****

**Stratejik Planı**

**2022-2025**

**Dönemi**

Consumer International Üyesidir.

Tüketici Örgütleri Federasyonu (TÖF) - Birleşik Tüketiciler Federasyonu (BTD) –

Çevre ve Tüketici Federasyonu (ÇETÜF)

90(216) 449 29 29 – [www.tok.org.tr](http://www.tok.org.tr) - [tok@tok.org.tr](mailto:tok@tok.org.tr)

*İzinsiz kopyalanamaz, kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.*

**VİZYON-MİSYON**

Ülkemizin tüketicinin korunması alanında ilk çatı örgütü olan ve Avrupa Birliği 2021 ilerleme Raporunda yerini alan, AİHM de ülkemizin ilk/tek tüketici davasını kazanan, eylem biçimleriyle kalıcı etkiler bırakan, idari, siyasi ve ticari kuruluşlardan bağımsız faaliyet gösteren TÖK bileşeni örgütlerin 25 yıllık deneyimiyle her zaman ilkleri hayata geçiren ve hayata geçirmeyi sürdürülebilir hedeflerinden biri olarak görmektedir. Bu nedenle Sivil toplum kuruluşunda stratejik plânlama ihtiyacını tespit ederek yine bir ilki hayata geçirmeyi öngörmüştür.

Öngördüğümüz önümüzdeki dört yıl içinde tüketicilerin çatı örgütü olarak ülkemizden yola çıkarak uluslararası alanı da kapsayacak çalışmaların hayata geçirilmesi, tüketicinin daha üst düzeyde korunacağı mevzuat başta olmak üzere ilgili her konuda üretkenlik, lobicilik, evrensel tüketici hakları kapsamında toplumsal hak arama kültürünün gelişimine ilişkin çalışmalar. Tüketici gündeminde üstlendiğimiz öncü rolümüzün etkin bir biçimde geliştirilmesi, örgütsel kapasitenin arttırılması ve bu sürecin yayınlarla beslenmesi (kitap, dergi, raporlar, test dergisi vd.)

Ülkemiz tüketici hareketinin işleyişinin, Dünyanın en iyi örneklerinden biri olması için çalışan ve kısa süre içerisinde, “Dünya Tüketici Örgütleri Birliğinin” (International Consumer) üyesi olan, TÖK ün, öncelikli hedeflerinden biri Söz-Yetki- Karar süreçlerinde etkin bir biçimde yer alarak tüketicinin sesini daha fazla duyurmak olduğu gibi, bir diğeri ise ülkemizde ürün/gıda güvenliğinin etkin bir biçimde sağlanmasının takipçisi olarak, tüketici örgütlerinin bu süreçte daha etkin rol üstlenmesine yönelik gerekli düzenlemelerin yapılması çalışmalarının hayata geçirilmesi hak arama mücadelemize çok önemli katkılar sağlayacaktır.

Bu kapsamda değişen/oluşan ihtiyaçların tespit edilerek stratejik planımızın güne uygun hale getirilmesi de sürecin ve faaliyetlerin izlenmesi ile değerlendirilmesi sonucu olacaktır. Var olan ve yarattığımız değerler ışığında hedeflerimize daha da emin adımlarla yürürken üretimlerimizle ülkemiz tüketici hareketine sağlayacağımız katkılar, değerler gelecekte ki tüketici mücadelelerine yol gösterecek ve kaynak olacaktır.

**‘TÜKETİCİNİN KORUNMASI ATMOSFERİ’**

**SİVİL TOPLUM KURULUŞUNDA STRATEJİK PLÂNLAMA İHTİYACI;**  
Her organizasyon, çevresiyle uyum içinde olmak önemli bir gerekliliktir. Gelecek üzerine düşünmek, muhtemel değişimin yönünü belirlemek ve beklenen değişime organizasyonun uyumunu sağlamak, geleceğe ilişkin çalışmaları planlamak için sistemli bir düşünme ve sorgulama sürecine ihtiyaç duyulmaktadır. Stratejik plânlama anlayışı, organizasyon-çevre ilişkisine bütüncül bir perspektiften yaklaşılmasına yardımcı olacaktır. Stratejik plânlamanın önemi burada daha belirgin olarak ortaya çıkacaktır. Tüm dünyada hızlı teknolojik değişim, gelişen tüketici ihtiyaç ve talepleri ve ülke gerçekleri karşısında tüketici STK ları olarak daha stratejik düşünmek ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Geleceğin anlaşılmasına ve buna uygun eylem plânlarının geliştirilmesine yönelik bir çaba olan stratejik yönetim süreci bütüncül bir perspektif ile meselelere yaklaşılmasına yardımcı olacaktır. Stratejik yaklaşım aynı zamanda hızlı değişim dönemlerinde örgütlerin ayakta kalabilmesi ve gelişmesine yardımcı olacaktır.

**HEDEFLER/YÖN;**

Plânlama fonksiyonu, örgütlerin yönetiminde en önemli fonksiyonlardan bir tanesidir. Örgütün yaşamını sürdürmesinden ve başarısının gelişmesinden sorumlu olan stratejik yönetim, planlamaya dayanılarak gerçekleştirilir. Geleceğin öngörülmesine ve anlaşılmasına, buna uygun olarak eylem plânları geliştirilmesine yönelik bir çaba olan stratejik plânlama süreci, değişim dönemlerinde örgütlerin ayakta kalabilmesi ve gelişebilmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle gelecek üzerine düşünmek, muhtemel değişimin yönünü öngörmek ve beklenen değişimin, örgütün çevresi ile işlevsellik ilişkisine nasıl bir etkide bulunacağını anlamak için sistemli bir düşünme ve sorgulama sürecine ihtiyaç duyulmaktadır. Stratejik plânlama süreci, bir örgüt için yarının da en az bugün kadar önemli olduğu ön kabulüne dayanmaktadır. Örgütün kaynakları ile çevresel fırsatlar arasında kurulacak doğru bir ilişkinin örgütsel performansı yükselteceği bir gerçektir. Belirlediğimiz önceliklerimizle, sorunları kaynağında çözme hedefi için elimizdeki kaynakların verimli kullanılması yanında yeni kaynaklar yaratılması, çalışma alanları açılmasıyla hedeflerimize ulaşmak daha da mümkün olacaktır.

Bunun için bileşen örgütlerin, zayıf yönlerini güçlendirmek için önlemlerini şimdiden almalarına yönelik çabalar ve bu yönde örgütlerin temel stratejilerini saptamaları bütünsellik içinde somutlanacaktır. Ortaya çıkan gelişmelere ihtiyaçlara göre tekrarlanan esnek bir süreç içinde gelişmeler sağlanacaktır.

Bu nedenle sadece stratejik plânlama yapmanın yanında, yöneticilerin stratejik düşünme ve vizyon geliştirme niteliklerinin güçlendirilmesine yönelik uygulamalar hayata geçecektir.

Sivil Toplum Kuruluşu olarak, genel olarak var olma amaçlarımıza baktığımızda başta federasyonlarımız olmak üzere derneklerimizin de çalışma alanlarında ön gördükleri hedeflerine toplumsal çözümler geliştirerek, ekonomik ve sosyal olarak genişlemesini desteklemek söz konusudur.

Stratejik plânlamayı kullanan kar amaçsız STK bütünlüğü içinde tüm bileşenlerimizin yararlanabileceği bir çerçeve niteliğinde planlama önemlidir. Bu noktadan hareketle çalışmanın kavramsal hipotezi, Sivil Toplum Kuruluşunda olarak etkililik ve verimliğimizi artıracak ve özellikle bileşenlerimizin bulundukları bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda gelişmesini sağlamasına ve ülkenin kalkınmasına katkıda bulunacaktır.

Bu çalışma temel olarak dört ana bölümde değerlendirmek gerekir.

a)- Genel olarak strateji ve stratejik plânlama kavramları ele alınıp, bu konudaki kaynaklar taranarak zemin oluşturacak teorik ve kavramsal çerçeve değerlendirilmektedir.

b)- Stratejik plânlama sürecinin aşamaları olan; Durum analizi, Örgütsel yönün belirlenmesi, Stratejilerin seçimi, İzleme ve Değerlendirme adımları olacaktır.

c)- Genel olarak İdari yapı, Hukuki nitelik, Hakkında bilgiler yer verilmesi,

d)- Uygulama aşamasında; kısaca genel değerlendirme yapılarak, sonrasında kuruluşumuzun mevcut durumu incelenecektir.

1. Strateji ve stratejik plânlama
2. Stratejik planlama süreci
3. Uygulama stratejisi

4. İzleme ve değerlendirme işleyiş içinde yerini alacaktır.

**İzleme**

Amaç ve hedeflerimizin gerçekleştirilmesinde yaptığımız işler, uygulamadaki sonuçları, etki alanı ve düzeyi, ortaya çıkan eksiklikler ile tüm gelişmeler ışığında 6-12 aylık ortalama bir sıklıkla raporlanması ve ilgili taraflar ile örgüt içi mekanizmaların değerlendirmesine sunulması ve izleme faaliyetlerinin hayata geçirilmesi oluşturur.

**Değerlendirme**

Değerlendirme, örgütün stratejik seçimlerinin uygulamalarından elde edilen bilgi ve deneyimlerinin ışığında değiştirilmesi yada uyarlanması gerekip gerekmediğini anlamaya dönük olarak yapılan kontroldür.

Değerlendirme, genel anlamda uygulama sonuçları ile önceden belirlenen stratejik amaç ve hedeflerin karşılaştırmalı analizi olması nedeniyle, Bu süreçte, esas olarak performans ölçümü ve değerlendirmesi gerçekleştirilecektir.

**Performans ölçümü ve değerlendirmesi.**

Yönetimin etkinliğini sağlanması

Ölçülebilen hedefler daha kolay gerçekleştirilebilinmesi

Bütçenin geliştirilmesine ve gözden geçirilmesine yardımcı olacak yöntemlerin hayata geçirilmesi

Örgütsel kaynaklarının neden söz konusu faaliyetlere harcandığı sorusunun cevaplandırılmasına yardımcı olur

Hesap verme sorumluluğuna ve performans denetimine temel oluşturur.

Performans ölçümü için, performans göstergelerinin oluşturulması ve verilerin toplanması hedefi

**TÜKETİCİ KAVRAMI/DAVRANIŞI,**

Sanayi devriminin getirdiği makineleşmiş kütlesel üretim, çok sayıda ve çeşitli mamullerin üretilmesini sağlamış ve bunun doğal sonucu olarak kütlesel tüketim ya da tüketim toplumu olarak adlandırdığımız sosyolojik yapılanma ortaya çıkmıştır.

Tarihsel gelişim süreci içinde, insanların istek ve ihtiyaçlarının karşılanması önem kazanmış, büyük hacimli üretim, çok sayıda ve çok çeşitli ürünün pazara girmesini sağlamıştır. Pazar ekonomisine geçiş, uluslararası ticaretin artması, ulaşım -iletişim ağının ve olanaklarının hızlı gelişimi gibi faktörler tüketime dayalı yaşam biçimlerinin yaygınlaşmasına neden olmuş, böylece “tüketim toplumu“ adı verilen ekonomik yapılanma ortaya çıkmıştır.

Tüketici davranışları, bireylerin ürünleri hizmetleri fikirleri ya da deneyimleri değerlendirme elde etme ve kullanmaya ilişkin zihinsel ve fiziksel faaliyetlerini kapsamaktadır.

Tüketici davranışı; Ekonomik, Pazarlama, Psikoloji ve Sosyoloji bilim dallarını ilgilendiren önemli bir konu durumundadır. Tüketici davranışları, tüketicilerin değerlerinin, tutumlarının ve inançlarının bir sonucu olarak ortaya çıkmakta ayrıca pazardaki mal ve hizmetlerin fiyat-kalite ve benzeri özellikleri ile tüketicinin içinde bulunduğu sosyokültürel durum ve pazarlama bileşenleri gibi çevresel faktörler de tüketim davranışlarında rol oynamaktadırlar.

Tüketici davranışları hangi mal ve hizmetlerin satın alınacağı kimden, nereden, ne zaman, nasıl satın alınacağı veya satın alınıp alınmayacağına ilişkin bireylerin kararlarına ait süreçtir. Tüketici davranışı; bireylerin özellikle ekonomik olarak, mal ve hizmetleri satın alma ve kullanma kararlarını ve bununla ilgili faaliyetleri olarak tanımlanabilir.

Bazı yaklaşımlara göre, tüketicinin tüketirken sergilediği davranışların bütününe “TÜKETİM” adı verilir.

Genel anlamda tüketicilerin ko­runması da, tüketicilerin aldığı bu mal veya hizmetlerin her açıdan ihtiyaçlarını gidermesi özelli­ğine sahip olmasının sağlanmasına yöneliktir.

Tüketicinin tanımını yapmak gerektiğinde ise birçok farklı yaklaşım ve ifadelerle karşılaşabiliyoruz. Tüketici nedir? Tüketici mal ve hizmeti alıp kullanan kişidir.

Ekonomik ve sosyal yaşamda kullanılan dar anlamda tüketici tanımına göre,"Tüketici ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için nihai bir mal ve hizmeti satın alıp nihai olarak kullanan ya da kendi kendine üretip kendisi kullanan ve hiçbir mübadeleye sokmayan kurum ve ailedir. Geniş anlamdaki tanımına göre ise, tüketici yaşamını, varlığını ve faaliyetlerini sürdürebilmek için bir mal ve hizmet edinip kullanan her kişiye denir.

Tüketici, “kendisinin ve yakınlarının ihtiyaç­larını karşılamak için mal ve hizmeti satın alan kişi veya gruplar” olarak tanımlanabi­liyor.

Yine bir başka bir ifadeyle tüketici; aldığı mal veya hizmeti tekrar satışa arz etmeyen, kul­lanan veya tüketen kişi, grup ve organizas­yonlardır.

Diğer bir tanıma göre ise "Esas olarak tüketicilik, tüketicilerin ekonomik refahını ve politik gücünü artırmayı amaçlayan farklı ve gelişen sosyal bir harekettir"

6502 sayılı kanuna göre, Tüketici: Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişidir.

Tüketmek ve tüketici olmak herkesin paylaştığı ortak kimlik ve her zaman yaşadığı bir süreçtir.

Bir toplumda tüm bireyler nihai tüketicidir. Aslında tüketici kavramı, nüfusun tamamını kapsayan bir işleyiş olarak ortaya çıktığı görülür.

Bu bakımdan aslında tüketicinin korunması demek bir ülkede yaşayan insanların korunması demektir.

Mal ve hizmet­lerin alıcılarının haklarının korunması ve pazardaki güçlerinin arttırılması ile ilgili tüm faaliyetler anlamına gelen tüketi­cilerin korunması kavramı,evrenselliğini ve güncelliğini hiçbir zaman yitirmeyen yaşamsal öneme sahip bir konu olmaya devam edecektir.

Tüketici davranışı konusunda da benzer ya da farklı değerlendirmelerle karşılaşabiliyoruz.

Tüketici davranışları tüketicilerin karar mekanizmasına işaret ederken belirli bazı bilim dalları ile etkileşim içerisindedir. Özellikle **antropoloji, psikoloji, kültürel antropolojinin özel alanları, sosyal psikoloji ve psikolojik sosyoloji** tüketici davranışlarına büyük etkilerde bulunmaktadır.

Ayrıca, Ekonomik, Pazarlama, Psikoloji ve Sosyoloji bilim dallarının da Tüketici davranışını yakından ilgilendiren önemli bir konular olarak değerlendirildiği gibi, hangi mal ve hizmetlerin satın alınacağı kimden, nasıl, nereden, ne zaman satın alınacağı ve satın alınıp alınmayacağına ilişkin bireylerin kararlarına ait süreç tanımı da yapılmaktadır. Bir diğer bakış açısıyla da, Tüketici davranışı; bireylerin özellikle ekonomik olarak, mal ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bununla ilgili faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır.

Tüketici davranışlarının üç temel etkeni olduğunu biliyoruz.  
**a) Kültürel Etkenler** [davranış normları, sosyalleşme],   
**b) Bireysel Etkenler**[Güdülenme, duygular, öğrenme ve hatırlama, tutum, algılama, rasyonel ve rasyonel olmayan düşünme, kişilik ve kişilik farklılıkları, benlik],   
**c) Grup Etkenleri** [ Taklit etme ve öneri alma, aile, sosyal etkiler, etnik ve dinsel etkiler, sosyal sınıf, rol, önderlerin etkisi].

Ticaretin küreselleşmesi tüketici hakları bakımından da koruma mekanizmalarının güçlendirilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Özellikle güçlü sermaye karşısında tüketici çok güçlü olan yapıyla karşı odukça zayıftır. Herkesin bir biçimde tüketici olma ihtimalinin olması hakkın tüm insanlığa ait evrensel bir hak olduğuna göstermektedir. Nihayet tüketici hakkının korunması insan hakları ile de doğrudan bağlantılıdır. Bu gerekçelerle tam bir uzlaşma içinde olmasa da bugün tüketici hakkının evrensel insan hakları olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu hakkın ulusal ve uluslararası alanda korunması gittikçe artan biçimde kendisini göstermektedir.

Tüketicilerin ihtiyaçları;  
a) Tüketicilerin kendi sağlık ve güvenliklerine karşı tehlikelerden korunması,  
b) Tüketicilerin ekonomik menfaatlerinin geliştirilmesi ve korunması,  
c) Tüketicilere, istek ve ihtiyaçlarına göre bilinçli seçim imkanı sağlamak için yeterli bilgilere erişim sağlanması,  
d) Tüketici eğitimi,  
Tüketiciyi koruma politikalarını geliştirmek, uygulamak, kontrol etmek için Tüketiciyi koruma tedbirlerinin, nüfusun tüm bölümlerinin, bilhassa kırsal nüfusun menfaatleri için uygulanmasını sağlamak amacıyla özel çaba harcanmalıdır.  
Tüketiciyi koruma politikası geliştirilirken araştırma yapan üniversiteler ile özel ve kamu teşebbüslerinin olumlu rolünün potansiyeli göz önünde bulundurulmalıdır.

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunda amacı itibariyle, kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konudaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeyi amaç olarak tanımlayarak hüküm altına almıştır.

Tüketici kavramının tanımlanmasında çerçevenin geniş tutulması hakkın gerçek anlamda korunmasına hizmet edecektir. Bu sebeple tüketici sadece hizmet veya mal alan olarak değil, sözleşme bağlantısı olan veya nihai kullanıcı kadar bir ürün veya hizmetle herhangi biçimde bağlantısı olan gerçek ve tüzel kişileri de kapsar şekilde tanımlamak gerekmektedir

**ULUSLARARASI PERSPEKTİFTEN BİR BAKIŞ**

Türkiye’deki Tüketici haklarının değerlendirilmesine baktığımızda; Avrupa Birliği (AB) Türkiye İlerleme Raporlarında, yıllar itibariyle tüketicinin korunması alanında yer alan eleştirilerden birisi de ülkedeki tüketici alanındaki işleyişin ve tüketici örgütlülüğünün durumunun yetersizliği ile kamu - STK ilişkilerinin zayıflığı olduğunu tespit edebiliyoruz.

Bu doğrultuda, son 5 yılın ilerleme raporları incelendiğinde;

2016 yılı Raporu’nda, tüketici örgütlerinin karar alma mekanizmalarına katılımının ve farkındalığın artırılması gerektiği,

2018 yılı raporunda, tüketici haklarının uygulanmasının hâlâ zayıf olduğu ve tüketicilerin hakları konusunda bilgi seviyesinin oldukça düşük düzeyde bulunduğu,

2019 yılı Raporu’nda, tüketici gruplarıyla daha iyi uygulama ve daha iyi koordinasyon ve iş birliği yapılarak tüketicilerin korunmasının sağlanması gerektiği, ayrıca, tüketici örgütlerinin politika oluşturma ve karar alma mekanizmalarına katılımının zayıf olduğu ve tüm paydaşları içeren tüketicinin korunması sektöründe iş birliğinin geliştirilmesi gerektiği, bilgileri yer almıştır.

2020 yılı Raporu’nda tüketicinin korunması alanında Türkiye’nin mevzuat uyumu ve uygulama yönünden gelişmeler olduğunun altı çizilmiş olsa da, tüketici örgütlerinin güçlendirilmesinin ve de tüketicinin korunması alanındaki tüm paydaşlar arasında işbirliği ve eşgüdümün artırılması konusunda söz konusu paydaşların isteklendirilmesinin önemine vurgu yapılmıştır.

İlerleme Raporu’nda tüketicinin korunması alanında sivil toplum katılımı eksikliği temelli değerlendirmelerin, doğal olarak, tüketici örgütlerinin hali hazırda var olan sorunlarından ve diyalog eksikliklerinden kaynaklanması yanında Türkiye’de tüketici örgütlülüğünün, yapı ve işleyiş bakımından çeşitli sorunları bulunmakta, bu sorunlar da tüketici hareketinin gelişmesi açısından bazı riskleri beraberinde getirdiği ifade edilmektedir.

2021 yılı ilerleme raporunda ise, Tüketicinin korunması Ulusal mevzuat, güvenlikle ilgili olmayan konularda tüketicinin korunmasına ilişkin AB müktesebatıyla büyük ölçüde uyumludur.  Temmuz 2020'de tüketici hakem heyetlerinde görevlendirilen bilirkişilerin temel sorumluluklarının ve etik ilkelerin belirlenmesine ilişkin uygulama mevzuatının kabul edilmesi olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmiştir.  Tüketici örgütlerinin desteklenmesine yönelik bir eylem planı ve gündem kabul edilmiştir.  ve Ticaret Bakanlığı'nda Tüketici STK'ları için özel bir birim kurulmuş olup,  Tüketici Bilgi Sistemi (TÜBİS), tüketici şikayetlerinin işleme alınma süresini önemli ölçüde kısaltmıştır.  Türkiye'de tüketicinin korunmasına ilişkin ilk kamu politikası analizi hazırlandı.  Tüketici STK'ları arasındaki diyalog, tüketici örgütlerinin ilk konfederasyonunun kurulmasına yol açacak şekilde güçlendi.  Tüketici haklarının uygulanmasını, tüketici bilincini ve eğitimini, sektörel paydaşların işbirliğini ve koordinasyonunu geliştirmek için daha fazla ve sürdürülebilir çabalara ihtiyaç vardır.  Halk sağlığını ve tüketici güvenliğini tehdit eden güvenli olmayan veya sahte ürünlerin e-ticaret siteleri üzerinden online satışının daha fazla düzenlenmesi ve izlenmesi gerekmektedir.  İfadeleri yer almıştır.

**Sivil toplum yaklaşımı** olarak, Türkiye’deki mevcut durum ve temel düzenlemeler açısından bizi kısıtlayan durumlara baktığımızda örgütlenmenin işleyişinde yaşanan engeller ve sokak eylemlerine yönelik yasakçı politikalar, boykot örgütlenmesinde tüketicinin göreli ilgisizliği, ilgili mevzuatlardan kaynaklı eksiklik ve/veya farklı yorumlamalar sonucu ortaya çıkan ve/veya uygulamada ortaya çıkan zorluklar/engeller.

Tüketicinin Korunması alanındaki ve ilgili mevzuatın uygulanmasında önemli rol üstlenen tüketici örgütleri, mevzuatın yargıçlar tarafından farklı yorumlanması, tüketici hakem heyetlerinde karar birliğini sağlayacak mekanizmaların oluşturulmaması, ihtiyaçların gelişimi ve değişiminin zamanında fark edilerek önlemler alınmamasına ilişkin kamu otoritesi tarafından paydaşları sürece katma konusunda tutucu davranılması.

Tüketici örgütlerinin kapasitesinin geliştirilmesine ve kadro yetiştirilmesine yönelik sorunlar. Dernekler mevzuatında yapılan değişikliklerle özellikle eski STK ların önemli ölçüde üye kaybetmesinin yarattığı olumsuz durum. STK üyelerini kayıt alma adına tüm üyelerin sisteme işlenmesi yaklaşımının istinasız mevzuat değişikliği ile hüküm altına alınması, Eski üyelerin TC Kimlik numarası işlenmediğinden STK lar binlerce üye kaybına uğramışlardır. Çözüme ilişkin herhangi bir yaklaşım sunulmamıştır.

Tüketiciyi ilgilendiren ( fahiş fiyat artışları, güvensiz ürünler, vb.) sorunlu konularda tüketici örgütleri tarafından organize edilmeye çalışılan boykot, protesto gibi eylemliliklere tüketicilerin yeterince ilgi göstermemesi hak arama sürecine olumsuz etkiler yapmaktadır.

Son dönemde Avrupa’da tüketicinin korunması alanında yaşanan en önemli gelişmelerden biri de Avrupa Komisyonu’nun, Avrupalı ​​tüketicilerin yeşil ve dijital dönüşümlerde aktif bir rol oynamasını sağlamak için Yeni Tüketici Gündemi’ni benimsemesidir. Gündem, tüketicilerin günlük yaşamlarını etkileyen önemli zorlukları beraberinde getiren COVID-19 pandemisi sırasında ve sonrasında tüketicinin korunmasının ve dayanıklılığının nasıl artırılacağını da ele almaktadır. Daha somut olarak, Gündem, Avrupa ve ulusal düzeylerde Üye Devletlerle birlikte önümüzdeki 5 yıl içinde alınacak öncelikleri ve kilit eylem noktalarını ortaya koymaktadır. Bu girişim, diğer gelişmelerin yanı sıra, tüketicilere sürdürülebilirlik hakkında daha iyi bilgi sağlamayı amaçlayan yeni bir yasal öneriyi, mevcut mevzuatı dijital dönüşüme uyarlamayı ve Çin ile ürün güvenliği konusunda bir eylem planını da kapsamaktadır. Yeni Tüketici Gündemi, 2020'den 2025'e kadar AB tüketici politikası için beş temel öncelik alanına odaklanan bir vizyon sunmaktadır. Bu öncelik alanları; yeşil dönüşüm, dijital dönüşüm, tüketici haklarının etkili bir şekilde uygulanması, belirli tüketici gruplarının özel ihtiyaçları ve uluslararası işbirliği olarak tespit edilmiştir.

Bu çerçevede kaydedilen diğer bir önemli gelişme de Avrupa Komisyonu'nun;

-Tüketici Hakları Direktifi

-Haksız Ticari Uygulamalar Direktifi

-Haksız Şartlar Direktifi

-İhtiyati Tedbir (Injunctions) Direktifi ve

-Fiyat Bildirimi Direktiflerinde

değişiklik yapan ve özellikle dijital tüketicinin korunması ile ilgili ilave hükümler getiren bütüncül AB Mevzuat değişikliklerinin (New Deal for Consumers) 7 Ocak 2020 itibariyle AB düzeyinde yürürlüğe girmiş olmasıdır. “Tüketiciler için Yeni Anlaşma” girişimi, AB çapında artan ihlal riski ışığında AB tüketici yasasının uygulanmasını güçlendirmeyi ve piyasa gelişmeleri karşısında AB tüketici koruma kurallarını modernleştirmeyi amaçlamaktadır.

**TÜKETİCİNİN KORUNMASINDA TÜKETİCİ ÖRGÜTLERİNİN ÖNEMİ,**

Ortak paydaları olan tüketicilerin güç birliği yaparak birlikte davranmaları sonucu örgütlenerek hak arama faaliyetlerinde bulunabilmeleri durumunda, bir ortak çıkar grubu olarak örgütlenerek ve veya örgütlenmelerini geliştirerek haklarını koruyabilirler. Tüketiciyi bir güç olarak tanımlamak ve hak arama sürecinde etkinliğinin artması için Tüketicilerin kendi aralarında kurduğu örgütlere büyük görevler düşmektedir. Tüketici örgütleri ülkemizde 1990 lı yıllarda ağırlıklı olarak dernek biçiminde örgütlenmeler hayata geçirilmiş olup, 2000 li yıllarda federasyonlar, 2020 sonrasında ise Konfederasyon örgütlenmesi şeklinde gerçekleşmiştir.

Tüketicilerin, alınan kararlarda ve mevzuat düzenlemelerinde etkili bir şekilde temsil edilebilmeleri için bağımsız örgütlenmelerini gerçekleştirmeleri bir gereklilik ve zorunluluktur.

Tüketiciyi bir güç olarak tanımlamak ve etkin hale getirmek için tek yol örgütlenmedir.

Tüketicilerin kuracakları/kurdukları tüketici örgütlerine önemli görevler düşmektedir. Tüketicinin korunmasının en önemli unsurların başında bağımsız, gönüllü tüketici örgütleri gelmektedir.

Tüketici örgütleri, Evrensel tüketici haklarıyla belirlenen “Tüketicilerin Örgütlenerek Temsil Edilme Hakkı” ilkesi ile Uluslararası Tüketici (Consumer International) örgütünün belirlediği ve kabul ettiği ölçülerde şekillenen gönüllü kuruluşlardır.

Gerek ülkemizde, gerekse diğer ülkelerde tüketicilerin çeşitli biçimlerde örgütlendiklerini görmek mümkündür.

Tüketicinin yasalar ile korunması, ancak hakları ve sorumlulukları konusunda eğitilmesi ve bilgilendirilmesi ile mümkündür.

Ekonomik olarak gelişmiş ülkelerin tüketici politikalarında tüketicinin eğitimi ve bilgilendirilmesi ön planda iken, gelişmekte olan ülkelerde tüketicinin korunmasına yönelik çabalara ağırlık verilmeye çalışıldığı söylenebilir.

Ayrıca, gelişmiş ülkelerde tüketicilerin, toplumun politik, teknolojik, sosyal ve ekonomik sorunlar ile makro düzeyde ilgilenme ve söz sahibi olma aşamasına geldikleri görülmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerde ise tüketici hareketlerinin yeterince organize olmadığı ya da organize olma yönündeki çabaların çok yeni olduğu gözlenmektedir. Bu nedenle de toplumsal sürece yeterince müdahale edebilmeleri ve etki yapabilmeleri yeterli değildir.

Türkiye açısından bakıldığında; tüketici politikalarının etkinliği açısından Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun’un çıkarılması önemli bir adımdır. Ancak, tüketicinin korunmasına yönelik çalışmaların başarıya ulaşmasında tüketicinin eğitilmesi ve bilgilendirilmesi ve örgütlülüğünün gelişiminin çok önemli olduğunun unutulmaması gerekir. Bu yönde mevzuat düzenlemelerinde ve Kamu – STK ilişkilerinde Anayasanın 172. Maddesi ile TKHK amaç 1. Maddesinde belirtilen hükümlerinin hayata geçirildiğinden bahsedilemez.

Son yıllarda, tüketiciler ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının göreceli olarak etkinliğinin artması, tüketicinin güvenini kazanma ve tüketiciye yol gösterme konusunda başarılı olmada yol kat edilmesi göreli olarak sevindirici bir gelişmedir.

Tüketicinin örgütlenmesinin, Kalitenin ve kontrolün sağlanması, Yaşam düzeyinin yükseltilmesi, Devletin konuyla ilgili politikalarına etki edilmesi, Tüketici hareketine yönelik olumlu tepkinin oluşmasını sağlamak gibi birçok etkisi vardır.

Gerçekte tüketici hareketleri pazarda önemli etkilere de sahip olmaktadır. Bağımsız ürün bilgisi, işletmelerin organize faaliyetlerine kanuni zorlamalar yapma, işletmelerin ve ürünlerin tanıtımlarını denetleme gibi önemli özellikleri yerine getirmeleri söz konusu olabilmektedir. Bu durum tüketici için olduğu gibi, kaliteli ve dürüst üretim yapan işletmeler için de önemli bir etkiye sahiptir.

Tüketici örgütü; ticari ilişkilerden bağımsız, yayınlarına reklam almayan, siyasi partilerle örgütsel organik ilişkiler içinde olmayan ve çalışmaları gönüllülük esasına dayanan demokratik kitle örgütü/sivil toplum kuruluşlarıdır.

Bir tüketici örgütünün işleyişinde, devlet dahil, siyasi ve ticari kuruluşlardan bağımsız çalışma yapmaları esas olmalıdır. Evrensel kabul görmüş tüketici haklarının yerleştirilmesi, uygulanması ve geliştirilmesi güçlü, etkili ve bağımsız bir tüketici hareketinin oluşmasına bağlıdır.

Tüketici örgütleri kısıtlı ekonomik koşullara, olanaklara karşın örgün ve yaygın eğitim kurumlarında tüketicilerin eğitilmesi, bilgilendirilmesine yönelik bu gün için olanaksızlıklar nedeniyle yeterli olmasa da önemli çalışmalar yapmaktadırlar.

Televizyon ve radyo programları, dergi, broşür gibi yayınlar, konferans, panel, seminer, basın açıklamaları bu çalışmaların bazılarıdır.

Ancak, Tüketicinin haklarını yeterince bilmeme, hak arama bilincinin yetersizliği yanında, örgütlenmeye yönelik ilgisizliği, Yasal düzenlemelerdeki kısıtlayıcı ve caydırıcı unsurların etkisi yanında, Ekonomik sorunlar, kamu otoritesinden kaynaklı mevzuat eksikliği gibi çeşitli nedenler, ülkemizde tüketicinin örgütlenmesinin gelişimini, olması gereken düzeye getirememiştir.

Ancak tüm eksikliklere, olumsuzluklara karşın, ülkemizdeki tüketici örgütlerine haksızlık yapmamak gerekliliği yanında. Geçen süreçte çalışmaların boyut kazanmasıyla, tüketici örgütleri üst kuruluşları (federasyon/konfederasyon) örgütlenmeleri hayata geçmeye başladığı gibi, devlet, özel sektör ve tüketiciler tarafından tüketici örgütlerinin önemi daha fazla kavranmaya başlanmıştır.

**Örgüt kültürü:**

Örgüt kültürü, örgüt üyeleri tarafından paylaşılan ortak değer ve inançları, gelenekleri, örgütün işleyiş tarzını ve çalışma çevresini ifade etmektedir.

Örgüt kültürü, çalışanların olaylara yaklaşımına ve sergiledikleri davranışlara yön vermektedir. Örgütün, belirlenen faaliyetleri başarılı bir şekilde uygulayabilmesi, o stratejinin temel varsayımlarını ve amaçlarını destekleyecek bir kültürün yaratılmasını zorunlu kılmaktadır. Örgüt kültürünün değiştirilmesinde yada geliştirilmesinde eğitim gibi faktörler etkili olmaktadır.

Organizasyon yapısı, örgütteki işler ile bu işleri yapacak olanlar arasındaki ilişkileri açıkça belirlenmesi anlamına gelmektedir. Örgütün hedeflerine ulaşabilmesi ve stratejilerin eyleme dönüştürülebilmesi için gerekli yapısal düzenlemelerin yapılması gerekir.

Etkin bir organizasyon yapısı için; hedefleri gerçekleştirecek faaliyetlerin açıkça belirlenmesi, faaliyetler arasındaki bağların kurulması, yetki ve sorumluluk alanlarının tespiti, hiyerarşik kademelerin oluşturulması, örgüt içi iletişim yapısının kurulması önem arz etmektedir.

**Örgütsel Kapasitenin Geliştirilmesi;**

Tüketicinin korunması konusunda devlete, özel sektöre ya da özerk yapılara görevler düşse de bu alanda en fazla söz sahibi olması gereken aktörler, bizzat tüketiciler ve tüketiciler tarafından oluşturulan yapılardır. Tüketici örgütlerinin kendilerine biçilen bu rolü gereğince yerine getirebilmeleri için ekonomik, beşeri ve teknik açıdan yeterli donanıma sahip olma ihtiyacı önemlidir. Bu gerekliliklerin başında savunuculuk faaliyetlerini yürütecek finansman araçlarına erişim, nitelikli ve yeterli personel, teknik bilgi ve donanım ile iletişimsel kapasite gelmektedir. Zira kuruluşlarımızın kapasitelerinin geliştirilmesinin yaratacağı sonuçlar, Tüketici örgütlerini, çok daha işlevsel, tüketicilerin gözünde muteber, diğer piyasa aktörleri nezdinde ise etkin bir konuma taşıyacak temel yetenekler; bağımsız araştırma, analiz, test ve rapor üretme kabiliyeti ile bu çalışmalar sonucunda elde edilen çıktıları kitleler ile paylaşabilme becerisidir. Tüketici örgütlerinin temel fonksiyonu olan savunuculuk çalışmalarında bu örgütlerin elini güçlendirecek olan bakanlıklar, üniversiteler, yerel yönetimler, TÜBİTAK, Hıfzısıhha ve TSE gibi laboratuvarların belirli kriter ve kotalar çerçevesinde öncelikli ve ücretsiz kullanımı, işyerlerinin mevcut yasa, yönetmelik, tebliğ ve standartlara uygunluğu konusunda iş yeri sahiplerine bilgi verilmesi faaliyetlerine dâhil olma, tüketici mahkemesine yapılacak başvurularda üst kuruluşlara tanınan ayrıcalığın genişletilmesi ve tüketicinin korunması alanında yürütülecek eğitim faaliyetlerinin tüketici örgütleri ile iş birliği içinde yürütülmesi gibi hususların gündeme alınması da tüketici örgütlerini güçlendirecek etkenler olacaktır.

Kuruluşlarımıza kaynak aktarımı için ise temel ihtiyaçlardan başlayarak farklı kaynak seviyelerinde, farklı iş birlikleri seçenekleri ve farklı senaryolar üzerinden detaylı bir etki analizi çalışması yürütülmesi ve elde edilen çıktıların şeffaf biçimde kamuoyuyla paylaşılması önemli bir seçenek olarak karşımızda durmaktadır. Çatı tüketici örgütü olarak, tüketicilere yönelik olarak çıkarılması, hazırlanması önemli bir ihtiyaç olan İngiliz ‘Which’ yada Alman ‘Stiftung warentest’ gibi test dergileri benzeri yayınlar için verilecek destekler, bu yayınları üretecek birimler için tanınacak ayrıcalıklar ve bu yapıların tabi olacakları muafiyetlere ilişkin değerlendirmeler ise tüketici örgütlerinin yasal konumları, yapıları, finansman seçenekleri ve kamu sektörüyle ilişkilerine dair başlıklar altında yürütülen tartışmalarda öngörülen model çerçevesinde değerlendirilerek tüketici örgütlerinin örgütsel kapasitelerinin gelişimine oldukça önemli bir katkı sağlayabilecektir.

Personel istihdamı açısından yapılacak destek oldukça önemli olup, bu süreç oluşturuluncaya kadar kalıcı bir çözüm yöntemi olmamakla birlikte, kamu kurumlarında staj yapmak için başvuruda bulunan öğrencilerin staj sürelerinin bir kısmını da oluşturulacak program çerçevesinde tüketici örgütleri ve diğer sivil toplum kuruluşlarında yapmalarını sağlayacak yöntemler üzerine çalışılarak hem öğrencilere sahada deneyim ve iletişim becerisi kazanmalarını sağlayacak, hem de tüketici örgütlerinin yükünün azaltılmasına katkı sağlama imkânlarının uygulanabilirliği değerlendirilebilir.

**GÜNÜMÜZDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI ATMOSFERİ;**

**Pandeminin Sürecinde;**

**a)-** Çalışmalara etkileri,

**b)-** Ekonomi yapı,

**c)-** Fiyat Artışları,

**d)-** Kamu+STK ilişkileri.

Pandemi sürecinin yaşama etkilerine baktığımızda, tüketicilerin en fazla etkilenen kesim olduğunu çok net görebiliyoruz. Şirketlere, esnafa ve diğer ekonomik faaliyette bulunan aktörlere değişik isimler altında bir çok paket açılarak desteklemeler sağlanmasına rağmen tüketicilere yönelik yaşamı azda olsa rahatlatacak herhangi bir paket açılmadığı gibi bu süreçte fırsatçıların yaptığı fahiş zamlar yanında, kamu ve özel sektör tüzel kişilerinin akaryakıt, elektrik, doğalgaz gibi birçok alanda yapılan yüksek zamlar tüketicinin yaşamını çok büyük oranda olumsuz etkilemiştir.

Tüketicilerin en büyük beklentilerinden biri olan özelliklede temel ihtiyaç maddelerinde uygulanan dolaylı vergilerde (KDV, ÖTV, ÖİV) yanında, kaldırılacağı belirtilen TRT payı, Enerji Fonu, dışında elektrik faturalarına yansıtılan, enerji tüketim bedeli içinde yer alan yüzde 17 gibi yüksek orandaki kayıp kaçak bedeli ile Elektrik ve Havagazı Tüketim vergisi ve tüm bu kalemlerden ayrıca alınan KDV nin tüketici yaşamına etkileri kamu otoritesi tarafından göz ardı edilmiştir/edilmektedir.

Var olan sorunlar üzerine pandemi olumsuz koşullarının ağırlığının eklenmesiyle, Tüketicinin alım gücü her geçen gün giderek düşmüş olup TÜİK in açıkladığı açlık ve yoksulluk sınırının altına düşüşler giderek artmaktadır.

Bu olumsuz durumu yaratan en önemli etkenlerden biri de maaş artışlarının fiyat artışları karşısındaki durumudur. En önemli yanı da haneye giren paranın alım gücüdür. Bu gün yaşanan en önemli etken alım gücünün giderek azalmasıdır. Tüketicilerin ülkeye yönetenlerden beklentisi fiyat artışlarına zaman geçirmeden DUR denilmesi, açlık ve yoksulluk sınırının altına yaşayan tüketicilerin durumuna zaman geçirmeden sosyal devlet olma anlayışı yaklaşımıyla başta alım gücünün yükseltilmesi olmak üzere çözümler üretilmesi ihtiyacıdır.

Tüketici Hakem Heyetlerinin faaliyetlerinin 3 ay gibi bir süre ara vermesi nedeniyle, Tüketicinin Korunması alanında ortaya çıkan uyuşmazlıkların çözümü için hak aramak mümkün olamaması nedeniyle kapanmadan kaynaklı olarak heyetlerde ve mahkemelerde yığılmalar olmuş ve hak alabilmek uzun süreçlere yayılmıştır.

Önümüzdeki iki yıl içerisinde Tüketici Örgütleri Konfederasyonu (TÖK) ve bileşenleri olarak tüketicilerin yaşadıkları bu olumsuz durumlara karşı hak arama mücadelemiz kesintisiz sürecektir.

Kamu+STK ilişkileri, Pandemi sürecinde faaliyetleri açısından en çok olumsuz etkilenen konulardan biridir. STK lar uzun süre genel kurullarını yapamamış, faaliyetleri askıya alınmış, bu nedenle ekonomik yapıları önemli ölçüde sarsılmıştır. Üyelerinden aidatları toplanamadığı gibi, yeni üye yapılması neredeyse durma noktasına gelmişti. STK ların Gelişim ve işleyiş süreci durma noktasına gelen faaliyetler nedeniyle de, sosyal amaçlı STK ların çalışma alanlarının etkinleştirmesine yönelik ihtiyaçları değerlendirilmelidir.

**Ürün Güvenliği**

**a)-** Üretimden kaynaklı sorunlar,

**b)-** Satış sonrası hizmetler,

**c)-** Fiyatlama politikaları.

Ürün güvenliği konusu Dünyada olduğu gibi ülkemizde de tüketicilerin sağlık ve güvenliğini ilgilendiren en temel meselelerin başında gelir.

Ürün güvenliği açısından Dünyada tüketicinin korunmasında temel anlayışın “Test, Analiz, Kıyaslama” sisteminin işleyişinin ne kadar etkili olduğu ve nitelikli bir tüketicinin korunması politikasının bu ilkesel yaklaşımlar üzerinde yükselmesi gerektiği gerçekliği yadsınamaz. Özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde neredeyse ortak payda da oluşturulan ve geliştirilen direktiflerin tüketicinin korunmasına yön verdiğini görebiliyoruz. AB katılım öncesi süreçte Türkiye’nin müzakerelerini sürdürmeye devam ettiği 28. Fasıl olan “Tüketicinin ve sağlığının korunması” başlığı ile Fasıl 29: Gümrük Birliği başlığı altında ürün güvenliğine ilişkin ülkede yapılan düzenlemelerde gerek tüketicinin korunması, gerekse bu minvalde yer alan ürün güvenliği, piyasa gözetimi ve denetimi, uygunluk değerlendirilmesi konularında gelişme sağlanması önemlidir.

AB ülkelerinde gerek ürün güvenliği gerekse haklar konusunda hukuki danışmanlar görevlendirilerek o ülkede vatandaşların yaşadıkları sorunların çözümüne katkı sağlandığı gibi, sorunların çoğuna da çözüm üretilmektedir. Bu çalışmalarda amaç yardım alan ülke tüketicisinin bir sonraki olası soruna yönelik bilinçlenmesidir.

Bir diğer durumda sorunların çözümüne yönelik çalışmalarda öncelikli olarak firmaların yaşanan sorunları ortadan kaldırmasına yönelik çalışmalar olduğu gibi yeni sorun oluşturacak faaliyetlerden/üretimlerden/hizmetlerden uzak durulması olacaktır. Buna paralel olarak tüketici bilincinin gelişmesi de olası sorunların ortadan kalkmasına yardımcı olacak bir başka konudur. Ülkemizde ürün güvenliği, satış sonrası hizmetler ve fiyatlama politikaları açısından tarafların üstüne düşen görev ve sorumluluğu zamanında ve yeterli bir biçimde yerine getirilmesi ya da çözüm üretme noktasına gelinmesi durumunda güvenli ürünler açısında çok önemli aşama kaydedilmiş olacaktır.

Ürün güvenliği ile satış sonrası hizmetler konusunda, Piyasa Gözetimi ve Denetiminin (PGD) Avrupa ürün güvenliği kuruluşu olan ANEC ve Tüketici örgütleriyle de işbirliği geliştirilerek, PGD nin yerel mekanizmalarla etkisini artıracak çalışmalar zaman geçirmeden başlatılmalıdır.

Önümüzdeki iki yıllık süreçte ülkemizde ürün güvenliği ve ilişkili alanlarda tüketicinin farkındalığının artırılması, denetimlerin tabana yayılarak etkinliğinin artırılması, özellikle de bir test dergisinin hayata geçirilmesi çalışmaları öncelikli görevlerimizden olacaktır.

**Gıda Güvenliği**

**a)** Tarım ilaçları

**b)** GDO lar

**c)** İşlenmiş Gıdalar

**d)** Tohumdan çatala gıda güvenliği

**İnsanların** yaşamak için tüketmek zorunda olduğu gıda maddelerinin içeriği ile üretim süreçlerine ilişkin her konuda bilgiyle ulaşmaları daha bilinçli, daha sağlıklı beslenmeleri için bir ön koşuldur. Tohumdan çatala gıda güvenliğinin sağlanması, gıda maddelerinin işlenme süreçlerinde dışsal etkenlerin zararlara yol açmaması, tedarik sisteminde gıdaların soğuk zincirle sevkinin sürekli ve etkin kılınması, depolama ve raf koşullarının uygun olması, son kullanım kurallarına uyulması yaşanacak olası sorunları önemli ölçüde ortadan kaldırılacaktır.

Endüstriyel tarımda yetiştirilen ürünler için zararlı olabilecek böcek, ot, mantar ve bunun gibi canlılara karşı koruma amaçlı kullanılan kimyasal maddelerden olan pestisitler, Böcek öldürücü, ot öldürücü gibi ilaçlar canlıları öldüren zehirli kimyasallardır.

Tarım ürünlerinde tavsiye edilen doz ve kullanımla ilgili tavsiyelere uyulmamasının yaygın olduğu, orijinal ilacın yanında emsal ilaçların kullanılmasının her durumda soruna yol açtığı, ucuz fiyata alınan emsal ilaçların aktif maddesinin safiyeti ve yardımcı maddelerinin kalitesinin düşüklüğünün yarattığı olumsuzluklar ile istenen sonucun alınabilmesi için aşırı dozda kullanımının kalıntı sorununun daha da artmasına yol açtığı bilinmektedir. Hem insan sağlığına hem de çevreye geri dönüşü olmayan zararlar veren pestisitlerle ilgiliTarım ve Orman Bakanlığı, insan ve çevre sağlığına olumsuz etkileri nedeniyle, 2020 yılında 25 pestisit etken maddesini yasaklarken 7 tanesinin kullanımına ise sınırlama getirdiğini açıklamasına ve AB sürecinde yasaklanan pestisit sayısı 200’ü aşmasına rağmen bugün kontrolsüz kullanılan pestisitler canlı yaşamını tehdit etmeye devam etmektedir.Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Türkiye’de 2020 yılında toplam 53 bin 672 ton pestisit kullanıldı. Pestisitler, başta uçucu böcek türleri, eklembacaklılar ve kuşlar olmak üzere çok sayıda canlı türünün hızla yok olmasında en önemli etkenlerden biridir.

Bir araştırmada, dünya genelinden toplanan bal örneklerinin dörtte üçü pestisit kalıntısı içerdiği yer almıştır. Bu sonuç pestisitlerin geniş bir coğrafi alana dağıldıklarının göstergesidir. Bazı pestisitler toprakta ve sularda, aylar hatta yıllar boyunca zehirli etkisini yitirmeden kaldığı gibi, doğal hayattaki canlı türleri, özellikle uçucu böcekler ve ürün zararlılarının kontrolünde önemli rol oynayan kuşlar ile eklembacaklılarda kitlesel yok oluşa neden olmaktadır. Tarımsal alanlarda yoğun pestisit kullanımı iklim krizini de tetiklemektedir.

Pestisit kullanımını azaltan ya da ortadan kaldıran doğa dostu tarımsal faaliyetler ise toprağa ciddi miktarda karbon gömülmesini de sağladığı için küresel iklim krizinin çözümü yolunda olumlu katkı sağlamaktadır

**Toplum Destekli Tarım**  Etiket okuyarak ürünün gluten içerip içermediğini veya gıda katkı maddeleri olup olmadığını anlama şansımız olmakla birlikte tağşişi, mikotoksinleri veya pestisiti tüketiciler olarak tespit etmemiz mümkün değildir. Tüketicilerin önce haklarının farkında olmaları için sivil toplum örgütlerine katılarak yapabilirler. Pestisitlerden korunmanın yolu örgütlenerek üreticiler ve üretici örgütleri ile işbirliği içinde güvenilir, katılımcı üretim tüketim modelleri yaratmak. Bunlardan biri de toplum destekli tarım. Belirlenecek ilke ve kurallar çerçevesinde üretim yapılarak, adil bir model yaratarak üreticiler desteklenebilir, ve onlara alım garantisi verilerek çözüm üretilebilir.

Tarımda verimlilik, sürdürülebilirlik, ekonomik tartışmalar yapılırken sağlık, biyolojik çeşitlilik, pestisitlerin ve metabolitlerin onlarca yıl doğada özellikle su kaynaklarında varlıklarını sürdürüyor olmaları, iklim gibi diğer canlılar ve çevresel zararları ve etkileri genellikle hesaba katılmazlar.

**İşlenmiş gıdalar** İşlenmiş gıdaların kötü olduğuna dair bir genel kanı olmasına rağmen işlenmiş gıdalardan ne anlaşıldığına bakmak gerekir. Her işlenmiş gıda maddelerinin kötü olduğunu söylemek yanlıştır.  Gıdaları işlemek gereklidir; aksi takdirde başta gıda kayıpları, gıdaların besin öğesi içeriğinde azalmalar ve sağlık açısından risk yaratan durumlar olmak üzere çeşitli sorunlar açığa çıkacaktır. Gıda işleme teknikleri olmadan gıda üretim-tüketim sistemini ayakta tutabilmek imkânsızdır; bütün sistem birkaç gün içinde çöker.

Gıdaları işlemek toplumsal hayatın devamlılığı için bir gerekliliktir. yerel üretim-tüketim pratiklerinin geliştirilmesine, agroekolojik yöntemlerinin yaygınlaştırılmasına ve çevre kirliliğinin önlenmesine yönelik faaliyetlere atıfta bulunmak gerekecektir. Gıda işlemede genel bir kural olarak minimal teknik-hijyenik işlem uygulamak temel bir mühendislik ilkesidir; yani gıdanın doğal niteliği olabildiğince korunmaya çalışılır. Ancak bütün bunlara rağmen işlenmiş her gıdanın sağlığa uygun olduğundan da söz edemeyiz. İşlenmiş **bazı** gıda maddelerinin sağlık sorunlarına yol açtığı da bir gerçektir. Bu sorunların başında da dünya genelinde gözlenen en önemli halk sağlığı sorunlarından biri olan obezite gelir. Obezite diyabet, kalp ve damar hastalıkları, yüksek tansiyon gibi önemli sağlık sorunlarına yol açmaktadır.

Genel olarak bakıldığında [abur cubur](https://m.bianet.org/bianet/saglik/190639-abur-cubur-gida-nedir) olarak nitelenen işlenmiş gıda maddelerinin obezite sorununa yol açtığına dair çok sayıda akademik makale ve raporlar olduğunu biliyoruz. Üretim sistemini kontrol edilmesi gerekliliği yanında, her gıda maddesinin üretilmesine izin vermemek gerekliliği de açıktır. Abur cubur olarak nitelenen gıda maddelerinin ortak özelliği ise protein, vitamin ve mineral gibi besin öğelerini çok az ya da hiç içermemesi ancak ilave şeker içeriklerinin çok yüksek olması. alkolsüz gazlı içeceklerdeki ilave şeker miktarının inanılmaz yüksek olması bile başlı başına bir kamu sağlığı sorunudur.

Özellikle hazır gıdaların işlenmesi/üretilmesi sürecinde belirli bir işlevi yerine getirmesi için, bilinçli olarak katılan katkı maddeleri renklendirici, koruyucu, mineral tuz, kıvam artıcı, homojenleştirici, parlatıcı, tatlandırıcı, inceltici, aroma ve tat verici amaçlı olarak kullanılmaktadır.

**İşlenmiş gıda maddelerinin** içeriğinde bulunan katkı maddeleri hakkında bilgiye ulaşabilme koşullarının eksiksiz oluşturulması gerekliliği tüketicinin seçme hakkını doğru bir biçimde kullanarak kendisinin ve yakın çevresinin sağlık ve güvenliğini korumaya yönelik bir reflekse sahip olmasına katkı sağlayacaktır. Birçok katkı maddesi, hiçbir besleyici değeri olmayan ve gıda maddelerine tat vermek, raf ömrünü uzatmak ve işlevsel kılmak için kullanılmaktadır.

Diğer yandan işlenmiş gıdalardaki toksik kimyasal maddelerin yarattığı sorunlara baktığımızda, İşlenmiş gıdalarda bulunan toksik kimyasal maddelerin bir kısmının kaynağı işleme sürecidir. Aşırı işlenmiş gıda maddelerinde işleme sürecinden kaynaklanan toksik maddelerin sayısı ve miktarı fazla olabilir. Genel olarak bakıldığında çeşitlilik içeren, dengeli bir beslenme rejiminde işleme sürecinde gıdalara bulaşan ya da işleme süreci esnasında gıdalarda oluşan toksik kimyasal maddelerin, tarımsal üretimde kullanılan ya da çevre kirliliğinin bir sonucu olarak gıdalara bulaşan toksik kimyasallara kıyasla çok daha az önem arz ettiğini düşünüyorum. Gıda üretim yöntemlerinin de çevre tahribatına ve kirliliğine yol açtığını göz ardı etmemek gerekir. Gıda üretiminde kullanılan toksik kimyasal maddeleri azaltmak ve çevrenin kirletilmesine yol açan süreçleri önlemek hemen her zaman sağlığa uygun gıda üretiminin ve sağlıklı bir beslenmenin zeminini oluşturacaktır.

**Tağşiş** satışa sunulan bir maddenin, bir başka madde ilave edilmesi, düşük kalite hammadde katılması veya üründe pahalı bir hammaddenin kullanılmaması ya da az kullanılmasına yönelik yapılan işlemlerdir. Tağşiş ekonomik çıkar elde etmek için yapılan tüketici tarafından anlaşılması güç olan bir dolandırıcılık türüdür. Günümüzde özellikle de gıda maddelerinin üretiminde kullanılan en yaygın aldatma yöntemi olarak karşımıza çıkarak sağlık ve güvenliğimizi tehdit etmektedir. Diğer yandan, ülkemizde de kümes hayvanı ve sığır yetiştiriciliğinde yaygın bir biçimde Antibiyotik kullanımını söz konusu olup, etlerin tüketimi sonucu antibiyotik direnci oluştuğu bilim insanlarınca tespiti yapılmaktadır. Ayrıca, GDO lu mısır ve soyanın küspesinden ve mısır silajından yapılan yemlerle yapılan hayvan yetiştiriciliğinin yaygın olduğu orta ve uzun vadede ortaya çıkması olası sakıncaları uzmanlar tarafından ifade edilmektedir.

Yem amaçlı GDO’lu maddelerin ülkemize girişi yasaklanması

GDO'lu tarımın önü açılmaması.

Yerli gen kaynaklarımızın korunması, geliştirilmesi ve ıslah çalışmaları yapılması, yerli tohumculuk sektörünün oluşturulması için politikaların hayata geçirilmesi.

Biyogüvenlik kanununda zaman geçirilmeden değişiklik yapılarak GDO ları kesinlikle reddeden, Biyoçeşitliliğimize sahip çıkan hükümlere yer verilmesi.

Havası, suyu, toprağı kirletilmemiş bir ülkede yaşamak her canlının doğal hakkı olması!...

**Finansal İşlemler**

**a)-** Kredilerden kaynaklı durumlar,

**b)-** Kredi kartlarından kaynaklı durumlar,

**c)-** Finansal işlemlerden alınan ücretlerle ilgili sorunlar,

**d)-** VYŞ devredilen ölü ve canlı alacaklardan kaynaklı sorunlar

Tüketicilerin finansal işlemler ilgili yaşadıkları sorunlar geçmişten buyana en yaygın, en kapsamlı sorunlar olarak karşımızda durmaktadır.

Özellikle de kredi kartları, tüketici kredileri ve finansal işlemlerden alınan ücretlerle ilgili ortaya çıkan uyuşmazlık konuları olduğunu görebiliyoruz.

Sözleşmenin bir nüshasının Tüketici verilmemesi, Yasaya aykırı olarak, tek limit yerine her kredi kartına ayrı limit tanınması, MB tarafından Fahiş oranda Kredi Kartı faizi belirlemeye devam edilmesi, Dünyada olmayan, aylık ve günlük faiz uygulaması, kanunların kesinlikle yasaklamasına karşın, asgari ödeme yapanlardan, temerrüde düşenlerden bileşik faiz (Faizin Faizi) alınması, Kredi işlemlerinde yasak olmasına rağmen zorunlu sigorta yapılması, bir ay ödenmeyen kredi taksiti yada kredi kartı harcaması nedeniyle emekli maaşına bloke konulması vb. sorunları yaşayan tüketiciler genellikle mağdur edilmektedir.

**BDDK** nın, kredi kartı ücretlerinin belirlenmesini kart çıkaran kuruluşun keyfiyetine bırakması ile Kredi kartı ücretleri hakkaniyet ölçüsünü çok fazla aşan (500,00 TL na varan) tutarlarda olup, tüm itirazlara rağmen bu konuda da yeni düzenlemeler yapılmadığı gibi, yeterli denetimlerde yapılmamaktadır.

**Merkez Bankası tarafından,** kredi kartı faizi fahiş oranda değil de hakkaniyet ölçüsünde belirlediğinde, **BDDK** nın, finansal kuruluşların yasaya aykırı haksız uygulamaları karşısında seyirci kalmak yerine, düzenleme ve denetleme görevini gerektiği gibi yapmaya başladığında, konuyla ilgili mevzuat düzenlemelerinde ülke gerçekleri ile tüketici talep ve önerilerinin dikkate alınması ve finansal kuruluşların mağduriyetler yaratanyasaya aykırı haksız uygulamalarının ortadan kaldırılmasıyla gerçekçi bir yeniden yapılandırma yapılarak, başta Kredi kartından ve tüketici kredisinden kaynaklı sorunlar olmak üzere bankaların yarattığı sorunlara çözüm üretilmesinin mümkün olacağını ya da yaşanan sorunların önemli ölçüde azalacağını biliyoruz.

Finansal işlemlerle ilgili gerek yapılan yeni düzenlemelerle, gerekse bazı yargı kararlarıyla (hesap işletim ücreti iptali gibi), bazı iyileştirmeler hayata geçmiş olsa da finansal kuruluşların hala en karlı kuruluşlar olmasında önemli bir payı vardır.

BDDK nın hazırladığı “Varlık Yönetim Şirketlerinin Kuruluş ve faaliyet Esasları ile Devralınacak Alacaklara İlişkin İşlemler Hakkında Yönetmelik” ile geniş kapsamlı düzenlemeler yapılarak Banka, Banka dışı Mali Kuruluşlar ile Para Sermaye Piyasaları ve Sigortacılık alanında faaliyet gösteren kuruluşların sadece donuk alacaklar değil, canlı alacaklarında VYŞ lere satılabilmesinin önü açılmış oldu. Ödemede 3 aylık gecikme yaşanan borçlar Donuk alacak adıyla anıldığı gibi,. Bir yıl içerisinde 30 gün ödemesi geciken ve yeniden yapılandırılan borçlar canlı alacak adıyla anılmaktadır. Donuk ve canlı alacakların VYŞ lere devri konusu önümüzdeki süreçte önemli sorunlara yol açacağı kanaatini oluşturmaktadır.

**Mesafeli Sözleşmeler (e-ticaret)**

**a)- Mevzuat düzenlemesi**

**b)- Mevzuattan/ uygulamadan kaynaklı sorunlar**

Yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte alışveriş alışkanlıklarımız da değişmektedir. 2020 yılında küresel e-ticaret yüzde 23 artarak 4.3 trilyon dolarlık bir hacme ulaşmıştır. Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan verilere göre bu sektörde 2019 yılından 2020 yılına %66’lık bir büyüme saptanmıştır.

Şekil 1 – E-Ticaret Harcamaları (Ticaret Bakanlığı: E-Ticaret Hacmi İstatistikleri)

Şekil 2 – E-Ticaret Sipariş Sayıları (Ticaret Bakanlığı: E-Ticaret Hacmi İstatistikleri)

Şekil 3 – E-Ticaret Harcamalarının Dağılımı (Ticaret Bakanlığı: E-Ticaret Hacmi İstatistikleri)

Önceden mağazada deneyerek, kalitesini kontrol ederek aldığımız ürünleri şimdi iletişim araçları yoluyla satın alabilmekteyiz. Mesafeli sözleşmeler elbette sadece avantajı olan sözleşmeler değildir. Mesafeli sözleşmelerin özellikle tüketiciler aleyhine olan sonuçları da vardır. Uzaktan iletişim araçları kullanılarak kurulan sözleşmelerde tüketici kural olarak sözleşme konusu mal hakkında yeterli bilgiye sahip olmadan, piyasada sunulan aynı türden mal veya hizmete ilişkin sözleşme koşulları ile karşılaştırma yapmadan, malı ve sözleşmenin karşı tarafını hiç görmeden bir sözleşme akdedilmektedir.

Mesafeli sözleşmelerin en önemli dezavantajı, tüketicinin sözleşmenin konusu malı görüp kontrol edememesi ve malın özellikleri veya hizmetin içeriği hakkında satıcı veya sağlayıcı veya yetkili personel tarafından aydınlatılamamasıdır.

Mesafeli sözleşmelerde tüketicinin malın kalite ve özelliklerini kontrol etme, sözleşmenin konusu mal veya hizmete ilişkin aklına takılan soruları sorma imkânı olmadığı için, tüketici mal veya hizmet hakkında satıcının yaptığı açıklama kadarıyla bilgi sahibi olabilmektedir. Dolayısıyla satıcı veya sağlayıcı malı veya hizmeti cazip kılacak özellikleri öne çıkarıp, cazip olmayan özelliklerinden hiç bahsetmeyerek tüketicinin mal hakkındaki izlenimini manipüle edebilmektedir. Mesafeli sözleşmelerin bir diğer dezavantajı da, tüketicinin sözleşmenin karşı tarafı tanımaması ve onun ne kadar güvenilir olduğunu ve ifa kabiliyetinin olup olmadığını bilmiyor olmasıdır. Özellikle internet kullanılarak kurulan sözleşmelerde kural olarak tüketici mal veya hizmetin bedelini sözleşme kurulur kurulmaz ödemektedir. Bu durum da tüketicinin ayıplı ifadan doğan haklarını kullanıp kullanamayacağı hususları bakımından önem arz eder.

Diğer yandan, e-ticaret yapılmasını olanaklı kılan siteler tüketicinin satıcı ya da sağlayıcıyla yaşadığı uyuşmazlık karşısında müteselsil sorumluluk taşımaması tüketicinin yanıltılmasına/aldatılmasına çok daha fazla olanak tanımaktadır. Oysa sipariş site üzerinden verilmekte, ödeme ise satıcı ve sağlayıcıya değil, ilgili sitenin hesabına yapılmakta olup, site yetkilileri kendi komisyonlarını aldıktan ortalama bir ay içerisinde satıcı veya sağlayıcıya ödenmektedir. Bu konuda sorumlulukların yeniden düzenleme ihtiyacı zaman geçirmeden giderilmesinin takipçisi olacağız.

E-ticaret; tüketici hakları, tüketici verisinin korunması, satış sözleşmeleri, ödeme ve fatura işlemleri gibi alanlarda düzenlemelere gidilmektedir. Bu düzenlemeler esasen güvene dayalı bir ekonomik sistem olan e-ticarette gereklilik olan ve öncelikli olarak tüketici güvenini sağlamak gibi önemli ve hayati bir rol üstlenmektedir. Nitekim son zamanlarda özellikle ödeme ve tüketici bilgi güvenliği alanlarında ki gelişmeler tüketicilerin internet üzerinden nisbi olarak daha güvenli alışveriş yapmasına imkân tanımıştır. Öte yandan bu düzenlemeler sektörde yaşanan sorunlar gerek tüketiciler gerekse firmalar açısından öngörülebilirlik tesis edilmesi farklı düzenlemelerle yada uygulamalarla belirsizliklere yol açmamalıdır. Sektörde yapılan/yapılacak düzenlemelerin sade, anlaşılır ve birbirleriyle çelişmeyen bir nitelikte olması önemlidir. 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun kapsamında tarafların ortaya ihtiyaçları ve ülke gerçekleri dikkate alınarak önlemler geliştirilmesi ihtiyacı önemlidir.

**Abonelik İşlemleri**

**a)-** Telefon/İnternet/uydu yayınvb. hizmetlerde durum

**b)-** Kamu tüzel kişilerinden alınan hizmetler, “Elektrik, Su, Doğalgaz”

**c)-** Verilen taahhütle ilgili sorunlar.

**d)-** KVKKkapsamında durum.

Abonelik sözleşmelerinden kaynaklı yaşanan sorunlar günümüzde devam eden en yaygın sorunlardandır. Özelikle de Taahhütlü kampanyalı işlemlerden kaynaklı sorunlar tamamen tüketici mağduriyeti üzerine kurulu oluşturulan bir sistem üzerinden yürütülmektedir.

Bu konuda yapılan tüm düzenlemeler neredeyse rafa kaldırılmış olup, denetimlerin son derece yetersiz olmasıyla da had sayfaya ulaşmıştır.

Mağdur edilen tüketicilerin küçük bir bölümü hak arama yolunu seçerken büyük bölüm ise bilgisizlikten ve hak arama kültürü oluşmamasından dolayı firmaların haksız kazanç sağlamalarının aracı olmaktadırlar. Diğer önemli bir konuda tüketici bilgilerinin ulu orta tüm firmalarda bulunması nedeniyle Kişisel Verilerin Korunması Hakkındaki Kanuna aykırı biçimde tüketicinin aldatılması- yanıltılması amacıyla kullanılmaktadır.

Kamu tüzel kişilerinin tüketicilere sunduğu “Elektrik, Doğalgaz, Su vd.” temel hizmetlerle ilgili yapılan belirsiz süreli abonelik sözleşmelerinde sorunlar yaşanmakta olup, bu durum çoğu zaman tüketici mağduriyeti üzerine kurulmuştur. Uygulamada karşılaşılan sorunlara baktığımızda kaçak kullanım gerekçe gösterilerek yapılan uygulamaların tüketicinin bilgisi dahilinde olmaması dikkat çekici bir durum oluşturmaktadır.

Yine faturalara yansıtılan başta elektrikte tüketim bedeli içine saklanan yüzde 17 oranındaki kayıp kaçak bedeli olmak üzere, bir çok kalem de alınan vergi ya da ücretler neredeyse faturanın yarısını aşmaktadır. Bu haksız durumların bir bölümünün kamu eliyle yapılması ise oldukça manidardır.

Tüm bu sorunların mevzuatta zamanla ortaya çıkan eksiklikler, mevzuatın uygulanmaması, tüketicinin bilgi eksikliği, denetim eksikliği vb. nedenlerle giderek artmakta olduğunu tespit edebiliyoruz.

**Tüketici Bilinci**

**a)-** Eğitim ihtiyacı

**b)-** Mal/hizmet seçiminde dikkat eksikliği,

**c)-** Farkındalıkla ilgili sorunlar,

**d)-** Kamu- STK ların yeterli çaba içinde olmamaları,

Tüketicilerin yasal haklara kavuştuğu 1995 yılından bu yana geçen 25 yılı aşkın süreçte hala en önemli ihtiyaçlardan birinin eğitim yoluyla farkındalık yaratılması, bilincin geliştirilmesi ihtiyacı olduğu gerçeği ile karşı karşıyayız. Bu ihtiyaç sadece tüketicilere yönelik değil aynı zamanda kendileri de tüketici olan mal ve hizmet piyasası tüm aktörlerine yönelik bir ihtiyaç olduğudur.

Bu nedenle de eğitim ihtiyacının öncelikle ve ivedilikle tüketici örgütleri kadrolarına (Eğiticilerin eğitimi) yönelik planlanması ve uygulanması olacaktır.

Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen 2020 Yılı Tüketici Profili ve Bilinç Düzeyi Araştırma Raporu, tüketicilerin yaş gruplarına göre bilinç düzeylerine ilişkin olarak aşağıdaki tabloyu ortaya koymuştur:



Şekil 4 – Tüketicilerin Yaş Grupları ve Bilinç Düzeyleri Kategorileri

Raporda yapılan genel bir değerlendirmede ise tüketicilerin yarısına yakınının orta ve düşük bilinç düzeyine sahip olduğu belirtilmiştir.

Şekil 5 – Tüketicilerin Bilinç Düzeylerine Göre Dağılımı

Bileşen federasyon ve derneklerimizin başta yöneticileri olmak üzere eğitimlerin tamamlanmasıyla, eğitim alan eğiticiler tarafından öncelikle üyelerin eğitimlerinin sürdürülebilir bir işleyişle yapılması ve faaliyet alanlarına yönelik tüketicilerin eğitimini içeren programların hayata geçirilmesi olacaktır.

Yaratılacak olan farkındalığın ve bilinç artışının öncelikle tüketicilerin kendilerini koruyucu önlemleri almalarını getireceği gibi seçme haklarını sorunsuz kullanmaları sonucunu da doğuracaktır.

Eğitim programlarının uygulanmasında Kamu+STK işbirliğinin önemi oldukça büyüktür.

Ayrıca müfredatta yer alan tüketici bilincini artırmayı hedefleyen

**Örgütsel Kapasitesinin Geliştirilmesi ihtiyacı**

**a)-** Eğitim ihtiyacı, (Eğiticilerin eğitimi)

**b)-** Kurumsallaşma eksikliği,

**c)-** Donanım ihtiyacı,

**d)-** Yeterli bütçe ihtiyacı,

**e)-** Yasalardan kaynaklı sorunlar,

**f)-** Kuruluşlarda temsil eksikliği.

Tüketicilerin yasal haklara kavuştuğu 1995 yılından bu yana geçen 25 yılı aşkın süreçte hala en önemli ihtiyaçlardan birinin eğitim yoluyla farkındalık yaratılması ihtiyacı olduğu gerçeği söz konusudur. Bu ihtiyaç sadece tüketicilere yönelik değil aynı zamanda kendileri de tüketici olan mal ve hizmet piyasası tüm aktörlerine yönelik bir ihtiyaç olduğudur.

Bu nedenle de eğitim ihtiyacının öncelikle ve ivedilikle tüketici örgütleri kadrolarına (Eğiticilerin eğitimi) yönelik planlanması ve uygulanması olacaktır.

Ülkemizde sosyal amaçlı dernek statüsünde faaliyet gösteren kuruluşların gerek mevzuattan kaynaklı, gerekse toplumsal yapıdaki sorunlardan kaynaklı olarak örgütlenme, kurumsallaşma konularında maalesef önemli ölçüde çekinceler söz konusudur. Bu durum ülkemizdeki sosyal amaçlı örgütlenmelerin önünde bir engel olarak durmaktadır.

Tüketici örgütlenmeleri de bu durumdan önemli ölçüde pay almıştır. Yakın geçmişte yapılan mevzuat değişikliği ile üyelerin DERBİS sistemine işlenmesi zorunluluğu getirilmiş olup, TC Kimlik numarası olmayan eski üyelerin elenmesiyle dernekler büyük ölçüde üye ve gelir kaybına uğramışlardır. Var olan üyelerinde sayısal çoğunlukla üye ödentilerini zamanında ödememeleri nedeniyle dernek faaliyetleri çoğu zaman yapılamaz noktaya gelmiştir.

**Hak Arama Süreci**

**a)-** Tüketici Hakem Heyetleri,

**b)-** Tüketici Mahkemeleri,

**c)-** Yargı öncesi süreç.

Ülkemizdeki hak arama süreçlerinin en önemli ayaklarından biri hukuki olarak hak arama ihtiyacıdır. 4077 sayılı TKHK nın yasalaşmasıyla hayatımıza giren TSHH ilerleyen süreçte çok önemli bir misyon üstlenmiş olup, tüm aksaklıklara ve yetersizliklere rağmen örneği olmayan bir yapı olarak önemli hizmetler üreterek tüketicilerin çok kısa sürelerde haklarını almalarının aracı olmaktadır. Ancak, yapılan tüm değerlendirmelerde ki ortaya çıkan ihtiyaçlara yönelik önlemlerin alınması bu güne kadar gerçek anlamda hayata geçirilemediği gibi, ülke çapında tüm il ve ilçelerde faaliyet gösteren tüketici hakem heyetlerinin sayısının 211 e düşürülmesinin çözüm olarak görülmesi aslında büyük bir yanılgı olmuştur.

Hakem heyetlerinin işleyişinden kaynaklı yaşanan en önemli sorun “karar birliğini” sağlayacak önlemlerin alınmasına yönelik çalışmanın yeterince yapılmamasıdır. Halen birçok tüketici hakem heyetinde raportörlerden kaynaklı sorunlar devam etmektedir. Her ay iki kez yapılması gereken toplantılar yapılmamakta olup, üyeler sadece imza atmak için merkezlere çağrılmaktadırlar. Yine bir çok kez tanık olduğumuz şu hakem heyeti üyeleri olmazsa ne iyi olur diyen raportör sayısı hiçte azımsanmayacak kadardır. Yine ilçe hakem heyetlerinin merkezinin Kaymakamlıklarda olması ve Kaymakamlar başkanlık yapmaları gereken heyete bilgi düzeyine bakmadan bir memur atamaları heyetlerin işleyişindeki sorunları artıran bir başka unsurdur.

Tüketicilerin yasal haklara kavuştuğu 08.09.1995 tarihi itibariyle ihtisas mahkemesi olarak kurulan, tüketici mahkemelerinin tek hakim’li basit usulde yargılama yöntemi tüketiciler açısından önemli bir kazanım olmuştur. Ancak başlangıçta sadece büyükşehirlerde kurulması gerçekleştirilen tüketici mahkemeleri geçen süreçte tüm ülkede kuruluma yapılmamış ve diğer illerde Asliye Hukuk Mahkemeleri bu görev üstlenmeye devam etmektedir. Bu durumda yargılama usul ve esasları açısından amaç hasıl olamamaktadır.

Diğer yandan mevzuattan yada uygulamadan kaynaklı ortaya çıkan uyuşmazlıklarda farklı yorumlarla tüketiciler çok yoğun mağduriyetler yaşamaktadırlar. Yargıda yeni düzenlemeler yapılmasıyla kurulan İstinaf mahkemelerinin aldığı çok sayıda tartışma yaratması ile Yargıtay 13. Dairesinin kapatılması tüketiciler açısından kaygı yaratan durumlar olmuştur.

**Ticaret Bakanlığı ve Tüketici Hakları**

**a)-** Görev alanı açısından,

**b)-** Mevzuat açısından,

**c)-** Uygulama açısından

Görev alanı kapsamında, gerek mevzuat hazırlığı/düzenlemeleri, gerekse uygulama alanlarında yapılan çalışmaların ülkemizde tüketici haklarının etkinliği açısından önemi yadsınamaz. Tüketicilerin ihtiyaç ve talepleri ile ülke gerçeklerinin temel alındığı düzenleme ve uygulamaların hayata geçirilmesi tüketiciler açısından oldukça önem taşımaktadır.

Ancak tüketicilerin yasal haklara kavuştuğu 1995 yılından bu yana geçen 30 yılı aşkın sürece baktığımızda meşakkatli bir süreç yaşandığımızı görebiliyoruz. Tüketici hareketinin amaçlarından bir tanesi de, devlete çeşitli konularda etkide bulunmaktır. Örgütlü tüketicilerin, hükümetlerin ekonomik politikalarının oluşturulmasında dikkate alınması, kamu organlarında temsili, üretim süreçlerinde denetim ve izlenebilirlik işleyişine gönüllü olarak katılmalarının sağlanması, ürün geliştirme aşamasında öneri ve görüşlerin alınması hakları uygulamada yaşama geçirilmesi için gerekli önlemler alınmalı, girişimler yapılmalıdır.

Tüketici kanununda, tüketici örgütlerine ilişkin genel tanımlama dışında açık bir düzenleme bulunmaması sonucu sadece Tüketici konseyi, Tüketici Hakem Heyeti, reklam kurulu ve reklam konseyinde temsil edilmesi gibi görev tanımları yapılması, diğer yandan mevzuatın oluşturulmasında, tüzük ve yönetmeliklerin çıkarılmasında tüketici örgütlerinin görüşlerinin alınması öngörülmesine karşın bu yaklaşımlar uygulamada yeterli sonuçlar üretmemektedir.

Sosyoekonomik kararların alınmasında dikkate alınması ve sesini duyurması gereken tüketici örgütleri kamu otoritesi tarafından da yeterince dikkate alınmamaktadır.

Üst kuruluş olarak görev yapan (BDDK, EPDK, BTK vd.) kuruluşlarda tüketicilerin temsiline ilişkin yasal düzenlemeler yapılmalıdır.

Tüketici örgütleriyle ilgili görev tanımları ve işlevsellikleri açısından tüketici kanunu kapsamında daha somut ve ayrıntılı bir biçimde yapısal düzenlemeler zaman geçirmeden yapılmalıdır.

Mevzuat düzenlemelerinde, Avrupa Birliği mevzuatın ilişkin düzenlemeler kadar en az ülke gerçekleri ve tüketici ihtiyaç ve taleplerinin hayata geçirilmesinin öncelikli olarak dikkat edilmesi gereği önemlidir. Bu kapsamda yapılması öngörülen mevzuat çalışmaları hazırlık sürecinde tüketici örgütlerinin mutlaka etkin bir biçimde yer alması sağlanmalıdır. Aksi durumda geldiğimiz nokta itibariyle uygulamada bulunan mevzuatın tüketicinin ihtiyaçlarına yanıt veremeyecektir.

Ticaret kesiminin çalışmalarına ilişkin düzenlemeleri yapmak, faaliyetlerinin sürdürülmesine ilişkin önlemleri almak, gerekli kolaylıkları sağlamak gibi görevleri olan Ticaret Bakanlığının, Bakanlığının Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında, kanunun uygulanmasında tüketiciyi korumakla yetkili kılınması başlangıçtan günümüze adil, gerçekçi ve objektif bir yaklaşım bir uygulama olmadığı gerçeği yüzleşmekteyiz. Gelişen süreçte, gerek mevzuat, gerekse uygulamalara yönelik tüketici ihtiyaç ve talepleri artırmış ve bu ihtiyaçlara yönelik politikaların oluşturulması ile önlemlerin alınmasını zorunlu kılmaktadır. Diğer yandan uygulamada denetimlerin yeterince yapılmamasının yarattığı sorunların kronik bir hale gelmesine neden olacaktır. Hak arama kültürünün toplumsal boyutta yeterince gelişememesi sorunların bir başka boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sorunların minimize edilmesi ihtiyacı denetimlerin tabana yayılarak etkin bir şekilde uygulanması sonucu gerçekleşebilecektir.

Ticaret kesiminin hak ve çıkarlarına yönelik çalışmalar yapan TİCARET BAKANLIĞININ tüketiciyi koruması yeterli sonuçlar üretemediği açıktır. Bakanlık bünyesinde faaliyet gösteren Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğünün 1995 yılından bu yana faaliyetlerinin yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir.

Bu nedenlerle de, Almanya Federal Tüketici Bakanlığı örneğinde olduğu gibi, ülkemizde de tüketicinin korunması konusuna objektif bir bakış açısıyla yaklaşılarak, konunun özü gereği ülke gerçekleri ile tüketici ihtiyaçlarını öncelikli olarak tespit edecek, tüketicinin haklarına ilişkin düzenlemeleri gerçek anlamda somut bir biçimde yapacak ve yürütecek bir idari yapının kurulması ve bu idari yapının da sonuç olarak TÜKETİCİ BAKANLIĞI kurulması ihtiyacı her geçen gün artmaktadır.

**Öne çıkan hedefler**

\*Tüketiciler için gıda, ürün güvenliği, finansal işlemler, tüketici hukuku alanlarında öncelikli olarak okur-yazarlığı arttırmaya yönelik çalışmaların yapılması.

\* Eğitim ihtiyacının öncelikle ve ivedilikle tüketici örgütleri kadrolarına (Eğiticilerin eğitimi) yönelik planlanması ve uygulanması.

\*Tüketicinin korunması alanında öncelikli eylem planlarının hazırlanması.

\* Bağımsız tüketici örgütlerinin (gruplarının) gelişmesinin kolaylaştırılması.

\*Tüketicinin korunması alanında paydaşlar arasında daha iyi koordinasyon ve işbirliği teşvik edilmesi,

\* Mevzuattan kaynaklı eksiklik/yanlışlıklardan dolayı ortaya çıkan sorunların giderilmesine yönelik önlemlerin hızla alınması,

\*Tüketici örgütlerinin örgütsel kapasitesinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir olmasının sağlanması.

\*Ürün güvenliğine yönelik üretimden tüketime tüm süreçlerin gözden geçirilerek denetimlerin yerele yayılması,

\*Tüketici Örgütlerinin Ürünlere Test –Analiz yaptırabilme/yapabilme olanaklarının yaratılmasına ilişkin çalışmalar,

\*Aile ekonomisi açısından gıda, ürün ve hizmetlere yönelik ayrı bir bütçenin oluşturulması.

\*Tüketim sürecinde Azalt, Yeniden Değerlendir ve Geri Dönüştür” esaslarının benimsenmesi.

\*Tüketim sürecinde atıklarının kaynağında ayrılmasını ve ayrı ayrı toplanmasının sağlanması.

\*Nihai olarak TÜKETİCİ BAKANLIĞI kurulması ihtiyacına yönelik çalışmaların yapılması.

***Önemli Not;*** *TÖK Stratejik planı, izinsiz kopyalanamaz, kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.*