

TÜKETİCİNİN KORUNMASINDA TÜKETİCİ ÖRGÜTLERİNİN ROLÜ VE ÖNEMİ

Ateş BAYAZIT HAYTA

Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Aile Ekonomisi Eğitimi Bölümü, Ankara.

Özet

Tüketicilerin kendileri ile ilgili alınan kararlarda ve kanun hazırlıklarında etkili bir şekilde temsil edilebilmeleri için aralarında örgütlenmeleri bir zorunluluktur. Tüketiciyi bir güç olarak tanımlamak ve etkin hale getirmek için tek yol örgütlenmedir. Tüketicilerin kendi aralarında kuracakları örgütlere de büyük görevler düşmektedir. Tüketicilerin hak ve yararlarını korumak ve geliştirmek amacı ile bağımsız, özel hukuk tüzel kişiliğine sahip, legal olan tüketiciler tarafından kurulan örgütlerin yanında devletin kurduğu, desteklediği kurum ve kuruluşlarda tüketici örgütleri kapsamındadır. Tüketicinin haklarının korunması ve geliştirilmesinde en etkili yol tüketici örgütlenmesidir.

Anahtar Kelimeler : Tüketici, Tüketicinin Korunması, Tüketici Örgütleri.

THE ROLE OF THE CONSUMER ORGANIZATIONS AND IMPORTANCE IN THE PROTECTION OF THE CONSUMER

Abstract

It is essential for the consumers to organize for effective representation for the decisions made for them and at the preparation of an act. The only way to define a consumer as a power and make them active is to be organized. The organizations that the consumers establish also have important duties. The scope of the organizations to protect and develop the rights and benefits of the consumers consists of not only the organizations established by independent, private corporate juristically identity, legal consumers but also the institutions and foundations that the state has established and supports. The most effective way for the protection and development of consumer rights is to be organized.

Keywords: Consumer, Consumer Protection, Consumer Organization.

Giriş

Ekonomik sistem içinde, teknolojik gelişmelerin örgütlediği sanayici ve işadamları örgütlenmelerine paralel olarak tüketiciler de örgütlenmeye başlamışlardır. Bu örgütlenme hareketlerinin temelleri 1908 yıllarına kadar inmektedir. Birçok ülkede, tüketicinin problemleriyle ilgilenilmesi ve bunlara çare bulunması özellikle kadın dernekleri tarafından ele alınmıştır.

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 getirmektedir. Bu durum yalnızca tüketici için değil, aynı zamanda kaliteli ve dürüst üretim yapan işletmeler için de önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca tüketicinin örgütlenmesinin birçok etkisi vardır. Bunlar şöyle açıklanabilir;

Ürün Bilgisi, Etiketleme, Tüketici Eğitimi ve Bilgilendirmesi Yapmak : Tüketicinin bilmesine normal olarak imkan olmayan mallara ait çeşitli teknik özellikleri tespit etmek amacıyla tüketicilerin birlikte hareket etmeleri zorunlu olmaktadır. Tüketiciyi bilgilendirmek için yapılacak sistemli çalışmaların, tahlillerin, deneylerin ve bunların tüketiciye duyurulması için yapılacak yayın faaliyetlerinin bir tüketici örgütünde ele alınması şarttır. Tüketici örgütlenmek suretiyle, bilgi derleme ve yayma faaliyetinin zorunlu kıldığı masrafları da kolaylıkla temin edebilecektir. Ayrıca ürün bilgisi ve etiketlemeye ilişkin olarak, tüketici ilgileri yasal düzenlemeyi gerektirmektedir. Bunların başlıcaları; reklamlarda dürüstlük, içindekiler ve beslenme etiketi, ürünlerin üretim ve son kullanma tarihi ve birim fiyatıdır.

Kalite Kontrolü Sağlamak : Tüketicie, ilgilendiği malların özellikleri hakkında bilgi verebilmek için muhtelif uygulamalar görülmektedir. Bunların elde edilmesi için de; çeşitli araştırma, deney ve tahlililer gerekmektedir. Bu tür bir çalışmaya işletmelerin de katılması kalitelerini ispat etme açısından önemli olacaktır. Bu uygulamalar tüketiciye iki türlü fayda getirecektir. Bunlardan birincisi; tüketiciye mal ve hizmetlerin araştırma, deney, tahlil sonuçları ve benzeri özelliklerini duyurarak bilinçli alışveriş yapmalarını sağlama; ikincisi ise, malın özelliklerinin incelenerek tüketiciye duyurulacağını bilen işletmenin, mevcut standartlara uygulamaya kendini zorunlu hissetmesidir.

Devlete Etki Etmek : Tüketici hareketlerinin amaçlarından bir tanesi de, devlete çeşitli konularda etkide bulunmaktır. Özellikle devletin kurumlara ve işletmelere yapacakları taleplerde örgütlenmiş tüketicinin sesi daha fazla çıkacaktır. Devletin almış olduğu ekonomik kararlarda, örneğin; fiyat tespitleri, zam oranları v.b. konularda devlete etkileri tek tek bireylerin etkisinden daha fazla olacaktır.

Yaşam Düzeyini Yükseltmek : Tüketicinin örgütlenmesi yalnızca tüketicinin gözle görülür sağlık ve menfaatlerini korumakla kalmaz, aynı zamanda dolaylı olarak da tüketicinin korunmasını gerçekleştirir. Ambalaj ve çeşitli atıklardan ya da çeşitli katkı maddelerinden doğan sorunların çözülmesinde de etkili olacaktır.

Tüketici Hareketlerine İşletmelerin Olumlu Tepkisini Sağlamak : Tüketici hareketlerine işletmelerin tepkisi çoğunlukla olumlu olmaktadır. Bu noktada birçok işletme tüketiciye zarar verici uygulamaları önleyici tedbirler almakta, zaman zaman hatalı ürünlerini değiştirme yoluna gitmektedirler.

Görüldüğü gibi tüketicilerin örgütlenmesi, onun korunmasında olumlu etkilere sahip olmakta, belki de devlet ve işletmelerin yapacakları faaliyetlerden daha da önemli olmaktadır. Bu nedenle de gerek ülkemizde, gerekse diğer ülkelerde tüketicilerin çeşitli biçimlerde örgütlenmelerini görmek mümkündür. Bunların bir kısmı ulusal, bir kısmı ise uluslararası nitelikler göstermektedir (1).

Ülkemizdeki Tüketici Örgütleri

Tüketicuyu korumaya yönelik faaliyetlerde bulunan, tüketiciler tarafından kurulmuş bağımsız tüketici örgütlerinin kuruluşu özellikle gelişmiş ülkelerde çok eski tarihlere dayanmasına rağmen, Türkiye’de bu hareketlerin başlangıç noktasının 1990’lı yıllarda olması bu hareketlerin ülkemiz açısından ne kadar yeni olduğunun göstergesidir. 1990 yılı ve sonrasındaki belirgin hareketlilik örgütlenme modeli itibariyle farklılıklar göstermektedir. Bunları şu şekilde sınıflandırabiliriz:

- Tüketici Dernekleri
- Tüketici Kooperatifleri
- Vakıflar

Tüketici Dernekler

Özellikle 1990’lı yıllarda yaygın olarak kurulan tüketici dernekleri yapısal olarak üç ana grup içinde değerlendirilebilir:

Bağımsız, Gönüllü Çalışan Dernekler : Bu dernekler doğrudan tüketiciler tarafından kurulan derneklerdir. Hiçbir ticari kuruluş, kişi, marka ve politik çevreye bağlı olmadan, yayın organlarına ilan ve reklam almadan, finansman ve çalışmalarını üyelerinin gönüllü katkı ve katılımlarıyla sürdüren, uluslararası normlarda belirlenen nitelikteki bağımsız tüketici örgütleridir.

Kısmen Bağımlı Dernekler : Bağımsız derneklerin dışında kalan dernekler ise, farklı yapılanmalar göstermektedir. Özellikle 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki yasanın çıkmasından sonra sayıları hızla artmıştır. Bunlardan bir kısmı, bazı resmi kurumların olanaklarından da yararlanarak kurulmuşlar ve o resmi kurumun yönlendirmesi ile varlıklarını sürdürmektedirler. Daha farklı bir yapılanma şekli de bazı konfederasyonların destekleri ve sendikal olanaklardan yararlanılarak kurulmuş derneklerdir. Her iki örgütlenme modeli de tek bir merkezden organize edilmesine rağmen merkez-şube şeklinde değil, ayrı ayrı dernekler olarak değişik bölgelerde o yerin ismini alarak kurulmuşlardır.

Ticari Faaliyet İçindeki Dernekler veya Kuruluşlar : Ülkemizde tüketici hareketinin son on yılda gösterdiği gelişmeler kimilerinin “ticari faaliyetlerini” bu alana yöneltmesine neden olmuştur. Logoların önüne veya sonuna “tüketici” ibaresi koyarak piyasaya birçok yayın sürülmüştür. Bunların ortak özelliği, göstermelik bir iki yazıdan sonra ilan veya reklamla sayfalarını doldurup, tüketicileri de malzeme olarak kullanarak ticari çıkar sağlamaktır (2).

Tüketim Kooperatifleri

Tüketicinin korunması amacıyla oluşturulan örgütlenme biçimlerinden biri de tüketim kooperatifleridir. Özellikle dar ve sabit gelirli tüketicilerin temel tüketim mallarına olan ihtiyaçlarını daha uygun koşullarda sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Tüketim kooperatifleri üç ana grupta örgütlenmişlerdir:

İşyeri Kooperatifleri : Bunlar değişik iş yerlerinde veya kamu kuruluşlarında çalışanların oluşturdukları kooperatiflerdir. Bu kooperatiflerin satış yerleri genellikle ilgili kuruluş tarafından bedelsiz sağlanmaktadır. Nakliye, depolama, personel v.b. birçok giderleri işyerince karşılanmaktadır. Bu tip kooperatifler kendilerine sağlanan bu olanaklar nedeniyle ve kar amacı gütmedikleri için fiyatlarda kısmi de olsa bir indirim yapabilmektedirler.

Semt Kooperatifleri : Bu tip tüketim kooperatifleri 70'li yılların sonlarında yaygınlaşmıştır. Ankara, İstanbul ve İzmir gibi büyük kentlerde örgütlenmişlerdir. 1978 yılında Ankara'da Halk-Koop Ankara Birlik, 1979'da İstanbul'da Marmara Birlik ve İzmir'de Ege Tüko-Birlik adıyla üst örgütlenmeler oluşturulmasına rağmen, 1980 yılından itibaren varlıklarını sürdürümemeyerek dağılmışlardır.

Sendikalar Tarafından Organize Edilen Tüketim Kooperatifler : Bu kooperatifler aynı zamanda işyeri kooperatifi olmakla beraber merkezi olarak organize edilmeleri ve sendikalardan finansal destek almaları nedeniyle farklıdır. Tüketim kooperatifleri bütün iyi niyetli çabalara ve gösterilen özverilere rağmen tüketicilerin korunması açısından etkin bir güç olamamışlardır.

Vakıflar

Tüketiciyi koruma alanındaki vakıflar, dernek ve kooperatifler kadar yaygın değildir (3).

Dünya'daki Tüketici Örgütleri

Bağımsızlık ve gönüllülük ilkeleri çerçevesinde kurulan tüketici örgütlerinin ilk kez 20.yüzyılın ilk yarısında Amerika'da ortaya çıktığı görülmüştür. Bu hareket daha sonra Avrupa'ya sıçramış ve giderek dünyanın hemen hemen tüm ülkelerinde filizlenmiştir. Ancak bazı ülkelerde hiçbir tüketici örgütü halen mevcut değildir. Mısır, Suudi Arabistan bu durumdaki ülkelere örnektir.

Ulusal düzeyde örgütlenen tüketiciler daha sonra uluslararası düzeyde de örgütlenmenin gerekli olduğunu görerek bu yönde faaliyete geçmiş ve en üst düzeyde örgütlü olmanın yollarını aramışlardır (4).

Uluslararası Örgütlenmeler

Tüketici hareketinin gelişmesine paralel olarak tüketici örgütlerinin uluslararası düzeyde örgütlenmesi de gelişmiştir. Günümüzde uluslararası düzeyde tüketici örgütlerine baktığımız zaman, tüketicilerin uluslararası platformda temsil edilmesini sağlayan örgütlerin başında Uluslararası Tüketiciler Örgütü'nün (Consumers International) geldiğini görmekteyiz. Bu kuruluşun dışında uluslararası düzeyde kurulmuş olan diğer örgütler ise; Avrupa Tüketici Birlikleri Bürosu (Bureau Europeen des Unions de Consommateurs / BEUC), Balkan Tüketici Koruma Merkezi (Balkan Consumer Protection Center / BCC) ve Avrupa Topluluğu Tüketici kooperatifleri Birliği (European Community of Consumer Cooperatives / EUROCO-OP) şeklinde sıralanabilir.

Uluslararası Tüketiciler Örgütü

Consumers International dünya çapında bir tüketici örgütleri federasyonudur. İki ana amacı vardır. Birincisi; tüketici hareketinin tüm dünyada gelişmesine yardımcı olmak, ikincisi ise uluslararası düzeyde tüketici hakları adına çalışmaktır. Örgüt; bağımsız, kar amacı gütmeyen ve hiçbir siyasi parti ya da özel işletmeden destek almayan bir kuruluştur. Örgütün finansmanı kendisine üye devletlerin yaptığı yardımlar ve hükümetlerin sağladığı fonlardan ve bağışlardan sağlanmaktadır. Örgüte 80 ülkede 200'den fazla kuruluş üyedir.

Avrupa Tüketici Birlikleri Bürosu

1962 yılında Brüksel'de kurulmuştur. 19 Avrupa ülkesinden 25 tüketici örgütünün üye olduğu bir kuruluştur. Avrupa Birliği'ne üye ülkeler dışında Norveç, İzlanda, İsviçre ve Slovenya'da da üye örgütleri vardır. Büronun görevi; Avrupa Birliği'nin politikalarına tüketici lehine etki etmek ve tüketici hakları konusunda Avrupa Birliği mevzuatını tüketici lehine geliştirmektir. Büronun; tüketicileri bilgilendirme, tüketicilere tavsiyelerde bulunma, karşılaştırmalı mamul testleri yapma, eğitim ve öğretim programları oluşturma ve tüketiciler için yayın organı çıkartma gibi hizmetleri yoktur. Büro sadece politik seviyede çalışarak tüketiciyi etkileyen Avrupa Birliği politikalarının gelişiminde etkili olmak için çalışmalar yapmaktadır. Büronun finansmanı; kendisine üye ulusal örgütlerden ve Avrupa Komisyonu tarafından sağlanmaktadır.

Balkan Tüketici Koruma Merkezi

Kar amacı gütmeyen, bağımsız bir sivil toplum örgütü olarak 1995 yılında, Yunanistan Tüketici Koruma Merkezi (KEPKA), Bulgaristan Tüketiciler Federasyonu (FCB), 1991'den beri yeni bir yapısal şekil alan Yugoslav Tüketiciler Derneği (YUCA), Arnavutluk Tüketiciler Derneği (ACA) ve Romen Tüketiciyi Koruma Derneği (APC) tarafından kurulmuştur. Örgüt, Balkan ülkeleri arasında tüketici hareketinin gelişmesine katkıda bulunmak ve Balkan ülkelerindeki tüketici örgütleri arasında sıkı bir işbirliğine gidilmesini ana hedef olarak belirlemiştir. Örgütün finansmanı üye örgütler tarafından sağlanmaktadır.

Avrupa Topluluğu Tüketici Kooperatifleri Birliği

Birlik Avrupa düzeyinde tüketici kooperatiflerinin bir çatı altında toplayan bir organizasyondur. Bu kuruluşun finansmanı üye örgütlerden ve Avrupa Birliğine üye ülkelerin hükümetlerinden sağlanan parasal destekle varlığını sürdürmektedir (5,6).

Ulusal Örgütlenmeler

Ulusal düzeyde tüketici hareketinin örgütlenmesi ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmıştır. Daha sonra sırasıyla Japonya ve Avrupa Birliği ülkelerinde örgütlenmeler devam etmiştir.

Amerika Birleşik Devletleri: ABD'deki tüketici örgütlerini incelediğimiz zaman, tüketici hareketinin gelişmesinde önder olan Tüketiciler Birliği (Consumer Union) ile Amerikan Tüketici Federasyonu (The Consumer Federation of America) iki önemli örgüt olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu örgütlerden *Tüketiciler Birliği* 1936 yılında kurulmuştur. Örgüt, bağımsız ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak faaliyet göstermektedir. Birliğin verdiği hizmetler arasında; araştırmalar yapmak, tüketicilerin eğitilmesi, kalite kontrolü, tüketici güvenliği gibi konularda seminer çalışmaları yapmak, eğitici film ve TV programları hazırlamak yer almaktadır.

Örgütün finansman kaynakları ise; üyelerden sağlanan bağışlar, üye aidatları ve birliğin yayın organı olan "consumers reports" adlı derginin satışından sağlanan gelirdir. Örgüt hiçbir şekilde devletten veya özel işletmelerden bağış ve yardım almamaktadır.

Amerika Tüketici Federasyonu ise; Tüketiciler Birliği (CU)'nin başını çektiği Amerika'daki diğer tüketici örgütlerini de içine alan bir kuruluş olarak 1967 yılında kurulmuştur ve bağımsız bir sivil toplum örgütüdür. Örgüt, tüketici sorunlarını araştırma, tüketicilere satılan mallar konusunda bilgi verme faaliyetlerini yürütmektedir. Diğer yandan tüketicinin korunması konusundaki mevzuatın tüketici lehine geliştirilmesi ve tüketici adına dava açma gibi hukuki sorunlara ağırlık vermektedir. Örgütün finansman kaynakları üye aidatları ve bağışlardır.

Bu iki örgütün yanı sıra, Amerika Birleşik Devletleri'nde; *Amerika Milli Standartlar Enstitüsü Tüketici Konseyi* ve *Amerikan Tüketici Araştırmaları Örgütü* gibi kuruluşlar da tüketicinin korunmasına yönelik çalışmalar yapmaktadır (7).

Japonya: Japonya'da 1968 yılında 78 sayılı kanun ile tüketiciyi koruma esasları düzenlenmiştir. Devlet bu kanun ile tüketiciyi aydınlatma çalışması ve eğitim promosyonunu yürüterek tüketicilerin fikirlerini devlet politikasına yansıtılabilecek sistemi düzenlemiş, test ve muayene için laboratuvarların kurulması, test sonuçlarının açıklanması ve şikayet giderme sisteminin düzenlenmesi gibi konuları tüketicilere garanti etmiştir.

Ülke çapında "*Tüketici Danışma Büroları*" kurularak şikayetlerin çözümü ile ilgili danışmanlık hizmetleri verilmektedir. Ayrıca bu şikayetler, Dış Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'na bağlı bir organ olan Dış Ticaret ve Sanayi Laboratuvarı'nda incelenerek çözüm için yardımcı olunmaktadır.

Japonya'da haksız rekabet, tekelcilik, aşırı hediye ile satış yapanları ve yanıltıcı etiket koyanları denetleyen bir dürüst ticaret komitesi bulunmaktadır.

1990 verilerine göre, 48 tanesi Tokyo'da olmak üzere ülke genelinde toplam olarak 382 tane tüketiciyi koruma örgütü vardır. Bu örgüt arasında; *Japon Ev Kadınları Birliği* ve *Japon Otomobil Tüketicileri Birliği* vb. bulunmaktadır (8).

Avrupa Birliği Ülkeleri: Tüketiciler konusunda Avrupa Birliği'nin ortak politika oluşturmasının dönem noktası 19-21 Ekim 1972 tarihinde yapılan Paris zirvesidir. Zirvede alınan kararlara dayanarak AB Bakanlar Konseyi 1975 Nisan ayında tüketicinin beş temel hakkı garanti altına alınmıştır. Bunlar, tüketicinin sağlık ve güvenlik

risklerine karşı korunması, tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması, tüketicilerin yasal hakları ve durumunun güçlendirilip geliştirilmesi, tüketici eğitimi ve bilgilendirilmesi, tüketicilerin menfaatlerinin etkileyen kararların alınmasında tüketicilere danışma ve temsil hizmetleridir.

Batı Almanya: Batı Almanya'da devlet teşkilatlarının yanı sıra tüketicilerin kurmuş oldukları dernekler görev yapmaktadır. Bunlardan *Tüketici Konseyi*, Ekonomik İşler Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösterir. Konseyde tüketici teşkilatları ve ilgili kuruluşlar temsil edilmektedir. Federal Besin ve Tarım – Orman Bakanlığı'na bağlı bulunan *Tüketici Komitesinin* görevi ise, tüketici ile ilgili mevzuatın çıkarılması ve uygulanmasıdır.

Bunların yanı sıra nükleer çöplerin kaldırılmasına, kapıdan satışlarda cayma hakkına, tüketici kredilerine, kiracıların haklarına, ambalajların geri dönüşümü ve en önemlisi genel işlem şartlarına ilişkin bir dizi düzenleme bulunmaktadır. Böylelikle tüketiciler için etkili koruma her alanda sağlanmış olmaktadır.

Fransa: 1960 yılında kurulmuş olan ve bir devlet teşkilatı olan *Fransa Tüketiciler Milli Komitesi'nin* yanısıra tüketiciler tarafından 1951 yılında kurulan *Fransa Tüketiciler Federal Birliği* tüketicilerin sorunlarının çözülmesine yardımcı olmaktadır. Fransa televizyonunun iki kanalında haftada altı dakikalık tüketici programı yapılmaktadır. Bölgesel tüketici birlikleri haftada 1,5 saatlik program için yerel şebekelerde yayın olanaklarına sahiptirler. Tüketici liderleri yetiştirme teşkilatı okullarda eğitim işlerine yardım etmektedir (9).

İngiltere: İngiltere'de *Ticaret ve Sanayi Bakanlığı, Fiyatlar ve Tüketicinin Korunması Bakanlığı ve İngiltere Tüketiciler Birliği (CA)* devlet tarafından kurulan tüketici organizasyonlarıdır. Ayrıca, *İngiliz standartlar Enstitüsü ve Tüketici İşleri Bölümü* standart kuruluşların tüketici konusundaki çalışmaları arasında yer almaktadır.

İngiltere'de güvenlik konusunda, televizyonda filmler gösterilmekte, tüketiciyi koruyucu yayınlar yapılmakta ve bu yayınlar halk kütüphaneleri aracılığıyla herkese dağıtılmaktadır (10).

Sonuç ve Öneriler

Tüketiciyi koruyan en etkili kuruluşlar tüketiciler tarafından kurulanlardır. Ancak kurulacak böyle bir örgütün alt yapısı, araştırma ve deney için gerekli laboratuvar, yayın organı vb, masrafların finansmanı yönünden destek sağlanmalıdır. Tüketici birliklerinin kurulması, üretici ile tüketici arasındaki mesafeyi de kısaltarak kendi kendine hizmet etme alanında tüketiciye fırsat verebilecek ve hakkının korunmasında söz sahibi olmasını sağlayacaktır. Tüketicinin teşkilatlanması kadar, tüketiciye mal üreten üreticinin de örgütlenmesi ön planda ele alınmalıdır. Çağdaş anlamda tüketicilerin korunmasını geliştiren önemli unsurlardan birisi de üretici birlikleri ile tüketici birliklerinin koordineli olarak, hem üreticinin hem de tüketicinin yararlarını karşılıklı koruyabilecek güven esasına dayanan, sağlıklı ve düzenli ilişkiler içinde bulunmalarıdır.

Kaynaklar

1. NAZİK , H . (2001) . *Globalleşme ve Tüketicinin Korunması*. Küreselleşme Tüketici Yönüyle İşletmelerin Sorumluluğu. TSE Yayını.
2. ÖZCAN , Ş . (1996) . Tüketicinin Korunması . *Standart ve Ekonomik Teknik Dergisi*. 35 (414), 126-130.
3. ÖZCAN, H . (2002) . *Türkiye’de Tüketicinin Korunması, Sorunlar ve Perspektifler*. TE-SAR Yayınları. Ankara.
4. AKİPEK , Ş . (2001) . Türkiye’de Tüketicinin Korunmasının Yasal Boyutu ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergisi*. 31 (471),24-31.
5. AKMAN, A . (1999) . *Tüketicinin Örgütlenmesi, Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. I. Tüketici Konseyi. Ankara.
6. YENER , M . (1992) . Tüketim Açısından Ailede Kadının Rolü ve Tüketici Eğitimi. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergisi*. 14 (431), 67-71.
7. ÖZTÜRK, T . (1998) . *Tüketicinin Korunması Nedir?*. Tüyap Yayınları. İstanbul.
8. ŞAHİN, M . (1999) . Tüketicinin Korunmasına Genel Bir Bakış. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergisi*.42(135), 14-19.
9. MURRAY, J . (2000) . *Consumer Protection in The European Union*. II. Uluslararası Tüketici Konferansı. England.
10. ŞAHİN , A . (1997) . Türkiye’de Tüketicinin Korunması Konusunun Gelişimi. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergisi*. 36 (431), 95-98.