kaliteli ve sağlık şartlarına uygun mallar üreten firmalar dış pazarlarda da rekabet gücüne kavuşurlar. (AT'nin 3. Tüketicii Koruma Programı'nda bu ikinci nokta da özellikle vurgulanmıştır). Bu nedenle işletmelerimiz, gerek iç pazarda, gerekse dış pazarlarda geçerliliği kalmamış eski ticari zihniyet yerine, bir iş ve işletmecilik anlayışı olarak tüketicii ve tüketici tatminini ön plana çıkaran modern pazarlama anlayışını benimseyip uygulamalıdır.

16. Burada önemli görülen bazı tedbirler genel hatlarıyla belirtilmekle beraber bunların sayısı hayli arttırılabilir. Tüketicii koruma yolundaki çalışmaların çoğu, şüphesiz ki, hemen sonuç alınacak türden değildir. Fakat, kısa zamanda alınabilecek tedbirlerle, orta vadede ve sadece uzun vadede yapılabilecek işleri birbirinden ayırmak; bunları bir zincirin halkaları gibi birbirlerini tamamlayacak biçimde, geniş bir perspektif içinde ele almak gerekir. Bu da, ancak uzun dönemli bir ulusal tüketicinin korunması politikasının oluşturulması ile mümkündür. Birbirinden kopuk uygulamalar yerine, aynı yönde ve sistemli bir planlama ve programlama ile faaliyetlerin düzenlenip uygulanması sağlanmalıdır.

17. Birçok konuda olduğu gibi, tüketicinin korunması konusunda da "Amerika'yı yeniden keşfetmek" çabası yerine, çeşitli ülkelerdeki başarılı uygulama örneklerinin ciddi olarak incelenmesi ve değerlendirilmesine yönelmek ve bunlardan yararlanmak gerekir. Ancak, bu uygulama örnekleri değerlendirilirken, hemen hemen bütün ülkelerin sanayileşmiş ülkeler olduğu ve sosyo-kültürel özelliklerinin önemli farklılıkları bulunduğu hususu da gözardı edilmemelidir.

18. AT'ye üye olmayı hedeflediğimize göre, öncelikle bu Topluluk'taki teknik gelişmelere göre sürekli bir şekilde değiştirilerek geliştirilen yasa ve yönetmeliklerin de devamlı olarak izlenmesi; bir yandan tüketicii korumadaki mevcut çok geri durumumuzu düzeltmeye çalışırken, bir yandan da, oradaki yeni gelişmelere nasıl uyum sağlayacağımızı gözönünde tutmak gerekir.

19. Bütün bu çalışmalar ve ulusal bir tüketici politikası oluşturulup uygulanması süreklilik gerektirir. Bu nedenle, çeşitli konular ayrı ayrı uzmanlık grupları ve komitelerle sürekli olarak izlenmeli ve kısa vadeli çıkarlar yerine, uzun vadeli toplum çıkarları ön planda tutulmalıdır.

20. Nihayet, bu çalışmalar devlet teşkilatının en üst düzeylerinden yürütülecek merkezi bir örgütlenme ile (örneğin, başbakanlığa bağlı ve esas işi bu olan bir müsteşarlık gibi) bir koordinasyon birimi ile daha etkili bir biçimde yürütülebilir. Çeşitli bakanlıkları ilgilendiren yasal düzenleme ve değişikliklerin daha kolay yapılabilmesi bakımından, bir bakanlığa bağlı birim yerine, bunların üzerinde, başbakanlıkça yönlendirmenin daha iyi sonuç alıcı bir yol olduğu ileri sürülebilir.

NOTLAR

1. Modern pazarlama anlayışı (veya kavramı konusunda şu eserler görülebilir: Philip Kotler (Çev.: Yaman Erdal), Pazarlama Yönetici, Cilt I, Beta Yayıncılık, İstanbul: 1986, Bölüm I; İsmet Mucuk, Pazarlama İlkeleri, 4. Basım, Der Yayınları, İstanbul: 1987, Birinci Bölüm; William J. Stanton and Charles Futrell, "Fundamentals of Marketing", Eight Edition, McGraw-Hill Book Company, New York: 1987, Chapter 1.
2. İsmet Mucuk, "Tüketicinin korunması Hareketi ve Bazı Yeni Gelişmeler, İktisat ve Sosyal Bilimler, Temmuz 1982, Cilt III, Sayı 1, s. 107-113. Bu makale ayrıca, yazarın şu eserinde EK olarak yayınlanmıştır: Pazarlama İlkeleri, 4. Basım, Der Yayınları, İstanbul: 1987.
3. Tanju Öztürk, Pazarlama Ekonomisi ve Tüketicinin Korunması, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul: 1981, s. 77-79, M. Akdağ'ın M. Gürata'nın eserlerine ve S. Yerasimos'un Doktora tezine dayanılarak.
4. Adı geçen kaynak (a.g.k.), s. 79, M. Gürata'nın Unutulan Adetlerimiz ve Loncalar, Tisa Matbaacılık, Ankara: 1975 adlı eserine dayanılarak, s. 8.
5. a.g.k., s. 80.
6. Devlet Planlama Teşkilatı (Hazırlayan: Engin Doğu), Tüketicinin Korunması, Ankara, 1975, s. 11.
7. Öztürk, a.g.k., s. 82.
8. Mucuk, a.g.k., s. 112.
9. İstanbul Ticaret Odası, Karteller ve Rekabeti Sınırlayıcı Uygulamalar Hakkında Kanun Tasarısı, (Teksir), İstanbul, 1979.
10. Mucuk, a.g.k., s. 112.

11. Ergun Özsunay, Kartel Hukuku, Fakülteler Matbaası, İstanbul: 1985, s.315-323.
12. a.g.k., s. 324-326.
13. a.g.k., s.326-340.
14. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar ve Uygulamalar Hakkında Kanun Tasarısı, Ekim 1989, Ankara.
15. "TÜKETİCİYİ KORUMA YASASI ÖLÜ DOĞUYOR", MİLLİYET Gazetesi, 27.1.1990.
Panel ile ilgili olarak şu gazeteler de görülebilir:
"Devlet Bakanı Işın Çelebi: TÜKETİCİ KORUNMUYOR", 27.1.1990, DÜNYA Gazetesi 27.1.1990
"Devlet Bakanı Çelebi, sanayide teşviklerin AT normlarına getirileceğini bildirdi: TÜKETİCİ KORUNUNCA ÜRETİCİ DE KAZANIR", TERCÜMAN Gazetesi, 27.1.1990.
16. DPT (Hazırlayan: Engin Doğu), Tüketicinin Korunması, Ankara: 1975, s. 113.
17. İstanbul Ticaret Odası, Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Mevzuat, İstanbul: Can Matbaası, 1987.
18. Milliyet Gazetesi, 27.1.1990.
19. Ahmet Güner, "Tüketicinin Korunması, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Uygulamaları", Standard (Özel Sayı Tüketicinin Korunması), s. 49.
20. Türk Standartları Enstitüsü, İstanbul Bölge Müdürlüğü'nden sağlanan veriler.
21. Enver Başarır, "Türk Standartları Enstitüsü ve Tüketicinin Korunması İle İlgili Faaliyetleri", Tüketicinin Korunması ve Diğer Ülkelerdeki Uygulamalar - II. Sempozyumu Tebliği - (Teksir), Ankara, 6 Nisan 1989.
22. "Belgelendirme Çalışmalarımız", TSE Tüketici Bülteni, Yıl 1, Sayı 1, Ağustos 1988, s. 4-5.
23. a.g.k., s. 5.
24. TSE İstanbul Bölge Müdürlüğü'nden sağlanan veriler; Milliyet Gazetesi, 14 Ocak 1990.
25. İTO'nun teksir edilmiş kaynakları yanında, bu konuda daha ayrıntılı bilgi şu kaynaktan sağlanabilir: Melike Kuş, Tüketicinin Korunması Sorunu ve Türkiye'deki Uygulama, İ.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İşletmecilik Programı, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), İstanbul 1990.
26. İTO, Tüketici Şikayetleri Masası'ndan alınan veriler.
27. **İSTANBUL TİCARET ODASI'NDAN TÜKETİCİLERE DUYURU.** Oda'mızla "Gönüllü Taahhütname" İmzalayan Firmaları Açıklıyoruz, Başlıklı Duyuru, Milliyet Gazetesi, 12 Eylül 1987.
28. İTO, İç Ticaret Şube Müdürlüğü'nden alınan veriler.
29. Ekrem Demirtaş, " Tüketicinin Korunmasında Ticaret Odalarının Rolü ve İzmir Ticaret Odası'nın Uygulamaları", TSE'nin düzenlediği "Tüketicinin Korunması ve Gelişmiş Ülkelerdeki Uygulamalar-II. Sempozyumu" Tebliği (Teksir), Ankara, 6 Nisan 1989, S.6-7.
30. Sanayi ve Ticaret İstanbul İl Müdürlüğü'nden alınan veriler.
31. Milliyet Gazetesi, 14 Ocak 1990.

32. Özkan Ünver, "Tüketicinin Korunması ve Standartlaştırma", Standard, (Özel Sayı Tüketicinin Korunması) Nisan 1988, s. 101.
33. İstanbul Ticaret Odası, Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Mevzuat, İstanbul: Can Matbaası 1987, s.16.
34. a.g.k., s.7-11.
35. a.g.k., s.33-34.
36. a.g.k., s.23.
37. a.g.k., s.123
38. a.g.k., s.122.
39. a.g.k., s.42.
40. a.g.k., s.43.
- 41 . a.g.k. s.300.

EK I

TÜKETİCİ BİRLİKLERİ AVRUPA BÜROSU (BEUC)'NUN MERKEZİ, ÜYELERİ VE YAYINLARIYLA İLGİLİ BİLGİLER (20 Ocak 1989 İtibariyle)

BEUC MERKEZİ: Bureau Europeen des Unions de Consommateurs
BELGIUM 29 rue, bte 3
B-1000 Bruxelles

Tel: (02) 218 30 93
Telex: 63772
Telefax: (02) 218 70 55

BEUC ÜYELERİ

ÜLKE

BİRLİK ADI VE ADRESİ

YAYINLARI

BELÇİKA

Association des Consommateurs
(Verbruikersunie)(Test-Achats)
13 Rue de Hollande
1060 BRUXELLES

TEST-ACHATS
MAGAZINE
TEST BUDGET ET
DROITS
BUDGET HEBDO

Tel: (02) 536 64 11
Telex: 26 771
Telefax: (02) 536 66 20

DANİMARKA

Forbrugerradet
Kobnagergade 7
1150 KOBENHAVN

TAENK

Tel: 0045 1 13 63 11
Telefax: 00 45 1 13 41 15

FRANSA	Union Federale des Consommateurs (UFC) 11 rue Guenot 75011 PARIS	QUE CHOISIR ?
	Tel: 00 33 1 43 48 55 48 Telex: 21535 Telefax: 00 33 1 43 48 44 35	
ALMANYA	ORGECO 3 Rue de Provence 5009 PARIS Tel: 00 33 1 42 46 08 33	INFORMATION CONSOMMATION
	Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände (AgV) Heilsbachstrasse 20 53 BONN-DUISDORF	INTERNER- INFORMATIONSDIENST VERBRAUCHER- POLITISCHE
YUNANISTAN	Tel: 00 49 228 64 10 11 Telex: 8869674 Telefax: 00 49 228 64 20 598	KORRESPONDENZ VERBRAUCHER RUNDSCHAU
	Stiftung Warentest 11/13 Lützowplatz 1 BERLIN 30	TEST TEST-DIENST
YUNANISTAN	Tel: 00 49 30 2631 1 Telex: 183588 Telefax: 00 49 30 261 10 74	
	Consumers' Protection Institute (INKA) 8 Milioni Street ATHENS 106 73	INKA
YUNANISTAN	Tel: 00 30 1 36 12 345 36 41 495 Telex: 226377	
	Consumers' Protection Center (KEPKA) 36 Vas Iraklion Str. THESSALONIKI	KATANALOTIKA VITAMA
IRLANDA	Tel: 00 30 31 26 94 49 26 94 38 Telex: 410342	
	Consumers' Association of Ireland (CAI) 45 Upper Mount street DUBLIN 2	CONSUMER CHOICE
IRLANDA	Tel: 00 353 1 62 24 66 68 68 36 61 24 42 Telex: 32575	

ITALYA	<p>Comitato Difesa Consumatori (CDC) Corso G Garibaldi 75 20121 MILANO</p> <p>Tel: 00 39 2 655 72 72 Telefax: 00 39 2 655 72 72</p> <p>Comitato Difesa Consumatori (CDC) Via Boezio 92 00192 ROMA</p> <p>Tel: 00 39 6 687 46 37</p>	ALTROCONSUMO
LÜKSEMBURG	<p>Union Luxembourgeoise des Consommateurs (ULC) 55 Rue des Bruyères 1274 HOWALD</p> <p>Tel: 00 352 49 60 22 Telex: 2966 Telefax: 00 352 49 60 26</p>	DE KONSUMENT
HOLLANDA	<p>Consumentenbond (CB) 26 Leeghwaterplein 2521 CV DEN HAAG</p> <p>Tel: 00 31 70 84 74 00 Telex: 33713 Telefax: 00 31 70 84 74 13</p>	<p>CONSUMENTENGIDS CONSUMENTEN REISGIDS CONSUMENTEN GELDGIDS</p>
PORTEKÍZ	<p>Associacao Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO) Av dos Defensores de Chaves 22-1 D 1000 LISBOA</p> <p>Tel: 00 351 1 57 39 08</p> <p>Instituto Nacional De Defesa do Consumidor (INDC) Praça Duque de Saldanha 31-2/3 1000 LISBOA</p> <p>Tel: 00 351 1 54 40 25 Telex: 18462</p>	<p>PROTESTE</p> <p>INFORMAR</p>
ÍSPANYA	<p>Organizacion de consumidores y Usuarios (OCU) C/Serrano 78-5 MADRID 28006</p> <p>Tel: 00 34 1 276 19 89 276 19 95</p>	OCU

Instituto Nacional del
Consumo (INC)
Principe de Vergara 54
28006 MADRID

Tel: 00 34 1 431 18 36
431 18 92
431 19 62
431 26 16

Telex: 22608
Telefax: 00 34 1 276 39 27

A.B.D.

Consumers' Association (CA)
2 marylebone Road
LONDON NW1 4DX

Tel: 00 44 1 486 55 44

Telex: 918297
Telefax: 00 44 1 935 16 06

National Consumer Council (NNC)
20 Grosvenor Gardens
LONDON SW1 CDH

Tel: 00 44 1 730 34 69
Telefax: 00 44 1 730 01 91

INFORMACION DEL
CONSUMIDOR

WHICH?
HOLIDAY WHICH
DRUG AND
THERAPEUTICS
BULLETIN
DAILY CONSUMER
NEWS

CONSUMER VOICE
(Ocak 1985'ten itibaren)

Eski Adı: CLAPHAM
OMNIBUS

BEUC'UN MUHABİR ÜYELERİ

ÜLKE

BİRLİK ADI VE ADRESİ

YAYINLARI

YUNANİSTAN

Association for the Quality of
Life (E.POI.ZO)
149-151 Kremou St.
Kallithea 175-75
ATHENS

Tel: 00 30 1 95 82 584
95 83 355

A.B.D.

Consumer Policy Committee (CPC)
British Standards Institution
2 Park Street
LONDON W1A 2BS

CONSUMER REPORT

Tel: 00 44 1 629 90 00
Telefax: 00 44 1 729 05 06

National Federation of Consumer
Groups (NFCG)
12 Mosley Street
NEWCASTLE UPON TYNE NE1 1 DE

NFCG NEWSLETTER

Tel: 00 44 632 618 259

Consumers in the European
Community Group (CECG)
LONDON SW1P 3RB

CONSUMERS AND
EUROPE

Tel: 00 44 1 222 26 62

The General Consumer Council
for Northern Ireland
Elizabeth House
116 Holywood Road
BELFAST BT4 1 NY
Northern Ireland

Tel: 00 44 232 67 24 88

EK II

DÜNYA'DA ULUSAL VE ULUSLARARASI TÜKETİCİ BİRLİK VEYA ÖRGÜTLERİ

1. ULUSAL TÜKETİCİ BİRLİK VEYA ÖRGÜTLERİ

- Tüketici Araştırmaları Örgütü (ABD)
- Birleşik Amerika Tüketiciler Birliği
- İngiltere Tüketiciler Birliği
- Hollanda Tüketiciler Birliği
- Fransa Tüketiciler Federal Birliği
- İtalya Tüketiciler Milli Birliği
- Belçika Tüketiciler Birliği
- İsviçre Tüketiciler Birliği
- Avusturya Tüketiciler Enformasyon Örgütü
- Lüksemburg Tüketiciler Birliği
- İrlanda Tüketiciler Birliği
- İzlanda Tüketiciler Birliği
- Portekiz Tüketiciler Birliği
- Avustralya Tüketiciler Birliği
- Yeni Zelanda Tüketiciler Enstitüsü
- İsrail Tüketiciler Birliği
- Japon Tüketiciler Birliği
- Filipinler Tüketiciler Birliği
- Hindistan Tüketici Birlikleri
- Tayvan Tüketiciler Birliği
- Güney Kore Tüketiciler Birliği

- Singapur Tüketiciler Birliği
- Guyana Tüketiciler Birliği
- Endonezya Tüketici Örgütü
- Sri Lanka Tüketiciler Birliği
- Tayland Tüketiciler Birliği
- Kenya Tüketiciler Örgütü
- Kanada Tüketiciler Birliği
- Jamaika Tüketiciler Milli Birliği
- Trinidad ve Tobago Tüketiciler birliği
- İngiltere Mahalli ve Tüketici Grupları ve Tüketici Grupları Milli Federasyonu
- Amerika Tüketici Federasyonu
- Avustralya Tüketici Örgütleri Federasyonu
- Alman Tüketici Örgütleri
- Alman Tüketici Örgütleri Milli Birliği
- Alman Tüketici Şikayetleri Milli Örgütü
- Malezya Tüketici Birlikleri Federasyonu
- Filipinler Tüketici Grupları Federasyonu
- Güney Afrika Tüketiciler Milli Birliği
- İspanya Tüketiciler Birlikleri Milli Federasyonu
- Venezuela Tüketiciler Enstitüsü
- İngiltere Vatandaş Danışma Büroları
- Alman Tüketici Malları Test Vakfı
- Hollanda Mukayeseli Testleme Vakfı
- Avrupa Mukayeseli Testleme Birliği
- İngiltere Tüketici İşleri Enstitüsü
- İngiltere Kamu Çıkarı Araştırma Merkezi
- Japon Otomobil Tüketicileri Birliği
- İsrail İşçi Örgütleri Merkezi Tüketiciler Otoritesi
- İsviçre İşçiler ve Tüketiciler Eylem Topluluğu
- Tüketici Çıkarları Amerikan Konseyi
- Belçika Tüketici Enformasyonu ve Korunması Kadınlar Birliği
- Hindistan Ev Kadınları Tüketici Örgütü
- İrlanda Ev Kadınları Birliği
- Japon Ev Kadınları Birliği
- Kore Kadınlar Birliği
- Sri Lanka Ev Kadınları Birliği
- Tayland Kadınlar Milli Konseyi Tüketici İşleri Projesi
- Trinidad ve Tobago Ev Kadınları Birliği

- Fransa Aile Birlikleri Milli Federasyonu
- Hollanda Ev Kadınları Derneği Ev Ekonomisi Enformasyon Enstitüsü
- İsviçre Ev Ekonomisi Enstitüsü
- Alman Ev Ekoonmisi Enstitüsü
- İsveç Tüketici Araştırmaları Devlet Enstitüsü
- Danimarka Devlet Ev Ekonomisi Konseyi
- Danimarka Ev Kadınları Örgütleri
- İngiltere Ev Kadınları Tröstü.

2. TÜKETİCİYİ KORUYAN DEVLET ÖRGÜTLERİ

- İsveç Tüketici İşleri Bakanlığı
- Norveç Tüketici İşleri Bakanlığı
- Kanada Tüketici ve Korporasyon İşleri Bakanlığı
- İngiltere Fiyatlar ve Tüketicinin Korunması Bakanlığı
- ABD Federal Ticaret Komisyonu
- ABD Gıda ve İlaç Yönetimi
- Finlandiya Ticaret ve Tüketici Çıkarları Milli Kurulu
- İsveç Tüketici Politikaları Milli Kurulu
- İsveç Ombudsmanlıklar Sistemi
- Danimarka Tüketiciler Ombudsmanı
- Norveç Tüketici Ombudsmanı ve Pazar Konseyi
- Hollanda Tüketici İşleri Komitesi
- Fransa Tüketiciler Milli Komitesi
- İsviçre Tüketiciler Federal Komitesi
- Belçika Tüketici Konseyi
- Lüksemburg Tüketici Konseyi
- Finlandiya Tüketici Konseyi
- Kanada Tüketici Konseyi
- Norveç Tüketici Konseyi
- Avustralya Tüketici Büro ve Konseyleri
- İsrail Tüketici Konseyi
- Hindistan Tüketici Konseyi
- Hong Kong Tüketici Konseyi
- Güney Afrika Tüketici Koordinasyon Konseyi
- Danimarka Tüketiciler Konseyi
- İngiliz Standardlar Kurumu Tüketici Üniteleri
- Alman Standardlar Enstitüsü Tüketici Konseyi

- Finlandiya Standardlar Birliği Tüketici İşleri Komitesi
- Danimarka Standardlar Birliği Tüketici Sorunları Teknik Dairesi
- Hollanda Standardlar Enstitüsü Tüketici İşleri Komitesi
- Fransa Standardlar Örgütü Tüketici İşleri Ünitesi
- İrlanda Sınai Araştırma ve Standardlar Enstitüsü Tüketici Şikayetleri Seksiyonu
- Kanada Standardlar Konseyi Tüketici Standartları İstişari Komitesi
- Kanada Standardları Birliği Tüketici İstişare Paneli
- Amerikan Milli Standardlar Enstitüsü Tüketici Konseyi
- Malezya Standardlar ve Sınai Araştırma Enstitüsü Halkla İlişkiler Ünitesi
- Jamaika Standardları Bürosu Tüketici İşleri Ünitesi
- Türk Standartları Enstitüsü Tüketicinin Korunması Müdürlüğü ve diğer birimleri

3. ULUSLARARASI TÜKETİCİ ÖRGÜTLERİ

- Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü (IOCU)
- Karaippler Tüketiciler Birliği (CCU)
- Tüketici Birlikleri Avrupa Bürosu (BEUC)
- Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO)
- Avrupa Konseyi Tüketici Çalışma Grupları
- Nordik Bakanlar Konseyi Tüketici Komitesi
- OECD Tüketici Politikası Komitesi
- Avrupa Topluluğu Çevre ve Tüketicinin Korunması Servisi
- Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO)

EK III

ULUSLARARASI TÜKETİCİ BİRLİKLERİ ÖRGÜTÜ (UTBÖ-IOCU)NÜN 2000'Lİ YILLARA YÖNELİK BAŞLICA FAALİYET KONULARI

1. BM tüketiciyi koruma ilkelerinin tüm ülkelerde tam olarak uygulanması ve BM'de bununla ilgili bir birim kurulması
2. BM tarafından çok uluslu veya uluslararası şirketlerin tutum ve davranışlarıyla ilgili bir hukuki düzenlemenin kabulü ve buna tam olarak uyulması
3. Özellikle fakir, düşük gelirli tüketiciler başta olmak üzere tüm tüketicilerin temel gereksinimlerinin giderilmesi
4. Tehlikeli ürünlerin ticaretini yasaklayan ve uluslararası ticarete çifte standartları ortadan kaldıran ulusal ve uluslararası yasaların çıkarılması
5. Yerel halkın ve çalışanların tam bilgilendirilmesi de dahil olmak üzere potansiyel olarak tehlikeli endüstriyel ve tarımsal tesislerin süreç ve uygulamaların konumu ve faaliyetleriyle ilgili ciddi uluslararası ilkeler saptanması
6. İnsanların güvenli ve besleyici gıda gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik ulusal ve uluslararası gıda politikalarının teşviki
7. Yeni bilgi teknolojisiyle ilgili olarak tüketicilerin korunmasını kolaylaştıracak politikaların uygulanması

8. UTBÖ'nün deneyim, örgüt ve tesislerinden yararlanarak özellikle 3. Dünya ülkeleri için test ve araştırmalar yapılması

9. Tüketiciler üzerinde olumsuz etkiler yaratan ticari engellerin azaltılarak ortadan kaldırılması ve içinde tüketicilerin de temsil edildiği ulusal organlar kurarak mevcut ve önerilen ticari kontrollerin maliyet-fayda analizlerinin yapılması

10. Tekellerin tüketicilere daha duyarlı hizmet vermelerinin sağlanması.

BU KONULAR UTBÖ (IOCU)NÜN MAYIS 1986'DA NEW YORK'TA DÜZENLEDİĞİ "2000'Lİ YILLARDA TÜKETİCİ POLİTİKASI" SEMİNERİNDE BELİRLENMİŞTİR.

Bu örgüt 15 Mart 1990'da Dünya Tüketici Hakları günü vesilesiyle İzmir'de yapılan bir toplantıya katılan Dünya Tüketiciler Birliği Başkanı (Aynı zamanda ABD Tüketiciler Birliği Başkanı) Bayan Rhoda H.Karpatkin'in verdiği bilgiye göre halen bünyesinde 63 ülkeden 176 tüketici örgütünü barındırmaktadır.