



FIRAT ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Journal of Social Sciences

p-ISSN:1300-9702 e-ISSN: 2149-3243



İNGİLTERE VE TÜRKİYE’DE TÜKETİCİ ÖRGÜTLERİNİN TÜKETİCİNİN KORUNMASINDAKİ ROLÜ

The Role Of The Consumer Organisations in England and Turkey on Consumer Protection

Aydın Ebrar GÜNAL¹

¹ Avukat, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Doktora Programı Öğrencisi, Ankara, orcid.org/0000-0001-8913-1135

Araştırma Makalesi/Research Article

Makale Bilgisi

Geliş/Received:

21.12.2022

Kabul/Accepted:

22.05.2023

DOI:

10.18069/firatsbed.1222292

Anahtar Kelimeler

Tüketicinin Korunması

Tüketici, Tüketici Örgütleri,

İngiltere, Türkiye

Keywords

Consumer Protection,

Consumer, Consumer

Organisations, England,

Turkey

ÖZ

Tüketicilerin taraf olduğu işlemler ile işlem öncesi, sırası ve sonrasında karşılaştığı uygulamalara karşı kendini koruyabilmesi bakımından kendilerinde hak arama bilincinin oluşturulabilmesi, bir ürün veya hizmeti edinirken seçimlerini sağlıklı yapabilmesi, ihtiyaçlarına cevap verir tüketici politikalarının geliştirilmesinde doğrudan paydaş olabilmesi için etkili bir tüketici hareketi ile bilinçlenerek kendi sesini duyurması gerekmektedir. Bu çerçevede mali açıdan da zayıf konumda olan tüketicinin korunması için, örgütlenmiş tüketici hareketlerinin varlığı büyük önem arz etmektedir.

Kişiler mal ve hizmet piyasalarında birçok hukuki işlem ile uygulamanın tarafı olabilmektedir. Tüketicinin korunması bakımından sahip olunan hakların sınırının çizilmesi için hukuki işlemlerin taraflarının ve niteliğinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu çerçevede tüketicinin korunmasına ilişkin modern anlamda çalışmalar başta gelişmiş ülkelerde ortaya çıkmış olup, uluslararası birlik ve örgütler, devlet ve kamu kuruluşları, tüketiciler ve tüketiciler tarafından kurulan tüketici örgütleri gelişmelerin sağlanmasında önemli rol oynamıştır.

Çalışmamızda öncelikle örgütlenme hakkının da içerisinde olduğu evrensel tüketici haklarının gelişimi ortaya konularak, İngiltere ve Türkiye’de tüketicilerin bizzat kurdukları tüketici örgütleri ile bu sivil toplum yapılarının tüketicinin korunmasındaki rolleri incelenmiştir.

ABSTRACT

It is required that the consumers must become self aware and they must make their voice heard with an effective consumer movement; to raise awareness about claiming their rights, in terms of protecting themselves against the processes that they are a party to and the practices that they encounter before, during and after the process; to make healthy choices while getting a product or a service; to be a direct stakeholder to develop consumer policies that meet their needs. In this context, the existence of organized consumer movements is very important for the protection of financially weak consumers.

Individuals can be a party to many legal transactions and practices in the goods and services markets. It is important to determine the parties and the nature of the legal proceedings in order to draw the limits of the rights held in terms of consumer protection. In this context, modern studies on consumer protection have emerged primarily in developed countries, and international unions and organizations, state and public institutions, consumers and consumer organizations established by consumers have played an important role in ensuring the developments.

In our study, primarily it is revealed that the universal development of the consumer rights that includes the right of organization, than the consumer organizations that have been established in the UK and Turkey by consumers in-person and this civil societies’ role in protecting consumers are examined.

Atf/Citation: Günal, A. E. (2023). İngiltere ve Türkiye’de Tüketici Örgütlerinin Tüketicinin Korunmasındaki Rolü. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33, 2, 809-820.

Sorumlu yazar/Corresponding author: Aydın Ebrar GÜNAL, ebrar_gunal@hotmail.com

1. Giriş

İngiliz sanayisinde 16 ila 18'inci yüzyıllar arasında yaşanan gelişmeler çerçevesinde İngiltere'de ortaya çıkan ve hızla dünyaya yayılan Sanayi Devrimi ile kişisel beceriye dayalı, yalın nitelikte üretimden makinelerin gücüyle seri üretime geçilmiş, teknolojik gelişmeler sayesinde daha nitelikli ve çeşitli ürün ile hizmetler tüketicilere sunulmaya başlamıştır (Küçükkalay, 1997: 54). Yaşanmakta olan küresel rekabet ortamı ile birlikte de kapitalizm, organize ve yayılcı bir biçimde sistemleşerek etki alanını genişletmiş, oluşan sistem ile kişilerin temel ihtiyaçlarını sağlama motivasyonu yerine tüketimin başlı başına bir amaç olduğu bir tüketim toplumu oluşturulmuştur. Bu durum üretici, satıcı ve sağlayıcı gibi girişimciler ile tüketici arasında dengesizlik yaratmış olup, özellikle internet, reklam ve pazarlama tekniklerinin yaygınlaşmasıyla tüketici işlemlerinde karar verici konumdaki tüketici olumsuz anlamda etkilenmiştir (Hilton, 2003: 1). Mali ve örgütsel olarak zayıf konumda olan tüketicinin korunması kavramı yaşanan bu gelişmeler içerisinde ortaya çıkmıştır.

Tüketicinin korunması kavramının olgunlaşması ve tüketiciyi koruyan düzenlemelerin artışı her ne kadar daha yeni zamanlara rastlasa da kavramın gelişimi daha eski dönemlere dayanmaktadır (Willet ve Oughton, 2010: 376). Bu bakımdan daha çok ticari ve mesleki faaliyetler ile ürünlerin kalite standardının oluşturulması bakımından tüketiciyi koruyucu özellik taşıyan Hammurabi Kanunları, Sümer, Hitit, İslam ve Roma hukuku dönemi düzenlemeleri ile Magna Carta Libertatum (Büyük Özgürlükler Sözleşmesi) önemli bir yere sahiptir. Ayrıca tüketiciler, özgün amaçları doğrudan tüketicinin korunması niteliği taşımasa da Selçuklu Devleti ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde uygulamalarını gördüğümüz ahilik ve lonca teşkilatı gibi mesleki örgütlerin oluşturdukları kuralların sağladığı bir korumadan da yararlanabilmiştir (Kara, 2015: 31).

Tüketicinin korunmasına ilişkin modern anlamda çalışmalar, başta Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve İngiltere olmak üzere batının gelişmiş ülkelerinde ortaya çıkmış olup, uluslararası birlik ve örgütler, devlet ve kamu kuruluşları, tüketiciler ve tüketiciler tarafından kurulan tüketici örgütleri gelişmelerin sağlanmasında önemli rol oynamıştır. Klasik yasaların tüketiciyi korumada yetersiz kalması nedeniyle de daha etkin bir koruma alanının sağlanması gerekli olmuştur (Aslan, 2004: 28).

2. Tüketici Haklarının Gelişimi ve Tüketicinin Örgütlenme Hakkı

2.1. Tüketici Haklarının Gelişimi

Kişiler mal ve hizmet piyasalarında birçok hukuki işlem ile uygulamanın tarafı olabilmektedir. Tüketicinin korunması bakımından sahip olunan hakların sınırının çizilmesi için hukuki işlemlerin taraflarının ve niteliğinin belirlenmesi önem arz etmektedir.

Uluslararası hukuk niteliğinde olan Avrupa Birliği hukukunda ve ülke hukuklarında yer alan tüketiciyi koruyucu düzenlemeleri incelediğimizde, kişilerin ticari veya mesleki amaç dışında nihai ve özel bir kullanıma özgü bir işlem iradesine sahip olarak, mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren satıcı, sağlayıcı ve üretici gibi girişimcilerle yaptığı hukuki işlemler bakımından tüketici sıfatını kazanabileceği ifade edilmiştir. Bu çerçevede mal ve hizmet piyasalarında girişimci sıfatına sahip ticari ve mesleki amaçla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketici sıfatına sahip kişiler arasında gerçekleşmiş olan bir hukuki işlem, tüketici işlemi olarak nitelendirilebilecektir. Aksi halde bir tüketici işleminin varlığından ziyade genel hükümlere tabi adi nitelikli bir sözleşmeden ya da ticari nitelikte işlemlerden bahsedilecektir (Ozanoğlu, 2011: 65).

Tüketiciyi koruyan düzenlemelerde asıl olarak korunmak istenen grup gerçek kişilerdir. Ancak Türk hukukunda olduğu gibi tüzel kişileri de koruma kapsamına alan düzenlemelere rastlamak mümkündür. Avrupa Birliği tüketici hukukunun kapsamını belirleyen 2011 tarihli 2011/83/EU sayılı Tüketici Hakları Direktifi'nin 2'nci maddesinde, ticareti, mesleği, işletmesi ya da zanaatına yönelik olmayan amaçlarla hareket eden gerçek kişi tüketici olarak tanımlanarak direktifin kişi bakımından uygulama alanı belirlemiştir (Dönmez, 2016: 355). 1 Ekim 2015 yılında yürürlüğe giren İngiliz tüketici hukuku içerisinde çok sayıda karmaşık halde bulunan yasal düzenlemeleri bir araya toplayan 2015 tarihli Tüketici Hakları Kanunu'nda (Consumer Rights Act, 2015), bir kişinin tüketici sıfatını kazanabilmesi için tamamen veya çoğunlukla ticareti, işi, zanaatı veya mesleği dışında kalan amaçlarla hareket ederek işlemlerin tarafı olması gerektiği belirtilmiştir. Türk hukukunda tüketicinin korunması bakımından uygulanacak başlıca kaynak olan 2013 tarihli 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da da benzer şekilde ticari veya mesleki olmayan amaçla hareket etme unsuru tüketicinin sıfatının belirlenmesinde en önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüketicinin taraf olduğu işlemler ile işlem öncesi, sırası ve sonrasında karşılaştığı uygulamalar karşısındaki zayıf konumundan kurtarılabilmesi için tüketicinin korunması faaliyetleri ile tüketicilerin bilinçlenmesi hedeflenmiştir. Böylece özellikle hükümetlerin ve örgütlenmiş tüketici hareketlerinin çabaları ile bir tüketici hareketi (consumerism) ortaya çıkmıştır (Akipek, 1988: 72).

Tüketici hareketi ilk olarak ABD’de başlamış olup, üç dalga halinde gelişme göstermiştir. Sanayi devriminin etkisiyle ortaya çıkan 1800’lü yılların başında başlayıp Birinci Dünya Savaşı’na kadar süren ilk dönemde, kitlesel üretimin yaygınlaşması ile birlikte üretim standardının tek tipleşmesi ürünlerin kalitesinde düşüş meydana getirmiştir. Bunun beraberinde güçlü işletmelerin saldırgan satış ve pazarlama yöntemleri karşısında tüketiciler güçsüz düşmüştür. Bu noktada ulusal standart büroları (The National Bureau of Standart) gibi resmi kurumlar oluşturularak tüketicilere bir koruma sağlanması hedeflenmiştir. Ayrıca Amerikan Ev Ekonomileri Derneği (The American Home Economics Association) ve Chiago Ev Kadınları Topluluğu (The Chiago Housewives League) gibi tüketicilerin oluşturdukları dernekler çıkarmış oldukları yayınlar ile bilinçli tüketici ve tüketim davranışlarının oluşmasını hedeflemiştir (Kaya, 1990: 269). 1929 Dünya Ekonomik Krizi’nin yaşandığı 1920’li yıllardan başlayıp İkinci Dünya Savaşı’nın başlangıcına kadar süren ikinci dönemde tüketici örgütleri devlet organlarına baskı oluşturarak aldatici reklamlar ve ürünlerinin kalitesinin testine yönelik yasal düzenlemelerin çıkmasını sağlamışlardır. Bu dönemde kurulan Tüketici Araştırmaları Kuruluşu (Consumers Research Inc), piyasada bulunan mal ve hizmetleri tüketiciler için deneyerek sonuçlarını yayımladıkları Tüketici Bülteni (Consumer Bulletin) isimli dergide ortaya koymuştur. 1936 yılında Tüketiciler Birliği (Consumers Union) adında bir tüketici örgütü kurularak tüketicilerin korunması yönünde etkili bir girişimde bulunmuş, örgütün bu yönde hazırlanan Tüketici Raporu (Consumer Report) yayını ile tüketicinin aydınlatılması yönünde faaliyetler gösterilmiştir (Katz, 1977: 51). 1938 yılında ise Amerika Birleşik Devletleri’nde üretilen ve satılan gıda, ilaç, tıbbi cihaz ve kozmetikler için kalite standartları oluşturan Federal Gıda, İlaç ve Kozmetik Kanunu (Federal Food, Drug and Cosmetic Act) yürürlüğe konulmuştur. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra günümüze kadar gelen dönem olan üçüncü dönemde tüketici hareketi en etkili olduğu zamanı yaşamıştır. Tüketici haklarının yasal güvenceye alınması gerektiği, bu çerçevede tüketicilerin temel insan hakları gibi vazgeçilmez dört temel tüketici hakkının bulunduğu ABD Başkanı J. F. Kennedy’nin 15 Mart 1962 tarihinde Temsilciler Meclisi’nde yapmış olduğu konuşmada açıklanmıştır. Bu haklar güvenlik hakkı, bilgi edinme hakkı, seçme hakkı ve temsil edilme hakkı olarak belirlenmiştir. Bununla beraber Ralph Nader isimli bir avukatın özellikle ayıplı otomobil parçaları ve bunların neden olduğu kazalara ilişkin incelemeleri başlattığı ve devamında Kamu Yararı Araştırma Merkezi’nin (Puclic Interest Research) kurulması sürecine giden gelişmeler ABD’de tüketici korunması hareketinin sembol gelişmeleri olarak ifade edilebilecektir (Göle, 1983: 24).

Tüketicinin korunması Avrupa Birliği tarafından bir hedef olarak kapsamlı şekilde 1972 yılında yapılan Paris zirvesinde ortaya konulmuştur. Birliğin yürütme organı Avrupa Komisyonu’nca 1975 yılında yürürlüğe konulan Birinci Tüketiciyi Koruma Programı kapsamında Avrupa Tüketici Hakları Beyannamesi niteliği taşıyan düzenlemeler ortaya konularak dört tüketici hakkı geliştirilmiş, bu kapsamda sağlık ve güvenliğin korunması hakkı, ekonomik çıkarların korunması hakkı, tazmin edilme hakkı, bilgilendirme ve eğitim hakkı ile temsil edilme hakkı olmak üzere beş temel tüketici hakkının varlığı kabul edilmiştir. 1981 ile 1986 yıllarını kapsayan İkinci Tüketiciyi Koruma Programı ile AB, tüketici politikasını genişletmeye çalışmıştır (Aydoğdu, 2015: 2).

1985 tarihli Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nda Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü’nün (International Organization Consumers Unions, günümüzdeki adıyla Consumers International) önerisi ile kabul edilen Türkiye’nin de imzasının bulunduğu tüketicilerin uluslararası anayasası niteliğindeki Tüketicilerin Korunması İlkeleri Rehberi’ni oluşturan ve daha sonra 1999 yılında yine Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü tarafından geliştirilen Birleşmiş Milletler Tüketici Hakları Evrensel Bildirgesi’nde evrensel tüketici hakları sekiz başlık altında ifade edilmiştir. Bu çerçevede güvenlik ve güven duyma hakkı, bilgilendirme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme (sesini duyurma) hakkı, temel ihtiyaçların karşılanması hakkı, tazmin edilme hakkı, eğitim hakkı ve sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı olmak üzere uluslararası düzeyde sekiz temel tüketici hakkının bulunduğu kabul edilmiştir. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu bulunduğu ABD Başkanı J. F. Kennedy’nin konuşmasını yaptığı 15 Mart tarihini de Dünya Tüketici Hakları Günü olarak ilan etmiştir.

Avrupa Birliği ilerleyen dönemlerde genel nitelikli antlaşmaları (birincil mevzuat) ve ikincil mevzuat içerisinde yer alan pek çok tüzük, direktif(yönerge), karar ve görüşler ile tüketiciyi koruyucu tasarruflarda

bulunmaya devam etmiştir. Bu düzenlemeler Avrupa Birliği'ne üye olan ve aday ülkelerin iç hukukları açısından büyük önem arz ettiğinden İngiliz ve Türk hukukunda etkili olmuştur (Bostan, Burciu, Grosu, 2010: 23).

2.2. Tüketicinin Örgütlenme Hakkı ve Tüketiciyi Koruma Amaçlı Örgütlerin Türleri

Hükümetlerin oluşturdukları tüketici politikalarının düzgün işleyişinin sağlanması ile yeni politika ve yasaların ortaya konulması bakımından baskı oluşturabilmesi, işleyen pazarda işletmelerin ortaya koyduğu ürün ve hizmetlerin standardının korunması, aldatıcı uygulamaların önüne geçilmesi, sağlık ve güvenliği tehlikeye sokmayan ürün ve hizmetlere ulaşabilmesi noktasında tüketicilerin etkili bir biçimde sesini duyurabilmesi, bunlarla birlikte tüketicinin sahip olduğu hakların farkındalığının sağlanabilmesi ve piyasada karşılaşılan sorunlara ilişkin bilgi sahibi olabilmesi için tüketicilerin örgütlenmesi ve temsil edilmesi büyük önem arz etmektedir. Örgütlenme hakkı, tüketicinin temsil edilme hakkı kapsamında değerlendirilmekte olup, birbirini tamamlayan haklar olarak ifade edilmektedir.

Örgütlenme özgürlüğü, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 20'nci maddesinde, Birleşmiş Milletler Medeni ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi'nin 22'nci maddesinde ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 11'inci maddesinde düzenleme bulmuştur. Örgütlenme özgürlüğü öncelikle örgüt kurma ve örgüte üye olma hakkını kapsamakta olup, özellikle Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi veya İnsan Hakları Komitesi gibi denetim organları tarafından konulan standartlara uygun olarak korunmaktadır. Avrupa Birliği tarafından konulan Birinci Tüketiciyi Koruma Programı'nda da tüketicilerin temsil edilmesi hakkı programın temel ilkelerinden biri olarak ifade edilmiştir. Bu çerçevede tüketicilere kendilerini ilgilendiren kararlar hazırlanırken tüketicinin korunması ve bilgilendirilmesi ile ilgili örgütler aracılığıyla görüşlerini belirtme olanağı sağlanarak bu gruplara danışılması gerektiği ifade edilmiştir.

Tüketiciyi koruma amaçlı örgütleri; devlet tarafından oluşturulan veya finanse edilen kamusal nitelikte örgütler, özel kesimin oluşturduğu örgütler, uluslararası örgütler ve tüketiciler tarafından kurulan özel hukuk tüzel kişiliğine sahip sivil örgütler olarak sınıflandırmak mümkündür. Bununla birlikte tüketicilerin ekonomik menfaatlerini koruyan tüketici kooperatiflerini de bu sınıflandırmaya koymak gerekmektedir.

Tüketiciyi koruyucu devlet örgütlenmelerinin yapısını incelediğimizde, özellikle birçok ülkede özellikle ticaret ve tüketici bakanlıklarının kurulduğunu, bakanlıkların bünyelerinde oluşturulan konsey, kurul, komisyon ve ombudsman gibi kurumlar ile tüketicinin korunmasında rol aldığını görmekteyiz. İsveç, Norveç, Fransa gibi ülkelerde doğrudan tüketici politikalarının geliştirilebilmesi için tüketici bakanlıkları kurulmuş iken, Türkiye ve İngiltere'de ayrıca tüketici bakanlıkları oluşturulmamış olup, ilgili faaliyetler ticaret bakanlığı bünyesinde kurulan tüketici politikalarından sorumlu birimler tarafından yürütülmektedir. Öncülüğünü İngiltere'de 1901 yılında kurulan İngiliz Standartları Enstitüsü'nün (British Standards Institution) yaptığı, ürün ve hizmetlerde kalite standardının belirlenmesinde rol oynayan standart enstitüleri, ticaretin kolaylaşması ve tüketicinin ürün ve hizmetlere yönelik güvenirliliğin artmasında önemli bir işleve sahiptir. Ülkemizde ise, bu yönde 1960 yılında kurulan Türk Standartları Enstitüsü faaliyet göstermektedir (Yurtoğlu, 2018: 255). Diğer yandan devletler, tüketici uyuşmazlıklarının hızlı ve etkin bir biçimde çözümlenebilmesi için tüketici ombudsmanlıkları, tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri gibi uyuşmazlık çözüm mercileri kurmuşlar, uyuşmazlığın niteliği ve kapsamına göre farklı çözüm yolları geliştirmişlerdir. Özellikle İskandinav ülkelerinde ombudsmanlık kurumu tüketici uyuşmazlıklarının çözümünde çok başarılı olmuştur (Aslan, 2004: 87). İngiltere ve Türkiye'de geliştirilen tahkim, arabuluculuk gibi alternatif çözüm yollarının yanı sıra mahkeme yargısında tüketicilerin hukuki arayışlarını çözüme kavuşturulması daha yaygındır.

Tüketiciyi koruyan özel kesim örgütleri denildiğinde, ticari faaliyet gösteren kişilerin meslek faaliyetlerini düzenleyen ve denetleyen aynı zamanda tüketiciyi bilgi verip, gelen şikayetler noktasında çözüm yolları geliştiren kuruluşları anlamamız gerekmektedir. Ülkemizde ticaret ve sanayi odaları, esnaf odaları bu kuruluşların örneklerini oluşturmaktadır. İngiltere'de bağımsız bir idari kuruluş olan Adil Ticaret Ofisi (Office of Fair Trading) ile iş birliği yapılarak çıkarılan farklı birçok meslek kolu bakımından ulusal seviyede örgütler kurulmuştur. Milli Ev İnşaat Konseyi (National House Building Council), Milli Karavan Konseyi (National Caravan Council), İngiliz Halı İmalatçıları Konseyi (British Carpet Manufacturers Association), Gıda İmalatçıları Federasyonu (Food Manufacturers Association) gibi kuruluşları örnek olarak verebiliriz (Aydın, 1977: 92). Bu çerçevede ABD'de tüketici güven ve memnuiyeti sağlanması ile aynı zamanda devletin piyasaya aşırı müdahalesinin azaltılması amacıyla iş adamları tarafından 1912 yılında kurulan İyi İş Büroları (Better

Business Bureau) aldatıcı reklam, satış ve pazarlama usullerinin engellemesi ile dürüst çalışma esaslarının belirlenmesinde rol oynamıştır (Akipek, 1988: 67).

Tüketicilerin bir araya gelerek kendi çıkarlarını korumak amacıyla kurdukları farklı örgütlenme modellerinin benimsendiği tüketici örgütleri ise, uluslararası ve ulusal kapsamada oluşumlar meydana getirmişlerdir. Bu yapılanmalar tüketici haklarının farkındalığı, geliştirilmesi, yaygınlaşması, tüketicilerin bilinçlendirilmesi ve eğitimi ile birlikte yasa koyuculara baskı oluşturarak tüketicileri koruyucu düzenlemelerin çıkmasında en etkili kuruluşlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketici örgütü denildiğinde öncelikle tüketicilerin oluşturduğu dernek, vakıf, kooperatif gibi örgütlenmelerin anlaşılması gerekmektedir.

Tüketicilerin uluslararası platformda temsil edilmesini sağlayan uluslararası tüketici örgütlerinin başında merkezi Londra’da bulunan 1961 yılında kurulmuş Uluslararası Tüketiciler Örgütü (Consumers International) gelmektedir. Bu örgütün kurucuları arasında 1956 yılında kurulmuş İngiltere Tüketiciler Birliği (Consumers Association) de yer almakta olup, örgütün günümüzde 120 ülkede 250’nin üzerinde üyesi bulunmaktadır. Ülkemizden ise, 1991 yılında kurulmuş olan Tüketici Hakları Derneği ile birçok dernek ve federasyonu bir araya getirerek kuruluşu 2021 yılında tamamlamış, tüketicilerin ilk çatı oluşumu olan Tüketici Örgütleri Konfederasyonu yer almaktadır. Uluslararası Tüketiciler Birliği hem kendisine üye olan kuruluşlardan aldığı yardımlar hem de sağlanan fon ve bağışlarla tüketici hareketinin dünya çapında gelişmesine yardımcı olmak için çalışmalarını yürütmektedir. Özellikle tüketiciyi etkileyen Avrupa Birliği politikalarının gelişiminde etkili olan 1962 yılında kurulmuş Brüksel merkezli Avrupa Tüketici Birlikleri Bürosu (Bureau European des Unions de Consommateurs), Avrupa Birliği üye ülkelerinin çoğunlukta olduğu 32 ülkeden 46 tüketici organizasyonun bulunduğu diğer bir uluslararası tüketici örgütüdür. İngiltere’de faaliyet gösteren İngiliz Tüketiciler Birliği’nin iştiraki olan Which? isimli tüketici örgütü bu birliğe üyedir. Bu örgütlerle birlikte Balkan Tüketici Koruma Merkezi (Balkan Consumer Protection Center), Avrupa Topluluğu Tüketici Kooperatifleri Birliği (European Community of Consumer Cooperatives), Uluslararası Standartlar Örgütü (International Organization for Standardization), Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development)’nin kurmuş olduğu Tüketici Politikası Komitesi (OECD Committee on Consumer Policy), Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (Food and Agriculture Organization), Birleşmiş Milletler Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization) tüketici hareketinin aktifleşmesi ve örgütler arası işbirliğinin artmasında etkili kuruluşlar olarak yer almaktadır (Aydoğdu, 2015: 26).

Tüketim ürünleri ve ilgili ihtiyaçların uygun ve kaliteli bir biçimde edinilmesi ile tüketicilerin ekonomik menfaatlerinin korunması amacı taşıyan tüketim kooperatifleri, ilk olarak 1844 yılında İngiltere’de 28 dokuma işçisi tarafından Rochdale Eşitlik Öncüleri Topluluğu (Rochdale Society of Equitable Pioneers) ismi ile kurularak dünyaya yayılmıştır (Lasserre, 1988: 368). Türkiye’de ise ilk tüketim kooperatifi toplumun tüketim mallarını karşılamak amacıyla 1913 yılında İstanbul’da kurulmuş ancak düzenli çalışma gösteren ilk tüketim kooperatifi Ankara Memurları İstihlak Kooperatifi olmuştur (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 2014: 41).

3. İngiltere’de ve Türkiye’de Kurulan Tüketici Örgütleri ve Bu Örgütlerin Tüketicinin Korunmasındaki Roller

Tüketici örgütlerini genel hatlarıyla beş farklı grupta toplamış, uluslararası ve ulusal ölçekte oluşturulan tüketici örgütlenme örneklerini ifade etmiştik. Bu başlıkta daha çok çalışmamızın ana temasını oluşturan İngiltere ve Türkiye’de tüketicilerin bizzat kendileri tarafından kurulan önemli sivil toplum yapılanmalarına değinilecek olup, diğer tüketici hareketi unsurlarına kısaca yer verilecektir.

3.1. İngiltere’de Kurulan Tüketici Örgütleri ve Bu Örgütlerin Tüketicinin Korunmasındaki Roller

İngiltere, resmi adı Kuzey İrlanda ve Büyük Britanya Birleşik Krallığı olan yaygın adıyla kısaca Birleşik Krallık’ın (United Kingdom) İskoçya, Galler, Kuzey İrlanda ile birlikte kurucu ülkelerinden birini oluşturmakta olup, Birleşik Krallık’ın en büyük ve kalabalık ülkesidir. Tüketicinin korunmasına ilişkin gelişmelerin somut olarak ilk kez yaşandığı, tüketici hareketinin ilerleme gösterdiği batının gelişmiş ülkelerinden biri olan İngiltere, geleneksel yapıya bağlı, hakimler tarafından geliştirilmiş içtihatların oluşturduğu Case Law ile kodifiye edilmiş kanunlardan oluşan Statutory Law alanlarının bulunduğu Anglo-Sakson Hukuk Sistemi’ni (Common Law, Ortak Hukuk, Anglo-Amerikan Hukuk) benimsemektedir (Schubert,

2013: 8; Güveyi, 2017: 100). Tüketici kavramının tartışıldığı ilk kararlardan olan, üreticilerin sorumluluk kapsamını genişleten 1932 tarihli Donoghue v. Stevenson kararı önemli bir emsal karar olarak bu hukuk sisteminden çıkmıştır (Ferrari, 1994: 86).

Tüketiciyi koruyan politikalar ile mevzuat bakımından yaşanan gelişmeleri incelediğimizde, özellikle Avrupa Birliği'ne üye olunmasının da etkisi ile birlikte İngiltere'de hukuki uyumsuzluklarda geliştirilen içtihatların yanı sıra hükümet ve kanun koyucu tarafından çıkarılan kanun, tüzük ve yönetmelikler ile tüketiciyi koruyucu yaklaşım ve mekanizmaların daha etkin hale geldiğini görmekteyiz. İlk başta sadece satış sözleşmelerini kapsayan İngiliz tüketici hukuku mevzuatı zamanla tüketicinin taraf olduğu bütün sözleşme ve uygulamalara yönelik olarak genişletilmiştir (Riefa, 2015: 1). Tüketici örgütlenmeleri de tüketiciyi koruyucu mevzuatının gelişmesinde girişimlerde bulunmuş, bunun yanı sıra tüketicilerin eğitimi ve bilinçlendirilmesi konusunda önemli çalışmalara imza atmıştır.

İngiliz yasal düzenlemeleri içerisinde tüketici örgütü tanımına doğrudan yer verilmemiştir. Ülke içerisinde kamu ve sivil olmak üzere çok sayıda tüketici örgütünün, farklı niteliklerde örgütlendiğini ifade etmek gerekir. İngiltere'de tüketicinin korunması politikalarından sorumlu bakanlık günümüzdeki ismi ile Ticaret, Enerji ve Sanayi Stratejileri Bakanlığı olup, (Department for Business, Energy and Industrial Strategy) oluşturduğu birim ve kuruluşları ile faaliyetini sürdürmektedir. Bu noktada piyasayı düzenleyici ve denetleyici kurum olan Rekabet ve Piyasa Kurumu (The Competition and Markets Authority, eski adıyla Adil Ticaret Ofisi (Office of Fair Trading) önemli görevler üstlenmiştir. Bunların yanında devletin fonlarıyla desteklediği tüketici kuruluşları ile birlikte tüketicilerin kendi aidat ve özel gelirleriyle bizzat oluşturdukları tüketici örgütleri bulunmaktadır.

2007 tarihli Tüketiciler, Emlak Acenteleri ve Tazmin Kanunu (Consumers, Estate Agents and Redress Act 2007) ile hem İngiliz Ulusal Tüketici Konseyi'nin kurulmasına yönelik, hem de Halk Tavsiye Bürosu (Citizens Advice Bureau) gibi kamudan fonlanan kuruluşların yapısı ve kendilerine tanınan yasal şikayet prosedürlerine ilişkin düzenlemelere yer verilmiştir. Yine Consumer Focus, Fair Finance, Financial Services Consumer Panel, Advisory Committees on Telecommunications, Ofwat, Customer Service Committees, Energy Watch, Transport Focus, Good Garage Scheme gibi benzer kuruluşları bu sınıflandırmada sayabiliriz (Tillson, 2016: 13; Riefa ve Willet, 2018: 688).

Tüketicilerin kendilerinin bizzat oluşturdukları kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşları, genellikle 2011 tarihli Yardım Kuruluşları Kanunu'nda (The Charities Act 2011) düzenleme bulan vakıf, dernek ve diğer yardım kuruluşları olarak ve 2006 tarihli Şirketler Kanunu'nda (Companies Act 2006) da düzenleme bulan şekilde, bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları ortaklıklar (Unincorporated Associations) olarak kurulup faaliyetlerini yürütmektedirler.

2002 tarihli İşletmeler Kanunu'nun (Enterprises Act 2002) 11'inci maddesi çerçevesinde, devlet tarafından belirlenmiş tüketici kuruluşlarına süper şikayet hakkı (Super-complaints to OFT) tanınmıştır. Mal veya hizmet piyasasında tüketicilerin çıkarlarına önemli ölçüde zarar veren faaliyet ve gelişmelerde, tüketici kuruluşlarınca piyasayı düzenleyici ve denetleyici kurum olan Rekabet ve Piyasa Kurumu'na başvuru yapılarak sorunların hızlı bir biçimde çözülebilmesi noktasında tanınan bu hak, önemli bir yasal düzenlemedir.

Tüketici örgütlerine tanınan süper şikayet hakkının yanı sıra gelişen sosyal haklar çerçevesinde kolektif bir menfaatin sağlanmasına yönelik Anglo-Sakson Hukuk Sistemi'nde ortaya çıkıp geliştirilen topluluk davası (representative action, class action, group action) tüketicinin korunması bakımından da önem arz etmektedir. Uyuşmazlıkların çözümüne ilişkin yargılama usulünün belirlendiği 1998 tarihli Hukuk Muhakemeleri Usul Kanunu (Civil Procedure Rules 1998) çerçevesinde, 19'uncu bölümünde benimsenen modele göre tüketiciler lehine tüketici örgütlerinin topluluk davası açmaları gündeme gelebilecektir. (Özbay, 2015: 93)

İngiltere'de belirtildiği üzere çok sayıda tüketiciye yararlı faaliyet yürüten kuruluş bulunmaktadır. Ancak bunlardan günümüzde üye sayısı 600.000 kişiye ulaşmış, bizzat tüketicilerin kendi imkanlarıyla kurup geliştirdiği İngiltere Tüketiciler Birliği (Consumers Association), yürüttüğü kapsamlı faaliyet ve yöntemler tüketici hareketinin gelişmesinde çok etkili olmuştur. Bu tüketici örgütü, 1936 yılında ABD'de kurulan Tüketiciler Birliği (Consumers Union) modeli üzerine, İngiltere'de benzer motivasyon ile harekete geçen Dr. Micheal Young ve ekibi tarafından 1956 yılında meydana getirilmiştir. Örgütün temel çalışma prensiplerinde piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin standartlarının korunması ve geliştirilmesi için araştırma ve faaliyetlerde bulunmak, mal ve hizmetleri ilgilendiren her konuda dergi, bülten ve diğer yayınlar ile halkın bilgilendirmesini

sağlamak, İngiliz tüketicisinin karşılaştığı uyumsuzluk ve problemlerde ulusal ve uluslararası düzeyde girişimlerde bulunmak yer almaktadır.

İngiliz Tüketiciler Birliği, özellikle ilk defa 1957 yılında çıkarılan Which? isimli dergi ile geniş bir kitleye ulaşmış, devam eden dönemler aylık olarak yayına devam etmiş, finansal, alışveriş, motorlu araçlar, tatil, gıda, enerji, eğitim, sağlık gibi tüketiciyi ilgilendiren konularda dergi ve bülten olarak içeriklerini zenginleştirerek farklı konseptlerde tüketicilere sunulmuştur. 1967 yılında okullar için ilk defa tüketici eğitim ders kitabı, bu tüketici örgütü tarafından hazırlanarak basılmıştır (Aydın, 1977: 7). Diğer yandan piyasaya sunulan ürün ve hizmetlerin kalite standardı ve güvenilirliğinin tespiti için önemli bir bütçe ayrılarak test ve araştırma faaliyetleri yürütülmüştür. Tüketicilerden hangi ürün ve hizmetin araştırılmasını talep ettikleri sorularak, kişilerin ihtiyacına cevap verir tetkik ve karşılaştırmalar yapılmıştır. Yürütülen araştırma ve inceleme faaliyetlerinden sonra çıkan sonuçlar, en iyi malın (best buy) da belirlendiği, uzun detaylı raporlar halinde tüketicilere sunulmuştur. Uygulama, tüketicilerin bir ürüne bağlanabileceği tehlikesi, test edilen örneklerin yetersizliği ile eleştirilmişse de, günümüzde geliştirilmiş teknik ve seçenekler devam etmekte olup, tüketicilere daha sağlıklı içerikler sunmaktadır. Benzer uygulamayı İngiliz Standartlar Enstitüsü de yürütmüş, çıkartmış olduğu Shopper’s Guide isimli dergi yayını ile sonuçları kamuoyuna sunmuştur. Ancak enstitü, en iyi malı belirlemek yerine seçimi tüketiciye bıraktığı bir metod tercih etmiştir (Aydın, 1977: 23).

İngiliz Tüketiciler Birliği, tüketici hakları konusunda kişilerin bilinçlenmesini sağlamak amacıyla mahalli düzeyde örgütlerin kurulmasını teşvik etmiş, hazırladığı yayınlarının yanı sıra tüketiciyi korumaya yönelik reklam ve televizyon yayınlarına büyük bütçeler ayırmış, kampanyalar düzenleyerek toplumun her kesiminde özellikle tüketici hakları farkındalığını arttırmaya çalışmış, mağdur olan tüketicilere hukuki destek sağlamıştır. Örgüt izlediği bu başarılı planlama ile birçok tüketicinin aktif bir biçimde tüketici hareketinin bir parçası olarak önemli bir baskı grubu olmasını sağlamış aynı zamanda uluslararası çapta Avrupa Birliği’nde ve diğer ülkelerde kurulacak tüketici kuruluşlarının da öncüsü olmuştur.

İngiliz Tüketiciler Birliği, günümüzde Which? Limited isimli kuruluşu aracılığıyla da faaliyetlerine devam etmektedir. Teknolojik gelişmeler, elektronik ticaretin yaygınlaşması ile internetin birçok işlem ve uygulama ile bütünleşmesi sonucu tüketicilere müdahale alanlarının genişlemesi nedeniyle, kişilerin daha etkin bir korumadan yararlanması amacıyla faaliyetlerini sürdürmekte olup, yıllık olarak faaliyet raporlarını yayınlamaktadır.

Engelli Tüketiciler Araştırma Merkezi (The Research Institute for Disabled Consumers), 1963 yılında Tüketici İşleri Araştırma Merkezi (Research Institute for Consumer Affairs) ismiyle kurulmuş olup ilk başlarda daha çok, emlak sektörü, tren istasyonları, tüketici eğitimi, şehir planlaması, araç kusurlarının incelemeleri gibi karşılaştırmalı incelemeler üzerine çalışmalarına başlamıştı. Ancak daha sonraları özel ihtiyacı olan yaşlı veya engelli gibi dezavantajlı tüketici gruplarının sorunları ve ihtiyaçları üzerine uzmanlık alanı geliştirerek faaliyetlerini sürdürmüşlerdir (“Our History”, t.y., par. 3).

İngiliz Tüketiciler Birliği’nin mahalli düzeyde örgütlenmesinin bulunmaması sebebiyle, yerelde tüketicilerin yaşadığı sorunların tespitinin yapabilmemesi, yaşanan sorunlara müdahale edilmesi ve şikayetlerin otoritelere iletilmesi amacıyla tüketicilerin daha etkin bir biçimde korunabilmesi için yerel tüketici grupların kurulması gerekmiştir. Yerelde yapılan bu örgütlenmeler sonrasında da 1963 yılında, mahalli grupların çatı kuruluşu olan Ulusal Tüketici Grupları Federasyonu (National Federation of Consumer Groups, şimdiki adıyla National Consumer Federation) meydana gelmiştir. Tüketicilerin bilgilendirilmesi ve etkin bir biçimde korunmasının sağlanabilmesi bakımından hazırlanan Tüketici Hukuku El Kitabı, Tüketici Faaliyet/Dava Çantası gibi çalışmalar kuruluşun önemli çalışmaları arasında yer almaktadır (Scott, Black ve Cranston, 2000: 18). 1972 yılında yürürlüğe giren Yerel Yönetimler Kanunu (Local Government Act 1972) ile birlikte yerel yönetimler ile mahalli tüketici gruplarına tüketicinin korunmasına yönelik daha geniş yetki ve destek verilmiş (İnaç ve Ünal, 2006: 132), böylece tüketici yerel birimlerinin sayısı önemli ölçüde artış göstermiştir.

İngiltere’de 1971 yılında kurulan bir başka tüketici örgütü, ABD’de Ralph Nader tarafından oluşturulan Public Citizen ağının benzeri olarak tasarlanan Kamu Yararı Araştırma Merkezi (Public Interest Research Centre)’dir. Çalışmalarının çoğu, şirketlerin ve kamu kurumlarının insanlar, topluluklar ve çevre üzerindeki (genellikle olumsuz) etkilerini ortaya çıkaran araştırmalar yapılarak, bunların düzeltilmesi üzerinedir. İlaç endüstrisine, özellikle de bağımlılığı teşvik eden antidepresan ilaçları teşvik etmelerine yönelik güçlü bir eleştiri geliştirmiştir. İlerleyen faaliyet dönemlerinde sadece belirli şirketlere odaklanmaktan ziyade, farklı endüstrilerdeki konulara da temas eden kuruluş kapsamlı kampanyalar yürütmüştür. Günümüzde fosil

yakıtların tüketimi, endüstriyel ve tarımsal faaliyetlerinin sonucu etkisi ile yaşanmakta olan küresel iklim değişikliği nedeniyle, örgüt sivil toplum stratejisini siyasi otorite ve toplumu bu sorunun önlenmesi ve etkisinin azaltılabilmesi yönünde bilincin oluşması için Climate Safety, Zero Carbon Britain, Carbon Omissions, Energy Bonds ve The Offshore Valuation gibi projelerle etkili olmaya çalışmaktadır (“PIRC History”, t.y., par. 10).

Gelişen tüketici hareketi bakımından İngiltere’de yaşanan kadın gruplarının süreçteki rolleri önem arz etmektedir. 1950’lerin ortalarından itibaren artan bir şekilde kadın dergilerinde tüketici sorunlarına ayrıca yer verilmekte olup, özellikle ev hanımlarının tarafı olduğu tüketici işlem ve uygulamalarına yönelik bilinçlendirilmesi hedeflenmiştir. (Ritchie, 2010: 82) Bu amaçlarla 1965 yılında kurulan Ev Kadınları Vakfı, üyelerinin şikayetlerinin otoritelere aktarılması konusunda faaliyetler yürütmüştür (Aydın, 1977: 27).

3.2. Türkiye’de Kurulan Tüketici Örgütleri ve Bu Örgütlerin Tüketicinin Korunmasındaki Roller

Türkiye’de tüketicilerin korunmasına yönelik ilk örgütlenmeler, cumhuriyet öncesinde ahilik ve lonca teşkilatları şeklinde meslek gruplarının oluşturduğu yapılanmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kuruluşlar günümüzdeki meslek odalarına benzeyen bir işleve sahip olup, özgün amaçları doğrudan tüketicinin korunması niteliği taşımasa da oluşturdukları mesleki dürüstlük kuralları ile piyasada haksız rekabetin önlenmesi ve ürün kalitesinin korunması bakımından önemli faaliyetlerde bulunmuşlardır. Cumhuriyet döneminde ise, öncelikle kamu düzenini sağlayan dolaylı olarak tüketiciyi koruyan kanunların çıkarılması ile başlayan gelişmeler, ilerleyen dönemlerde özel olarak tüketicinin korunmasını amaçlayan yasaların yürürlüğe konulması ile birlikte birçok tüketiciyi koruma amaçlı devlet ve kamu örgütünün kurulması ile devam etmiştir (Aslan, 2004: 52). Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne katılım süreçlerine ilişkin müzakere başlıkları kapsamında açılan Tüketicinin ve Sağlığının Korunması fasılları ile birlikte de Avrupa Birliği mevzuatına tam uyum sağlanması amacıyla kapsamlı yasal düzenlemelerin yürürlüğe konulması gerekmiştir.

Yasal düzenlemelere baktığımızda, öncelikle 1982 tarihli Türk Anayasası’nın “Tüketicilerin Korunması” başlıklı 172’nci maddesinde, devletin tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alacağı, aynı zamanda tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik edeceği açıkça düzenlenmiş olup, bu düzenleme tüketicilerin temsil ve örgütlenme hakkının anayasal boyutu ile korunmasının sağlanması bakımından önemli bir gelişme olmuştur. Tüketicilere doğrudan koruma sağlayan ilk özel düzenleme ise, 1995 tarihli 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile olmuştur. Bu kanun yaşadığı birçok değişikliğe rağmen yetersiz kalınca yürürlükten kaldırılarak, yerine AB mevzuatına uyumlu bir şekilde 2013 tarihli 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun yürürlüğe girmiştir. Tüketiciyi aydınlatıcı ve bilinçlendirici önlemlerin alınması ile tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirme ve bu konulardaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususların düzenlenmesi bu kanunun amaçları arasında açıkça belirtilmiştir.

Türk yasal düzenlemelerine göre tüketici örgütü, 6502 sayılı Kanun’un “Tanımlar” başlıklı 3’üncü maddesinin m bendinde de belirtildiği üzere, tüketicinin korunması amacıyla kurulan dernek, vakıf veya bunların üst kuruluşlarını ifade eder şekilde tanımlanmıştır. Bu kapsamda tüketici örgütlerini, özel hukuk hükümlerine göre kurulan, tüketicilerin bir araya gelerek çıkarlarını korumak amacıyla oluşturdukları yapılanmalar olarak anlamak gerekmekte olup, kanunda tanıyan dava ve temsil haklarını bu örgütlenmelere yönelik sınırlandırmak gerekecektir.

Her ne kadar kamusal açıdan denetim görevi yapacak kuruluşların tüketici örgütü kavramı kapsamına dahil edilmemesi gerektiği doktrinde de ifade edilse de (Zevkliler ve Özel, 2016: 104), devlet tarafından oluşturulan veya finanse edilen kamusal nitelikte örgütleri de tüketiciyi koruma amaçlı oluşturulan örgütler arasında saymak uygun olacaktır (Akipek, 1988: 64). Bu noktada tüketicinin korunması hakkındaki kanunlar ile kurulan Reklam Kurulu, Tüketici Konseyi, tüketici hakem heyeti ve tüketici mahkemeleri kamusal örgütleri oluşturmaktadır.

Türkiye’de tüketicinin korunması politikalarından sorumlu bakanlık günümüzdeki ismi ile Ticaret Bakanlığı olup, başta Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü kuruluşu olmak üzere farklı birimlerle faaliyetini sürdürmektedir. Bakanlık bünyesinde oluşturulan “Alo 175 Tüketici Danışma Hattı” ile tüketiciler karşılaştıkları sorunlara ilişkin bilgi alabilmekte, ayrıca bu sorunların çözümü amacıyla gerekli yollar kendilerine sunulmaktadır. Yine 6502 sayılı Kanun’un 60’ncü maddesinde düzenleme bulan 7 dalda verilen tüketici ödülleri, tüketicilerin korunması ve bilinçlendirilmesi ile yasal haklarını kullanmaları

konusunda özendirilmesi amaçlarına yönelik verilen ödüller olup genel müdürlük tarafından yürütülen önemli bir halkla ilişkiler etkinliğidir (Çabri, 2016: 945).

6502 sayılı Kanun’da tüketicilerin kendilerinin bizzat oluşturdukları kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu olan tüketici örgütleri ile birlikte Bakanlık ve kamu kuruluşlarına, m.73 ile haksız ticari uygulamalar ve ticari reklamlara ilişkin hükümler dışında, genel olarak tüketicileri ilgilendiren ve bu Kanuna aykırı bir durumun doğma tehlikesi bulunduğu hallerde bunun önlenmesine veya durdurulmasına ilişkin ihtiyati tedbir kararı alınması veya hukuka aykırı durumun tespiti, önlenmesi veya durdurulması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açma hakkı tanınmış, m.74 ile de satışa sunulan bir seri malın ayıplı olduğunun tespiti, üretiminin veya satışının durdurulması, ayıbın ortadan kaldırılması ve satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılmasına yönelik dava ve talep hakkının bulunduğu ifade edilmiştir. Bu düzenlemeler, topluluk davasının hukukumuzdaki yansımalarına emsal olabilecek düzenlemeler olarak ifade edilebilecektir (Kekeç, 2015: 1279).

Yine 6502 sayılı Kanun’un 66’ncı maddesinde tüketici uyuşmazlıklarının çözümü bakımından görevli olan tüketici hakem heyetlerinde, tüketici örgütlerinden bir üyenin de yer alacağı açıkça ifade edilmiş, bununla birlikte Tüketici Konseyi ve Reklam Kurulu gibi kanun kapsamında kurulan kuruluşlarda tüketici örgüt temsilcilerinin bulunacağı 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü maddesi ile Tüketici Konseyi Yönetmeliği’nin 5’inci maddesi ile belirtilmiştir. Bu yasal düzenlemeler tüketici örgütlerinin tüketicilerin sorunlarına yönelik doğrudan koruma sağlayabilmesi ve onları temsil ederek etkili tüketici politikalarının oluşturulabilmesi bakımından önemli yasal düzenlemelerdir.

Türkiye’de tüketiciler tarafından kurularak tüketicinin korunması için faaliyet gösteren birçok tüketici örgütü bulunmaktadır. Bu çerçevede ilk kurulan tüketici örgütlerinden olan Tüketiciyi Koruma Derneği, 1990 yılında İstanbul’da kurulmuş olup, Türkiye genelinde 45 şube ve 18.000’in üzerinde üye sayısına ulaşarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Tüketiciyi Koruma Derneği, 15 Mart 1991 tarihinde Kadıköy Belediyesi ile Mavi Nokta adında bir tüketici şikayet bürosu açmış, henüz özel bir tüketici kanunu bulunmazken tüketici uyuşmazlıklarına yönelik tüketicileri haklarını savunmak için önemli adımlar atmıştır. 13 Mart 1998 tarihinde Bakanlar Kurulu’nun 1998/10804 sayılı kararı ile 5253 sayılı Dernekler Kanunu’nun 27’nci madde hükmü çerçevesinde düzenlenen kamu yararına çalışan dernek statüsünü kazanmıştır. Dernek, 1997 yılında “Telefonda Sabit Ücrete Son”, 1998 yılında “Kampanyalı Dolandırıcılığa Dur!”, 2001 yılında “Köprü Zamlarına Dur!”, 2003 yılında “Doğalgazda indirim aldatmacasına Son!” ve “Özel Tüketim Vergileri’ne (ÖTV) dur!” kampanyalarını yürüterek birçok konuyu mahkemeye taşımış ve başarılı sonuçlar almıştır (Kaplan, 2007: 30). Yine Yoksulluk ve Tüketici Hakları, Değişim İçin Mücadele, Ekmeğine Sahip Çık isimli kampanyalar çerçevesinde tüketicilerin bilinçlenmesini sağlamıştır (“TükoDer Genel Merkezinin Tarihçesi”, t.y., par.10).

Türkiye’de bu dönemde kurulan bir başka tüketici örgütü ise, merkezi Ankara’da bulunan Tüketici Hakları Derneği’dir. 1991 yılında emekli, memur, işçi, mühendis, öğretmen, avukat, ev kadını gibi toplumun çeşitli kesimleri tarafından oluşturulmuş gönüllü, bağımsız, demokratik bir sivil toplum kuruluşu olan dernek, çalışmalarını halen sürdürmektedir. Bu dernek, Bakanlar Kurulu’nun 03.05.2004 tarihli ve 04/7251 sayılı kararı ile kamu yararına çalışan dernek statüsünü kazanmıştır. Günümüzde 5000 civarında üyesi bulunan örgüt, 34 şube ile hizmet vermektedir (“Tüketici Hakları Derneği-Hakkımızda-Tarihçe”, t.y., par. 1). Tüketici Hakları Derneği aynı zamanda 2000 yılından beri Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü’nün üyesidir.

Bu tüketici örgütlenmelerinin yanı sıra, Tüm Tüketicileri Koruma Derneği, Kocaeli Tüketicileri Koruma Derneği, Adana Tüketici Derneği, Tüketiciler Derneği, Çevre ve Tüketiciyi Koruma Derneği, Bursa Tüketicileri Koruma Derneği, Eskişehir Tüketici Derneği gibi oluşumlar da doksanlı yıllarda kurularak faaliyet gösteren tüketici örgütleri olup, tüketici haklarının korunması için çalışmalar yürütmüştür (Akman, 1996: 9; Aydoğdu, 2015: 22). Önemli çalışmalara imza atan 1988 yılında İzmir’de kurulan Tüketici Koruma Birliği Vakfı ile tüketicinin sağlıklı bir çevrede yaşamasının sağlanması ve tüketici hak ve sorumlulukları ile çevreyi koruma bilincine ulaşmak amacıyla kurulan Tüketici ve Çevre Eğitim Vakfı, vakıf olarak kurulan tüketici örgütlerindedir (Akman, 1996: 10; Aydoğdu, 2015: 23).

Üst kuruluş niteliğinde kurulan tüketici örgütlerinin başında ise, 2003 yılında beş tüketici derneğinin bir araya gelerek Ankara’da oluşturduğu Tüketici Dernekleri Federasyonu gelmektedir (Gökalp, 2004: 362). Ülke genelinde 50 bin üyesi, il ve ilçelerde toplam 102 şubesiyle örgütlü tüketici hareketinin önemli unsurlarındandır. Tüketicilerin temsilinin sağlanması ve sesini daha güçlü duyurabilmesi için ulusal düzeyde

birçok bakanlık ve tüketicuyu koruyucu kamu örgütleriyle aktif iletişim halinde olup, uluslararası çapta etkili kuruluşlarla temas halindedir (“Tüdef-Hakkımızda-Tarihçe”, t.y., par. 3). Tüketici Örgütleri Federasyonu, Tüketici Birliği Federasyonu ile Birleşik Tüketiciler Federasyonu, Çevre ve Tüketici Federasyonu gibi tüketici federasyonları da, farklı bölgesel dernekleri bir araya getirerek çatı kuruluşlar meydana getiren üst kuruluşlardır.

Tüketicilerin konfederasyon düzeyinde ilk çatı yapılanması ise, Tüketici Dernekleri Konfederasyonu ismiyle oluşturulmuştur. 2021 yılında Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü’nün üyesi olan bu tüketici kuruluşu, oluşturduğu Tök-Ar araştırma merkezi ve Tök-Akademi birimleri ile tüketicileri ilgilendiren konularda bilimsel araştırmalar yaparak, tüketicilerin yaşadığı sorunları gündeme getirerek etkili tüketici politikaları geliştirmeye çalışmaktadır.

4. Sonuç

Örgütlenme hakkı, tüketicinin temsil edilme hakkı ile birbirini tamamlayan haklar olarak ifade edilmekte olup, birçok uluslararası düzenlemede yer bulmuş evrensel tüketici haklarından birisidir. Bu hak çerçevesinde tüketicinin korunması için devletler farklı örgütlenme modelleri ile etkin bir tüketici hareketi meydana getirmeye çalışmışlar, tüketicilerin bizzat oluşturduğu ulusal ve uluslararası çapta sivil örgütler tüketici hareketinin önemli bir unsuru olmuştur.

İngiltere’de yaşanan gelişmelere baktığımızda, bağımsız olarak faaliyet gösteren sivil tüketici örgütlerinin toplumun her kesimine ulaştığını görmekteyiz. Tüketicuyu ilgilendiren her konuyu ihtiyaca cevap verir şekilde tespit ederek kendilerini bilinçlendirme çabası, aynı zamanda bu örgütlerin ulusal ve uluslararası çapta tüketici hareketinin her unsuruyla iş birliği içerisinde olarak faaliyet göstermeleri, İngiltere’de tüketicilerin uzun yıllardır güçlü tüketici haklarına sahip olduğu gelişmiş bir sistemin oluşmasında çok etkili bir faktör olmuştur. İngiltere’de oluşturulan tüketici örgütlerinin, piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin standartlarının korunması ve geliştirilmesi için doğrudan araştırma ve faaliyetlerde bulunması, yapılan araştırma ve testlerden çıkan sonuçlar ile mal ve hizmetleri ilgilendiren her konuda dergi, bülten ve diğer yayımlar ile halkın bilgilendirmesini sağlaması, yürüttükleri faaliyetlerde devlet ve kamusal örgütlerle iş birliği içerisinde olması halkın aktif katılımının bulunduğu büyük sivil toplum kuruluşlarını meydana getirmiştir. Bu çerçevede hükümetlerin oluşturdukları tüketici politikalarının düzgün işleyişinin sağlanması ile yeni politika ve yasaların ortaya konulması noktasında baskı oluşturabilmesi bakımından sivil tüketici örgütleri çok etkili olmuştur.

Türkiye’de yaşanan gelişmelere baktığımızda, AB mevzuatına uygun, evrensel tüketici haklarını gözetim uygulama ve politikaların oluşturulduğu, uluslararası ilkelere uyumlu yasal düzenlemelerin artış göstererek tüketicinin korunma alanlarının genişletildiğini söylemek gerekir. Bu noktada 6502 sayılı Kanunu’nun 84’üncü maddesinde olduğu gibi, tüketicuyu koruyucu yasal düzenlemelerin hazırlanmasında tüketici örgütlerinin görüşlerinin alınması gerekliliği açıkça vurgulanmaktadır. Ancak sivil tüketici örgütlerinin gelişmesini sağlayıcı hamleler ülkemizde halen yeterli seviyeye ulaşmamıştır. Avrupa Komisyonu’na hazırlanan aday ülkelere yönelik farklı fasıllarda Kopenhag kriterlerine uyum konusunda kaydedilen gelişmelerin yıllık olarak değerlendirildiği ülke raporlarına baktığımızda da, ülkemizde tüketici hareketinin paydaşlarının arasında daha iyi bir koordinasyon ve iş birliği yapılması gerekliliği süregelen bir değerlendirme olarak yer almaktadır. Bu noktada devletin bu kuruluşlara çalışmalarının kapsamının genişlemesi ve daha çok vatandaşa ulaşabilmelerinin sağlanabilmesi noktasında kendilerine gelişmiş ülkelerde olduğu gibi daha çok destek ve rol verilmesi komisyon tarafından önerilmektedir.

Ülkemizde yapılan araştırmalarda tüketicilerin sahip olduğu hakları, karşılaştıkları sorun ve uyuşmazlıklarda gerekli başvuru yollarını büyük oranda bilmedikleri görülmektedir. Bu anlamda tüketicilerin bilgilendirilmesi ve eğitiminde tüketici örgütlerine önemli görevler düşmektedir. Türkiye’de etkili bir sivil toplumun oluşmasında yaşanan yasal, ekonomik ve psikolojik engellere rağmen, bu noktada gelişmekte olan ülkelerin çoğunda benimsenen toplumsal sorunların çözümünün yalnızca devletin her alanda büyümesi ile gerçekleştirilebileceği düşüncesi yerine gelişmiş ülkelerde olduğu gibi toplumun bireylerinin sahip oldukları hakları en iyi kendisinin koruyacağı bilinciyle, sesini duyurmak için bir araya gelerek örgütlenmeleri büyük önem arz etmektedir.

Kaynaklar

- Akipek, Ş. (1998). *Tüketici Kredisi*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara.
- Akman, A. (1996). *Tüketicinin Örgütlenmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. İstanbul: Tüketiciyi Koruma Derneği Yayını.
- Aslan, İ. Y. (2004). *Tüketici Hukuku*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Aydın, M. (1977). *Tüketicinin Korunması-İngiliz Modeli*. Ankara: Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği Matbaası.
- Aydoğdu, M. (2015). *Tüketici Hukuku Dersleri*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Bostan, I., Burciu A., Grosu V. (2010). The Consumerism and Consumer Protection Policies in the European Community. *Theoretical and Applied Economics*, 17(4), 19-34.
- Çabri, S. (2016). *Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi*, Ankara: Adalet Yayınevi.
- Dönmez, Z. (2016). 2011/83/EU Sayılı Tüketici Hakları Direktifi Ve Bu Direktifin Mesafeli Sözleşmeler Alanında Türk Hukuku’na Yansımaları. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 7(1), 351-380.
- Ferrari, F. (1994). Donoghue v. Stevenson’s 60th Anniversary. *Annual Survey of International & Comparative Law*, 1(1), 81-89.
- Gökalp, Ş. (2004). Bir Sivil Toplum Kuruluşu Olarak Tüketici Örgütleri. *TBB Dergisi*, 55, 360-363.
- Göle, C. (1983). *Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Güveyi, N. (2017). Anglo-Sakson Hukuk Sistemi Ve Kara Avrupası Hukuk Sistemi Boyutuyla Ekonomik İdare Hukuku Üzerine Bazı Düşünceler. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 21(1), 83-122.
- Hilton, M. (2003). *Consumerism in Twentieth-Century Britain*. Cambridge: Cambridge University Press.
- İnaç, H. ve Ünal, F. (2006). İngiltere’de Yerel Yönetimler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 125-140.
- Kara, İ. (2015). *Tüketici Hukuku*. Ankara: Engin Yayınevi.
- Katz, N. D. (1977). *Consumers Union: The Movement And The Magazine, 1936-1957*. (Yayımlanmamış doktora tezi). The Graduate School of Rutgers University, New Jersey.
- Kaya, B. (1990). Tüketicilerin Korunması (Consumerism): Modern Pazarlama Anlayışı ile Çevresel Yaklaşım İçince Bir İnceleme. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 265-285.
- Kekeç, E.K. (2015). Topluluk Davalarında Elde Edilen Hükümün Münferiden Açılacak Davalarda Kesin Hüküm Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 16 (Özel Sayı), s. 1275-1297.
- Küçükkalay, M. (1997). Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(Güz), 51-68.
- Lasserre, G. (1988). Kooperatifçilik. (Çev. Sezer, Z. Ve Ahıpaşaoğlu, S.). *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 4(4), 363-466.
- Our History. (t.y.). Erişim adresi <https://www.ridc.org.uk/about-us/our-history>
- Ozanoğlu, H. S. (2001). Tüketici Sözleşmeleri Kavramı (Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Maddi Anlamda Uygulanma Alanı). *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 50(1), 55-90.
- Özbay, İ. (2015). Dünyada Grup Davası Uygulamaları Ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. *EÜHFD*, 19(1-2), 83-129.
- PIRC History. (t.y.). Erişim adresi <https://publicinterest.org.uk/pirc-history/>
- Riefa, C. (2015). Codification: The Future of English Consumer Law?. *Journal of European Consumer and Market Law*. 1-2(12), 1-22.
- Riefa, C. and Willett C. (2018). Enforcement and Effectiveness of Consumer Law in the UK. Micklitz, H-W. and Saumier, G. (Ed.) *Enforcement and Effectiveness of Consumer Law* (673-695). Springer International Publishing.
- Ritchie, R. (2010). *The Housewife And The Modern: The Home And Appearance In Women’s Magazines, 1954-1969*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Faculty of Humanities at The University of Manchester, Manchester.
- Schubert, F. A. (2013). *Introduction to Law and The Legal System*. 11th edition, Cengage Learning.
- Scott, C., Black, J., Cranston, R. (2000). *Cranston's Consumers and the Law*, Butterworths.
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2014). *Türkiye Kooperatifçilik Raporu 2013*. Erişim adresi <https://esnafkoop.ticaret.gov.tr/data/5d44177313b8764330655452/6e3c93a2e155de583013793703ecec39.pdf>
- Tillson, J. (2016). *Consumer and Commercial Law*. Pearson Education Limited.
- Tüdef-Hakkımızda-Tarihçe. (t.y.). Erişim adresi <https://www.tudef.org.tr/hakkimizda/tarihce>

Tüketici Hakları Derneği-Hakkımızda-Tarihçe. (t.y.). Erişim adresi <https://www.tuketicihaklari.org.tr/hakkimizda/tarihce>
TükoDer Genel Merkezinin Tarihçesi. (t.y.). Erişim adresi <https://www.izmirtukoder.org.tr/hakkimizda>
Willett, C. and Oughton, D. (2010). Consumer protection. Furmston M. and Chuah J., (Ed.) *Commercial And Consumer Law* içinde (376-473. ss.). Pearson Education Limited.
Yurtoğlu, N. (2018). Türk Standartları Enstitüsünün (TSE) Kuruluşu Bağlamında Türkiye’de Standardizasyon Politikaları (1923-1960). *History Studies International Journal Of History*, 10(7), 241-264.
Zevkliler, A. ve Özel, Ç. (2016). *Tüketicinin Korunması Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Etik, Beyan ve Açıklamalar

1. Etik Kurul izni ile ilgili;

Bu çalışmanın yazar/yazarları, Etik Kurul İznine gerek olmadığını beyan etmektedir.

2. Bu çalışmanın yazar/yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedir.

3. Bu çalışmanın yazar/yazarları kullanmış oldukları resim, şekil, fotoğraf ve benzeri belgelerin kullanımında tüm sorumlulukları kabul etmektedir.

4. Bu çalışmanın benzerlik raporu bulunmaktadır.
