

TÜRK-İŞ

Türkiye İşçi Sendikaları
Konfederasyonu

TÜKETİCİNİN KORUNMASI

Sinan Vargı

Eğitim Yayınları No.2

TÜRK-İŞ

**Türkiye İşçi Sendikaları
Konfederasyonu**

TÜKETİCİNİN KORUNMASI

Sinan Vargı

Eğitim Yayınları No. 2

TÜRK-İŞ Eğitim Yayınları No. 2
Ankara, 1998

TÜRK-İŞ Genel Merkezi
Genel Eğitim Sekreterliği
Bayındır Sok. No.10
Kızılay, Ankara

Sinan Vargı
TÜRK-İŞ Teşkilatlandırma Uzmanı

Baskı : Aydoğdu Ofset - Ankara
Tel : (0.312) 310 79 79 • Fax : (0.312) 310 77 03

Sunuş

Ülkemizde tüketicinin korunması konusunda çıkartılan yasa, tüzük ve yönetmeliklere rağmen, ne yazık ki tüketicinin tam anlamı ile korunabildiği söylenemez. Bugün ülkemizdeki tüketicilerin büyük bir bölümü kanunen kendisine tanınan hakları bilmemektedir.

Yıllardır süregelen aşırı enflasyon, bir yandan kazanılan gelirin satın alma gücünü düşürürken, bir yandan da piyasaya bir çok kalitesiz malın sürülmesine de neden olmaktadır.

Konfederasyonumuz kurulduğu ilk yıllardan itibaren, **“Tüketim ve Tüketici”** kavramlarına ayrı bir önem vermiş, sendikal çalışmaların ayrılmaz bir parçası olarak tüketicinin örgütlenmesi ve tüketicilerin kooperatifleşme yolu ile korunması konusunda önemli çalışmalar yapmıştır.

Tüketicinin Korunması konusunun henüz yeterince bilinmediği 1960'lı yıllarda kooperatifleşme yolu ile, 1985 yılından itibaren ise bir proje şeklinde tüketicinin korunması ile yakından ilgilenen TÜRK-İŞ,

geçtiğimiz onbeş yıllık süre içinde birçok kez hükümete başvurarak, Tüketicinin Korunması ile ilgili kanunun bir an önce çıkartılması konusunda ısrarcı tutumunu sürdürmüştü. TÜRK-İŞ tüketicinin korunması amacıyla ülkemizde yeni bir model olarak TÜRK-İŞ Eskişehir Tüketici Danışma ve Şikayet Bürosunu kurmuştu. Büro faaliyette bulunduğu 1986-1994 yılları arasında, yalnızca Eskişehir'deki değil, tüm ülke çapındaki tüketicilerin sorunlarını çözmeye gayret etmiş ve sekiz yılda altı bin tüketici şikayetini çözümlemişti. TÜRK-İŞ ülkemizde tüketicinin bilincinin geliştirilmesi amacıyla, 1986 yılında 1860 tüketici ailesinin tüketici olarak sorunlarını saptama yoluna gitmiş ve araştırma sonuçları ile ülkemizde tüketicinin içinde bulunduğu sıkıntılar gözler önüne serilmişti.

1995 yılında Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmesi tartışmaları sırasında hazırlanan ve hazırlanma sürecine konfederasyonumuzun da büyük katkıda bulunduğu 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, tüketicilerimize bir çok yeni haklar tanımıştır. TÜRK-İŞ bu kanunun yürürlüğe girmesi ile bölge temsilcilikleri öncülüğünde tüketici dernekleri kurarak kendi üyelerinin de tüketici olarak korun-

masını sağlamıştır.

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun birçok kuruluşla tüketici eğitimi ile ilgili görevler yüklemiştir. Ancak tüketici eğitimi konusunda en fazla çalışma yapan kuruluşların başında Konfederasyonumuz gelmektedir.

Ülkemizde tüketici eğitimi konusundaki yetersizlikler nedeniyle en çok sıkıntı çeken kesimin dar ve sabit gelirliler ile ev hanımlarımız olduğu görülmektedir. Özellikle ev idaresi sorumluluğunu üstlenen ev kadınlarımızın hem kendileri, hem eşleri, hem de çocukları için alış veriş yaptıkları düşünüldüğünde tüketici olarak bilgilendirilmesi gereken kesimlerin başında ev kadınlarımız olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu, üyelerimizin yanısıra onların ailelerini de bu konuda aydınlatmak amacıyla Tüketicinin Korunması konusuna yeni bir yayın çıkarmaktadır.

Bu yayınıımızda tüketici olarak yasal haklarımız ile alış veriş sırasında dikkat edilecek noktaların neler olduğunun yanısıra çevrenin korunması konu-

sunda tüketiciler olarak sorumluluklarımız da yeralmaktadır. Bu yayının tüm üyelerimiz ve ailelerine faydalı olacağını temenni ediyor ve emeği geçen tüm arkadaşlarımıza teşekkür ediyorum.

Salih Kılıç
Genel Eğitim Sekreteri

Giriş

Ekonomik faaliyetlerin esas amacı, tüketici ihtiyaçlarının karşılanması ve tatmini olmasına rağmen, bu faaliyetlerin esas hedefi olan tüketici, bu konuda doğrudan söz sahibi olamamıştır. Tüketici, serbest piyasa ekonomisi adı verilen sistemde, sadece talep etme ve mallar arasında seçim yapabilme özgürlüğü açısından önem taşımaktadır. Mal ve hizmet piyasasındaki fiyatlar dizginlenemeyen enflasyon nedeniyle sürekli olarak arttığı için, serbest piyasa ekonomisinin tüketiciye yarayacak en önemli unsuru olan firmalar arasındaki rekabetin fiyat ucuzlatması şeklinde gerçekleşmesine olanak tanımamaktadır..

Tüketici, serbest piyasa ekonomisi denilen sistemden, fiyatların başıboş ve kontrolsüz bir şekilde sürekli olarak arttığı ve hiç bir yetkilinin de ekonomik sistemin “serbest” olması yüzünden müdahale etmediği bir ekonomik düzeni anlamaktadır.

Tüketicinin korunabilmesi için, ekonomide tam rekabet sisteminin işler olması gereklidir. Ancak, tam rekabet sisteminin ekonomide yalnız kağıt üzerinde kalmaya mahkûm bir model olması, rekabet olgusunun eksik rekabet olarak gerçekleşmesi, tüketicinin sürekli olarak istismar edilmesine neden olmaktadır.

Serbest piyasa ekonomisi düzeninde, mantıken tüketicinin karşısında olan çıkar gruplarının hemen hemen tamamı, en alt seviyeden en üst seviyeye kadar, esnaf odaları, birlikler ve konfederasyonlar şeklinde ekonomik olarak örgütlenmişlerdir. Bu örgütlü yapı bu kesimlerin hak ve menfaatlerinin korunmasında aynı zamanda siyasi birer baskı aracıdır. Oysa bu grupların karşısında bulunan tüketiciler yıllardır sorunları çözülmemiş bir kitle olarak bırakılmışlardır. Yeni kurulan tüketici dernekleri ise üye sayılarının ve gelir kaynaklarının sınırlı olması nedeniyle etkili çalışmalar yapamamaktadırlar. Bu yüzden tüketiciler her ne meslekte olurlarsa olsunlar süratle örgütlenmelidirler.

Türkiye’de de yıllardır tüketicinin korunması yasasından söz edilmekte hemen her siyasi parti iktidara gelmeden önce Tüketiciyi koruyan bir yasa çıkartacağını vaadetmişti. 1995 yılında Gümrük Birliği’ne alınmamız nedeniyle Avrupa Birliği’nin ısrarları sonucunda ülkemizde yasalaştırılan Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, tüketicilerimize birçok yeni hakkın tanınmasını sağlamıştır.

Bu hakların tam olarak anlaşılabilmesi, mal ve hizmetlerden şikayet durumunda nerelere ve ne şe-

kilde başvurulacağıının bilinmesi birer tüketici olarak ekonomik kayıplarımızın önlenmesini sağlayacaktır.

I - TANIMLAR

Tüketicinin korunması konusundaki yasal haklarımızın neler olduğune geçmeden önce, tüketici ve tüketicinin korunması kavramlarına değinmenin yararlı olacağı görüşündeyiz.

Tüketicinin en iyi tanımlamalarından birisini de 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun yapmaktadır. Kanun tüketiciyi şu şekilde tanımlamaktadır.

Tüketici : Bir mal veya hizmeti özel amaçlarla satın alarak nihai olarak kullanan veya tüketen gerçek veya tüzel kişiyi ifade eder.

Bu tanım üzerinde biraz daha durduğumuzda, tüketicinin öncelikle mal veya mallar dışında bir hizmeti de tüketebilecek bir kişi olduğunu, bu tüketimin ise bir kez daha bir başkasına devretmeksizin ‘ nihai bir tüketim ‘ şeklinde gerçekleştiğini görmekteyiz.

Tüketicinin Korunması : Tüketicilerin satın almış oldukları mal veya hizmetlerin tüketimi sırasında karşılaştıkları sorunların giderilmesidir.

II - ULUSLARARASI ALANDA KABUL GÖREN TÜKETİCİ HAKLARI.

1962 yılında ilk kez Amerika Birleşik Devletlerinde kabul edilen tüketici hakları günümüzde 8 temel hak üzerinde yoğunlaşmıştır. Tüm dünyada kabul gören bu tüketici hakları şu şekildedir.

1. Temel ihtiyaçların karşılanması hakkı : Yaşamı garantilemeye yetecek kadar gıda maddesi, giyinme, barınma ve sağlık temizlik haklarından yararlanma.

2. Güvenlik, güven duyma hakkı : Yaşam ve sağlık için tehlikeli ve zararlı olan mamül ve mallara, hizmetlere, imalat, üretim süreç yöntem ve usullerine, firma (satıcı) davranışlarına karşı korunma hakkı.

3. Bilgi edinme hakkı : Mal ve hizmetleri satın alırken doğru karar almaya yardımcı olacak, bilgi edinme, yanıltıcı, yanlış ve eksik reklam, etiket, konuşma, ambalaj ve diğer yanıltıcı bilgilere karşı doğru bilgi alma hakkı.

4. Seçme hakkı : Tüketicilere rekabetçi (dolaşısıyla ucuz) fiyatlardan çok çeşitli mal ve hizmet sunulması ve makül fiyatlarda tatmin edici kalite ve servis sağlanması hakkı.

5. Sesini duyurma (temsil edilme) hakkı :

Hükümetin ekonomik politikalarının oluşturulmasında dikkate alınma, kamu organlarında temsil edilme, firmalarda özellikle ürün geliştirme aşamasında temsil edilmek, görüşü alınma hakkı.

6. Tazmin edilme hakkı :

Tüketicilerin haklı taleplerinin ve diğer kuruluşlar tarafından dikkate alınıp; kusurlu malların itirazsız geri alınması, kusurlu hizmetin yeniden görülmesi, mümkünse kusurlu malın geri alınması, değilse paranın iadesi veya yenisiyle değiştirilmesi, gerekirse tazminat ödenmesi ve resmi kuruluşlarca hukuki yardım hakkı.

7. Eğitilme hakkı :

Tüketicilerin sorumlu ve bilinçli bir tüketici olması için yaygın ve örgün eğitim kurumlarında eğitilmesidir.

8. Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı :

Yaşam kalitesini arttıracak fiziksel bir çevreye sahip olma, çevresel tehlikelerden korunma, bugünkü ve gelecek nesiller için çevrenin korumasını isteme hakkı.

Herhangi bir ülkede tüketicinin yeterince korunup korunmadığının belirlenebilmesi için bu sekiz ana konuda ulusal yasalarda düzenlemelerin yapılması gereklidir. Başka bir deyişle bu ilkeler, bir ülke-

de tüketicilerin yeterince korunup korunmadığının temel ölçütüdür.

Ülkemizde tüketicinin korunması amacıyla çıkarılan 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da bu ilkelerin hayata geçirilmesi ve tüketicinin korunabilmesi için yasal bazı düzenlemelerin yapılmasına da olanak tanımıştır.

III - 4077 SAYILI TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN TÜKETİCİLERİMİZE TANIDIĞI ÖNEMLİ HAKLAR

A) Ayıplı mal ve hizmetler

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesi ayıplı mal ve hizmetlere karşı tüketicilere çok geniş bir güvence getirmektedir. Tüketiciler, satın almış oldukları malın ayıplı (kusurlu, bozuk, çalışamaz durumda) olduğunun anlaşılması halinde, malı teslim aldığı tarihten itibaren 15 gün içerisinde bu malı satıcı firmaya geri vererek değiştirilmesini veya ödediği bedelin iadesini, veya ayıbın neden olduğu değer kaybının bedelden indirimini ya da ücretsiz olarak tamirini talep edebilir. Tüketici bu taleplerinden herhangi birisini tercih etmekte serbesttir.

Satıcı, tüketicinin tercih ettiği bu talebi yerine getirmekle yükümlüdür. Satın aldığınız ayıplı maldan ve/veya ayıplı malın neden olduğu her türlü zarardan dolayı, satıcı, bayi, acente, imalatçı-üretici ve ithalatçı birlikte ve zincirleme bir şekilde sorumludurlar. Satın aldığınız malın ayıbı gizli nitelikte (sizden kasten gizlenmiş ise) hakkınızı aramak için kanuni süreniz iki yıldır.

1) Ayıplı hizmetlerle karşılaştığınızda ne yapacaksınız?

Tüketicinin tanımını yaparken mal veya hizmetleri nihai olarak tüketen diye bir tanımlama yapmıştık. Bu açıdan tüketicinin korunmasında hizmetlerle ilgili şikayetlerin giderilmesi ayrı bir önem taşımaktadır.

Bir hizmet karşılığında ödemede bulunduyunuz (örneğin, bir kuru temizleme işine, ayakkabı tamirine veya kuaföre) o hizmetin tam olarak yerine getirilmesini talep etme hakkına sahipsiniz demektir.

Satın aldığınız hizmet,

Sözleşmede belirtilen, satıcı tarafından vaad edilen, standartına uygun olmayan nitelik veya miktara aykırılıklardan, hizmetten beklediğiniz faydaları azaltan veya ortadan kaldıran eksikliklerden birini ta-

şılması durumunda bu hizmet ayıplıdır. Örneğin, çatınızı tamir ettirdikten sonra, yağmur yağdığı anda ve çatınız yine akıyorsa bu ayıplı bir hizmettir.

Verilen hizmetin ayıplı olduğunu anlamanız halinde, hizmet verildiği tarihten itibaren 15 gün içinde satıcıdan,

*** Hizmetin yeniden yapılmasını,**

*** Ödediğiniz bedelin iade edilmesini,**

*** Ayıbın neden olduğu değer kaybının ödediğiniz bedelden indirilmesini isteyebilirsiniz.**

Hizmet alımında mümkünse yazılı bir sözleşme yapınız ve bir nüshasını saklayınız.

2) Şikayet halinde nereye

başvurabilirsiniz ?

Mal ve Hizmetlerle ilgili sorunlarınızı öncelikle hizmeti aldığınız kişi ve kuruluşa aktarabilirsiniz. Eğer bu konuda bir anlaşmazlık olduğu takdirde aşağıdaki kuruluşlara başvurabilirsiniz.

a.Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri : 80 il merkezinde Sanayi ve Ticaret İl Müdürlükleri ve tüm ilçelerde de kaymakamlıklar bünyesinde faaliyette

bulunan Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerine yaptığınız başvurular en geç bir ay içinde karara bağlanır ve başvurulardan herhangi bir ücret alınmaz. Kendi ilçenizdeki Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin görev yerlerini Kaymakamlıklardan öğrenebilirsiniz. Hakem heyetleri şu üyelerden oluşur.

Başkanlık : İllerde, T.C. Sanayi ve Ticaret İl Müdürleri, ilçelerde, kaymakam veya görevlendireceği bir memur tarafından yürütülmektedir

Üyelikler : Tüketici kuruluşu temsilcisi (tüketici derneği, vakıf veya tüketim kooperatifi) Belediye personeli, baro mensubu, ticaret veya esnaf ve sanatkarlar odası temsilcisi olmak üzere 5 kişiden oluşur.

b. T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü

(Eskişehir Yolu 7.km. Ankara)

c. Sanayi ve Ticaret İl Müdürlükleri

d. Tüketici Sorunlarına bakmakla görevli Asliye Ticaret veya Asliye Hukuk Mahkemeleri. Açılacak davalar her türlü resim ve harçtan muaftır. 1988 yılı için uyuşmazlık konusu olan mal veya hizmet bedelinin 31 milyon TL'sini aşmadığı durumlar-

da öncelikle hakem heyetlerine başvurmak gereklidir. Hakem heyetlerince verilmiş bir karar olmadan tüketici mahkemesine başvurulamaz.

e. Bulunduğunuz bölgedeki tüketicinin korunmasına yönelik olarak faaliyet gösteren dernek veya vakıflara da başvurabilirsiniz. **(TÜRK-İŞ öncülüğünde kurulunan derneklerimiz bölge temsilciliklerimizde faaliyetlerini sürdürmektedirler)**

f. Tüm bu konularla ilgili bilgi almak için 175 Alo Tüketici Hattını veya 0800 314 80 14 numaralı Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bilgilendirme hattını arayabilirsiniz.

B - Taksitli ve Ön Ödemeli Satışlar

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 6.maddesi taksitli satışları düzenlemektedir. Taksitli satışlarda tüketici borçlandığı toplam miktarı önceden ödeme hakkına sahiptir. Tüketici aynı zamanda, bir taksit miktarından az olmamak şartıyla bir veya birden fazla taksit ödemesinde bulunabilir. Her iki durumda da satıcı, ödenen miktara göre gerekli faiz indirimini yapmakla yükümlüdür.

Taksitli satışlarda satıcı, aşağıdaki bilgileri yazılı olarak bildirmek ve taraflar arasında aktedilen sözleşmenin bir nüshasını tüketiciye vermek zorundadır.

a) Mal ve hizmetlerin peşin satış fiyatı

b) Vadeye göre faiz ile birlikte ödenecek toplam satış fiyatı

c) Faiz miktarı, faizin hesaplandığı yıllık oran ve gecikme faizi oranı

d) Ön ödeme tutarı

e) Ödeme planı

Sözleşmede bildirilen mal ve hizmetin toplam satış fiyatı hiçbir şekilde arttırılamaz.

Mal ve hizmetleri teslim almadan peşin ödemelerde bulunduğunuz zaman bazı açılardan risk alıyorsunuz demektir. Ödediğiniz paranın miktarı arttıkça mal ve hizmeti elde etme süreniz uzadıkça riskiniz de artar. Çünkü firmanın iflas etmesi halinde muhtemelen ödediğiniz miktarı veya istediğiniz malları almaktan mecburen vazgeçmeniz gerekecektir.

**** Peşin ödeme bir malın ayrılması için depozit verilmesi şeklinde olabilir. Eğer fikrinizi değiştirirseniz büyük bir olasılıkla paranızı kaybedebilirsiniz.***

*** Eğer satıcı önceden ödeme yapmanız konusunda ısrarlı davranıyorsa ve böyle davranma-**

şı için makul bir neden yoksa başka bir satıcıyı tercih etmeniz yararlı olacaktır. Karar vermekte aceleci olmak daha sonra pişmanlıklara neden olabilir.

Peşin ödeme yapmaktan kaçınamıyorsanız, mutlaka satıcı ile bir sözleşme yapınız. İmzaladığınız sözleşmenin ayrıntılarına (örneğin malın teslim tarihi, ödeme miktarı, v.b) dikkat ediniz ve iş hakkındaki bu ayrıntıları yazılı olarak saklayınız. Satışlarda ayrıca borç senedi imzalamanız gerekiyorsa ödeme planına uygun tarihleri taşıyan ayrı ayrı borç senedi imzalayınız. Toplam borcunuz kadar tek bir senet imzalamanız sizin zararınıza olabilir. Ticari bir birliğe, odaya veya derneğe bağlı bir satıcıdan alışveriş etmeye çalışınız.

Posta veya telefonla satın alma yolunu seçtiyseniz şu konulara dikkat etmeniz gerekiyor.

*** Sadece posta kutusu numarası veya bir posta kodu olan adrese para göndermeyiniz. Eğer mümkünse telefon rehberinden firmanın varlığını kontrol ediniz.**

*** Posta ile zarf içinde nakit göndermekten kaçınınız. Siparişinizin bir kopyasını saklayınız ve gönderdiğiniz tarihi not ediniz.**

* Bir ilanda yer alan soruları cevaplayarak veya alternatiflerden birini işaretleyerek mal alıyorsanız, ilanın bir nüshasını saklayınız ya da ilanı verenin adı, adresi, ilanı ne zaman nerede verdiği, posta ücreti, teslim tarihi gibi ayrıntılı bilgileri not ediniz.

C - Kapıdan yapılan satışlar

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 8.maddesi kapıdan yapılan satışları düzenlemiştir.

Satıcının evinize ya da işyerinize gelerek yaptığı (1998 yılına göre bedeli 6 milyon lirayı aşan) satışlar kapıdan satış olarak adlandırılmaktadır.

Bu tür satışlarda tüketici yedi günlük tecrübe ve muayene süresi sonunda malı, kabul veya hiçbir gerekçe göstermeden, reddetmekte serbesttir. Tüketici satıcının kendisine vermesi şart olan, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından onaylanmış **Cayma Bildirim Belgesini** de kapıdan yapılan satış sırasında alabilir ve 7 gün içinde bu malı iade etmek için firmaya, Cayma Bildirim Belgesini, İadeli Taahhütlü Mektup, Noter Aracılığı ile gönderilen ihbarname veya bizzat malı iade ederek gönderecektir.

Bu durumda satıcı kanun gereğince tüketicinin ödediği bedeli ve tüketiciyi borç altına sokan her türlü belgeyi 10 gün içinde iade etmekle, 20 gün içinde

de malı geri almakla yükümlüdür.

1. Kapıdan yapılan satışlarda nelere dikkat edilmelidir ?

TÜRK-İŞ öncülüğünde bölge temsilciliklerimizde kurulan tüketici derneklerinden gelen şikayetlerde işçilerimizin yoğun olarak yaşadıkları semtlerde kapıdan satış yapan bazı pazarlamacıların kendilerine ve eşlerine çeşitli ikramiyeler vereceklerini vaadederek kandırma yoluna gittikleri ve ellerindeki malları çok pahalı fiyata satmaya çalıştıkları ortaya çıkmıştır. Genellikle Merkezleri İstanbul kökenli olan pazarlama şirketleri, eksik, tarihi olmayan veya geçmiş tarihli sözleşmeler imzalattırmak yoluyla tüketicileri kandırmak yoluna gitmektedirler. Kapıdan yapılan satışlarda şu konularda dikkatli olunması gerekmektedir.

a) Size satmak istedikleri malın gerçek piyasa fiyatını biliyormusunuz. Belki bu mal piyasada çok daha ucuzdur. Lütfen pazarlamacıardan mal almadan önce diğer mağazalardan çarşıdan bu malın fiyatını kontrol edin.. Pazarlamacılar tekrar gelebilir yada bekleyebilirler.

b) Kapınızı çalıp size satış yapmak isteyen pazarlamacıardan malı teslim almadan önce sözleşme

veya senet imzalamamanızı öneririz.

c) Eğer malı teslim alıp sözleşme imzalayacaksanız şu konulara dikkat edin.

*** Sizde ve satıcıda kalan sözleşmede malı aldığınız gündeki tarihin atılıp atılmadığı.**

* Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 8.Maddesi gereğince, tüketicinin hiç bir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiç bir gerekçe göstermeksizin yedi gün içersinde malı reddederek alım satım işleminden caymaya (vazgeçmeye) hakkının var olduğunun sözleşmede 12 punto siyah koyu harflerle yazılı olması gerekmektedir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan *Cayma Bildirim Belgesinin* de size verilmiş olması gerekmektedir. Eğer bu tür bir vazgeçme

hakkının size tanınmadığı bir sözleşme ile karşı karşıya kalırsanız, kesinlikle **İMZALAMAYINIZ.**

* *Cayma ihbarının satıcıya bildirimi tarihinden itibaren on gün içinde tüketicinin vermiş olduğu bedelin, kıymetli evrakın ve tüketiciyi bu hukuki işlemlerinden dolayı borç altına sokan her türlü belgenin satıcı tarafından iade edileceğinin sözleşmelerde yer almış olması gerekmektedir.*

Kapınızı alarak size mal satmak isteyen satıcılarından mal almadan önce, pazarlama firmasının ticari adı, nvanı ve adresi ve telefon numaralarının sözleşmede doğru bir şekilde yer almış olmasına dikkat edin.

Ticaret Odalarına kayıtlı olan pazarlama firmaları ile ilgili tüketicici şikayetlerinin daha kolaylıkla çzümlenebildiğini unutmayın. Bu yüzden hangi Ticaret Odasına kayıtlı olduğunu ve numarasını da sorabilirsiniz. Kapınızı alarak size mal satmak isteyen bazı firmalar, tüketicinin korunması hakkında kanunun yürürlüğe girmesinden sonra halkı daha fazla kandıramayacaklarını anlamışlardır. Bu yüzden geçmiş tarihli sözleşmeler imzalatarak sizleri kandırmak yolunu seçmektedirler. **LÜTFEN, bu konuda da dikkatli olunuz.** Eğer bu konu ile ilgili bir şikayet ve sorunuz var ise, arka sayfada adres ve telefonları bulunan, SİZE EN YAKIN Tüketicici Sorunları Hakem Heyetine yada Tüketicici Derneği'ne başvurarak sorunlarınızı iletiniz..

2 - Malın tanıtımı evinizde, teslimi de mağazada olursa ne olacak?

Bazı elektrikli ev aletleri pazarlayan firmalar, önce evinize ya da işyerinize gelip size bir gösteri yaparak satmak istedikleri cihazı tanıtmak isteyebilir-

ler.. Eğer almaya karar verirsiniz, size merkezlerinden yeni bir cihaz getirebileceklerini söyleyeceklerdir.

Bu aynı gün bile olsa, bazı firmalar bunun kapıdan yapılan satış olmadığını, ev ve işyeri ziyaretinin, malı tanıtmak için yapıldığını iddia ederek, 7 gün içinde tüketicinin cayma hakkının olmadığını ifade etmektedirler. Bu konuda da bir çok tüketicinin şikayetçi olduğu bilinmektedir.

Bazı firmalarda satış sözleşmesinin altına çok küçük harflerle, malın tanıtımının evde yapıldığını, tüketicinin malı mağazadan kendisinin teslim aldığını belirten ibareler koymaktadırlar. Bu yüzden bu tür satışlar firma size malı getirip evinizde teslim etse dahi kapıdan yapılan satış türüne girmemektedir. Bu nedenle sözleşmeleri imzalamadan iyice okumanızı öneriyoruz.

Ayrıca yine kapıdan yapılan satışlarla veya mağazalardan satın alma şeklinde olsun, **LÜTFEN DOLAR VEYA MARK GİBİ TAKSİTLERİ DÖVİZ CİNSİNDEN ÖDENECEK BİR MAL VEYA HİZMETİ SATIN ALMAK İÇİN, SÖZLEŞME İMZALAMADAN ÖNCE GELİR DURUMUNUZ NE OLURSA OLSUN; BİR KEZ DAHA DÜŞÜNÜNÜZ...!**

Lütfen bu broşürde yer alan konular hakkında

AİLE BİREYLERİNİZDE BİLGİ VERİNİZ. Siz evden çıktığınızda, kapı kapı dolaşan bu tür pazarlamacılar, genellikle bu konular hakkında fazlaca bilgisi olmayan aile fertlerimize sözleşme imzalatma yoluna gitmektedirler..

D - Tüketici Kredisindeki Haklar.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun 10.maddesi tüketici kredilerine bir düzenleme getirerek, bankalardan tüketici kredisi alan tüketicilere geniş bir koruma sağlamıştır.

Tüketicilerin banka veya benzeri finans kurumlarına bir mal veya hizmeti satın almak amacıyla tüketici kredisi almak için başvurmaları durumunda banka veya finansman kuruluşları ile tüketiciler arasında yazılı bir sözleşmenin yapılması ve bu sözleşmenin bir nüshasının da tüketiciye verilmesi zorunludur. Taraflar arasında akdedilen sözleşmede öngörülen kredi şartları, sözleşme süresi içerisinde tüketici aleyhine değiştirilemez.

Tüketici borçlandığı miktarın bir bölümünü önceden ödeyebilir ve bu durumda banka ya da finans kurumları ödenen miktara göre gerekli faiz ve komisyon indirimi yapmakla yükümlüdürler. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, bu ve bunun gibi bir

çok alanda tüketiciye yeni bazı haklar getirmiştir. Ancak tüm bu hakların geçerli olabilmesi bazı ön koşulların yerine getirilmesine bağlıdır. Önerilerimiz ise şu şekilde olacaktır.

a) Satın aldığınız her türlü mal için belge alınız. (Kasa fişi, fatura v.b)

b) Satın aldığınız her türlü elektrikli cihazı mümkünse yerinde test ediniz, çalıştırınız ve mutlaka garanti belgesinin onaylanmasını yaptırınız. Her hangi bir maldan şikayetçi olduğunuz takdirde, öncelikle satın aldığınız yere başvurunuz. ANCAK SATICI İLE KESİNLİKLE TARTIŞMA YOLUNA GİTMEYİNİZ.

E - Etiket

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un tüketicilere bir çok yeni haklar tanıdığını daha önce belirtmiştik. Bu haklardan bir diğeri de etiket uygulamalarıdır. Kanun'un 12. maddesi Ticaret konusu olan ve perakende satışa arzedilen malların veya ambalajlarının yahut kaplarının üzerinde kolaylıkla görülebilir, okunabilir şekilde o malın menşei, cinsi ve fiyatı hakkında bilgileri içeren etiket konulması zorunluluğu getirilmiştir. Etiket konulması mümkün olmayan durumlarda aynı bilgileri kapsayan listelerin görülebi-

lecek şekilde uygun yerlere asılması gerekir.

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun gereğince hazırlanan yönetmeliğe göre, perakende satışa sunulan malların veya ambalajlarının üzerinde, etiket konulması zorunludur. Bunun mümkün olmadığı bazı durumlarda ise tarife listelerinin kolayca görülebilecek ve okunabilecek yerlere asılması **ZORUNLUDUR**.

Buna göre etiket ve listelerde,

*** Malın üretim yeri (İthal ise ithal edildiği ülke)**

*** Malın cinsi**

*** Malın satış fiyatı, bulundurulmak zorundadır.**

Ayrıca her türlü kavanoz, poşet, torba içinde satılan gıda, yiyecek, içecek ve temizlik maddelerinin etiketlerinde;

*** Net ağırlıkları**

*** Ambalajlama miktarı ne olursa olsun 1 kilogramının veya litresinin satış fiyatları bulundurulmak zorundadır.**

İndirimli satışlarda ise ek olarak,

* Malın alış fiyatı

* İmalat fiyatı (kendi imalatı ise)

* İndirimli fiyatının da bulundurulması gerekmektedir.

Defolu, hatalı ürünlerin de üzerine okunabilecek büyüklükte yazıyla defolu olduğunu belirterek bu ürünlerin ayrı bir köşede sergilenmesi zorunludur.

Bu yönetmelikteki denetim görevi belediyelere verilmiştir.

F - Garanti Belgesi

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 13.maddesi garanti belgesi ile ilgili yeni bazı düzenlemeler getirmiş buna paralel olarak tüketiciye garanti süresi içinde arızalanan malların tamiri ve değiştirilmesi ile ilgili bazı yeni haklar sağlamıştır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenen sanayi mallarının (*tüketime sunulan dayanıklı tüketim malları bu listeye dahildir*) garanti belgesi ile satılması zorunludur.

Garanti süresi malın teslim tarihinden itibaren başlar ve en az bir yıldır.

Garanti süresi içinde arızalanan malı, satıcı hiç bir ücret talep etmeksizin tamir ile yükümlüdür.

Değiştirme yükümlülüğü, **tüketim malının**,

a) Tüketici tarafından satın alınmasından itibaren bir yıl içerisinde, aynı arızayı ikiden fazla tekrarlaması veya farklı arızaların dörtten fazla ortaya çıkması sonucu, maldan yararlanamamanın süreklilik göstermesi,

b) *Tamiri için gereken azami bir aylık sürenin aşılması*

c) Firmanın servis istasyonunun düzenleyeceği raporla arızanın tamir edilemeyeceğinin belirlenmesi, durumlarında tüketici malın ücretsiz olarak değiştirilmesini talep edebilir.

Satıcı bu talebi reddedemez. Tüketicinin bu talebine karşı satıcı, bayi, acenta, imalatçı-üretici ve ithalatçı müştereken ve müteselsilen sorumludurlar.

1) Garanti Belgesi konusunda dikkat edilecek noktalar.

Satın almış olduğunuz elektrikli ev eşyalarının garanti belgelerine dikkat ediniz. Garanti belgelerinin üzerindeki seri numarası ile malın üzerindeki seri nu-

maralarının **AYNI** olmasına DİKKAT EDİNİZ. Bu numaralarda her hangi bir karışıklık malın garanti süresi içinde tamirini imkansız kılabilir. Bu yüzden garanti belgesinin doldurulması ve ilgili yerlere ulaştırılması konusunda takipçi ve dikkatli olunuz. Garanti belgeleri satın alınan mala ilişkin faturanın tarih ve sayısı ile bandrol ve seri numarasını da içermek zorundadır.

Tüketicilerimiz garanti belgesi konusuna ne yazık ki gerekli önemi göstermemektedirler. Garanti belgesini malı satın aldıktan bir kaç ay sonra doldurmaya yönelme durumunda, fatura numarası bulunmadığı takdirde garanti belgesi çoğunlukla geçersiz olmaktadır. Bu yüzden satın almış olduğunuz bütün dayanıklı tüketim mallarının faturalarını da almanız zorunludur. Faturasız mal almak, malın garanti belgesinin de geçersiz olmasına neden olacaktır.

Satın almış olduğunuz dayanıklı tüketim mallarının faturalarını eğer herhangi bir şekilde elinizden çıkaracaksanız (vergi iadesi v.b) mutlaka birer fotokopisini saklayınız.

Garanti belgesi ile ilgili olarak 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'dan kaynaklanan yasal haklarımız şu şekildedir.

Her imalatçı ve ithalatçı, her sanayi malı için en az bir yıl olmak üzere meydana gelecek arızaları ücretsiz olarak tamirini veya yenisiyle değiştirilmesini taahhüt eden ve satıcı ile tüketicinin yükümlülüklerini gösteren belgeyi satışla birlikte sunmak zorundadır.

2) Garanti belgesinde bulunması zorunlu belgeler

*** İmalatçı, ithalatçı firmanın ve satıcının ünvanı, adresi, yetkilinin imza ve kaşesi.**

*** Fatura, tarih ve sayısı.**

*** Malın cinsi, markası, modeli ile bandrol ve seri numarası.**

*** Malın tüketiciye teslim yeri ve tarihi.**

*** Garanti süresi.**

*** Azami tamir süresi**

*** Kullanım hataları**

*** En az bir yıl garanti kapsamı**

*** Bakanlık izin, vize tarih ve sayıları**

Garanti süresince tüketiciden nakliye, ser-

vis, montaj, bakım, arıza adı altında herhangi bir ücret ALINAMAZ.

3) Garanti belgesi ile ilgili haklar.

** Tamirde geçen süre garanti süresine eklenir.*

*** Bir yıl içinde aynı arıza ikiden fazla tekrarlanırsa veya farklı dört kez arıza ortaya çıkarsa satıcı firmanın malı DEĞİŞTİRME YÜKÜMLÜLÜĞÜ vardır.**

** 30 günlük tamir süresi aşılsa değiştirme yükümlülüğü vardır.*

*** Tüm bu yükümlülüklerden, bayii (satıcı), acenta, üretici müteselsilen sorumludur.**

G - Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu

Sanayi mallarından ithal edilmiş olanların bakım, onarım ve kullanılmasına ait tanıtma ve kullanım kılavuzlarının aslına uygun Türkçe tercümeleriyle, yurt içinde üretilenlerin bakım, onarım ve kullanılmasını gösterir Türkçe tanıtım ve kullanım kılavuzlarıyla birlikte satılması zorunludur.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, sanayi mallarından hangilerinin tanıtma ve kullanım kılavuzu ile satılmak zorunda bulunduğunu Türk Standartları Ensti-

tüsü ile birlikte tesbit ve ilan eder. (Kanun Madde 14)

H - Servis Hizmetleri

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun tüketimcilerimizin genellikle şikayetçi oldukları servis hizmetleri konusunda da yeni düzenlemeler getirmiştir.

İthalatçı ve imalatçılar sattıkları sanayi malları için o malın Bakanlıkça tesbit ve ilan edilen kullanım ömrü süresince, bakım, onarım ve servis hizmetlerini yürütecek istasyonları kurmak ve yeterli teknisyen kadrosu ile yedek parça stoku bulundurmak zorundadırlar.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı hangi mallar için servis istasyonları kurulmasının zorunlu olduğu ile servis istasyonlarının kuruluş ve işleyişlerine dair usul ve esasları Türk Standartları Enstitüsü ile müştereken tesbit ve ilanla görevlidir.

I - Reklamlar ve Tüketicici

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, ticari reklam ve ilanlarla tüketicinin aldatılmasının önüne geçmek için yeni bazı düzenlemeler getirmiştir.

Ticari reklam ve ilanların yasalara ve genel ahlaka uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır.

Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürlüleri istismar edici reklam yapılamaz (*Kanun, Madde 16*).

Ticari reklam ve ilanlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemek, bu ilkeler çerçevesinde ticari reklam ve ilanları incelemek ve inceleme sonucunda tüketiciyi aldatıcı olanları cezalandırmak, durdurmak veya düzeltmek amacıyla Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde bir Reklam Kurulu kurulmuştur.

Sizi aldattığına inandığınız her türlü ticari reklamlar ve ilanlarla ilgili (gazete, mecmua ve televizyonda yayınlananlar da dahil olmak üzere) şikayetlerinizi (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Reklam Kurulu Başkanlığı, Eskişehir Yolu 7.km. Ankara) adresine yapabilirsiniz.. Lütfen gazete ve dergilerdeki reklam ve ilanların mümkünse aslını veya temiz çekilmiş bir fotokopisini eklemeyi unutmayınız. Eğer şikayetiniz bir radyo veya televizyon reklamı ise, reklamın konusunu ve yayınlandığı kanal ile tarih ve saatini de belirtmeyi unutmayınız. Böylelikle şikayetiniz daha kısa sürede Reklam Kurulunda görüşülecektir.

J - Zararlı ve Tehlikeli Mal ve Hizmetler

Tüketicinin kullanımına sunulan mal ve hizmetlerin kişi ve çevre sağlığına zararlı ve tehlikeli olabilmesi durumunda bu malların emniyetle kullanılabilmesi için üzerine veya ekli kullanım kılavuzlarına bu durumla ilgili açıklayıcı bilgi ve uyarılar, açıkça görülecek ve okunacak şekilde konulur veya yazılır.

K - Kalite Denetimi

Bakanlık, tüketicinin can ve mal güvenliği ile fizik ve çevre sağlığına ve bu konularda bilgilendirilmesine ilişkin, standartına göre veya standartı yoksa standarda esas teşkil etmek üzere belirlenecek özelliklere göre yapılacak kalite denetimi ile mal, hizmet ve tesislerin belgelendirilmesi hakkındaki usul ve esasları, Türk Standartları Enstitüsünün görüşünü alarak tesbit ve ilanla görevlidir. (*Kanun Madde 19*)

L - Tüketicinin Eğitilmesi

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, tüketici eğitimi ile ilgili yeni düzenlemeler getirmiştir.

Tüketicinin eğitilmesi konusunda her derecedeki okulların ders programlarına Milli Eğitim Bakanlığınca gerekli ilaveler yapılır. Tüketicinin eğitilmesi

ve aydınlatılması için kitap mecmua ve broşür çıkarılmasına ve tüketicinin bilinçlendirilmesi için radyo ve televizyonlarda programlar düzenlenmesine ilişkin usul ve esaslar, Tüketici Konseyinin önerisi ile Bakanlıkça tesbit ve ilan olunur.

M - Tüketici Konseyi

Tüketicinin korunması konusunun değişen ekonomik koşullarda sürekli bir çabayı gerektirmesi nedeniyle Kanunda tüketici ile ilgili konuların geniş bir katılımı her yıl tartışılmasına ve yeni önerilerde bulunulmasına olanak tanınmıştır.

Tüketicinin korunması konusunda, tüketicilerin sorunlarının, ihtiyaçlarının ve çıkarlarının korunmasına ilişkin gerekli tedbirleri araştırmak, sorunların tüketici lehine çözülmesi için alınacak tedbirlerle, bu kanunun uygulanmasında yönelik tedbirlere dair görüşleri ilgili mercilere iletmek amacıyla bakanlığın koordinatörlüğünde bir **"Tüketici Konseyi"** kurulur.

Tüketici Konseyine kamudan, sivil toplum örgütlerinden, kooperatiflerden ve sendika ve konfederasyonlardan temsilciler katılmaktadır. Tüketici Konseyinde TÜRK-İŞ de üç temsilci ile temsil edilmektedir. Ayrıca TÜRK-İŞ öncülüğünde kurulan tüketici derneklerinden üye sayılarına göre temsilciler katılmaktadır.

N - Tüketiciiyi aldatanlar ne kadar para cezası ödeyecekler.

Bilindiği gibi 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un çeşitli maddelerine aykırı hareket edenler hakkında, aynı kanunun 25. maddesinde öngörülen para cezaları uygulanmaktadır. Bu amaçla 1998 yılı için uygulanacak para cezaları şu şekilde tesbit edilmiştir. *(Cezalar yıllık olarak Bütçe Kanunu ile birlikte arttırılmaktadır)*

Buna göre ;

1) Satışa sunulan ayıplı malların veya ambalajların üzerine **“özürlüdür”** ibaresinin yazılmaması durumunda 135.000.000 TL (Madde 4/7),

2) Teşhir edilen ve üzerine numunedir veya satılık değildir şeklinde herhangi bir ibare bulunan malların satışından kaçınılması durumunda **135.000.000 TL.** (Madde 5/1),

3) Taksitli satışlarda istenilen bilgilerin tüketicilere yazılı olarak bildirilmemesi ve aktedilen sözleşmenin bir nüshasının verilmemesi durumunda **135.000.000 TL** (Madde 6/3),

4) Kampanyalı satışlarda istenilen bilgiler ile **“kampanya bitiş tarihi”** ve **“malın yada hizmetin**

teslim veya yerine getirilme tarih ve şekli”ne ilişkin bilgilerin tüketiciye verilmemesi durumunda 135.000.000 TL (Madde 7/3),

5) Kapıdan satışlarda; 7 (Yedi) günlük tecrübe süresi içinde iade edilen mala ilişkin bedelin veya tüketiciyi borç altına sokan her türlü belgenin iade edilmemesi veya verildiğinin tutanak ibraz edilerek ispat edilmemesi durumunda 270.000.000 TL (Madde 8/2),

6) Kapıdan satışlarda; tüketici haklarının bildirilmemesi, tüketiciye sözleşme, fatura veya tesellüm makbuzu, cayma hakkının varolduğunu açıklayan belge ile satıcının açık adresinin verilmemesi veya verildiğinin tutanak ibraz edilerek ispat edilememesi durumunda 135.000.000 TL. (Madde 9/1),

7) Tüketici kredisi başvurularında; sözleşme yapılmaması veya aktedilen sözleşme nüshasının tüketiciye verilmemesi veya sözleşmede öngörülen kredi koşullarının sözleşme süresi içinde tüketici aleyhine değiştirilmesi durumunda 135.000.000 TL. (Madde 10/1).

8) Perakende olarak satışa arz edilen mallarda etiket bulunmaması veya hizmet tarife ve fiyatlarını gösterir listenin bulunmaması durumunda 135.000.000 TL (Madde 12/1-2),

9) Tüketiciiye garanti belgesi verilmemesi veya garanti belgesinin satın alınan mala ilişkin faturanın tarih ve sayısı ile bandrol ve seri numarasını içermemesi, 1(bir) yıldan az garanti süresi verilmesi, garanti süresi içinde arızalanan malın ücretsiz tamir edilmemesi durumunda **270.000.000 TL** (Madde 13-1-3),

10) Yurtiçinde üretilen veya ithal edilen sanayi mallarının bakım onarım ve kullanılmasına ait Türkçe tanıtma ve kullanma kılavuzu olmadan satılması durumunda **270.000.000 TL** (Madde 14/1),

11) İthalatçı veya imalatçıların sattıkları sanayi malları için bakım, onarım ve servis hizmetlerini yürütecek istasyonlar kurmaması, yeterli teknisyen kadrosu ile yedek parça stoku bulundurmaması durumunda **270.000.000 TL** (Madde 15/1),

12) Ticari reklam ve ilanların yasalara ve genel ahlaka uygun, dürüst ve doğru olmamaları, tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı olmaları durumunda **5.400.000.000 TL** (Madde 16),

13) Bu maddeye aykırılığın, ülke düzeyinde yayın yapan yazılı, sözlü, görsel ve sair araçlar ile gerçekleşmesi durumunda **54.000.000.000** (Elli dört milyar TL) (Madde 16),

14) Zararlı ve tehlikeli mal ve hizmetlerin üzerinde veya ekli kullanım kılavuzlarında bu durumla ilgili açıklayıcı ve bunların emniyetle kullanılabilmesini sağlayıcı bilgi ve uyarıların yer almaması durumunda **2.700.000.000 TL** (Madde 18),

15) Standart ve kalite denetimi ile ilgili kanun, tüzük, yönetmelik ve tebliğ hükümlerine aykırılık durumunda **2.700.000.000 TL** (Madde 19),

16) Kanun kapsamına giren hususlarda, yetkili görevli kişi veya kuruluşlara her türlü bilgi ve belgenin doğru olarak gösterilmemesi, aslının veya onaylı kopyalarının verilmemesi durumunda **270.000.000 TL**, idari para cezası uygulanacaktır (Madde 27/2),

Yukarıda belirtilen idari para cezaları, suçun aynı yıl içinde tekrarı halinde İKİ MİSLİ OLARAK uygulanmaktadır.

IV - BİLİNÇLİ TÜKETİCİ

Bilinçli tüketici kimdir? Bilinçli tüketicinin özellikleri nelerdir?. Neden bilinçli tüketici olmak zorundayız? Şimdi bu sorulara şöyle yanıtlar verebiliriz.

Çalışanlar olarak bizler elde ettiğimiz ücret artışlarının satın alma değerini korumak, kaliteli mali

biraz daha ucuza satın alabilmek, satın aldığımız malın da evsafına uygun olmadığı, bozuk olduğu durumunda da ne yapacağımızı iyi bilmek zorundayız.

Bunun için de birer tüketici olarak hak ve sorumluluklarımızın neler olduğunu iyi bilmemiz gerekmektedir. Bilinçli tüketici olmak da hak ve sorumluluklarımızı bilmekten geçmektedir. Bilinçli tüketici alışveriş öncesinde, alışveriş sırasında ve alışveriş sonrasında ne yapmalıdır? Şimdi bunu gözden geçirelim.

*** Bilinçli tüketici, kişisel sorunlara olduğu kadar içinde yaşadığımız toplumun sorunlarına karşı da duyarlı bir insandır. Bu nedenle önce kendi hak ve sorumluluklarını iyi bilmelidir.**

*** Bilinçli tüketici, bir mal veya hizmeti satın almadan önce iyi bir piyasa araştırması yaparak ürün ve hizmetleri kalite, fiyat açısından karşılaştıran ve piyasanın günlük durumu hakkında bilgilere sahip olan kişidir.**

*** Bilinçli tüketici, hergün seyretmek zorunda bırakıldığı reklamların etkisinde kalmayarak ihtiyaçlarının gerçek tesbitini yapan, marka hayranlığına tutulmayan, aşırı tüketimi sevmeyen ve israftan kaçan kişidir.**

** Bilinçli tüketici, bir zarara uğradığı zaman hakkını nasıl arayacağını bilen insandır.*

*** Bilinçli tüketici, haklarını bireysel olarak arayacağı gibi, örgütlenerek hakkını örgütsel olarak da arayandır. Bilinçli tüketiciler kendi aralarında örgütlendikleri takdirde kendi hak ve çıkarlarını kitlesel olarak da arayabileceklerini ve siyasi iktidarlar üzerinde baskı grubu olabilecekleri iyi bilenlerdir.**

** Bilinçli tüketici, ülke kaynaklarına kişisel kaynaklarına olduğu kadar sahip çıkan, ülkenin kaynaklarını dikkatle ve özenle kullanan kişidir.*

*** Bilinçli tüketici, su ve elektrik kaynaklarını boşa harcamaz. Tasarruf yapılması konusunda aile bireylerini olduğu kadar yakınlarını da ikaz eder.**

*** Bilinçli tüketici, her türlü yanlış, eksik, bozuk, hileli mal ve hizmeti asla kabul etmeyen, uygarca tepki veren ve bilinçli olarak alış veriş yapan tüketicidir.**

A- Alış veriş sırasında nelere dikkat edilmelidir ?

** Bir mal veya hizmet satın alımına karar ver-*

meden önce ihtiyaçlar konusunda iyi bir sıralama yapılmalı ve en çok ihtiyaç bulunan mal veya hizmetin satın alınması yapılmalıdır.

*** Mal veya hizmet satın alırken PAZARLIK etmekten çekinmeyiniz.**

** Bir mal veya hizmetin satın alınmasından önce mutlaka piyasa araştırması yapılması gerekmektedir. Serbest piyasa ekonomisi düzeninde bir malı farklı mekanlarda farklı fiyatlarla bulmak mümkündür.*

*** Bir malı satın almadan önce piyasada o malın diğerk markaları da var ise bunlar arasında fiyat ve kalite (daha sonra garanti, servis, v.d) açısından bir karşılaştırma yapınız. Satın almayı düşündüğünüz malın üzerindeki fiyatın üzerine, nakliye, servis, kurulum creti v.b. adı altında ek bir ücret ödenip ödenmeyeceğini sormanız gerekir.**

** Uzmanlar a karnına alışverişe çıkmanın insanın gereksiz yere bir çok tüketim malı satın almasına neden olduğunu belirtiyorlar.*

*** Özellikle büyük marketlere giderken mutlaka bir alış veriş listesi yaparak eksiklerin tesbit edilmesi gerekiyor. Alış veriş listesi tüketicilerin**

gereksiz yere mal satın almasını önlüyor.

* Büyük marketlerde bazen elde kalan mallar, ikisi ve üçü biraraya getirilerek çok cazip fiyatlarla tüketiciye sunulur. Tüketici genellikle gerçekten ihtiyacı olmayan bir malı çok cazip fiyatla kendisine sunulduğu için iki yada üç tane almak zorunda bırakılır. Büyük marketler genellikle sonu 9'la biten fiyatlandırma sistemi uygulayarak (990.000 TL, 9.990.000 TL gibi) tüketiciyi etkilemeye çalışırlar.

* Bazı büyük supermarketlerde haftalık veya onbeş günlük mal katalogları ile ilan edilen fiyatlar düşük tutulurken, barkod denilen otomatik fiyatlandırma sistemi ile diğer ürünlerin fiyatları bilgisayardan arttırılabilmektedir. Tüketici fiyatları ucuz tutulan ve ilan edilen mallar dışında, diğer malları satın aldığı anda tüketicinin ucuzluktan elde edeceği kar her malda azalmaya başlar.

* Fişsiz ve faturasız alışveriş yapılmamalıdır.

* Bazı özel durumlar hariç olmak üzere, malı teslim almadan önce parasını ödemeyiniz.

* Supermarketlerden mal satın alırken, tezgahlar üzerindeki fiyatlar ucuz, size yazar kasadan verilen fiş üzerindeki fiyat ise daha pahalı olabilir. Bilgisayarlı barkod sistemi ile fiyatlar art-

tırılırken, tezgahlar üzerindeki fiyatların değışt-rilmesi unutulmuş olabilir. Bu durumda kasiyerin yazdığı fiyat geçerli değil, size etiket ile ilan edilen fiyat geçerli olacaktır. Bu konuda dikkatli olunuz.

*** Gıda maddelerinde üretim ve son kullanma tarihlerine mutlaka dikkat ediniz. Supermarketlerden mal satın alırken, eğer son kullanma tarihleri geçmiş veya yakın ürünleri satın almak zorunda iseniz, aynı malın durduğu rafın arka kısmında bulunan malların da son kullanma tarihlerini kontrol ediniz. Bazı market sahipleri son kullanma tarihleri yakında bitecek olan malları çabuk satılsın diye rafların ön kısmına koyarlar.**

. * Satın alınması düşünölen mal iyice incelenmeli, bir,eksiğı noksanı, gizlice tamir görmüş bir yerinin veya defosunun olup olmadığı iyice kontrol edilmelidir.

*** Satın alınması düşünölen mal özellikle dayanıklı tüketim malı ise, mutlaka üzerinde Türk Standartları Enstitüsü damgası olduğuna TSE veya TSEK kalite belgelerinin mal ambalajında olmasına dikkat ediniz.**

*** Satın alınan mal eğer dayanıklı bir tüketim**

malı ise, garanti belgesinin olup olmadığı, en yakın servisinin neresi olduğu, yeterli yedek parça stoklarının olup olmadığı, her hangi bir arıza durumunda ev ile yetkili tamir servisi arasında her hangi bir taşıma ücreti ödenip ödenmeyeceği gibi yanıtlar doyurucu bir şekilde öğrenilmelidir.

Malların YERLİ MALI veya ülkemizde üretilen bir mal olması konusunda hassasiyet gösterilmelidir.

** Satın alınan mal eğer beyaz eşya veya elektrikli bir tüketim malı ise harcanacak enerji tüketimi de göz önüne alınmalıdır. (az elektrik ve az su harcayan ürünler tercih edilmelidir)*

*** Satıcının her önerdiğini kabul etmemek, kararı satıcıya bırakmamak çok önemlidir. Peşin ödeme, fatura, nakliye makbuzu, satış fişi ve taksitle ödeme imkanları hakkında bilgi alınmalıdır. Taksit ödemelerinin nereye ve ne şekilde yapılacağı konusunda bilgi alınmalı, taksit tutarının dışında kefalet yada herhangi bir ad altında borç senedi ve boş senet imzalanmamalıdır. (Bazı firmalar taksit açan müşterilerine, kefalet senedi altında açık senet imzalattırmaktadırlar. Firmanın iflas etmesi halinde bu senetleri devralan şahıslar senetlerin üzerine istedikleri borç miktarını**

yazarak tüketicilerden tahsil etme yoluna gitmektedirler.)

** Satın alınan mal bir kez de ambalajından çıkartılarak mağaza sahibi önünde çalıştırıp kontrol edilmelidir. Eve gelen malın arızalı çıkması durumunda hak aramanız zaman alabilir.*

** Onarım yapılan işlerde, onarım bittikten sonra veya onarımla ilgili çalışmanın şekli ortaya çıkıncaya kadar yapılan ödemenin bir kısmı geciktirilmelidir. Örneğin, evin pencerelerine yapılacak plastik doğrama aksamının parasını önceden ödemek, sonradan ortaya çıkacak hataların tamirinde güçlük yaratabilir. Ya da mobilya gibi kullanılmaya başlandıktan sonra performansı ortaya çıkacak ürünlerde son ödemeler mümkün olan seviyede geciktirilmelidir.*

** Bayram öncesi ve bayram günlerinde ve turistik bölgelerde alış veriş yapılırken, malların sonradan iadesini sağlayabilmek için satın alınan malla ilgili olarak fiş ve faturalar eksiksiz olarak alınmalıdır.*

** Bayram öncesi açıkta satılan ucuzlatılmış gıdaları alırken çok dikkatli olunmalı, mümkünse bu gıdalar satın alınmamalıdır.*

** İşporta tezgahlarında satılan mallar genellikle daha ucuz olduğu için satın alınmaktadır. Bu tür satış yapan yerlerden mal satın alırken genellikle fiş alınmadığı ve işportacının da bir kez daha bulunması mümkün olmadığı için, mutlaka malı satın almadan önce ambalajından çıkartıp defosu olup olmadığını iyice kontrol etmek gerekir.*

* Satın alınan ürünler eğer dış ülkelerden satın alınmış ürünler ise üzerlerinde mutlaka Türkçe etiket ve Türkçe açıklamalar yer almalı, özellikle gıda ürünlerinde üretim ve son kullanma tarihleri açıkça belirtilmelidir. Ambalajında üreticisi ve açık adresi bulunmayan açıkta satılan gıda maddeleri satın alınmamalıdır.

*** Etiketsiz mal almayınız. Etiket üzerindeki bilgileri mutlaka okuyunuz. Özellikle tekstil ürünlerinin üzerinde bulunan, yıkama derecesi, otomatik makinelerde yıkanıp yıkanmayacağı ve ısı derecesi ile ütü sıcaklığı gibi bilgileri dikkatlice okumak gereklidir. Bu açıklamaların aksine bir uygulamanın yol açacağı zarardan tüketici sorumludur. Örneğin, mutlaka kuru temizleme yapılması gereken bir ürünün otomatik çamaşır makinesinde yıkanması sonucundaki zarardan tüketici sorumlu olacaktır.**

*** Satın alınan gıda ürünlerinin ambalajlarının doğayı kirletmeyen yeniden dönüşümlü ürünlerden seçilmesine dikkat edilmelidir.**

** Ambalajı bozuk, ezik, yırtılmış, rengi doğallıktan uzaklaşmış ürünler satın alınmamalıdır.*

* Gıda maddelerinde yıllık ortalama olarak yüzde 90 civarında fiyat artışları olduğu kabul edildiğinde, aylık fiyat artışlarının yüzde ortalama 7.5 civarında gerçekleştiği kolaylıkla bulunacaktır. Yani tüketici her geçen ay satın almış olduğu gıda maddelerine ortalama olarak yüzde 7.5 oranında daha fazla ödeme yapmaktadır. Aslında her ay yüzde 7.5'luk artışlar birikimli olarak hesaplandığında bu oran yıllık yüzde 90 oranını da geçmektedir. Bu durumda bankaların vermiş oldukları kredi kartları ile (ZAMANINDA ÖDEME YAPIP FAİZ ÖDEMEME KÖŞÜLÜ İLE) alış verişı yapıldığında tüketici en azından ortalama olarak aylık 7.5 oranındaki fiyat artışlarını bir ay erteleme imkanına sahip olmaktadır.

* Bankacılık hizmetleri ile ilgili olarak sizlere imzalamanız için uzatılan sözleşmeleri iyice okuduktan ve tüm boşlukları sayı ve yazı ile doldurduktan sonra imzalayınız. Boşluk olan ve sonradan doldurabilecek bir açıklık bırakmayınız. Sözleşmeden mutlaka bir kopya isteyiniz. Ülkemizde ne yazık ki halen

bu tür sözleşmelerde tüketicinin hakkını koruyan hüküm bulunmamakta, tüm sözleşmeler mal ve hizmet satanın hak ve çıkarlarını koruyacak şekilde hazırlanmaktadır. (Örneğin, kartla para çekme makinele-
rinde gece veya hafta sonlarında paranın tükenmesi sonucunda banka müşterisinin para çekememesi gi-
bi bir durumda banka sorumlu olmamaktadır. Oysa aynı banka müşterisinin bir günlük borç ödemesini geciktirmesinden faiz almaktadır)

*** Satış sözleşmeleri genellikle çok küçük harflerle yazılmaktadır. Bu sözleşmelerin büyük harflerle yazılı olanını isteyiniz. Özellikle ince ve çok küçük olan yazıları okumadan imzalamayınız.**

** İlaç satın alırken, mutlaka muadilini (aynı kimyasal formülün başka firmalar tarafından başka ad altında satılması) ve fiyatını sorun. Bazı yabancı ilaç firmalarının fiyatları ile yerli ilaç firmalarının ürettiği ilaçlar arasında beşte bir oranında fiyat farklılığı mevcuttur.*

*** Özellikle ilaç ve kozmetik ürünlerinde üretim ve son kullanma tarihlerine dikkat ediniz.**

** Dışarıdan ithal edildiği söylenen ve üzerinde Türkçe açıklamalar bulunmayan ürünlere itibar etmeyin.*

B - Alışverişten sonra ne yapılması gerekir.

*** Satın alınan malla ilgili garanti belgesinin doldurup gönderilmesinden emin olunmalıdır. Garanti belgeleri ile diğer dayanıklı tüketim mallarının fiş, faturalarının asılları veya fotokopileri bir dosyada saklanmalıdır.**

** Satın alınan mal kullanılmadan önce kullanım kılavuzu dikkatlice okunmalıdır.*

*** Satın alınan mal eğer beyaz eşya veya elektronik bir eşya ise, ilk kurulum mümkünse servis elemanlarına yaptırılmalıdır. Böylece kullanımdan doğan hataların önüne geçilecektir.**

** Malla ilgili bir bozukluk olduğunda malla ilgili yetkili servislere başvurulmalıdır. Yetkili olmayan tamircilerin yapacakları müdahaleler sonucunda ortaya çıkacak sorunlardan tüketici sorumlu tutulmaktadır.*

*** Yetkili servisler, genellikle verilen randevulara zamanında gelmemekte, tüketicinin iş günü kayıplarına neden olmaktadır. Servislerdeki teknik bilgi yetersizliği nedeni ile yapıldığı söylenen arızalar sık sık tekrar etmektedir. Yetkili tamir servisleri, tüketicilere belge verilmesi konusunda zorluk çıkarmakta veya hiç vermemektedir. Garanti süresi içinde aynı arızayı iki kez yapan ürünü yasaya göre değiştirmemek için**

farklı bir arıza gibi gösterme yoluna gitmektedirler. Yetkili servisler, garanti süresi içinde tamir ücreti isteyebilirler. Bazı yetkili servisler, tüketicinin elinden tüm yasal haklarından vazgeçtiğini beyan eden yazı almaya kalkışmaktadırlar. Böyle bir belge kesinlikle verilmeyeceği gibi tüm bu haksızlıklara karşı bu servisleri ilgili firmanın Genel Merkezine ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğüne şikayet etmek gereklidir.

V - TÜKETİCİ VE ÇEVRENİN KORUNMASI

A - Çevreye saygılı bir tüketim

Tüketiciler olarak, tüketimimiz esnasında çevreye daha fazla nasıl saygılı olabileceğiz? Dünyanın kaynaklarını daha dikkatli tüketirken, satın almış olduğumuz ürünün kendisinin veya ambalajının çevreye nasıl daha az zarar vermesini sağlayabileceğiz? İşte tüm bu sorular, tüm dünyada yaşayan tüketicileri yaşamı sürdürülebilir kılmak açısından birleşmeye ve ortak davranmaya zorlamaktadır. Sürdürülebilir bir yaşam için de, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir tüketim politikaları izlemek zorundayız.

“Sürdürülebilir Kalkınma” kavramı, Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun, bundan tam on yıl önce 1987 yılında yayınlanan

“Ortak Geleceğimiz” adlı raporu ile ortaya çıkmıştır. Kalkınmanın sürdürülürken gelecek kuşakların da sağlıklı bir çevreye sahip olmasına yönelik tedbirler almak olarak açıklanan kavram, kısa bir sürede hemen her konunun sürdürülebilirlik kavramı ile bütünleşmesine neden oldu. Çevrenin insanlığın içinde yaşadığı bir yer olarak açıklandığı, kalkınmanın ise o yerde insanoğlunun durumunu biraz daha iyileştirmek için yapmış olduğu işler olarak basitçe açıklandığı raporda, çevre kirliliğinin küresel bir boyut haline geldiği ve sorunun çözümü içinde küresel tedbirlerin alınmasına ihtiyaç olduğu vurgulanmaktaydı. Nüfus artışı, besin yeterliliği ve güvenliği, bitki ve hayvan türlerinin çevre kirliliği nedeni ile karşılaştığı yokolma tehlikesi, yenilebilir ve sürdürülebilir enerji politikaları, çevreye zarar vermeden gelişme ve kalkınma için seçenekler ile, daha azla daha fazla üretmek ve kentsel sorunların incelendiği rapor çevresel sorunlar konusunda hemen her devletin, örgütün, insanın üzerinde birleştiği bir çalışma olmuştur.

Sürdürülebilir kalkınma kavramındaki gelişmelerden ve on yıllık süreç içindeki gelişmelerden sonra ortaya çıkan en önemli konunun, zengin ve yoksul arasındaki farkın azaltılması olduğu görülmüştür.. Zengin ve yoksul arasındaki fark ülkesel yada küresel olarak ele alındığında sonuç fazlaca

değişmeyecektir. Sürdürülebilir kalkınmanın sosyal yönünün nihai olarak varmak istediği ekonomik amacın da bu olması gerektiği ifade edilebilir. Yeni bir kalkınma modeli olarak ele alınması gereken sürdürülebilir kalkınma modeli ise sonuçta, gelecek kuşaklarında yaşam haklarına tecavüz etmeden, dünyanın doğal kaynaklarını bitirmeden bir kalkınma ve ekonomik ihtiyaçların karşılanması gibi bir sorunlar yumağı ile karşı karşıya gelecektir.

İşte bu noktadan itibaren, hükümetlerin yapmayı taahhüt ettikleri bazı girişimler kadar, dünya üzerinde yaşayan tüm insanların da gelecek nesillere sağlıklı bir dünya bırakma sorumluluğunu ortak bir dava anlayışıyla paylaşmaları gerekmektedir.

Daha az hammadde ile daha fazla üretmek ortak kararından hareketle, daha az tüketirken, çevreye de zarar vermemek ilkesi ön plana çıkarak, tüketicilerin de bu ortak davaya katkıda bulunmaları gerektiği ortaya çıkmıştır.

Sonuçta, sürdürülebilir kalkınma modeli, sürdürülebilir tüketim modeline doğru yeni bir dala ayrılmış, tüketicilerin de tüketim taleplerini etkilemeye yönelik ayrı bir kalkınma ve çevre koruma modeli haline gelmiştir.

Ancak sürdürülebilir kalkınma kavramından sürdürülebilir tüketim kavramına geçmeden önce, bilinmesi gereken en önemli konu, dünya üzerindeki kaynakların tüketimi ile kirliliğin kimler tarafından yaratıldığının bilinmesidir.

B- Dünyanın limitlerinde sürdürülen yaşam

Birleşmiş Milletlere bağlı çeşitli kuruluşlar ile tüketici ve çevre örgütleri tarafından yayınlanan istatistikler incelendiğinde, sosyal dengesizliklerle birlikte, küresel kaynakların da hızla tükendiği, buna karşın kirliliğin dünyanın kaldırabileceği limitleri zorlar hale geldiği görülmektedir.

1) Bugün dünyada, 1 milyar insan açlık sınırında yaşamaktadır. 2 milyar insan ise sağlıklı bir içme suyuna sahip değildir. 3.1 milyar insan ise sağlık hizmetlerinden yoksundur.

2) Dünya nüfusunun yüzde 20'sini oluşturan gelişmiş ülkeler, dünyada üretilen alimuntum ve sentetik kimyaşalların yüzde 85'ini, kağıdın yüzde 80'ini, enerjinin yüzde 80'ini, kerestenin yüzde 75'ini, etin, çimentonun ve gübrenin yüzde 65'ini, balık ve buğdayın yüzde 50'sini tüketirlerken, dünyanın temiz su kaynaklarının ise yüzde 40'ını tüketmektedirler. Geliş-

miş ülkeler dünyadaki tehlikeli kimyasal ve nk-leer atıkların tamamından, ozon tabakasında in-celmeye neden olan klor-flor karbon gazlarının ise yüzde 90'ından sorumludurlar.

3) Tkretim eğilimi gelişmekte olan ülkeler-de de bu şekilde devam ettiğinde, her yıl 16 mil-yon hektar verimli tarım toprağının yok olacağı hesap edilmektedir. Tarım topraklarının yok ol-ması ile artan insan nüfusunun beslenmesi olanaksız bir hale gelecektir.

4) Doğu-Batı ayırımının ortadan kalkmasın-dan sonra, bu kez de dünya kaynaklarının kul-lanımı ve evre kirliliği konusunda dünya Kuzey, Güney kavramını tartışmaya başlamıştır. Dünya nüfusunun yüzde 25'inin Kuzey yarıkürede yaşadığı, buna karşın dünyanın tarımsal üretiminin yüzde 75'ini, enerjinin yüzde 70'ini, kağdın ve çeliğin ise yüzde 80'ini kullandığı ifade edilmektedir.

Çevrenin korunması konusunda düzenlenen uluslararası konferenaslarda sürekli olarak gelişmiş, geri kalmış, kuzey, güney ülkeleri ayrımcılığı yoluna gidilmekte, Kuzeyin gelişmiş ülkelerindeki hkmet-lerin daha etkili tedbirler alması istenmektedir. Ancak gelişmiş ülkelerdeki tüketicilerin çevrenin korunması

amacıyla bugüne kadar alışageldikleri konforlarının yüzde ellisinden bile vazgeçilmesi istemek hemen hemen hiç bir politikacının işine gelmemektedir. Geri kalmış veya gelişmekte olan Güney ülkeleri ise bu konuda şu örnekleri vermektedirler.

“Evle iş arasında gelip giden New York’luların bir hafta içinde sarfettikleri enerji, aynı eylemi yapan tüm Afrika kıtasının insanların bir yılda harcadıkları enerjinin bir kaç katıdır.”

“Bir bakıma modern yaşamda çok basit gibi görünen bazı bireysel davranışlar, çevresel etkileri açısından geri kalmış toplumlarda yaşayan insanların çevreye verdikleri kirletme etkisinin bir yıllık toplamının çok çok üzerindedir. Yılda sadece 20-30 bin kilometre araba kullanmak bile, yılda 7 bin kilo, karbondioksitin atmosfere karışmasına neden olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında geri kalmış ülkeler ile gelişmiş ülkeler arasındaki kişi başına çevreyi kirletme oranı geri kalmış ülkelerin kat ve kat lehinedir.”

C - Nüfus ve Çevre

Nüfus artışı beraberinde çevre kirliliğini de getirmektedir. Bugün dünya nüfusunun 5.4 milyar ol-

duğu, her yıl 90 milyon artışla, dünya nüfusunun 2025 yılında 8.5 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Özellikle geri kalmış veya gelişmekte olan ülkelerde görölen nüfus patlaması, beraberinde bir takım ekonomik sıkıntıları da getirmektedir. 1992 yılında Avrupa'nın nüfusu yalnızca 1 milyon artarken, Afrika'nın nüfusu 20 milyon artmıştır.

D - Çöpe giden kaynaklar

Gelişmiş ülkelerde bir yılda kişi başına ortalama olarak 500 kiloluk çöp üretilmektedir. Bir evde yaşayan ortalama dört nüfuslu bir aile bir yılda ortalama olarak 2 ton çöp üretmektedir. Türkiye'de yapılan bir araştırmaya göre, ülkemizde soba cüruf-ları kentsel atıkların önemli bir bölümünü oluştur-maktadır. Ancak yine de çöpe giden atıklar içinde yüzde 9.5 oranında kağıt ve karton, yüzde 2.3 oranında plastik, yüzde 1,6 oranında cam, yüzde 1.7 oranında da metal bulunmaktadır.

Çöp yığınlarında bulunan maddelerin yüzde 50'ye yakın bir kısmı aslında yeniden değerlen-dirilebilecek maddelerden oluşmaktadır. Çöpe at-tığımız bu kaynakların bir bölümü çöplerden atık madde toplayan kişilerce toplanmasına rağmen çok büyük bir bölümü şehir çöplerinde birikmektedir. Ül-kemizde çöpleri ayrıştırarak gömmek gibi tekniklerin

kullanılmaması nedeniyle, şehirler etrafında biriken çöplerin içinde metan gazı patlayarak büyük felaketlere neden olmaktadır. Gelişmiş batı ülkelerinde çöplerin toprağa gömülmesi de soruna çözüm getirmemiştir. Çöple birlikte gömülen gıda artıklarının ve kağıdın, bir kaç yıl içinde ayrışacağı tahmin edilmesine rağmen New York çöplüğünde yapılan bir araştırmada 25-30 yıl önce gömülen gazetelerin halen okunabilecek kadar sağlam olduğu, on, onbeş yıl önce çöplerle birlikte gömülen sosisli sandviçlerin yada lahanaların fosilleşerek, tanımlanabilecek kadar parçalanmamış olduğu görülmüştür.

O halde çözüm, çöpleri yakarak havayı kirletmek, yada gömerek gelecek nesillere miras bırakmak değildir. Çözüm, çöpe giden madde miktarını azaltarak, tekrar kullanarak, dünyanın kaynaklarını korumaktır.

Beyaz kağıdın yeniden kazanılması ile, beyaz kağıt üretiminde kullanılan suyun yüzde 10'u, enerjinin ise yüzde 50'si tüketilmektedir. Bir ton hurda kağıdın yeniden kazanılması ile yaklaşık olarak 17 adet yetişkin ağaç kesilmekten kurtulmaktadır. 15 yaşında yetişkin bir ağacın kesilmesi ile elde edilen kağıt hamurundan ise ancak 700 adet kesekağıdı yapılmaktadır.

Bir cam şişenin yeniden kazanılması ile yapacağımız enerji tasarrufu ile 100 mumluk bir ampül 4 saat yakacak enerji sağlayabiliriz. Alüminyumun ise eritilip yeniden kullanılmasının sınırı yoktur. Bir tek alüminyum meşrubat kutusunun tekrar geriye kazanılması ile elde edeceğimiz enerji tasarrufu evdeki televizyonun üç saat çalışmasına yetecek enerjiyi sağlar

E - Reklamlar aşırı tüketimi ve çevre kirliliğini körüklüyor.

Daha fazla, daha fazla, daha fazla tüketim... Maddeci ve tüketime dayalı bir ekonomi, sonuçta tüketime dayalı bir toplum yaratmaktadır. Ekonomik sistem içinde yer alan birçok işletme büyüyebilmek için daha fazla üretmek ve ürettiklerini satabilmek için daha fazla pazar bulmak, yeni modelleri piyasaya sürmek ve daha fazla reklam yapmak zorundadırlar. Alışverişi canlandırmak yada tüketimi kamçılarlamak amacıyla, bir çok özel gün icad edilerek insanların birbirlerine hediyeler alması sağlanmaktadır.

İnsanları tüketmeye şartlamak, tüketemeyenleri de tüketebilmek için borçlanmaya ikna edecek ödeme biçimleri geliştirmek ve nihayet insanların kullandıkları mal veya markalara göre toplumda sos-

yal statüleri belirlenmektedir. Tüketim toplumu olmanın temel şartını ve hemen her ülkenin yaşadığı bu tabloyu uzmanlar bu şekilde ifade ediyorlar... Sonrası, kullanılmayan modası geçmiş, ancak halen sağlam olan bir çok ürün... Bu ürünlerin kendilerinin veya ambalaj malzemelerinin yarattığı çevre kirliliği.. Sonuçta yine kendi tüketiminin yarattığı çevre kirliliği ile mücadele etmeye çalışan uluslararası konferanslar düzenleyen insanoğlu çevreye, saygılı bir yaşam biçimi bulmak zorundadır.

F - Çevrenin Korunması için tüketiciler ne yapacak?

Tüketim ve bunun sonucu olarak üretimden vazgeçilmesi mümkün olamayacağına göre, hem üretim, hem tüketim, hem de çevre konularının uyum içersinde birlikte ele alınması gerekmektedir. Serbest pazar ekonomilerinde, pazarın en dinamik boyutunu oluşturan tüketici, satın alma tercihleri ile çevreye karşı duyarlı olduğunu, üretici firmalara hissetirebilmekte ve üretim biçimlerini de doğaya saygılı bir şekilde olmak koşulu ile yönlendirebilmektedir.

Ülkemizde ise tüketicilerin yüzde 95.44'ü çevreye saygılı bir alış veriş yapmaya gayret ettiklerini, aynı işlevi görecekle ve çevreye zarar verdiğine inan-

madıkları diğ er bir ürünü yada markayı kolaylıkla satın alabileceklerini ifade etmişlerdir. (TÜRK-İş Araştırması - Aralık 1996)

Hem çevrenin korunması hem de kendi ekonomik çıkarlarımız için aşağıda belirtilen tedbirleri almamız mümkündür.

1. Satın alma sırasında

** Satın almış olduğunuz malın içindeki ürün ve ambalajının her ikisi birden acaba doğaya zarar verebilir mi? Ürünün ambalajının tekrar geriye dönüşümlü olduğundan emin misiniz?*

** Alışverişte doğada yüzlerce yılda kullanılan naylon poşetler yerine, kağıt poşetleri, yada eskiden kullandığımız gibi fileleri tekrar kullanmak mümkündür..*

2. Kullanım Sırasında

* Bugün bir çok ürünün tüketimi reklamlarla kam ılanmaktadır. Bu ürünlerden birisi de deterjanlardır. Özellikle ev hanımlarına yönelik reklam bombardımanı ile, **“daha beyaz, çok daha beyaz”**  amaşır yıkanması için daha fazla deterjan kullanılması teşvik edilmektedir. Deterjanların tamamı sentetik maddeler olup, başta nehir, g ller ve denizler

olmak üzere tüm doğaya zarar vermektedirler.

* Kullanımdan sonra, özellikle kağıt, plastik ve cam gibi ürünleri ayrı bir paket yaparak bunların kirlenmeden kolaylıkla yeniden kazanılmasını sağlayabilirsiniz.

* *Enerji de aslında bir tüketim malzemesidir. Enerjinin de akılcı bir şekilde kullanılması başta da belirttiğimiz gibi hem tüketicinin ekonomisine hem de çevrenin daha az kirlenmesine neden olabilir. Isınma maliyetinin düşürülmesi için, camları çift cam yapmak, ısı kaybını önlemek için ısı yalıtımı yapmak, aydınlatmada mümkün olduğu kadar floresan ampül kullanmak (daha az enerji çekip, daha fazla aydınlatma sağlar) gibi tedbirlerle enerji tasarrufu yapmak mümkündür.*

SONUÇ

Çevre kirliliğinin nasıl önleneceği konusunda önce kendisini yetiştirmek, daha sonra diğer insanları da uyarmaya başlamak çevreye saygılı bir tüketici olmanın ilk adımları sayılıyor. Daha sonra insanlar çevreye zarar verebilecek olaylar karşısında duyarlı bir hale gelerek örgütlenmeye başlıyorlar. Çevrenin daha akılcı bir şekilde korunabilmesi için yalnızca kendi yaşadığı bölgeyi ya da ülkeyi kendi çevresi gibi düşünmeyip, tüm dünyayı kendi çevresi gibi gören bir tüketici hareketinin de yaygınlaşması gerekiyor.

