

TURİZMDE TÜKETİCİ KORUNMASI

AT'DE VE TÜRKİYE'DE DURUM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

A. Nilgün ALİEFENDİOĞLU

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 10 Haziran 1991

Tezin Savunulduğu Tarih : 4 Temmuz 1991

Tez Danışmanı : Y.Doç.Dr. Lerzan ÖZKALE

Diğer Jüri Üyeleri : Prof.Dr. Devrim ULUCAN

Doç.Dr. Selime SEZGİN

ÖNSÖZ

Turizme olan ilgimi yönlendiren değerli Hocam Y. Doç. Dr. Lerzan Özkale'ye, kaynaklarından yararlanmamı sağlayan Güher Yakar ve Meral Tamer'e ve tezin yazılmasında yardımcı olan arkadaşlarıma teşekkür ederim.

A. Nilgün Aliefendioğlu



İÇİNDEKİLER

ÖZET	VII
SUMMARY	VIII
BÖLÜM 1. GİRİŞ	1
BÖLÜM 2. AT'DE VE TÜRKİYE'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASI	2
2.1. AT'de Tüketicinin Korunması	2
2.1.1. Genel Kavramlar	2
2.1.2. Tarihçe	3
2.1.3. Avrupa Topluluğu'nda Tüketicinin Korunması	4
2.1.4. AT'de Tüketicinin Korunmasında Dönemler	4
2.1.4.1. Roma Anlaşması (1957-75) Dönemi	5
2.1.4.2 Tüketicinin Korunması I. Programı (1975-1980)	6
2.1.4.3. Tüketicinin Korunması II. Programı (1981-1986)	6
2.1.4.4. Tüketicinin Korunması III. Programı (1986-1990)	8
2.1.4.5. Değerlendirme	8
2.1.5. Tüketicinin Beş Hakkı	9
2.1.6. Tüketicii Koruma Yöntemleri	11
2.1.6.1. Önleyici Koruma	11
2.1.6.2. Telafi Edici Koruma	14
2.1.7. AT'de Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Organlar	19
2.1.8. Tüketici Örgütleri	20
2.2. Türkiye'de Tüketicinin Korunması	22
2.2.1. Tarihçe	22
2.2.2. Yasal Düzenlemeler	25

2.2.3.	Türkiye'de Tüketicinin Korunması ile ilgili Kurumlar	29
2.2.4.	Türkiye'nin AT'ye uyumu	37
BÖLÜM 3.	AT'NİN TURİZMDE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA YAKLAŞIMI	40
3.1.	AT'de Turizm	40
3.1.1.	Rakamlarla AT'de Turizm	40
3.1.2.	AT'nin Turizm Politikası	45
3.1.3.	AT Turizminin 1990'lı yıllarda gelişimi	47
3.2.	Turizmde Tüketicinin Korunması	48
3.2.1.	"Turizmde Tüketicinin Korunması "Sahasını Belirlemedeki Güçlük	48
3.2.2.	Turizmde Tüketici Korumasının İçeriği	49
3.2.3.	Turizmde Tüketicinin Korunmasının Tarihsel Gelişimi	50
3.2.4.	Turizmde Tüketicinin Korunmasında Yapılabilecek Çalışmalar	51
3.3.	Turizmde Bazı Tanımlar	51
3.4.	Turistin Hakları	54
3.4.1.	Turistin Sağlığının Korunması Hakkı	54
3.4.2.	Turistin Güvenliğinin Korunması Hakkı	57
3.4.3.	Turistin Ekonomik Çıkarlarının Korunması Hakkı	60
3.4.4.	Turistin Zararının Tazmin Edilmesi Hakkı	61
3.4.5.	Turistin Bilgilendirilme ve Eğitim Hakkı	62
3.4.6.	Turistin Temsil Edilme Hakkı	64
3.5.	Turistin Karşılaşabileceği Riskler ve Sorumlulukların Dağılımı	65
3.5.1.	Seyahat Riskleri	65
3.5.2.	Turist Risk Ölçümü	66
3.5.3.	Risklerden Doğan Zararların Karşılanması Maliyeti	67
3.5.4.	Sigortanın Rolü	68

3.6.	Turist Tüketicinin Şikayetleri	69
3.6.1.	Turistin Şikayetleri	70
3.6.1.1.	Sözleşme Öncesi Sorunlar	70
3.6.1.2.	Sözleşmeye Bağlı Sorunlar	72
3.6.1.3.	Sözleşme Sonrası Sorunlar	78
3.6.2.	Sosyal Sorunlar	79
3.6.2.1.	Özürlü Turistlerin Sorunları	79
3.6.2.2.	Otel Yangınları	79
3.6.2.3.	Çevre Kirliliği	80
3.7.	Tüketici Şikayetlerinin Turizm Sektörüne Yararları	80
3.8.	Turizm Endüstrisinde Mevzuata Olan İhtiyaç	81
3.9.	AT'nin Turistin Korunmasına Yaklaşımı	84
3.10.	AT Ülkelerinde Turizmde Tüketicinin Korunması Hakkında Uygulamalar	88
3.10.1.	Almanya	89
3.10.2.	Belçika	90
3.10.3.	Danimarka	92
3.10.4.	Fransa	92
3.10.5.	Hollanda	93
3.10.6.	İngiltere	94
3.10.7.	İrlanda	96
3.10.8.	İspanya	96
3.10.9.	İtalya	97
3.10.10.	Lüksemburg	98
3.10.11.	Portekiz	98
3.10.12.	Yunanistan	99
3.10.13.	AT Üyesi Olmayan Bazı Ülkeler	99

3.11.	Turizm ile ilgili AT Bünyesindeki ve Uluslararası �rg�tler	100
BÖLÜM 4.	TÜRKİYE'DE TURİZMDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI İLE İLGİLİ YAKLAŞIMLAR	102
4.1.	Türkiye'de Turizm	102
4.1.1.	Türkiye'de Turizmin 1980'lerde Geçirdiği Dönemler	102
4.1.2.	Rakamlarla Türkiye'de Turizm	104
4.1.3.	6. Beğ Yıllık Kalkınma Planında Turizm	107
4.2.	Türkiye ve AT Turizm İlişkileri	108
4.3.	Türkiye'de Turizmde Tüketicinin Korunması	111
4.3.1.	Turistin Sağlık ve Güvenliğinin Korunması Hakkı	111
4.3.2.	Turistin Ekonomik �ıkarlarının Korunması Hakkı	115
4.3.3.	Turistin Zararının Tazmin Edilmesi Hakkı	129
4.3.4.	Turistin Bilgilendirilme ve EĞitim Hakkı	133
4.3.5.	Turistin Temsil Edilme Hakkı	134
4.3.6.	Diğer Mevzuat ve �alıŐmalar	134
4.4.	Türkiye'nin Turizm Konusundaki Şikayetlerle İlgili Yaşadığı �rnek	135
BÖLÜM 5.	SONUÇ VE ÖNERİLER	137
	KAYNAKLAR	139
	EKLER	147
	ÖZGEÇMİŞ	177

ÖZET

Beş tüketici hakkının 1962 yılında tanımlanmasından sonra bu haklar tüketici korunmasının temelini oluşturmıştır. Bunlar tüketicinin sağlık ve güvenliğinin, ekonomik çıkarlarının, tazmin hakkının, bilgilendirme ve eğitiminin ve temsil edilmesinin sağlanmasıdır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde tüketicinin beş hakkı, AT ülkeleri ve Türkiye'deki uygulamaları incelenecektir. İkinci bölümde ise tüketici korunmasının turizm alanındaki yöntemleri, önleyici ve telafi edici olarak ve turistin karşılaşabileceği riskler göz önünde tutularak ele alınacaktır. Bu konudaki çalışmalar Avrupa'da çok yeni, Türkiye'de ise ancak başlama aşamasındadır. Amaç, mevzuat ve koruma yöntemlerinin incelenmesi olup Türkiye'de yapılabilecek çalışmalara uygulama örnekleri sunabilmektir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Türkiye'de turizm ile mevcut mevzuatın tüketicinin korunmasını ilgilendirenleri incelenmiştir.

Sonuç ve öneriler kısmında ise Türkiye'de turizmde tüketicinin korunması konusunda getirilebilecek öneriler belirtilmiştir.

SUMMARY

THE PROTECTION OF THE CONSUMER IN TOURISM THE SITUATION IN TURKEY AND IN THE EUROPEAN COMMUNITY

The "consumer" is defined as being the person who buys products and services with the purpose of personal or family consumption.

The perfect competition presupposes that by effective free market, consumers will end up with finding satisfactory goods and services in the market. The perfect competition, in its theoretical definition is not very likely to exist and consumers need to be protected against all unfair practices resulting from either the promotional activities of firms such as misleading advertising and one-sided conditions of contracts or the failure to follow established standards in the production of goods and services.

The concept of consumer protection started first in the United States in the 1960's and spread quickly through European countries. In the European Community established with the Treaty of Rome, three main programs for consumer protection have been devised between 1975 and 1990. They were based on five consumer rights defined by the first program :

- The right for health and safety protection
- The right for economic protection
- The right to be compensated
- The right to be informed and educated
- The right to be represented

These rights protect the consumer through information and education against unhealthy and unsafe food and products, unfair conditions of the contracts, misleading publicity and offer them legal and para-legal means of asking for compensation personally or as representatives of a group of consumers.

The consumer protection may be preventive and curative. The aim is to have more preventive protection through law and standards and to keep them up-to-date and permanent. Curative protection offers consumers possibilities of going to court, which are usually expensive and time consuming or to bodies such as Complaints and Conciliation Boards and small claims courts where formalities are cheaper and easier.

In the EC, CCC - Consumer Consultative Committee - deals with the problems of the consumers and holds four main European associations in its body : BEUC, COFACE, CES and EUROCOOP.

Consumer associations provide their members with all the necessary information about the market, they protect them in courts and show guidance for problems or serve as arbitration bodies. In the EC, the fact that 3.4 % of the population was a member of a consumer association in 1985, shows that awareness about these associations is not very spread. Still, consumerism is gaining importance especially in search of a quality/price relation.

In Turkey, consumer protection existed under different laws starting from the Seldjoukide period on. Since the beginnings of the Republic, a large number of regulations have been created and the concept has gained a constitutional basis in 1982. Different bodies such as Turkish Standards Institution, Chambers of Commerce, Consumer Associations, Municipalities, public institutions and mass media provide information and protection to consumers. However, none of the existing laws and regulations and institutions bring the level of protection of Turkish consumers to that of Europeans'.

Since Turkey has asked for the membership to the EC, she tries to create similar standards for its goods and services to provide economic, legal, political, social and cultural harmonisation with the EC.

Tourism is an important developing sector. In the EC more than half of the citizens go on holidays at least once a year and one thirds of them use organised tours to go to non-member countries. This shows the importance of travel agents and tour operators for the outgoing tourism of Europe and thus the incoming for Turkey.

To establish a tourism policy of the EC, the Commission determined six action areas in 1986 :

- a. To facilitate and promote tourism in the EC
- b. To create a better seasonal and regional distribution of tourism
- c. To provide a better information and protection for tourists
- d. To provide better working conditions for the tourism sector.
- e. To be aware of the existing problems in the tourism sector
- f. To provide a better use of the Community Structural Funds for tourism

In the 1990's, the Community will try to strengthen the horizontal approach of the EC and member state policies on tourism by increasing the available information for the sector, by establishing cooperation between member states and by creating a differentiation for touristic season and a better protection for tourists as consumers. The EC will also try to differentiate tourism activities, to spread the European know-how to Central and East European countries and to promote European tourism in the third countries.

The protection of the tourist as a consumer is a difficult subject to define because it deals with subjective concepts and there are few laws involved directly with tourist protection. It deals with accommodation and catering units, travel agencies, guides, transporters, border formalities, tourism police, insurance, compensation funds, complains of tourists, facilities for the disabled...

A package tour puts together services of transport, accommodation and other non ancillary services to these first two. A package tour involves a tourist, a tour operator and a travel agency.

The five rights of consumers exist also for tourists :

- a. Health protection deals with environment protection, diseases, health insurance, legal procedures and available accessibility of health services.

The protection of safety involves ID cards, means of transport, safety precautions against fire in public buildings and accommodation establishments.

- b. The economic rights of tourists are protected in case of the economic failure of tour operators or travel agencies and against losses, injury, unsatisfaction resulting from the services and the non-functioning of the contract caused by the consumer.
- c. The consumer may be compensated by the Tourism Funds existing in some countries.
- d. The tourist has the right to be informed adequately and factfully about prices, accommodation and services provided by the travel agents.
- e. The right for representation is usually handled by consumer associations of different countries.

The tourist may encounter risks due to "force majeure" reasons or to the fault of travel agents. The risks may be objective and qualitative or subjective and quantitative. The tourists may seek redress through judicial means, arbitration or compensation boards. With the exception of subjective risks, all risks are insurable.

The complaints of the tourist as a consumer have gained importance in the last years due to the increasing consumerism and of unexperienced travel agents in the market. The complaints are usually based on pre-contractual, contractual and post-contractual problems. The pre-contractual problems concern prices, quality of services, accommodation description, length of sojourn and reservation conditions. Contractual problems are the increase of price, changes in services promised for, lack of services advertised for, cancellation conditions, unfair insurance conditions, commercial

failure of tour operators, insufficient transportation, overbooking with the airlines, and unsatisfactory hotel services. Post-contractual problems arise from the difficulty in determining to whom the fault belongs and where to address the complaint. There are also social problems concerning disabled tourists, hotel fires and environment.

Tourists' complaints are useful for the touristic establishments and they create initiatives for managers to educate their work force, to diminish future complaints, to create an idea of quality and of responsibility and to provide goods and services expected by consumers.

Laws and regulations are needed to provide consumer protection in tourism. In the EC, the protection of tourists started in 1982 and ended up with Directives of "the Standardised Information in Existing Hotels", "the Safety in Hotels" and "Package Travel, Package Holidays and Package Tours". The action plan prepared in 1991 has among its aims, the concept of protection of tourists and assistance for disabled travellers.

In Turkey, tourism has gone through different stages and it has reached more than 5.3 million tourists and a tourism revenue of 3.300 million dollars in 1990. 50.7 % of tourists coming to Turkey are from EC countries; thus Turkey needs to follow all new trends on tourism in the EC.

About the protection of tourists, Turkish Standards Institute started in 1989 to devise service standards. Two of them which concern general regulations about accommodation establishments and restaurants are vital for tourism. Some standards about coffee houses, Turkish baths, public WC, discoteques, bars establish general rules and others such as fire protection in public places concern directly the safety of consumers or tourists. Municipalities, insurance and transport companies take part directly or indirectly in the protection of tourists.

The main laws and regulations on this subject are introduced by the Ministry of Tourism. Turkey has a number of laws limiting the unfair behavior of touristic establishments, travel agents, hotels, airline companies towards the tourists but the problems lay in the enforcement of these laws.

In order to provide information for tourists it is possible to determine some minimum standards mainly for the information concerning price, hotel descriptions, insurance and cancellation conditions explained in the brochures. All pre-contractual written information may be considered as a contract.

In order to protect his economic rights, increases in prices of package tours may be regulated in such a way that any increases up to a certain percentage and after a determined time before the departure date, would not be reflected to the consumers.

In countries like Turkey where tourism is at its expansion point with a sufficient number of bed capacity, a Tourism Council may be founded by the representatives of the sector and of the Ministry of Tourism. Thus all touristic activities as well as their human dimensions may be improved.



BÖLÜM 1. GİRİŞ

Turizm ülke ekonomilerinde giderek daha önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'de başlangıçta ekonomik açıdan döviz girdisi ve ödemeler dengesine olumlu katkıları nedeniyle ilgi duyulan turizm, 1980'li yıllarda geçirdiği mevzuat hazırlama ve yatak kapasitesinin arttırılması aşamalarından sonra günümüzde insan unsuruna önem veren, kaliteli ve çeşitlendirilmiş hizmetlerin sunulmasını gerektiren bir sektör haline gelmiştir.

Tüketicinin korunması Avrupa ülkelerinden sonra Türkiye'de de yayılmaya başlamış ve tüketici aldığı mal ve hizmetlerin kalitesinin yaptığı ödemelere uygunluğunu aramaya başlamıştır. Hizmetler konusunda asgari standartların saptanması zordur; özellikle turizm gibi ürünün stoklanamaz olduğu bir alanda hizmetin ölçütlerini belirlemek ve tüketicinin tam memnuniyetini sağlamak her zaman mümkün değildir. Avrupa'da turizmde tüketici koruması çalışmaları son on yıl içinde başlamıştır.

Türkiye'ye gelen turistlerin % 50.7'si AT ülkelerinden gelmektedir. Üye ülkelerin turistleri Topluluk içinde hazırlanmakta olan asgari ölçütleri tanımakta ve hizmetlerde bu koşulları talep etmektedir. Turizm pazarında söz sahibi olabilmek için Türkiye'nin turistik standart ve kalite kriterlerinde uluslararası belirlemeleri takip etmesi ve hizmetlerini bu ölçülere uydurabilmesi zorunluluk haline gelmektedir. Bu nedenle çalışma, özellikle yurt dışından Türkiye'ye gelen turistlere ve kapsadığı oranın önemi açısından AT ülkelerine yöneltilmiştir. Turizm AT'de ekonomik etkinlik, ödemeler dengesi veya istihdam gibi unsurlarından çok Türkiye için oluşturduğu potansiyel turist pazarı açısından incelenmiştir. Amaç öncelikle Türkiye'deki planlamalara örnek oluşturması açısından, AT'deki turizm çalışma ve uygulamalarını ele almak daha sonra Türkiye'deki mevzuat ve uygulama oranını ve Türkiye'nin üyeliğini hedeflediği AT'ye uyumunu sağlamak için yapılabilecekleri saptamaktır.

Topluluk üyesi ülke turistlerinin AT dışı ülkelere olan seyahatlerinde genellikle önceden düzenlenmiş turlara yönelmeleri ve hizmetleri seyahat acentaları kanalıyla kullanmaları nedeniyle bu çalışma Türkiye'ye şahsi olarak gelen turistten çok seyahat acentaları vasıtasıyla gelenleri incelemiştir. Seyahat acentaları, konaklama, taşıma gibi hizmet veren birimlerle tüketici turistler arasında bir aracı olarak kabul edilmiştir.

Özellikle teorik bilgi toplama yöntemiyle hazırlanan bu çalışma önce tüketicinin korunması kavramını, daha sonra bu hakların turizme yansımaları ve son olarak Türkiye'deki mevcut ve olabilecek uygulamaları inceleyecektir.

BÖLÜM 2. AT'DE VE TÜRKİYE'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASI

2.1. AT'de Tüketicinin Korunması

2.1.1. Genel Kavramlar

Avrupa Topluluğu serbest rekabete dayalı pazar ekonomisi uygulayan oniki ülke ve 320 milyon "Avrupalı Tüketici"den oluşur. Pazar ekonomisi sistemi temelde tüketicinin çıkarları ile endüstri ve ticaretin çıkarları arasında bir denge bulunduğunu varsayar. Adam Smith'den Keynes'e kadar geliştirilen "ekonomi kavramlarının hiç birinde mikro düzeyde tüketiciyi korumanın gerekliliğine ilişkin bir görüş bulunmamaktadır... Rekabetin sağlanması halinde bunun kendiliğinden geleceğine inanılmıştır" (Kılıç (1984), 6).

Yirminci yüzyılın özellikle ikinci yarısında gelişen modern pazarlama teknikleri, tüketicinin piyasaya sunulan tüm mal ve fiatlardan haberdar olamaması ve kararlarını akılcı temelden çok psikolojik unsurlara bağlaması sonucu, tüketici, bazı durumlarda, satın aldığı mal ve hizmetlerden beklediği faydayı elde edememektedir.

"Tüketici", tüketim ve kullanım amacı ile mal ve hizmetleri "esas olarak tekrar satışa arz etmemek üzere satın alan özel ve tüzel kişidir. (Demirtaş (1989), 2). AT'de, 14.Nisan.1975 Tüketicinin Korunması I. Programında "tüketici" artık "yalnızca şahsı, ailesi veya toplu kullanım amacıyla mal ve hizmet alan veya kullanan kişi değil, sosyal hayatının kendisini dolaylı veya dolaysız olarak etkileyecek değişik yönerilerle de yakından ilgili bir kişi olarak" görülmektedir (Com CE (1985), 12).

Tüketicinin üretici ve satıcılar karşısında nisbi olarak zayıf durumda bulunduğu düşünüldüğünden zaman içinde "Tüketicinin Korunması" kavramı geliştirilmiştir. En yaygın olarak kabul edilen "Tüketicinin Korunması" tanımı, "tüketici haklarına zarar veren uygulamalara karşı işletmelerin ve bağımsız örgütlerin giderek genişleyen faaliyetleri dizisidir" (Mucuk (1990), 4). Bu faaliyetler, tüketicinin ekonomik haklarını, sağlık ve güvenliğini korumak, şikayetlerini çözümlmek ve önerilerde bulunmak, tüketiciyi eğitmek, aydınlatmak ve dinlemek amacıyla (Kılıç (1984), 26) kamu otoriteleri ve meslek kuruluşlarınca düzenlenen idari, teknik, hukuki ve iktisadi tedbirlerin toplamıdır (TGHDAK (1988),1).Bu tedbirleri harekete geçirecek unsur, tüketicilerin belli bir eğitim seviyesine ulaştırılmalarıdır; amaç, sorumlu bir tüketici

kişiliği oluşturmaktır. Böylece, sorumlu tüketici, piyasaya sunulan mal ve hizmetler içinden kendisine en fazla yarar sağlayana segecek, bunlardan memnun olmaması halinde şikayetleri ile firmaları uyaracak, dolayısıyla üretici ve satıcılar sundukları malın kalitesine dikkat etmek zorunda kalacak ve serbest rekabetteki "düzenleyici güç" oluşacaktır (Mucuk (1990), 4). Buna karşılık, serbest rekabetin oluşacağı ideal piyasa koşulları uygulamada sağlanamadığından tüketicinin diğer yöntemlerle korunması gerekmektedir.

2.1.2. Tarihçe

Tüketicinin korunması kavramı tarih içinde M.Ö. 18. yüzyılda Babil tüketicilerini koruyan Hammurabi Kanunlarına, eski Yunan ve Roma dönemine ve 1215'de İngiltere'de Magna Carta'ya kadar uzatılabilir.

Tüketicinin korunması hareketinin kaynağı kabul edilen ABD'de ilk faaliyet rekabeti sağlayarak tüketiciyi koruyan 1890 Sherman Antitröst Yasası'dır, daha sonra 1912'de "Better Business Bureaux" çalışmalarına başlamıştır. Konuyla ilgili ilk örgütlü hareket ise 1928'de ABD Tüketiciler Birliği'nin kurulmasıdır.

Avrupa'da en eski kuruluşlar Belçika'da 1923, Danimarka'da 1935 (Danimarka Ev Ekonomileri Konseyi) ve 1947 (Forbrugerraadet - Avrupa'nın ilk tüketici örgütü olarak kabul edilir), Fransa'da 1951 (L'Union Federale des Consommateurs), Almanya'da 1953 (A.G.V. - Arbeitsgemeinschaft des Verbraucher), Norveç'de 1953, İngiltere'de 1957 (Consumers' Association) yıllarında kurulmuştur.

Tüketici hareketi veya akımının dönüm noktası 15.Mart.1962'de John F. Kennedy'nin ABD Kongresi'ne sunduğu "Tüketicinin Yararını Korumak için Programların Güçlendirilmesi" adlı başkanlık mesajıdır. Bu mesajda tüketicinin devletçe korunması gerektiği belirtilerek ilk kez tüketicinin dört temel hakkı tanımlanmıştır: güvenlik, bilgi edinme, seçme, temsil edilme ve sesini duyurma. Hareket daha sonra Batı Avrupa'ya (öncelikle İskandinav ülkeleri, İngiltere, Fransa, Almanya) ve hemen sonra Japonya, Avusturalya ve Kanada'ya yayılmıştır.

Tüketici korunmasının 1960'larda devlet yönünden önemli bir farkı, daha önceki tedbirlerin serbest rekabeti geliştirmeye yönelik olmasına karşın bu tarihten sonra çoğunlukla tüketicileri aldatıcı davranışlar ve uygulamalara karşı yasal tedbirler alınmasına yönelik olmasıdır (Mucuk (1990), 18).

2.1.3. Avrupa Topluluğu'nda Tüketicinin Korunması

1957'de Roma Anlaşması ile AT kurulurken tüketicinin korunması konusunda bir politika o yıllarda diğerleri kadar gerekli görülmediğinden hedefler arasında yer almadı. Bununla birlikte, Roma Anlaşması ile yaratılan geniş iç pazar, gümrük birliği ile tüketicinin seçeneklerinin çoğalması ve serbest rekabet ortamı tüketicinin dolaylı olarak korunmasına yardımcı oldu çünkü "gerçek bir rekabet, mal ve hizmetlerin yapay olarak arttırılan fiyatlarına karşı en etkin yöntemlerden birini oluşturuyordu" (Com CE (1985), 6-7).

Daha sonra AT ülkeleri, tek tek ve birbirinden farklı olan tüketicinin korunması çalışmalarını birbirlerine yaklaştırmak üzere çalışmalara ve yeni yasalarla idari ve kurumsal düzenlemeler yapmaya başladı.

Nisan 1962'de kurulan "AT Tüketicileri Sözleşme Komitesi" (Comité de Contrat des Consommateurs de la CE) 1972'de dağıldı. Bu Komite, Nisan 1968'de "Tüketicilerle İlgili Sorunlar için Uzmanlaşmış Bölüm" (Service Spécialisé pour les Questions des Consommateurs) adlı yeni bir yönetim birimi kurmuştu. Ekim 1972'de Paris Konferansı'nda AT'ye "beşeri boyut" katıldı ve yeni hedefler olarak ilk defa bölgesel ve sosyal politika, çevre ve tüketici korunması konuları eklendi. Paris Konferansı'nın Çevre ve Tüketicileri Koruma Müdürlükleri'nin kurulması hakkında dilekleri gerçekleşerek, 26.Eylül.1973'de Tüketiciler Danışma Komitesi - CCC (Comité Consultatif des Consommateurs) kuruldu. Komite Avrupa'da bu konuda faaliyet gösteren dört kuruluşu kapsamına aldı:

- BEUC - Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Avrupa Tüketici Birlikleri Bürosu
- COFACE - Comité des Organisations Familiales de la CE
AT Aile Örgütleri Komitesi
- CES - Confédération Européenne des Syndicats
Avrupa İşçi Sendikaları Konfederasyonu
- EUROCOOP - European Community of Consumer Cooperatives
AT Tüketici Kooperatifleri Kuruluşu

Paris Zirvesi'nden sonra hazırlanan Tüketicinin Korunması I. Programı'nda (1975-1980) temel tüketici hakları belirlenmiş, bu programı 1981-1986 dönemi II. Program, 1986-1990 Dönemi III. Program izlemiştir.

2.1.4. AT'de Tüketicinin Korunmasında Dönemler

AT'de tüketicinin korunmasına ilişkin yaklaşımlar dört zaman diliminde toplanabilir :

- a. Roma Anlaşması Dönemi (1957-75)
- b. Tüketicinin Korunması I. Programı (1975-80)

- c. Tüketicinin Korunması II. Programı (1981-86)
d. Tüketicinin Korunması III. Programı (1986-90)

2.1.4.1. Roma Anlaşması (1957-75) Dönemi

Roma Anlaşması 27.Mart.1957'de altı ülke (Fransa, Almanya, Belçika, Hollanda, İtalya, Lüksemburg) tarafından imzalanmıştır. 1973'de İngiltere, Danimarka ve İrlanda, 1981'de Yunanistan ve 1986'da, İspanya ve Porekiz'in katılımıyla AT üye sayısı onikiye çıkmıştır. Topluluk 1989 itibarıyla, 324 milyon nüfusa ve dünya ticaret hacminin beşte birine sahiptir (Mucuk (1990), 27-28).

Roma Anlaşması tüketicinin korunması kavramı ile ilgili doğrudan bir madde içermez. Bununla birlikte bazı maddeler dolaylı olarak tüketicileri korur. Anlaşmanın konuyla ilgili bazı maddeleri şunlardır :

Giriş : bu bölümde "Üye ülke vatandaşlarının hayat ve çalışma şartlarını düzeltilmesi" amaçlar arasında saptanmıştır.

Madde 2 : "Topluluk içinde ekonomik faaliyetlerin uyumlu bir şekilde gelişmesi, devamlı ve dengeli bir büyüme, etkin bir istikrar, yaşam seviyesinin daha hızlı artışı ve üye ülkeler arasında daha yakın ilişkiler"i gözetir.

Madde 39 : "Tüketicie mal tesliminde makul fiyatların sağlanmasını" önerir.

Madde 85 : Firmaların "doğrudan doğruya yada dolaylı şekilde alış ve satış fiyatlarını yada diğer uzlaşma koşullarını saptamasını", üretim, pazar, teknik gelişme ve yatırımları sınırlama ve kontrol etmesini, "pazar ve gereç kaynaklarını paylaşmasını" yasaklamıştır.

Madde 86 : "Tüketicie zarar veren üretim, yöntem veya teknik gelişmenin sınırlandırılmasını" önerir.

Tüketicinin korunmasında dönüm noktası Ekim 1972 Paris Zirvesi olmuş; AT Komisyonu bünyesinde kurulan "Tüketicilerin Korunması Komisyonu" ve Komisyon dışındaki "Tüketiciler Danışma Komitesi" ile 1972-1975 yılları hazırlık dönemi olarak kabul edilmiştir.

2.1.4.2 Tüketicinin Korunması I. Programı (1975 - 1980)

25.Nisan.1975'de AT Resmi Gazetesi J.O. (Journal Officiel)'de yayınlanmıştır. Bu program tüketicinin beş hakkını saptar :

- Tüketicinin sağlık ve güvenliğinin korunması
- Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması
- Tüketicinin zararının tazmin edilmesi
- Tüketicinin bilgilendirilme ve eğitilmesi
- Tüketicinin temsil edilmesi

I. Programla ilgili çıkarılan yönergeler* sekiz tip üretimi kapsamaktadır: gıda maddeleri, kozmetik, otomotiv ve tekstil ürünleri, tehlikeli maddeler (kullanımı, etiketlenmesi vb.), tıbbi malzemeler, oyuncaklar, temizlik maddeleri. Öncelikle tüketicinin sağlık ve güvenliğini korumaya yönelik bu ilk yönergelerin yanı sıra tüketici kredileri, aldatıcı reklamlar, üreticinin standart dışı malından sorumlu tutulması gibi konularda çalışmalar öngörülmüştür.

1975-1980 arası petrol krizi, artan işsizlik, yüksek enflasyon gibi sorunlarla sıkıntılı bir ekonomik dönem yaşanması ve bu dönemde karara sunulan beş kanunun sadece ikisinin sonuçlandırılması ile örneklenen karar mekanizmasının yavaşlığı (Com CE (1985), 14) konu ile ilgili ikinci bir program hazırlığına gereksinim doğurmuştur.

2.1.4.3. Tüketicinin Korunması II. Programı (1981 - 1986)

3.Haziran.1981'de J.O.'de yayınlanmıştır. II. Programda "...savunmacı politikalar yerine 'aktif' ve 'pozitif' davranışlarla tüketicilerin desteklenmesi kararı alınmış" (TSE (1989), 38), "özel" konularda korunmasına yönelinmiş ve önemli bir değişiklik olarak uygulamaya geçilmiştir.

II. Programın iki önemli özelliği,

- fiyat-kalite oranının önem kazanması
- tüketici ile üretici/satıcı dialoğuna önem verilmesi, başka bir deyişle, tüketici örgütlerinin geliştirilmesi

dir. Tüketicinin hakları ile ilgili çalışmalar aşağıda özetlenmiştir :

- Tüketicinin Sağlık ve Güvenliğinin Korunması
Mallar üzerinde etiketleme ve bilgi verme çalışmalarına devam edilmiştir. I. Programdaki çalışmalar inşaat ve otomotiv alanlarına da genişletilmiştir.

* Yönerge = Direktif. Her devlet - temelini değiştirmemek üzere-yönergeyi kendi iç hukukuna uygulamakla yükümlüdür (Mucuk (1990), 69).

b. Tüketicinin Ekonomik Çıkarlarının Korunması

"Hizmet sektörü" yeni bir boyut olarak ortaya çıkmıştır. Hizmetlerin tüm ekonomik faaliyetlerdeki payı sürekli arttığı gibi, çalışan nüfusun yaklaşık yarısı bu alanda istihdam edilmekte ve işgücü, yoğunlukla yaratılan katma değerde hayli yüksek bir payı temsil etmektedir" (J.O.(1981), 8). Özellikle "hizmetlerin kalitesi ile sunulan fiyatların şeffaf olması vurgulanmıştır (Mucuk (1990), 50).

c. Tüketici Zararlarının Tazmin Edilmesi

I. Programa ek olarak, uzlaştırma yoluyla anlaşmazlıkların dostça çözümü öngörülmüştür.

d. Tüketicinin Bilgilendirilmesi ve Eğitilmesi

Tüketicinin mal ve hizmetlerle ilgili temel bilgileri (çeşit, kalite, miktar, enerji tüketimi, fiyat vb.) edinebilmesi ve pazardaki mal ve hizmetler arasında akılcı bir seçim yapabilmesi amaçlanmaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için, kalite/fiyat ilişkisinin fiyatla belirtilmesi, tüketicinin yanıltıcı reklama** karşı korunması, malların kullanımından doğan sorunların hızlı bir iletişim sistemi ile üye ülkelere ve tüketicilere ulaştırılması kararlaştırılmıştır. Aldatıcı/yanıltıcı reklam konusunda klasik hukuki yöntem tersine çevrilerek, şikayet eden kişinin ilanın yanlışlığını ispatı yerine ilanı verene doğruluğunu ispat şartı getirilmiştir. Ayrıca mahkemeler bu tip reklamları durdurma kararı alabilmektedir.

Tüketicilerin eğitilmesi konusunda, yetişkinlerin televizyon programları ile eğitimi önerilmiş ve tüketici birliklerinin personeline eğitim izni verilmiştir.

e. Tüketicinin Temsil Edilmesi

Tüketici kuruluşlarına yardımların arttırılması karara bağlanmıştır.

II. Programda, 1983'de önemli bir gelişme olarak "Tüketicileri Koruma Konseyi" kurulmuş ve aynı yıl Atina'da toplanan Konsey "Yanıltıcı Reklam Yönergesi" (1984) ve "Hızlı Enformasyon - Erken Uyarı Sistemi" kurulması kararlarını almıştır. Öngörülen çalışmalar arasında standartlaşma örgütlerinde tüketicinin temsilini sağlamak bulunmaktadır.

** Yanıltıcı reklam: herhangi bir şekilde (sunuluş dahil), yöneldiği veya etkilediği kişileri yanılgıya sokan ve yanıltıcı özelliği dolayısıyla bu kişilerin ekonomik davranışlarını etkileyebilen veya bu nedenlerle rakiplerine zarar veren veya zarar verme özelliği olan her çeşit reklamdır (Com CE (1985), 37).

II. Programın yeteri kadar başarı sağlayamamasının başlıca sebepleri

- ekonomik durgunluk (1973 ve 1978 petrol şokları),
- Topluluk'ta karar mekanizmasının çok ağır işlemesi,
- yasa tekliflerinin sınırlı sayıda mal çeşidi veya içeriği ile ilgili olması

olarak belirlenebilir. Komisyon'un, başarıyı arttırmak için aldığı önlemler arasında her ülkede kabul edilecek standart ve teknik kuralların önce Komisyon'a bildirilmesi ve Komisyon'un bunları diğer ülkelere iletmesi ilkesi de bulunmaktadır.

2.1.4.4. Tüketicinin Korunması III. Programı (1986 - 1990)

5.Temmuz.1986'da J.O.'da yayınlanmıştır. III. Programın önemli bir özelliği "mal güvenliği politikası" oluşturmaları ve bu çalışmaların dört temel programa dayandırılmasıdır :

- a. Mallarla ilgili güvenlik gereklerini topluluk düzeyinde belirlemek için "Yasama Programı",
- b. Standart ve teknik kuralların birbirine yaklaştırılması için "Ortak Eylemler Programı",
- c. Tehlikeli mallar hakkında "Topluluk Gözetim ve Denetim Sistemi",
- d. Tüketicileri bilgilendirme ve eğitim kampanyaları.

Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması ile ilgili olarak adil olmayan sözleşme şartlarına karşı koruma, tüketici kredisi, elektronik fon transferi, hizmet sektörü, turizm gibi konularda daha detaylı tedbirler öngörülmüştür.

1989'da Komisyon'da "Tüketici Politikaları Servisi" kurulması kararlaştırılmıştır. Eğitim alanında, konunun ilk ve ortaokullarda yayılması kararı alınmış, uzlaştırma büroları kurulması ve iç pazara yönelik standartların oluşması önem kazanmıştır. Daha önce de planlanan, ihtilafların mahkeme dışı yollardan çözümü 1987'de Konsey tarafından karara bağlanmıştır.

2.1.4.5. Değerlendirme

I. ve II. Programın "tekrarcı nitelikte olması bir bakıma tüketicinin korunması olgusunun hep gelişme gösteren ve devam eden bir süreç olmasıyla bağlantılıdır" (Lasok (1990), 26). Yukarıda incelenen koruma çalışmalarına karşın, Ekonomik ve Sosyal Komite'ye göre tüketici çıkarlarını korumadaki geleneksel faaliyetlerin bazı sakıncaları vardır.

- a. Bilgi toplanması ve yayılması tüketici örgütleri için çok ağır maddi yük yaratmaktadır.
- b. Tüketicilere sağlanan bilgi birçok durumda objektif olmamakta ve çoğu kez bünyesinde reklam unsuru taşımaktadır.
- c. "Yasalar pek esnek araç değildirler" ve bu sebeple zaman zaman tüketici için sorunlara yol açabilmektedir.
- d. Yasal kanallardan tazmin yolu zaman alıcı ve masraflı olmaktadır (Mucuk (1990), 97).

Bununla birlikte, Topluluk yetkilileri, tüketicinin 1992'den itibaren ekonomik, sağlık ve can güvenliği açısından korunmasının tamamlanacağını çünkü "dolaşıma bağlı malların belli standartlara uyumu gerçekleştirilmiş olup, ülkeler arası fiyat farklarının da en fazla % 6, en az % 2 arasında oluşacağını" belirtmektedirler (TİSK (1989), 114).

2.1.5. Tüketicinin Beş Hakkı

Her üye ülkede kanun koyucu tüketicinin korunmasını, çıkarını, sağlık ve güvenliğini düzenlemeye başladıktan sonra AT bu kanunları birbirine yaklaştırmak amacı ile önce gayri resmi sonra daha somut ve belirgin bir şekilde konuya yaklaşmıştır (Com CE (1985), 5). Öncelikle CCC, AT bünyesinde üç yönetsel bölüm saptanmıştır :

- a. "Tüketicinin Fiziksel Korunması (sağlık ve güvenliği)" bölümü
- b. "Tüketicinin ekonomik ve hukuki açıdan çıkarlarının gözetilmesi" bölümü
- c. "Tüketicinin aydınlatılması ve eğitilmesi" ile ilgili uzman servis.

Tüketicinin korunması I. Programında belirlenen beş hak ve içerdiği konular aşağıda maddeler halinde incelenecektir :

a. Tüketicinin Sağlık ve Güvenliğinin Korunması Hakkı

- Mal ve hizmetlerin risk taşıması
- Tüketicinin zararlı ürünlerden korunması
- Gıdalarda kullanılan maddelerin etikette açık bir şekilde belirtilmesi
- Gıda maddeleri ambalajının sağlık ve güvenliğe zarar vermemesi
- Mamul güvenliğinin denetlenmesi

b. Tüketicinin Ekonomik Çıkarlarının Korunması Hakkı

- Tek taraflı sözleşme şartlarına ve haksız hükümlere karşı koruma
- Malın bozuk çıkması halinde ekonomik zararlara karşı koruma. J.O.'de 14.10.1976'da yayınlanan bir kararla "gelisme riski" (üreticinin önceden bilmediği veya tahmin edemeyeceği zararlar) dışındaki zararlardan üreticinin, bazı durumlarda da dağıtıcı yada satıcıların "tam" sorumlu tutulmaları kararlaştırılmıştır (Kılıç (1984), 57).
- Aldatıcı reklam ve malın satışa sunulmasında yanıltıcı düzenlemenin önlenmesi
- Satış sonrası hizmet ve yedek parça güvencesi
- Tüketicinin, ürünleri eşit biçimde seçebilme olanağının sağlanması

Konsey, bu konularla ilgili olarak, bozuk ürünlerden doğan sorumluluklar, kapıdan kapıya satış, yanıltıcı reklamlar ve tüketici kredilerini düzenleyen kararlar almıştır.

c. Tüketicinin Zararının Tazmin Edilmesi Hakkı

- Üye Ülkelerin tüketici dayanışma ve yardım sistemlerinin uyumlaştırılması
- Değiştirme ve hakem kanalıyla uzlaşma konularının sistemleştirilmesi
- Tüketici dernekleri ve mahkemelerde tüketicinin korunması durumlarının incelenmesi
- Bunların üçüncü ülkelere yansıtılması

Tazmin konusunda temel amaç konunun hukuki yollar dışında çözümüne olanak sağlamaktır.

d. Tüketicinin Bilgilendirilme ve Eğitim Hakkı Ortak Pazar'da, şeffaf pazar fikri dahilinde tüketici neyi, nereden ve hangi fiata alacağı konusunda bilgilendirilmelidir (Com CE (1985), 48).

Bilgilendirme ilkeleri :

- Pazardaki mal ve hizmetlerin bileşim, kalite, fiyat ve miktar gibi özelliklerinin değerlendirilmesi
- Rakip mallar arasında akılcı seçime olanak sağlanması
- Mal ve hizmetlerin güven içinde belli bir doyumu sağlayıcı biçimde tüketilmesi
- Zararları karşılamak için yapılacakların tanıtılması

Eğitim ilkeleri :

- Eğitimin ilk ve orta öğrenim düzeyinde geliştirilmesi
- Öğretmenlerin eğitimi ve öğrenim araçlarının geliştirilmesi

Okullarda eğitimin tek tip olması zorunluluğu getirilmemiş her ülke kendi seçenekleri ile eğitim programını uygulamıştır. Bununla birlikte zaman içinde ülkelerdeki tüketim adetleri birbirine benzemektedir (Com CE (1985), 49).

Komisyon tarafından Avrupa Parlamentosu'na yapılan bir öneri de üniversitelerde tüketici hukuku dalında eğitimin arttırılmasıdır. Burada ilginç olan nokta yeni bir hukuk dalının oluştuğunun kabulüdür (Kılıç (1984), 60).

e. Tüketicinin Temsil Edilme Hakkı

AT düzeyinde kurulan CCC ve kapsamındaki BEUC, COFACE, CES ve EUROCOOP tüketicilerin haklarını koruma ve danışma organı konumundadırlar.

2.1.6. Tüketicii Koruma Yöntemleri

Tüketici öncelikle "önleyici" yöntemlerle, bunların eksik kaldığı noktalarda ise "telafi edici" (dava ve dava benzeri) yollarla korunmaktadır. Tüketicinin çıkarları önce kişisel, sonra toplumsaldır. Temelde "önleyici" olması gereken koruma aynı zamanda kalıcı da olmalıdır. Herkesin aynı anda korunması ve "kişiye ait" olarak adlandırılmayacak durumlarda tüketicii tehdit eden konularla savaşıma ancak önleyici yöntemlerle sağlanabilir (Ghidini (1975), 41 ve 46).

2.1.6.1. Önleyici Koruma

Önleyici koruma, kanunlar ve kurallar yolu ile kamu kuruluşlarının ve tüketici örgütlerinin tüketiciiye sunulan mal ve hizmetlerin hasarsız ulaşmasını ve tatmin edici olmasını sağlamasıdır. Bu tip koruma kalıcı olduğu için, firma düzeyinde sürekli kontrolünü, alıcının beklediği tam memnuniyeti ve alıcının tüm hukuki konulardan elini çekmesini sağlar.

Önleyici korumayı tüketiciiye ulaştırmanın iki yolu vardır :

- Tüketicinin eğitimi (TV, gazete ve dergiler ile en azından "reklam engeli" (publicity barrier)'nin aşılması sağlanır)
- Tüketici örgütleri

Önleyici koruma mevzuat ve standartlaştırma başlıkları altında incelenebilir.

a. Önleyici Korumada Hukukî Yollar

Hukuk, dava yolu ile telafi edici korumada önem kazanırken, önleyicilik aşamasında genel kapsamlı kalmaktadır. İngiltere'deki "Adil Ticaret Anlaşması" (Fair Trading Act) örneğinde olduğu gibi doğrudan etki alınabilir. Dolaylı yoldan ise, psikolojik olarak ceza korkusu ve savcı önüne çıkmaktan çekinme etkili olabilir (Perrot (1975), 285-289).

Genel hukukî kurallar tüketiciyi önleyici olarak korur. Almanya'da medeni kanun çerçevesinde bazı önlemler alınmıştır:

- i. Tüketicinin alış-verişini -özellikle kapıdan kapıya satışta- iptal hakkı vardır.
- ii. Tüketici sözleşmelerin haksız şartlarına karşı korunur (o madde kaldırılarak sözleşme geçerli kılınır).
- iii. Tüketici yanıltıcı/aldatıcı reklama karşı korunur.
- iv. Sözleşme, içeriğinin medeni kanunla gelişmesi halinde, yapılmamış sayılır.
- v. Fiat yönetmeliklerine uymamak, genel ahlaka karşı iş yapmak, kartel yasalarına uymamak vb. üretici ve satıcıya cezai yaptırımlar getirir (Reich (1975), 250-255).

Fransa'da ise 1983 yılında çıkarılan bir yasa ile malların bazı kabul edilebilir normal dışı koşullar altında da kullanılabilecek şekilde üretilmesi öngörülmüştür. Aksi halde, normal cezalara ek olarak, malın piyasadan toplanıp hizmetin yasaklanması; bu mal veya hizmet satışından elde edilen gelirin bir bölümüne veya tümüne el konması mümkün olmaktadır (Kılıç (1984), 42).

Uygulamaya yönelik verilen bu kısa örneklerin gerçekleştirilebilmesi için uygun hukukî düzenlemelerin geliştirilmesi gerekir. Hukukî metinler kadar uygulama da önemlidir. "Kuralların nasıl uygulanacağı" konusu tüketici korunmasının en önemli sorunlarından biridir ve "uygulanmadıkları sürece en kapsamlı kurallar bile değersizdir" (Hondius (1975), 125). Aynı konuda Bihi ((1974), 13), "etkin olabilmesi için kendi içinde tutarlı bir kanun koyucu sistem inşa etmenin" yetmediğini, "en iyi metinlerin, kullanılmadıkları sürece, bilgiç inceleme veya güzel söylevleri oluşturabildiklerini fakat tüketicinin korunmasını sağlamayacaklarını" belirtmektedir.

b. Standardizasyon

Tüketici korunmasında "güvenlik" politikasını oluşturan en önemli araçlar standardizasyon ve belgelendirmedir. Standardizasyonun ana amacı "Üretilen mal ve hizmetlerin, onlara talebi olanların ihtiyaçlarını tam manasıyla karşılayacak nitelikte olmalarını sağlamak, üretimi buna göre yönlendirmektir" (TSE (1989), 23). Standartlara uygun mal alan tüketicinin can ve mal güvenliği korunur, satın alma esnasında karşılaştırma ve seçme kolaylığı kazanır, fiyat ve kalitede aldanması önlenmiş olur.

AT'de standartların mecburi yürürlük oranı düşüktür. "Ancak, bu standartlar esas alınarak düzenlenen kanun, tüzük ve yönetmeliklerin uygulanmasına son derece titizlik gösterilmektedir" (TSE (1989), 27).

Standardizasyon ile ilgili uluslararası kuruluşlar şunlardır :

ISO - Uluslararası Standartlar Örgütü
Üye ülke sayısı 92'dir. Tüketicinin korunması politikasını Konsey komitelerinden biri olan COPOLCO (Üye ülke sayısı 51) aracılığı ile yürütmektedir. Tüketici sağlığı ve güvenliğini ilgilendiren standartların diğerlerine göre öncelikle hazırlanmasında etkilidir.

IEC - Uluslararası Elektroteknik Komisyonu
Bu Komisyon'un 200 alt ve teknik komitesi tarafından hazırlanan 77.000 sayfalık elektrik ve elektroteknik standardı vardır.

CEN - Avrupa Standardizasyon Komitesi
Üye ülke sayısı 18'dir. Başlıca amacı Avrupa Teknik Standartlarını oluşturmaktır.

CENELEC - Avrupa Elektroteknik Standardizasyon Komitesi
Üye ülke sayısı 18'dir. Başlıca amacı 1992'den önce ülkeler arasında uyumlu elektroteknik standartları hazırlamaktır.

Avrupa ve ulusal tüketici kuruluşlarının standartlaştırma ve teknik sorunlar üzerindeki görüş ve düşüncelerinin işbirliği amacını güden Avrupa Koordinasyon Sekreteryası Haziran 1987'de Brüksel'de "CEN ve CENELEC Teknik Komiteleri Nezdinde Tüketici Gözlemcilerinin Katkıları" başlıklı "Tüketiciler ve Avrupa'da standardizasyon Forumu" düzenlemiştir. Bu forumda, BEUC, COFACE, CES ve EUROCOOP'un 1980'de CCC Standardizasyon Çalışma Grubu'nu oluşturduğu belirtilerek bu dört tüketici kuruluşu temsilcilerinin CEN ve CENELEC çalışmalarına da katılmaları istenmiştir. Tüketicilerin bu çalışmalara

katılmaları, özellikle tüketim mallarının güvenlik, kalite, amaca uygunluk ve işleyişindeki çıkarları bakımından önem taşımaktadır. Bu katılım parasal sorunlar ve personel azlığı nedenleriyle CEN'deki 69 teknik komitenin 9'unda ve CENELEC'in 43 teknik komitesinin ancak üçünde gerçekleşmiştir.

2.1.6.2. Telafi Edici Koruma

Telafi edici koruma, alış-veriş sonrası tüketicinin mal veya hizmetten memnun kalmaması, ürünün hatalı çıkması gibi durumlarda zararın maddi ve manevi olarak tazmin edilmesi amacıyla başvuracağı yollardır. Bu yollar dava yolu olabildiği gibi, taşıdığı zorluklar nedeniyle zaman içinde özellikle dava benzeri koruma yolları olarak gelişmiştir.

a. Dava Yolu

Tüketici, şikayetinin kabul ve tazmini için mahkemeye başvurabilir. Tüketicinin hatalı mallar ve yetersiz hizmetlerden doğan şikayet, kaza ve zararlarla ilgili öneri ve yardım alması ve tazminin hızlı, etkin ve masrafsız işlemler sonucu elde edilmesi gerekmektedir (Toledano-Laredo (1975), 303). Davalar bazen sadece sembolik bir tazminat talebini taşır. Bu tip davalar yerine, hasarın tam ödenmesi veya daha büyük tazminat istenmesi halinde tüketici örgütleri bu tazminatı kendi tanıtımlarını yapmak ve diğer davaların masraflarını karşılamak amacıyla kullanabilirler (Maury (1975), 66).

Dava yolu, aşağıdaki nedenlerle, tüketicinin tercih ettiği bir yöntem değildir :

- i. Resmi işlemler fazla yavaş ve masraflıdır.
- ii. Kırtasiyecilik fazladır.
- iii. Tüketicinin konu ile ilgili bilgisi azdır.
- iv. Kanuni yardım yetersizdir.
- v. Müşterinin haklılığını veya hata ile zarar/ziyan arasındaki ilişkiyi belirlemek zordur (Perrot (1975), 289).
- vi. Psikolojik faktörler tüketiciyi engeller. Ison tarafından 1970'lerin başında belirtildiği gibi profesyonel hukuk dili kullanımı, mahkemenin tüketicinin boş vaktine değil, üreticinin çalışma saatlerine rastlaması, üretici için hemen hemen rutinleşmiş bir olayın tüketici için daha sinir bozucu olması tüketicinin dava yoluna başvurmasını engeller (Hondius (1975), 103). 1985'de AT Komisyonu tarafından eklenen bir başka önleyici etken de mahkeme ve bekleme salonlarının atmosferidir.

vii. Şahsî dava yerine kamu davası açılırsa kapsadığı konular sınırlıdır. Örneğin, Hollanda'da sadece gıda maddelerinin bileşimi, tehlikeli maddelerin güvenliği, elektrikli eşyalar ve fiatları konusunda kamu davası açılabilir (Hondius (1975), 103).

viii. Genellikle savcılar konuya basit bir "beyaz yaka" olarak yaklaşp önemsememektedir (Perrot (1975), 296).

ix. Hakimin tüketici lehine karar vermesi halinde dahi sadece başvuran tüketicinin sorunu çözülür ve aynı şikayeti taşıyan diğerlerine yaygınlaştırılmaz.

"En düşük gelirli sosyal sınıfın, yani aslında en çok korunmaya muhtaç olanın, mahkemeye başvurmasındaki güçlük" nedeniyle "klasik ve alışılmış yasal düzenlemeler tüketicinin korunmasında yetersiz kalmaktadır" (Kılıç (1984), 40).

Dava yoluna getirilecek bazı düzenlemeler ile işlemler daha verimlileştirilebilir. Bu düzenlemelerin iki önemli özelliği herkesi aynı anda korumak ve bireysel olarak savunulamayacak, grup çıkarlarına zarar veren davranışları önlemek amacını taşımalıdır (Ghidini (1975), 41-46).

i. Tüketicinin bilgisi arttırılabilir.

- Genel bilgiler

Tüketicinin hak ve görevleri okullarda, TV ve basın yoluyla açıklanabilir. Örneğin, önleyici korumanın kişisel olarak da gerçekleştirilebileceği, alış-veriş öncesi genel satış koşullarının dikkatli okunması gereği gibi konuların üstünde durulabilir (Perrot (1975), 285-289).

- Belirli ürünlerle ilgili bilgiler

Örneğin, Fransa'da Ulusal Tüketim Enstitüsü (Institut National de la Consommation) tarafından kitapçık bastırılarak, belli bir konuda -kapıdan kapıya satış, tüketici kredileri gibi- bilgi verilmektedir.

- Üretici/satıcı tarafından verilen bilgiler

Örneğin AT'de alıcının kapıdan kapıya yapılan satışta, alış-veriş takip eden 7 gün içinde kararından vaz geçme hakkı vardır. Satıcının bu bilgiyi alıcıya iletmesi sağlanabilir (Hondius (1975), 116-117).

ii. İşlemler basitleştirilebilir.

- Tüketici şikayetleri ile ilgili hızlı mahkemeler kurulabilir (ABD ve İsveç'deki "küçük şikayet mahkemeleri" (small claims court) gibi). Böylece avukata gerek duyulmayacağından masraflar düşürülebilir. Bu yöntemin sakıncası, tüketici örgütlerinin tüm kanuni danışmanlık rolünü üstlenmesi ve hakimın "tavsiye verici" konumuna düşmesi ile tarafsızlığını kaybedebilme tehlikesidir (Perrot (1975), 291).
- Var olan kanuni işlemler basitleştirilebilir. Herkesin mahkemelere başvurması sağlanır; öneriler yazı yerine konuşmaya dayandırılır; ispat basitleştirilir ve hakim iki taraf için öncelikle dostça çözüm bulma amacını taşır (Hondius (1975), 116-117).

iii. Üretici/satıcıya cezai yaptırımlar getirilebilir. Bazı standartlara uyulmamışsa tüketici tazminat talep edebilir. Tazminat miktarı standart ihlali ile orantılı olduğundan tüketici ve avukatının mahkemeye başvuru isteği artmaktadır. Sakıncası ise bireysel bir çözüm olması ve tüm tüketici kitlesine yaygınlaştırılamamasıdır.

iv. Birleştirilmiş Dava (Joint Action) kullanımı yaygınlaştırılabilir. Bu yöntemle, birkaç tüketicinin şikayeti bir arada söz konusu edildiğinden daha etkin ve ucuz olabilmektedir.

v. Toplu Dava (Class Action) kullanımı yaygınlaştırılabilir. Bu yöntem ABD'de kullanılmakta ve giderek önem kazanmaktadır. Zarar gören tek tek tüketicilerin aynı zarardan etkilenen diğer tüketiciler adına da ısrarcı olmasını sağlar. Sakıncaları ise :

- Zarardan etkilenen bir tüketici grubu varsayıldığı için tek tüketici söz konusu olduğunda fazla yarar sağlamaz. Örneğin bir serideki sadece tek malın hatalı olması veya tüketicinin bir tek satıcıdan memnuniyetsiz kalması gibi durumlarda şikayet genelleştirilemez.
- Alıcı gruplarını ilgilendiren konularda dahi, aralarından bir tüketicinin grup temsilciliğini üstleneceği ve girişime ön ayak olacağı kesin değildir (von Hippel (1975), 272-273).

- Toplu dava yöntemi Avrupa için medeni kanun işlemleri açısından uygulanması zor bir yöntem olduğundan örgütlerin tüketiciyi temsil hakkı geliştirilmelidir (Perrot (1975), 290).

b. Dava Benzeri Yollar

Gelişen dünya koşulları içinde tüketici talepleri sürekli artmakta ve çeşitlenmekte buna karşın yasalar eskiyerek yetersiz kalmaktadır. Bir orta nokta bulunabilmesi için birinci yol tüketici isteklerini dizginlemek, ikincisi de kanunun konuya eğilmesidir. Tüketici isteklerini hafifletmek söz konusu olamayacağına göre kanunların tüketici talebine göre gözden geçirilmesi gerekir. Ceza önemli bir araçtır fakat her durumda başvurmak yerine kullanma hakkını saklı tutarak öncelikle dostça anlaşma yoluna gidilmelidir (Perrot (1975), 296).

Tüketicinin korunması konusunda gelişmiş ABD, İsveç, Almanya ve İngiltere'de bazı ortak dava benzeri yollar uygulanmaktadır. Bu ülkelerde,

- i. Tüketici koruma büroları ağı vardır;
- ii. Belli bir miktara kadar olan şikayetlerde basitleştirilmiş kanuni işlem uygulanmaktadır;
- iii. Karşılıklı uzlaşma kurulları bulunur;
- iv. Firmalar, standartları önemli ölçüde ihlal etmeleri halinde, tüketiciye ceza ödemektedir;
- v. Toplu dava sistemi uygulanmaktadır; böylece, kişisel zararlar birleştirilerek tek şikayete oranla daha büyük bir baskı yaratmaktadır.
- vi. Kamu birimlerine ve tüketici örgütlerine, tüketicileri tek tek firma karşısında koruma izni verilmiştir.

AT'de Tüketicinin Korunması II. Programı Çerçevesinde dava benzeri yolların geliştirilmesi hakkındaki çalışmalar beş başlık altında toplanmıştır (II. Program, Madde 38) :

- i. Tüketicinin bilgi ve eğitiminin güçlendirilmesi
- ii. Uzlaştırma bürolarının kurulması. Bu bürolar, önleyici tedbir olarak istenmeyen bazı uygulamaların durdurulmasını sağlayacakları gibi, telafi edici yaklaşım olarak da, tüketici ile satıcı/hizmet sunanlar arasında oluşabilecek anlaşmazlıkları ortak bir noktada çözebilirler.

iii. Hakemlik kurumlarının yaratılması

iv. Küçük miktarlar için hukuki işlemlerin basitleştirilmesi

v. Tüketici korunmasının, tüketici örgütleri, kamu kuruluşları gibi organlarca üstlenilmesi.

Bu başlıklar doğrultusunda yapılabilecek çalışmalar bir "yedek kontrol sistemi" yaratılmasını gerektirmiştir. Bu sistem Cornu tarafından "doğrudan kişisel ve kolay denetimin yerine geçebilecek bir teknik kontrol sistemi oluşturmaya çalışmak" olarak değerlendirilmiştir (Kılıç (1984), 41).

Dava benzeri yollarla ilgili çalışmalar aşağıda özetlenmiştir (Kılıç (1984), 47-49) :

i. Tüketicie istediği zaman ücretsiz veya düşük ücretle danışmanlık sağlanmakta, böylece sorun çoğunlukla taraflar arasında çözülebilmektedir.

ii. Tüketici, yayınlar yoluyla, malların özellikleri hakkında haberdar edilmektedir.

iii. Tüketici örgütlerinin çalışma ve denetleme, çözüm önerme faaliyetlerine hız verilmiştir. Bu örgütler, üretici veya satıcı üzerinde baskı kurarak (uyarı mektubu ile gereken düzenlemenin yapılmasını istemek gibi) veya konuyu ekonomide etkin kamu kuruluşlarına ileterek sonuç alabilir (Auloy (1975), 21 ve 27). Bu baskı, kamu kuruluşu veya karma bir örgütten gelirse daha başarılı olmaktadır; fakat kamu kuruluşları hükümetin ekonomik politikasını uyguladığından tüketici kendi hakkının tam olarak savunulamayacağını düşünebilir. Bu nedenle örgütlerin, kamu ve özelden oluşan karma kuruluş olmaları önem kazanmaktadır.

iv. Yönetmel düzeyde koruma önlemleri olarak tüketici ile üretici/satıcının karşı karşıya geldiği uzlaştırma ve hakemlik kurulları oluşturulmuştur (Plagnet (1979), 53) :

- Uzlaştırma Kurulu

İsveç'teki örnekte, uzlaştırma komitesinin alt bölümleri turizm, otomotiv, tekstil gibi konularla ilgilenmektedir. Tüccarın haksız olduğu ve bunu kabul etmediği durumlarda komite konuyu yayınlatabilmektedir. Komitenin etkinliğinin göstergesi, başvuru sayısının üç yılda (1968-1971) 7.500'den 15.000'e çıkmasıdır (von Hippel (1975), 275-276).

- Hakemlik Kurulu

Bu kurul ile küçük rakamları ilgilendiren şikayetlerin daha kısa sürede çözümü sağlanır. Bu kararlar, İngiltere ve İsviçre'de olduğu gibi bağlayıcı olabilir veya diğer ülkelerdeki gibi, dava benzeri bir yöntem olduğundan esnek ve gayri resmi kalabilir (Perrot (1975), 291). İsviçre'de tüketici ve satıcı kurula başvuru için bir ücret ödemek zorundadır; tüketicinin haklılığı halinde bu ücret kendisine geri ödenir. Kuzey Avrupa ülkelerinde bu kurul "Ombudsman" adını alır. Ombudsman, işletmelerle tüketiciler arasında çıkan sorunları çözümleyen bağımsız bir hakem kuruluşudur ve tüketicinin şikayeti üzerine harekete geçer. 1971'de İsveç'te kurulan Tüketici Ombudsmanı daha sonra 1973'de Norveç, 1975'de Danimarka ve 1978'de Finlandiya'da benimsenmiştir (Mucuk (1990), 20). 1975 Montpellier Konferansı'nda, Ombudsman'ın tüketici çıkarlarını firmalara, özellikle reklam ve genel satış koşullarına karşı koruduğu belirtilerek, ulaşılmaya çalışılan kuramsal gücün yayılması ile Ombudsman yaklaşımının ihtiyaç dışı kalacağı öne sürülmüştür (von Hippel (1975), 257).

v. Almanya'da "Kanuni Harcama Sigortası" (Legal Expense Insurance) oluşturulmuştur. Bu uygulama diğer ülkelere de yaygınlaştırılabilir (Bihl (1975), 37).

İngiltere bu çalışmalarla ilgili "dialog, gönüllü anlaşmalar ve uygulama kodları yönünden topluluk üyelerinin en başarılısıdır" (Mucuk (1990), 102). CCC'ye göre, bu başarıda Adil Ticaret Bürosunun katkıları vardır ve AT'de böyle bir organ olmadığından dialog her zaman olumlu sonuç vermeyebilir.

2.1.7. AT'de Tüketicinin Korunmasıyla İlgili Organlar

AT'de, tüketicinin korunması konusunda yol gösterici rolü "Komisyon", önerilen tedbirlerin kabulünü de "Konsey" üstlenmiştir.

Tüketicinin Korunması Politikası ise "Ekonomik ve Sosyal Komite" ve "Avrupa Parlamentosu" tarafından yönlendirilmektedir. Tüketici ile ilgili hemen her kararda bu iki organa danışmak gerekmektedir (Com CE (1985), 17).

Hukuk konusunda AT Adli Mahkemesi'nin ve diğer konularda Komisyon'a bağlı "Çevre ve Tüketicilerin Korunması Servisi" ile "Tüketici Danışma Komitesi" (CCC)'nin doğrudan katkısı büyüktür.

AT bünyesinde tüketici konularını ele alan kuruluş olan CCC - Tüketici Danışma Komitesi 1973'de kurulmuştur ve 33 üyeye sahiptir. Görevleri üç yönlüdür (Mucuk (1990), 33) :

- a. Tüketicileri ilgilendiren tüm AT işlerinde tüketicilerin sesini duyurmak, (Komisyon'un isteği veya kendi girişimi ile, Komisyon'da tartışılmakta olan metinler, kararlar ve tüketicileri özellikle ilgilendiren konularda görüş bildirir),
- b. AT düzeyinde tüketicileri temsil eden örgütler için toplantı yeri temin etmek ve bu örgütlerin Komite ve organları içinde uyumlu olarak birlikte çalışmalarını teşvik etmek,
- c. Avrupa Komisyonu'nda tüketici örgütlerinin varlığını göstererek topluluktaki diğer kurum ve mesleki kuruluşlarla görüş alış-verişini sağlamak.

Tüketici Danışma Komitesi, 1973-1983 arası ilk on yılda, gerek kendisine danışılarak gerekse kendi girişimi ile tüketiciyi ilgilendiren 100'den fazla konuda görüş bildirmiştir (Com CE (1983), 7).

Ayrıca, gerek duyulduğunda, kısa süreli ve tek bir görev için kurulan ve özel çalışma gruplarından oluşan "ad-hoc komiteleri" kurulmaktadır.

Her ülkede ayrı ayrı kurulan ve bugün topluluk düzeyinde faaliyet gösteren tüketici koruma örgütleri, tüketicinin temsil edilme hakkını sağlamaktadır. Bunlar BEUC, COFACE, EUROCOOP, CES'dir.

2.1.8. Tüketici Örgütleri

Avrupa ülkelerinde tüketici çıkarlarını korumak amacıyla kurulan örgütler üç ana grupta toplanmaktadır (Oktav vd (1989), 56)

- a. Maddi açıdan bağımsız örgütler
- b. Maddi desteği kısmen devlet tarafından sağlanan örgütler
- c. Maddi desteği tamamen devlet tarafından sağlanan örgütler

Çeşitli ülkelerdeki tüketici kuruluşlarının birleşmesiyle 1960 yılında, Merkezi Lahey'de olan IOCU - Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü (International Organisation of Consumers' Union) kurulmuştur ve 1990 itibarıyla 63 ülkeden 176 tüketici örgütünü barındırmaktadır. Bu birliğe üyelik için tüketici örgütlerinde, maddi desteği tüketiciler veya hükümetler tarafından sağlanmak ve reklamdan gelir elde etmemiş olmak şartları aranmaktadır (Tokol (1977), 21).

Her ülkede tüketici örgütlerinin kuruluş ve işleyişi o ülke kanunlarına göre yapılır. Örneğin, Alman medeni hukukunda "toplu hareket" (collective action) yoktur ve tüketici örgütleri üyelerinden birinin savunmasını yapamaz ve kamu kuruluşları tüketici tarafında davalara giremez. Almanya'da tüketici şikayetleri ile yerel mahkemeler ilgilenir, tüketiciye kanuni yardım yapılır fakat örgütler aşağıda belirtilen kuruluşların dışında oluşamaz (Reich (1975), 229, 242 ve 247).

- a. Merkezi tüketici örgütleri (Hollanda ve ABD gibi tek tek alıcı çıkarlarını koruyan örgüt yoktur)
- b. Test kuruluşları
- c. Özel kurumlar (Örneğin otomobilciler için ADAC)
- d. Ad-hoc kuruluşları
- e. Tüketici kooperatifleri
- f. Sendikalar

Fransa'da ise tüketici örgütleri konularında daha etkindirler. Aşağıda, örnekleme amacıyla, çalışmalarını başarılı bulunan Alsace Tüketiciler Odası (Alsace Consumers' Chamber)'ın faaliyetleri özetlenmiştir :

- a. Üyelere rehberlik hizmetleri ve yazılı belge sunmak
- b. Tüketicileri mahkemede savunmak
- c. Aracı veya hakem görevini üstlenmek
- d. Haftalık dergi yayınlayıp, haftalık TV programı yapmak
- e. Telefon ile yapılan başvurularda hangi kuruluşlarla temasa geçilmesi gerektiğini söylemek
- f. Basılan kitapçıkların çok kişiye dağıtımını sağlamak
- g. Malları satın alıp karşılaştırmalı deneme yapmak (Fisher (1975), 75).

Fransa'da benzer faaliyetleri yürüten örgütlerin kuruluşunun onayı ise Royer yasasına göre belli koşullara bağlanmıştır :

- a. Onay için başvuru tarih ile kuruluş tarihi arasında en az bir yıllık bir faaliyet süresinin bulunması gerekmektedir. Amaç, belli bir dava için gecici olarak kurulan örgütleri önlemektir.

b. En az 10.000 üye sahibi olmak gerekmektedir. Buradaki amaç ciddiyetten uzak veya gerçekten temsil edici olmayan örgütlerin ayıklanmasıdır. Sakıncalı yanı ise büyük kitlelere ulaşan fakat üye sayısı az olan örgütlerin onay alamamasıdır.

c. Örgüt, tüketicileri koruma amacına sahip olmalıdır. Amaç "tek" olmayabilir ama "açık" ve "gerçek" olmalıdır.

Fransa'da ulusal kuruluşlar Adalet Bakanlığı ile Ekonomi ve Maliye Bakanlığı'nın ortak kararı ile onaylanır. Yerel kuruluşlar için ise bölgenin hükümet temsilcisi yetkilidir (Maury (1975), 53-73).

Aralık 1984-Ocak 1985'de yapılan 10.580 kişiyi içeren bir anketin sonuçlarına göre 1985'de AT'deki 212 milyon yetişkinin % 56'sı tüketici örgütlerin varlığından haberdardır (Bu oran 1975'de % 44 idi). Cinsiyete bölündüğünde erkeklerin % 59'u, kadınların ise % 53'ü tüketici örgütlerini tanımaktadır. Bilgi düzeyi ise, ekonomik faaliyetin en yüksek olduğu 25-55 yaşları arasında en iyi noktadadır. Tüketici örgütlerine üyelik ise 1975'de Avrupa nüfusunun % 2'sini oluştururken 1985'de % 3.4'e (7 milyon kişi) yükselmiştir.

Aynı anketin "Ülkemizde tüketicinin objektif olarak bilgilendirilmesi için reklamlar dışında yapılan TV programları olduğunu biliyormusunuz?" sorusuna ise % 56 olumlu yanıt gelmiştir. 1975'e kıyasla TV programları konusunda duyarlılığın Fransa'da 1.65, İtalya'da 1.80, Belçika'da 1.36 oranında arttığı saptanmıştır. "TV'de bu programlar devam etsin mi?" sorusuna % 77 evet cevabı gelmiştir. Bu oran 1975'e göre az arttığından yapılan programların ihtiyaca cevap verecek nitelikte olduğu sonucu çıkmıştır (COM CE (1985), Annexe, 2-8).

Bu tip anket ve araştırmalar sonucu tüketici örgütleri faaliyetlerini toplumdaki eğilimlere göre yönlendirebilmektedir.

2.2. Türkiye'de Tüketicinin Korunması

2.2.1. Tarihçe

Türkiye'de tüketicinin korunması değişik dönemlerde mesleki kuruluşların yaptırımları veya devlet tarafından yapılan kontrollerle sağlanmıştır.

Selçuklu döneminde Ahilik geleneği ile kurulan denetim ve ceza sistemi etkili olmuştur. Meslek ahlakına uygun tutum ve davranış içinde olmayan üyeler, teşkilat idaresi tarafından sıkı şekilde denetlenmiş ve kurallara uymayanlar cezalandırılmıştır (TGHDAK (1989), 2).

Osmanlı döneminde, tüketicinin korunması üglü bir sistemle gelişmiştir :

a. Loncalar (Esnaf Temsilciliği)

Bugünkü odaların faaliyetlerine benzer. Osmanlı döneminde Ahilik gerilemiş ve kaybolmuş, aynı gelenek loncalarla devam etmiştir. Loncaların görevleri arasında, üretimin lonca kurallarına ve standartlara uygun olmasının temini ve kalite kontrolü yer almıştır. Loncalar daha çok kaliteyi denetleme yetkisine sahiptiler; cezalandırma yetkisi doğrudan devlete aitti (TGHDAK (1989), 2). Loncalardaki özdenetim sisteminin bugünkünden çok daha etkin olduğu söylenebilir (Öztürk (1981), 77-79). Zaman içinde loncaların yerini "gedikler" almış, 1839'de gedik düzeni de kaldırılmıştır.

b. İhtisap Ağalığı (Devletin pazarı denetimi)

Bugünkü belediyelerin faaliyetlerine benzer. Dayanağı, çıkarılan nizamnamelerdir. Bu nizamnameler günümüzde Belediye Zabıtası Talimatnamesi'ne tekabül eder. İhtisap Ağalığı yerine daha sonra "Şehreminliği" kurulmuştur. Nizamnameler ve narh sistemi ile bir ölçüde standardizasyon ve belli fiyatlar sağlanıyordu (Oktav vd (1989), 62-63). Narh koyma yoluyla yapılan denetimler 1865'de kaldırılmıştır.

c. Tüketici temsilcileri

Şehrin ileri gelenleri ve yaşlıların şikayetleri denetime yardımcı olmuştur.

Cumhuriyet döneminde başlangıcından bugüne kadar tüketicinin korunmasıyla ilgili olarak 58 Kanun, 5 Tüzük, 10 Kararname, 7 Yönetmelik ve 10 Tebliğ çıkarılmıştır (TGHDAK (1989), 2). Mevzuatın eksikliği, değişik birim ve organların etkisinde olması ve birbirleriyle bağlantı kurulmadan hazırlanması nedenleriyle geniş ölçüde etkisiz durumdadır (Doğu (1975), 113).

20-22.Mayıs.1970'de TSE ve TOBB'nin ortaklaşa düzenlediği "Tüketici Sorunları Semineri"ni takiben 1970'de Ticaret Bakanlığı bünyesinde "Tüketici Sorunları Şubesi" kurulmuş fakat personel sorunu ve tüketicinin kendini temsil edememesi gibi nedenlerle 1975'de kapanmıştır (Oktav vd (1989), 65). Tüketici korunmasının konu olarak ilk defa ele alındığı 1970 yılından Mart 1990'a kadar 10 yasa tasarısı önerilmekle birlikte hiç biri yasallaştırılamamıştır. Bugün için "Tartışmaların ağırlığı bu meselenin tek bir yasa kapsamında düzenlenip düzenlenemeyeceği konusunda toplanmaktadır (TSE (1989), 2).

Bu amaçla, Başbakanlığın 1.12.1987 tarih, 1987/31 sayılı Genelgesi ile çalışmalarına başlanan Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994) çerçevesinde "Tüketim Piyasası ve Tüketicinin Korunması Özel İhtisas Komisyonu" kurulmuş,

2.6.1988 tarihinde bu Komisyona başlı "Tüketici'nin Güvenliği, Hukuku ve Denetim Alt Komisyonu" oluşturulmuştur. Bu Alt Komisyon, hazırladığı raporda "tüketici güvenliği"ne önem vererek bu konuda bir politika oluşturmak gerektiğini belirtmiştir. Aynı raporda, daha önce de belirtilen "ulusal düzeydeki ... münferit uygulamalar"ın dağınık, yetersiz ve sistem bütünlüğünden kopuk olması nedenleriyle etkin sonuç alınamadığı saptamasına "aynı zamanda sistemin ihtiyaç gösterdiği bazı temel unsurların hiç bulunmadığı" eklenmiştir (TGHDAK (1989), 11-13).

1963'den itibaren Kalkınma Planları ve Yıllık Programlar'da tüketici sorunlarına değinilmesine ve çeşitli tedbirlere yer verilmesine rağmen "Tüketici'nin Korunması" ilk kez bağımsız bir başlık olarak 6. BYKP'na alınmış, ilkeler ve Politikalar bölümünde aşağıdaki hedefler saptanmıştır :

Madde 937 : Tüm ihtiyaç maddelerinin bol ve çeşitli, hizmetlerin kaliteli ve aksaksız şekilde temini için üretim, pazarlama ve tüketim koşullarının serbest piyasa ilkeleriyle oluşturulması esastır.

Madde 938 : Tüketici'nin korunması konusunda ilgili kuruluşlar arasında sağlıklı bir koordinasyon sağlanması amacıyla gerekli mevzuat düzenleme çalışmaları yapılacak; tüketici'nin hakkını hızla arayabilmesi için Tüketici Birlikleri'nin kurulması desteklenecektir.

Madde 939 : Gerek ithal edilen gerekse yurt içinde üretilen mallar için Türkçe kullanım kılavuzları yanında teknik özelliklerini tanıtıcı rehberlerin konması şartı aranacaktır. Ambalajlı gıda ürünlerinin içindeki maddelerin belirtilmesi uygulaması yaygınlaştırılacaktır.

Madde 940 : Ev ekonomisi konusunda yaygın eğitim programlarıyla tüketici'nin bilgi sahibi olması sağlanacak, bu alanda kitle haberleşme araçlarından yararlanılacaktır. Tüketiciyi yanıltıcı reklamları önleyici tedbirler alınacaktır.

Madde 941 : Tüketici'nin can güvenliği ve sağlığı ile ilgili mallar için kalite ve standart zorunluluğu getirilecektir.

Madde 942 : Dayanıklı tüketim malları satışında garanti belgesi uygulaması yaygınlaştırılacaktır. Tüketicilere belirli bir süre içinde iade hakkının sağlanmasına yönelik düzenlemeler yapılacaktır.

Madde 943 : Tüketicinin pazarlık gücünü arttırmak ve daha ucuza kaliteli mal satın almasını sağlamak üzere başlatılan tüketici kredisi uygulaması mal kapsamı genişletilerek yaygınlaştırılacaktır.

2.2.2. Yasal Düzenlemeler

Bir önceki bölümde belirtildiği gibi Türkiye'de tüketicinin korunmasıyla ilgili sorun mevzuat eksikliği değil, bunların uygulanabilir olmamasıdır.

1982 Anayasası'nın 172. maddesi "Devlet tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder" hükmünü getirerek tüketicinin korunması kavramını ilk kez anayasal bir temele bağlamıştır.

1982 Anayasası'nın tüketiciyi koruyan diğer maddeleri aşağıda belirtilmiştir :

Madde 56 : Sağlık hizmetleri ve çevre korunmasının tek elde toplanıp hizmet verilmesi devletin görevidir.

Madde 167 : "Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler." (Bu madde Roma anlaşmasının 85 ve 86. maddelerine benzer tedbirler öngörmektedir (TISK (1989), 114-115)).

Madde 171 : "Devlet milli ekonominin yararlarını dikkate alarak öncelikle üretimin arttırılması ve tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri alır".

Türkiye'deki tüketicinin korunması ile ilgili mevzuatı anayasal hükümler dışında özetlemek gerekirse, aşağıdaki başlıklar verilebilir :

- a. Temel kanunlardaki hükümler (Türk Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu, Ceza Kanunu)
- b. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ve TSE hakkında mevzuat
- c. Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı ile ilgili mevzuat
- d. Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı ile ilgili mevzuat
- e. Belediyelerle ilgili mevzuat
- f. Diğer kurum ve kuruluşlarla ilgili mevzuat (TRT Kanunu, Ölçüler Kanunu, Markalar Kanunu, Kooperatifçiler Kanunu, Umumi Hıfzıssıhha Kanunu, İl İdaresi Kanunu vb.)

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye'de tüketicinin beş temel hakkının kullanımıyla ilgili yasal düzenlemeler incelenecektir :

a. Tüketicinin Sağlık ve Güvenliğinin Korunması Hakkı

Konu ile ilgili tedbirler Hıfzıssıhha Kanunu, Gıda Maddelerine İlişkin Tüzük ve Yönetmelikler ve TSE'nin kalite ve standartlara ilişkin talimatları doğrultusunda alınmaktadır. Ancak, özellikle ambalajlamadaki yetersizlikler ve dağıtımdaki aksaklıklar sonucu gıda maddelerinde sağlıksız piyasaya sunuş ve satış noktalarında bilinçsiz koruma yöntemleri görülmektedir.

1986 yılında yapılan bir araştırmaya göre, tüketicilerin en çok karşılaştıkları sorunlar mal gruplarına göre şöyle sıralanmaktadır :

- Dayanıklı tüketim malları
- Gıda mamulleri (% 25 sağlık şartlarına aykırılık, % 15.3 hileli satış, eksik gramaj ve bozuk mal, % 13.6 fiat)
- Giyim eşyaları (Başarır (1989), 4).

Gıdadaki katkı maddeleri, canlı hayvan, sebze ve meyvede hormon kullanımı, kozmetik ve tekstil ürünlerinin zararlı maddelerden arındırılması, ulaştırma araçlarında güvenliğin arttırılması, oyuncakların güvenlik standartlarında üretilmesinin sağlanması gerekmektedir.

b. Tüketicinin Ekonomik Çıkarlarının Korunması Hakkı

- Fiat kontrolü ve rekabet, Borçlar Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu ile düzenlenmektedir. Türkiye'nin bugünkü pazar yapısında fiat anlaşmaları ve diğer kartel oluşumlarının varlığı belirlenebilir. "Ayrıca, belirli sektörlerde yoğunlaşma ve tekelleşme eğilimlerinin güçlendiği de bir gerçektir" (Oktav vd. (1989), 74-76). Çözüm sağlıklı bir rekabet yapısının kurulması olacaktır.

- Aldatıcı/yanıltıcı reklamların önlenmesi, Türk Ticaret Kanunu'nun 56. maddesi ve Borçlar Kanunu'nun 48. maddesi ile düzenlenmiştir. Borçlar Kanunu'nun 48. maddesinin birinci bendi haksız rekabetin " yanlış ilanlar yahut hüsnüniyet kaidelerine mugayir sair hareketlerle" yapılan her türlü fiili kapsadığını belirtir ama yeterli değildir. Bu konuda, Milletlerarası Ticaret Odası'nın yayınladığı "Reklamda Uluslararası Ahlak Yasası" ile ilgili düzenlemeler yapılabilir (Oktav vd (1989), 69-70) ve Avrupa Konseyi'nin "ispat yükümlülüğünün iddiayı yapana değil ilanı verene ait olmasına dair" düzenleme örnek alınabilir; böylece ilginç ve yaptırım gücü yüksek bir hukuki kural oluşturulabilir (Kılıç (1984), 82). Diğer bir düzenleme de TV'de karşılaştırmalı reklamların yapılması olabilir; fakat TRT-TV Reklam Esasları'nın 7. maddesi bu düzenlemeyi yasaklamaktadır (Öztürk (1984), 14).
- Kredili satışlar, Borçlar Kanunu ile düzenlenir. Taksitli satışlarda Merkez Bankası Tebliği bir ölçüde çözüm getirmesine rağmen ödemeler, mal teslimi, vade farkları, taksit süresi ve satış sözleşmelerinin tarafları koruyucu biçimde yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir.
- Sözleşmedeki genel işlem şartları tüketici için bağlayıcıdır. Çoğunlukla çok küçük harflerle yazılmaları ve hukuki dili okunmalarını zorlaştırmaktadır. Almanya ve İsviçre mahkemeleri "genel şartları olduğu gibi kabul eden tarafın dikkati özel olarak çekilmeksizin konulmuş olan alışılmamış şartlarla bağlı tutulamayacağı, anlamı açık olamayan şartları onun lehine yorumlanacağı" gibi bazı kurallar getirmişlerdir (Merz (1984), 198-201). Türkiye'de de benzer yaklaşımlar, mahkemelerin tüketici sorunlarına esnek bakmalarını sağlayacaktır.

c. Tüketicinin Zararının Tazmin Edilmesi Hakkı

Tüketicinin dürüst olmayan uygulamalar karşısında uğradığı zararın tazmini için yasa ve yönetmeliklerle belli düzenlemeler yapılmıştır. Ancak, yasa ve yönetmeliklerdeki hükümlerin çok dağınık olması, mevzuatın tüketici tarafından izlenmesini ve hakkını aramasını güçleştirmektedir. Üretici - tüketici dialoğunun geliştirilmesi, satış sonrası servis ve garanti uygulamalarının düzenlenmesi, tüketicinin hakkını aramasının kolaylaştırılması ve zarara uğradığı olaylarda çabuk ve adil bir şekilde tazmin edilmesi sağlanmalıdır.

d. Tüketicinin Bilgilendirilme ve Eğitim Hakkı

Tüketicinin bilgilendirilmesi konusunda firmaların reklamlarında mamuller, kullanımları, içerikleri, fiyat, kalite ve standartlarını belirtmeleri teşvik edilebilir.

Türkiye'de eksik olan iki önemli konudan biri tüketicinin eğitilmesidir. Bu amaçla, tüm öğretim düzeylerinde dersler konabilir. TSE, Milli Eğitim Bakanlığı'na derslerde işlenebilecek konuları belirten bir taslak sunmuştur ve konu Bakanlığın valiliklere tebliği aşamasındadır (Arıyörük (1991), 3). Kitle iletişim araçları da son yıllarda tüketicinin eğitilmesi konusuna eğilmektedir.

e. Tüketicinin Temsil Edilme Hakkı

Türkiye'de sorun olan diğer bir nokta tüketicinin örgütlenmesi ve temsil edilmesidir (TSE (1989), 4); eğitim düzeyi düşük tüketici baskı unsuru oluşturmamakta, sorunların çözümünde başvuracağı yol hukuk yolu olmaktadır (Kılıç (1984), 71). Anayasa'da, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerinin teşvik edileceği hükmü yer almasına rağmen, gönüllü tüketici kuruluşlarına devlet yardımı (maddi, kalite kontrolü, yayın organları yoluyla) etkin olarak gerçekleştirilememiştir. Kurulan sınırlı sayıdaki tüketici örgütünün resmi merciler nezdinde temsil edilmesi ve Avrupalı benzer örgütlerle işbirliğine girmeleri sağlanmalıdır.

Mevzuatın detaylı incelenmesiyle, kanunlar bazında tüketicinin korunması olgusu temin edilmiş görünmekle beraber bu korumanın gerektiği gibi yerine getirildiğini ifade etmek mümkün değildir. Bu aşamada amaç yeni yasalar düzenlemek yerine var olanlara işlerlik kazandırarak süratle hakların elde edilmesini sağlamak olmalıdır. Yasalara işlerlik kazandırma konusundaki eksik ise yetişmiş uzman personel kadrosudur (Mucuk (1990), 129 ve 133). 1982 Anayasası'nda belirtilen "tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin geliştirilmesi" ve "fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önleme" hükümleri ile ilgili yapılanlar çok sınırlı kalmıştır. Var olup da uygulanmayan kanuni düzenlemelerin yanı sıra var olup da tüketicinin haberdar olmadığı düzenlemeler de çok sayıdadır. TSE'nin saptadığı gibi Türkiye'de eksik olan iki önemli nokta "tüketicinin eğitilmesi ve teşkilatlandırılması"dır ((1989), 22).

Belirtilen eksiklerin giderilmesi amacıyla DPT 1990 Programı'nda iki önemli tedbir sunmuştur :

- a. "Mevcut yapı içerisinde ilgili kuruluşların koordinasyonu ile elle tutulur neticelerin artacağı"
- b. "tüketici ile üreticinin oto-kontrol mekanizmasının gerçek manada hayata geçirilmesi için ... tüketicinin bilgilendirilmesi ve dernekler vasıtası ile harekete geçirilmesi" gereği

Bu iki maddenin esas politika olarak benimsenmesi alınan tedbirlerin uygulanması açısından önemlidir.

2.2.3. Türkiye'de Tüketicinin Korunması ile İlgili Kurumlar

Türkiye'de tüketici, bazı kamu kuruluşları, meslek odaları ve yeni gelişen tüketici örgütleri tarafından korunmaktadır. Bu bölümde kurumların çalışmaları incelenecektir.

a. TSE

TSE 1954 yılında kurulmuş, 18.11.1960 gün ve 132 sayılı kanunla (1981-1983 ve 1985'deki değişikliklerle) Türkiye'de standart yapma görevini üstlenmiştir (TSE (1990), 5). Başbakanlığa bağlıdır.

TSE'nin faaliyetleri :

i. Standardizasyon

ISO (International Standards Organisation)'a göre standardizasyon "belirli bir faaliyetin, o faaliyetle ilgili bulunanların ve özellikle ekonominin yararına olarak yapılabilmesi için tüm tarafların katkı ve işbirliği ile belirli kurallar koyma ve bu kuralları uygulama işlemidir" (TSE (Ağ. 1988), 2). Standardizasyonun üreticiye, tüketiciye ve milli ekonomiye yararları vardır.

İhtisas Kurulları'nın hazırladığı Türk Standartları tasarıları, Genel Kurul'dan sonraki en yüksek organ olan Teknik Kurul'da kabul edilerek kesinleşir.

Standartlar üç ayrı sınıflandırma altında incelenir (TSE (1990), 8-9) :

- Yapı karakterlerine göre
Madde Standartları/Mamul Standartları
Usul (Metod) Standartları/Hizmet Standartları
- Uygulama Alanlarına Göre
İşletme Standardı/Endüstri Standardı/Milli Standart
Bölgesel Standart/Uluslararası Standart
- Uygulama Şekillerine göre
Mecburi Standart/İhtiyari Standart
Teknik Kurul'da kesinleşen standartlar ihtiyaridir. Bu standartlar ilgili oldukları bakanlıkların onayı ile mecburi kılınabilir de Resmi Gazete'de yayınlanır. Bunlara uyulması kanun gereği olup, uyulmaması halinde yaptırım uygulanır.. (TSE (Nİ. 1990), 1).

Enstitü tarafından bugüne kadar toplam 8.318 Türk Standartı hazırlanmıştır; bunların 962'si mecburi yürürlükte'dir (TSE (Nİ. 1990), 1).

"AT komisyonu yetkilileri ile 19-20.Ekim.1988 tarihlerinde Brüksel'de yapılan görüşmelerde TSE'nin bütçe ve istihdam ettiği personel itibariyle Avrupa'da beşinci sırada yer aldığı, belgelendirme, tüketicinin korunması ve laboratuvar etkinlikleri ile de birinci sırada yer aldığı anlaşılmıştır" (TSE (1989), 25). Buna karşılık, Tüketicinin Güvenliği, Hukuku ve Denetim Alt Komisyonu'nun raporunda ((1989), 13-14) "temel standartlar, tüketicinin korunmasına yönelik standartlar, sağlık ve güvenliğe ilişkin standartların çoğu halen hazırlanmamış ... ve bunların giderilmesine yönelik bir perspektif plan henüz gündemde bulunmamaktadır" denmektedir. Aynı raporda, yayınlanan standartların uygulanma oranının tatmin edici düzeyde olmadığı, bu oranı arttırmak için köktenci bir yol seçilerek zorunlu standart sayısının yüksek tutulduğu, firma, birlik ve dernek standardı uygulamalarının son derece sınırlı olduğu, karşılaştırmalı test ve sonuçlarının yayını için yazılı kaynakların yeterli olmadığı gibi mevzuatın da buna engel olduğu belirtilmiştir.

TSE, standart hazırlama çalışmalarında özel ve resmi sektörün talebini dikkate almakta, yabancı ülkelerdeki benzeri çalışmaları izlemekte, uluslararası ve yabancı standart kurumları ile ilişkiler kurmakta ve bunlarla işbirliğinde bulunmaktadır (TSE (1990), 14).

ii. Belgelendirme

TSE'nin çalışmaları arasında "standartlara uygun ve kaliteli üretimi teşvik edecek her türlü çalışmaları yapmak ve bunlarla ilgili belgeleri tanzim etmek" bulunmaktadır. TSE tarafından verilen marka ve belgeler şunlardır : Türk Standartlarına Uygunluk Markası (TSE Markası), Türk Standartlarına Uygunluk Belgesi, TSE Kalite Uygunluk Markası (TSEK Markası), Kalite Uygunluk Belgesi, İmalata Yeterlilik Belgesi, Parti Malı Uygunluk Belgesi, İthal Malı ve Hizmet Belgelendirilmesi (TSE (1990) 14 ve 50-51).

Marka ve belge talebi sırasında TSE tarafından fabrikada mamul üzerinde yapılan denetim düzenli aralıklarla piyasada da devam eder. Diğer bir denetim ise tüketici şikayetleridir; bu şikayetler sonucu tekrar değerlendirilen marka ve belgelerle ilgili hatırlatma, uyarı veya para cezası uygulanabilir (Oktav vd (1989), 65).

Piyasada alım-satım yapılan malların yaklaşık % 25'i TSE belgelidir (Başdurak (1991)). TSE dışında TOBB'ne bağlı bazı odaların, Bayındırlık Bakanlığı'nın 1968, 1971, 1978'deki tebliğleri ile ve DPT'nin 23.1.1979 tarihli yazıları ile desteklenen, belgeleme çalışmaları bulunmaktadır. "Tüm bu belgeleme etkinlikleri liyakat sistematiğinden yoksun olup koordinasyonsuzdur; ve belgelendirmeye esas olabilecek standart deney amaçlı bir referans sistemi hiç bulunmamaktadır" (TGHDAK (1989), 14-15).

iii. Tüketicinin Korunması

TSE, tüketicinin korunması konusunda önleyici yöntem olarak tüketicinin eğitimini ele almıştır. Bu amaçla ülke çapında seminer, sempozyum, panel, sergi ve fuarlar düzenlemekte, yazılı ve sözlü basında tanıtma programları hazırlamakta ve 20.000 tirajlı aylık Tüketici Bülteni'nin ücretsiz dağıtımını yapmaktadır. Düzenlenen yarışmaların yanı sıra önümüzdeki yıllar için okullarda eğitim çalışmaları planlanmaktadır (Tüysüz (1991)).

Telafi edici koruma olarak 1985 yılından itibaren tüketici şikayetleri ile ilgili çalışmalar başlamış, 1986'da "Tüketici Koruma Müdürlüğü" kurulmuştur. Aşağıda görülebileceği gibi TSE'ye yapılan şikayet başvuruları beş yıl içinde yirmi kat artmıştır :

1985 -	1.261 şikayet
1986 -	5.269 şikayet
1987 -	11.880 şikayet
1988 -	19.580 şikayet
1989 -	23.854 şikayet

(Mucuk (1990), 120).

1990 yılı içinde yalnızca İstanbul Bölge Müdürlüğü'ne kayıtlara geçen 546 şikayet gelmiş, bunların 493'ü tüketici lehine, 31'i kullanım hatasından kaynaklandığından tüketici aleyhine sonuçlanmıştır. Böylece şikayetlerin % 90'ının tüketici lehine sonuçlandığı söylenebilir.

TSE'nin firmalarla yaptığı belge sözleşmelerine göre, "piyasaya sunulan TSE belgeli madde ve mahsüllerde işçilik, malzeme ve konstrüksiyon hatası bulunanlar için imalatçı durumundaki firma bedelsiz olarak tamir etmek veya değiştirmek veyahutta bedelini iade etmek mecburiyetindedir" (TSE (1990), 54). Firmanın imalat hatasını kabul etmeyip kullanım hatası olduğunu iddia ettiği durumlarda ise ürün Enstitü laboratuvarlarında teknik elemanlar tarafından incelenerek haklı olan taraf belirlenmektedir (TSE (Ağ 1988), 3).

"TSE, kamu ve özel kurum, kuruluş ve örgütlenmeleri içinde tüketicinin korunması yolunda en yoğun faaliyet gösteren, bu yöndeki çabalarını ve hizmet verdiği tüketici kitlesini önemli ölçüde arttırmayı başaran bir kuruluş"tur (Mucuk (1990), 119).

b. Ticaret Odaları

Ticaret Odaları 5590 sayılı yasa ile kurulmuş kamu kurumu niteliğinde tüzel kişiliğe sahip meslek kuruluşlarıdır. Temel görevlerinden biri meslek ahlak ve dayanışmasını sağlamak olduğundan hileli, kalitesiz, standart dışı, bozuk mal satmayı önleyerek üyelerine denetim uygularlar. Adı geçen yasanın beşinci maddesinde sıralanan görevlerin devamı olarak İstanbul, Ankara ve İzmir Ticaret Odaları'nda doğrudan tüketiciye hizmet veren birimler oluşturulmuştur (Tuncer (1990), 6).

i. İstanbul Ticaret Odası

İTO'nun, tüketiciyi önleyici yöntemlerle koruma amacıyla çıkardığı, üyelerine yönelik kararlar bulunmaktadır. Bunlar :

- İTO Üyeleri Tüketiciyi Koruma Taahhütnamesi Mart 1991 itibariyle, taahhütnameyi imzalayan 300 firma ve bünyesinde tüketici şikayetleri şubesi kuran 125 firma vardır (Tombak (1991)).
- Özürlü Giyim Eşyası Satışına İlişkin Mesleki Karar
- Tekstil Ürünlerinin Üretim ve Satışına İlişkin Mesleki Karar
- Satışa Sunulan Ürünlere Satış Fiyatını Gösteren Etiket Konulmasına İlişkin Mesleki Karar
- Dürüst Reklamcılık Mesleki Kararı

Önleyici bir diğer çalışma eğitim ve bilgilendirmeye yöneliktir. Panel, seminer ve toplantılar yapılmasına rağmen bunların fazla duyurulamaması ve çalışmaların İstanbul ve çevresiyle sınırlı kalması faaliyetleri kısıtlamıştır (Mucuk (1990), 123). Bu amaçla, basın organları tüketiciyi bilgilendirmede yaygın olarak kullanılmaya başlanmış, 100.000 adet basılan Tüketici Rehberi öğrenciler aracılığı ile velilere ulaştırılmıştır. Tanıtımın artması ile İTO'ya gelen şikayetler çoğalmış ve İç Ticaret Bölümü'nde bir alt birim olarak "Tüketici Şikayetleri Masası" kurulmuştur. Böylelikle telafi edici koruma da sağlanmaktadır.

İTO 1979'dan itibaren, içinde "ihtilaflar İTO tarafından çözülür" ibaresi bulunan sözleşmeler hakkında "hakemlik yoluyla çözüm" uygulamaktadır (Mucuk (1990), 122). 1980'de kurulan Tüketici Şikayetleri

Masası'na gelen şikayet sayıları yıllar içinde artmıştır :

Yıllar	Gelen Evrak Sayısı
1981	80
1982	82
1983	108
1984	99
1985	133
1986	286
1987	268
1988	481
1989	455
1990	690

(İTO (1991)).

Tüketicinin haklılığının tespit edildiği durumlarda başvuruların % 90'ı tüketici lehine çözümlenmektedir; sorun ise, bu işlemlerin sadece İTO üyesi firmalar için yapılabilmesidir. Aksi durumda İTO tavsiye verebilmekte fakat düzeltici yaptırıma gidememektedir (Anarad (1991)).

ii. İzmir Ticaret Odası

Tüketicinin korunması konusunda geniş bir faaliyet alanı bulunan Odalardan biridir. Hazırlanan Tüketiciyi Koruma Yasalarını inceleyip Bakanlığa ve standart tasarıları hakkında TSE'ye bildirilen görüşlerden sonra ilk etken çalışma 1986'da "Tüketici şikayetlerini inceleme Bürosu"nun kurulması olmuştur. Alınan başarılı sonuçları takiben 1988'de, yakınmalara tarafsız çözüm bulunması amacıyla Danışma Kurulu oluşturulmuştur. İzmir Ticaret Odası Tüketici şikayetlerini inceleme Bürosu Çalışma Talimatı içinde "perakende mal ve hizmet satan mağazalardan ve kar amaçlı kamu ve özel kuruluşlardan alış-veriş yapan, hizmet alan tüketicileri korumak, şikayetlerine çözüm bulmak, tüketicinin eğitilmesine yardımcı olmak, standartlara uygun kaliteli mal üretimini özendirmek -Ticaret Odası üyesi olsun veya olmasın-" bulunmaktadır.

Telafi edici korumada, şikayet üzerine firma ile kurulan irtibat olumlu sonuçlanmazsa, firma Oda üyesi ise hakkında mevcut yönetmelikler uygulanır. Firma, üyesi değilse -İTO'nun aksine- Danışma Kurulu'ndaki temsilciler devreye sokulur; sonuç alınamazsa yasal yollara başvurulur.

"Tüketici şikayetlerini inceleme Bürosu" 1988'de İzmir'de geniş yankılar uyandıran çalışmalar sonucu üç buçuk aylık sürede 277 şikayet başvurusu almış, sorunların % 89'unda tüketici lehine çözüm bulunmuştur.

İzmir Ticaret Odası'nın çalışmalarında da olduğu gibi, yasal düzenlemeler üretimi daraltıcı ve engelleyici, işlerliği zedeleyici devlet ağırlıklı olmamalı ve cezai hükümler caydırıcılık özelliği taşımalıdır (Tuncer (1990), 9).

iii. Ankara Ticaret Odası

"Tüketici Bürosu"nın çalışmaları sonucu şikayet başvuruları artmakla birlikte diğer şehirlerdeki Odalara oranla düşük kalmıştır. Tanıtma çalışmaları ile gelen tüketici şikayetleri sayısı arasında doğrudan ilişki bulunduğu gözlenmektedir. 1991'deki şikayetlerin önceki yılların üstünde olacağı tahmin edilmektedir.

Yıllar	Gelen Şikayet Sayısı
1987	45
1988	32
1989	156
1990	128

ATO çalışmalarında taraflar arası çözümü ön plana almakta, yaptırımını sadece Oda üyeleri üzerinde olmaktadır. Şikayet başvurularının diğer Odalara göre az olması tanıtım eksikliğine ve dayanıklı tüketim malları ile ilgili şikayetlerin TSE'ye, esnafı ilgilendirenlerin Esnaf ve Sanatkarlar Birliklerine devredilmesine bağlanabilir (Üçbudak (1991)).

c. Tüketici Örgütleri

Gelişmiş ülkelerde tüketici birlikleri ve komiteleri tüketicinin korunması konusunda en etkin kuruluşlardır (TGHDK (1989), 2). Türkiye'de AT'dekiler düzeyinde tüketici örgütü bulunmamaktadır. Halen faaliyetteki birkaç gönüllü tüketici örgütü, meslek kuruluşları bünyesinde açılan alt birimler, vakıf sistemindeki kuruluşlar ve TSE'nin Tüketicuyu Koruma Müdürlüğü, AT'nin tüketicuyu koruma politikası ve yönergeleri doğrultusunda çalışmamaktadır. Sebebi, Dernekler Yasası'nın dernek faaliyetlerini sınırlandırıcı hükümlerinin, örgütün en etkin çalışması olarak kabul edilen tüketicilerin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi işlevini engellemesi ve meslek kuruluşlarına tabi çalışmaların gönüllülük ilkesine bağlı olması nedeni ile taraflı olmalarıdır (Oktav vd (1989), 90-91).

1980'den önce Ankara'da bazı öğretim üyeleri tarafından kurulan Tüketicileri Koruma Derneği 1980'de kapatılmıştır (Mucuk (1990), 125).

1986'da İstanbul'da "Tüm Tüketicileri Koruma Derneği" kurulmuştur. Tüzüğüne göre amacı "tüketici üyelerin hileli mal ve hizmetlere karşı aydınlatılması, korunması ve

bilinçli alış-veriş yapmasını sağlamaktır". Ücreti karşılığı üyelere dağıtılan "Tüketici" dergisini basmakta ve karşılaştırmalı testler yapıp yayınlamaktadır.

25.4.1989'da İzmir'de "Tüketiciyi Koruma Birliği Vakfı" kurulmuştur. Derneğin broşürüne göre amacı "hizmet yada mal satın alanların çıkar ve haklarını kalite ve fiyat yönünden korumak ve tüketicinin bu yönde bilinçlenmesine yardımcı olmak"tır. Vakıf, bir yıldan az bir sürede 700 kadar şikayeti tüketici lehine sonuçlandırmıştır (Mucuk (1990), 126).

Ocak 1991'de İstanbul'da "Tüketicileri Koruma Derneği" kurulmuştur. Amacı, şehrin "ulaşım ve alış-veriş akışının kesiştiği büyük merkezlerde kurulacak 'Mavi Nokta' adlı kiosklarda, gönüllüler tarafından şikayetlerin kabulünü sağlayıp, dernek üyesi olan veya olmayan şikayet sahiplerinin sorunlarının belediye yada zabıta ile çözülmesine aracılık etmektir" (Tamer (1991a)). İkinci hizmet amacı ise kioskun ön cephesinde sorunlara olumlu veya olumsuz yaklaşan firmaları teşhir etmektir. Çalışmanın hazırlandığı dönemde var olan tek Mavi Nokta merkezi günde yaklaşık on şikayet almakta, olumlu sonuçları nedeniyle Mavi Nokta sayısının çok kısa dönemde beşe çıkarılması planlanmaktadır.

Mevcut tüketici örgütlerinin dışında Eskişehir Anadolu Üniversitesi ve Türk-İş bünyesinde, ayrıca, İzmit, Adana, Artvin gibi şehirlerde gönüllü olarak yeni kuruluşlar oluşturulması düşünülmektedir. (Tamer (1991b)).

d. Belediyeler

1984'de yürürlüğe konan 3030 sayılı Büyük Şehir Belediyelerinin Yönetimi Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun'un 6. maddesi uyarınca yiyecek ve içecek maddelerinin tahlillerini yapmak üzere laboratuvar kurmak ve işletmek Büyük Şehir Belediyelerine ait görevlerdendir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı Hıfzıssıhha Enstitüleri tüketiciler tarafından ilaç ve gıda kontrolü amacıyla başvuru alan merkezlerdir. Gıda kontrolü dışında belediyelerin tüketicinin korunması çalışmaları sınırlıdır.

e. Diğer Kuruluşlar

Tüketicinin korunması sorunu çeşitli Bakanlıkların ilgi alanına girmektedir. Bunların en önemlisi olan Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Ankara'da "Tüketici Şikayetlerini Değerlendirme Merkezi" açmayı planlamaktadır (Mucuk (1990), 125). Diğer ilgili resmi kurumlar Sağlık ve Sosyal

Yardımlı Bakanlığı, Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, Maliye ve Gümrük Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, Millî Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, Maliye ve Gümrük Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Adalet Bakanlığı, Hazine Dış Ticaret Müsteşarlığı, TRT, Merkez Bankası, KİT'ler, Çevre Genel Müdürlüğü ve Valiliklerdir. Ayrıca şikayet başvuruları, esnaf tarafından üretilen mal ve hizmetlerle ilgili ise Esnaf ve Sanatkarlar Dernekleri Birliği'ne, etiketlerle ilgili Belediye Zabıta Müdürlüklerine, özel kesim kuruluşları hakkında Ticaret ve Sanayi odalarına veya firmaların Halkla İlişkiler Müdürlüklerine yönlendirilebilir (TGHDK (1989), 15 ve TSE (1989), 21-22).

f. Yayınlar

Yukarıda belirtilen meslek odaları ve tüketici örgütlerinin yayınladığı dergi ve broşürlerin dışında günlük gazetelerin tüketicinin korunmasını hedefleyen köşeleri çoğalmaktadır. Bu köşelerde, bilgilendirme ve şikayetlere çözüm arama çalışmalarının dışında konuya olumlu yada olumsuz yaklaşan üretici/satıcıların da isimleri yayınlanmaktadır. Böylece tüketici kadar, üretici/satıcının da eğitimi sağlanmakta, belli firmalardan gelen şikayetler, üreticinin daha titiz davranması ile, zaman içinde azalmaktadır (Tamer (1991b)).

İzmir'de Nisan 1987'den beri yayınlanan "Tüketici Rehberi", Türkiye'deki ilk tüketici yayınıdır. Tüketici Rehberi, dergide adı geçen veya ilanı bulunan ürünlerin kalitesini ve sorun halinde çözümünü garantilemekte, karşılaştırmalı testler yapıp sonuçları yayınlamaktadır. Dergi 1988 yılına kadar üyelere ücretsiz gönderilmekteydi; daha sonra talep edilen taşıma ücreti ile (yılıda 5.000 TL) üyelerin % 75'ini kaybetmiştir. Bununla birlikte üye sayısı her yıl ortalama % 30 artmaktadır (Akalin (1991), 7).

g. Tüketicinin Eğitimi Alanında Çeşitli Çalışmalar

Bazı üniversitelerin konuyla ilgili çalışmaları görülmektedir. Örneğin, Hacettepe Üniversitesi Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Bölümü üçüncü sınıf öğrencileri 1988 yaz stajlarında Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı'nın Ankara'daki sağlık ocaklarına bağlı yerleşim birimlerinde yaklaşık 200 kişiye, öğretim elemanlarının denetimi altında, tüketicinin korunması eğitimi vermişlerdir (TSE (Ağ. 1988), 7).

Kadın dernekleri ve aile örgütlenmelerinin panel ve sempozyumları eğitim ve bilgilendirme açısından yararlıdır. Bu toplantıların daha geniş kitlelere duyurulabilmesi sağlanmalı ve sadece 15 Mart Tüketiciler Günü'nü kutlama etkinliği olarak değil bütün seneye yayılan çalışmalarla gerçekleştirilmelidir.

2.2.4. Türkiye'nin AT'ye Uymu

12.Eylül.1963'de Türkiye ile AT arasında imzalanan Ankara Anlaşması'nın 16. maddesinde "Aktif taraflar, Topluluğu kuran anlaşmanın üçüncü büyük bölümünün birinci kısmında yer alan rekabet, vergileme ve mevzuatın yaklaştırılması ile ilgili hükümlerde anılan ilkelerin, ortaklık ilişkilerinde uygulanması gerektiğini kabul ederler" hükmü ve 23.Kasım.1970 tarihli Katma Protokol'ün 43. maddesinde "rekabeti sınırlayıcı tedbirlerin önlenmesi" ve "Ortaklık Konseyi, bu Protokol'ün yürürlüğe girişinden sonra altı yıllık bir süre içinde, Topluluğu kuran anlaşmanın 85, 86, 90, 92. maddelerinde belirtilen ilkelerin uygulama şartlarını ve usullerini tespit eder" hükümlerine yer verilerek, tüketicinin korunmasına ilişkin tedbirlerin Ortaklık Konseyi çalışmalarına bağlı olduğu belirlenmiştir (TİSK (1989), 114). Bu amaçla, Türkiye'de serbest rekabetin tam olarak işlemlerini sağlayacak düzenlemelere gidilmeli ve kartelleşmeyi önleyici yasa çıkarılmalıdır.

a. Ekonomik Uyum

Ekonomik açıdan Türk ürünlerinin AT malları ile rekabet edebilmesinde standardizasyon ve kalite kontrolü önem kazanmaktadır. 1992'da Avrupa'da ülkelerin kendi standartları yerine "Avrupa Standartları" listeleri geçerli olacaktır (Vardacas (1989),5). Türkiye'nin AT'ye uyumu amacıyla, 6. BYKP'nin "Kalite Kontrol ve Standardizasyon" başlığı altında belirlenen hedeflerin bazıları aşağıdaki gibidir :

Madde 607 : Plan döneminde mal ve hizmetlerin üretim kalitesi yönünden iç ve dış pazarlarda rekabet edebilir bir düzeye getirilmesi esastır...

Madde 608 : Gelişen teknoloji, hızla artan ürün çeşidi ve AT'ye uyum çalışmaları, yürürlükte olması gereken standart sayısının hızla arttırılmasını gerekli kılmaktadır ...

Aynı başlık altında "İlkeler ve Politikalar" bölümünde AT'ye uyum ile ilgili maddelerin konuyu ilgilendirenleri aşağıdaki gibidir :

Madde 611 : Türk Standartları sayısının AT Ülkeleri seviyesine çıkartılması çalışmalarına hız verilecektir.

Madde 614 : AT ve İslam Ülkeleri standart kuruluşları ile TSE arasındaki mevcut ilişkiler geliştirilecektir.

Madde 616 : Sağlık ve emniyet ile doğrudan ilgili konularda mecburi standart uygulamasına ağırlık verilecektir.

Standardizasyon konusunda TSE'ye büyük görev düşmektedir. TSE bünyesindeki 27 müdürlükten biri "AT ile ilişkiler Müdürlüğü"dür (TSE (1990), 18). AT Ülkeleri ve Türkiye'deki standart sayıları ve mecburi yükümlülük durumları 31.12.1987 itibariyle aşağıdaki tabloda karşılaştırılmıştır:

Tablo 2.2.4-1 AT Ülkeleri ve Türkiye'de Standart Sayıları ve Mecburi Yürürlük Durumları

Ülke	Standart Kuruluşu	Standart Sayısı	Mecburi Yürürlük (%)
Belçika	IBN	3.440	1
Danimarka	DS	2.677	10
Fransa	ANFOR	13.564	1
Almanya	DIN	20.000	-
Yunanistan	ELOT	654	0.4
İrlanda	NSAI	712	1.5
İtalya	UNI	7.575	1
Hollanda	NNI	4.890	2
Portekiz	IPO	2.589	18
İspanya	AENOR	7.794	18
İngiltere	BSI	10.420	-
Lüksemburg	ISO ve IEC üyesi değildir		
Türkiye	TSE	5.264*	14.71*

* Nisan 1990 itibariyle standart sayısı 8.318 ve mecburi yürürlük oranı % 11.56'dır.

Kaynak : TSE (1989), 26).

Uluslararası kuruluşlarla aynı olan Türk Standardı sayısı ise şöyledir :

ISO ile aynı olan Türk Standardı sayısı : 2.478
 IEC ile aynı olan Türk Standardı sayısı : 267
 CEN ile aynı olan Türk Standardı Sayısı : 74
 CENELEC ile aynı olan Türk Standardı sayısı : 123

"Halihazırda 220 olan CEN standardı ile 485 olan CENELEC standartlarının tamamının Türk Standardı haline dönüştürülmesi için kesif bir çalışma sürdürülmektedir" (TSE (1989), 27).

Ekonomik uyum konusunda kalite kontrol uzmanlarının yetiştirilmesi, işletmelerde kalite kontrol birimlerinin kurulması ve TSE standartları için işletmelere uzman yardımı yapılması önem kazanmaktadır (Tuncer (1990), 36).

b. Yasal Uyum

Bu konuda, yasalara işlerlik kazandırıldıktan sonra diğer ülkelerdeki uygulamalar uyarlanarak dava masraflarının düşürülmesi, toplu dava olanağı, işlemlerin basitleştirilmesi, tüketici örgütlerine dava hakkı ve konuyla ilgili uzman mahkemelerin kurulması sağlanabilir (Mucuk (1990), 135 ve Tuncer (1990), 35).

c. Siyasal Uyum

Sendika ve tüketici örgütlerinin demokratik bir yapı içinde birleşerek baskı grubu oluşturabilmesi ile derneklerin kalite testi yapabilmesi ve sonuçları yayınlayabilmesi sağlanmalıdır (Mucuk (1990), 137).

d. Sosyokültürel Uyum

Tüketici bilincinin geliştirilmesi ve bu bilincin tüm topluma yayılarak tüketicinin haklarını araması sağlanmalıdır.

Sonuç olarak, AT'ye uyumda tüketicinin korunması konusu "uzun vadeli" ve "sürekli" bir olgu olarak ele alınmalı, AT'deki çalışmalar devamlı izlenmeli, Türkiye'deki çalışmalar konuyla ilgili kurum ve kuruluşların işbirliği ile "tüketicinin korunması politikası" olarak genelleştirilmeli, konuyu gündemde tutmak için panel, sempozyum gibi toplantılar düzenlenmelidir.

BÖLÜM 3. AT'NİN TURİZMDE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA YAKLAŞIMI

3.1. AT'de Turizm

3.1.1. Rakamlarla AT'de Turizm

AT nüfusu 322 milyon olup bunun 254 milyonu yetişkin (15 yaş ve üstü) kişilerden oluşmaktadır. 1985'de AT vatandaşlarının % 56'sının yılda en az bir kez seyahate gitmiş olması (CE (1988), 1), Avrupa nüfusunun 140 milyondan fazla yetişkin turisti kapsadığını ortaya koymaktadır; bu da coğrafi yoğunluk açısından dünyanın birinci turistik pazarını oluşturur (Leguevaques (1989), 13).

AT üyesi ülkelerde tatile çıkma oranı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir :

Tablo 3.1.1-1 AT Ülkelerinde Tatile Çıkma Oranı

Ülke	Toplam Nüfus (milyon)	Yetişkin Nüfus (milyon)	Tatile Çıkma Oranı (%)	Yetişkin Turist (milyon)
Belçika	9.9	7.9	41	3.2
Danimarka	5.1	4.1	64	2.6
Almanya	61.0	51.5	60	30.8
Yunanistan	9.9	7.7	46	3.5
İspanya	38.6	28.9	44	12.7
Fransa	55.2	42.9	58	24.8
İrlanda	3.5	2.4	39	0.9
İtalya	57.1	44.4	57	25.3
Lüksemburg	0.4	0.3	58	0.2
Hollanda	14.5	11.4	65	7.4
Portekiz	10.2	7.3	31	2.2
İngiltere	56.6	45.2	61	27.5
Toplam	322.0	254.0	56	141.0

Kaynak : Leguevaques (1989), 14.

Yılda en az bir kez seyahate giden AT vatandaşlarının % 20'si başka bir AT ülkesine, % 13'ü AT dışı ülkelere gitmiştir (CE (1988), 1). Dolayısıyla, yılda en az bir kez tatil amacıyla ülkesi dışına çıkan AT vatandaşı sayısı 45 milyon olayındadır. Tatil amaçlı ülke dışına çıkış oranının ülkelere göre dağılımı şöyledir :

Tablo 3.1.1-2 AT'li Turistin Tatil Amacıyla Yurt Dışına Çıkışı

Geliş Ülkesi	Yetişkin Turist (milyon)	Yurt Dışına Tatil Amaçlı Çıkış (%) (milyon)		Dağılım (%)
Belçika	3.2	56	1.8	4
Danimarka	2.6	44	1.1	2
Almanya	30.8	60	18.5	41
Yunanistan	3.5	7	0.2	1
İspanya	12.7	8	1.0	2
Fransa	24.8	16	4.0	9
İrlanda	0.9	51	0.5	1
İtalya	25.3	13	3.3	7
Lüksemburg	0.2	94	0.2	1
Hollanda	7.4	64	4.7	10
Portekiz	2.2	8	0.2	1
İngiltere	27.5	35	9.6	21
Toplam	141.0	32	45.0	100

Kaynak : CECOD (Leguevaques (1989), 14)

Bu iki tablonun incelenmesiyle, yurt dışına turist gönderen başlıca ülkelerin Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda ve İtalya olduğu görülür. İlk üç ülke, yurt dışına turist gönderen "alışılmış/klasik" ülkeler olarak tanımlanmakta, Hollanda ve İtalya ise son yıllarda ülke dışına giden vatandaş sayısının artışıyla dikkat çekmektedir. Sadece Almanya, İngiltere ve Hollanda'da yurt dışına tatile gidenlerin toplamı AT genelinin % 72'sini oluşturmaktadır.

Almanya, harcamalar ve yurt dışına çıkış açısından Avrupa'nın birinci pazarıdır. Almanların yurt dışı harcamaları AT toplamının % 40'ını oluşturmaktadır. Ayrıca, AT genelinde turizm harcamalarının özel tüketim içindeki oranı % 8 iken, Almanya'da bu oran % 11'dir. (CE (1988), 1). Yurt dışına çıkış* açısından Alman turistik pazarı, 65 milyonluk toplam AT çıkışlarının 25 milyonunu oluşturmaktadır (Leguevaques (1989), 15 ve 39).

* Burada "yurt dışına çıkış = sene içinde yurt dışına çıkış sayısı x nüfusun o kadar kez yurt dışına çıkan yüzdesi" olarak hesaplanmıştır. Örneğin, nüfusun % 13'ü yılda iki kez yurt dışına çıkıyorsa, bu rakam $13 \times 2 = 26$ olarak ortaya çıkar.

AT'de gerçekleştirilmiş bir ankete göre, yıllık tatillerin % 32'si ve yıl içindeki ikinci bir tatilin %25'i yurt dışına olmakta, bu durumda senede 64 milyon yurt dışına giden Avrupalı turist oluşmaktadır (yıllık tatil için yurt dışına giden 45 milyon + ikinci tatil için yurt dışına giden 19 milyon = 64 milyon (Leguevaques (1989), 15-16).

Seyahatlerde, seyahat acentası ve organize tur kullanımı incelendiğinde, turistlerin % 22'sinin yıllık tatilleri, % 24'ünün de ikinci tatilleri için acentaları kullandıkları görülür. Organize turları en çok kullananlar, dış ülkelere gidenlerdir (Leguevaques (1989), 16).

AT anketine göre paket tur kullanımı şu şekilde dağılmaktadır:

100 turistten yıllık tatillerini geçirmek için	
... Ülkelerinde kalanların	% 3'ü
... başka bir AT ülkesine gidenlerin	% 32'si
... AT dışı bir Avrupa ülkesine gidenlerin	% 30'u
... Avrupa dışına gidenlerin	% 40'ı

organize tur satın almaktadır. Bu ve benzeri verilerle AT'li turistlerin yurt dışı seyahatlerinin % 45'inin seyahat acentalarından geçtiği söylenebilir (Leguevaques (1989), 143).

AT ülkelerindeki 24.000 seyahat acentasında 160.000 kişi çalışmaktadır. Seyahat acentalarının sağladığı topluluk (Bkz. EK VI) hasılası 45 milyar ECU (= 135 milyon FF)'dür (Peköz (1989), 57).

Genel olarak kuzeydeki ülkeler turist gönderen, güneydekiler ise turist kabul eden ülkelerdir. Son yıllarda İspanya, İtalya'nın önüne geçerek başlıca turist kabul eden ülke olmuş, turizm endüstrisinin eskiden beri gelişmiş olduğu Fransa ve İtalya uluslararası rekabetten etkilenecek az gelişme göstermiştir (Eurostat (1990), XX). 1980'lerde uluslararası turizmin geliştiği İspanya, Yunanistan ve Portekiz 1989'da bazı sorunlar yaşamıştır : paket turların kalitesinin bozulması, diğer Akdeniz ülkelerinin rekabeti, turizm merkezlerinde turist yoğunluğu ve çevrenin bozulması bu sorunların kökeninde yatan nedenlerdir. Bunların sonucunda, ikinci dünya savaşından beri AT üyesi Akdeniz ülkelerinin turizm faaliyetlerinde hacim ve geceleme sayısı olarak ilk kez net bir düşüş görülmüştür (Com CE (1990), 8 ve 13).

1986'da AT ülkelerini 137 milyon turist ziyaret etmiştir (CE (1988), 1). 1980-1987 arası turizm faaliyetlerinin arttığı, sınırlara gelişlerin % 31.5, ödemeler bilançosunda -gerçek rakamlarla- gelirlerin % 31.9, giderlerin % 24.6, otel ve benzeri işletme yatak kapasitesinin ise % 14.1 yükseldiği gözlenmiştir (Eurostat (1990), XIX).

AT'de turizmin önemli ekonomik göstergeleri incelendiğinde sonuçlar şu şekildedir :

- GSMH'nin % 5.5'ini oluşturmaktadır ve bu oran diğer sektörlerle kıyasla yüksektir (aynı oran İspanya'da % 9.4'e, Fransa'da % 9.0'a ulaşmaktadır) (Com CE (1990), 11).
- Çalıştırdığı 7.5 milyon kişi ile istihdamın % 6'sını oluşturmakta ve bu rakamlar giderek artmaktadır (Turizmde istihdam oranının ortalamasının üstünde olduğu ülkeler : İspanya (% 10.2), Portekiz (% 8.6), Yunanistan (% 7.2), Fransa (% 6.9) ve İtalya (% 6.4)) (Com CE (1990), 11).
- Nihai tüketimin % 8, toplam ihracatın % 5, toplam ithalatın % 4'ünü oluşturmaktadır.

Turizmde "yolcu taşımacılığı" ile "seyahat", uluslararası hizmet ticaretinin üçte birinden fazlasını, diğer bir deyişle OECD ülkelerinde tüm mal ve hizmet ticaretinin yaklaşık % 5'ini oluşturmaktadır ve bu iki alanın büyüme oranı toplam hizmetlerin büyümesini geride bırakmıştır (Com CE (1991b), 2).

Turizm sektöründe fiyatlar tüketici fiyatlarından daha hızlı artmaktadır. Bu farkın en büyük olduğu alan mevsimlik çalışmadan en çok etkilenen birim olan otellerdir (Eurostat (1990), XXXIX).

1988 rakamlarıyla, dünyada turizm gelir ve harcamaları en yüksek on ülkenin beşi AT üyesidir. Bunlara harcamaları yüksek olan Hollanda da eklenebilir :

Tablo 3.1.1-3 AT'de ve Dünyada Turizm Gelir ve Giderleri

Ülke	A	B	C	D	E
Fransa	16.500	39.500	7.88	9.717	5.00
İspanya	16.174	36.500	7.73	-	-
İtalya	11.482	27.000	5.49	6.013	3.09
İngiltere	11.238	16.556	5.37	14.690	7.47
Almanya	8.658	13.742	4.14	25.036	12.88
Hollanda				6.888	3.50
Toplam			30.61		31.94

A : Toplam turizm geliri (milyon dolar)

B : Gelen turist sayısı (bin kişi)

C : Dünya turizm geliri içindeki payı (%)

D : Toplam turizm harcaması (milyon dolar)

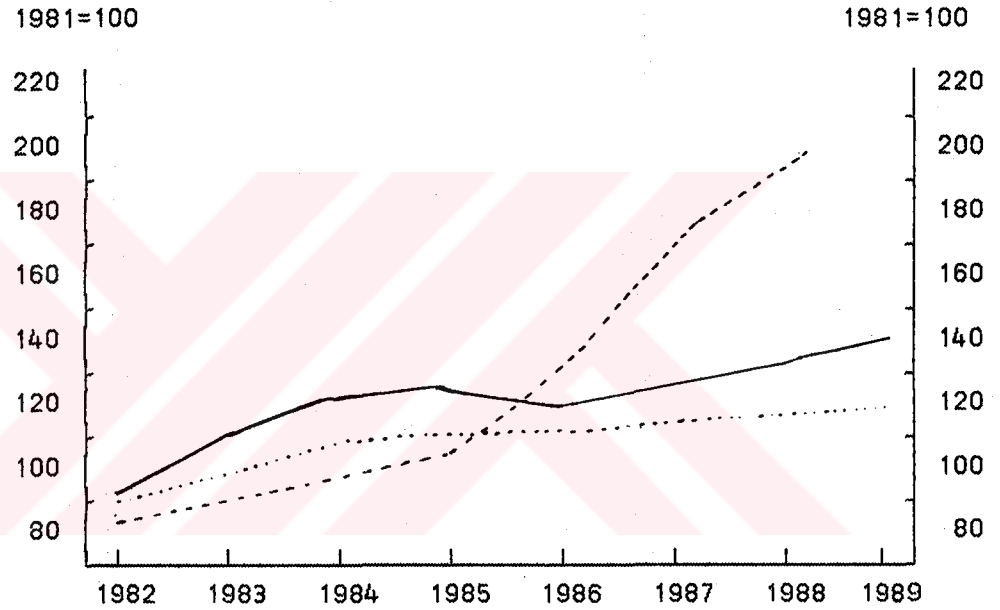
E : Dünya turizm giderleri içindeki payı (%)

Kaynak : TÜRSAB (Kasım (1990), 97)

Dünya turizm gelir ve giderlerinin % 30'dan fazlasını beş AT ülkesi oluşturmaktadır. Bu tablodaki ilginç nokta turizm harcamaları yüksek olan Almanya'nın turizm gelirlerinin oldukça düşük olmasıdır.

1980'li yıllarda Avrupa turizm gelir ve giderleri ile konaklama birimlerinde ortalama geceleme sayısının gelişimi aşağıdaki şekilde gösterilmiştir :

- Gelirler (gerçek rakamlarla)
- - - Gelirler (cari dolar olarak)
- Konaklama birimlerinde geceler



Şekil: 3.1.1-1 Avrupa'da Uluslararası Turizmin Gelişimi

Kaynak: OECD (1990), 10

Uluslararası turizm, yıllık % 5'lik bir hızla büyümektedir (Desbodoboulou (1990), 24). Buna karşılık AT turizminin pazar payı son 10 yılda % 10 azalmış ve geleceğe yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulmuştur. Bu çalışmalardan biri kitle turizmine alternatif arayışdır (Com CE (1991a), 7). Kitle turizminin sakıncaları şunlardır :

- Nispeten düşük ekonomik getiri
- Yabancı tur operatörlerine bağımlılık
- Turistik işletmelerin yabancı anapara ve işletmecilere bağlı olması sonucunda turizm gelirlerinin çoğunun ülke dışına gitmesi (örneğin, İspanya'da turizm gelirlerinin % 53'ünün ülke dışına gittiği tahmin edilmektedir) (Eurostat (1990), XXI).

3.1.2. AT'nin Turizm Politikası

Tek pazarın yaratılmasıyla turizm endüstrisi yapısal bir değişiklik geçirecek ve yeni turist pazarlarında uluslararası rekabete açılacaktır. Hazırlık amacıyla, ülkeler arasında farklılık gösteren turizm politikalarının uyumlaştırılmasına çalışılmaktadır.

AT'de turizm konusunda ilk çalışmalar 1982'de Komisyon'un Konsey'e sunduğu "Turizm Politikasına Doğru İlk Yönelimler" başlıklı yazısı ile başladı. Sosyal ve Ekonomik Komite ve Avrupa Parlamentosu tarafından olumlu bulunan bu yaklaşımdan sonra 1983'de Parlamento "Turizm Konusunda Topluluk Politikası"nı kabul etti (J.O. No C 10, 16.1.1984). Nisan 1984'de Topluluk Turizm Bakanları, Komisyonu, Topluluk turizmi için öneriler sunmaya teşvik eden bir karar aldı. Bu karara Komisyon, Ocak 1986'da "Turizm Alanında Topluluk Eylemi" raporuyla cevap verdi (J.O. No C 7, 12.1.1987). Bu rapor altı eylem alanını belirlemekteydi :

- Topluluk içinde turizmim kolaylaştırılması ve tutundurulması
- Turizmin mevsimsel ve bölgesel dağılımının iyileştirilmesi
- Turistlerin daha iyi bilgilendirilmesi ve korunması
- Turizm endüstrisinde çalışma koşullarının iyileştirilmesi
- AT'de turizm sorunlarının belirlenmesi
- Topluluk Yapısal Fonları'nın turizm için daha iyi kullanımı

Aynı zamanda üye ülke hükümetleri, turizm sektörü ve Komisyon temsilcilerinden oluşan Turizm Tavsiye Komitesi (Tourism Advisory Committee) kurularak (J.O. No L 384, 31.12.1986), Ülkelerarası işbirliği çalışmaları başladı.

Avrupa Parlamentosu'nun turizm konusundaki ilk kararlarından biri "Turizmin Sunduğu Bölgesel Gelişme ve Sosyal Önlem Olanakları" idi (J.O. No C 36, 17.2.1986; J.O. No C 99, 13.4.1987). Ayrıca Konsey "Otellerle ilgili Bilgilerin Standartlaştırılması" ve "Otellerde Yangın Güvenliği" konularında tavsiye kararı aldı. (J.O. No L 384, 31.12.1986). Bu iki karar, çalışmanın 3.9 bölümünde tartışılacaktır.

Parlamento'nun 22.1.1988'de aldığı AT'de "turizmin kolaylaştırılması, tutundurma faaliyetleri ve finansmanı" kararı (J.O. No C 49, 22.2.1988) bir çok yapıcı önlem içermekteydi. Önerilerden biri olan bir turizm yılı ilan edilmesi konusu 1988 sonunda ele alınarak 1990 Avrupa Turizm Yılı ilan edildi. Bu yılın amacı ülkelerarası kültür ve yaşam biçimlerinin tanıtılması, turizmin, çevre kalitesine de önem vererek, zaman ve bölgeler içinde daha iyi dağılımının sağlanması ve AT içi ve üçüncü ülkelerden AT'ye doğru turizm faaliyetlerinin tutundurulması idi.

Sene içinde yarışma, fuar, turlar vb. faaliyetler düzenlenmiş ve toplantılarda öncelikli eylemler ve seçenekler geliştirilmiştir. Bunlar, sosyal turizm, gençlik turizmi, kültür turizmi, kırsal kesim turizmi ve çevrenin korunması başlıkları altında toplanabilir. Komisyon, Eylül 1990'da, kitle turizmine alternatif olarak yüksek kaliteli turizmin gelişmesini konu alan "kırsal kesim turizmi"ni içeren bir öneriyi kabul etmiştir (24th Gen. Rep. (1990), 115). Aynı yıl "Paket Seyahat, Paket Tatil ve Paket Turlar" başlıklı Konsey Yönergesi çıkarılmıştır (J.O. L 158, 13.6.1990). Bu yönerge tüketicinin korunmasına yönelik olduğundan içeriği çalışmanın 3.9 bölümünde ele alınacaktır. Avrupa Turizm Yılı sonunda, 13.12.1990'da Parlamento, turizmi geliştirmek amacıyla Topluluk politikasına desteğini tekrar belirtmiştir.

Parlamento ayrıca 1991'de, Topluluğun turizm politikasının bütün yönleri (ulaşım, kültür, bölgesel politika, dış ilişkiler, ekonomik ve sosyal önem, tüketici politikası ve çevre korunması) ile ilgili bir raporun sunulacağı genel bir tartışma açmayı planlamaktadır (Com CE (1991b), 1).

Mayıs 1988'den itibaren Konsey ve Avrupa Turizm Bakanları, üye ülkelerdeki turizm politikasıyla ilgili bilgi alış-verişi ve bu alanda Topluluk Eylemi'ne yaklaşımı tartışmak amacıyla düzenli olarak toplanmışlardır. 29.Kasım.1990'da Brüksel'deki toplantıda Bakanlar, Komisyon'dan, turizmle ilgili bir Eylem Programı'nın ana hatlarını belirlemesini istemiştir.

Bu talebe cevap olarak Komisyon 24.4.1991 tarihli "Eylem Planı"nı hazırlamıştır. "Plan turizmin tüm yönlerini kapsayacak, Toplulukta sunulmakta olan turizm faaliyet ve hizmetlerinin rekabet ve kalitesinin geniş anlamda gelişmesini, turizme olan talep bilincinin iyileştirilmesini ve bu talebi karşılayacak çalışmaları desteklemeyi amaçlamaktadır " (Com CE (1991b), 15).

Planda öncelik verilen alanlar ve alt başlıkları şöyledir (Com CE (1991b), 16-34):

a. Topluluğun ve ulusların politikalarında turizme yatay yaklaşımın güçlendirilmesi

- i. Turizm sektörünün bilgisinin artırılması (turizm istatistiklerinin geliştirilmesi, Topluluk politikaları ve teknolojik değişimlerin turizm ticaretine etkileri ve turizm ürünlerinin farklılaştırılması gibi çalışmaların uygulanması)
- ii. Topluluk ve ülke politikalarının işbirliğinin sağlanması
- iii. Turizm sektöründe dayanışmanın düzenlenmesi
- iv. Tatil mevsiminin değişik tarihlere dağılımı ve uzatılması
- v. Turistin tüketici olarak daha iyi korunması

b. Topluluk turizminin iyileştirilmesi için özel önlemlerin desteklenmesi

i. Turistik faaliyetlerin geliştirilmesi için orta dönemli eylemler

- Kırsal kesim turizminin geliştirilmesi
- Kültür turizminin geliştirilmesi
- Turizmin geliştirilmesinde çevre faktörünün göz önüne alınması
- Meslek içi eğitim ile turizm hizmetlerinin kalitesinin artırılması
- Turizmin daha fazla kişiye yayılması (yaşlılara, gençlere, az gelirliilere, özürliilere)

ii. Uluslararası önlemlerin yoğunlaştırılması (Uluslararası işbirliğinin teşviği, Orta ve Doğu Avrupa ile ticari bağların geliştirilmesi ve know-how transferi, şehirler arasında yeni turizm şekilleri ve teknik işbirliği)

c. Avrupa turizminin uluslararası pazarlarda daha iyi tanıtımı

i. Topluluk şirketlerinin üçüncü ülkelerdeki pazarlarının artırılması

ii. Topluluk turizminin üçüncü ülkelerde daha fazla tutundurulması.

3.1.3. AT Turizminin 1990'lı Yıllarda Gelişimi

Öngörülere göre turizmin gelişimi 1990'lı yıllarda özellikle talep çeşitlerinin aşağıdaki şekilde değişmesiyle kendini gösterecektir (Millan (1990), 40) :

- a. Yaşlı nüfusun çoğalmasıyla bu kesimin tatil talebi artacaktır.
- b. Gerçek gelirin büyümesi ve turizm harcamaları marjinal eğiliminin artmasıyla kişiler daha kaliteli ürünlere yöneleceğinden talepte kaymalar olacaktır.
- c. Yüksek gelir ve uzayan tatillerle, özel ilgi tatillerine (çoğunlukla genel turizm mevsimi dışında ve yurt dışına) duyulan ilgi artacaktır.
- d. Son yirmi yılda gelişen iş turizmi ve konferans ticareti gibi ürünler daha da gelişecek ve yeni ürünlerle tamamlanacaktır.
- e. Avrupa'daki politik değişimler talep ve arzda değişiklikler yaratacaktır.

3.2. Turizmde Tüketicinin Korunması

Tüketicinin korunması, tek başına, tanımlanması ve genel kanunlardan ayrılması zor bir konu iken, turizmde tüketicinin korunması, önleyici ve telafi edici korumanın sübjektif değerlere bağlı olması, sahasının belirlenmesinin yarattığı güçlükler ve yeni gelişmekte olan bir konu olması dolayısıyla daha da karmaşıktır. Bu bölümde konuyu belirlemenin zorlukları, içeriği, tarihsel gelişimi ve ileriye yönelik yapılabilecek çalışmalar incelenecektir.

3.2.1. "Turizmde Tüketicinin Korunması " Sahasını Belirlemedeki Güçlük

Rızaoğlu'nun tanımlamasıyla ((1988), 161-162), "turistik işletmeler, tüketicilerin ekonomik gereksinimlerinden çok, onların sosyo-ekonomik, sosyo-psikolojik, sosyo-kültürel ve akli olmayan gereksinimlerini karşılayan değerleri" ve bunların "fiziki varlıklarından çok niteliklerini" pazarlar. Bu nedenle, turistik hizmet ürünlerinin, önleyici koruma çerçevesinde belli bir standardizasyona bağlanması güçtür. Ayrıca, seyahat ürünü anında üretilip tüketildiğinden, iade edilme hakkı ve güvence, garanti ve hizmet sözleşmeleri ile satışa sunulan maddi ürünlerden farklıdır; dolayısıyla, hata, kusur ve kötü işleyişin onarılma ve geri döndürülme imkanı genellikle yoktur (McIntosh ve Goeldner (1984), 534). Böylece, telafi edici korumada tazmin hakkını belirlemek güçleşir. Turizmde telafi edici korumanın bir diğer zorluğu tüketicinin "tutku ve beklentileri doğrultusunda" tatile çıkması ve doyumsuzluğu halinde hemen yakınmaya başlaması nedeniyle (Rızaoğlu (1988), 162), tüketici haklılığının değerlendirilmesinin sübjektif ölçelere dayanmasıdır.

Turizmde tüketicinin korunması konusunda önleyici ve telafi edici yöntemlerde karşılaşılan zorlukların dışında, konunun sınırlarını belirlemek de güçtür. Bazı ülkelerde konuyla ilgili özel yasaların yanı sıra dolaylı yoldan korunmayı sağlayan çok sayıda yasa vardır. Ayrıca, seyahat ürünü, bilgi, rezervasyon, ulaşım, konaklama, yiyecek ve eğlence gibi değişik üretici ve araçların arz ettiği hizmetlerden oluştuğundan çok karmaşık bir faaliyettir. Bu hizmetlerin kullanımı, kişinin ülkesinde veya yabancı bir ülkede, fakat her koşulda esas ikamet noktasının dışında bir seyahatle gerçekleşir. Bu tüketim çoğunlukla taşıyıcı, otelci veya tur düzenleyicisinin ürün veya hizmetle ilgili güvenilir bir tasvir yapıp yapmadığı sorununu ortaya çıkarır (WTO (1981), 1-2).

Turizmde tüketici korumasının içeriğini belirlemek amacıyla merkezi Madrid'de olan ve tüm ülkeleri ve resmi turist kuruluşlarını temsil eden Dünya Turizm Örgütü - WTO (World

Tourism Organisation) tarafından 1980-1981 yıllarında, üye ülkelerdeki uygulamaların tespiti yöntemiyle yapılan çalışmada karşılaşılan başlıca güçlükler, konunun içeriğinin saptanmasındaki zorluğu da göstermektedir. Bu güçlükler şunlardır :

- a. Araştırmanın gönderildiği 184 ülkenin sadece 34'ü cevap vermiştir.
- b. Tüketicinin korunması ile ilgili konular ile sadece turizmdeki korumayla ilgili kanunlar arasındaki farkı belirlemek güçtür.
- c. Turist gönderen ülkelerdeki kanunlar (reklamlar, güvenilir/gerçeğe uygun tasvirler vb.) kadar, turist kabul eden ülkeldekiler de (halk sağlığı, konaklama birimleri ile ilgili yönetmelikler vb.) tüketicinin korunmasında etkili olabilir.

3.2.2. Turizmde Tüketici Korumasının İçeriği

WTO'nun bu çalışması sonucu turizmde tüketici korunmasının kapsadığı konular aşağıdaki gibi sıralanmıştır ((1981), 9-10):

- a. Konaklama ve yiyecek birimleri ile ilgili yönetmelikler
 - i. sınıflandırma
 - ii. fiatlama ve fiyatların görünebilir şekilde teşhiri
 - iii. hijyen standartları
 - iv. tatilde kira değerleri
- b. Su ve binicilik sporları ile ilgili yönetmelikler
- c. Turistik ve el sanatları dükkanları ile ilgili yönetmelikler
- d. Seyahat acentaları, turistik tesisler, turizm rehberleri, tur düzenleyicilerinin sorumlulukları ile ilgili yönetmelikler
- e. Taşıyıcı belgesi almadaki formaliteler
- f. Taksi fiyatlarının belirlenmesi
- g. Bazı sınır formaliteleri
- h. Turizm Polisi
- i. Turizm sigortası ve yeni yardım tasarıları
- j. Şikayetleri değerlendirmede sistem ve işlemler
- k. Tüketiciyi koruma fonları
- l. Sağlık, yangın önlemleri ve turizm konaklamalarında diğer kaza riskleri hakkında yönetmelik
- m. Özürlülere sunulan gereçlerle ilgili teknik yönetmelikler (Sakatlar için tuvaletler, geniş kapılar, merdiven yerine rampalar vb.)

Bütünüyle ele alındığında bu önlemler sadece tüketicinin korunmasını ve bilgilendirilmesini sağlamakla kalmaz, turist ile turizm sektörü arasında bir güven ortamı oluşturur. Böyle bir ortam turizmin ulusal ve uluslararası alanda uyumlu gelişimi için şarttır.

3.2.3. Turizmde Tüketicinin Korunmasının Tarihsel Gelişimi

Yakın yıllara kadar turizm ve ticaret sektörü, turiste verilen bilgi ve tüketicinin korunmasının önemi tam anlamıyla kavrayamamıştır ve konuyla ilgili kanun ve yönetmelikler yenisidir.

19. yüzyılın sonunda, konaklama tesislerinde yangın güvenlik önlemleri, taşımacılıkta güvenlik, kamu yerlerinde temizlik ve yiyeceklerin hijyene uygunluğu gibi bazı konularda yönetmelikler uygulanmaktaydı. O dönemde tatil turizmi, ekonomik ve sosyal açıdan elit bir sınıfın ayrıcalığı idi. Toplu seyahat ise Avrupa'dan diğer ülkelere toplu g şeklinde gerçekleşiyordu. Bu toplu gleri düzenleyen firmalara Avrupa hükümetleri tarafından getirilen yönetmelikler seyahat düzenlenmesi ile ilgili ilk çalışmalar olmuştur. Örneğin, 14.Aralık.1876 tarihli Belçika ve 22.Mart.1888 tarihli işvire kanunları seyahat edenleri koruyan ilk kanunlar olarak kabul edilebilir.

1930'larda ücretli tatilin başlaması sonucu, özellikle gelişmiş ülkelerde, turizmin nüfusun her katmanına yayılmasıyla yasal düzenleme yapmak zorunlu hale gelmiştir. Örneğin 1936'da İtalya ve 1937'de Fransa, ziyaretçileri şirketlerin iflasına karşı korumak amacıyla seyahat acentaları ile ilgili ilk özel yönetmelikleri düzenleyen ülkeler arasındadır.

Günümüzde birçok ülke, turizm sektöründe tüketicinin korunması ile ilgili en basitinden en karmaşısına kadar birçok kanun ve yönetmelik hazırlamıştır. işlemler ülkelere göre değişiklik göstermekle birlikte, kanun ve yönetmelikler giderek tüketicinin yasal çıkarları ile turizm mesleğini bağdaştırma eğilimi göstermektedir (WTO (1981), 1-3).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde konuyla ilgili kanun düzenleme çalışmaları sonuçlandırılmamıştır. Tüketicinin korunması sadece ulusal düzeydeki çalışmalarla uygulanamayacağı için, giderek "lkelerst" düzenlemeler yaratma eğilimi gözlenmektedir (WTO (1981), 9).

3.2.4. Turizmde Tüketicinin Korunmasında Yapılabilecek Çalışmalar

Diğer hizmetlerde olduğu gibi, turizmde de, kalite ve fiatı belirlemek, değerlendirmek ve kontrol etmek oldukça güçtür ve hukuki ve hukuk dışı koruma yollarını belirlemede fazla hayal gücü ve esnekliğe ihtiyaç duyulur (de Cambiaire (1975), 17). Bu nedenle, uluslararası bir örgütün turizmde tüketicinin korunmasıyla ilgili "ulusal kanun ve yönetmelikleri sıralayarak incelemesi ve mevcut ve potansiyel tüketicilerin turizm ürünleri hakkında yeterli bilgi sahibi olmalarını sağlamak için uygun hareket yöntemleri" önermesi, ulusal çalışmaları bir benzerlik içinde yönlendirecek bir ön-düzenleme olabilir.

Bu ön-düzenleme önderliğinde, ulusal alanda, devlet tarafından kanun ve yönetmelikler, profesyonel turizm çevreleri tarafından kararname ve fonlarla turistin korunmasında ilk adım atılabilir. Bu tip çalışmalarda turizm çevreleri tüketici taleplerini kesin olarak öğrenmek ve politikalarını düzenlerken bu talepleri göz önüne almak durumundadırlar.

Tüketicinin talepleri ise turizm çevrelerine tüketici örgütleri aracılığı ile yansıdığından bu örgütlerin oynadığı rol önem kazanmaktadır. Turizmde tüketicinin korunması konusunda düzenleme yaparken, tüketici taleplerinden sonra turizm endüstrisinin durumu ve ürünlerin kalitesinin geliştirilmesi konuları ele alınmalıdır (WTO (1981), 1-12).

3.3. Turizmde Bazı Tanımlar

Çalışmanın bu aşamasında, ilerideki bölümlerde sıklıkla kullanılacak olan bazı turizm terimleri tanımlanacaktır.

a. Kitle turizmi

"Yolculuğun geniş ölçüde, konaklamanın da tamamı ile kollektif olarak cereyan ettiği, kişinin bir tatil grubuyla bütünleşmesinin sınırlı şekilde özendirildiği, halkın büyük sayılarda turizm olayına katılmasıyla doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür" (Toskay (1981), 148).

b. Tur

"Başladığı noktada bitebilen, bir programa bağlı olarak yapılan ve bu programda öngörülen hizmetleri kapsayan bir organizasyondur" (Seyahat Acentaları Yönetmeliği, Md. 11).

c. Turist

DİE'nin tanımıyla turist, "sürekli olarak oturduğu ülke dışında başka bir ülkeyi en az 24 saatlik bir süre için ziyaret eden kişidir" ((1987), 314). Turist kavramı içine,

- eğlence, tatil, sağlık, aile ziyareti gibi amaçlarla,
- bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif gibi alanlarda bir görev veya toplantı amacıyla,
- ticari veya sınai bir iş izlenmesi amacıyla,
- 24 saatten az kalsalar dahi özel gezi amacıyla gelenler girmektedir.

OECD ise turisti "seyahat sözleşmesiyle taşınan veya konaklatılan kişi" olarak tanımlamaktadır ((1980), 9).

Seyahat Acentaları Yönetmeliğinin tanımıyla turist, "para kazanma amacı olmaksızın dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip, kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimse"dir (R.G. 27.9.1975, Md. 4).

d. Tur Operatörü

Ücreti önceden ödenen ve planlanan tatilleri düzenleme işleminde uzmanlaşıp taşıyıcı ve/veya konaklama tesisi ile anlaşma yapan ve bu hizmetleri broşür veya diğer yayın yöntemleri ile seyahat acentaları aracılığıyla halka sunan şirketlerdir (OECD (1980), 9 ve McIntosh/Goeldner (1984), 574).

e. Seyahat Acentası

En basit tanımıyla seyahat sanayinin bir takım unsurlarını tek tek yada bir arada tüketiciye sunan işletmedir (McIntosh ve Goeldner (1984), 574). TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) Kanunu'nun 1. maddesi seyahat acentasını "kar amacıyla turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence imkanları sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler veren, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören ve turizm ekonomisine ve genellikle ödemeler dengesine katkıda bulunan ticari kuruluş" olarak tanımlamaktadır. Seyahat Acentaları Yönetmeliği ise aynı tanımlamada tekrarlamakta fakat ulaşım hizmetlerini araba, kamyon, otobüs ve yat kiralamasını da içererek detaylandırmaktadır (R.G. 27.9.1975, Md. 3).

f. Paket Tur

13.6.1990 tarihli AT Konsey Yönergesinde şu şekilde tanımlanmıştır : "Aşağıdaki hizmetlerden en az ikisinin tek bir fiatla satıldığı veya satışa sunulduğu ve hizmetlerin 24 saati aşan bir süreyi veya bir gecelik konaklamayı içerdiği, önceden düzenlenmiş bileşimlerdir : ulaşım, konaklama veya ulaşım ve konaklamanın tamamlayıcısı olmayan ve paketin önemli bir oranını oluşturan diğer hizmetler." Bir paket turun satımı veya alımında üç taraf vardır : tur operatörü, perakende satıcı olan seyahat acentası ve turist. Birçok AT ülkesinde tur operatörü tarafından düzenlenen paket turlar seyahat acentaları tarafından turiste sunulur. Türkiye'de ise 1990'da seyahat acentalarının birleşmesiyle oluşan tek tur

operatörü bulunmakta, genellikle seyahat acentaları tur operatörlüğü ve satış görevlerini kendi bünyelerinde toplamaktadır.

Kitle turizminin yaygınlaşmasıyla tüketici harcamalarında paket turların önemi giderek artmaktadır. Ev ve arabadan sonra, tatil, tüketici tarafından en fazla harcama yapılan alandır. Bu nedenle paket turların tüketicinin korunmasını ilgilendiren özellikleri aşağıda incelenecektir (OECD (1980), 9-10) :

- a. Paket turun, satın almadan önce kontrolü veya memnuniyetsizlik halinde iadesi mümkün değildir. Tüketici yalnızca seyahat acentasından veya -eksik veya yanlış olabilecek- kendi kaynaklarından bilgi edinebilir.
- b. Diğer hizmetlerin aksine ödeme önceden yapılır. Bu durumda tüketici, acenta tarafından ilk anlaşma değiştirilir veya iptal edilirse, önceden ödediği bedeli geri isteme durumunda kalır.
- c. Programlı tur, birçok taraf arasındaki resmi veya gayri resmi anlaşmalardan oluştuğundan, birindeki aksaklık yüzünden acenta ile turist arasındaki sözleşmede aksaklık olabilir.
- d. Hizmetin değeri katılımcıların sübjektif tepkileri ile ölçülür. Yolculuktaki bir aksaklık, hizmetin yalnızca bir kısmını etkilese bile, birçok kişi için yolculuğun bütün değerini bozabilir (örneğin, otelden memnun kalmayan bir tüketici için turun tümü "kötü"dür).
- e. Özellikle yabancı ülkelere olan turlarda turist, tanımadığı bir çevre, bilmediği bir lisan ve değişik davranış biçimleri içinde kalır. Dolayısıyla, programdaki bir değişiklik, normal koşullar altında dahi moral bozucu iken, yabancı topraklarda daha da büyür.
- f. Sözleşmeyi yapan tarafların kontrolü dışında mücbir sebep (Force majeure: grev, doğal felaket vb.)'lerden kaynaklanan durumlar olabilir ve seyahati ciddi şekilde etkileyebilir.
- g. Taraflar arası anlaşmalar turist tarafından kontrol ve takip edilemeyecek kadar karışıktır. Bazı ülkelerde sadece tur operatörü, bazılarında seyahat acentası, bazılarında da her ikisi için içindedir.
- h. Diğer birçok hizmet sektörünün aksine, hizmetlerin çoğunu temin eden tur operatörü, birçok ülkede, müşteri ile doğrudan ilişkide değildir. Turunu satan seyahat acentasından da uzak olabilir. Böylelikle şikayet halinde tüketici, sorumluluğun kime ait olduğunu saptamakta güçlük çekebilir.

Paket turun özelliklerine ek olarak göz önüne alınması gereken diğer bir nokta da yıllık izin kullanımının birçok kişi için bir kaçış noktası olmasından dolayı büyük beklentilerle dolu çok hassas bir atmosfer olmasıdır. Tüketici sadece para değil, sınırlı olan zamanını da harcamaktadır. Eğer program, planlandığı gibi yürütülmezse, maddi tazminat talep edilebilir ama kaybedilen zaman yerine konamaz.

3.4. Turistin Hakları

Çalışmanın birinci bölümünde ele alınan tüketicinin beş hakkı, bu bölümde, turizm alanındaki içerikleri ile incelenecektir.

3.4.1. Turistin Sağlığının Korunması Hakkı

Bu hak daha önceki bölümde Güvenliğin Korunması Hakkı ile birlikte incelenmişti. Ancak, içeriklerinin kapsamlı olması nedeniyle bu iki hak burada ayrı başlıklar altında incelenecektir.

Turist, bazen belli kronik hastalıklara sahip olarak, bazen "hastalık etkenlerinin kuluçka dönemi sırasında" seyahate çıkmakta, bazen de ziyaret ettiği ülkede iklim, çevre ve yiyecek koşullarına bağlı olarak hastalanabilmektedir. Ayrıca, çocuklar, gençler, yaşlılar ve gebeler turizm sağlığı açısından risk grubu olarak kabul edilir; toplu gezileri toplu riski artırabilir. Uluslararası tanı ve standart farklılıkları, kitle turizminin genellikle gelişmiş ülkelere gelmekte olanlara doğru gerçekleşmesi sonucu mevsimlik turizmde, turist kabul eden ülkenin altyapı ve hijyenik olanaklarının yetersizliği, acil durumlarda ödemenin kimin tarafından yapılacağı gibi sorunlar turizmde sağlık konusunu giderek önemli kılmaktadır (Güler (1990), 68).

Turistin sağlığının korunması önleyici ve telafi edici olarak ele alınabilir (WTO (1985), 5-6 ve Passini (1989), 77-84).

Önleyici Tedbirler

a. Aşılama

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) uluslararası turizm için gerekli olan mecburi ve ihtiyari aşıların listesini yayınlamaktadır. Uluslararası çaba sonucu aşı belgeleri standart formda düzenlenmeye başlamış ve bu çalışma bulaşıcı hastalıkların önlenmesinde önemli bir çaba oluşturmıştır.

b. Deniz Suyu Ekolojisi ve Deniz Suyu Kalitesinin Korunması

Deniz suyunda üreyen yosunlar, yat limanı ve uğrak yerlerinde deniz araçlarının usulsüz sintine boşaltması ve endüstriyel sızıntılar önemli bir çevre kirliliği yaratır.

Ayrıca, mevsimlik artan nüfus dolayısıyla suyun yetersiz kalması çoğunlukla "insan atıklarının" uzaklaştırılamamasına ve yetersiz altyapı nedeniyle "dolan taşan ve zamanında boşaltılmayan fosseptik çukurlar" çevre, sahil ve deniz suyu kirliliğine neden olmaktadır. Bu bölgelerde avlanan deniz hayvanları "toksik ve bakteriyolojik birçok etkeni barındırabilir".

c. Bağırsak Enfeksiyonları

Özellikle turisti rahatsız eden ishalli hastalıklar gibi enfeksiyonlar çoğunlukla deniz, su ve gıda kirliliğine bağlıdır.

d. Bulaşıcı Hastalıklar

Yolculuklara bağlı olarak bulaşıcı hastalıkların ülkeye girmesini önlemek için eski tarihlerden beri sınırlarda karantina, tecrit gibi önlemler alınmaktadır. Konuyla ilgili ülkesel yasal düzenlemelerin yanı sıra uluslararası sözleşmeler de vardır. Yakın dönemdeki bulaşıcı hastalıklar arasında solunum sistemi hastalıkları (örneğin lejyonellosis) ve cinsel yollarla bulaşan hastalıklar (örneğin AIDS) en önemlileridir. "Kişiye ve çevreye yönelik bütün önlemler alınmalı, turizm sektöründe çalışan personel eğitilmelidir".

e. Bulaşıcı Olmayan Hastalıklar

Diabet, yüksek tansiyon, kardiovasküler sistem hastalıkları gibi bazı kronik rahatsızlıklara sahip turist almakta olduğu tedaviyi seyahati süresince de devam ettirmek ister. Bu durumda, "tedavi yetersizliği, tanı ve tedavi standartlarının değişimi" sorun yaratabilir ve "bazı hastalıklar için bazı yolculuk biçimleri tehlikeli olabilir".

f. Turistlerin Özel Gereksinimleri

Bunlar özel tedavi gereksinimleri ve rehabilitasyon merkezleri ile rekreasyon alanlarının kullanımıdır. "Deniz, kaplıca, özel iklim koşulları, rehabilitasyon tesis ve hizmetleri bilimsel standartlara uygun olarak" yeterli tıbbi danışmanlık ve bakım hizmetleriyle birlikte sunulmalıdır.

g. Gıda Sağlığı, Beslenme Standardı, Yaşam Biçim ve Kalitesi

"Gıda hazırlanması ve saklanmasıyla ilgili hijyenik eksiklikler toplu zehirlenmelere yol açabilir", gıda standartlarındaki düşüklük ve yaşam düzeyinin bozulması ile sağlıklı çevre koşulları turisti olumsuz etkileyebilir.

h. Turizm Sektöründe Çalışanların Sağlığı

Dünyada 64 milyon kişinin doğrudan veya dolaylı olarak turizm sektöründe çalıştığı hesaplanmaktadır (Güler (1990), 69). Bu kişilere "temel sağlık bilgisi ve hijyenik davranış

Özelliklerinin kazandırılması ve gerektiğinde uygulama yapabilecek yeterlikte ilk yardım bilgi ve becerisinin verilmesi" ve turizm sağlığı konusunda eğitilmeleri gerekmektedir.

i. Karşılıklı Bilgilendirme

Turistlerin gittikleri Ülkenin iklim, çevre ve sağlık koşulları hakkında, "sağlık personeli ve turizm kuruluşlarının da turistin geldiği Ülke ile ilgili yeterli ve güncel bilgi" sahibi olmaları sağlanmalıdır.

j. Yasal Düzenlemeler

Turist sağlığı hakkında Ülkesel ve uluslararası düzenlemeler ülkelerarası standart farklılıklarını ortadan kaldıracaktır fakat bugüne kadar örneğin ABD ve Avrupa arasındaki standart farklılıklarının fazla önemsenmemiş olması belki de, bu farkın çok büyük sorunlar yaratmadığını göstermektedir (WTO (1981), 30). Buna karşılık, turist sağlığı verilerinin toplanabilmesi ile konunun ülke sağlık sistemine dahil edilmesi sağlanabilecektir.

Telafi Edici Tedbirler

Bazı bulaşıcı hastalıklar seyahat edilen Ülkenin iklim ve çevre koşullarında kendini gösterebilir veya hastalık seyahat sırasında oluşabilir. Bu nedenle, seyahat edilen Ülkenin "sağlık sistemine ulaşabilme, tanı ve tedavi olanakları, bunun mali yükü", turistin ülkesindeki "sigorta ve güvence örgütleri ile bağlantı kurabilmesi, ölümler, cenaze nakil ve taşımaları birçok ülkede halen en önemli turist sağlığı sorunlarını" oluşturmaktadır.

Hastalık dışında spor ve trafik kazaları, zehirlenmeler, yanıklar, güneş çarpmaları, boğulma gibi kazalar görülebilir. Bu noktada da, Ülkenin acil sağlık hizmetlerinin yaygınlığı ve kalitesi önem kazanmakta ve "turist sağlığı ve hekimliği yeni bir halk sağlığı dalı olarak gelişmektedir". Sağlık personelinin yabancı dil bilgisini artırmak ve turist hekimlerini turistik faaliyetin yoğun olduğu yöreler ve dönemlerde görevlendirmek gerekir. "Ülkeden çıkış ve giriş kontrolleri, laboratuvar değerlendirme olanakları ve turizm sağlığı ile ilgili kayıtlar çözülmesi gereken sorunlar arasındadır".

Yabancı bir ülkedeki tıbbi bakımın kimin tarafından ödeneceği sorun yaratabilir. Ülkeler arasında değişik uygulamalara rastlamak mümkündür :

- Bazı ülkelerde, sosyal sigorta kendi ülke vatandaşlarına ek olarak turistlerin de masraflarını öder.

- Bazı Ülkeler -özellikle AT Ülkeleri-, aralarında düzenledikleri tıbbi bakım anlaşmaları ve değişik sağlık sigortası imkanları ile, ücretsiz bakım sunabilirler (WTO (1981), 30).
- Bazı Ülkelerde sadece acil durum ve kaza hallerinde ücretsiz bakım ve tedavi sağlanır.
- Diğer birçok ülkede ise, tıbbi bakım için turistin ödeme yapması gerekir. Genel olarak kabul edilen yöntem, seyahate çıkarken sağlık sigortası yaptırmak gerektiğidir. Sağlık sigortası, kişinin kendi ülkesinde veya ziyaret ettiği ülkede yapılabilir (Örneğin, İspanya'da Seguro Turistico).

Bazen, sigorta acentalarının gençler veya üçüncü yaş grubu için sigorta yapmak istememeleri seyahati engelleyici/zorlaştırıcı bir unsur olarak kabul edilebilir. Çözüm olarak da, hükümetin sigorta şirketlerini destekleyip sağlık durumuna bakmadan bütün nüfusu sigorta etmelerini sağlaması önerilebilir (WTO (1985), 5-6).

Turistin sağlığı ile ilgili geliştirilen yeni bir kavramda, "sağlığın geliştirilmesi" (health promotion) ile hastalık riski taşıyan kişi ve grupların değil, toplumların günlük yaşamları ile ilgili düzenlemeler getirilmesi önerilmektedir (Velimirović (1989), 21-32).

3.4.2. Turistin Güvenliğinin Korunması Hakkı

Tüketici örgütlerinin yaptığı bir araştırmada, turist tüketicilerin güvenlik ve çevre korumasını önemli bir nokta olarak gördükleri saptanmıştır (WTO (1981), 47). Bu amaçla, WTO tarafından turiste kanuni korumanın gerekli olduğu durumlar maddelerle belirlenmiştir ((1985), 4-10) :

a. Kimlik Tespiti

Kimlik tespiti ülke içi ve dışı seyahatlerde gereklidir. İç turizmde nüfus kağıdı, sürücü belgesi ve kredi kartı gibi belgeler yeterli olabilir ve kimlik kaybı büyük bir sorun yaratmaz. Dış turizmde, genellikle pasaport, bazı ülkeler için ise vize gereklidir.

Pasaport seyahat hürriyetine aykırı gibi görünse de evrensel kabul gören bir kimlik yerine geçer. Bu nedenle, pasaportların standartlaştırılması ve içindeki bilgilerin her ülke yetkilileri ve kullanılan dilin herkes tarafından anlaşılır olması yolunda çalışmalar yapılmıştır.

Sorun, seyahat esnasında, pasaportun kaybolması veya çalınması halinde ortaya çıkar, ve mesele, sınır geçiş formaliteleri nedeniyle uluslararası bir önem kazanır. Bu durumda, konsolosluklar geçici kimlik verebilir fakat bu işlem bazı gelişmekte olan ülkelerde pahalı olabilir. Çözüm için, turistin bulunduğu ülke makamları seyahati geciktirmeme ve zorluk çıkarmadan devamını sağlama yolunda çaba gösterebilir. Tüm ülkelerin bilgisayarlı sisteme geçmesi ile pasaport kaybı sorun olmaktan çıkacaktır.

b. Ulaşım Vasıtaları

Her turist seyahati esnasında ulaşım vasıtalarından yararlanmaktadır. Hava seyahatinde emniyet, azami yük, bagaj kontrolü gibi önlemler uluslararası standartlara ve Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü - ICAO (International Civil Aviation Organisation)'nın kararlarına bağlıdır.

Demiryolu taşımacılığı 1961 Bern Konvansiyonu ve sonra 1980'de COTIF Konvansiyonu, denizyolu taşımacılığı ise 1974 Atina Konvansiyonu ile düzenlenmiştir. Bu Konvansiyonların geniş kabul görmelerine karşılık turistin korunmasını sağlayabilecekleri kesin değildir; fakat zaman içinde teknolojinin ilerlemesiyle kazalar azalmaktadır.

Kaza durumunda taşıyıcı ve turistin sorumlulukları şunlardır :

- i. Dava Yolu - Amaç turist tarafından taşıyıcının hata veya ihmalinin ispat edilmesidir; ispat halinde büyük tazminat isteyebilir. Sorun ise dava yolunun uzun ve uluslararası taşımacılığın karmaşık olmasıdır.
- ii. Taşıyıcı altın veya dolar olarak belli bir sorumluluk üstlenir. Bunun en önemli örneği 1929 Varşova Konvansiyonu ile hava taşımacılığında uygulanmıştır. Taşıyıcının sorumluluk miktarı enflasyon ile azaldığından turist şahsi sigorta yaptırabilir veya formaliteleri azaltmak amacıyla, havayolu tüm yolcularını kendi toplu olarak sigorta ettirebilir.
- iii. Taşıyıcı, maliyetini artırmamak amacıyla, tüm sorumluluğu reddedebilir fakat bu durumu biletinde açık olarak göstermek zorundadır. O halde turist sigortasını kendi yaptırabilir.

c. Yaya Gezi

Yaya turist tehlikelere açıktır, çünkü

- gezdiği yerleri tam tanımaz,
- görünüşü ülke insanlarının ilgisini çektiğinden saldırı ve hırsızlık tehlikelerine daha açıktır,
- cebinde ülke insanından daha fazla parası olacağı için hırsızın daha çok dikkatini çeker.

Yabancı turistin tehlikelere açık olması hükümet tarafından ilgilenilmesini gerektirse de kendi ülkesinde gezen turist de ihmal edilmemelidir; fakat yerli turistin sorunları daha azdır.

Ülkede emniyet sistemi gelişmişse, bu sistem yabancı turisti de korur. Klasik emniyet yöntemlerinin eksik kaldığı ülkelerde, gezi binalarının yakınlarında, lisan bilen ve günlük problemleri tanıyan "Turizm Polisi" geliştirilebilir; hırsızlıklara karşı da kart ve çek kullanımı yaygınlaştırılabilir.

d. Kamuya Açık Binalar

Bu başlıkla sinema, tiyatro, konser salonu, gece kulübü gibi yerler anlaşılmaktadır. Turistler ülke kültürünü tanımak istediklerinden buraları ziyaret ederler. Yangına karşı ve azami dolulukla ilgili önlemler ülke insanı ve turist için aynı olmakla birlikte acil çıkışları ve işlemleri belirtmek için uluslararası kabul gören işaret ve semboller kullanılabilir. Ayrıca, yabancı turizmi geliştirmek için ziyaretçiyi koruyucu ortak standartlar düzenlenebilir.

e. Konaklama Tesisleri

Tarihte, müşteri ve ona ait malların güvenliği hancıya aitti. Bugün ise tesis sahipleri, WTO Bölge Komisyonları ve ülkelerin belgelendirme yöntemleri ile belli standartlara uymaya zorlanmaktadır.

Tesis sahibinin sorumluluklarının başlıcaları :

i. Rezervasyon konusunda birçok ülkedeki uygulama aşağıdaki şekildedir :

- Depozito ödenmemişse ve müşteri saatine kadar gelmezse, otelci ona oda bulmak zorunda değildir.
- Depozito ödenmişse ve otelci oda veremiyorsa, aynı sınıftan bir otelde oda bulmak zorundadır.
- Depozito ödenmişse ve müşteri gelmezse, otelci depozitoyu geri vermeyebilir.

ii. Müşterinin eşyaları ve değerli malları odada bırakılsa veya kasaya kalsa otelci konudan aynı ölçüde sorumludur. Genellikle otelci, yazılarla, kıymetli malların odada bırakılmamasını isteyip sorumluluğunu azaltmaya çalışmaktadır.

iii. Müşterinin fiziki güvenliği açısından otelin belgelendirilebilmesi için tesadüfi kazalara mahal vermemesi şartı aranır. Otel sahibi yangına karşı korumaya, odaya başkalarının girmesini önlemeye ve örneğin iyi monte edilmemiş merdivenlere karşı dikkatli olmalıdır.

Uluslararası standartlaştırma ile müşteri güvenliğinin sağlanması amaçlanmış, sonuçlandırılmamışsa da 1970 de Özel Hukukun Birleştirilmesi için Uluslararası Enstitü - UNIDROIT (International Institute for the Unification of Private Law) Konvansiyon Taslağı hazırlanmıştır.

3.4.3. Turistin Ekonomik Çıkarlarının Korunması Hakkı

Turizm alanında tüketicinin ekonomik çıkarları seyahat acentası ve tur operatörü ile ilişkileri çerçevesinde incelenebilir. Seyahat acentaları ve tur operatörlerinin müşterilerine karşı sorumlulukları ise dört başlık altında toplanabilir (WTO (1985), 11-14) :

a. Seyahat Acentasının veya Tur Operatörünün iflası Halinde
Seyahat acentası veya tur operatörünün borçlarını ödeyememekten dolayı ticareti durdurması, başka bir ülkeye gönderdiği müşterisinin parasız ve korumasız kalmasına sebep olur. Bazı hükümet ve turizm kuruluşları bu durumdaki turistin ülkesine geri dönme masraflarını üstlenir veya tatilinin zehir olmasını önlemek amacıyla hükümet veya havayolu şirketleri destek sağlar.

Seyahat acentasının iflası halinde, acenta sadece rezervasyonunu tur operatörüne iletmekle görevli bir aracı olduğundan, sorumluluğu tur operatörü üstlenir. Tur operatörü, ön ödemeyi alıp rezervasyonu teyid ettiği anda, tur operatörünün sorumlulukları seyahat acentasınıninkileri tamamlamaktadır. Tur operatörünün faaliyeti durdurması halinde ise, üye olduğu mesleki örgüt, üyesinin müşterilerine karşı sorumluluklarını üstlenir.

b. Kayıp veya Yaralanma Halinde
Genel prensip sorumluluğun seyahat acentasından tur operatörüne geçmesi ve onun da suç kimde ise (taşıyıcı, otelci vb.) bulup sorumlu tutması şeklindedir. Bununla birlikte, seyahat acentası veya tur operatörünün ihmali varsa onlar da sorumlu tutulabilir.

c. Müşterinin Gayri-memnuniyeti Halinde
Geniş anlamda müşterinin memnuniyetsizliği sübjektif olduğu kadar objektif nedenlere de bağlanabilir. Objektif nedenler halinde, örneğin hizmetin reklamdakine uymaması veya

konaklama gece sayısının azaltılması, sorumluluk, turisti gönderen veya kabul eden ülke hukuku tarafından çözümlenir. Son yıllarda, tur operatörlerinin sundukları hizmetleri yakından takip etme eğilimleri artmışsa da, uluslararası turizmde uzaklık nedeni ile kulfetli olabilmektedir. Genellikle sorun, dava yoluna gitmeden, hakemlik yoluyla çözülmektedir.

Sanayileşmiş ülkelerde, gezisinden "hiç memnun kalmayan" turist sayısı genelde % 5'in altındadır. Turist kabul eden ülkeler ise turistik ürünlerinin kalitesini arttırmak için çaba harcamaktadır.

d. Müşterinin Sözleşmeye Uymaması Halinde

Müşteri tüm parayı ödemez veya seyahati iptal ederse, teorik olarak, tur operatörü tur ücretini ve kayıp karını müşteriden talep edebilir; fakat genelde ve uygulamada, uzaklık nedeni ile dava yoluyla bu karara ulaşılamaz. Çoğu zaman, tur operatörü tarafından rezervasyon koşulları içinde iptal şartları da belirtilir. Turistik hizmet "stoklanamaz" olduğundan, seyahat tarihi yaklaştıkça, tur operatörünün zararı artar.

1970'de Brüksel'de 61 ülkenin katılımıyla düzenlenen UNIDROIT Diplomatik Konferansı'nda Seyahat Sözleşmeleri Hakkında Uluslararası Konvansiyon - CCV (International Convention on the Travel Contracts) ile seyahat sözleşmeleri ile ilgili kanunlar birleştirilmeye çalışılmıştır. CCV ile, paket turdaki tüm hizmetlerin tek fiyat olarak saptanması "organize seyahat sözleşmeleri", hizmetlerin bir kısmının satın alınması ise "aracı seyahat sözleşmeleri" olarak tanımlanmıştır. CCV'nin 1985'e kadar sadece altı ülke (Arjantin, Belçika, Benin, Kamerun, İtalya, Togo) arasında uygulanıyor olması, uluslararası turizmde standart belirleme çalışmalarının gelecekte üzerinde durulabilecek bir konu olarak kaldığını göstermektedir.

Tüketicinin sağlık ve güvenliği ve ekonomik çıkarları başlıkları altında incelenen tüm riskler, sübjektif memnuniyetsizlik haricinde, sigortalanabilir risklerdir. Uluslararası turizmde, gelecekte, sigorta şirketleri için de geniş çalışma alanlarının varlığı görülmektedir.

3.4.4. Turistin Zararının Tazmin Edilmesi Hakkı

Tüketici örgütlerinin araştırmasına göre tüketici olarak turist, birçok ülkede, kimin hangi olaydan sorumlu olduğunu ve şikayet halinde nereye başvurması gerektiğini bilmemektedir. Ayrıca araştırmaya göre, turistler, şikayet halinde uygulanacak işlemlerin açık şekilde belirtilmesini istemektedir (WTO (1981), 47).

Tüketici örgütleri, paket turlarla ilgili yayınlarında, turistlere, şikayet halinde ne yapmaları gerektiği konusunda yol göstermektedir. Tüketicilerin haklarını aramada ısrarcı davranmaları ve acentaları ürünlerinin kalitesi ve verdikleri sözlerden dolayı sorumlu tutmaları gerektiği vurgulanmaktadır. Bir Belçika tüketici dergisinin verdiği oran oldukça yüksektir: araştırma yapılan grubun % 31'i tatilin bitiminden sonra küçük veya büyük bir şikayette bulunmuş ve bunları mektup yazmaktan tazminat talebine kadar uzanan yöntemlerle acentaya bildirmiştir. Şikayetlerin en büyük nedenleri, sırasıyla: broşürde verilen sözlerin tutulmaması, seyahatin süresi, konaklamanın kalitesi, yemeğin fiyat ve kalitesidir.

Bu dergilerin tüketicilere önerileri, taahhüt edildiği halde alınamayan hizmetten doğan alacak + çekilen sıkıntı ve hayal kırıklığından doğan tazminat talebini bir mektup ile seyahat acentası ve tur operatörüne bildirmek şeklindedir. Konu aldatıcı/yanıltıcı reklamı da içeriyorsa, mektubun bir kopyası da ilgili makama gönderilebilir. Bu aşamada olumlu bir cevap alınabilir veya tur operatörü şikayeti ciddiye almayabilir.

Tur operatörü ile süren yazışma olumlu sonuçlanmazsa, tüketici mahkemeye başvurabilir. Kaybetme durumunda büyük maddi yükü karşılaştırmamak için, küçük şikayet mahkemelerinin bulunduğu ülkelerde bu yola başvurulabilir. Bazı ülkelerde ise hakemlik yöntemi denenebilir.

Bazı ülkelerde, tur operatörü veya seyahat acentalarının iflası halinde turiste tazminat ödeme fonları vardır. Fakat bu fon, tur operatörünün faturaları ödememesi nedeniyle otel tarafından -gazetelerin deyimiyle- kapıya konan turiste, anında, bir yarar sağlamaz (WTO (1981), 20-21).

Avrupa Tüketici Hukuku Grubu ECLG (the European Consumer Law Group), getirdiği öneride tur maliyetinin % 25'inin, taahhüt edilen tüm hizmetler yerine getirilene kadar, bir banka hesabına yatırılabilceğini belirtmişse de, bazı tüketici örgütleri bunun ideal ve uygulanabilir bir çözüm olmadığı yolunda görüş bildirmişlerdir (WTO (1981), 24).

3.4.5. Turistin Bilgilendirilme ve Eğitim Hakkı

Turistin eğitilme hakkı tüketicinin eğitilme haklarıyla eşdeğer olduğundan bu bölümde özellikle bilgilendirilme hakkı üzerinde durulacaktır.

Turistin bilgilenebilmesi iki kaynaktan sağlanır: reklamlar/ilanlar ve broşürler. Broşür, turun türü, konaklama tesisleri, fiyat ve fiata dahil olan hizmetlerle ilgili bilgi verir ve genellikle paket turla ilgili tüketicinin karar vermesine neden olan en büyük bilgi kaynağıdır. Tüketici örgütlerine göre, tüketicinin bir paket tur aldığı zamanki bilgi azlığı ile satın aldığı başka bir mal veya hizmet yoktur (WTO (1981), 16).

Broşürler alıcı kitle için bilgi edinmek, satıcı için yüksek rekabetli alanda tutundurma yapmak amacını taşır. Bu ikilem genellikle tüketicinin bilgi eksikliğinden yakınmasını ve temel ve doğru bilgiye olan ihtiyacını yansıtmaktadır.

Bazı tur operatörlerinin hazırladığı "Davranış Kuralları"na göre,

- her broşür "müşterinin seçimini yaparken bilgili bir yargıya varabilmesi için açık, anlaşılabilir ve doğru bilgi" içermelidir;
- rezervasyon şartları "kolaylıkla okunabilir ve anlaşılabilir" olmalı ve "doğabilecek ek ödeme durumları açıkça belirtilmelidir" (WTO (1981), 16).

Seyahat rezerve edildiği anda, broşür, kanuni önemi olan bir belge haline gelmektedir.

Broşürlerdeki bilgi eksikliğinin en fazla şikayet konusu olduğu iki nokta vardır (WTO (1981), 15-17) :

a. Fiatlar

- i. Genelde rezervasyon koşulları uzun ve zor anlaşılır lisanla, küçük punto ile yazılmakta, birçok şart kanun maddeleri verilerek kısaltılmaktadır. Tüketiciler bu şartların, turistten çok hizmet vereni eşitsizce koruduğunu düşünmektedir.
- ii. Ayrı hizmetlerle ilgili fiyatlar (konaklama, yemek, ulaşım vb.) değişik sayfalarda bulunduğu için karışıklığa sebep olmaktadır.
- iii. İstisnai maddeler açıkça görünmemektedir.
- iv. Hizmette taahhüt edilen ve edilmeyenler genellikle karışıktır.
- v. Tatil süresince düzenlenecek olan ihtiyari tur ücretlerinin ne kadar tutabileceği her zaman belirtilmemektedir.
- vi. Havaalanı vergisi standart olduğu için fiatlara dahil edilmelidir.
- vii. "İndirimli" veya "ücretsiz" belirlemeleri genellikle görülmeyen yerlere yerleştirilmiştir.
- viii. Fiata eklenecek tüm farklar (örneğin, tek kişilik oda farkı) programın yanında bulunmamaktadır.
- ix. Fiyatlar ayrıca basılıp broşüre konabilir.

b. Otel ve Tatil Köyü Tanımlamaları

Otel ve tatil köyleri ile ilgili tasvirler yanlış veya yanıltıcı olabilmektedir. Tüketici örgütlerinin belirlemeleriyle, son yıllarda bu tasvirler daha belirgin ve yararlı olmaya başlamıştır fakat halen bazı eksikler göze çarpmaktadır. Broşürlerde özenle seçilmiş fotoğraflar ve oteldeki faaliyetlerle ilgili açık olmayan bilgiler vardır. Daha somut hatalara örnek olarak otel ve tatil köyünde var olmayan faaliyetlerin reklamı veya aynı otelin denize uzaklığıyla ilgili üç ayrı broşürde üç ayrı ölçüm görülebilmektedir.

Son zamanlarda, bazı broşürlerde otel ve tatil köyü haritaları verilmeye başlanmıştır. En açık bilgi verici haritalar ölçekli olan ve otel ve tatil köylerindeki faaliyetleri sembollerle gösterenlerdir. Şehirdeki bir tatil için otel adresinin broşürde belirtilmesi yararlı olur fakat genellikle bu gerçekleştirilmez.

Tüketici örgütlerinin bir diğer şikayeti, ülkeler arası farklılık gösteren otel sınıflandırma yöntemleri ve bu sınıflandırmaya ilişkin kontrollerin fazla yapılmamasıdır. Öneri, düzenli aralıklarla yapılacak kontrollerle, otel ve tatil köylerindeki faaliyetler kadar konfor ve atmosfer hakkında da bilgi verilmesi şeklindedir.

Tüketici örgütleri büyük tur operatörlerinin broşürlerini nasıl hazırladıklarını incelediklerinde, onların da iki büyük sorunla karşılaştıklarını görmüşlerdir :

a. Broşürler genellikle tatil mevsiminin başlamasından 15-16 ay önce yazılmakta ve bu süre içinde otel ve tatil köylerindeki fiyat ve faaliyetler değişebilmektedir.

b. Metin yazımı giderek güçleşmektedir. Okunmasını sağlamak için "kısalık, ilgi çekici olması için tanım ve renkli bir tasvir" ile "doğruluk" arasında bir seçim yapmak gerekmektedir.

Tüketiciler, son zamanlarda broşürlerin eskiye oranla daha doğru ve açık olduğunu belirtmekle birlikte daha da geliştirilebileceklerini söylemektedir. Aynı şekilde, tüketici, turistik ürünün kalitesi, kalite kontrol yöntemleri ve ürün kalitesini artırma çalışmalarının gerektiğine inanmaktadır (WTO (1981), 15-17 ve 47).

3.4.6. Turistin Temsil Edilme Hakkı

Yaklaşık her ülkede tüketiciye bilgi veren ve onu koruyan devlet birimleri vardır. Bazı ülkelerde ise tüketici ve seyahat sektörü temsilcilerinden oluşan özel hakemlik

kurulları oluşturulmuştur. Birçok Seyahat Acentaları Birliği tüketici şikayetlerini çözümlen işlemler geliştirmişlerdir.

Avrupa Tüketici Hukuku Grubu ECLG turizm konusunda daha fazla yasal düzenleme gerektiğini belirtmektedir. ECLG, turizmde fiyat artışlarının tüketiciye yansıtılma oranları, broşürün sözleşme sayılması, tazminat fonu kurulması gibi konularda öneriler getirmişse de bazı tüketici örgütleri bu önerilere katılmamaktadır (WTO (1981)31-32).

3.5. Turistin Karşılaşabileceği Riskler ve Sorumlulukların Dağılımı

Turistin karşılaşabileceği belli bir hataya bağlı olmayan veya önceden bilinerek önlenabilir riskler vardır. WTO, çalışmalarında, bu risklerin ölçümü ve çözüm yollarını incelemiştir ((1985), 15-22).

3.5.1. Seyahat Riskleri

Seyahat riskleri iki tanedir :

a. Hataya Bağlı Olmayan Riskler

Bu başlık ile tur operatörünün veya seyahat acentasının kontrolü dışında yer sarsıntısı, bulaşıcı hastalık gibi tabii riskler belirtilmiştir. Bu riskleri seyahat acentası da önceden bilemeyeceğinden müşteriye uyaramaz. Dolayısıyla, müşterinin karşılaşacağı zarar mücbir sebep sayılacağından kanunlar tarafları kanuni sorumluluk dışında tutar. Aksi kalde, kısıtlayıcı ve istisnai maddelerin haricinde sözleşmeye uyma zorunluluğu vardır. Bu yaklaşımlar, tur operatörü ve turisti kendi katılımları olmayan zararlardan doğacak sorumluluklara karşı korur.

Tur operatörü veya seyahat acentası riski önceden biliyor ve müşteriye uyarıyorsa sorumluluk müşteriye ait olabilir (örneğin, tur operatörünün uyarısına rağmen aşısını yaptırmayan turist tur operatörünü sorumlu tutamaz). Bilgilerin müşteriye, risk azaltıcı önlemleri almasına zaman tanıyacak şekilde iletilmesi gerekir.

Sorumluluklar iki tarafa da ait olduğundan sözleşmede karşılıklı hak ve görevler belirtilmelidir. Her iki tarafın da eşit pazarlık hakkı olduğu varsayılmasına rağmen turist, adil sözleşme için ekonomik yaptırımdan yoksun olduğundan, çoğu zaman tur operatörünün kendi kontrolü dışındakiler haricindeki sorumluluklarını da reddeden şartlarla karşı karşıya kalmaktadır. Böylece seyahat sözleşmeleri çoğunlukla gayri adil olmaktadır.

b. Hataya Bağlı Riskler

Turizm operatörü veya seyahat acentası tarafından isteyerek veya gereken özeni göstermeyerek yolda veya seyahat mekanında, müşteriye veya malına zarar gelmesiyle

sonuçlanan risklerdir. "Gereken özen" standartlarını belirlemek güçtür. Genellikle, "gereken özenin gösterilmemesi", tarafları ve riski düzenleyen kanunların ihlali veya durum karşısında, önceden belirlenmemiş olmakla birlikte, tur operatörünün yapması gereken davranışın ihmali olarak belirlenir.

Tur operatörünün müşteriye gösterdiği özen kadar turistin de kaza ve kayıpları önleyici davranışları göstermesi beklenmektedir. Turist, kendisi tarafından yaratılan riskten dolayı tur operatörünü suçlayamaz. Dava halinde, kanun ihlali yoksa, hakim o yaşta ve eğitim seviyesindeki bir turistin makul davranışları çerçevesinde karar verir.

3.5.2. Turist Risk Ölçümü

Taraflar, hataya bağlı olan veya olmayan risklerde, sadece öngörülebilir ve haber verilmeyen risklerden sorumlu tutulabilir. Sadece tek taraflı kısıtlama ve istisnai maddelerle dolu sözleşmeler geçersiz olduğu gibi, sözleşme dışı kanuni ölçütleri ihlal eden hareket ve ihmaller de geçersizdir.

Risklerin ölçümü öngörülebilirliklerine bağlıdır. Tur operatörü veya turist riski önceden biliyorsa önlem almak zorundadır; risk önceden bilinmiyorsa, kanuna göre riski bilmesi veya öngörmesi gereken tarafın belirlenmesi gerekmektedir. Genellikle kanun, riski öngörme görevini seyahat koşullarını bilmesi daha muhtemel olan tur operatörüne vermektedir.

Riskler için bir sınıflama yapılabilir :

- a. Objektif ve kantitatif : dış ölçümlerle saptanabilir.
- b. Sübjektif ve kalitatif : riskten etkilenen kişinin özel görüşüdür.

Örnekleme gerekirse :

- a. Objektif ve kantitatif risk
Müşteri su sporları amaçlı bir tatile gitmek ister ve bunu acentaya bildirir. Seyahat acentası, seyahat tarihindeki hava koşullarının uygun olmadığını söylemez, aksine "o tarihte hiç fırtına olmaz" şeklinde bilgi verirse, müşteri gittiği yerde umduğunu bulamaz. Seyahat acentasının bu yaklaşımı kasıtlı ise müşteri, ödemesinin tümünü, masumane fakat yanlış ise, müşteri, parasının bir kısmını veya tümünü geri alabilir.

b. Sübjektif ve kalitatif risk

Seyahat acentası "harika bir tatil olacak" şeklinde fikir beyan etmişse, müşterinin bunu bir kalite ölçütü olarak değil, bir fikir olarak algılaması gerekir. Bir turist için "harika bir tatil" bir diğerine hiç bir şey ifade etmeyebilir. Tur operatörü müşteriye "kişisel memnuniyeti" taahhüt etmemişse -hiç kimse böyle bir güvence veremez-, sorumlu değildir.

Diğer bir sorun, bilgi vermekle görevli tur operatörünün bilgi eksikliğidir. Profesyonel olarak, tur operatörü sattığı hizmetin niteliği ve çeşidi ile ilgili bilgiyi toplama ve kontrol etme durumundadır. Ayrıca, sattığı hizmetleri kontrol etme zorunluluğu seyahat acentasında olduğu için, muhtemel bir zarardan tur operatörü, taşıyıcı veya otel kadar, seyahat acentası da sorumludur. Bununla beraber, acenta, tur operatörü ile, müşterisine o tur operatörünün ürünlerini tavsiye etmek yolunda bir anlaşma yapmışsa, turiste ödeyeceği sözleşmeli veya sözleşmesiz her zararı tur operatöründen talep etme hakkına sahiptir.

3.5.3. Risklerden Doğan Zararların Karşılanması Maliyeti

a. Dava Yolu

Hataya bağlı olan veya olmayan risklere karşı turisti koruma belli bir maliyet içerir. Farazi olarak, hataya bağlı olmayan riskler, turistin kendi bilinciyle büyütülmemişse, sorumluluk tur operatörü veya seyahat acentasına aittir. Buna karşılık, tur operatörü veya seyahat acentasının bilerek müşteriye iletmediği risklerle ilgili, 1929 Varşova Konvansiyonu temel kavramları çerçevesinde, "sabit parasal tavan" saptanmıştır. Aynı Konvansiyona göre, taşımacılıkta "hata" şartı aranmadan sınır 75.000 \$ olarak saptanmıştır. Sorun, saptanan sabit tavanın her zaman enflasyonu takip etmemesi ve yükseltilmesinin arz tarafından engellenmesidir. Turistin tazminatının olması gerekenin altında belirlenmesini önlemek için 1979 UNIDROIT Konvansiyonunda "değişebilir tazminat tavanı" önerilmiştir. Maliyet kontrolünün diğer bir yolu da gençlik hostelleri, mifafirhane gibi bazı hizmet birimlerini tazminat sisteminden çıkarmak ve bunları yerel yönetmeliklere bağlamak olabilir.

b. Hakemlik Yolu

Bu sistemin olumlu noktaları, her iki tarafça kabul gören turizm uzmanlarının kullanılması, zaman ve maliyet açısından mahkemenin katı hukuki kurallarının önlenmesi ve dava yoluna başvurulmadan kapsamlı ve bağlayıcı kararlara ulaşılabilmesidir.

c. Hükümet Tazminat Kurulu

Hükümetler, sözleşmelerden doğan şikayetlerin tazmini ve kişisel ve maddi zararlarla ilgili sağlık, sakatlık ve ölüm harcamaları için sabit rakamlar tespit eden bir yaklaşım geliştirebilir. Böylece taraflar için, belli bir maddi tavana kadar ispat şartı aranmaz ve dava yolu engellenmiş olur. Bu maddi tavanın üstündeki şikayetler için taraflar dava yoluna gidebilir, fakat hata ispatı gereklidir. Her ülkenin kendi kurulu olduğundan karşılıklı veya birkaç ülkenin birleşmesi ile çalışmalar yapılabilir.

Hakemlik + dava yolu veya Tazminat Kurulu + dava yolu ikilemelerinin bir yönü de "risk sahiplenme" ve "kıyaslamalı hata" kavramlarının yaratılmasıdır; böylece hataya bağlı olan veya olmayan sorumluluk sisteminin zararlı yönleri önlenabilir. Turist ve tur operatörü arasındaki adillik açısından bu ilkenin temini önemlidir. Turistin karşılaşabileceği her çeşit riskin yaratıcısı ve tazmin edicisi olarak tur operatörünü görmek uygun ve gerçekçi değildir. Turiste kendi sorumluluğu kadar maddi sorumluluk eklendiğinde, tur operatörlerine yönelen maddi sorumluluk azalmaktadır.

3.5.4. Sigortanın Rolü

Turizm alanında sigorta, insan hatası, doğal felaketler veya kötü amaçlı davranışlardan kaynaklanan ekonomik, maddi ve kişisel kayıp ve zararların yüklenebileceği bir sistem haline gelmiştir. Bunun nedeni, turizm sigortası maliyetinin, genelde sigortalanan riskten daha az olmasıdır.

Özel sigorta şirketleri bazı riskleri sigortalamayı kabul etmemekte veya müşterinin sigortadan vazgeçmesine neden olacak yüksek primler istemektedir. Bu önlemler, rekabetin oldukça yüksek olduğu bir alanda karlılık oranını ve kendi çıkarlarını gözetme amacıyla açıklanabilir; ancak, bunlar turist ve tur operatörünün satın alacağı sigortanın ulaşılabilirlik, uygunluk ve yeterliliğini kısıtlamaktadır.

Sözleşmedeki bütün maddelerin turist lehine yorumlanması halinde dahi "şikayetin tur bitiminden sonraki 60 gün içinde yapılması gerektiği" maddesi dikkatsiz turist için muhtemel bir tuzaktır. Başka bir deyişle, turist ve tur operatörüne sunulan özel sigorta yöntemleri çoğunlukla görüldüğünden daha az bir koruma sağlamakta ve kesin çözüm olarak güvenilir bir sistem olmamaktadır.

Sigorta şirketlerinin genel turizm sigortası yapmaları yerine uluslararası çalışmalarla açık ve kararlı bir şekilde sözleşmelerdeki istisnai maddelerin belirlenmesi ve zorunlu fon rakamları ile uygulama sistemlerinin saptanması daha verimli olacaktır.

3.6. Turist Tüketicinin Şikayetleri

Tüketicinin turlarla ilgili şikayetleri çok değişik unsurlardan oluşabilir. Zaman içinde, paket turlardan gelen şikayetlerin artması iki ana nedene bağlanabilir. (McIntosh ve Goeldner (1984), 540 ve Rızaoğlu (1988) 165)

a. Günümüzde Tüketicinin Korunması Dalgası

Tüketicinin korunması olgusunun gelişmesi sonucu günümüz tüketicileri yaptıkları mal ve hizmet alımlarında kalite/fiat oranına daha fazla önem vermeye başlamışlardır. Ödedikleri değer karşılığını alamadıklarını düşündükleri noktada haklarını aramada direnmekte ve şikayetlerini artırmaktadır.

b. Paket Tur Endüstrisinin Gelişmesiyle Tur Pazarına Tecrübesiz Tur İşletmelerinin Girmesi

Son on yılda paket turlara olan talep yükselmiş, böylece tur pazarı yeni gelen firmalara açılmıştır. Talebe ek olarak, ilk sermaye oranının düşük ve getiri oranının diğer endüstrilere göre yüksek olması pazarın cazibesini artırmaktadır. Bir araştırmaya göre, tur operatörlerinin dolaylı veya değişken maliyeti toplam iş maliyetinin % 84'ünü, dolaysız veya sabit masraf ise % 13'ünü oluşturmaktadır. Deneyimli işletmelerin, talebin artması ile, büyümüş olmalarına karşılık, yeni işletmelerin pazar payı arza orantılı olarak artmıştır. Böylece deneyimsiz bir işletmenin yönetimi, memnun olmayan turist sayısını ve şikayet oranını çoğaltmıştır.

Hollanda'da yapılan bir araştırmaya göre paket turlardan memnuniyet oranının zaman içinde azaldığı görülmüştür (Bkz. Ek I).

UFTAA Başkanı Gerald Fernback'ın 11 Mart 1986'da Türkiye Otelciler Birliği'nin yemeğinde belirttiği gibi "Turist otelinden, odasından, hizmetten memnun değilse, şikayetini otelciye iletmez, gelip acentaya söyler. Acenta, otelin sahibi değildir ama tüketicinin şikayetini dinlemek ve değerlendirmek zorundadır" (TÜRSAB (Nisan 1986), 7). Tur operatörü, otel rezervasyonu, ulaşım biçimleri ve yer hizmetleri unsurlarını bir araya getirmekte fakat "tipik olarak hizmet unsurlarından herhangi birini, kimi zaman tur eskortu dışında, üretmemektir". Şikayetler, doğrudan turun kusurlu programlanmasından veya organizasyonundan yada üçüncü tarafların (otelci, taşıyıcı vs.) temin ettiği doyurucu olmayan hizmetlerden kaynaklanabilir". Bununla birlikte, uzun vadede, tur operatörü bu hizmetlerin kalitesini üçüncü tarafları uygun bir şekilde seçerek kontrol edebilir" (McIntosh ve Goeldner (1984), 540).

Engel, Blackwell ve Kolat tarafından yapılan bir araştırmada ((1978), 593-594), 86 farklı iş dalından tüketici yakınmalarının en yüksek olduğu 15'inde şikayet oranının % 57 civarında olduğu saptanmıştır. Bu yakınmaların en fazla olduğu sektörler sıralamasında hizmet işletmeleri -genellikle turizm işletmelerini kapsamaktadır- üçüncü sırada bulunmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde turistin tur operatörü veya seyahat acentası ile ilgili kişisel şikayetleri ile sosyal sorunlar incelenecektir.

3.6.1. Turistin Şikayetleri

Az sayıda ülke, kamu kuruluşlarına gelen şikayetlerle ilgili istatistik tutmaktadır. Bu konuda çalışma yapılan değişik ülkelerde, turizm hakkındaki şikayetler az fakat önemli yer tutmaktadır. Ayrıca şikayet, aile veya grup tarafından yapılmış olabileceğinden, istatistikler, paket turun herhangi bir hizmetinden memnun kalmayan turist oranını kesin olarak yansıtmayabilir (OECD (1980), 10). Çeşitli ülkelerde turizmle ilgili şikayetlerin dökümü bu çalışmanın sonundaki Ek I'de bulunabilir.

Paket turla seyahat eden turistlerin karşılaştıkları sorunlar üç ana başlık altında incelenebilir (OECD (1980) 14-19 ve WTO (1981), 14-25 ve McIntosh ve Goeldner (1984), 537-539, 550) :

3.6.1.1. Sözleşme Öncesi Sorunlar

Turistin seyahatle ilgili bilgi kaynakları sınırlıdır. Çoğu kez, basın ve yayın organları genel açıklamalar verdiğinden bilgilendirmede az etkili kalmakta, sadece belli yerleri önermede etkin olmaktadır. Kitle iletişim araçlarından sonra, dost ve tanıdıkların önerileri ve seyahat katalogları -resimli ve yazılı bilgi ile- tamamlayıcı olmaktadır. Son aşamada ise seyahat acentaları kişisel danışma ve broşür sağlamaktadır. Giderek turist karar aşamasında dost ve tanıdıkların önemi azalmakta, seyahat acentalarına danışma artmaktadır.

Modern pazarlama yöntemleri ile broşürde seyahat edilecek noktalar çok cazip gösterilir. Dolayısıyla bazı yanlış yönlendirmeler de vardır. Broşür ve reklamlardaki bilgi ile ilgili temel sorunlar şunlardır :

a. Fiyat

Turist için fiyat, karar aşamasında önemli bir belirgen olduğundan turisti çekmek için fiyat vermek olumlu bir yöntemdir. Buna karşılık, fiyatlar, genellikle, belli bir

minimum "-dan itibaren" verildiğinden yanlış yönlendirici olabilmektedir, çünkü bu tip fiatlar yalnızca belli koşullarda veya önemli noktalar hariç tutularak verilebilir. Fiatla ilgili diğer bir problem de, hizmetlerin belirli bir fiatla tanıtıldıktan sonra, özellikle harekete az zaman kala, daha pahalı turlarla değiştirilmesinden kaynaklanmaktadır.

b. Hizmet Kalitesi

Broşürler bazen konaklama üniteleri hakkında abartılı terimler kullanmaktadır; örneğin ortalama bir otel için "lüks" tabirinin kullanılması, fotoğraflarda denizin yakın gösterilip aradaki yol, demir yolu vb.'nin gösterilmemesi, reklamı yapılan gece klübü, uluslararası mönü veya deniz sporlarının sadece sezonda temin edilebilmesi gibi.

c. Konaklama Yerlerinin Konumunun Tanıtımı

Müşteri için konaklama yerinin yerleşimi önemli bir karar unsurudur. "Denize yakın", "kayak pistine yakın" tanımları bazen gerçekleri tam yansıtmamaktadır.

d. Seyahat Süresinin Tanımlanması

Tatil amaçlı seyahatte zaman önemlidir. Broşürde 7 tam gün olarak bildirilen bir tur, konaklama yerinde 5 tam gün/ 6 gece olabilmektedir.

e. Rezervasyon Koşulları

Tüketici örgütlerine göre bu koşullar hemen hemen tek yönlü ve tur operatörünü koruma amaçlıdır. Tur operatörleri sorumluluklarını sınırlamak için rezervasyon koşullarına maddeler koymaktadır; örneğin İsviçre'de tur operatörleri kendilerini turist ile hizmet arz edenler (havayolları, oteller vb.) arasında bir aracı olarak gördüklerinden bunu koşullarında belirtmekte ve bu hizmetler için sorumluluk üstlenmemektedirler. Sorumluluk şartlarının belirsizliği, müşterilerin değişikliklerde hakkını arama cesaretini kırar. Bazı tüketici örgütleri, turistlere, kendileri için adil görünmeyen rezervasyon koşullarını silmelerini/iptal etmelerini önermektedirler.

Sorumluluk koşullarının tek yönlü olmalarının yanında, tüketicilerin diğer şikayetleri bu şartların geniş bir şekilde ifade edilmiş olduğu ve fazla küçük harflerle yazıldığı yönündedir.

Broşür ve reklamlardaki bilgilerin dışında seyahat acentasının bilgi birikimi de sözleşme öncesi kararda önemli bir unsurdur. Seyahat acentalarının şehirler, oteller, ülkelerin vize durumları, ulaşım olanakları gibi bilgilerle

donatılmış olmaları gerekmektedir. Raflarda duran mallardan farklı olarak turistik ürün gözle ve fiziksel olarak incelenemez; dolayısıyla tüketicinin hangi seyahat hizmetini satın alacağına karar vermesi karmaşık bir süreçtir. Seyahat acentaları - özellikle tek bir tur operatörünün ürünlerini sattıkları zaman - turistin alabileceği her çeşit tatilin listesini tam olarak sunmaktan uzaktırlar; çoğu zaman da bağımsız olarak otel ve ulaşımı organize etmek yerine paket tur satmak daha kolay gelir.

3.6.1.2. Sözleşmeye Bağlı Sonunlar

Sözleşme yapıldıktan sonra ortaya çıkan sorunlar çeşitli başlıklar altında toplanabilir.

a. Fiyatın Artması

Rezervasyonun yapılmasından sonra tur operatörü veya seyahat acentasının kontrolü dışındaki fiyat artışları bazı sorunlar yaratabilir. Bu artışların nedeni tur operatörünün hizmet birimleri ile tüm anlaşmaları yapmaması veya kur değişimi, enflasyon veya devlet tarafından konan vergi artışlarını öngörmemesinden kaynaklanır. Tabiidir ki beklenmeyen maliyet artışlarının tur operatörü tarafından üstlenilmesi gerekmez. Artışların tüketiciye yansıtılması halinde turiste tura katılımının devamını gözden geçirme şansı verilmelidir; örneğin döviz kuru değişikliklerinden doğan küçük artışlar turist için rahatsızlık vericidir fakat kararını etkilemeyebilir fakat petrol fiyatlarındaki büyük yükselmeler paket turun fiyatını da önemli ölçüde artıracığından müşteri turunu iptal etmek isteyebilir.

Ayrıca, satış koşullarındaki "devlet tarafından getirilen artışlar" ibaresinin ne ifade ettiği turist tarafından açık olarak anlaşılamamakta ve artırımın maliyetini önceden hesaplayamamaktadır.

Tüketici örgütlerine göre tur operatörleri önceden planlama ve hesaplarla "kesin" fiyat verebilir veya -öneriye göre- belli bir tarihten sonra (örneğin hareket tarihinden 8 hafta önceden itibaren) fiyatlarını değiştirmesi engellenebilir.

b. Hizmetlerdeki Değişiklikler

Fiatlardaki artış kadar hizmetlerdeki değişiklikler de turist için zorluk yaratabilir; örneğin otelin değişmesi kayak pistine veya plaja daha fazla yürümesini gerektirebilir. Şikayetlerde, değişiklik duyurusunun çok geç yapıldığı -uçığa binerken- veya hiç yapılmadığı belirtilmiştir. En çok rastlanan iki şikayet kategorisi şunlardır :

- i. Duyurulmamış küçük değişiklikler.
Örneğin, kalkış-varış noktaları, zamanı, otel sınıf ve yerinin değişmesi.
- ii. Duyurulmamış büyük değişiklikler.
Örneğin, İtalya-Fransa'yı kapsayan bir turda Fransa yerine Yugoslavya'nın konması.

Genellikle tüketiciye bazı hizmetlerde değişiklikler olabileceği önceden bildirilmemektedir. Değişiklikler konusunda hiç bir bilgi alınmamışsa turist beklediği ve gerçekleşen hizmet düzeyleri arasındaki uçurum büyür ve tatminsiz yolcu tatminsiz bir seyahat tecrübesiyle başa bırakılır.

Bu sorunları önlemek amacıyla, paket tura rezervasyon yaptıran müşteriye hizmetlerde bazı değişiklikler olabileceği bildirilmelidir. Değişiklik olması halinde de bunun müşteriye en kısa zamanda iletilmesi gerekmektedir.

c. Reklamı Yapılan Hizmetlerin Sağlanamaması

Bu konuyla ilgili şikayetler toplamın % 36'sını teşkil etmektedir. Müşteriye taahhüt edilenle verilen arasındaki fark "kısmen razı olunamaz" dan (örneğin, vaad edilen çiçeklerin temin edilememesi) "hiç bir şekilde kabul edilemeyen" e kadar (örneğin, vaad edilen yöre yerine başka yere götürülmesi) uzanır. Seyahat ürünü anında bozulan ve dayanıksız bir hizmet olduğundan paranın geri ödenmesi veya diğer çabalar durumu düzeltmede etkili olmaz.

d. İptal Koşulları

Tur operatörü turla ilgili birçok faktörü seyahat tarihinden çok önce organize etmek zorundadır; örneğin, uçak ve/veya otelin tam doluluk koşullarında maliyetleri düşürmeleriyle düşük fiyat sunuyor olabilir. Rezervasyonun hareket tarihinden çok önce confirmasyonu edilmesi hem tur operatörü hem de turist açısından olumludur.

Tur operatörünün, ilan ettiği fiyatları temine devam edebilmesi için turistin turdan sorumsuzca vaz geçmesini engelleyici bazı caydırıcı tedbirler olmalıdır. Başka bir deyişle, iptal koşulları, tur operatörü ile tura rezervasyon yaptıran diğer turistler arasında fiyat değişimi olmaması açısından bir denge unsuru olmaktadır.

Turistin tura katılma kararını değiştiren neden bazen -hastalık gibi- özel durumundan, bazen de tur operatörünün sunduğu hizmet veya fiattaki değişiklikten kaynaklanabilir. Müşteri iptal ederse, tur operatörü ödemenin belli bir yüzdesini, haklı olarak, geri ödemeyebilir. Bu oran acentalar arasında değişiklik gösterebilir fakat genelde iptal seyahat tarihine yaklaştıkça geri ödenmeyen yüzde o miktarda büyür.

Birçok sorunun kaynağı, rezervasyon yapıldıktan sonra ve tur başlamadan önceki iptallerde uygulanacak koşulların açıkça belirtilmemesidir. Bu durumda konu, durumun ağırlığını kimin taşıyacağıdır: tur operatörü, seyahat acentası, turist veya -sigorta şirketi gibi- üçüncü şahıslar. Çoğu durumda, turistleri iptal koşullarına karşı sigortalayacak tedbirler vardır.

e. Adil Olmayan Sigorta Koşulları

Sigorta koşullarında genellikle turistlerin hangi risklere karşı korunduğunu bilmesini sağlayacak açık terimler kullanılmaz. Birçok durumda, turist var sandığı fakat küçük punto ile yazılmış istisnai maddeler sorun yaratmıştır.

Diğer bir şikayet noktası da hastalık sigortasının sadece aniden oluşan rahatsızlıklarla ilgili olup hastalık veya sakatlık dolayısıyla tıbbi tedavi görmekte olan kişileri içermemesidir. Ayrıca, kayak sigortası dar kapsamlıdır.

Bunlara ek olarak, sigorta sözleşmeleri valizin kaybı halinde sorumluluk sınırını açıkça belirlememektedir. Bazı ülkelerde sigorta koşulları her çeşit hata ve yanlışlık için sorumluluğu reddeder, örneğin valiz kaybı veya bozulması/zarar görmesi, hareket saati veya konaklama ile ilgili değişiklikler, tur operatörü veya anlaşmalı olduğu seyahat acentasının umursamazlığından kaynaklanan gezi ve faaliyet imkanı değişiklikleri gibi. Böyle koşullar, memnuniyetsiz müşterinin kanuni yola başvurmasını engeller.

İptal sigortası bazı Belçika seyahat acentaları tarafından paket tura dahil edilmiş fakat birçok sınırlama, tazminat tavanı ve makul olmayan istisnai maddeler getirilmiştir. Diğer ülkelerde iptal sigortası paket tura dahil değildir. Avusturya tüketicî örgütlerine göre iptale karşı sigortanın maliyeti tatil fiyatının yaklaşık % 4'ünü oluşturmaktadır. Ayrıca her iptal sebebi (örneğin iş yerinden izin alınamaması) sigorta tarafından geçerli sayılmamaktadır.

f. Tur Operatörü veya Seyahat Acentasının Ticari Başarısızlığı

Son yıllarda, tur operatörü ve seyahat acentalarının -ki turistlerle resmi ilişkileri hiç bir zaman açık bir şekilde tanımlanmamıştır- iflası sorun yaratmaktadır. Bu iflas çeşitli nedenlere dayanabilir fakat mağduriyetini çeken biletini, otelini vb. ödemiş olan turisttir; tur operatörü tasviyeye giderse bu ödemenin bir anlamı kalmaz. İflas halinde bir sigorta fonu veya destekleme yoksa turist, parasını geri alma şansı pek yoktur.

Şirket müşterileri tatillerini ve ön ödemelerini kaybeder veya yabancı bir ülkede başıboş kalabilirler. Yabancı ülkede kalan turistlerin sıkıntısını önlemek amacıyla tur operatörleri ve havayolu şirketleri arasında ihtiyari olan "Yurt Dışında Kalmış Turistlerin Dayanışması" anlaşması imzalanmışsa havayolları, yer olduğu sürece, bu durumdaki turistlere ücretsiz dönüş bileti sağlar.

Seyahat acentasının iflası halinde, müşterinin ön ödemesi tur operatörüne aktarılmamış ise, turist seyahati ile ilgili hak iddia edemez.

g. Yetersiz Taşıma Hizmetleri

Uçaklardaki gecikmeler sık sık şikayet sebebidir fakat çoğu zaman paket tur taraflarının kontrolü dışındadır. Şikayetler grev, hava durumu veya teknik nedenlerden kaynaklanan gecikmelerle ilgili olabildiği gibi tur operatörünün reklamında belirtilmeyen şehirlerde yapılan duruşlara da bağlı olabilir (örneğin kalabalık gruplar için havaalanındaki yetersiz yiyecek ve tuvalet imkanları).

Grevler gecikmelerin başlıca sebeplerinden biridir. 1977'de Avrupa'da hava kontrolörlerinin grevi nedeni ile uçak yolcularının yaklaşık yarısı gecikmeli kalmışlardır.

Uçaklardaki uzun süreli gecikmelere bağlı olarak, turistlerin gidişte beklemekle boşa geçen vakti için tazminat istemesi veya dönüş uçağının gecikmesi halinde fazladan kalınacak bir gecelik otel ücretini kimin ödemesi gerektiği gibi sorunlar çok tartışılmaktadır. Bulunan çözüm, sigorta sistemi ile, belli bir süreli gecikmeden sonra (örneğin 24 saat) tazminat ödeme veya turistlerin tatilinden vaz geçme hakkının sağlanmasıdır.

h. Havayollarında Overbooking

Paket turlarda, özellikle iki nokta arasında doğrudan uçuş varsa, overbooking sorun olmaz fakat birden fazla havaalanına inen uçaklarda sorun yaratabilmektedir.

Charter olmayan uçaklarda overbooking'in nedeni uçak şirketlerinin tam kapasiteye yakın oranla çalışmalarıdır. Esas olarak, havayolu şirketleri belli zaman süresi içinde iptal edecek müşteri oranını % 10-20 civarında hesaplayıp yeni rezervasyonları da kabul ederler, iptaller sonucu, rezervasyon anında yeri olmayan müşterilere de yer açılacağını düşünürler. Bazı durumlarda bu hesap yanlış olur ve rezervasyonu olup yeri olmayan turistler ortaya çıkar. Diğer uçuşlara devredilecek yolcuların saptanması zorluk çıkarır ve uygulamada, tam bilet parasının ödeyen müşteriye (indirimli bilete kıyasla) öncelik tanınır. Paket tur

satın alan müşteriye acenta tarafından rezervasyon sırasında biletin sınıfı belirtilmediğinden ve çoğu zaman bu bilet indirimli grup fiyatından işlem gördüğünden, turist zorluk ve gecikme ile karşılaşır.

Havayolu şirketleri özellikle tüketici şikayetleri konusunda özen göstermektedirler. Sivil Havacılık Kurumu - CAB (Civil Aeronautics Board) hava yolcularına yönelik şikayet düzenleme tavsiyeleri hazırlamıştır. Bu öneriler uçak yolcularına yönelik olmakla birlikte çoğu zaman problem yaratan diğer seyahat durumları için de uygulanabilir.

i. Otel Hizmetlerinden Memnuniyetsizlik

Konaklama kavramı ile oda, yiyecek, temizlik, genel konfor, hizmet ve sessizlik ifade edilmektedir. Konaklama hizmetleri ve otel kalitesi ile ilgili şikayetler iki ana başlık altında toplanabilir (Rızaoğlu (1988), 166-167):

i. İşletme içi unsurlardan kaynaklanan ve denetlenebilen şikayetler

- İşletme donanımı hakkındaki şikayetler
İşletmenin donanımı ve bunun işleyişinden kaynaklanan yakınmalardır; Örneğin, ısıtma, ışıklandırma, havalandırma ve su düzeni, buzdolabı, yüzme havuzu, kapı anahtarları vb.'den kaynaklanan şikayetler.
- Hizmet elemanları hakkındaki şikayetler
Personelin davranış ve tutumlarından kaynaklanır; Örneğin çalışanların asık yüzlü olması, müşterilere karşı dikkatsiz ve nezaketsiz davranışları, tüketicilerle aşırı arkadaşlık kurmak istemeleri vb. durumlar. Şikayetlerin çoğu eğitilmemiş ve iyi hazırlanmamış personel üzerinde yoğunlaşmaktadır.
- Hizmet hakkındaki şikayetler
Tüketicilerin bekletilmeleri, bagaj taşıma eksikliği, telefon güçlükleri, uykudan kaldırma hataları ve yeteneksizlikleri, yiyecek-içecek dağıtım konusundaki yanlışlıklardan kaynaklanan yakınmalardır. Sıkça şikayet konusu olan, temel ve çözülmesi mümkün hizmet sorunları şunlardır (Rey ve Wieland (1985), 18) :

- . Yetersiz bir rezervasyon sistemi
- . Sürekli müşterilerin adlarının bilinmemesi
- . "Daha ne istiyorsunuz" gibi uygun olmayan bir dilin kullanımı
- . Menü hakkında bilgisizlik ve uygun olmayan yemek servisi
- . Yiyecek ve içecek servislerinde sürenin uzatılması

- . Personelin dikkatsizliği ve müşteriler arasında fark gözetilmemesi
- . Personelin kılık ve kıyafet düzensizliği, kirliliği
- . Yetersiz kat hizmetleri
- . Oda servisinin acele ve düzensiz yapılması
- . Yiyecek-içecek personelinin birbirleriyle aşırı konuşma, müşteri önünde şakalaşma, sigara içme, yemek yeme gibi göze batan olumsuz davranışları
- . Soğuk yiyeceklerin sıcak, sıcakların soğuk olarak sunulması
- . Personelin müşteriye "o benim işim değil" türü dikkatsizce cevapları
- . Müşteri hesaplarında hata yapılması
- . Müşterilerin ödemelerde uzun süre bekletilmesi
- . Müşterilerin giriş ve çıkışlarda incelikli bir şekilde karşılanmaması

Eklenebilecek ilginç bir konu da turistik işletmelerin çoğunun yabancı turist çekebilmek ve çabuk kazanmak için yerli turisti ihmal etmeleridir. Yabancı turistler ise sadece işletme ve çevreyi görmek için gelmediklerini ifade ederek yerli halkla kaynaşma imkanı bulamamaktan yakınmaktadır.

ii. İşletme dışı unsurlardan kaynaklanan ve denetlenemeyen şikayetler
Tüketicilerin beklenmedik yakınmalarıdır. Objektif ve sübjektif olarak ayrılabilir :

- Objektif şikayetler
Hava koşullarındaki ani değişimler, yörede kamu taşımacılığı eksikliği, postane hizmetlerinin yetersizliği, hırsızlık, kazalar vb.
- Sübjektif şikayetler
Müşterilerin tutkuları, alışkanlıkları, sıkıntıları, işletmenin dış görünüşü, manzara, turistik yaşam biçiminin özellikleri, yabancı ortama uyum zorlukları, yerli-yabancı turist ilişkileri vb. beklenmedik öznel şikayetleri ortaya çıkarabilir.

Yukarıda belirtilen ve doğrudan otelden kaynaklanan şikayetler dışında otelci-tur operatörü ilişkisinden kaynaklanan sorunlar da vardır :

- i. Otelin broşürde tanıtıldığından daha kötü standartta olması
- ii. Müşterinin başka otelde veya otel müstemilatında konaklatılması
- iii. Tek kişilik odada kalanların, fazla ödeme yapmalarına rağmen daha kötü kaliteli odada kalmaları veya odayı paylaşmak zorunda bırakılmaları.

j. Otelde Overbooking

Tipik bir sorun, turiste deniz kenarı, plajlı, de luxe otel sözü verilip -varıldığında otelde yer olmadığını öğrenmesidir. Birçok durumda gecikme ve otel değişikliği ile ilgili belirsizlikler tatil zevkini yok edebilir; diğer otel aynı hatta daha iyi kalitede olsa dahi turist duruma üzücü olarak bakar. Overbooking olayı yıldan yıla, ülkeden ülkeye, bir tur operatöründen diğerine değişir.

k. Yerel Acenta Temsilcisi

Turist bir paket tur satın aldığı anda, tatil yerindeki temsilci, muhtemelen, acentayı temsilen karşılaşacağı tek kişidir. Onun müşteriye davranışı turistin acenta hakkındaki yargısını belirler.

İngiltere'de yapılan bir araştırmaya göre turistlerin % 10'u tatil köyü veya oteldeki acenta temsilcisinden şikayetçidir. Nedenleri: gerektiğinde bulunamamaları, bilgilerinin yanlış olması, havaalanı ve tatil yöresinde yardımcı davranmamalarıdır.

3.6.1.3. Sözleşme Sonrası Sorunlar

Paket turlarda müşterilerin karşılaştıkları sorunların çoğu fazla önemli değildir. Genelde turist sorun veya hayal kırıklığı yaratan konuyla ilgili şikayette bulunmaya gerek görmemekte fakat seyahat acentasına da bir daha uğramamaktadır. Bazı sorunlar da, tur operatörü veya seyahat acentasının kontrolü dışında mücbir sebeplerden kaynaklanabilir.

Önemli olan konu, turistin sorununu kime şikayet edeceğidir. Örneğin teraslı bir otel odasının reklamı yapılmışsa, turist bu yanlış tanımın kimin tarafından yapıldığını belirlemek durumundadır. Genellikle ilk iletişim noktası seyahat acentasıdır. Böyle yanlış tanımlamalar çoğu zaman seyahat acentasının sorumluluğunda değildir çünkü sadece tur operatörünün broşürünü ileten aracı konumundadır. Turist veya seyahat acentası tur operatörü ile iletişim kurarsa, otel tarafından yanlış bilgi verildiği cevabını alır. Turist otelden tazminat isteme durumunda kalır ki, başka bir ülkedeki otelle irtibata geçmesi güç ve masraflı olur.

Bazı ülkelerde sorun, tur operatörü ve seyahat acentası arasındaki sorumlulukların açık bir şekilde tanımlanmasıyla çözülmüştür. Diğer ülkelerde, tazminat isteyen turistin karşılaştığı en büyük sorun paket tur taraflarının sorumluluklarının belirlenmemiş olmasıdır. Aynı şekilde, bu tip zorluklarla karşılaşan hükümet veya iş çevreleri sorumluluğu belirlemede güçlük çekebilirler.

Turistin şikayetleri muhakkak dinlenmelidir; fakat objektif ve sübjektif yakınmalar arasındaki fark açık olarak belirlenmelidir. Tur operatörlerine karşı turistin korunmasının geliştiği son yıllarda, seyahat sonrasında herhangi bir şikayetle tazminat talebinde bulunan "profesyonel turist"lerin oluşması önlenmelidir.

3.6.2. Sosyal Sorunlar

Bu başlık altında turizme yönelik sosyal problemler olarak sakat turistlerin sorunları, otel yangınları ve çevre kirliliği incelenecektir (WTO (1981), 26-30) :

3.6.2.1. Özürlü Turistlerin Sorunları

Çeşitli bedensel özürü olan kişiler sadece kendilerine yönelik düzenlenen turlara katılmak istemeyerek diğer turistlerle kaynaşmak talebindedirler. Almanya'da özürülülerin herkes için düzenlenen turlara katılmaları sağlanmıştır.

Tur süresince özürülülere yönelik bazı düzenlemeler gerekmektedir. Önceden haber verilse dahi özürlü turist otelde kendisine gerekli hazırlıkları bulamayabilir. Rehber kitaplarda otellerin özürülülere sağlayabileceği kolaylıklar belirtilmeli, bilgiler açık olmalı, düzenli olarak kontrol edilmeli ve kitabın ölçütleri belirtilmelidir.

Özürlü turistler için sorun olan konular şunlardır : kaygan yer döşemeleri, fazla alçak yatak ve küvetler, fazla yüksek kapı kolları ve kulübe telefonları, fazla yumuşak veya alçak oturma birimleri, fazla dar kapılar, sağırılar için dudak hareketlerinin takip etmeyi zorlaştıran yetersiz ışıklandırma. Liste daha da genişletilirse: birçok priz, ayna ve acil çağırma zillerinin ulaşılabilen yerlerde olması, tekerlekli sandalyedeki hastaların tuvalette düşmelerini önleyici tutunma yerlerinin bulunmaması. Son iki şikayetin özellikle tekerlekli sandalyeye mahkum hastalardan gelmesi, turistik yapı tasarımcılarının özürülülerin ihtiyaç ve taleplerine karşı bilgisiz kaldıklarını göstermektedir. Uluslararası tekerlekli sandalye işaretinin olduğu yerlerde, gereken düzenlemeler olmadığından veya işlemediğinden, işaret çoğunlukla anlamsız kalmaktadır.

Eski binalarda özürülülere yönelik düzenlemeler yapılması güç olmakla birlikte yeni binalarda uygun bölümler yapılmaması için sebep bulunmamaktadır.

3.6.2.2. Otel Yangınları

Yangında neler yapılması gerektiği ve yangın güvenliği konusunda yaygın bir bilgisizlik göze çarpmaktadır. Başlıca

sorunlar şunlardır: büyük salonlarda yangın çıkışı olmaması, çıkmaz uzun koridorlar, yedek merdiven eksikliği, yangına dayanıklı kapı olmaması ve "çıkış" kapılarının kilitli olması.

3.6.2.3. Çevre Kirliliği

Çevre kirliliği konusu, özellikle deniz suyu kirliliği, turistin hakları bölümünde sağlık sorunları arasında incelenmişti. Eklenebilecek sorunlar şunlardır :

- Deniz suyu "kalitesi"ni belirleme yönteminin yeterli olmaması ve aynı gün aynı plajdaki ölçümlerde değişik sonuçlar alınabilmesi,
- Sahil seridi ve kırsal bölgelerin spekülasyonlar, şehirleşme, hava kirliliği ve yazlık evlerle bozulması.

Son yıllarda Akdeniz'in kirliliği, her sene çektiği yüz milyonun üstündeki turist nedeniyle uluslararası ilgi odağı olmuş ve "Akdeniz için Eylem Planı", denizi çevreleyen 18 ülkenin 17'si -Arnavutluk hariç- tarafından imzalanmıştır.

3.7. Tüketici Şikayetlerinin Turizm Sektörüne Yararları

Turizm endüstrisi bir bütün olarak kabul edildiğinde, otel ve lokanta gibi turistik işletmeler tur operatörleri/seyahat acentaları aracılığıyla turiste hizmet sunan birimler olarak görülebilir. Bu işletmelerle ilgili şikayetler paket tur alan turistler tarafından öncelikle tur operatörü/seyahat acentasına yapılır; şikayet yapılmaz ise, memnun olmayan turist konudan çevresindekilere bahsederek muhtemel müşteriyi de etkileyebilmektedir. Bu nedenle, tur operatörleri hizmet birimlerini ilgilendiren şikayetleri kendilerine ileterek ve hizmetlerin düzeltilmesi yolunda uyarı yaparak sektörün kendi içinde kontrol mekanizmasını geliştirebilirler.

Bir araştırmaya göre, yiyecek hizmetlerinde, bir tüketicinin şikayeti ortalama olarak 26 muhtemel müşterinin aynı işletmeye gelmesini engellemektedir. İşletmeler tüm yakınmaların % 96'sından haberdar olamamaktadır (Rey ve Wieland (1985), 18).

Bir işletme tüketici şikayetlerinden şu alanlarda yararlanabilir (Rızaoğlu (1988), 162-164) :

a. Personeli Eğitmek ve Hazırlamak

Turistik işletmelerde personelin iyi hizmeti müşterilerin devamlılığını sağlar ve tüketiciler işletme yönetimini personelin başarısıyla ölçerler. Bu sebeple, şikayetler, işletme yönetimini personelin eğitmeye yönlendirebilir.

- b. Gelecekteki Şikayetleri Azaltmak
İşletmenin gelen şikayetleri değerlendirerek o yönde düzenleme yapması ileride doğabilecek şikayetleri de önler. Tüketicilerin değişen değer yargılarını takip eden ve bu öğeleri yorumlayarak gerekli düzenlemeleri yapan işletme en fazla sayıda müşteriyi memnun bırakabilir.
- c. Kalite İnancı Geliştirmek
Turistik işletmeci şikayetler sonucu hizmet kalitesini talebe uydurabilir. "Turizmde kalite üstünlüğü yüksek maliyet demek olmayıp kaynakların en iyi... ve etkin şekilde kullanılmasıdır. Dolayısıyla turizmde kalite üstünlüğü pahalı mal ve hizmetlerden çok tüketicilere bağlı olarak dikkate alınmalıdır".
- d. Sorumluluk Duygusu Yaratmak
Turist tüketiciler çevre sorunlarına, doğal güzelliklerin çirkinleştirilmemesine, kirliliğe, gürültüye vb. karşı sorumlu yaklaşan işletmelere daha olumlu bakmaktadır. "İşletme yönetimi 'biz dikkat ve çaba gösteririz ve eğer tüketicilerimiz yaptıklarımızı sevmezse değiştirmeye hazırız' imajını yaratmalı ve bu ilkeye bağlı kalmalıdır" (Johnson, House ve McDaniel Jr (1974), 70).
- e. Tüketicilere Beklentileri Doğrultusunda Ürün ve Hizmetler Sunmak
Turizmde nesnel doyumdan çok öznel doyuma dayalı olay ve ilişkiler vardır. Turistik işletmeci turistin beklediği zevk, eğlence, dinlence, kolaylık gibi unsurları sunabilmek için yeniliklere açık olmalı, ekleyeceği yeni faaliyetlerle bıktırmadan müşterinin devamlılığını sağlayabilmelidir.
- f. Tüketicileri Eğitmek
Turistik işletmeler sundukları ürün ve hizmetler hakkında müşterilerine doğru ve ayrıntılı bilgi vermelidir. Tüketici şikayetleri işletmenin tanıtım konusunda eksikliğinin bilincine varmasına ve "tutundurma çabalarının başlatılmasına bir kaynak olurlar". İşletmenin iyi bir imaj geliştirmesi tüketici şikayetlerini tanımasına bağlıdır.

3.8. Turizm Endüstrisinde Mevzuata Olan İhtiyaç

Turizm endüstrisinde mevzuatın amacı, turun tümü veya belli unsurlarının pazarlama ve satışının, genel olarak kabul gören endüstri standartları ve işlemlerine uygun olmasını ve bunları aşmasını sağlamaktır. Paket tur endüstrisinin büyüme potansiyeli ve özel bir koruyucu mevzuatın bulunmaması nedeniyle böyle bir düzenlemeye ihtiyaç duyulabilir (McIntosh (1984), 536-537 ve 540).

Turizm endüstrisindeki mevzuat iki amaca yöneltilebilir (McIntosh (1984), 541) :

a. Koruma

Tur şirketlerinin ticari uygulamalarını yüksek standartta ve seyahat ürününün yüksek kalitede olmasını sağlamaya yöneliktir.

b. Telafi Etme

Turistin, haklarını koruması ve haksız davranış durumunda gerekli tazminatı alabilmesine yöneliktir.

Turizm mevzuatının başarısız olması halinde ise,

- paket tur olayının kötü olduğu imajı oluşacak,
- şikayetler, toplumsal olarak kabul edilemeyecek düzeye ulaşır, çok güçlü mevzuat gerekecek; bu tip mevzuat da yenilikçi ve sağlıklı bir endüstrinin gelişmesini engelleyecektir.

Turizm mevzuatının işleyişi aşağıdaki şekil ile gösterilmektedir (McIntosh (1984), 542):

Tur Endüstrisi

Mevzuat

Turistin aldatıcı pazarlama uygulamalarına karşı korunma hakkı bulunmaktadır

Turizm endüstrisi satışa ——— Koruyucu mevzuat
tur arz etmektedir

Turist turu satın alır

Haklarına saygı
gösterilmektedir;
şikayeti yoktur.

Hakları çiğnenmektedir;
şikayeti vardır;

şikayette bulunur. ——— Telafi edici
mevzuat

Paket turların ve buna bağılı tüketici şikayetlerinin artması, Ülkeleri, genel olarak tüketicinin korunması ya da doğrudan paket turlarla ilgili yönetsel ve hukuki önlem almaya yönlendirmiştir. Ülkelerdeki kanuni ve kurumsal yapı değişiklik gösterdiğinden turistin korunmasına yaklaşımlar da farklı olmuştur. Şu andaki duruma göre saptamalar şöyledir (WTO (1981), 30-33 ve 45-46; OECD (1980), 21) :

- Genelde bütün ülkelerde ticareti, az sayıda ülkede de turizm endüstrisini düzenleyen kanunlar vardır. Bunlara ek olarak, ülkelerdeki, özellikle seyahat acentalarına yönelik özel kanunlar göz önüne alındığında bütün ülkelerde seyahat sözleşmelerinin, bazı ülkelerde de broşürde verilen bilgi miktarı ve standardının kanunlarla kontrol edildiği söylenebilir.
- Bazı ülkeler, turiste sunulan bilginin kalitesini artırmak ve paket turun tarafları arasındaki sorumlulukları belirgin kılmak amacıyla ulusal seyahat örgütleri ile işbirliğine gitmişlerdir.
- Birçok ülkede, paket tur taraflarının sorumluluklarının düzenlenmesinde büyük sorun yaşanmıştır. Bu konuda en büyük önem seyahat acentasının ticari adaleti ile ilgili genel standartlar yerleştirmeye ve turistin iflaslara karşı özel rezerv fonları ile korunmasına yöneltilmiştir.
- Birçok ülkede, -uygulama ciddiyeti ülkeler arasında değişiklik gösterse de- seyahat acentalarını belgelendirme ve kontrol sistemleri vardır.
- Birçok ülkede, reklam ve ilgili şikayetleri düzenleyen katı kanunlar vardır. Diğer ülkelerde, reklam konusunda çoğunlukla ihtiyari "Uygulama Kuralları" geçerlidir.
- Seyahat endüstrisinde "Uygulama Kuralları" çok yaygındır ve bunların çoğu seyahat acentalarının uyguladığı "Ahlak Kuralları"dır.
- Birçok ülkede, halen yanıltıcı reklam, sözleşme hakları, broşür standartları, sunulan bilgi düzeyi ve paket tur düzenleyici/dağıtıcılarının ticari işlemlerini düzenleyen genel kural ve ihtiyari düzenlemelere gerek vardır.

Turizm endüstrisinde kanuni düzenlemelere ihtiyaç duyulmakla birlikte bazı sakıncalı yönleri de görülebilir (McIntosh (1984), 536-537 ve 544) :

- Mevzuatın sağladığı koruma tarzı genel, çok geniş ve belirsizdir.
- Mevcut koruyucu mevzuat turistin haklarını sağlamada kolay veya ucuz bir işlem getirmemektedir.

- Mevzuat, turun konaklama ve ulaşım gibi unsurları bir paket halinde toplanıp yeni bir ürün şeklinde sunulduğunda, işe yaramaz hale gelmektedir.
- Tüketicinin korunması hareketi ve buna bağlı mevzuat, özellikle çok aşırıya götürülürse, ürün seçimini, yeniliği ve rekabeti de sınırlayabilir ve rahatsız edici bir bürokratik yapı yaratabilir. Bunların sonucunda, maliyetlerin artması ve tüketicilere yansıtılan fiyatların yükselmesi ile gelecekte seçim yapılabilecek tur çeşidinin kısıtlanması sonucu ortaya çıkabilir.

Mevzuata yönelik bu olumlu ve olumsuz yaklaşımların bahsinden sonra AT çerçevesinde mevzuat yaratımı amacıyla yapılan çalışmalar bir sonraki bölümde incelenecektir.

3.9. AT'nin Turistin Korunmasına Yaklaşımı

Turizmde tüketicinin korunması öncelikle "Tüketicinin Korunması" başlığı altında incelenebilir. AT bünyesinde hazırlanan Tüketicinin Korunması I. Programı (1975-1980) turizmi ele almamış, hizmetlerle ilgili tüketicinin korunması kavramı ilk defa II. Program'da ortaya çıkarılmış ve turizm alanında "tur operatörlerinin, fiyat, rezervasyon, yeme-içme düzenlemelerinde turistlere zarar vermeyen bir uygulamaya gitmeleri" öngörülmüştür (Oktav vd. (1989), 39). Komisyon'dan istenen öneri, tur operatörlerinin statüsü, paket program maliyetlerinin (havaalanı vergisi, sigorta vb.) tüketicilere açıkça bildirilmesi ve duyurulan fiyatlara uyulması, programdaki değişiklikler karşısında turistin kararını gözden geçirmesine izin verilmesi, broşürlerin doğru bilgi vermesi, programların tam olarak uygulanması ve kur farklarının müşteriye yansıtılacağına bildirilmesini içeriyordu. Tüketicinin korunması konusunda Komisyon, 1990'ların başında uygulanacak üç yıllık planla tüketicinin iç pazardan azami ölçüde yararlanmasını ve pazara katılımını sağlamayı düşünmektedir. Eylem Planı 22 önlem ve 4 temel alandan oluşmaktadır : tüketicinin temsili, sağlık ve güvenliği, tüketiciyi ilgilendiren ticari işlemler, tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitimi (24th Gen. Rep. (1990), 227).

Turizm alanında - etkinliği tartışılabilen - iki uluslararası anlaşma bulunmaktadır (BEUC (1989), 1).

- a. 1970 CCV - AT ülkeleri arasında sadece Belçika ve İtalya tarafından uygulanmaktadır. Seyahat sözleşmeleri ile ilgili bu anlaşma, diğer AT ülkelerinde uygulanan kanunlardan daha az etkin olması ve daha az koruma sağlaması nedeniyle modası geçmiş olarak görülmektedir (Doc CE (1985), 95).
- b. 1979 - OECD Konseyi'nin havayolu ile yapılan turlarda tüketicinin bilgilendirilmesi ve korunması hakkında tavsiyeleri.

Turistin tüketici olarak haklarının korunması kavramının ele alınması yalnızca bu hakların ihlalden değil, zaman içinde turist sayısının artmasındandır (Kyriacopoulos (1990), 33). AT'de konu giderek "turizm" başlığı çerçevesinde incelenmeye başlamıştır.

Çalışmalar 1982 yılında Konsey'in, özellikle yurt dışına organize turları kapsayan Tüketicinin Korunması Tavsiye Taslağı ile başladı. Ocak 1986'da Komisyon'un hazırladığı "Turizm Alanında Topluluk Eylemi" raporunda belirlenen altı eylem alanından biri olan "turistlerin daha iyi bilgilendirilmesi ve korunması" çerçevesinde Aralık 1986'da Konsey iki Tavsiye Kararı aldı. Bunlar "Otellerle İlgili Bilgilerin Standartlaştırılması" ve "Otellerde Yangın Güvenliği" idi.

"Otellerle İlgili Bilgilerin Standartlaştırılması" (J.O. L384, 31.12.1986), özellikle konaklama hizmetleriyle ilgili bilgilerin standart sembollerle belirtilmesini içermektedir (Bkz. Ek II); tüketici korunmasında turistin bilgilendirilmesi yönünde bir çalışmadır. Konsey ayrıca Uluslararası Standartlar Örgütü ISO (International Standards Organisation) ve Avrupa profesyonel birimleri ile tartışarak bu standart bilgilerin uluslararası alanda daha geniş ölçüde kullanımını sağlamaya çalışmaktadır (Millan (1990), 41).

Turistin güvenliğinin korunması yönünde alınan "Otellerde Yangın Güvenliği" hakkındaki Konsey Tavsiye Kararı (J.O. L384, 31.12.1986) konaklama birimlerinin alması gereken özellikle teknik önlemleri içermektedir (Bkz. Ek III).

Ülkeler arasında değişiklik gösteren turistin korunması yaklaşımlarını uyumlu kılma amacıyla Komisyon Konsey'e 23.Mayıs. 1988'de bir yönerge önerisi sunmuştur. Bu önerinin amacı seyahat profesyonelleri ile tüketiciler arasında daha iyi bir denge arayışı olup olumlu yönü tarafların oto-disiplinle sağlanmakta olan hak ve sorumluluklarını sınırlayıcı bir yaptırım altında toplamaktır (BEUC (1989), 1). Bu yönerge önerisi çok tartışılmış ve 1990'da son şeklini almıştır.

13.Haziran.1990 tarihli "Paket Seyahat, Paket Tatil ve Paket Turlar" başlıklı bu Konsey Yönergesi ile paket tur taraflarının karşılıklı statüleri, broşürde bulunması gereken bilgiler, iptal koşulları, tüketicinin fiyat artışlarına karşı korunması, sözleşme şartlarının uygulanması ve tazminat koşulları belirlenmiştir. Yönerge, tüketicinin gerekli şekilde bilgilendirilmesini sağlamak için tur operatörüne büyük ağırlık vermekte, tur operatörü ve perakende satıcılara sözleşme şartlarına uyma zorunluluğu -aksaklıklardan üçüncü kişiler sorumlu olsa dahi- getirmektedir (24th Gen. Rep. (1990), 230). Bu çalışmada incelenen konular çerçevesinde, ulaşılan bu Yönerge bir sonuç olarak kabul edilebilir (Yönerge için bkz. Ek IV).

1990 Turizm Yılı gerçeğinde, turistin sağlığının korunması yönünde iki konuya, çevre ve sahil korumasına önem verilmiştir. Eylül 1990'da Komisyon, kitle turizmine karşı bir seçenek olarak, yüksek kaliteli turizm ürünlerinin gelişme ve tutundurmasına önem veren kırsal kesim turizmi ile ilgili bir öneriyi kabul etmiştir.

Topluluk tarafından turizm konusunda alınan önlemler üç ana başlık altında toplanmıştır. Bu önlemlerin konu ile ilgili olanları aşağıda gösterilmektedir (Com CE (1991b), 6-13) :

a. İş Pazarının Tamamlanmasıyla İlgili Genel Önlemler

- Ulaşım politikası : turizm açısından bu konudaki en büyük değişiklik hava ulaşımıyla ilgili Aralık 1987'de kabul edilen ve 1.Kasım.1990'da uygulamaya konan sektörün liberalleştirilmesi önerileridir. Bu öneriler hava ulaşımı kapasitesinin dağılımı (özellikle yolların tahsisi ve mevsimlik kapasitenin arttırılma izni), ücretleri belirleme yöntemleri, pazara ulaşım, havaalanı vergileri ve hava trafiği kontrolü ile ilgilidir.
- Hizmet arzı ve işletme serbestisi hakkında kabul edilen bazı yönergeler, turizm ticaretine de uygulanabilir (lokanta, otel ve kamping alanları, seyahat acentaları gibi).

b. Topluluk Politikalarının Uygulanmasından Doğan Dolaylı Önlemler

- Tüketici politikası: önlemler iki alanda alınmıştır:
 - i. Tur tatillerinin arzı konusunda, tüketiciye seyahat ve konaklaması sırasında oluşabilecek sorunlara karşı birçok koruma sağlayan, paket turlarla ilgili yukarıda sözü edilen yönerge
 - ii. Ulaşım konusunda, tarifeli hava ulaşımında uçağa binişin engellenmesi halinde tazminatı genel kurallara bağlayan Konsey Kararı (J.O. L36, 8.2.1991).

Turistlerin tüketici olarak adil olmayan sözleşme şartlarına karşı korunmasıyla ilgili Yönerge Önerisi halen tartışılmaktadır (Com (90) 322 final) (Com CE (1991b), 10).

- Çevre politikası : turizmin çevre ile uyum içinde gelişmesi konusundaki ilgi, Parlamento'nun 13.Temmuz.1990 tarihli kitle turizmi ile ilgili Kararını ve Ekonomik ve Sosyal Komite'nin 20.Eylül.1990 tarihli turizm ve bölgesel gelişme ile ilgili görüşünü yansıtmaktadır.

Topluluğun kabul ettiği çevre önlemleri ve uygulayacağı planların turizm üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak etkisi olacaktır. Örnek olarak, çevre projelerinin değerlendirilmesi

ve politikaya dönüşmesi, plan ve programlar, deniz suyunun kalitesi, göplerin kullanımı, endüstriyel ve diğer atıklar ile ilgili Topluluk hukuku verilebilir. Komisyon'un şehirlerin çevresi ile ilgili hazırladığı "Green Paper", şehir turizmi için bir planlama stratejisi geliştirme ihtiyacının altını çizmektedir.

c. Turizmle ilgili Doğrudan Önlemler ve Avrupa Turizm Yılı Dahilinde Ele Alınan Çalışmalar

Turizmle ilgili doğrudan önlemler Nisan 1984'de, Komisyon'u, Topluluk turizmini kolaylaştıracak öneriler ortaya koymaya çağıran Konsey Kararı ile başladı ve 3.1.2 bölümünde özetlendiği şekilde günümüze kadar geldi.

Komisyon'un 24.4.1991 tarihli Eylem Planı'nda, "Topluluk ve ulusal politikalarda turizme yatay yaklaşımın güçlendirilmesi" konusundaki program ve önerilerin bazıları bu çalışmanın konusunu ilgilendirmektedir.

Bunlar (Com CE (1991b), 20-30) :

a. Turistin Tüketici Olarak Daha İyi Korunması

Bugüne kadar yapılan girişimler turiste kısmi bir koruma sağlamaktadır. Ayrıca, üye ülkeler tarafından birçok turizm faaliyetinde turistlere sağlanan koruma -özellikle paket tur almamış turistler için- çok değişmektedir. O halde, turistlerin korunmasını sağlayacak iç bütünlüğü olan önlemler gereklidir.

Avrupa Parlamentosu bu konuyu birçok fırsatta ele almış (J.O. C290, 14.11.1988; J.O. C256, 14.9.1989) ve halihazırda "Turizm ve Tüketici" adlı bir rapor üzerinde çalışmaktadır (Pereira Report.EP Doc. 144.146).

Bu çerçevede, Komisyon'un turiste daha fazla bilgi ve koruma sağlaması ile ilgili çalışmasının ana hatları şu önlemlerde odaklanmaktadır :

- i. Turistlerin bilgilerindeki temel açıklıkları doldurmak için öneri taslağı
- ii. Sınır ötesi gayri menkul işlemleri (devre mülk) ile ilgili öneri taslağı
- iii. Turistlerin şahsi tüketici olarak şikayetlerinin hızlı, basit ve ucuz işlemlerle çözümünü sağlama imkanlarını araştırma.

Bu önlemler tüketici politikası çalışmalarına girmektedir fakat Avrupa Parlamentosu tarafından bu alana verilen önem dolayısıyla turizm konusunda da sözü edilmektedir.

b. Özürlü Turistlere Yardım İçin Pilot Çalışmalar

Toplulukta herhangi bir çeşit sakatlığı olan 50 milyon kişi bulunmaktadır. Avrupa Parlamentosu'nun "Turizm ve Tüketici" hazırlık raporunda "sosyal turizm teşviklerine, özellikle özürliülerin seyahat imkanlarının teminine (uygun ulaşım olanakları, kalabilecekleri yerler, uygun bir şehir planlaması)" önem verilmesi gerektiği belirtilmektedir (Com CE (1991a),33). Planda iki girişim konusunda yardım yapılması öngörülmektedir :

- i. "Ulaşılabilen Avrupa (Accessible Europe)" adlı bir rehberin üretimi:
ulusal turist büroları ile birlikte hazırlanacak bu rehber özürlü turistlerle ilgili seyahat, konaklama olanakları ve diğer bilgileri kapsayacaktır.
- ii. Turizm hizmetlerini sunan birimlere tavsiyeler veren bir Avrupa broşürünün hazırlanması:
bu broşür, mimarlara ve otel sahiplerine dağıtılarak turistik olanakların ve konaklamanın daha ulaşılabilir olmasını sağlayacak, özellikle yenileştirme çalışmaları yapılan otellere yararlı olacaktır.

Eurochambres'ın planlamalarına göre (Kyriacopoulos (1990), 33), 1993'de Avrupa turizmi için tek bir Avrupa Bilgisayar Sistemi'nin uygulamaya konması ile oteller, uçak rezervasyonları, ulaşım, yollar gibi konularda standartlar arası uyum sağlanacaktır. Ayrıca aynı yıla kadar turist tüketici her çeşit kalite istismarına karşı korunuyor olacak ve ödemelerde ECU cinsinden banka kartları kullanılacaktır.

Tüm bu koruma çalışmalarında kanunların olumlu etkisi olsa da hiç bir zaman yeterli değildir. Tüketiciler kendilerini korumayı, broşürü okumayı ve ürünü alırken hangi soruları sorması gerektiğini öğrenmelidir. Ancak bu şekilde olumsuz sürprizlere karşı korunabilirler (Coulouvatos (1990), 117).

3.10. AT Ülkelerinde Turizmde Tüketicinin Korunması Hakkındaki Uygulamalar

Çalışmanın bu bölümünde, AT üyesi ülkelerde turistin korunmasına yönelik çalışmalar ele alınacaktır. WTO'nun araştırmasına göre ((1981), 11-15) genelde turist kabul eden ülkelerde konuyla ilgili kanunlar diğerlerine oranla daha fazladır.

3.10.1. Almanya

Almanya'da turizm sektörü özel kanunlarla değil uygulamadaki Medeni Kanun'la korunmaktadır (WTO (1981),5). 1.Ekim.1979'da medeni hukukta değişiklik yapılarak "Paket Tur Sözleşmeleri Hakkında Kanun" ile paket tur tarafları arasındaki ilişkiler, hak ve sorumluluklar, tur iptali, geri ödeme, zarar gibi durumlar belirlenmiştir (OECD (1980), 24).

Almanya'da 1984'de 3.733 seyahat acentası bulunmaktadır (Eurostat (1990), 133).

Almanya'da, yargı yolunun tüketici lehine cevap vermesi ve üreticiler arası önemli rekabet nedenleri ile, artık, paket tur üretici ve dağıtıcıları ile ilgili sorunların bitmiş olduğu kabul edilmektedir (OECD (1980), 21).

Bununla birlikte, zaman içinde, özellikle hizmet sunan birimlerle ilgili sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu problemler sektörle ilgili kuruluşların önlemleri ile ortadan kaldırılmaktadır. Örneğin, 1985 yılında Alman Seyahat Acentaları Birliği - DRV, Frankfurt Ticaret Mahkemesi'nin aldığı kararı, tüm ülkelerle ilgili olarak, uygulamaya koymuştur (TÜRSAB (Ekim (1985), VI-VII). Bu karara göre, taahhüdünü yerine getirmemek, uçak rötarı, otel odalarındaki eksiklikler gibi her türlü aksaklık için belli oranlarda para iadesi yapılması öngörülmüştür. Turistler karşılaştıkları aksaklıkları şahitler karşısında not ederek dört hafta içinde kendi turizm acentalarına yazılı olarak bildirecek; şikayeti alan acenta bağlı olduğu yerel acentaya, yerel acenta da ilgili tesise durumu ileterek toplam tatil ücretinin bir kısmı geri alınacaktır. Sonuçta turist korunurken söz konusu kuruluş da cezalandırılmış olacaktır. DRV kararı broşür halinde tatile çıkanlara dağıtmaktadır. Örnekleme amacıyla, turistlerin tesiste saptayacağı aksaklıklar karşısında kendilerine iade edilecek ücret yüzdeleri aşağıda gösterilmiştir :

Odada böcek varsa; duvarlar çatlaksa	% 10-15
Gece otelde gürültü oluyorsa	% 10-40
Gündüz otelde gürültü oluyorsa	% 5-25
Rezervasyona rağmen başka otele gönderilise (uzaklık büyük önem taşır)	% 10-25
Otel hizmetlerinde aksama olursa, tek veya çift kişilik oda yerine 3-4 yataklı oda verilirse	% 20-30
Tanıtım broşüründe belirtildiği halde yüzme havuzu, klima yoksa; elektrik, gaz kesiliyorsa;salonlar temiz değilse	% 10-20
Rezervasyonda belirtilmesine rağmen odada duş yoksa; sular kesiliyorsa	% 10
Otel denize uzak, mobilyalar yetersiz ise odada istenmeyen koku varsa	% 5-15

Belirtildiği halde odada radyo yada TV yoksa; mönü tekdüze ise; uçak gecikmesi dört saati bulmuşsa	% 4
İki kişilik odada oda arkadaşı gruptan değilse	% 20
Rezervasyona rağmen odada tuvaletli banyo yoksa	% 15-20
Bungalov yerine otelde yer ayrılmışsa; odalar küçükse; asansör yoksa (yükseklik önem taşır); çarşaf ve havlular zamanında değişmiyorsa	% 5-10
Odada tuvalet yoksa yada kullanılamayacak durumda ise; sıcak su yoksa	% 15

3.10.2. Belçika

Belçika'da seyahat acentaları ile ilgili üç temel düzenleme vardır (Org. for... (1989), 7-12) :

- a. 21.4.1965 tarihli Seyahat Acentaları Kanunu (kanunun 22. maddesi seyahat acentalarına bilgilendirme ve müşteriye uygun/kabul edilebilir hizmet verme mecburiyeti koyar (OECD (1980), 23).
- b. 1970 CCV - Seyahat Sözleşmeleri Hakkında Uluslararası Konvansiyon
- c. 23.3.1973 tarihli CCV'yi kabul eden kanun.

Paket turizmi -konaklama dahil- 1965'den itibaren kanuna bağlanmıştır; yaklaşık 800 belgeli seyahat acentası bulunmaktadır.

İzin belgesi Turizm Komiserliği (Commissariat au Tourisme) tarafından, tüccarlar ve turizmden sorumlu bakanlığın temsilcilerinden kurulu teknik ekibin tavsiyesi üzerine verilir. Acenta Belçika'nın imzaladığı CCV'ye uygunluğunu ve uyacağını belgelemelidir (OECD (1980), 28).

Seyahat acentası şu koşullara bağlı olarak izin alabilir : yaş, tabiyet, iyi davranış, profesyonel yetenek, kapital, teminat ve büronun büyüklüğü.

Belçika'da seyahat acentalarına üç tip belge verilmektedir (Leguevaques (1989), 73) :

- A Belgesi - Konaklama ve seyahat düzenlenmesine izin verir.
- B Belgesi - Kendi ürünlerini değil, başka acentaların ürünlerini satanlara verilir.
- C Belgesi - Otobüs işletmelerine verilir.

CCV'yi kabul eden 1973 kanunu ile sorumluluk sigortası zorunlu kılınmıştır. Tur operatörü turunu aracı yoluyla satarsa dahi doğrudan sorumludur. Zorunlu sigortaya sigorta şirketlerinin katılımını sağlamanın kolay olmadığı belirtilmektedir (Org. for... (1989), 11).

Tur satın alan kişilere verilen seyahat belgesi aşağıdaki bilgileri içermelidir :

- Veriliş yeri ve tarihi
- Tur operatörünün ismi ve adresi
- Seyahat eden(ler)in ismi ; sözleşme başka kimse tarafından imzalanmışsa o kişinin ismi
- Turun ve konaklamanın başlangıç ve bitiş tarih ve yerleri
- Ulaşım, konaklama ve yan hizmetlerle ilgili tüm gerekli belirlemeler
- Gereken durumlarda, tura katılacak asgari kişi sayısı
- Sözleşme ile sağlanan tüm hizmetleri kapsayan fiyat
- Seyahat edenin sözleşmeyi iptal edebileceği durum ve şartlar
- Anlaşmazlık halinde başvurulacak hakemlik mahkemesi
- Aksine bir cümle bulursa dahi- sözleşmenin CCV hükümlerine bağlı olduğunu belirten bir madde
- Tarafların anlaşacağı diğer maddeler

CCV ile tazminat için üst sınırlar belirlenmiştir :

Kişisel hasar için	50.000 altın Frank
Mal hasarı için	2.000 altın Frank
Diğer hasarlar için	5.000 altın Frank

(Org. for... (1989), 11).

Tüketicinin korunması ile ilgili kurum olan Turizm Komiserliği şikayetlerle ilgilenir ve paket tur tarafları arasında arabuluculuk yapar. Seyahat acentaları sattıkları paket turlar için Aeronautical Administration'dan izin almaktadır (OECD (1980), 32). Tüm turizm yasaları, kalite etiketleri ve ürün isimlerinin belgelendirilmesiyle ilgili çok sıkı şartlar ile tüketicinin korunmasına yardımcı olmaktadır (OECD (1989), 29).

1965 ve 1973 kanunları maddi veya hapis cezası öngörüyorsa da kanunlar esnek olarak uygulanmakta ve ihlaller küçük veya idari cezalarla (belgenin reddi, askıya alınması, geri alınması gibi) çözülmektedir. Mevcut kanun genelde memnuniyet verici olmuş ve çok az durumda mahkemeye başvuruya gerek duyulmuştur (Org. for... (1989), 12).

Mevzuatla ilgili plan ve programlarda turizmle ilgili tüm yasaların gözden geçirilmesi için danışma kurullarının (Conseil Supérieur de Tourisme ve altı uzman komite) kurulması düşünülmektedir (OECD (1989), 29). Temel ilgi alanı, Belçika seyahat acentalarının AT'de rekabet kabiliyetlerini güçlendirmektir (Org. for... (1989), 12).

3.10.3. Danimarka

Danimarka'da turizmle ilgili tüm sorumluluklar Sanayi Bakanlığı'na aittir; ayrıca kanunla yapılan ve bakanlığın katılımıyla kurulan Danimarka Turist Kurulu günlük işlerin takibini üstlenmiştir (OECD (1989), 35).

Resmî istatistiklere göre seyahat acentası ve tur operatörü sayısı 140'tır (Leguevaques (1989), 88).

Ağustos 1979'da bağımsız bir organ olan Seyahat Sigorta Fonu kurulmuştur. Bu fon acentanın iflasıyla iptal edilen turlarda turistin parasını geri öder, başlamış olan turlarda ise turistin ülkesine dönüşünü temin eder. Fon ayrıca, seyahat acentasının iflası sonucu tatilin kalitesi etkilenmişse tazminat ödeyebilir veya eksik olan konaklama veya diğer gereksinimleri sağlayabilir (WTO (1981), 24). Müşteriler yolculukla ilgili şikayetlerinin fona turun bitiminden itibaren üç ay içinde yapabilmektedir (Kılıç (1984), 58). Bütün tur operatörleri fona üye olmaya ve ilk teminat olarak 100.000 Danimarka Kronu vermeye ve ek olarak her seyahat için 5 Kron ödemeye zorunludurlar. Fonun idaresi, bileşimi ve işletmesi ile ilgili kurallar Ticaret Bakanlığı'nın onayı altındadır (OECD (1980), 29).

Seyahat anlaşmazlıklarıyla ilgili tüketici ve sektör temsilcilerinden oluşan hakemlik kurumları vardır. Seyahat Acentaları Şikayetleri Kurulu yarı kamu kuruluşudur ve çalışmaları devletin Tüketici Şikayetleri Kurulu tarafından onaylanmıştır. Turizmdeki bütün büyük üretici ve dağıtıcılar bu kurulun kararlarını kabul etmekte anlaşmışlardır. Ayrıca, Tüketici Ombudsmanı tur üreticileri ve seyahat acentalarının pazarlama faaliyetlerini düzenler (OECD (1980), 32-33).

3.10.4. Fransa

Fransa'da tur operatörü ve seyahat acentası olarak çalışabilmek için belge gerekmektedir. 1988 rakamları ile 3.500 seyahat acentası ve 400 tur operatörü bulunmaktadır (Leguevaques (1989), 80).

Fransa'da tüketiciyi koruyan kanunların bazıları doğrudan turist ile ilgilidir. Bunlar turisti konaklama birimini kullanan kişi, otobüs-uçak-gemi yolcusu ve bir seyahat acentası müşterisi olarak korur (WTO (1981), 5).

14.Mart.1978 Kararnamesi seyahat acentasının temsilcilikleriyle ilgili şartları düzenler. Bu kararname ile seyahat acentası, temsilciliğinin hizmetlerini kullanan turistlere bazı teminatlar verir (OECD (1980),30):

- Temsilci sadece tek acentayı temsil edebilir;
- Sadece acenta tarafından verilen hizmetleri yeniden satabilir; kendisi düzenleyemez;
- Hizmeti arz edenlerle doğrudan iletişim kuramaz;
- Kendi adına reklam yapamaz;
- Ayrı bir muhasebesi yoktur; bütün satışı acentaya vermek zorundadır.

29.Mart.1978 Kararnamesi seyahat acentalarının standart sigorta ve sorumluluklarını düzenler. Bu sigorta tüm seyahat acentaları, yetkili acentalar ve seyahat büroları için zorunludur. Sigorta, turisti, acenta veya sorumlu kişinin yalancılığı, hatası, ihmali, atlaması halinde müşteriye gelebilecek fiziki, maddi ve diğer zararlara, acentayı da hizmet veren birimlerden birinin iflasına karşı korur.

3.10.5. Hollanda

Hollanda'da belgelendirme sistemi olmamakla birlikte (Leguevaques (1989), 62) 1978 tarihli Seyahat Acentaları Kanunu turizm pazarına girme kurallarını düzenler. Piyasaya girme izni Ticaret Odası tarafından verilmekte olup uyum, profesyonel bilgi ve yetenek gibi ölçütler göz önüne alınır (OECD (1980), 30). 1987'de 1.774 seyahat acentası bulunmaktadır (Eurostat (1990), 134).

Seyahat anlaşmazlıklarıyla ilgili tüketici ve sektör temsilcilerinden oluşan hakemlik kurumları bulunmaktadır :

a. Tüketici Şikayetleri Vakfı

Hukuki bir hakemlik kurumudur ve ilgi alanı paket turlarla ilgili şikayetlerdir. Bu vakfın himayesinde Tüketiciler Birliği ve Hollanda Seyahat Acentaları Birliği - ANVR (Algemene Nederlandse Vereniging van Reisbureaus)'nin işbirliği ile kurulan komite seyahat sözleşmelerinden doğan anlaşmazlıkları çözümler. Tüketicinin küçük bir ücret ödemesi gerekmektedir; Komite'nin yargısı taraflar için bağlayıcıdır (OECD (1980), 32-34).

b. Turizm Anlaşmazlıkları Komisyonu

Tüketiciler Sendikası (Konsumentenbond) ve ANVR tarafından ortaklaşa kurulmuştur. Hükümleri bağlayıcıdır. ANVR üyesi acentalar anlaşmazlıkların bu şekilde çözümüne uymakla yükümlüdür. Komisyon anlaşmazlıkları üçüncü kişilere de inceleyebilir.

Şikayet turun bitiminden sonra en geç dört hafta içinde (tur gerçekleşmemişse, öngörülen hareket tarihini takip eden dört hafta içinde) acentaya iletilmeli ve acenta sorunu, şikayetin iletilmesini takip eden altı hafta içinde çözmüş olmalıdır. Bu yapılmamışsa veya önerilen çözüm tüketiciyi tatmin etmiyorsa, tüketici takip eden iki hafta içinde Anlaşmazlıklar Komisyonu'na başvurabilir. Şikayeti yapan kişi

durumunu şahsi bir sorun olarak bildirebildiği gibi şahit ve/veya uzmanların yardımlarını da talep edebilir. Doğacak masraflar kendisine aittir. Şikayetin incelenmesinden bir hafta önce kendisine eşlik edecek kişilerin isim ve adreslerini bildirmek zorundadır.

Bazı özel kapsamlı sorunlar, konuyla ilgili kuruluşlar tarafından çözülebilir. Örneğin Hollanda Turing Kulübü (ANWB) karavan ve yatların kiralanması ile ilgili anlaşmazlıkları inceler. Üyeleri veya kendisi ile sözleşme yapan firmaların bu tip kiralama işlemlerinde model sözleşmelerden doğan anlaşmazlıkları için bağlayıcı çözüm öne sürer. Bu çözümlerin maliyeti için tavan belirlenmemiş olmakla birlikte masraflar cüzidir (von Rij (1975), 148-149).

3.10.6. İngiltere

WTO'nun belirlemelerine göre (1981, 8) İngiliz hukukunda turistin korunmasıyla ilgili belirli kanunlar yoktur; turistin hakları tüketiciyi koruyan kanunlar çerçevesinde geniş olarak incelenir.

İngiltere'de otel ve lokantalar için resmi kurallar (örneğin mecburi kayıt işlemleri veya sınıflandırma), turist rehberleri için mecburi düzenlemeler bulunmamaktadır. Otel fiyatları da kontrol altında olmamakla birlikte, otelciler bazı yerel şartları yerine getirmek ve genel davranış kuralları ve önerilerine uymakla yükümlüdür; örneğin fiyatların teşhiri mecburi denetim altındadır (1979 Fiyatları Belirtme Şartı). Ayrıca Londra taksilerinin ücret düzeyleri ve bir ölçüye kadar toplu ulaşım fiyatları kontrol edilmektedir.

Bu ülkedeki başlıca turizm anlaşması 1969 tarihli Turizmin Geliştirilmesi anlaşmasıdır. Ayrıca Ticaretin Tanımı Kanunu'nda (Trade Description Act) konaklama ve hizmetlerle ilgili konular ve bilerek yanlış yazılan/sonucu düşünülmeyen reklam cümleleri ile ilgili cezai yaptırımlar vardır. 1977 Adil Olmayan Sözleşme Kuralları Anlaşması, seyahat sözleşmelerindeki terimlerin mahkemelerde makul olma kriterine göre denenmesine izin verir (OECD (1980), 28).

Seyahat acentalarının kuruluşunu düzenleyen kanun bulunmamaktadır. Eurostat istatistiklerine göre ((1990), 134) 1987'de ülkede 6937 seyahat acentası vardır; CEDEFOP rakamlarına göre ise 1990'ın ilk üç ayına kadar 2956 seyahat acentası ve 705 tur operatörünün bulunduğu belirtilmektedir ((1991), 19).

İngiliz turizm pazarı tur operatörlerinin gelişimini incelemek için en güzel örnektir. Bunun nedeni tarihi -organize turların ve ilk tur operatörünün İngiltere'de doğmuş olması- ve kültürel yapıdan kaynaklanır (Doc CE (1985), 37).

Seyahat acentalarının kurulmasıyla ilgili düzenleme olamamasına rağmen, tur operatörlerinin piyasaya girişi ile ilgili kurallar, Hava Seyahati Düzenleyenleri Belgelendirmesi ATOL (Air Travel Organisers Licensing) tarafından uygulanmaktadır. Belge verme şartlarından biri Sivil Havacılık Kurumu CAA (Civil Aviation Authority)'nın tur operatörünün maddi çalışmalarından memnun kalmasıdır. CAA, tur operatörlerinin sahibi, maddi bilgi detayları (kontrol edilmiş hesapların kontrolü dahil) ve taşınacak yolcu sayısı öngörülerini talep eder. Belgeler yıllık olarak yenilenir. Tur operatörü bir teminat göstermek zorundadır; bu teminat üçüncü bir şahıs - genellikle bir banka - tarafından verilir ve amacı başka bir ülkede korumasız bırakılan turistini geri dönmesini sağlamaktır (OECD (1980), 31-32).

1975'de Hava Seyahati Rezerv Fonu (Air Travel Reserve Fund) kurulmuştur. Fon, ATOL'e bağlı kuruluşların belgelenen cirolarına oranla yaptıkları katılımlarla oluşur fakat Eylül 1977'den beri fona katılım istenmemesi birikimin uygun bir düzeye ulaştığını düşündürmektedir.

Ticaret Departmanına ve Rezerv fonuna ek olarak aşağıdaki kuruluşlar paket tur alıcılarına bilgi vererek ve onları korumak la görevlidir (OECD (1980), 35-36) :

- CAA'nın oluşturduğu Hava Ulaşımını Kullananlar Komitesi (Air Transport Users' Committee) yolcuların çıkarlarını koruma, havayollarına ait şahsi şikayetleri araştırma ve CAA'ya rapor ve öneriler hazırlama görevlerini üstlenmiştir. Komitenin tazminat kararı gibi kanuni bir yetkisi yoktur; üyeleri CAA'dan bağımsızdır ve özellikle tarifeli uçuşlarla ilgili şikayetleri inceler.
- Adil Ticaret Bürosu OFT (Office of Fair Trading) bağımsız bir devlet kuruluşu olup işletmeleri tüketici çıkarlarını korumaya yönelik kurallar hazırlamaya teşvik eder. Bunlardan biri İngiltere Seyahat Acentaları Birliği (ABTA) ile müzakerelerle sonuçlandığı "Seyahat Kuralları"dır (Mucuk (1990), 105). Bu detaylı kurallar, broşürler, overbooking'in kontrolü, iptaller, değişiklikler, gecikmeler ve fiyat artışlarıyla ilgili standartları belirler; şikayet halinde ücretsiz uzlaştırma ve düşük maliyetli hakemlik yolu çözümünü sunar (OECD (1980), 38).
- İngiltere Seyahat Acentaları Birliği ABTA, tur operatörleri ve seyahat acentalarının başlıca ticaret birliğidir. 1960'ların ortalarından beri devlet adına tüketici korunmasını gerçekleştirmiştir (CEDEFOP (1991), 19). ABTA kurallarına göre (Borrie (1975), 222) :
 - Tur operatörünün yanlış anlama halinde sorumluluklarını reddetmesini, işi bırakma/iflası halinde müşterinin sıkıntı çekmesi veya müşteri

için düzenlemeler yaparken özen göstermemesini önlemek amacıyla broşürlerde ve rezervasyon koşullarında bazı istisnai maddelerin kullanımı yasaklanmıştır.

- Mücbir sebepler dışında, tur operatörünün tur ücreti bakiyesini alma tarihinden sonra bir tur, tatil veya seyahat düzenlemesi iptal edilemez.
- Ticaret Standartları Departmanları, Tüketici Tavsiye Merkezleri ve Yurtttaşlar Tavsiye Büroları yerel düzeyde çalışarak, tatil broşürlerindeki yanlış veya temelsiz iddiaların kovuşturması dahil, paket turlarla ilgili yakınmalarda tüketiciye yol gösterici olurlar.

Haziran 1987'de, CAA, ATBA, TOSG (Tour Operators Study Group) ve Air Travel Trust tarafından, tur operatörünün iflası halinde tüketiciye yapılan ödemelerin çabuklaştırılması ve şikayet hangi kuruluşa yapılırsa yapılsın tüketicinin eşit muamele görebilmesi için yeni kural ve işlemler geliştirilmiştir (OECD (1989), 81).

3.10.7. İrlanda

İrlanda'da turizm endüstrisinin gelişmesiyle ilgili temel kuruluş olan İrlanda Turist Kurulu (Bord Failte) turizmde kalite kontrolü, pazarlama ve kapital arttırma yöntemleriyle ilgilenir. Turistin korunması amacıyla Bord Failte Eirann kalitesi kabul edilen hizmet ve ürünler listesini yayınlamakta ve genel olarak standartlara uyulduğunu belirtmektedir (OECD (1989), 54-56).

3.10.8. İspanya

İspanya'da her geşit turizm acentası eylemi resmi turizm okulunda okuduktan sonra tur şirketi yöneticisi diploması almış kişiler tarafından resmi olarak yürütülebilir (OECD (1980),30).

Seyahat acentasına ait özel kararnameleri belirten genel mecburiyetler vardır. Kanun, acentaları resmi yoldan "tanıdıktan" sonra paket tur düzenleyebilen tek yetkili kuruluş olarak kabul ederek paket turların oluşturulmasındaki kural ve şartları belirlemektedir. 1987'de "tanınan" 1.756 seyahat acentası bulunmaktadır (Eurostat (1990), 134).

Turisti koruma konusunda, Ülke dışında Ulusal Turizm Büroları, Ülke içinde devlet Turizm Sekreterliği'ne bağılı Bölgesel Turizm Büroları bilgi sağlamakta ve şikayetlerle ilgilenmektedir.

1989'da İspanya'da, 1960'lerden beri turizmde kaydedilen ilk yavaşlama sonucunda bazı önlemler alınmıştır. Bunlar arasında Sahil Kanunu gibi çevre koruma kararları ve turizmde kalite imajının tutundurulması bulunmaktadır (Eurostat (1990),31).

3.10.9. İtalya

İtalya'da seyahat acentalarının faaliyetleri Turizm Kanunu çerçevesinde düzenlenmektedir. Kanun, seyahat acentalarının statüsü, uymaları gereken idari işlemler ve kamu sektöründe sorumluluğun ulusal ve bölgesel yetkililer arasında dağılımını düzenler. Bu bölgesel yetkililer seyahat acentaları ve şubelerinin kuruluş iznini verir (Org. for...(1989), 13). Yabancı kaynaklı seyahat acentaları için Turizm Bakanlığı'ndan izin alınır (OECD (1980), 30). CCV maddelerine bağlı olarak, belli bölgedeki seyahat acentası sayısı -aralarındaki rekabeti sınırlamak için- kısıtlanmıştır. 1987'de İtalya'da 4.055 seyahat acentası bulunmaktadır (Eurostat (1990), 134).

İtalya'da, seyahat acentalarının verdiği hizmet çeşitleri ve acentanın sattığı ürünün oluşumundaki çeşitli unsurlar arasında dikey bağlantı kurulması açısından kanuni ve idari çerçevenin gözden geçirilmesi gerektiği düşünülmektedir (Org. for...(1989), 13). Aracıların yeri giderek havayolu şirketleri, büyük firmalar veya yarı-kanuni düzenlemelerle doldurulmaya başlanmıştır. Yeni amaçlar arasında ,

- sektördeki tekelliliği ve rekabeti önleyen uygulamaları aza indirmek,
- seyahat acentalarının güç ve sorumlulukları ile ilgili açık tanımlar getirmek,
- turist'in korunmasını sağlamak amacıyla bu faaliyetlerin etkin işleyişini düzenlemek (örneğin mecburi sigorta uygulaması)

bulunmaktadır. Böylece sektörün denetimsiz kalması yerine zamanla izin ve ağır koşulların (örneğin acenta merkezi için emniyet depozitosu) ortadan kalkması ile sektörde liberalleşme sağlanabilir. Güvenilmeyen acentalara ihtarlar arttıkça ciddi cezalar getirilecektir (Org. for... (1989), 14).

Turistin korunması iki kapsamda ele alınmaktadır (OECD (1989), 59) :

- a. Yurtdışına giden İtalyanların korunması, Dış İşleri Bakanlığı ve seyahat acentalarının Uluslararası Seyahat Sözleşmesi'ne uygun davranışla sağlanır.

AT üyesi ülke vatandaşları karşılıklı tıbbi bakım anlaşmalarından yararlanmaktadır. Kısa bir süre içinde, hukuki yardım ve hasar gören arabaların ülkelerine geri götürülme sigortası da uygulamaya konacaktır.

Tüm ülkede yaygın bir tutundurma ve yardım ağı ile turiste bilgi ve adres temin edilmektedir. Şikayetler Bölgesel Turizm Servisleri (Assessorati Regionali al Turismo) ve Turizm Bakanlığı'na, kayıp ve hasarlar polise bildirilmektedir.

3.10.10.Lüksemburg

Lüksemburg'da kanunlar tüketiciyi genel olarak (fiatlama, konaklama, yiyecek vb.) ve turist olarak (danışma büroları, otellerle ilgili kurallar, fiatların teşhiri, otellerde kayıt kartları, kamping alanları, yüzme havuzu suyu, seyahat acentalarının statüsü) korur (WTO (1981), 6).

Paket tur üretici ve dağıtıcıları Orta Sınıflar Bakanlığı'ndan izin almak zorundadır. Uygulamadaki kanun iyi davranış ve piyasaya uyumla ilgili olup profesyonel yeteneği de göz önüne alır.

Reklamı yapılan veya önerilen fiatlar uygulanmazsa şikayet halinde Fiat Bürosu (Prices Office) devreye girer. Bu büro Ulusal Ekonomi Bakanlığı'na bağlıdır. Ulaştırma Bakanlığı da hava ve yol ulaşımı düzenleyen ticari işletmelere verilen izinden sorumludur (OECD (1980), 30 ve 34).

3.10.11.Portekiz

Portekiz'de otel ve benzeri birimler, seyahat acentaları ve turizm ticareti kanunlara bağlıdır. Birçok hüküm, işletme biriminin çeşidine göre fiat belirlemelerini düzenler : otel fiatları yönetmeliklere bağlıyken restoran ve tamamlayıcı hizmetlerde fiatlar serbest olarak saptanır.

Ulaştırma şirketleri'nin belgelendirme formaliteleri, bu konuda özel kanunları olan Ulaştırma ve İletişim Bakanlığı'nın kontrolü altındadır. Hijyen şartları ve ulaşım araçlarının devamlı kontrolü ile turistin sağlık ve güvenliği korunur (WTO (1981), 6).

1987 yılında Portekiz'de 555 seyahat acentası bulunmaktadır (Eurostat (1990), 134).

Kurallara göre, seyahat acentaları, Medeni Kanun'daki genel haklara uygun olarak, müşterilerinin hak ve çıkarlarını savunmak görevindedir. Aynı zamanda, müşteriye turun tüm detaylarını, fiatını ve iptal koşullarını içeren bir makbuz vermeye mecburdurlar. Kanun, müşteriye etkileyen büyük hayal kırıklığı durumlarında da zararın ödenmesini öngörmektedir.

Seyahat acentaları broşürlerinde kendilerini, hizmet sunanlar ile turist arasında bir "aracı" kabul edip sorumluluk üstlenmediklerini belirtir cümle kullanmalarına rağmen tüketicilerin haklarını korumak için gereken faaliyeti göstermektedir (OECD (1980), 25).

Turistin korunmasıyla ilgili örgütler Portekiz Seyahat Acentaları Birliği - APAVT, Teftiş Servisleri ve Turizm Genel Müdürlüğü mahkemeleridir. APAVT, tüketicinin karşılaşılabileceği riskleri kapsayan ihtiyari bir sigorta hazırlamıştır (OECD (1980), 34 ve 37). 1988'de Turizm Genel Müdürlüğü bir milyon broşür bastırarak yeni bir tüketicinin korunması kampanyası başlatmıştır. Ayrıca 1987-88'de gözden geçirilen Ulusal Turizm Planı'na çevre ve ülkenin kültür mirasının korunması kavramları eklenmiştir (OECD (1989), 70).

3.10.12. Yunanistan

Yunanistan'da ulusal turizm politikasının uygulanması Yunan Ulusal Turizm Organizasyonu GNTO (Greek National Tourism Organisation) tarafından yürütülür (OECD (1989), 48). Turizm planı, geleneksel işletme birimlerini de desteklemek amacıyla, "kalite turizmi" olarak seçilmiştir (OECD (1989), 51). Eurostat istatistiklerine göre ((1990), 133), Yunanistan'da 1986'da 17.000 seyahat acentası vardır. Bunların yalnızca 18'i tur operatörüdür (Doc CE (1985), 45).

3.10.13. AT Üyesi Olmayan Bazı Ülkeler

AT ülkesi olmayan bazı ülkelerde de turistin korunması ile ilgili bazı çalışmalar görülür. Örnekleme amacı ile, AT ülkelerinde söz konusu olmayan bazı mevzuat aşağıda belirtilmiştir.

Brezilya'daki Uygulamalar :

- turizm polisi
- turist rehberleriyle ilgili standartlar
- münülerin içerik, fiyat ve dış görünüşleri ile ilgili kurallar (WTO (1981), 4)

Tunus'daki Uygulamalar :

- binicilik ve su sporlarının (dalgıcılık, balık avı) kurallara bağlanması
- otel yangınları için özel önlemler
- tıbbi hizmet ve yemek hazırlanmasının kontrolü
- iş başında eğitim (mutfak personeli vb.) ve gazetelerde yayınlanan pratik bilgiler (WTO (1981), 8).

İsveç'te 1979'da otellerle ilgili resim ve çizimlerin gerçekten turistlere verilen odaları göstermesi gereği düzenlenmiştir (OECD (1980), 27).

3.11. Turizm ile ilgili AT Bünyesindeki ve Uluslararası  rg tler

AT bünyesinde, Komisyon ve Konsey'in turizmle ilgili çalışmalarının dışında, seyahat acentaları ulusal birlikleri tarafından kurulan ECTAA - European Community Travel Agents Association - bulunmaktadır. Birlik 1961'de ortak pazar  yesi altı ülke tarafından kurulmuş, diğer ülkelerin de AT'ye  yelikleri ile seyahat acentaları birlikleri de ECTAA'ya katılmıştır. Başkanlık iki yıl boyunca, alfabetik sıraya göre,  ye ülkelerin seyahat acentaları birliği temsilcileri tarafından yürütülmektedir. Birlik, senede iki kez toplanarak ihtiya a göre çalışma grupları oluşturmaktadır. şimdiye kadar katma değer vergisi, tüketicinin korunması görüşülmüş ve AT "rejiminin uygulanmasındaki görüş farklılıkları değerlendirilmiştir" (Peköz (1989), 57) ( ye seyahat acentaları listesi için bkz. EK VI).

Turizm alanında uluslararası düzeyde çalışma yapan örgütlerin başlıcaları şunlardır :

- a. WTO - Dünya Turizm Teşkilatı (World Tourism Organisation)
Eski adı ile Uluslararası Seyahat Kuruluşları Teşkilatı IUOTO (International Union of Travel Organisation)'nin değişimi ile 1975'de kurulan uluslararası, resmi olmayan bir turizm örgütüdür. Merkezi Madrid'dedir.  yeleri arasında turizm bakanlıkları, ulusal turizm büroları, turizm devlet daireleri ve özel kuruluşlar bulunmaktadır.

WTO'nun tüzüğünde belirtilen amaçları şunlardır :

- Teşkilatın başlıca ama ı, ekonomik gelişme, uluslararası anlayış, barış, refah ve ırk, cinsiyet, dil, din ayırımı gözetmeksizin insan hakları ve temel  g rl klere saygıyı geliştirmek için turizmin gelişimi ve teşviğidir.
- Bu ama ı gerçekleştirirken Teşkilat, turizm alanında gelişmekte olan ülkelere özel ilgi gösterecektir.
- Turizm alanında temel görevini yerine getirmek için Teşkilat, Birleşmiş Milletlerin ilgili organları ve uzman kuruluşları ile etkin işbirliği kurup sürdürecektir. Bu bağlamda örgüt, katılımcı ve icraatçı bir kurum olarak Birleşmiş Milletler Geliştirme Programı faaliyetlerine katılarak işbirliğine yönelecektir.

WTO'nun faaliyetleri arasında aylık yayın organı ve yıllık raporlar düzenlemek, dünya turizmine kolaylıklar getiren tavsiye kararları almak, incelenmesi gereken konularda seminerler düzenlemek ve yayınlar yapmak bulunur.

Türkiye'den Turizm Bakanlığı, Türk Turing ve Otomobil Kurumu ve TÜRSAB  yedir. Son ikisi gözlemci  ye olup, oylamaya yalnızca Bakanlık katılmaktadır (Yarcan-Alpin (1983), 13).

b. OECD - Ekonomik İşbirliği ve Geliştirme Teşkilatı
(Organisation for Economic Cooperation and Development)

Paris'de 14.Aralık.1960'da imzalanan Konvansiyona bağlı olarak kurulan bölgesel uluslararası bir örgüttür. Önemli amaçlarından biri olan turizm alanında bir Turizm Komitesi kurmuştur. Bu komitenin çalışmaları arasında faaliyetleri koordine etmek, muhasebe ve para değişimi konularında istatistik yöntemlerin geliştirilmesi için üye ülkeler arasında toplantılar düzenlemek, üye ülkelerin politikalarını ve bunların turizme etkilerini incelemek bulunmaktadır. Turizm ile ilgili yayınlar ve istatistik raporlar hazırlar.

Aşağıdakiler turizmin belli bölümlerinde işbirliği amacı ile kurulmuş uluslararası örgütlerdir :

a. UFTAA-Uluslararası Seyahat Acentaları Birlikleri Federasyonu
(Universal Federation of Travel Agents Association)

1966'da kurulmuştur; merkezi Brüksel'dedir. Federasyona, ulusal seyahat acentaları birlikleri asli üye, tek tek seyahat acentaları gözlemci üye olarak katılabilir; oy hakkı ulusal kuruluşa aittir.

b. IHA - Uluslararası Oteller Birliği
(International Hotel Association)

1969'da kurulmuştur. Kendisine üye otellerin kataloğunu hazırlar; acenta ve otellerin ihtilaf halinde danışacakları bir hukuk kurulu vardır. Son yıllarda oteller ile seyahat acentaları arasında rezervasyon, ön ödeme, iptal ve hizmet kuponlarının tek tipe indirilmesi konusunda çalışma yapmaktadır.

c. ICAO - Uluslararası Sivil Havacılık Teşkilatı
(International Civil Aviation Organisation)

1944 Şikago Uluslararası Sivil Havacılık Konferansı'ndan sonra kurulmuştur ve günümüzde 80 civarında ülkeyi kapsamaktadır. Turistlerle olduğu kadar ticari eşya taşımacılığıyla da ilgilenmektedir.

d. IATA - Uluslararası Hava Ulaştırması Birliği
(International Air Transport Association)

1945'de Havana'da Şikago Konferansı'na katılan ulusal delegasyonlara bağlı havayolu şirketleri tarafından kurulmuştur. Merkezleri Kanada'da ve Avrupa ülkeleri için Cenevre'de bulunmaktadır. 112'den fazla tarifeli havayolu şirketi üyedir. Amaçları, güvenli, düzenli ve ekonomik hava ulaşımını sağlamak, hava ticaretini desteklemek ve sektöre bağlı sorunları incelemektir. Seyahatte istikrarı sağlamak için bilet, fiyat, ağırlık, bagaj kontrolleri vb. belgeleri standartlaştırmaya çalışır. Ayrıca, havayollarının tek başına çözemediği sorunlarda, onlarla birlikte çalışarak çözüm bulma işlemini yürütür.

BÖLÜM 4. TÜRKİYE'DE TURİZMDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI İLE İLGİLİ YAKLAŞIMLAR

4.1. Türkiye'de Turizm

4.1.1. Türkiye'de Turizmin 1980'lerde Geçirdiği Dönemler

Türkiye'de turizmin 1980'li yıllarda geçirdiği değişiklikler çeşitli dönemler altında incelenmiştir (Ünal (1989), 26-27).

1. Turizmin Başlangıç ve Öneminin Anlaşıldığı Dönem (1983 Öncesi) :

Bu dönemde turizmin gelişmesi için gereken bilgi birikimi ve kurumlar oluşmuş, temel kadrolar yetişmiş ve fiziki planlar yapılmıştır.

2. Gelişme Dönemi (1983-1985) :

Bu dönemde arsa fiyatları ve işçi ücretleri düşüktür ; liberal ekonomi çerçevesinde turizmi teşvik politikaları uygulanmış, yatırımcılara kamu arazileri tahsis edilmiştir.

3. Balayı Dönemi (1985-1987) :

Bu dönemde, yeni yapılan yollar ve bozulmamış manzara birçok turistik bölgeyi cazip hale getirmiştir. İnşaat maliyetleri çok yüksek değildir; konaklama tesislerinin gecelime sayıları artış göstermiştir; turizme yatırım yapanların kar oranı yüksektir.

4. Sorunların Çıktığı Dönem (1987-1989) :

Bu dönemde, turistik yörelere yatırım talepleri arazi fiyatlarını artırmış ve yatırımcıların kredi faizlerini ödeme zamanı gelmiştir. Yöre insanı hizmet ve üretilen mallardan daha çok pay talep etmeye başlamıştır.

Mevcut alt yapı, üst yapıya hizmet veremez hale gelmiş, yatak sayısındaki artış eğitilmiş personel ile tanıtma ve pazarlamaya ağırlık verilmesini zorunlu kılmış, turist taşımasında sıkıntılar doğmuştur.

1983'ü takip eden 6 yıl turizmin Kalkış Dönemi (Take Off Stage) olarak tanımlanabilir. 1983'de 65.000 belgeli yatak, 437 seyahat acentası, 411 milyon dolar toplam turizm geliri bulunmaktadır ve yabancı turist sayısı 1.625.100'dür. 1990 Haziran ayında 1136 işletme belgeli tesiste (Bakanlar Kurulu 1991 yılı programı Resmi Gazete 28.10.90) 150.519 belgeli yatak, 1128 seyahat acentası, 3 milyar 346 milyon dolar toplam turizm geliri vardır ve yabancı turist sayısı 5.374.024'dür (Ekonomist (1991), 11).

5. Seyir Değişikliği Dönemi (1989 sonrası) :

Bu dönem iki seçeneklidir :

a. Sağlıklı gelişmenin devam edeceği bir "Gelecek Dönem"

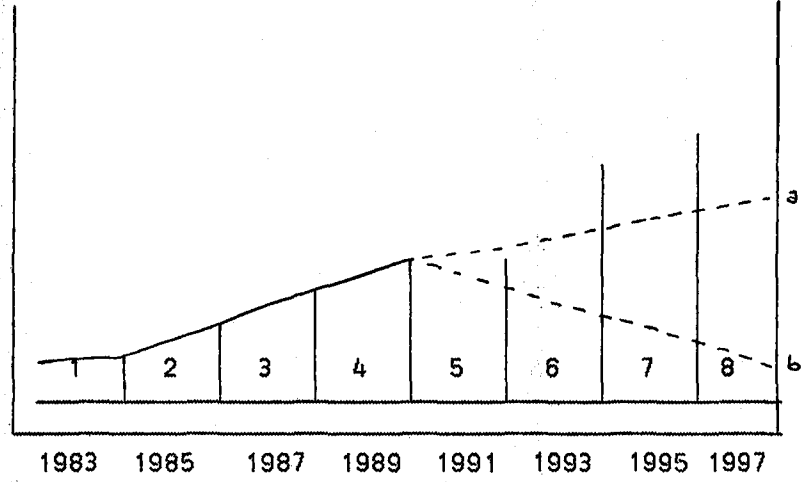
Böyle bir dönemin sağlanabilmesi için başta toplumda çevre bilincinin yaratılması olmak üzere çeşitli tedbirler alınmalıdır : turistik yörelerin alt yapılarının tamamlanması, yoğun yapılaşmanın kontrol altına alınması, ulusal hava taşımacılığının geliştirilmesi, tanıtma ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesi, nitelikli turizm personeli yetiştirilmesi, doğru teşvik ve kredi politikaları belirlenmesi, rekabet gücü olan fiyatların uygulanması gibi.

b. Kritik Dönem (1991-1993) ve Uluslararası Piyasadan Çekilme Dönemi (1993-1995)

Yukarıda belirtilen koşulların sağlanması halinde adı geçen süreçlerin yaşanması riski ile karşılaşılabılır. Bu süreçlerin yaşandığı diğer ülkelerde fiyatların yükseldiği, dolayısıyla enflasyonun körüklendiği, turizm gelirlerinin yurtdışında kalan payının büyüdüğü, alt yapı yetmezliğinin çevre sorunlarına bağlı hastalıkları artırdığı, turist şikayetlerinin çoğaldığı ve sayılarının düştüğü gözlemlenmiştir. Bunların etkisi ile fiyat kırmalarının başladığı ve giderek personel ücretlerinin düştüğü görülmüştür.

Bu süreçleri yaşayan ülkeler, "yasal ve ekonomik yeni düzenlemeler" dönemi ile tekrar Gelişme Dönemine dönebilmişlerdir.

Sözö edilen gelişme süreçleri aşğıdaki şekilde özetlenebilir



Şekil 4.1.1-1 Türk Turizminin Gelişme Süreci
Kaynak : TÜRSAB (Aralık 1989), 27

- | | |
|--|--|
| 1. Turizmin başlangıcı ve öneminin anlaşıldığı dönem | 5. Seyir Değişikliği Dönemi |
| 2. Gelişme Dönemi | 6. Kritik Dönem |
| 3. Balayı Dönemi | 7. Uluslararası Piyasadan Çekilme Dönemi |
| 4. Sorunların Çıktığı Dönem | 8. Politika Değişikliği ile Gelişme Dönemine Dönülmesi Zorunluluğunun Doğacağı Dönem |
| | Kalkış Dönemi (Take off Stage) |

4.1.2. Rakamlarla Türkiye'de Turizm

1990'da dünyadaki turist sayısı, bir önceki yıla oranla % 2.4 artarak 415 milyona, dünya genelinde turizm gelirleri ise % 10'luk bir artışla 230 milyar \$'a ulaşmıştır (Turizm Dünyası (1991), 45). 1990'da Türkiye'ye gelen turist sayısı, bir önceki yıla oranla % 20.5 artarak 5.374.024'e, turizm gelirleri ise % 35.3'lük bir artışla 3 milyar 346 milyon \$'a ulaşmıştır (Ekonomist (1991), 11). 1990 rakamlarıyla Türkiye'nin dünya turizmindeki payı, gelen turistler açısından % 1.2, turizm gelirleri olarak da % 1.4 oranındadır. 1988 rakamlarıyla turist başına yapılan harcama dünya genelinde 498 \$ iken, Türkiye'de 564 \$'dır (TÜRSAB (Aralık 1989), 44).

Türkiye'ye gelen turist sayısı ve turizm gelirleri yıllara göre şu şekildedir :

Tablo 4.1.2-1

Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri

Yıllar	Gelen Turist Sayısı	Turizm Geliri (Milyon \$)
1980	1.288.000	326.7
1981	1.405.311	381.3
1982	1.391.717	370.3
1983	1.625.099	411.2
1984	2.117.094	548.0
1985	2.614.924	1.482.0
1986	2.391.085	1.215.0
1987	2.855.546	1.721.0
1988	4.172.727	2.355.4
1989	4.459.151	2.556.5
1990	5.374.024	3.346.0

Kaynak : Barutçugil (1989), 43 + TUSİAD (1990), 150 + OECD (1990), 90 + Ekonomist (27.1.1991), 11 + T.C. Turizm Bakanlığı Turizm İstatistikleri Bülteni 1989

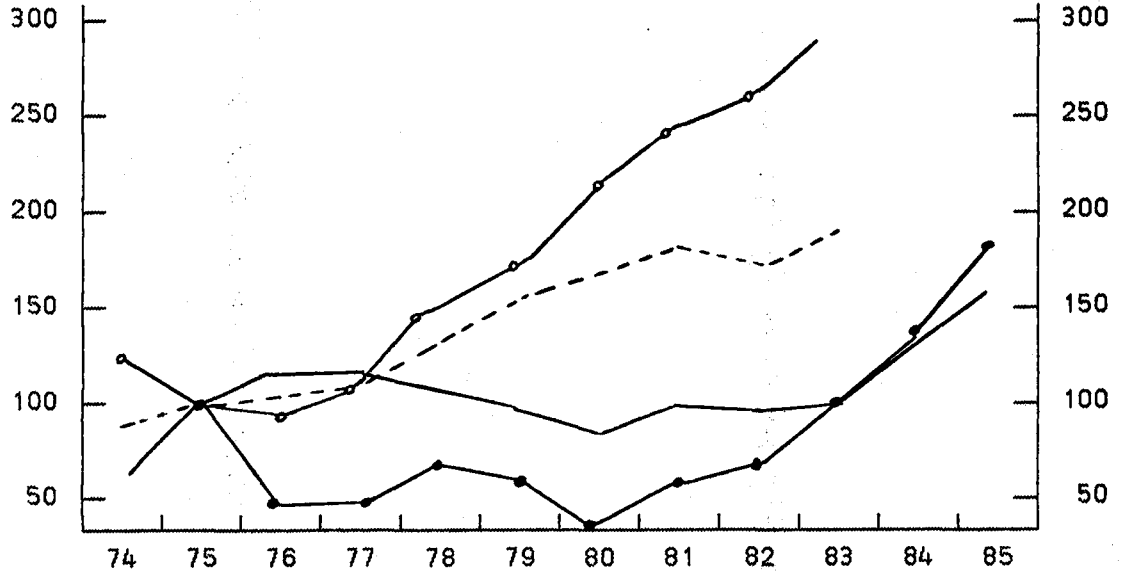
Turizm gelirleri, anketlerden elde edilen harcama miktarları ile pasaport kayıtlarından elde edilen ziyaretçi sayılarının birlikte değerlendirilmesi ile hesaplanmaktadır (Tur. Bak. (1988), 3).

Turizm gelirleri GSMH içinde 1963'den beri 35 kat artmıştır (Çelebi (1990),10). Seyahat gelirlerinin GSMH'ya oranı yıllara göre şu şekildedir (OECD (1989), 106) :

1985 : % 2.1
1986 : % 1.6
1987 : % 2.2
1988 : % 3.3

Bu oranlar düşük olmakla birlikte döviz kaynağı olarak önemli role sahiptir; örneğin 1988'de mal ihracından sağlanan ulusal gelirin % 20'si turizmden elde edilmiştir.

1988'de turizm giderleri 358 milyon \$, 1989'da 565 milyon \$ olmuştur. 1988-1989 arasında turizm gelirleri % 8.6, giderleri % 57.8 arttığından gelir-gider dengesi 1988'de +1.997 milyon \$, 1989'da +1.992 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir (TUSİAD (1990), giriş).



Şekil: 4.1.2-1 Türkiye'de Uluslararası Turizm Trendi

- Sınırlara gelen ziyaretçi sayısı
- Konaklama birimlerinde geceleme
- - - - - Gelir (Cari \$)
- Gelir (Gerçek rakamlarla)

Kaynak: Tour. Sta. (1989), 687

1987'de yapılan araştırmalara göre, Türkiye'ye gelen turistlerin geliş amaçları önem sırasına göre şöyle sıralanmaktadır (Tur. Bak. (1988), 7) :

Tatil	% 57.2
Kültür turu	% 24.5 (Batı ülkelerine kıyasla önemli bir orandır)
Toplantı-iş	% 6.0 (Batı ülkeleri ile aynı seviyededir)
Alış-veriş	% 5.3
Yakınlarını ziyaret	% 3.1
Dini amaçlı ziyaret	% 0.9
Sportif amaçlı ziyaret	% 0.8

Aynı araştırma sonuçlarına göre Türkiye'ye gelen turistlerin ülkeyi ziyaret etmelerine etken olan faktörler ise şunlardır:

Yakınlarının tavsiyesi	% 41.3
Daha önce Türkiye'de bulunmuş olanlar	% 18.8
Seyahat acentasının tavsiyesi	% 15.9
Kendi özel merakı ve zorunlu işleri	% 12.0
Basın	% 7.2
Reklamlar	% 4.9

İlk iki oranının yüksek olması, daha önceki yıllarda Türkiye'ye gelen yabancıların memnun ayrıldıkları şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma Türkiye'ye gelen yabancıların % 51.4'ünün seyahat acentası kanalıyla, % 47.5'inin de kendi düzenlemeleri ile geldiğini saptamıştır. Seyahat acentasına yapılan ödemenin % 60'ının Türkiye'ye döviz olarak girdiği varsayılmakta ve kişi başına toplam harcama şu şekilde hesaplanmaktadır :

$$Y = X + 0.60 Z$$

Y = kişi başına toplam harcama

X = kişinin Türkiye'deki harcaması

Z = kişinin yurtdışında iken gönderdiği tur harcaması

1989-90 için ise tur ile gelenlerin harcamalarının % 49'unun ülkede kaldığı kabul edilmiştir (Tur. Bak. (1991)).

4.1.3. 6. Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm

6. Beş Yıllık Kalkınma Planında (1990-94) Turizm başlığı altındaki hedef, ilke ve politikalar şu şekilde sıralanmıştır:

Hedefler

Madde 723 - Plan döneminde, turizm gelirlerinin yılda ortalama % 13.6'lık bir artışla 1994'de 5.514 milyon \$, turizm giderlerinin yılda ortalama % 18.4'lük bir artışla 1994'de 1.026 milyon \$ olması ve dönem sonunda net döviz gelirinin 4.488 milyon \$ olarak gerçekleşmesi beklenmektedir.

Madde 724 - Plan döneminde, gelecek ziyaretçi sayısının yılda ortalama % 8.2'lik bir artışla 5.0 milyondan 7.4 milyon kişiye, yurtdışına çıkanların yılda ortalama % 4.8'lik bir artışla 2.2 milyondan 2.8 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Madde 725 - Plan dönemi sonunda yatak kapasitesinin 350.000'i aşması beklenmektedir.

İlkeler ve Politikalar

Madde 726 - Kış, av ve su sporları, festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve üçüncü yaş turizmini cazipleştirecek teşvik politikaları sağlanacaktır.

Madde 727 - Turizm sektöründe çalışanların sayısının ve eğitimle bilgi ve becerilerinin artması sağlanacaktır.

- Madde 728 - Sektörün alt ve üst yapısının nitelik ve niceliği yükseltilecektir.
- Madde 729 - Kültür ve tabiat mirasının etkin şekilde korunması, turistik faaliyet ve yatırımlarda çevre ve kültür peyzajı ilkeleri esas alınacaktır.
- Madde 730 - Charter taşımacılığı geliştirilecek ve yerli seyahat acentalarının tur operatörlüğü teşvik edilecektir.
- Madde 731 - Mevcut tesislerde doluluk oranını artırıcı, faaliyet mevsimini uzatıcı ve nitelik yükseltici önlemler alınacaktır.
- Madde 732 - Doğal güzellik ve kültürel değerlerin korunmasına öncelik verilecek, belirli sahalar korumaya alınarak turizme açılacaktır.
- Madde 733 - Turistik tesis işletmeciliği, küçük kapasiteli tesis ve aile işletmeciliği teşvik edilecektir.
- Madde 734 - Toplumun en uygun ve sağlıklı şartlarda tatil yapması sağlanacaktır.

4.2. Türkiye ve AT Turizm İlişkileri

Türkiye'ye gelen turistlerin % 50.7'sinin AT üyesi ülkelerden gelmesi nedeniyle (Çelebi (1990), 10) Türkiye'nin Topluluk'daki turizm gelişmelerini yakından izlemesi gerekmektedir. Avrupalı turistler -günübirlik, transit ve güvenilir olmayan pazarlara kıyasla- "oldukça uzun süre kalan, turizm mal ve hizmetlerinden yararlanan ve döviz bırakan gerçek turistlerdir" (Barutçugil (1989), 43).

Türkiye'nin, üye olmamasına rağmen, Topluluğun turizm konusundaki çalışmalarından yararlanması ve onların standartlarına uyması gerekmektedir (TÜSİAD (1988), 39). Türkiye'nin AT'ye üyeliği ile turizm sektörünün de çeşitli yönlerden gelişeceği düşünülmektedir. Türkiye'ye seyahat kolaylıklarının sağlanması, Türkiye'nin yeni imajı, Avrupa kamuoyunun gündeminde sık sık yer alması, artan bilgi bağları, İtalya-İspanya-Yunanistan gibi ülkelerin turizm alanında esasen doymuş olması sonucu Türkiye'ye olan talebin artması beklenmektedir (Barutçugil (1989), 44).

Türkiye'ye AT Ülkelerinden gelen turistlerin yıllara ve Ülkelerine göre dağılımları şu şekildedir :

Tablo 4.2.1. Türkiye'ye AT'den Gelen Turistlerin Ülkelerine Göre Dağılımı

(Kişi)

ÜLKELER	1985	1986	1987	1988	1989	1990
ALMANYA	299.509	388.192	523.675	767.905	896.989	970.795
BELÇİKA	20.138	20.731	24.061	39.207	47.533	55.257*
DANİMARKA	8.665	14.349	18.946	30.517	32.362	33.578*
FRANSA	149.950	143.971	168.566	246.784	283.545	310.695
HOLLANDA	31.217	39.450	49.915	81.039	106.709	148.624*
İNGİLTERE	124.677	154.231	266.900	465.142	405.943	342.904*
İSPANYA	18.853	21.955	27.896	44.283	56.176	61.014*
İTALYA	74.803	87.622	102.358	144.322	154.083	158.177
YUNANİSTAN	213.222	211.308	173.818	430.331	277.333	227.284
DİĞER **	6.101	8.719	12.852	23.350	32.215	34.246*

* işaretli rakamlar 1990'ın ilk 11 ayına aittir.

** İRLANDA, LÜKSEMBURG, PORTEKİZ, İZLANDA

Kaynak: T.C. Turizm Bakanlığı Turizm İstatistikleri Bülteni 1989
Ekonomist (1991), 11
Tur. Bak. (1991)

Başlıca turist gönderen Ülkeler olan Almanya, Fransa, İngiltere ve son yıllarda yurtdışına gönderdiği vatandaş sayısının artışıyla dikkati çeken İtalya ve Hollanda'nın 1984-1988 yıllarında Türkiye'de gerçekleştirdikleri geceleme sayılarının karşılaştırılmasıyla görülen artış aşağıdaki şekildedir (OECD (1990), 47-50) :

Alman	% 524
Fransız	% 257
İngiliz	% 477
İtalyan	% 138
Hollandalı	% 294 (Sınırlara geliş olarak)

1988'de, Türkiye'de gerçekleşen 12 milyon gecelenin % 60'ının üç büyük turist gönderen ülke vatandaşları tarafından oluşturulduğu gözlenmiştir. Şöyle ki Türkiye'ye olan toplam talebin % 39'u Almanlar, % 13'ü Fransızlar, % 8'i İngilizler'den gelmiştir (OECD (1989), 94).

Aynı şekilde toplam tur harcamaları ve Türkiye'ye yapılan seyahatlerdeki toplam harcamaların ilk üç sırasını bu ülkeler almaktadır. 1987'de Almanların toplam harcaması 387 milyon \$, Fransızların 243 milyon \$, İngilizlerin ise 132 milyon \$'dır (Tur. Bak. (1988), 11).

1987'de Türkiye'de konaklayan 9 AT ülkesi vatandaşlarının kalış süresi ortalama 7.47 gecedir. Milliyete göre turistlerin konaklama süresi aşağıdaki gibidir (Tur. Bak. (1988), 59) :

Belçikalılar	11.03 gece
Danimarkalılar	11.50 gece
Fransızlar	7.00 gece
Hollandalılar	13.34 gece
İngilizler	8.54 gece
İspanyollar	7.52 gece
İtalyanlar	7.41 gece
Yunanlılar	5.23 gece
Almanlar	8.52 gece

WTO'nun 1990 raporuna göre turist olarak en çok harcama yapan ülkeler Amerika, Almanya, Japonya, İngiltere ve Fransa'dır. Türkiye'ye gelen altı AT ülkesi turistlerinin kişi başına harcamaları 1989 yılında ortalama 556 \$ olmuştur (TÜRSAB B (Kasım 1990)).

AT bünyesinde turizmi geliştirmek ve Topluluk vatandaşlarının hiç tatile çıkmayan % 50'sinin turizme kazandırılması için bazı teşvikler öngörülmüştür. Birinci hedef, tatile çıkmayanları tatile çıkarmak olduğundan teşvik doğrudan kişi düzeyinde olacak, yatırım veya inşaata yönelik olmayacaktır. İkinci hedef de bu tatili Topluluk sınırları içinde yapmaya teşvik etmek olacaktır. Bu amaçla, uygulanmaya konacak olan 'Turizm'de Tüketici Kredisi' sadece Topluluk üyesi ülkelere gidişte geçerli olacaktır (Chatillon (1990), 36).

AT'de ayrıca tur operatörlerinin çalışmalarıyla ilgili değişiklikler gözlenmektedir. Tur operatörleri bir pazarlama yöntemi değil bir temel yaklaşım olarak tek bir isim altında birleşmekte, örneğin tek ülkeye yönelik katalog hazırlamaktadırlar (Engel (1990), 38). Başka bir yaklaşımla da, yeni iletişim sistemleri ile tüketicinin doğrudan hizmete ulaşma olanağı olduğundan, tur operatörlerinin rolü azalmaktadır. Bu nedenle tur operatörleri otel ve havayolu rezervasyonlarına yukarıdan müdahale ederek bütünleşmeye çalışmaktadır (Desbodoboulou (1990), 39). Dolayısıyla Türkiye gibi turist kabul eden ülkelerin sektörde çalışan birimlerini AT'deki gelişmelere karşı hazırlıklı tutması gerekmektedir.

4.3. Türkiye'de Turizmde Tüketicinin Korunması

Bu bölümde, Türkiye'de tüketicinin korunması konusundaki çalışmalar tüketicinin beş hakkı başlıkları altında, önleyici ve telafi edici olarak konuyla ilgili kuruluşlar ve mevzuat göz önüne alınarak incelenecektir.

4.3.1. Turistin Sağlık ve Güvenliğinin Korunması Hakkı

Turistler için büyük tehlike oluşturan salgın hastalıklara karşı tedbirler "Uluslararası Sağlık Tüzüğü" ile düzenlenmiş ve Türkiye tarafından da kabul edilmiştir (R.G. 25.4.1973). Bu tüzük ile salgın halinde Dünya Sağlık Örgütü - WHO (World Health Organisation)'ne bilgi verme, ulaşım araçları ile hareket ve varış yerlerinin temizliği, sağlığı; bu gibi yerlerde bulundurulması gereken sağlık ekipleri, ülkeye varış ve çıkışta hastalık çeşitlerine göre alınacak tedbirler düzenlenmiştir.

Son yıllarda yaygınlaşan AIDS hastalığına karşı Türkiye'de öncelikli yöreler olarak "gümrük kapıları" ve "turistik bölgeler" belirlenmiş, buralarda AIDS'e karşı propaganda yapılması planlanmıştır (Akarcalı (1987), 16-17). Turistlerden hastalık belgesi istenmeyerek özellikle turistik yörelerde çalışan personelin uyarılması yoluna gidilmiştir.

a. TSE

Sağlık ve güvenlik konusunda önleyici tedbir olarak TSE son yıllarda hizmet standartları hazırlama çalışmalarını hızlandırmıştır. Hizmet standartlarının bir kısmı, nitelikleri ve yapılaş teknikleri yönünden can ve mal kaybına sebep olabilecek yapı, makina, alet, tesis ve araçlarda herhangi bir hizmetin, hangi şartlar altında ve nasıl yapılacağını belirleyen "kural standartları"dır. Diğer bir kısım da, bilimsel ve teknik esaslara dayanan herhangi bir hizmetin belirli şartlar altında yapılmasını ve aynı zamanda kontrol edilmesini sağlamak üzere tespit edilmiş "metod standartları"dır (TSE (Tem 1989), 4).

Alt komisyonların çalışmaları arasında "ülke çapında turistik ve ticari hizmet kalitesinin geliştirilmesi ve zabıta yönetmeliklerinde gerekli ortak hükümler sağlanması" konuları bulunmaktadır (Çakır (1988), 4).

TSE'nin Nisan 1989'da çıkardığı "TS 6915 - Konaklama Tesisleri - Genel Kurallar" başlıklı standardında konaklama tesislerinin uyması gereken sağlık ve güvenlikle ilgili aşağıdaki noktalar belirlenmiştir :

- Konaklama tesislerinin yerleşme yerlerinin seçiminde yol, su, elektrik, haberleşme ve kanalizasyon alt yapılarının varlığı, kritik konfor koşulu, gürültü kaynaklarıyla

ilişkileri iyi incelenmelidir (örneğin, viraj, kavşak ve rampa yakınlarında yerleşme yeri seçilmemesi gibi).

- Hol, salon, bar, lokanta gibi müşteriler tarafından ortak kullanılan yerlerde ihtiyacı karşılayacak sayıda tuvalet bulunmalı, odalarda ve umumî tuvaletlerde klozetler kendinden rezervuarlı olmalıdır.
- Isı santrali, soğutma sistemi, havalandırma, transformatör ve alçak gerilim dağıtım tablo mahalleri, dizel jeneratör, telefon santrali ve yakıt deposu gibi yerler yeterince aydınlatılmalı, yangına karşı güvenlik tedbirleri alınmalı ve yangın sırasında kolayca tahliyeye imkan verecek düzen sağlanmalıdır.
- Mahallerin işlevlerine ve tesisin sınıfına uygun nitelikte malzeme kullanılmalıdır; örneğin, tuvalet ve banyo duvarları tavana kadar fayans veya özel malzeme ile kaplanmalı, kapı pencere, duvar ve döşemelerde ses yalıtımı sağlayan, nemlenmeye yol açmayan malzeme kullanılmalıdır.
- Yangına karşı tedbirler alınmalı, yangın uyarı ve çıkış yollarını gösteren yeterli sayıda işaret tesisin uygun yerlerine konmalıdır.
- Duş, banyo ve tuvaletlerde tabii havalandırma sağlanmalı, ısıtma merkezi sistemle yapılmalıdır (yazlık tesislerde elektrikle ısıtma yapılabilir). Devamlı ve yeterli basınçta sıcak ve soğuk su bulunmalı, kesinti halinde bütün tesisin en az bir günlük ihtiyacını karşılayacak tedbirler alınmalı, şehir şebekesinden alınmayan sular için otomatik klorlama sistemi bulunmalıdır.
- Devamlı ve yeterli elektrik enerjisi sağlanmalı; su ve rutubete açık yerlerde aletler bunlara karşı yalıtımlı, elektrikli makinelerin bağlanacağı prizler toprak kontaklı olmalıdır.
- Pis sular, sızdırmaz bir kanalizasyon şebekesi ile fosseptiğe, arıtma tesisine veya şehir şebekesine bağlanmalı, deniz, akarsu, göl ve göletlere, açığa akıtılmamalıdır. Şehir kanalizasyon şebekesi bulunmayan bölgelerde, 100 ve üzerinde yatak kapasitesi olan birimlerde "pis su arıtma tesisi" kurulmalıdır.
- Çöpler, koku ve bakteri oluşmasına imkan vermeyecek şekilde kapalı ünitelerde saklanmalı ve sağlıklı şekilde imhası için tedbirler alınmalıdır. 200 yatak kapasitesi üzerindeki tesislerde soğuk çöp odası yapılmalıdır.

- Konaklama tesislerinin özel nitelikleri bölümünde, iç mekanın yerleşim şekilleri, odalarda bulunması gereken malzemeler ve boyutları belirlenmiştir. Bunlar arasında :
 - . tesisin kat adedi üçten fazla ise ilaveten bir yangın merdiveni bulunmalı,
 - . yatak odalarının pencereleri mutfak, tuvalet gibi müşteriye rahatsız edecek mahallerin açıldığı aydınlığa açılmamalı, bodrum katlara yatak odası yapılmamalı,
 - . yatak odalarına ait banyolarda ve tuvalet masasının yanında üzerinde voltajı yazılı bir priz bulunmalıdır.
- Günlük ve haftalık hizmetler aksatmadan yapılmalı ve en az ayda bir kez olmak üzere böceklerle mücadele için tesirli ilaçlama teknikleri kullanılmalıdır.

TSE'nin Mayıs 1989'da çıkardığı "TS 7036 - Lokantaların Sınıflandırılması ve Özellikleri" başlıklı standardında benzer maddeler görülmektedir:

- Lokantada akar su ve su kesilmelerine karşı 24 saat kapasiteli yedek su deposu bulunmalıdır.
- Mutfakta, zemin ve duvarlar tavana kadar mermer, seramik veya benzeri malzeme ile kaplı olmalıdır.
- Mutfağın dışarıya açılan pencere ve kapılarında sineklik bulunmalı ve yeterli adet ve büyüklükte aspiratör takılmış olmalıdır.
- Mutfakta bulunan bütün bakır kaplar kalaylı olmalı, kırık ve çatlak kap, bardak, fincan, kaşık, çatal; lekeli, kirli, kokulu örtü, havlu vb malzeme bulundurulmamalıdır.
- Soğuk yemekler ile soğukta saklanması gereken diğer yiyecek ve içecekler için yeterli sayıda buzdolabı olmalıdır.
- Çalışanlar, bulaşıcı hastalığı bulunmadığına ve taşıyıcı olmadığına dair sağlık raporu almalı, bu rapor, her üç ayda bir, bir sağlık kuruluşuna vize yaptırılmalıdır.
- İlk yardım dolabı ve malzemesi bulunmalıdır.

TSE tarafından 1989'dan itibaren çıkarılan hizmet standartlarının turistlerin korunmasına yönelik olan diğerleri şunlardır :

TS 7098	Mayıs 1989	- Çay ve Kahve Salonları Sınıflandırılması ve Özellikleri
TS 7244	Mayıs 1989	- Kafeteryalar Sınıflandırılması ve Özellikleri

TS 7281	Mayıs 1989	- Pastanelerin Sınıflandırılması ve Özellikleri
TS 7372	Ağustos 1989	- Gazinolar Sınıflandırılması ve Özellikleri
TS 7850	Şubat 1990	- Türk Hamamları
TS 8357	Nisan 1990	- Halka ve Müşterilere Açık WC'lerin Sınıflandırılması ve Özellikleri
TS 8400	Nisan 1990	- Büfeler ile ilgili Genel Kurallar
TS 8467	Nisan 1990	- Diskotek ve Kokteyl Salonlarının Sınıflandırılması ve Özellikleri
TS 8468	Nisan 1990	- Bar ve Pavyonların Sınıflandırılması ve Özellikleri
TS 4156	Ocak 1991	- Yangından Korunma Umumi Yerlerde Genel Kurallar
TS 8902	Mart 1991	- Tavernalar Sınıflandırılması ve Özellikleri
TS 9262	Nisan 1991	- Açık Hava Gazinoları Sınıflandırılması ve Özellikleri

b. Belediyeler

Belediyeler çevre korunması ve temizlik sağlayarak turisti önleyici olarak koruyabilir. Kanalizasyon sorunu çözülmemiş sahil kasabalarında sivrisineklere karşı verilen savaş (Bilkiç (Ağ 1988), 26) veya iç Anadolu'da turistik merkezlerde çöpleri sokağa atan veya naylon torbalarda biriktirmeyenlere getirilen cezalar (Saka (1987), 2) örnek olarak verilebilir.

c. Sağlık Birimleri

Önleyici ve telafi edici koruma amacıyla Mart 1991'de Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Ana Bilim Dalı bünyesinde "Turist Sağlığı" adlı bir dal oluşturulmuştur. Lisan bilen doktor sayısının fazla olduğu hastaneler de turistlerin sağlık sorunlarının çözülmesinde çaba harcamaktadır (Sümer (1988), 13).

Ayrıca, Ekim 1990'dan itibaren "Turist Sağlığı ve Hekimliği Bülteni" adlı aylık bilimsel bir bülten yayınlanmaktadır.

d. Sigorta

Seyahat acentalarından bağımsız olarak taşımacı şirketler için mecburi kılınan "Zorunlu Otobüs Koltuk Sigortası" 1990 başında uygulamaya konmuştur. Bir yıl içinde şehirler arası taşımacılık yapan 22.000 otobüsten sadece 9.000'i (% 40'ı) bu sigortayı yaptırmış ve taşımacıya getirdiği maliyet yükü ve yaygınlaştırılamamış olması sonucu beklenen amaca ulaşamamıştır (Güneş (1991)).

e. Ulaştırma Araçları

Seyahat Acentaları Yönetmeliği'nde (R.G. 27.9.1975), yurt içi turlarda kullanılacak otobüslerin niteliği belirlenmemekle birlikte, yurt dışı turlarda aracın sahip olması gereken özellikler sıralanmıştır : yatar koltuklu, havalandırma ve ısıtma aygıtlı, mikrofonlu, yangın söndürme aygıtlı, temiz ve bakımlı, "Karayolları Trafik Tüzüğü" ve "Araçların Fenni Muayeneleri Hakkında Yönetmelik" hükümlerine uygun nitelikli, ticari olarak kayıt ve tescilli olması ve yolcuların ferdi kaza ve aracın sigortasını kapsayan uluslararası sigorta kartının bulunması zorunludur.

f. Çevre Korunması

Yatak kapasitesini artırmak amacıyla devlete ait toprakların özel girişimcilere 49 yıllığına kiralanmasına rağmen çevreyi koruma amacıyla, atık su tesisi olmayan 100 veya daha fazla yataklı işletmelere yatırım belgesi verilmemektedir (OECD (1989), 77).

Turizmi Teşvik Kanunu'nun (R.G. 16.3.1982) turistik işletmelerin yapımını düzenleyen 6. maddesi "deniz, göl ve akarsular ile kıyıları"nın "özelliklerini bozucu ve yıpratıcı şekilde" kullanılamayacağını belirtir.

Ayrıca "1991 Yılı Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair" Bakanlar Kurulu Kararı Eki'nde, doğal ve kültürel çevrenin bozulma tehdidi altında olduğu saptanarak "teknik altyapının yetersiz bulunduğu yerleşme ve yörelerde bu sakinler giderilmedikçe turizm yatırımlarına izin verilmeyeceği" ve bu çerçevede "Güney Batı Anadolu Çevre (turizm altyapı) projesi ile ilgili uygulamanın bir an önce başlatılabilmesi için gerekli düzenlemelerin" yapılacağı belirtilmektedir.

4.3.2. Turistin Ekonomik Çıkarlarının Korunması Hakkı

Turistin ekonomik çıkarlarının korunmasında turistik işletmelerin belgelendirilmesi ve denetlenmesi ile yanıltıcı/aldatıcı reklamlara karşı çalışmalar gibi özellikle

önleyici koruma önem kazanmaktadır. Bu tip korumada çeşitli kuruluşların çalışmaları şu şekildedir :

a. TSE

TSE'nin hizmet standartları içinde turizme yönelik çalışmaları 1989'dan itibaren başlamıştır. Bunların turistlerin sağlık ve güvenliğine yönelik olanları 4.3.1 bölümünde belirtilmiştir.

Hizmet standartları arasında henüz seyahat acentalarını kapsayan bir çalışma yoktur. Standart hazırlanması için o konuda ihtiyaç hissedilmesi veya birkaç şirketin birleşip TSE'ye başvurması gerekir; uygun görülürse standart hazırlama çalışmalarına başlanabilir; hazırlık safhası yaklaşık bir yıl sürmektedir.

Doğrudan turizmle ilgili olmamakla birlikte reklamları düzenleyen hizmet standardı Nisan 1991'de çıkarılmıştır: "TS 9300 - Reklamlar Uyulması Gereken Kurallar"

b. İTO

İTO'nun Tüketiciyi Koruma Taahhütnamesini imzalayan firmalar " ... sunulan mal ve hizmetlerin olağan ve makul olarak beklenen kullanım amacına elverişliliğini, TSE zorunlu standartlarına yada İTO'nun mesleki kararlarına uygunluğunu, tüketici ile kendi arasında çıkacak ve karşılıklı görüşmelerle bir sonuca bağlanamayan ihtilaflarda hukuk yolları açık olmak üzere İTO'nun kararlarına uyacağını taahhüt eder" (İTO (1991)). 7.1.1991 tarihine kadar bu taahhütnameyi imzalayan 241 firma içinde turizme dönük çalışan yoktur; 11.5.1991 tarihine kadar ise listeye bir adet turizm konaklamasına yönelik şirket eklenmiştir.

İTO'nun 1.10.1981 tarihinde kabul edilen Dürüst Reklamcılık Konusunda Riayeti Mecburi Mesleki Karar'ı reklamlarda uyulacak genel esasları belirler. Bunların arasında :

- adaba, dürüstlük ilkesine, gerçeklere uygunluk, mahremiyetin korunması, ticari itibarın kötüye kullanılmaması
- karşılaştırmaların yanıltıcı ve dürüst rekabet ilkesine aykırı olmaması

bulunmaktadır.

"Sorumluluk" başlığı altında "reklam veren reklamın tüm sorumluluğunu taşır" denerek şikayet halinde uyarı, para ve disiplin cezası getirilebileceği veya reklamın düzeltilerek

yayınlanması ve malın piyasadan çekilerek etiketlerin değiştirilmesinin istenebileceği belirtilmiştir.

"Belirli Bir Kısım Ticari Faaliyetlerin, Malların ve Hizmetlerin Reklamında Uyulacak Özel Hususlar" başlığı altında 29. madde "grup gezileri"ne ait reklamları düzenler. Şöyle ki :

"Grup gezileri ile ilgili reklamlar, tüketiciyi yanlış anlamaya yöneltmeyecek veya ona yanıltıcı bilgiler vermeyecek şekilde olacaktır.

Grup gezileri reklamlarında, aşağıdaki hususlarda tam ve kesin bilgiler verilmesi zorunludur :

- Geziden sorumlu firma ve kuruluş,
- Taşıt araçları, kiralanmış araçlar veya tarifeli seferler olup olmadığı, tipi, sınıfı,
- Gidilecek yer ve yolculuk programı,
- Gezinin tam süresi, her konaklama yerinde kalınacak süreler,
- Konaklanacak yerin tipi, sınıfı, sağlanacak işe, taşıma vb. gibi hizmetler,
- Teklif edilen gezinin toplam ücreti, bu ücrete dahil olan masraflar (havaalanı vergisi, diğer vergiler, ek nakliye, hammaliye, bahşiş vb.)".

c. Turizm Bakanlığı

Turizm ile ilgili mevzuat turistik işletmeleri uyulması zorunlu kurallar getirirken Turizm Bakanlığı'na da bu kuralların uygulanışını denetleme yetkisi vermiştir. Bu kanunların ilgili maddeleri aşağıda incelenecektir :

i. Turizmi Teşvik Kanunu

Madde 10 - "Belgeli işletmelerin uygulayacakları fiyat tarifelerinin hazırlanması ve onaylanmasına ilişkin genel ilkeler Bakanlıkça belirlenir".

Bu kanunla, işletmelerin bir sonraki yıl uygulayacakları fiyat tarifelerini onay için temmuz ayı sonuna kadar Bakanlığa göndermeleri kurala bağlanmıştı; bu kural, 1985 yılında fiyatların döviz üzerinden düzenlenerek onaylanması şeklinde

değiştirildi (TÜRSAB (Kasım 1985), 8) ve 1989'da tüm tesis fiyatları serbest bırakıldı (TÜRSAB (Eylül 1988), 26).

Madde 30 - "Belgeli yatırım ve işletmeleri, bu yatırım ve işletmelerin belgeye esas olan niteliklerini, bu nitelikleri koruyup korumadıklarını denetleme ve işletmeleri sınıflandırma yetkisi münhasıran Bakanlığa aittir".

Denetim ve sınıflandırmaya esas oluşturacak tespitler, gerekli görüldüğü hallerde, "Bakanlıkça yetkili kılınacak gerçek ve tüzel uzman kişilere de" yaptırılabilir; bu tespitlere göre karar Bakanlıkça alınır ve uygulanır. Bakanlık gerekli hallerde belgesiz turistik yatırım ve işletmelerdeki denetime esas olacak tespitleri resen yaptırır ve gereği yapılmak üzere ilgili idarelere bildirir.

Bu kanun ve uygulanmasına ilişkin yönetmeliklere uymayan belgeli yatırım ve işletmelere uyarma, para ve belge iptali cezaları verilebilir. Bu kanuna göre en fazla para cezası 100.000 TL olarak saptanmış 10.7.1985 tarihli R.G. ile bu cezalar iki katına çıkarılmıştır.

ii. 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu (R.G. 28.9.1972)

Madde 2 - "Seyahat acentaları Turizm ve Tanıtma Bakanlığının vereceği işletme belgesi ile kurulurlar. Türk Ticaret Kanunu hükümleri saklıdır".

Madde 3 - "Seyahat acentaları gördükleri hizmetlere göre üç grupta toplanırlar":

(A) Grubu seyahat acentaları
Turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence imkanları sağlar, onlara turizmle ilgili bilgiler verir, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri görür.

(B) Grubu seyahat acentaları
"Uluslararası kara, deniz ve hava ulaştırma araçları ile (A) grubu seyahat acentalarının düzenleyecekleri turların biletlerini satarlar".

(C) Grubu seyahat acentaları

Yalnız Türk vatandaşları için yurt içi turlar düzenlerler.

(B) ve (C) grubu seyahat acentaları kendi hizmetleri dışında kalan diğer seyahat acentalığı hizmetlerini göremezler. Ancak kendilerine (A) grubu seyahat acentalarının verecekleri hizmetleri görürler.

(A) grubu seyahat acentaları tertipledikleri turistik gezilerle bir önceki yıl yurt dışından getirdikleri dövizin % 25'ini geçmemek üzere, yurt dışına turlar düzenleyebilirler. Söz konusu % 25'in hesabında, ulaştırma aracı ücreti, yemek, ikamet ve sair masraflar adı altında müşteriden alınan her türlü paralar katılır.

Yabancı uyruklu seyahat acentaları yurt dışına tur tertip edemezler.

(A) grubu seyahat acentaları yurt dışına tertip edecekleri turlarda kara ulaştırma araçlarını kullanmak istedikleri takdirde, kendilerinden dış hatalara kara yolu ile yolcu nakliyatı ruhsatnamesi istenmez. Ancak, aracın Turizm ve Tanıtma Bakanlığınca tespit edilen vasıflara uygunluğu aranır".

Madde 4 - İşletme Belgeleri

"(A) grubu seyahat acentaları Turizm ve Tanıtma Bakanlığından geçici işletme belgesi, (B) ve (C) grubu seyahat acentaları ise işletme belgesi aldıktan sonra faaliyete geçerler. Seyahat acentalığı belgesi almak isteyenler Bakanlıkça hazırlanan soru fişlerini doldurmak ve müesseselerinin bu konudaki şartlara uygunluğunu belgelendirmek suretiyle Bakanlığa bir dilekçe ile başvururlar. Bakanlık bu konuda Birliğin görüşünü de alır. Birlik gerekçeli görüşünü en geç 15 gün içinde Bakanlığa bildirir. Belgeler kişiseldir ve bir işletmeye mahsus olmak üzere verilir. İşletme belgeleri Bakanlığın izni olmadan devredilemez".

Madde 7 - Yasak Faaliyetler

"Seyahat acentaları ve şubeleri, işyerinden seyahat acentalığı hizmetleri dışında faydalanamazlar. Ancak seyahat acentaları iş yerlerini belirli bir yerinde hatıra eşyası, turist rehberi, kartpostal vb. şeyler satabilirler".

Madde 19 - Reklam ve Tanıtma

"Seyahat acentaları gerçeğe aykırı ve yanıltıcı tanıtma ve reklam yapamazlar. Reklam ve tanıtma belgelerinden birer nüshayı, dağıtımlarından 15 gün önce Turizm ve Tanıtma Bakanlığına gönderirler".

Madde 24 - Denetim

Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, seyahat acentalarını, müfettişler, uzman denetçileri, bölge müdürleri veya Bakanlıkça yetkili kılınacak diğer kişiler ile her zaman denetleme yetkisine sahiptir.

Madde 27 - İptal Sebepleri

....

- Gerçeğe aykırı ve yanıltıcı reklam ve tanıtma yapan seyahat acentalarına ihtar verilir. İkinci bir ihtara sebebiyet veren,

- Müşterilerini aldatıcı, kamu düzenini sarsıcı vb. davranışlarda bulunan, ihtara rağmen bu davranışları tekrarlayan, ...

....

seyahat acentalarının belgeleri iptal edilir.

Madde 29 - Faaliyetten Men Etme

Geçici işletme veya işletme belgesiz olarak seyahat acentalığı çalışmalarında bulunanlar faaliyetten men edilir. Bu gibi acentaların grup veya gruplarının organizasyonu TÜRSAB'a devredilir.

Madde 30 - Ceza

Belgesiz seyahat acentalığı yapanlar hakkında idari kovuşturmanın yanı sıra acenta sahip ve sorumlu müdürleri hakkında kovuşturma sonucu suçun sabit görülmesi halinde üç aydan altı aya kadar hapis ve 5.000 TL'den 10.000 TL'ye kadar para cezası verilir.

Bu kanuna bağılı olarak Turizm Bakanlığı ve Bölge Müdürlükleri denetim faaliyetlerini sürdürmektedir. 1990 yılında İstanbul Turizm Bölge Müdürlüğü seyahat acentaları denetimlerinin yanı sıra konaklama tesislerindeki hizmetler, yat işletmecilerinin belge ve yatlarının denetimi, Sağlık Bakanlığı ile yapılan protokol gereğı birlikte sürdürülen belgeli ve belgesiz tesislerin sağlık denetimleri, kaçak rehberlerin ortaya çıkarılışı, havaalanındaki taksicilerin kontrolü gibi çalışmalarını gerçekleştirmiş ve denetim yoluyla mücadelenin düzenli olarak sürdürüleceğini belirtmiştir (Manav (1990), 16).

iii. Seyahat Acentaları Yönetmeliğı (R.G. 27.9.1975)

Bu yönetmelikle tur tipleri tanımlanmıştır (md 12-15)

- şehir ve yöre turları
geceleme olmaksızın yarım gün, tam gün veya gece turu olarak düzenlenebilir.
- yurt içi turlar
"... bir yada daha çok geclemeyi kapsayan ve gerek taşıma araçları ve gerekse konaklama tesislerinin standartları gösterilen organizasyonlardır".
- yurt dışından düzenlenecek turlar
genellikle yabancı turistlerin katıldığı turlar olup geclemesiz olabilir veya bir yada daha çok geclemeyi kapsayabilir.
- yurt dışına düzenlenecek turlar taşıma ve gerekli hizmetleri ile yurt dışına dönük bir yada daha çok geclemeyi kapsayan turlardır.

Madde 16 - "(A) grubu seyahat acentaları yurt dışına düzenleyecekleri turların programlarını Turizm ve Tanıtma Bakanlığına göndermek zorundadırlar. Yurt dışı tur programları : turun güzergahını, hangi ulaştırma araçlarından yararlanılacağını, konaklama yerlerini, müşteriiden alınacak ücreti, turun toplam masraflarını kapsamalıdır".

Madde 17 - Yurt dışına düzenlenecek turlarda "acentanın programlarında belirtilmiş bulunan taşıma, konaklama, gezi ve eğlence hizmetlerinin gerçekleştirilmesinde taahhüt edilen taşıma araçları, konaklama tesisleri ve diğer hususların Uluslararası Meslek Kuruluşlarınca kabul edilmiş olan norm ve kurallara uygun olması zorunludur. Bakanlık tur programlarını inceler ve gerekli görürse TÖRSAB tarafından da incelenmesini isteyebilir".

iv. Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği
(R.G. 28.5.1983)

Madde 1 - Amaç : "... turizm yatırım ve işletmelerinin geliştirilmesi, günün şartlarına uygun hale getirilmesi ve belgeli turizm yatırım ve işletmelerinin asgari niteliklerini belirleyerek bu işletmeler arasında standart eşitliğin sağlanmasıdır".

Madde 25 - Sınıflandırma Çalışmaları

"Sınıflandırma çalışmaları için Bakanlığa değerlendirme formları hazırlanır. Değerlendirme, işletmenin fizik nitelikleri, işletme ve hizmet düzeyi, personelin niteliklerinin yer aldığı bu formlarda, her değerlendirme faktörünün ayrıntılarıyla puanları belirlenir. Sınıfın tespitinde, heyet üyelerinin puanlarının ortalaması dikkate alınır. Bu uygulamalarda işletmenin yabancı ülkelerdeki emsallerinin vasıfları da dikkate alınır". ...

"Sınıflandırma kararlarına belge sahibi veya Turizm Genel Müdürlüğü 30 gün içinde itiraz edebilirler. İtirazlar Belgelendirme Komisyonunca incelenir".

Madde 26 - Yeniden Değerlendirme

"Sınıflandırma çalışması, her tesis için üç yılda bir tekrarlanır. Bu incelemelerde gerekiyorsa işletmenin sınıfı düşürülebilir veya yükseltilebilir". İşletmenin talebi veya Bakanlığın gerekli görmesi ile üç yıl dolmadan yeniden değerlendirme yapılabilir.

"Turizm Yatırımlarının Genel Nitelikleri" bölümünde başlıklarla yerleşme özellikleri, belge kapsamı dışındaki yapı bölümleri, bahçe düzenlemesi, hacimlerin düzenlenmesi, tuvaletler, tesisat mahalleri, kat ve merdiven ölçüleri, malzeme nitelikleri, tecrit tedbirleri, tesisat ve donatım nitelikleri, havalandırma, ısıtma, su tesisatı, aydınlatma, elektrik tecriti, kanalizasyon, çöplerin muhafazası, soğuk depolarda emniyet ve laboratuvar konuları düzenlenmiştir.

"Turizm İşletmelerinin Genel Nitelikleri" bölümünde başlıklarla personel eğitimi, kıyafet düzeni, tesislerde tadilat, temizlik, fiyat tarifeleri, tarifenin kullanımı, şikayet defteri, tarifelerin teşhiri, yeme-içme tesislerinde tarifelerin teşhiri, müşterilerle ilişki ve Bakanlığa bilgi verme konuları düzenlenmiştir.

"Konaklama Tesislerinin Genel Nitelikleri" bölümünde başlıklarla tesis türleri, odalarda banyo, yangın merdiveni, yatak odalarında sakıncalı yapılaşma, yatak odalarının tefrişi, kapasitesi, banyoların nitelikleri, kat ofisi, personel için mahaller ve yan hizmet üniteleri düzenlenmiştir (Bkz. Ek.V).

Yönetmelikte ayrıca oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, kampingler, apart oteller ve sınıflandırılmaları ile ilgili hükümler, lokantalar, eğlence yerleri ve yan hizmet tesislerinin düzenlenmesi ile ilgili maddeler bulunmaktadır.

- v. Turizm işletmelerinin Bakanlıkla, Birbirleriyle ve Müşterileriyle ilişkileri Hakkında Yönetmelik (R.G. 23.3.1983)

Madde 21 - "Otelcinin Genel Yükümlülüğü"

Usulüne uygun olarak yapılmış ve teyid edilmiş bir rezervasyonla ilgili olarak, otelci sözleşme ile yükümlendiği hususları yerine getirmek zorundadır. Bunları yerine getirmeyen otelci, acentanın bu nedenle uğradığı gerçek zararı tazmin etmekle yükümlüdür. Ancak otelci rezervasyon kabulü sırasında bilinmeyen bir durumun ortaya çıkması ve en az üç hafta önceden acentaya bildirmesi koşuluyla müşterileri yakın çevredeki eşit yada daha iyi nitelikli başka bir otele yerleştirilebilir. Bu durumda fiyat farkları otel tarafından ödenir...."

Madde 44 - "Rezervasyon"

Bir müşteri tarafından veya onun adına bildirilen bir istek üzerine otelci istenilen konaklama için gerekli rezervasyonu yapmayı kabul edince sözleşme oluşmuş sayılır.

Bu durumda otelci ve müşteri mevcut yasa, tüzük ve yönetmeliklere ve otel kurallarına uymayı taahhüt etmiş olurlar. Şu kadar ki otelci, müşterinin otel kurallarını bilmesi için tedbir alır".

Madde 45 - "Kabulün Yazılı Olması"

Yazılı rezervasyon taleplerinde otelcinin yazılı kabulü esastır. Kabul ile ilgili teyid rezervasyon talebinin otele ulaşmasından itibaren en geç üç gün içinde ve istenilen bilgiler ve fiyatları da içerecek şekilde müşteriye bildirilir".

Madde 46 - "Güvence Parası

Rezervasyon yapılırken işletmeci belli bir güvence parası isteyebilir. Müşteri anlaşılan tarihte odaları teslim almaz veya kararından cayarsa otelci, uğranan zararın azami miktarını aşmayacak bir tazminatı müşteriden talep edebilir".

Madde 47 - "Müşterinin Hakları

Sözleşme üzerine müşteri, otelde kendisine ayrılan yere yerleşme ve kabul edilen süre içinde kendisine ait bölümlerdeki olanakları kullanma, bunlardan tam olarak yararlanma ve ayrıca otelin diğer normal hizmetlerinden de yararlanabilme hakkını kazanır".

Madde 48 - "Müşterinin Sorumlulukları

Rezervasyon yalnız bir müşteri adına yapılmış olmasına rağmen çeşitli kişileri kapsamaması durumunda ödeme rezervasyon fişinde adı belirtilen kişi tarafından yapılır".

Madde 51 - "Müşterinin Genel Sorumluluğu

Müşteri kendisi, beraberindekiler veya konukları yada sorumluluğu altındaki kişiler tarafından otele verilecek hasar ve zararlardan tam sorumludur".

Madde 56 - "Oda ve Yemek Ücretleri (Pansiyon)"

Tam pansiyon oda, kahvaltı ve iki yemeği, yarım pansiyon oda, kahvaltı ve bir yemeği içerir. "... Müşterinin otele varışından sonra alacağı ilk yemek pansiyon anlaşmasını başlatır..."

Madde 57 - "Yemekler

Aksi belirtilmemiş ise 'yemekler' sözünden kahvaltı, öğle yemeği ve akşam yemeği anlaşılır..."

Madde 58 - "Müşterinin Eşyasına Karşı Sorumluluk

Otelci müşterinin eşyasının yok olmasından, bozulmasından, çalınmasında sorumludur. Şu kadar ki, otelci veya hizmetlilerine yüklenebilecek bir kusur ispat olunmadıkça bu sorumluluk Borçlar Kanunu hükümleri ile sınırlıdır".

Madde 59 - "Değerli Eşya

Otelci müşterinin değerli eşyasını saklamak üzere almış veya almaktan kaçınmışsa sorumluluğu sınırsızdır. Para, mücevher,

kıymetli evrak vb. değerli şeyler saklamak üzere otelciye bırakılmamışsa, otelci ancak kendisinin veya hizmetlilerinin kusurluluğu durumlarında sorumlu olur".

Madde 60 - "Sorumluluğun Sona Ermesi
Müşteri zararını öğrenir öğrenmez otelciye bildirmezse talep hakkı kaybolur. Otelcinin sorumluluğu üzerine almadığını, sorumluluğu kabul etmeyeceğini veya 58 ve 59. maddeler aksine bir koşula bağlandığını bildirmesi sorumluluğunu kaldırmaz".

Madde 63 - "Alıkoyma Hakkı (Hapis Hakkı)
Otelci, faturasını ödemeyen müşterinin eşyasını alıkoyma hakkına sahiptir. Müşteri borcunu en geç 30 gün içinde tam olarak ödemediği takdirde otelci alıkoyduğu eşyayı satabilir".

Madde 70 - "Bakanlığın Hakemliği
Bakanlık turizm işletmelerinin birbirleriyle ve müşterileriyle doğacak sorun ve anlaşmazlıkların çözüm ve giderilmesinde, sektörde örf ve adetlerin belirlenmesini sağlayacak biçimde danışman ve hakem rolü oynar".

vi. Turizm Yatırım İşletme ve Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Yönetmelik (R.G. 19.4.1983)

Madde 4 - "'Turizm kontrolörü, yönetmelik uyarınca gerekli sınavlarda başarı göstererek atanmış Bakanlık merkez teşkilatında görevli denetim elemanlarıdır. Kuruluşların yatırım ve işletme aşamalarında denetleme yaparlar".

Madde 18 - "Belgeli turizm işletmelerinde temizlik, intizam, servis, fiyat, idare ve işletme belge olmaya esas olan vasıflarla, personel niteliklerini tespit ve denetimi yetkisi Bakanlığa aittir".

d. TÜRSAB

TÜRSAB Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu ile 1972'de kurulmuştur. Bu kanuna göre amacı "seyahat acentalığı mesleğini yurt ekonomisi ve turizmüne uygun suretle gelişmesini sağliıyıcı tedbirleri almak ve mesleki ahlak ve dayanışmayı korumak"tır. Seyahat acentalarının bu birliğe üye olmaları zorunludur.

Aynı kanunla Birliğin görevleri "pazar araştırmaları ve seyahat acentalığı konusunda incelemeler yapmak, birlik üyeleri arasındaki rekabetin önlenmesi hususunda gerekli tedbirleri almak, seyahat acentaları personelinin yetiştirilmesi için kurslar ve seminerler düzenlemek, Bakanlıkça istendiğinde görüş bildirmek, uluslararası kuruluşlarda seyahat acentalarını temsil etmek"tir. "Birlik, acentalık mesleğinin vakar ve haysiyetine uymayan hareketlerden dolayı birlik üyelerine disiplin cezası verir".

Seyahat Acentaları Birliği Yönetmeliği (R.G. 15.6.1973) TÜRSAB'ın görevlerine kanundakilerin dışında eklemeler yapmıştır. Bu maddelerin konuyla ilgili olanları şunlardır:

- "Belgesiz olarak seyahat acentalığı faaliyetinde bulunan kuruluşların ve işletme belgeleri iptal olunan veya geçici işletme belgesi geri alınan seyahat acentalarının getirdiği grup veya grupların organizasyonunu yürütmek",
- "... yasak olarak seyahat acentalığı faaliyetinde bulunan yerli- yabancı özel ve tüzel kişiler hakkında gerekli işlemlerin yapılması ve yasak faaliyetlerin durdurulması için mülki amirler ve Cumhuriyet Savcıları nezdinde gerekli teşebbüslerde bulunmak ve bu konuda açılmış davalara müdahil olarak iştirak etmek",
- "Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'ndan belge almadan seyahat acentalığı faaliyetinde bulunan işletmeleri ve şahısları gerekli kanuni işlemler yapılmak üzere Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na bildirmek",
- "Belge almış olan seyahat acentalarından ait olduğu grubun hizmetleri dışında seyahat acentalığı hizmetlerinde bulunanlar hakkında gerekli işlemler yapılmak üzere Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na bilgi vermek",
- "Türkiye'de mevcut konaklama tesisleri ile turizme dönük yan tesisler, spor ve eğlence tesisleri hakkında gerekli incelemeleri yapmak; bu tesislerin standartları, kapasiteleri ve bu tesislere olan ihtiyaç hakkında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na görüş bildirmek ve yukarıda bahsi geçen tesisler hakkında birliğe intikal etmiş şikayetleri ilgili mercilere bildirmek",
- "Seyahat acentalarının işletme belgesindeki gruplarını antetli kağıtlarında, ilan, reklam ve tanıtıcı yayınlarında belirtip belirtmediklerini ve gruplarına uygun çalışıp çalışmadıklarını tespit etmek",
- "Seyahat acentalığı konusunda bilir kişilik yapmak".

Aynı yönetmeliğin 19. maddesi seyahat acentalarına verilebilecek cezaları ihtar, tevbih ve Bakanlığa başvurularak faaliyetten men etme olarak belirlemiştir.

Kanun ve Yönetmeliğin ilgili maddelerinde belirtildiği gibi TÜRİSAB turistin önleyici korunmasında piyasayı düzenleyici rol oynar.

Bu görevlerin TÜRİSAB'ın çalışmalarına yansması ise şöyledir :

- TÜRİSAB'ın Ekim 1990'da yayınladığı "Seyahat Acentaları Profili Araştırması"na göre Türkiye'de on yıldan fazla süredir faaliyette bulunan seyahat acentalarının oranı % 20'nin altındadır; çoğu acenta son beş yılda kurulmuştur. Dolayısıyla seyahat acentalarının sayısında hızlı bir artış olduğu görülmektedir. Bu da TÜRİSAB'ın seyahat acentalarının faaliyetlerinin Kanun ve Yönetmeliğe uygunluğunu takip etmesinin önemini göstermektedir. Türkiye'de Aralık 1990 itibarı ile toplam 1128 seyahat acentası bulunmaktadır. Bunların 703'ü (A) ve (A) geçici grubu, 132'si (B) grubu, 76'sı (C) grubu ve 217'si şubelerdir.
- TÜRİSAB standartlaşmaya geçiş olarak 1989'dan itibaren "R" (Recommended) belgesi/amblemi uygulamaya başlamıştır. Bu belge pansiyonlar gibi turistik işletme belgesi olmayan tesislere, TÜRİSAB'ın belirlediği standartlara uygunluğunu göstermek amacı ile verilmektedir. Böylece yatak kapasitesi artırılmakta ve her yıl denetim sonucu yenilenmesiyle tesisin standartlara uygunluğunun devamı sağlanmaktadır (TÜRİSAB (Haziran 1988), 8). Denetleme Bakanlık ve TÜRİSAB yetkililerinden oluşan bir komisyon tarafından yapılmaktadır (TÜRİSAB (Eylül 1988), 22).
- TÜRİSAB kaçak seyahat acentalığı faaliyetlerini yakından takip etmektedir. Örneğin, 1990 yılı içinde seyahat acentalığı hizmetlerini yasa dışı biçimde yapmak isteyen 73 kişi ve kuruluşu yasa gereği Cumhuriyet Savcılıkları'na şikayet ederek faaliyetlerinin durdurulması ve haklarında kamu davası açılması için ilgili mercilere başvuruda bulunmuştur (TÜRİSAB B (Kasım 1990)). Bu kişi ve kuruluşlar TÜRİSAB sirkülerleriyle turizm piyasasına bildirilmektedir.
- Aldatıcı/yanıltıcı reklamı önlemek için, her çeşit reklamda TÜRİSAB amblemi ve acentanın belge numarasının bulunması koşulu TÜRİSAB tarafından yakından izlenmekte, uymayan acentalar uyarılmaktadır. TÜRİSAB bu konuyu tüketiciye ulaştırabilmek amacı ile TV'de kısa uyarıcı programlar yapmayı planlamaktadır.

Fiatlardaki yanıltıcılığı önlemek amacı ile TÜRSAB bazı hizmetleri kapsamayan taban fiatlarda "-den itibaren" ibaresinin kullanımını yaygınlaştırmaya çalışmakta ve acentaları bu konularda uyarmaktadırlar. Böylece tüketici korunurken haksız rekabet de önlenabilmektedir (Köfteoğlu (1991)).

- Sigorta konusunda TÜRSAB 1987'de acentaların oluşturacakları "Sigortalı Turizmci Kurumu" ile turistlere garantili hizmet sunmak ve acentalara hizmet veren diğer kuruluşların doğabilecek alacaklarının tahsilini sağlamak amacı ile yasal düzenlemeye gidilmesini talep etmiştir (TÜRSAB (Mart 1987), 1). 1988'de bazı sigorta şirketleri ile seyahat acentaları arasında "seyahat sigortası" uygulaması başlatılmış ve yolcular bagaj tazminatı ile birlikte 10'ar milyona sigortalanmıştır (TÜRSAB (Ağustos 1988), 30).

e. Belediyeler

Belediyeler sağlık ve güvenlik konusunda yaptıkları denetimlerin yanısıra turistin ekonomik çıkarlarını sağlama yolunda çalışmalar da yapmaktadır. Örneğin, 1985 yılında Sarıyer Belediyesi Arap turistlerden fazla para alan ve tarife dışı ücret talep eden 140 işyerini 3 ila 15 gün arası sürelerle kapatmış, ruhsatsız gazino, kuaför, bakkal ve kahvehaneden oluşan 23 işyeri ile 22 lokantaya para cezası uygulamış, çok sayıda esnafı da turistleri aldattıkları için mahkemeye vermiştir (TÜRSAB (Kasım 1985), VII).

f. Turizm Kalkınma Bankası

Turizm Kalkınma Bankası A.Ş.'nin "Kaynak Kullanımını Destekleme Primi Hakkında Uygulama Tebliği" (R.G. 31.5.1990) yurt dışı turizm pazarlamasına yönelik çalışmaların kredilendirilmesi ilkelerini belirler. Destekleme priminden yararlanma koşulları, seyahat acentalarının sermayesi en az 1 milyar TL olan (A) veya (A) geçici grubu olmaları ve yıllık en az 1 milyar TL tutarındaki projelerin Bakanlıkca onaylanmış olmasıdır. Tebliğ, acentaların birleşerek proje teklifi verebileceklerini belirler.

Bu tebliğin, bu çalışmanın konusunu ilgilendiren iki öneminden biri seyahat acentalarının birleşerek büyümesi ve giderek tur operatörlüğüne yönlendirilmesidir. İkincisi ise "Destekleme Priminden Yararlanabilecek Harcamalar" başlığı altında "Tüketiciyi (turisti) korumaya yönelik sigorta giderleri"nin bulunmasıdır. Bu da tur düzenleyicilerini turistleri sigortalamaya teşvik edecek bir önlemdir.

4.3.3. Turistin Zararının Tazmin Edilmesi Hakkı

Türkiye'de, yasalara bağlı olarak Turizm Bakanlığı'ndan belgeli turistik işletmelerde meydana gelen kayıp ve hasarlara karşı turist korunmaktadır. Gerekli görülürse işletme cezalandırılıp, bazı durumlarda hasardan dolayı turist tazmin edilmektedir (OECD (1989), 78).

a. TSE

TSE'ye ulaşan turizm ile ilgili şikayetler Turizm Bakanlığı'na yöneltilmektedir.

b. Turizm Bakanlığı

Seyahat Acentaları Yönetmeliği'nin 20. maddesi "Turlarla ilgili şikayetler" 'i düzenler :

"Seyahat acentalarının şehir ve yöre, yurtiçi ve yurtdışı turlarına katılanların şikayetleri Bakanlıkça incelenir. Bakanlık gerekirse bu konuda TÜRİSAB'ın görüşünü alır.

Acentaların tur programlarında belirttikleri ulaştırma araçları, konaklama tesisleri ve diğer hususlarda ellerinde olmayan zorunlu nedenlerle Uluslararası Meslek Kuruluşlarınınca kabul edilmiş olan norm ve kurallara uygun olarak yapılan ikame, taahhüdün ifası olarak kabul edilir.

i. Haklı bir nedene dayanmaksızın eksik yapılan hizmetler 1618 sayılı yasanın 16. maddesi uyarınca acentaya tazmin ettirilir.

ii. İkinci kez, eksik yapılan hizmetler tazmin ettirildiği gibi acenta hakkında 1618 sayılı yasanın 27. maddesinin (d) bendi uyarınca işlem yapılır."

1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'na göre acentalar "sunacakları hizmetler ve işlemler doğacak yükümlülüklerine karşılık teşkil etmek üzere bir kuruluş teminatı vermek zorundadırlar" (Madde 12).

Madde 13 - Bu teminatın miktarı

(A) ve (A) geçici grubu seyahat acentaları için 15.000.000 TL

(B) grubu seyahat acentaları için 3.750.000 TL

(C) grubu seyahat acentaları için 7.500.000 TL'dir.

"Her şube için bu miktarların % 50'si alınır. Yabancı seyahat acentalarında miktarlar iki misli olarak uygulanır.

Yurt dışına tur tertipleyen seyahat acentaları, turun bitişinden iki ay sonra iade edilmek üzere tur masraflarının % 25'ine tekabül eden bir teminatı Turizm ve Tanıtma Bakanlığı emrine önceden vermek zorundadırlar."

Madde 14 - İşletme vergisinin iptali halinde kuruluş teminatı "bir yıl süreyle Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nda aynı gayeler için alıkonulur". Bu teminat bir yılın sonunda Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nin döner sermayesine gelir kaydedilir.

Madde 15 - Kendi rızası ile faaliyetlerine son vermek isteyen seyahat acentası Bakanlığa altı ay önce haber verir. Kuruluş teminatı bir yıl Bakanlığın emrinde bulundurulduktan sonra iade edilir.

Madde 16 - "Teminat Karşısında Alacaklıların Durumu Seyahat acentalarının gerçek ve tüzel kişilere teminat konusu ile ilgili 12. maddede açıklanan borçlarından ötürü alacaklı, Bakanlığa başvurduğu takdirde, Bak. borçlu seyahat acentasına borcunu ödemesi için tebligat yapar. Bu tebligatı alan seyahat acentası bildiriği alma tarihinden itibaren 30 gün içinde borcunu ödemek zorundadır. Seyahat acentası borcunu bu süre içinde ödemediği veya ödemeyiş sebebi Bakanlıkça haklı bulunmadığı takdirde, Bakanlık, borcu emrinde bulunan teminat akçesinden ödeyebilir ve durumu derhal ilgili seyahat acentasına bildirir. Her ne suretle olursa olsun teminat akçeleri eksilen seyahat acentaları eksilen miktarı 30 gün içinde tamamlarlar."

c. TÜRSAB

TÜRSAB, tüketicinin korunmasını sağlam kaynaklara bağlamak ve acentanın mağdur durumda kalmasını engellemek amacıyla her acentanın cirosu oranında TÜRSAB'a teminat yatırmasını ve tüketici zararlarının buradan karşılanmasını düşünmektedir. Konu henüz çalışma aşamasındadır.

Yabancı turistlerin şikayetleri yurt dışındaki acentalara yansıdığından TÜRSAB'a ulaşmamaktadır, ancak yabancı

seyahat acentası tarafından bir şikayet TÜRİSAB'a gelirse, yerli ve yabancı acentalar arasında arabulucuk yapar.

Türk turistlerin şikayetleri halinde ise Bakanlığa bildirerek gerekenin yapılmasını sağlar (Köfteoğlu (1991)).

d. Belediyeler

1989 yılında İstanbul'un turist çeken bölgelerinde, Eminönü Belediyesi tarafından "Turizm Zabıta Amirliği" hizmete konmuştur. Bu semtlerde 24 saat açık bulunan bürolarda 10 kişilik dil bilen ekip şikayetleri anında değerlendirmektedir. Örneğin, bir lokantada fazla ücret ödeyen turistlerin bu ödemenin bir bölümünü geri almaları sağlanmıştır (Özyurt (1989), 8).

e. Yayınlar

Buraya kadar incelenen turistin tazminine ilişkin düzenlemelerin mevzuat yönünden yeterli olduğu söylenebilir. Sorun, tüketicinin bu yasa ve kuruluşların varlığından haberdar olmaması ve başvuru mercilerini bilmemesi yüzünden tazmin hakkını kullanmaya eğilim göstermemesidir.

Bununla birlikte, tüketicilerin giderek bilinçlenmesi sonucu turizmdeki şikayetler basına yansımaya başlamış, tüketici tazmin talebinden önce şikayetini iletebilecek kişiler arayışına girmiştir.

f. Turistin şikayetleri

Türkiye'de seyahat acentaları tarafından düzenlenen turlarla ilgili olarak şikayetler 1990'a kadar basına fazla yansımamıştır. 1990'da ise tüketiciyi destekleyen bir gazete köşesine turizmle ilgili 30 şikayet mektubu gelmiştir. Bu şikayetlerin incelenmesiyle, genel olarak Türk turistlerin yaşadığı sorunlar şunlardır :

i. Seyahat acentasıyla ilgili şikayetler

- Otellerde rezervasyon hatasından dolayı yeterli oda olmaması,
- Tur ücretinin tamamı için değil bir kısmı için fatura kesilmesi (Tüketici bu konudaki şikayetini ilgili Defterdarlığa iletmıştır),
- Ailede ölüm sebebiyle müşterinin hareketten 11 gün önce turunu erteleme veya iptal etme teklifine acentanın olumsuz yanıtı vermesi,
- Dağıtılan küçük hediyelerin tüm müşterilere yetişmemesi,
- Şikayet halinde acentanın ücretsiz seyahat teklif etmesi.

ii. Programla ilgili şikayetler

- İlan ve broşürdeki programla turda dağıtılan ve uygulanan programın ayrı olması (değişik şehirlerde konaklama yerine tek şehirde kalıp gezi yerlerine git-gel yapılması, programdan bazı gezilerin çıkarılması),
- Turlarda gecikmeli hareket, dolayısıyla akşam geç varış ve bazı durumlarda akşam yemeklerini alamama,
- Yemekler yendikten sonra tur fiyatına dahil olmadığına bildirilmesi,
- Müze bedellerinin, ilanın aksine, yolcuya ödetilmesi.

iii. Acenta personeli ile ilgili şikayetler

- Acentadaki personelin ilgisiz ve kaba davranışları,
- Rehberin yol ve yöre konusunda bilgisizliği, müşterilere nazik olmayan davranışları,
- Şöförün yollar konusunda bilgisizliği, kötü kullanması, yakıt ihtiyacını karşılamaması, hareket saatine geç gelmesi.

iv. Otobüsle ilgili şikayetler

- Markasının taahhüt edilenden değişik olması,
- Pis, bakımsız ve arızalı olması,
- Aynı koltuğun bir çok kişiye satılması veya çekilişle yer belirlemenin yolcular arası kavgalara sebep olması,
- Otobüs içi hizmetin aksaması,
- Yurtdışı turlarda güzergah izinleri kontrol edilmediğinden sınır kapılarından geri çevrilme, otobüs personelinin vizelerinin olmaması.

v. Uçakla ilgili şikayetler

- Olmayan uçağa bilet satılması,
- Saatinin değişmesi sonucu tur süresinin azalması.

vi. Otellerle ilgili şikayetler

- Kalınacak otelle ilgili bilgi verilmemesi,
- Öngörülenden daha düşük sınıflı otellerde konaklama,
- Otellerde rezervasyonun yapılmamış olması, birkaç kez otel değiştirmek zorunda kalınması veya grubun bölünerek değişik otellerde konaklatılması,
- Otel fiyatının acentanın konaklama için talep ettiğinden daha düşük olması, müşteriler arasında aynı hizmet için ayrı fiyat uygulanması, acenta otelin parasını ödemediğinden otelin müşteriden para talep etmesi,
- Yemeklerin açık büfe olarak taahhüt edilmesine rağmen gerçekleştirilmemesi,
- Temizlik eksikliği (odaların kokulu, yüzme havuzunun mikroplu olması),
- Sıcak su olmaması,
- Diskotek gürültüsünün odalara ulaşması.

Bu şikayetlerin, özellikle iç turizmin yoğunlaştığı bayram tatili tarihlerinde miktar ve önem olarak arttığı gözlenmiştir.

4.3.4. Turistin Bilgilendirilme ve Eğitim Hakkı

a. TSE

"TS 6915 - Konaklama Tesisleri - Genel Kurallar" adlı hizmet standartında tesislerin fiyat tarifelerini müşterinin kolayca görüp okuyabileceği şekilde teşhir edilmesi öngörülmüştür. Ayrıca müşteri odalarında yatak fiyatı, odanın özellikleri, kahvaltının fiyata dahil olup olmadığı ile fiyata eklenecek vergi ve servis oranlarına ilişkin bilgiler bulunmalıdır. Tasdikli tarifelerin İngilizce, Fransızca ve Almanca tercümeleri gerektiğinde müşteriye verilmek üzere hazır bulundurulur. Bütün tarifelerde müşteri şikayetlerinin yazılabileceği bir defterin bulunduğu hatırlatılır ve şikayet mercileri bildirilir.

b. İTO

İTO'nun Dürüst Reklamcılık Konusunda Riayeti Mecburi Mesleki Kararı'nın grup gezilerine ait reklamları düzenleyen 29. maddesi reklamların yanıltıcı bilgiler vermeyecek şekilde olacağını belirtir ve geziyle ilgili tüketiciye verilecek bilgileri sıralar. Bunlar çalışmanın 4.3.2.b maddesinde incelenmiştir.

İTO bu tip karar ve kuralların varlığını tüketiciye bildirmek amacıyla bu koşulları bastırdığı Tüketici Rehberi ve tüketici günü dolayısıyla gazetelere verdiği ilanlar ile geniş kitlelere yaymaya çalışmaktadır. Bu uygulama mevcut kurallardan tüketicinin haberdar edilmesi açısından önemlidir.

c. Turizm Bakanlığı

Turizmi Teşvik Kanunu'nun 10. maddesine göre işletmeler "fiat tarifelerini Bakanlıkça saptanan esaslara uygun olarak kolayca okunabilecek bir yerde bulundurmak ve ayrıca istendiğinde göstermek zorundadırlar."

Turizm işletmelerinin Bakanlıkla, Birbirleriyle ve Müşterileriyle ilişkileri Hakkında Yönetmelik'te ise turistin bilgilendirilmesi ile ilgili maddeler şunlardır :

Madde 23 - "Otelci acentaya otelin yeri, sınıfı, servislerin niteliği konusunda doğrudan ve eksiksiz bilgi vermek zorundadır. Acenta, otelcinin verdiği bilgileri doğru ve eksiksiz olarak müşteriye yansıtır."

Madde 45 - Müşteri tarafından veya onun adına iletilen bir isteğin kabulünün yazılı olarak bildirilmesi gerekmektedir.

4.3.5. Turistin Temsil Edilme Hakkı

Bu hakla ilgili olarak, genelde tüketicinin temsil edilmesiyle ilgili sorunlar turistler için de geçerlidir. Turist şikayetlerini ender olarak tüketici örgütlerine bildirmekte, çoğunlukla başvurularını bireysel olarak yapmaktadır.

4.3.6. Diğer Mevzuat ve Çalışmalar

Doğrudan tüketicinin beş hakkını ilgilendirmese bile turizm sektörünü düzenleyerek dolaylı koruma sağlayan diğer uygulamalar şunlardır :

- a. Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği (R.G. 2.7.1986)
Bu yönetmeliğin amacı "...Türkiye'yi yerli ve yabancı turistlere en iyi şekilde tanıttak ve onlara gezileri süresince yardımcı olacak ve doğru bilgiler verebilecek profesyonel turist rehberlerinin seçimi, eğitimi, çalışma esasları ve denetlenmesini düzenlemektir".

Madde 38 - "Bakanlıkça kendilerine rehberlik belgesi verilmemiş kişiler Turist Rehberliği yapamazlar. Yapanlar hakkında genel hükümlere göre Savcılıklarca kovuşturma açılır. Belgesiz turist rehberleri çalıştıran Bakanlık denetimindeki kuruluşlar hakkında Bakanlıkça idari işlem yapılır."

- b. Yat Turizminin Geliştirilmesi Hakkında Yönetmelik (R.G. 4.8.1983)

Yat limalarının belgelendirilmesi, fiziksel, altyapı, üstyapı nitelikleri, sınıflandırılması, idaresi, yöneticilerinin görev ve yetkileri vb. konuları düzenler.

- c. Av Turizmi Yönetmeliği (R.G. 15.6.1973)

- d. Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nın "Karayolları Kenarında Yapılacak ve Açılacak Tesisler Hakkında Yönetmeliği" (R.G. 19.6.1985)

Bu yönetmelik çeşitli tesisler arasında "turistik yapı ve tesisleri" de içerir ve bunların karayoluna bağlantılarını sağlayacak geçiş yolları ile park yeri büyüklüklerini belirler.

e. İstanbul Trafik Şube Müdürlüğünün Genelgesi

"...turizme hizmet veren firmalara ait otomobil, otobüs ve turistlere ait diğer taşıtların şehir içinde gezileri sırasında indirme, bindirme ve konaklama yerlerinde yardımcı olunmasını, kendilerine nazik davranılmasını, hiçbir şekilde sürüşme ve münakaşaya girilmemesini, tüm görevlerde olduğu gibi, turistlerle ilgili trafik hizmetlerinde güler yüzlü, sempatik ve ciddi davranılmasını..." talep eder (TÜRSAB (Mayıs 1986), 35).

f. İstanbul Emniyet Müdürlüğünün 4.12.1990 Tarihli İl Trafik Komisyonu Kararı

Bu karar içinde "yerli ve yabancı turist kabilelerinin TÜRSAB'a üye (A) ve (C) grubu turizm yetki belgesi olan turizm firmaları tarafından gezdirilmesi ve Trafik Denetleme Şube Müdürlüğünce bu firmaların kendi araçlarına veya kiraladıkları araçlara turizm belgesi verilmesi, ayrıca TÜRSAB'ca verilen ve üzerinde ilgili seyahat acentasının belge numarası bulunan levhaların ön cama konulması" gerektiği belirtilmiştir (TÜRSAB B (Ocak 1991)).

4.4. Türkiye'nin Turizm Konusundaki Şikayetlerle İlgili Yaşadığı Örnek

Türkiye, yatak kapasitesinin yetersiz olduğu 1980'li yılların ortalarında "overbooking" sorununu yaşamıştır. Konu, özellikle Alman ve Avusturyalı turistlerin konakladığı güney sahilindeki otellerde meydana gelmiş ve dış ülkelerde Türk turizmini baltalayıcı yayınların oluşmasıyla sonuçlanmıştır.

"Turist son yirmi yılda profesyonellik düzeyine ulaşmış, karşılaştırma için gerekli pek çok bilgi ve görgüye sahip, önce ödediği paranın karşılığının verilmesine özen gösteren, sonra da tatilini geçirmek üzere seçtiği ülkenin, yapmış olduğu bu seçime uygunluğuna karar veren kişidir. Turist araştırır, okur, bilgi alır, görür, yaşar, eleştirir... Profesyonel turist, tatil seçeneğini bilinçli ve erken karar vererek yapar. Huzurludur, çünkü bir tüketici olarak satın aldığı 'hizmet' elindeki fatura ile güvence altına alınmıştır. Çifte rezervasyon (overbooking), yasal deyim ile 'olmayan yatağın satışı', ceza kavramı içindeki tarifi ile 'aynı malın birden çok kişiye satılması', hukuki bir sorundur" (Işıl (1985), 24).

Overbooking, yatak sayısının yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. 1985'in ilk altı ayında güneye gelen turistlerin % 25'i (6.000-7.000 kişi) rezervasyon yaptırdığı otelde kalamamıştır (Varol (1985), 8).

Overbooking sorunu 1983 yılında, otel tarafından acentaya taahhüt edilen oda kontenjanlarını turistlere tahsis edilememesinin yanı sıra yazılı olarak teyid edilen grupların da otele kabul edilememesi ile başlamıştır. Bir önceki yıl, benzer

olaylara sebep olan bazı oteller konuyu otelin pazarlanması açısından "bir ustalık" sayarak bu düşüncüyü güney sahillerindeki diğer motellere de "kıvançla" bildirmişlerdir (Güvenç (1985), 5-6).

1983'de başlayan overbooking etkin olarak 1985'de yaşanmıştır; hatta 1980-1985 arası politikasını overbooking üstüne kuran oteller mevcuttur. Konu, 1983'de çıkarılan "Turizm İşletmelerinin Bakanlık, Birbirleriyle ve Müşterileriyle İlişkileri Hakkında Yönetmelik" ile düzenlenmiş olmasına rağmen kasıtlı overbooking'e karşı Bakanlığın elinde etkin bir silah yoktur Bakanlık ihtar veya kapatma cezası verebilir ama ceza "otele değil turistlere verilmiş" olmaktadır. Diğer bir uygulama da otelin ocak-şubat aylarında kapatılmasıdır ki cezai yaptırım açısından anlamsız kalmaktadır.

Diğer ülkelerde, overbooking halinde turist aynı sınıftan başka bir otelde konaklatılmaktadır; Türkiye'de ise satılan otele eşdeğer bir otel her zaman mevcut değildir. Aynı sorunla 1982-1983 yıllarında karşılaşan Tunus, hükümetin aldığı köktenci kararlarla müşterinin otelde kalamaması durumunda, otele, kazanacağı paranın 10 ila 100 katı arasında para cezası getirmiştir (Epikmen (1985), 9).

Turist sorumluluğun otele değil acentaya ait olduğunu düşündüğünden turun bitiminde şikayetini tur operatörüne yaparak seyahat bedeline ilaveten manevi tazminat talep etmektedir; tur operatörü de bu tazminatı turisti getiren Türk acentasına yansıtmaktadır. Buna rağmen, imajı zedelenen tur operatörü ileriye yönelik Türkiye satışlarında tereddüt gösterebilir; bu da Türk turizminin pazarlanması açısından önemli bir engel oluşturmaktadır (Danyal (1985), 10).

Türkiye'deki overbooking ile ilgili olarak 13.6.1985'de Avusturya televizyonu birinci kanalında bir buçuk saatlik bir program yayınlanmış, aynı program Alman televizyonunda da tekrarlanmıştır (Fıratlı (1985), 7).

Otelcilerin kısa dönemli çıkarlar amacı ile bazen bir politika olarak belirledikleri overbooking Türk turizmini olumsuz tanıtılmasıyla uzun dönemde daha büyük sorunlar yaratabilecektir. Yatak kapasitesinin artırılması ile sorun kısmen azalmış olmakla birlikte özellikle turist sayısının çoğaldığı bazı aylarda ve yörelerde devam etmektedir.

BÖLÜM 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada Türkiye'de turizm alanında tüketicinin korunması konusu incelendiğinde mevzuat yönünden, özellikle 1980'li yıllarda olumlu çalışmalar yapıldığı fakat uygulamanın her zaman aynı çaba ve başarıyı göstermediği görülmüştür.

Turizm mevzuatı yeteri kadar detaylı ve kapsamlıdır. Sorun, tüketici haklarına karşı olan davranışlarda Turizm Bakanlığı'nın katılımının özellikle para cezası maddelerinin giderek anlamsız kalması ile gerekli yaptırımı sağlayamamasıdır. Örneğin 1985 yılında yaşanan overbooking sorunu 1987'ye kadar devam etmiş ve kanuni önlemlerden çok yatak kapasitesinin artışı ile önemini kaybetmiştir.

Turist sağlığı açısından seyahat sigortası geliştirilmeli, bu sigorta sağlık koşulları ve yaş gözetmeden herkes için yapılabilmesi ve yabancı turistlerin acil durumlarda ücretsiz veya sigorta kapsamında bakım görmeleri sağlanmalıdır. Yeni turistik tesis yapımında özürllülerin ihtiyaçları da dikkate alınarak düzenleme yapılarak turizmin her çeşit talebi karşılaması sağlanabilir.

Güvenlik açısından yangın önlemleri arttırılmalı ve TSE'nin hazırladığı hizmet standartları daha detaylı olmalı, özellikle tüketici/turist güvenliğini ilgilendiren standartlar zorunlu olmalıdır. Bu standartlara uyum, inşaat aşamasından itibaren düzenli olarak denetlenmelidir. Otobüs Zorunlu Koltuk Sigortası yaygınlaştırılabilir.

Turistin korunmasında önemli önlemlerden biri tüketicinin bilgilendirilmesidir. Yurt dışı turizm bürolarında basılı bilginin yanı sıra oteller, çevre, pasaport ve vize işlemleri, iklim koşulları, kıyafetler, kullanılan lisanslar, ülkeye ve ülke içi ulaşım, sigorta ve sağlık hizmetleri, hatıra eşyalar, çalışma saatleri, alış-veriş vergileri, haritalar ve fiatlarla ilgili bilgi bulunmalı ve bunlar tutundurma çalışmasına yönelik olmaktan çok doğru ve aydınlatıcı olmalıdır. Özellikle sağlık hizmetleri, günlük kullanıma yönelik bazı eşyanın temini, yerel adetler, alış-veriş gelenekleri, ulaşım otel ve yiyecek fiatları, içme suyu ve voltajla ilgili bilgiler ile belli faaliyetler için en iyi gezi dönemi hakkında önerilere önem verilmelidir.

İller için oteller ve fiatları, müze ziyaret gün ve saatleri, eğlence yerleri, lokantalar vb. ile ilgili yeni bilgiler içeren rehber kitaplar hazırlanarak her isteyene yetecek sayıda basılarak yurt dışı turizm büroları ve havayolu şirketlerinde bulundurulabilir.

Ülke turistine yönelik tur programlarında sözleşme öncesi verilen her çeşit bilgi sözleşme taahhüdü olarak sayılabilir. Broşürlerde

bulunması gereken asgari maddeler belirlenebilir. Örneğin her broşürde turun kapsadığı hizmetler, kesin süresi, toplam fiatı, müşteri veya acenta tarafından yapılabilecek iptal ve değişikliklerde tarafların sorumlulukları, şikayetlerin yöneltilebileceği merciler ve tazminat koşulları bulunabilir.

Tatil programlarını tanıtan her çeşit reklam ve yayında seyahat acentasının grubu ve belge numarası, turun güzergahı, yemek durumları, konaklama ve ulaştırmanın sınıfı ve çeşidi hakkında bilgi verilmesi zorunlu kılınabilir.

Turistin ekonomik çıkarlarının korunması açısından, belli bir yüzdeye kadar olanı (örneğin % 4-5) veya turun başlamasından belli bir süre öncesinden itibaren (örneğin 20 gün-bir ay) oluşacak fiat artışlarının tüketicilere yansıtılması yasaklanabilir. Fiatlara dahil olan ve olmayan kalemler açık bir şekilde belirtilmelidir. Müşterilerin turu satın alırken yazılı bir sözleşme yapmaları, özellikle charter uçuşları konusunda iptal veya değişiklik halinde gerçekleşecek uçuşlarla ilgili yazılı bilgi almaları teşvik edilebilir.

Turistik tesislerin sınıflandırma çalışmalarında fiziksel özellikler kadar konfor ve atmosfer de değerlendirilmeli ve yabancı ölçütler göz önünde tutulmalıdır.

Turistlerin yakınmalarını iletebilecekleri kuruluşlar Turizm Bakanlığı, TÜRSAB ve tüketici örgütleridir. Haklı yakınma veya acentanın iflası sonucu maddi veya manevi tazminat taleplerinde kullanılmak üzere TÜRSAB'ca planlanan turizm fonu (seyahat acentalarının ciroları veya grupları ölçüsünde ödeyecekleri teminatla) uygulamaya konabilir veya Turizm Bakanlığı nezdindeki ve bugüne kadar tazminat için kullanılmadığı belirtilen teminatlara işlerlik kazandırılabilir.

Turist tüketicinin temsil edilmesi gönüllü tüketici örgütlerinin kuruluşunun desteklenmesi ile sağlanabilir.

Son olarak yapılacak öneri AT ülkelerinin turizmi geliştirmek amacıyla uygulamaya koyacakları turizm tüketici kredisi ile ilgilidir. Bu kredinin yalnızca Topluluk içi seyahatlerde kullanılması düşünüldüğünden Türk turizminin tutundurma çalışmalarında bu krediye seçenek oluşturacak pazarlama yöntemleri geliştirilebilir.

KAYNAKLAR

- AKALIN, S. (1991) "Tüketicinin Eğitiminde Reklamcılığın Önemi" Tüketici Rehberi, Mart 1991, Tüketiciye Hizmet Özel Eki.
- AKARCALI, B. (1987) "Turistik Tesislerde AIDS Alarmı", Türsab Dergisi, Ağustos 1987, sayı: 59, s. 16-17.
- ARARAD, D. (1991) ITO, Tüketici Şikayetleri Masası, 22.1.1991 tarihli görüşme.
- ARIYÖRÜK, Y. (1991) "Tüketici Kötü Malı Sineye Çekmeyip Teshir Etmeli", Tüketici Rehberi, Mart 1991, Tüketiciye Hizmet Özel Eki.
- AULOY-CALAIS, J. (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, The Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12, 1975.
- BARUTÇUGİL, İ.S. (1989) "Avrupa Topluluğu ve Türk Turizmi", Türsab Dergisi, Haziran 1989, sayı: 81, s. 41-44.
- BAŞARIR, E. (1989) "Tüketicinin Korunması ve Diğer Ülkelerdeki Uygulamalar-II Sempozyumu Ardından", TSE, Tüketici Bülteni, Mayıs 1989, sayı: 10.
- BAŞDURAK, M. (1991) TSE, Tüketicilerle Elele Sempozyumu, 15.Mart.1991, Açış Konuşması.
- BEUC (1989) Service Divers, Tourisme, Voyages a Forfait, BEUC Notes, Bureau Européen des Unions de Consommateurs, 19.12.1989.
- BIHL, L. (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12, 1975.
- BİLKİÇ, C. (1988) "Turistler Sivrisinekten Yakınıyor", Türsab Dergisi, Ağustos 1988, sayı: 71, s. 26.
- BORRIE, G. (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12, 1975.

- de CAMBIAIRE (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12.1975.
- CEDEFOP (1991) CEDEFOP Document, the Structure of Professional Profiles for Tourisme in the U.K., Luxembourg, 1991.
- CHATILLON, P. (1990) Avrupa Turizminde Tek Pazar 1992 ve Türk Turizmine Etkileri, Turizm Yatırımcıları Derneği Sempozyumu, 21.Mart.1990, İstanbul.
- CE (1988) The Tourism Industry in Europe - A Sectorial Analysis, EC + Republic of Turkey, 12-14.September.1988, İstanbul.
- Com CE (1983) "The European Community and Consumers", European File, 15/83, Oct. 1983, s.7'den aktaran Mucuk (1990), 68.
- Com CE (1985) Document - Dix Ans de Politique Communautaire à l'Egard des Consommateurs, Commission des Communautés Européennes, Belgique, 1985.
- Com CE (1990) Tourism in Europe -Trends 1989, Lux: Office for Official Publications of the EC; Luxembourg 1990.
- Com CE (1991a) Report by the Commission to the Council and the European Parliament on the European Year of Tourism, Com (91) 95 final, Brussels, 21.March.1991.
- Com CE (1991b) Community Action Plan to Assist Tourism (presented by the Commission), Com (91) 97 final, Brussels, 24.April.1991.
- COULOUVATOS,C. (1990) "Quality in Tourism Products and Consumer Relations Aspects", Entreprise Touristique Européenne dans le Marché Unique - Nouveau Défi et Perspectives, Eurochambres, 29-30.Octobre.1990, Rhodes, s. 114-117.
- ÇAKIR, H. (1988) "Tüketim Piyasası ve Tüketicinin Korunması", 2.Haziran.1988 tarihli yazı.
- ÇELEBİ, I. (1990) Avrupa Turizminde Tek Pazar 1992 ve Türk Turizmine Etkileri, Turizm Yatırımcıları Derneği Sempozyumu, 21.Mart.1990, İstanbul.
- DANYAL, E. (1985) Türsab Dergisi, Temmuz 1985, sayı: 34, s. 10.

- DEMİRTAŞ, E. (1989) "Tüketici Karşısında Ticaret Odalarının Rolü ve İzmir Ticaret Odasının Uygulamaları", Tüketicinin Korunması ve Gelişmiş Ülkelerdeki Uygulamalar-II Sempozyumu, TSE, 6.Nisan.1989.
- DESBODOBOULOU, I. (1990) "Akdeniz Turizminin Kaderi Eğitim ve Çevre Yatırımlarına Bağlı", Avrupa Turizminde Tek Pazar 1992 ve Türk Turizmine Etkileri, Türkiye Yatırımcılar Derneği Sempozyumu, 21.Mart.1990, İstanbul.
- DİE (1987) Türkiye İstatistik Yıllığı 1987, Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara, Ocak 1988.
- Doc CE (1985) Document - The Tourism Sector in the Community, Commission of the EC, Luxembourg, 1985.
- DOĞU, E. (1975) Tüketicinin Korunması, DPT, Ankara, 1975, s.113'den aktaran Mucuk (1990), 116.
- EKONOMİST (1991) Ekonomist Dergisi, 27.Ocak.1991, s.11.
- ENGEL James E., BLACKWELL D.R. ve KOLAT I.D. (1978) Consumer Behavior, 3rd Edition, the Dryden Press, Hinsdale, Illinois, 1978, s. 593-594'den aktaran Rızaoğlu, B. (1988).
- ENGEL, Johann F. (1990) Avrupa Turizminde Tek Pazar 1992 ve Türk Turizmine Etkileri, Turizm Yatırımcıları Derneği Sempozyumu, 21.Mart.1990, İstanbul.
- EPİKMEN, F. (1985) Türsab Dergisi, Temmuz 1985, sayı: 34, s.9.
- EUROSTAT (1990) Tourism 1987, Annual Statistics, Luxembourg, 1990.
- FIRATLI, H. (1985) Türsab Dergisi, Temmuz 1985, sayı: 34, s. 7.
- FISHER (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec.10-12, 1975.
- GHIDINI (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec.10-12, 1975.
- GÜLER, Ç. (1990) "Önemli Bir Sağlık Sorunu Olarak Turist Sağlığı ve Hekimliği", Turizm Dünyası, Aralık 1990, s. 68-69.

- GÜNEŞ (1991) Güneş Gazetesi, 27.2.1991.
- GÜVENÇ, E. (1985) Türsab Dergisi, Temmuz 1985, sayı: 34, s. 6.
- von HIPPEL, H. (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12, 1975.
- HONDIUS, E.H. (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12, 1975.
- IŞIL, O. (1985) Türsab Dergisi, Ağustos 1985, sayı: 35, s. 24.
- İTO (1991) İTO verileri 1991.
- J.O. (1981) Journal Officiel, No: 133, 3.6.1981, s.8'den aktaran Mucuk (1990), 55-56.
- JOHNSON, M.U., HOUSE, S.R. ve McDANIEL Jr., D.C. (1974) Market Place and Consumer Behaviour, Readings on Contemporary Marketing, the Dryden Press, Hinsdale, Illinois, 1974, s.70'den aktaran Rızaoğlu, B. (1988).
- KILIÇ, L. (1984) Hukukî Açıdan Tüketicinin Korunması, İ.T.Ü. Yüksek Lisans Tezi, Ocak 1984, İstanbul.
- KÖFTEOĞLU, F.(1991) TÜRSAB, 23.1.1991 tarihli görüşme.
- KYRIACOPOULOS, U.P. (1990) "Le Tourisme au Sein de l'Europe sans Frontières", Entreprise Touristique Européenne dans le Marché Unique - Nouveau Défi et Perspectives, Eurochamres, 29-30.Oct.1990, Rhodes, s. 33-34.
- LASOK, D. (1990) Basılmamış makale, s. 26'dan aktaran Mucuk (1990), 68.
- LEGUEVAQUES, M.(1989) Les Tour-Opérateurs Européens et la Destination France, Collection Hotellerie et Tourisme, Mars 1989, Paris.
- MANAV, Y. (1990) Türsab Dergisi, Eylül 1990, sayı: 95, s. 16.
- MAURY, J. (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12, 1975.

- McINTOSH ve GOELDNER (1984) Turizm: ilkeler, Uygulamalar, Felsefeler, 4. Baskı, Çeviren: Mutlu, F.A.
- MERZ, (1984) s. 198-201'den aktaran Kılıç (1984), 84.
- MILLAN, B. (1990) "The Impact of Tourism on Regional Development", Entreprise Touristique Européenne dans le Marché Unique-Nouveau Défi et Perspectives, Eurochambres, 29 - 30.Octobre.1990, Rhodes, s. 38-43.
- MUCUK, i. (1990) AT'de Tüketicii Koruma Politikaları ve Türkiye'de Durum, TÜSİAD, Nisan 1990, İstanbul.
- OECD (1980) Consumer Protection Concerning Air Package Tours Report by the Committee on Consumer Policy, OECD, Paris, 1980.
- OECD (1989) Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries, Paris, 1989.
- OECD (1990) Politique de Tourisme et Tourisme International dans les Pays Membres de l'OCDE, Paris, 1990.
- OKTAV vd. (1989) OKTAV, M., TATLIDİL, R., TANYERİ, M., Avrupa Topluluğu'nda Tüketicii Koruma Politikaları ve Türkiye'nin Uyumu, Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, Ankara, 1989.
- Org. for... (1989) OECD, Tourism Committee, Travel Intermediaries: Merits and Demerits of Regulating the Sector, March 3rd, 1989 tarihli mektup.
- ÖZTÜRK, T. (1981) Pazarlama Anlayışı ve Tüketicinin Korunması İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul, 1981, s. 77-79'dan aktaran Mucuk (1990), 112.
- ÖZTÜRK, T. (1984) s. 14'den aktaran Kılıç (1984), 82.
- ÖZYURT, Ş. (1989) "Turizm Zabıtası Görev Başında", Türsab Dergisi Haziran 1989, sayı: 81, s. 8.
- PASSINI, W. (1989) Tourist Health as a New Branch of Public Health World Health Statistics Quarterly, 42,2, 77-84, 1989'dan aktaran Güler, Ç. (1990).
- PEKÖZ, M. (1989) "AET ve Seyahat Acentaları", Türsab Dergisi, Mayıs 1989, sayı: 80, s. 57.

- PERROT, R. (1975) "Consolidated Report", The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec.10-12, 1975.
- PLAGNET (1979) s. 53'den aktaran Kılıç (1984), 41.
- REICH, N. (1975) The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12, 1975.
- REY, M.A. ve WIELAND, F. (1985) Managing Service in Food and Beverage Operations, the Educational Institute of American Hotel-Motel Association, 1985, s. 18'den aktaran Rızaoğlu, B. (1988).
- RIZAOĞLU, B. (1988) "Turizmde Tüketici Yatırımlarının Önemi, Tipleri ve Nitelikleri", TURBAN Turizm Yıllığı 1986, Ocak 1988, Ankara.
- von Rij, P.H.(1975) "List of Para-Judicial Means of Legal Consumer Protection in Netherlands", The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier Dec. 10-12, 1975.
- SAKA, Ö. (1987) "Nevşehir'de Çöp Dökenlere Ceza", Türsab Dergisi Ağustos 1987, sayı: 59, Aylık Rapor, s. 2.
- SÜMER, M. (1988) Türsab Dergisi, Mart 1988, sayı: 66, s. 13.
- TAMER, M. (1991a) "Tüketici Örgütleniyor", Cumhuriyet Gazetesi 22.1.1991.
- TAMER, M. (1991b) 15.2.1991 Bilsak söyleşisi.
- T.C. TURİZM BAKANLIĞI Turizm İstatistikleri Bülteni, 1989.
- TGHDAK (1989) Tüketicinin Güvenliği, Hukuku ve Denetim Alt Komisyonu raporu, DPT Tüketim Piyasası ve Tüketicinin Korunması Özel İhtisas Komisyonu.
- TİSK (1988) Sosyal Yönleriyle Avrupa Topluluğu, Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Ankara 1989.
- TOKOL, T. (1977) Pazarlama Açısından Tüketicinin Korunması, Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını, 1977, s. 21'den aktaran Mucuk (1990), 18-19.

- TOLEDANO-LAREDO, A. (1975) "Closing Speech", The Judicial and Quasi-Judicial Means of Consumer Protection Symposium, the Commission of the European Communities, Montpellier, Dec. 10-12, 1975.
- TOMBAK, H. (1991) TSE, Tüketicilerle Elele Sempozyumu, 15.3.1991.
- TOSKAY, T. (1981) Turizm, s. 148'den aktaran Çubuk, M., Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesinde Şehircilik Bilim Dalında "Doktor" Ünvanı verilmesi için kabul edilen tez, Şubat 1981, s. 49.
- TSE (Ağustos 1988) TSE, Tüketici Bülteni, Ağustos 1988, sayı: 1.
- TSE (1989) Türkiye'de ve Avrupa Topluluğu'nda Tüketicinin Korunması, Ocak 1989.
- TSE (Temmuz 1989) TSE, Tüketici Bülteni, Temmuz 1989, sayı: 12.
- TSE (1990) TSE Tanıtım Kitapçığı, Ankara, 1990.
- TSE (Nisan 1990) TSE, Tüketici Bülteni, Nisan 1990, sayı: 21.
- Tou. Sta. (1989) National and International Tourism Statistics 1974-85, OECD, Paris, 1989.
- TUNCER, F. (1990) AT ve Çevre Politikaları İçinde Tüketici Korunması ve Türkiye'nin Uyumu, Ankara Üniversitesi, AT Araştırma ve Uygulama Merkezi Temel Eğitim Kursu, Ankara, Ocak 1990.
- Tur. Bak. (1988) 1987 Yabancı Ziyaretçiler ve Turizm Geliri, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Planlama ve Yatırımlar Dairesi Başkanlığı, Yayın no: 1989/1, Kasım 1988.
- Tur. Bak. (1991) T.C. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı'nın TÜRSAB'a 11.1.1991 tarihli faksı.
- TURİZM DÜNYASI "WTO'nun Yayınladığı 1990'ın Dünya Turizm Raporu", s. 45.
- TÜRSAB (Ekim 1985) Türsab Dergisi, Ekim 1985, sayı: 33.
- TÜRSAB (Kasım 1985) Türsab Dergisi, Kasım 1985, sayı: 38.
- TÜRSAB (Nisan 1986) Türsab Dergisi, Nisan 1986, sayı: 43.
- TÜRSAB (Mayıs 1986) Türsab Dergisi, Mayıs 1986, sayı: 44.

- TÜRSAB (Mart 1987) "TÜRSAB 'Sigortalı Turizmcilik' Uygulaması Başlatıyor", Türsab Dergisi, Mart 1987, sayı:54, s. 1.
- TÜRSAB (Haziran 1988) Türsab Dergisi, Haziran 1988, sayı: 69, s. 8.
- TÜRSAB (Ağustos 1988) Türsab Dergisi, Ağustos 1988, sayı: 71, s. 30.
- TÜRSAB (Eylül 1988) Türsab Dergisi, Eylül 1988, sayı: 72.
- TÜRSAB (Aralık 1989) Türsab Dergisi, Aralık 1989, sayı: 87.
- TÜRSAB (Kasım 1990) Türsab Dergisi, Kasım 1990, sayı: 97.
- TÜRSAB B (Kasım 1990)Türsab Bülteni, Kasım 1990, sayı: 018.
- TÜRSAB B (Ocak 1991)Türsab Bülteni, Ocak 1991, sayı: 020.
- TÜSİAD (1990) The Turkish Economy '90, July 27, 1990.
- TÜYSÜZ, A. (1991) TSE Tüketicilerle Elele Sempozyumu, 15.3.1991.
- 24th Gen.Rep.(1990) 24th General Report on the Activities of the EC 1990.
- ÜÇBUDAK, T (1991) Ankara Ticaret Odası 1.5.1991 telefon görüşmesi
- ÜNAL, T (1989) "Turizmde Kalkış Dönemini Sürdürmek Elimizde" Türsab Dergisi, Aralık 1989, sayı: 87, s.26-27.
- VARDACAS, E. (1989) "Tek Pazarın Gerçekleşmesinde Ortak Standardın Önemi" Konferansı, 6.2.1989, TSE Tüketici Bülteni, Şubat 1989, sayı: 7.
- VAROL, O. (1985) Türsab Dergisi, Temmuz 1985, sayı: 34, s. 8.
- VELİMIROVIÇ,B.(1989) Health Promotion and Tourism, World Health Statistics, 42,2, 21-32, 1989'dan aktaran Güler,Ç. (1990).
- WTO (1981) Consumer Protection and Information for Tourists World Tourism Organisation, Madrid, 1981.
- WTO (1985) The Security and Legal Protection of Tourists World Tourism Organisation, Madrid, 1985.
- YARCAN, Ş. ve ALPİN, O. (1983) "Genel Turizm", 1983 Kültür ve Turizm Bakanlığı Turist Rehberliği Kursu Ders Notları.

EK I

Çeşitli Ülkelerde Turizmle ilgili Şikayetlerin Dökümü

İngiltere 1978 yılında İngiltere Seyahat Acenteleri Birliği'nin verilerine göre (OECD (1980), 14):

<u>Şikayet Türü</u>	<u>Şikayet Sayısı</u>
Uçuş/transfer	278
<u>OTEL</u>	
Genel memnuniyetsizlik	637
Konaklama	1.500
Yerine getirilmeyen hizmetler	135
Hizmet yetersizliği	76
Otele geliste overbooking	708
<u>YÖNETİM</u>	
Değişikliklerin geç bildirilmesi	255
Geç kalan iptaller	82
Tur öncesi	783
Tur sonrası	132
Broşürle ilgili	180
Tur dışı ödemeler	46
Diğer	233
<u>OTEL</u>	
Yiyecek	211
Hizmetler (servis/temizlik)	48
Hakemlik yoluyla başarılı çözüm	214
Paket turla seyahat eden tahmini turist sayısı	6.3 milyon
Şikayetlerin turist sayısına oranı (milyonda)	842

Norveç (OECD (1980), 12)

Şikayet	1976		1977	
	Şikayet Sayısı	Şikayet Yüzdesi	Şikayet Sayısı	Şikayet Yüzdesi
<u>ULAŞIM</u>				
Hizmet	4	2	3	1
Gecikme	12	5	17	6
Diğer	13	6	12	4
<u>KONAKLAMA</u>				
Anlaşılan otelin haricinde konaklama (overbooking dahil)	14	6	32	11
Özel taleplerin uygulanmaması	9	4	11	4
Otel standardı	46	20	54	18
Otel hizmetleri	18	8	23	8
Yemekler	14	6	21	7
Düzen ve hijyen	22	10	35	12
Gürültü	14	6	24	8
Bitmemiş otel	6	3	8	3
Otelin konumunun bahsedilenden değişik olması	3	1	8	3
Yerel turlar	7	3	5	2
Hava ve iklim	0	0	0	0
Rehberlik hizmetleri	19	8	31	9
Diğer	24	11	14	5
		100		100
		(yuvarlanmıştır)		(yuvarlanmıştır)

Bir tüketici dergisinin 1980'de yaptığı araştırmaya göre şikayetler aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (WTO (1981), 15) :

- Otelde gürültü
- Yemeklerin kalitesi
- Gidilecek yerin değiştirilmesi
- Daha kötü bir otelde konaklama

Almanya Bir tüketici dergisinin belirlemelerine göre 1978 yılında şikayetler önem sırasına göre şöyledir (WTO (1981), 14) :

1. Overbooking
2. Otelde gürültü
3. Hizmet ve temizlik
4. Yemeklerin kalitesi
5. Broşürdeki yanlış bilgi

Hollanda 1980'deki araştırmaya göre şikayetler ve yüzdeleri şu şekildedir (WTO (1981), 14) :

- | | |
|----------------------------------|------|
| 1. Yanlış ve eksik bilgi | % 33 |
| 2. Yetersiz rehberlik hizmetleri | % 23 |
| 3. Ulaşım gecikmeleri | % 21 |
| 4. Otel değişikliği | % 16 |
| 5. Yemeklerin kalitesi | % 14 |

Hollanda'da yapılan bir araştırma paket turlardan memnuniyet oranının önceki yıllara göre düştüğünü göstermektedir (WTO (1981),14)

Memnuniyet	1974(%)	1976(%)	1978(%)	1980(%)
Tamamen Memnun	58	56	62	50
Oldukça Memnun	27	24	24	27
Fazla Memnun Değil	8	9	8	8
Gayri Memnun	5	8	6	7
Fikir Belirtmeyen	2	2	-	8

Danimarka Bu ülkede birçok kişi paket turla seyahat etmesine rağmen şikayet Kurulu'na gelen yakınmalar göreceli olarak azdır ve çoğu karşılıklı anlaşma ile çözülmektedir (OECD (1980),11).

İsviçre 1974'de ailelerin % 18'i paket turla seyahat etmekte ve bunların % 6.7'si turun herhangi bir yönünden memnuniyetsiz kalmaktadır fakat yakınmalar tazminat talebine kadar gitmemiştir.

İsveç

Bu ülkede 1968-78 yılları arası turist sayısı üç kat, şikayet sayısı beş kat artmıştır. 1975'de dört ana tur operatörü arasında yapılan incelemede şikayetlerin sadece % 3,5 veya 4,5'unun Kamu Şikayet Kurulu'na gittiği saptanmıştır (OECD (1980), 11) :

Toplamda Şikayet Yüzdeleri

Şikayet	1974	1976
Konaklama	44	54
Ulaşım	11	7
Anlaşmada büyük bir değişiklik	9	7
Yiyecek kalitesi	8	11
Gidilen yerdeki faaliyetler	6	8
Rehberlik hizmetlerinin yetersizliği	5	5
Hastalık/sakatlık	4	1
Diğer	13	7
	100	100

EK II

Otellerle İlgili Bilgilerin Standartlaştırılması

22.12.1986

Tarihli Konsey Tavsiye Kararı *

(JO L 384, 31.12.86)

Uygulanmakta olan değişik ölçütler nedeniyle otel sınıflama sistemini topluluk düzeyinde birleştirmek halihazırda zor görünmekle birlikte ileride gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir.

Lisan farklılıklarını ortadan kaldırmak için otelin sunduğu hizmetlerle ilgili kullanılan sembolleri standartlaştırmak ve bu bilgilerin resmi otel rehberinde yayınlanmasını sağlamak amacıyla Konsey şu önerileri sunmaktadır :

Üye Ülkelerin 1. ulusal turist kuruluşlarının otel temsilcileriyle işbirliği ile, ekte belirtilen sembolleri göz önüne alarak, oteller için önerilen standart bilgilendirme sisteminin uygulanmasının sorumluluğunu üstlenmesi (bu tavsiye kararına bağlı olarak sorumluluk, otellerle ilgili bilginin toplanması, kontrolü ve yayını içerilmektedir).

2. - varsa - resmi otel rehberlerinde bu standart bilginin kullanımını sağlaması

3. resmi otel rehberinde şu bilgilerin bulunması :

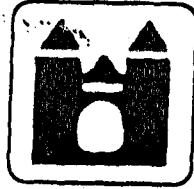
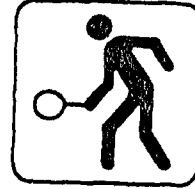
- giriş bölümünde rehberin ve özellikle sembollerin nasıl kullanıldığının anlatılması, yüksek ve düşük sezon fiyatlarının ülkesel ve/veya bölgesel olarak uygulandığının belirtilmesi ve bütün gerekli bilgilerin ülke diline ek olarak en az iki ayrı lisanda verilmesi
- otel listelerinde, otellerin
 - isim, adres, telefon ve teleks numaralarının
 - oda sayısı ve banyo/duş durumlarının
 - sezonu açış tarihinin
 - yüksek sezonda K.D.V. dahil iki kişilik odanın en yüksek fiyatının
 - havaalanı, tren istasyonu ve hava terminaline uzaklığının

* Kararın konu ile doğrudan ilgili kısımlarının gevirisidir.

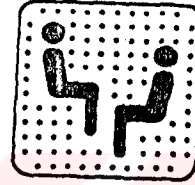
- kabul edilen kredi ve ödeme kartlarının
 - konusulan lisansların
 - otel hizmetleri ile ilgili standart sembollerin belirtilmesi
 - rehberdeki bilgilerin yanlışlığı halinde irtibat adresi verilmesi
4. otel fiyatlarının girişte ve her odada teshir edilmesini sağlaması
 5. bu tavsiye kararının kabulünden itibaren iki yıl içinde varolan otellerde standart bilgilendirme sisteminin kabulü ve uygulanması için gerekli ulusal önlemlerin alınmasında çaba göstermesi
 6. Komisyon'la her sene, bu tavsiye kararına uygun olarak basılan resmi otel rehberlerini göndermesi



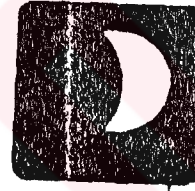
Otel hizmetleri için standart semboller

Tarihi/mimari
binaÇevrede tenis
kortu

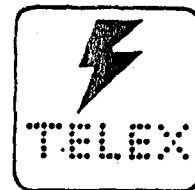
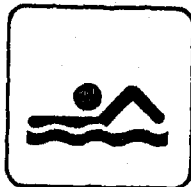
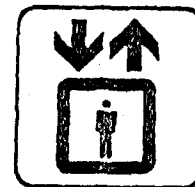
Yeşil çevre



Sauna

Özel park
yeri

Gece açık

Kapalı yüzme
havuzuMüşteriye açık
teleksAçık yüzme
havuzu

Asansör



Toplantı
salonu



Sadece
kahvaltı



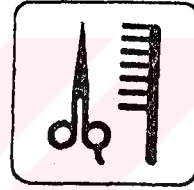
TV odası



Alkollü içki



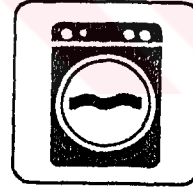
Özürliüler için
düzenlemeler



Kuaför



Çocuklar için
düzenlemeler



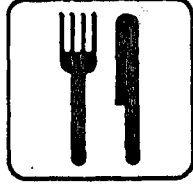
Kuru temizleme
ve çamaşırhane



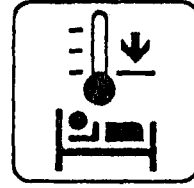
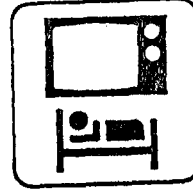
Köpek
kabul edilir



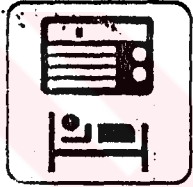
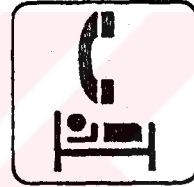
Oda Servisi



Lokanta

Klimalı
odalarMerkezi
ısıtmalı
odalar

Odalarda TV

Odalarda
radyoOdalarda
telefon

EK III

OTELLERDE YANGIN GÜVENLİĞİ

22.11.1986

Tarihli Konsey Tavsiye Kararı*

(Jo L 384, 31.12.1986)

Aşağıdaki nedenlerle

- Üye ülkelerde bütün otellerde yangın güvenliğinin bulunmaması, bulunduğu yerlerde, ilgili önlemlerin eksik ve değişik metinlerde olmasından dolayı açık bir durum belirlemesi yapılamaması, tam olarak uyulmaması,
- Turistik ve iş seyahatlerinin hızla gelişmesiyle kendi ülkesi dışında otellerde kalan kişilerin çoğalması, bu kişilerin bulundukları ülkede yeterli korunmaya ve bu korumanın geniş ve kapsamı konusunda bilgilendirilmeye hakları olması, müşterilerin güvenliğinin çalışan personeline eşdeğer olması gereği,
- Üye ülke otellerinde yapı ve tip farklılıklarına imkan verecek şekilde, bütün otellerde asgari yangın güvenliği standartlarının belirlenmesinin mümkün olması, etkinliklerinin devamının düzenli kontrollerle sağlanabilmesi,
- Ekonomik, teknik ve mimari nedenlerle otellerde yangın önlemlerinin tam olarak uygulamasının zaman alması, amacın elde edilebilmesi için öngörülen zamanın makul sınırlar içinde olması,
- Topluluk düzeyinde yangın önlemleriyle ilgili malzemenin uygulanması ve kullanımıyla ilgili uyumlu tedbirlerin bulunmaması, bu durumun üye ülkelerde ticarete teknik engellerin uygulanmasını doğrulamaması, aksine otellerde asgari güvenlik standartlarda yangın önlemlerinin diğer konulardaki uyumu hazırlama ve teşviğine yardımcı olaması gereği,
- Ekonomik sebepler ve turistlerin diğer nedenlerle üye ülkeler içinde seyahat eden kişilerin güvenliği açısından, otellerin yangın tehlikesine karşı korumada uygulanan ulusal düzeydeki önlemlerle ilgili bilginin dolaşımı ve yayılımının önemi, Komisyon'un bu tip bilginin üretimi ve yayılmasıyla ilgili temel görev üstlenmesi,

* Kararın konu ile doğrudan ilgili kısımlarının çevirisidir.

Konsey tarafından üye ülkelere şu öneriler getirilmiştir :

- 1) Var olan otellerin bu tavsiye kararındaki maddelerin yerine getirmesini sağlayacak kanunların yetersiz olması halinde, otellerdeki yangın önlemlerinin aşağıdaki unsurlara uymasını sağlayacak önlemlerin alınması,

Otellerde güvenliği sağlamada amaç ve yöntemler:

1. Otellerde yangın önlemlerinin uygulanması
 - yangının oluşma nedenlerini azaltmayı
 - duman ve alevlerin yayılmasını önlemeyi
 - oteldeki herkesin güvenilir bir şekilde boşaltılmasını ve
 - acil hizmetlerin harekete geçmelerini sağlamayı amaçlamaktadır.
2. Bu amaçlarla konaklama birimlerinde aşağıdaki önlemler alınmalıdır:
 - güvenli çıkış yollarının bulunması, açıkça belirtilmesi, ulaşılabilir ve engelsiz olması
 - yangın halinde binanın, içerideki herkesin güvenli bir şekilde çıkışını sağlayacak zaman süresi kadar yapısal dayanıklılığa sahip olması
 - duvar, tavan, yer kaplamaları ve iç dekorasyondaki yanma gücü fazla malzemenin bulunmaması veya kullanımının dikkatlice sınırlandırılması
 - bütün teknik cihazların (elektrik, gaz, ısıtma vb.) güvenli bir şekilde çalışır olması
 - otelde konaklayanları haberdar edecek uygun alarm sistemlerinin yerleştirilmesi ve çalışır durumda tutulması
 - güvenlik talimat ve çıkış yollarını gösteren bina planının müşteriler ve personel tarafından kullanılan her odada bulundurulması
 - yangın söndürücü malzemenin bulunması ve çalışır halde tutulması
 - personele gerekli talimat ve eğitimin verilmesi
3. Yukarıdaki unsurların, bir binanın tümü veya bazı bölümlerini kaplayan ticari ve otel, pansiyon, han, taverna, motel veya eşdeğer isim taşıyan ve en az 20 müşteriye konaklama sunan birimlerde uygulanması konusunda üye ülkeler "ek"teki teknik hatları gözönüne almalıdır. Üye ülkeler en azından eşdeğer bir sonuç alabiliyorlarsa, "ek"te belirtilenlerden değişik veya daha

sıkı önlemler alabilirler.Özellikle "ek"teki maddelerin herhangi biri ekonomik, teknik (antisismik ve mimari nedenler dahil) sebeplerle uygulanamıyorsa, seçilen çözümlerin "ek"teki önlemlerle yaratılan genel asgari güvenlik standartlarına uyulmalıdır.

20'den az müşteriye konaklama hizmeti veren birimlerde, üye ülkeler, yukarıda 1 ve 2. maddelerde belirtilen önlemlere uygun olarak ve risk büyüklüğünü gözönüne alarak güvenliğin sağlanması konusunda uygun önlemleri almalıdır.

- 2) Yukarıdaki maddelere bağlı olarak hazırlanan ulusal önlemlere uyulmasıyla ilgili düzenli kontroller yapılması,
- 3) Otellerin yukarıda belirtilen şartlara uymalarını sağlamak amacıyla alınan ve alınacak olan ulusal önlemler hakkında Konsey'in, kararı takip eden 5 yıl içinde haberdar edilmesi; Komisyon'un Konsey'e, 6 ay içinde, alınan ve alınacak önlemlerle ilgili bilgi vermesi.

"Ek" bölümündeki teknik anahatların başlıkları :

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1- Kaçış yolları | 5- Isıtma |
| 2- İnşaat özellikleri | 6- Havalandırma sistemleri |
| 3- Kaplamalar ve dekorasyon | 7- Yangın söndürme ve alarm malzemeleri |
| 4- Elektrikli aydınlatma | 8- Güvenlik talimatı |

EK IV

Paket Seyahat, Paket Tatil ve Paket Turlar

13.6.1990

Tarihli Konsey Yönergesi*

(JO L 158, 23.6.90)

Madde 1

Bu Yönergenin amacı, Üye Ülkelerin, Topluluk toprakları içinde satılan veya satışa sunulan paket turlarla ilgili kanun, tüzük ve yönetim uygulamalarını birbirine yaklaştırmaktır.

Madde 2

Bu Yönergede yer alan

1. "Paket tur" (package) aşağıdaki hizmetlerden en az ikisinin tek bir fiatta satıldığı veya satışa sunulduğu ve hizmetlerin 24 saati aşan bir sureyi veya bir gecelik konaklamayı içerdiği, önceden düzenlenmiş birleşimi ifade eder :

- (a) ulaşım ;
- (b) konaklama ;
- (c) ulaşım ve konaklamanın tamalayıcısı olmayan ve paketin önemli bir oranını oluşturan hizmetler

Aynı paket turun çeşitli parçalarının ayrı ayrı faturalanması düzenleyici veya perakendeciye bu Yönergenin şartlarından muaf tutmaz.

2. "Düzenleyici" (organiser), sürekli olarak paket tur düzenleyen ve bunları doğrudan veya bir perakendeci aracılığı ile satan veya satışa sunan kişiyi ifade eder.
3. "Perakendeci" (retailer), düzenleyici tarafından oluşturulmuş paket turu satan veya satışa sunan kişiyi ifade eder.
4. "Tüketici" (consumer), paket turu alan veya almayı kabul eden (ana sözleşmeci - the principal contractor) veya adına ana sözleşmecinin paket turu almayı kabul ettiği (diğer sözleşmeciler - the other beneficiaries) veya ana sözleşmeci veya diğer sözleşmecilerin paket turu aktardığı (the transferee) kişiyi ifade eder.

* Yönergenin konu ile doğrudan ilgili kısımlarının çevirisidir.

5. "Sözleşme" (contract), tüketiciyi düzenleyici ve/veya perakendeciye bağlayan anlaşmayı ifade eder.

Madde 3

1. Tüketicie, düzenleyici veya perakendeci tarafından temin edilen paket turla ilgili her çeşit tanıtıcı madde, paket turun fiyatı ve sözleşmeyle ilgili diğer şartlar hiç bir yanıltıcı bilgi taşımamalıdır.
2. Tüketicie sunulan broşür, aşağıdakilerle ilgili fiyat ve uygun bilgiyi, okunabilir, anlaşılır ve doğru bir biçimde belirtmelidir :
 - (a) gidilecek yer ve kullanılan ulaşımın çeşidi, özellikleri ve sınıfı ;
 - (b) konaklamanın tipi, yeri, sınıfı veya konfor düzeyi, başlıca özellikleri, gidilen Üye Ülke kuralları dahilinde onayı ve turistik sınıflandırması ;
 - (c) dahil olan yemekler ;
 - (d) güzergah ;
 - (e) Üye Ülke veya Ülkeler vatandaşları için gerekli pasaport ve vizeler ile seyahat ve kalış için gerekli sağlık formaliteleri hakkında bilgi ;
 - (f) ücretin ön ödeme olarak istenen miktarı veya yüzdesi ve bakiyenin ödenme tarihi ;
 - (g) paket turun gerçekleşmesi için belli bir asgari kişi sayısına ihtiyaç duyulup duyulmadığı ve duyuluyorsa tüketiciye iptali bildiriminin son tarihi.

Aşağıdaki koşullar haricinde, broşürdeki hususlar düzenleyici ve perakendeci için bağlayıcıdır :

- bu hususlarla ilgili değişiklikler tüketiciye sözleşme sonuçlandırılmadan önce açık bir şekilde bildirilmişse - bu durumda, broşürde, değişimler olabileceği açık bir şekilde belirtilecektir,
- değişiklikler daha sonra, sözleşme tarafları arasında varılan anlaşmaya dayanarak yapılmışsa.

Madde 4

1. (a) Düzenleyici ve/veya perakendeci, tüketiciye, yazılı olarak veya başka uygun bir şekilde, sözleşmenin sonuçlandırılmasından önce, ilgili Üye Ülke veya Ülkeler vatandaşlarına uygulanan pasaport ve vize şartlarıyla ilgili genel bilgi, özellikle bunları alma süreleri ve seyahat ve kalış için gerekli sağlık formaliteleri ile ilgili bilgi verecektir ;
- (b) Düzenleyici ve/veya perakendeci ayrıca tüketiciye, yazılı olarak veya başka uygun bir şekilde, seyahatin başlamasından bir süre önce, aşağıdaki bilgileri verecektir :

- (i) ulaşım sırasında durulacak yerler ve zamanları, ulaşım bağlantıları ve yolcunun yeriyle ilgili detaylar (örneğin vapurda kamara veya ranza, trende yataklı kompartman);
 - (ii) düzenleyici ve/veya perakendecinin yerel temsilcisinin, yoksa, tüketicinin sıkıntılı bir durumda başvurabileceği yerel acentaların isim, adres ve telefon numarası. Bu tip temsilci ve acentaların bulunmadığı durumlarda, tüketiciye, her koşulda, acil durumlar için bir telefon numarası veya düzenleyici ve/veya perakendeci ile irtibat kurmasını sağlayacak diğer bilgiler verilmelidir;
 - (iii) reşit olmamış çocukların yurtdışı seyahat ve kalışlarında, çocukla veya çocuğun kaldığı yerdeki yetkiliyle doğrudan irtibat kurulmasını sağlayacak bilgi;
 - (iv) tüketicinin iptali halinde maliyeti veya kaza veya hastalık halinde -ülkeye geri getirilme dahil- sağlık yardımı masraflarını kapsayan bir ihtiyari sigorta ile ilgili bilgi.
2. Üye Ülkeler, sözleşme ile ilgili aşağıdaki şartların uygulanmasını sağlayacaktır :
- (a) belirli bir paket turla ilgili olarak, sözleşme, en azından Ek'teki unsurları kapsayacaktır;
 - (b) sözleşmenin bütün maddeleri, yazılı olarak veya tüketici tarafından anlaşılabilir ve ulaşılabilir olan diğer bir şekilde belirtilir; ve kendisine, sözleşmenin sonuçlandırılmasından önce iletilmelidir; tüketiciye bu maddelerin bir kopyası verilir;
 - (c) (b)'deki şart, son dakika rezervasyon veya sözleşmelerinin gecikmiş sonuçlanmalarını da içerir.
3. Tüketicinin paket tura katılmaması halinde, bu niyetinden düzenleyici veya perakendeciye hareketten makul bir süre önce haberdar ederek, paket turla ilgili bütün koşullara uyan başka bir kişiye rezervasyonunu aktarabilir. Paket turu aktaran ve turun aktarıldığı kişi, düzenleyici veya perakendeciye karşı, bakiyenin ödeme sözleşmesi ve bu aktarımdan doğan her çeşit ek maliyet için birlikte ve tek tek sorumludur.
4. (a) Sözleşmede belirtilen fiyatlar sadece
- (benzin fiyatı dahil) taşıma maliyetleri,
 - uçakların iniş vergileri,
 - liman ve havaalanında yama, ayrılma ücretleri gibi bazı hizmetlerin değişebilir ücret ve vergileri,
 - adı geçen paket turla ilgili döviz kurları
- 'ndaki oynamalar sonucu ve sözleşmede fiyatların düşürülmesi veya artırılması yolunda bir değişim olabileceğinin açıkça belirtildiği ve değişen fiyatın nasıl hesaplanacağını kesin olarak gösterildiği hallerde değiştirilebilir.

(b) Belirlenen hareket tarihinden 20 gün önceden itibaren, sözleşmede belirtilen fiyat değiştirilmeyecektir.

5. Düzenleyici hareketten önce, fiyat gibi, temel maddelerden birini önemli ölçüde değiştirmek zorunda kalırsa, tüketiciyi en kısa zamanda haberdar ederek onun gerekli kararları almasını sağlayacaktır ; özellikle : - hiçbir cezai zorunluluk olmadan sözleşmeden çekilmesi, - veya sözleşmeye yapılan ek ile, değişikliği ve fiata etkilerini kabul etmesi. Tüketici kararını, düzenleyici veya perakendeciye en kısa zamanda bildirecektir.

6. Tüketici, 5. paragrafa bağlı olarak sözleşmeden çekilirse veya düzenleyici, tüketicinin hatası dışında herhangi bir sebeple hareket tarihinden önce paket turu iptal ederse, tüketici

(a) düzenleyici ve/veya perakendecinin önerebileceği, eşit veya daha iyi kalitede bir paket turu -böyle bir tur varsa- alabilir. Yerine önerilen paket turun kalitesi daha düşükse, düzenleyici tüketiciye fiyat farkını ödeyecektir.

(b) veya en kısa zamanda sözleşmeye bağlı olarak yaptığı bütün ödemeleri geri alabilir.

Bu durumda, tüketici aşağıdaki haller haricinde, uygun görülürse, Üye Ülke'nin ilgili kanunlarının gereğine göre düzenleyici veya perakendeci tarafından, sözleşmenin gerçekleştirilmemesi nedeniyle, tazmin edilecektir:

(i) iptal, kayıt olan kişi sayısının paket turun yapılabilmesi için gereken kişi sayısından az olması nedeniyle yapılmış ve tüketici iptalden, yazılı olarak, paket tur tanımında belirtilen tarih içinde haberdar edilmişse ; veya

(ii) iptal, overbooking haricinde, mücbir sebeplere (force majeure) dayanıyorsa (örneğin tazminatın talep edildiği kişinin kontrolü ötesinde, bütün gerekli tedbirler önceden alınsa dahi sonuçları önlenemeyen, öngörülemeyen ve olağandışı durumlar).

7. Hareketten sonra, sözleşmedeki hizmetlerin önemli bir bölümünün sağlanmaması veya düzenleyicinin, verilecek hizmetlerin önemli bir kısmını sağlayamayacağını görmesi halinde, düzenleyici, paket turun devamı için, tüketiciden ek bir ödeme istemeden, gereken düzenlemeleri yapacak ve gerekli hallerde, önerilen hizmetlerle sunulanlar arasındaki farkı tüketiciye tazmin edecektir.

Böyle düzenlemeler yapmanın mümkün olmadığı veya bunların, geçerli nedenlerle, tüketici tarafından kabul edilmediği durumlarda, düzenleyici, gerekirse, ek bir ücret talep etmeden, tüketicinin, eşdeğer bir ulaşım ile hareket yerine veya kabul edeceği herhangi bir noktaya dönmesini sağlayacak ve gerekli halde, tüketiciyi tazmin edecektir.

Madde 5

1. Üye Ülkeler, sözleşmenin düzenleyici ve / veya perakendeci tarafının, tüketiciye karşı sözleşmeden doğan zorunluluklarının -bu zorunlulukların kimin tarafından yerine getirilmesi gerektiğine bakılmaksızın (düzenleyici ve/veya perakendeci veya diğer hizmet sunanlar)- ve düzenleyici ve/veya perakendecinin bu hizmet sunanları sorumlu tutma hakkına halel getirmeden- sağlanmasında gerekli adımları atacaktırlar.

2. Sözleşmenin uygulanması veya aksaklıklara uygulanmasından tüketiciye doğan hasarla ilgili olarak, Üye Ülkeler, bu eksiklerin,

- sözleşmenin uygulanmasındaki hataların tüketiciden kaynaklanması,

- bu tip hataların, sözleşmedeki hizmetlerin sağlanmasıyla ilgisi olmayan üçüncü kişilerden kaynaklanması, öngörülemez ve önlenemez olması,

- bu tip hataların, 4. madde (b) ve 2. alt - paragrafta (ii) tanımlanan mücbir sebep (force majeure) durumundan veya düzenleyici ve/veya perakendeci ve diğer hizmet sunanların, gereken bütün tedbirlere rağmen önceden göremeyeceği ve önleyemeyeceği olaylardan kaynaklanması

nedeniyle, düzenleyici ve/veya perakendeci ve diğer hizmet sunanlara atfedilemeyeceği durumlar haricinde, düzenleyici ve/veya perakendecinin tek tek veya birlikte sorumlu olmalarını sağlayacak gerekli adımları atacaktır.

Yukarıda belirtilen ikinci ve üçüncü durumda, sözleşmenin düzenleyici ve/veya perakendeci tarafının, zordaki tüketiciye hızlı bir şekilde yardım sağlamaları istenecektir.

Paket turdaki hizmetlerin gerçekleşmemesi veya aksaklıklarla gerçekleşmesinden doğan hasarlarla ilgili olarak, Üye Ülkeler, tazminatın, bu hizmetlerle ilgili uluslararası konvansiyonlara uygun olarak, sınırlandırılmasına izin verilebilirler.

Paket turdaki hizmetlerin gerçekleşmemesi veya aksaklıklarla gerçekleşmesinden doğan hasarın kişisel yaralanmanın dışında bir zarar olması halinde, Üye Ülkeler, tazminatın sözleşme ile sınırlandırılmasına izin verilebilirler. Bu sınırlandırma aşırı olmayacaktır.

3. İkinci paragrafın dördüncü alt paragrafı saklı kalmak üzere, sözleşmelerde, birinci ve ikinci paragraflardaki sorumlulukları hariç tutan cümleler bulunamaz.

4. Sözleşmenin gerçekleştirilmesindeki herhangi bir hatayı, tüketici, hemen, ilgili hizmetin sunucusuna ve en kısa zamanda, yazılı olarak veya başka uygun bir şekilde, düzenleyici ve/veya perakendeciye bildirmelidir.

Bu mecburiyet sözleşmede açık ve resmi bir şekilde belirtilmelidir.

Madde 6

Şikayet halinde, düzenleyici ve/veya perakendeci veya -varsa- yerel temsilci, uygun çözümleri bulmak için hızlı bir şekilde çaba göstermelidir.

Madde 7

Sözleşmenin düzenleyici ve/veya perakendeci tarafı, ödenen parayı ve iflas halinde, tüketicinin ülkesine geri getirilmesini sigortadan talep etmek için yeterli delil sunacaktır.

Madde 8

Üye Ülkeler, tüketiciyi korumak için, bu Yönergenin kapsadığı alanlarda daha sıkı şartları kabul edebilir ve uygulayabilirler.

Madde 9

1. Üye Ülkeler, Yönergeyi uygulamada gereken önlemleri 31.Aralık. 1992'den önce alacak veya ardından Komisyonu bilgilendireceklerdir.
2. Üye Ülkeler, bu Yönergenin kapsadığı alanlarda uygulandıkları ulusal kanun önlemlerinin metinlerini Komisyon'a iletecekler ; Komisyon diğer Ülkeleri haberdar edecektir.

Madde 10

Bu Yönerge Üye Ülkeler'e gönderilmiştir.

Paket Seyahat, Paket Tatil ve Paket Turlar
13.6.1990
Tarihli Konsey Yönergesi'ne Ek

Belli bir paket tura ait sözleşmeye dahil edilecek unsurlar :

- (a) seyahat edilecek yer(ler) ve kalma dönemleri varsa, bu dönemler -tarihlerle ;
- (b) kullanılacak ulaşım yöntemleri, özellikleri ve sınıfları, gidiş ve dönüş tarihleri, zamanları ve noktaları ;
- (c) paket tur konaklamayı kapsıyorsa, yeri, turistik sınıflandırılması veya konfor düzeyi, temel özellikleri, ilgili Üye Ülke kurallarına uygunluğu ve dahil olan yemekler ;
- (d) paket turun gerçekleştirilmesi için asgari kişi sayısının gerekip gerekmediği ve gerekiyorsa, iptal halinde tüketiciye son haber verme tarihi ;
- (e) güzergah ;
- (f) paket tur için anlaşılan toplam fiata dahil olan geziler, çevre gezileri ve diğer hizmetler ;
- (g) düzenleyici, perakendeci ve gereken yerlerde sigortacının isim ve adresi ;
- (h) paket turun fiatı, 4. Madde (4)'e bağlı olarak fiatların gözden geçirilebileceğini gösterir bir belirleme ve bazı hizmetlerden alınan (uçakların iniş vergileri, liman ve havaalanlarında yanasma-ayrılma ücretleri, turist vergileri) ödeme, vergi ve ücretleri gösterir bir belirleme -bu maliyetlerin paket tur fiatına dahil olmadığı yerlerde- ;
- (i) ödeme tarihleri ve ödeme şekli ;
- (j) rezervasyonunu yaptırırken tüketicinin, düzenleyici veya perakendeciye bildirdiği ve iki tarafında kabul ettiği özel talepler ;
- (k) tüketicinin, sözleşmenin gerçekleştirilmemesi veya aksaklıklarla gerçekleştirilmesi ile ilgili şikayetlerini bildirme süreleri.

EK V

Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri
Yönetmeliği
R.G. 18060 28.5.1983 Tarih*

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Turizm Yatırımlarının Genel Nitelikleri

Verleşme Özellikleri :

Madde 27 - Turizm Bölgelerinde ve Turizm Merkezlerinde Devletin hüküm ve tasarrufu altındaki yerlerin yapılmış imar planları uyarınca, kamu yararına korunmasına veya kamu yararına kullanılmasına katkıda bulunacak yapı ve tesisler, Turizm Yatırımı ve Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmak kaydıyla, tapu kaydı aranmaksızın, Kanunun 8. maddesi hükmü uyarınca imar planlarına uygun olarak yapılabilir ve işletilebilir.

Belge Kapsamı Dışındaki Yapı Bölümleri :

Madde 28 - Yapının tamamı belge kapsamında değil ise, belge kapsamı dışındaki kısımların, müşteriye rahatsız etmeyen bir kullanımda olması, görünüşü bozmaması, belgeli kısımlardan tümüyle ayrılmış ve kullanış biçimi ile amacının belirtilmiş ve ayrı bir girişi olması gerekir.

Bahçe Düzenlemesi :

Madde 29 - Bahçesi olan tesislerde bahçeler, iyi bir biçimde düzenlenecek, yeterince aydınlatılacak ve devamlı bakımları sağlanacaktır.

Tesislerde Hacimlerin Düzenlenmesi :

Madde 30 - Turizm Tesislerinde, hacimler ve arasındaki ilişkiler tesisin tür ve sınıfının gereği olan işletme özelliği gözönüne alınarak düzenlenir. Hacimlerde tefriş ve donatım elemanlarının kullanış biçimi teknik normlara uygun şekilde boyutlandırılmalıdır.

Tuvaletler :

Madde 31 - Genel Mahallerde (hol,salon,bar,lokanta gibi müşteriler tarafından ortak kullanılan mahallerde) kadın ve erkek için girişleri ayrı ve ihtiyacı karşılayacak sayıda WC ler (en çok

* Yönetmeliğin konu ile doğrudan ilgili kısımları aktarılmıştır.

% 50'si alaturka), lavabolar, erkekler için bölmeli pisuvarlar bulundurulacaktır. WC ler bu mahallere doğrudan açılmaz.

Turizm tesislerinde tuvaletler genel olarak alafranga tipte yapılır. Kamp, plaj vb. tesislerde alaturka tuvaletler genellikle kazanabilir. Alafranga tuvaletlerde fonksiyonel yıkama imkanı düzenlenir.

Tesisat mahalleri :

Madde 32 - Kazan Dairesi, soğutuc aygıtları, havalandırma ve santral, transformatör ve alçak gerilim dağıtım tablo mahalleri, kazan dairesi, jeneratör, telefon santral yerleri, yakıt depoları gibi yerler yeterince aydınlatılır ve mevcut tesisatın kullanma talimatları görülür yerlere asılır. Bu mahallerde yangına karşı gerekli güvenlik önlemleri alınır ve yangın sırasında kolayca tahliye imkanları sağlanır.

Kat ve Merdiven Ölçümleri :

Madde 33 - Temiz kat yüksekliği normal katlarda 2,60 m. den asma katlar da 2,20 m. den, umumi mahallerde 3,00 m. den az olamaz. Merdivenlerde ve koridorlarda genişlik 150 cm. den, servis ve yangın merdivenlerinde genişlik 90 cm. den az olamaz.

Malzeme Nitelikleri :

Madde 34 - Turizm tesislerinde, mahallerin fonksiyonlarına ve tesisin sınıfına uygun nitelikli malzeme özenli bir işçilikle kullanılır.

Tecrit Tedbirleri :

Madde 35 - Su, asit, yağ ve diğer kimyasal maddelerle teması olan yüzeyler, bu maddelere karşı dayanıklı, su geçirmeyen, kir tutmayan, yıkanabilir, düzgün yüzeyli, temiz ve iyi görünüşlü malzemeyle kaplanır. WC ve banyoların duvarı tavana kadar fayans veya benzeri özel malzeme ile kaplanır. Tesislerin müşteriye açık hacimleri ile personel mahalleri, mutfak ve çamaşırhanelerin taban döşemeleri kullanım amacına ve işletmenin sınıfına uygun nitelikli malzeme ile kaplanır. Kapı, pencere, duvar ve döşemelerde, ses ve ısı izolasyonu sağlayan, nemlenmeye yol açmayan malzeme kullanılır.

Tesisat ve Donatım Nitelikleri :

Madde 36 - Tesislerde yangına karşı etkin önlemler alınır ve yangın söndürme tesisat veya donatımı bulunur. Tesislerin uygun yerlerinde yangına karşı ikaz ve yangın anında çıkış yollarını gösteren yeterli işaretler bulundurulur.

Havalandırma :

Madde 37 - Duş, banyo ve WC lerde, yeterli doğal veya mekanik havalandırma sağlanır. Tesisin diğer ünitelerinden gelen pis hava akımının, havalandırma bacası ile irtibatlı banyo veya WC'nin havasını kirletmemesi için gerekli tedbirler alınır.

Tesiste, mutfak, çamaşırhane gibi birimler mevcut ise, koku ve kirli havanın özellikle müşteri mahallerine yayılmasını önleyecek tedbirler alınır ve bu mahallerin havalandırılmaları sağlanır.

Isıtma :

Madde 38 - Turizm tesisleri merkezi sistemle ısıtılır (Isıtma tesisatı gerektirmeyen yazlık işletmeler, geçici ve kısmi ihtiyaçlar için elektrikle ısıtmadan yararlanabilirler.)

Su Tesisatı :

Madde 39 - Konaklama, yeme içme, eğlence ve benzeri tesislerde devamlı ve yeterli basınçta sıcak ve soğuk akarsu bulunur. Su kesilmesi halinde bütün tesisin ihtiyacını karşılayacak kapasitede su deposu ile hidrofor (veya pompa) bulunur.

Şehir şebekesi haricinden temin edilen sular için klorlama tesisatı yapılır.

Aydınlatma :

Madde 40 - Turizm tesislerinde devamlı ve yeterli elektrik sağlanmalı ve hacimler fonksiyonlarına uygun olarak aydınlatılmalıdır.

Elektrik Tecriti :

Madde 41 - Mutfak ve çamaşırhane gibi rutubetli ve suya maruz yerlerde iletkenler, tablo ve cihazlar, şanteller etanj (su ve rutubete karşı izole) olarak yapılır. Açık havada yapılacak tesisatın hava şartlarına karşı etanjı yapılır. Soğuk depolar, çamaşır makineleri, bulaşık makinası, elektrikli motorlar gibi cihazların bağlanacağı prizler toprak kontaklı olacaktır.

Kanalizasyon :

Madde 42 - Tesiste sızdırmaz bir kanalizasyon şebekesi yapılarak fosseptik tesislerine veya şehir kanalizasyonuna bağlanır. Pis sular açığa, akarsulara veya denize akıtılamaz.

Göplerin Muhafazası :

Madde 43 - Belediye sınırları içinde bulunan Turizm işletmeleri, göplerinin belediyece toplanmasına kadar koku, haşaret ve pislik yapmayacak kapalı bölümlerde muhafazası için gerekli tedbirleri alırlar.

Belediye sınırları dışında yer alan işletmeler göplerini, koku, pislik ve haşaret yapmayacak biçimde muhafazası ve sağlıklı yöntemlerle yok edilmesi için gerekli tedbirleri alırlar.

Soğuk Depolarda Emniyet :

Madde 44 - Soğuk depoların kapıları, içerden anahtarsız açılabilmeli ve bir alarm düzeni kurulmalıdır.

Lavabolar :

Madde 45 - Müşterilerin kullandığı lavabolar en az 40x50 cm. boyutlarındadır. Her lavabonun üzerinde, bir etejer ve en az 40x50 boyutunda bir ayna bulunur. Lavabolarla su doldurularak kullanılabilmelerini sağlayıcı gereç bulunur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Turizm İşletmelerinin Genel Nitelikleri

Personel Eğitimi :

Madde 46 - Turizm işletmelerinde görevli personelin, hizmet standartlarını yükseltmek amacı ile, iş başında eğitim için gerekli tedbirler, Bakanlık, mesleki teşekküller ve işveren tarafından yıllık olarak programlanarak uygulanır.

Bu uygulamaları bakanlık izler ve koordine eder.

Kıyafet Düzeni :

Madde 47 -Turizm işletmeleri personeli çalışmalarını sırasında, işlerine ve görev mahallerine uygun özel ve temiz kıyafet giyerler.

Tesislerde Tadilat :

Madde 48 - Turizm tesislerinde mahaller, Bakanlıktan izin alınmadan belgeye esas projelerde belirtilenler dışında amaçlarla kullanılamaz, tadil veya tevsi inşaatı yapılamaz. Yapılardaki tadilata ilişkin olarak Bakanlığa yapılacak başvurularda, İmar Kanununun üçüncü maddesi veya ilgili belediyeler İmar Yönetmelikleri uyarınca inşaat ruhsatı gerektirmeyen hallerde tadilat projesinin Belediyeler veya İl İmar Müdürlüklerince tasdiki aranmaz.

Tesislerin Temizliği :

Madde 49 - Turizm tesislerinde, yalnız müşteriler tarafından görülen ve kullanılan kısımlar değil, tesisin tümünün temizliği, günlük temizlikler dışında haftalık köklü temizlikle sağlanır. Bu temizlikte deterjan ve antiseptik maddeler kullanılır.

İşletmede bu temizlikler sırasında veya en az iki ayda bir defa haşaratla mücadele için etkin ilaçlama yöntemleri uygulanır.

Fiat Tarifeleri :

Madde - 50 : Belgeli Turizm İşletmelerinin, takip edecek takvim yılı içinde uygulayacakları fiat tarifelerinin hazırlanması ve onaylanmasına ilişkin genel ilkeler her yıl en geç Haziran ayı sonuna kadar Bakanlıkça belirlenir ve belgeli işletmelere duyurulur. İşletmeler en geç Temmuz ayı sonuna kadar, bir sonraki takvim yılında uygulayacakları tarifelerini Bakanlığa ulaştırırlar.

Tarifelerini öngörülen zaman içinde Bakanlığa göndermeyen işletmelere uyarı cezası verilir ve tesisler Bakanlıkça onaylı bir önceki yıl fiatlarını uyguladılar.

Tarifelerin Kullanımı :

Madde 51 - Turizm işletmeleri, anılan ilkeler uyarınca Bakanlıkça onaylanmış tarifelerin dışında bir tarife uygulayamaz. Tasdikli tarifelerin İngilizce, Fransızca ve Almanca tercümeleri, gereğinde müşteriye verilmek üzere hazır bulundurulur. Bakanlık, talepleri dikkate alarak, bazı merkezler için başka lisanlarda da tarife bulundurulmasını isteyebilir.

Şikayet Defteri :

Madde 52 - Tüm tarifelerde müşteri şikayetlerinin yazılabileceği bir defterin bulunduğu hatırlatılacak şikayetlerin yapılacağı mercilerin adres ve telefon numaraları belirtilecektir.

Tarifelerin Teşhiri :

Madde 53 - Turizm işletmeleri Bakanlıkça tasdikli fiyat tarifelerini müşterinin kolayca görüp okuyabileceği şekilde ve bu yönetmelik hükümleri uyarınca teşhir ederler.

Konaklama tesislerinin müşteri odalarında oda numarası, yatak fiatı, odanın özellikleri, kahvaltının fiata dahil olup olmadığı ve fiata ilave edilecek vergi ve servis yüzdesine ilişkin bilgiler bulundurulur.

Yeme - İçme Tesislerinde Tarifelerin Teşhiri :

Madde 54 - Belgeli yeme - içme ve eğlence işletmelerinde tasdikli tarifeler giriş kapısının yanında, müşterinin dışardan kolayca görüp okuyabileceği bir yerde ışıklı ve camlı bir dolap içinde teşhir edilir. Bir otelin bünyesinde yer alan aynı nitelikteki tesislerde, bu tarifeler, tesisin otel içinde müşterek mahallere açılan kapısı (ve ayrıca varsa dışarı açılan kapısı) önünde bulundurulur. Bu hal, tasdikli tarifenin, içeride müşteriye verilmesi gereğini önlemez.

Müşterilerle İlişki :

Madde 55 - Turizm işletmeleri, müşterilerine davranışlarında nezaket ve hizmet anlayışı içinde bulunurlar, müşterilerin şikayetlerini yazacakları, Bakanlıkça tasdikli defteri istendiğinde müşteriye sunarlar.

Bilgi Verme :

Madde 56 - Belgeli tesisler Bakanlıkça istememek her türlü bilgiyi zamanında sağlamakla yükümlüdürler. Ayrıca ülke turizminin göstergelerinin belirlenmesinde kullanılacak veriler, üçer aylık devrelerde Bakanlığa bildirilir.

Bu uygulama kapsamı Bakanlıkça belirlenir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Konaklama Tesislerinin Genel Nitelikleri

Konaklama Tesisleri Türleri :

Madde 57 - Bu yönetmeliğin uygulanmasında, otel, motel, tatil köyü ve pansiyonlar asli konaklama tesisleri; kamping, hostel, oberj, yüzer ev, yüzer otel, apart otel (tatil evi) tamamlayıcı konaklama tesisleri olarak kabul edilmişlerdir.

Odalarda Banyo :

Madde 58 - Bu yönetmeliğin yürürlüğe girişinden sonra yatırım belgesi verilecek asli konaklama tesislerinde (pansiyonlar hariç) yatak odaları banyolu (WC duş veya küvet) olacaktır.

Yangın Merdiveni :

Madde 59 - Konaklama tesisleri üç kattan yüksek ise, yangın anında boşaltmayı kolaylaştırmak için ayrıca bir yangın merdiveni bulunacaktır.

Yatak Odalarında Sakıncalı Yapılaşma :

Madde 60 - Konaklama tesislerinde yatak odaları, mutfak, WC gibi müşteriye rahatsız edecek mahallerin açıldığı aydınlığa, pencerelere açılmaz. Bodrum katlarında yatak odası yapılamaz. Ancak arazi eğilimi dolayısıyla taban döşemelerin tamamı doğal zemin seviyesinden aşağı olmayan ve yeterli doğal ışık alan katlar bu hükmün dışındadır.

Yatak Odalarının Tefrişi :

Madde 61 - Tüm yatak odalarında, yatak, komidin, gece lambası, tuvalet veya yazı masası, bagaj ve elbise dolabı veya bu amaçlara uygun özel yapılmış mobilya bütünü, sandalye, koltuk, içeriyi göstermeyen kalın perde, halı, kilim vb. bulunur. Yatak odalarına ait banyolarda ve tuvalet masalarının yanında, üzerinde gerilimi yazılı bir priz bulunur.

Yatak Odalarının Kapasitesi :

Madde 62 - Yatak odaları, tek veya iki kişilik düzenlenir. İki kişilik odalara sadece müşterinin talebi halinde ilave yatak konabilir.

Banyoların Nitelikleri :

Madde 63 - Banyo odalarında, duş düzeni olan banyo küveti yada duş teknesi, emniyet tutacağı, sabunluk, perde, havlu asacakları, elbise asacağı, üzerinde aydınlatılmış aynası ve etajeri olan lavabo, çöp kutusu, tuvalet kağıdı yeri bulunur. WC banyodan ayrı düzenlendiği takdirde, lavabo, aydınlatılmış ayna, etajer, tuvalet kağıdı yeri bulunur.

Kat Ofisi :

Madde 64 - Kat ofisi olan tesislerde, her ofiste, temizlik gereçleri dolabı, telefon (veya odalardan çağırma zili ve refkontakt) bulunur.

Personel için Mahaller :

Madde 65 - Kadın ve erkek personel için ayrı soyunma yerleri, dolapları, duş, WC ler ve ortak oturma, dinlenme ve yemek yeme ihtiyaçlarını karşılayan bir mahal bulunacaktır.

Yan Hizmet Üniteleri :

Madde 66 - Konaklama tesislerinin bünyelerinde bulunan yeme, içme ve eğlence tesisleri ile diğer yan hizmet üniteleri bu yönetmeliğin, bahse konu tesislerle ilgili hükümlerine uygun olarak inşa ettirilir ve işletilebilir.



ALTINCI BÖLÜM

Oteller

Otellerin Tanımı :

Madde 67 - Oteller; asıl fonksiyonları müşterilerinin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme içme, eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyesinde bulundurabilen en az (20) odalı tesislerdir. Oteller, yönetmeliğin bu bölümü ve diğer bölümlerinde belirlenen asgari nitelikleri taşırlar.

Sınıflandırma :

Madde 68 - Oteller, lüks (beş yıldızlı) oteller, dört yıldızlı oteller, üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller ve tek yıldızlı oteller olarak sınıflandırılırlar.

Tek Yıldızlı Oteller :

Madde 69 - Tek yıldızlı oteller aşağıdaki nitelikleri de taşırlar.

a) Otel kapasitesine uygun iyi düzenlenmiş, rüzgarlık, resepsiyon, bekleme yerini kapsayan lobi, telefon kabini ve verstiyerden oluşan bir kabul holü.

b) Yönetim odası (Müdür, Muhasebe).

c) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat merdiveni dörtten fazla ise, otel kapasitesiyle orantılı müşteri asansörü.

d) Kent içinde yatak sayısının % 25'i kent dışında % 35'i oranında oturma imkanı veren rahat, iyi düzenlenmiş oturma salonu.

e) Kahvaltı ofisi ve kahvaltı salonu (Kahvaltı ofisiyle bağlantılı oturma salonu veya varsa lokanta bu amaçla kullanılabilir).

f) Lokanta yok ise büfe servisi.

g) Emanet, konsiyerj, PTT, oto hizmetleri ile ilk yardım dolabı.

h) Kent dışında bulunan otellerde yatak sayısının % 20'si oranında araba alabilecek otopark.

İki Yıldızlı Oteller :

Madde 70 - İki yıldızlı oteller, tek yıldızlı otel özellik ve hizmetlerine ek olarak aşağıdaki hizmetleri de veren otellerdir.

- a) Telefon santral odası.
- b) Lokantası yoksa sandviç ve benzeri hazır yiyecek içecek servisi.
- c) Odalarda telefon.
- d) Kent dışında yatak sayısının % 30'u oranında araba alabilecek otopark.

Üç Yıldızlı Oteller :

Madde 71 - Üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı otel özellik ve hizmetlerine ek olarak aşağıdaki hizmetleride veren otellerdir.

- a) Ana girişten ayrı bir servis girişi.
- b) Yönetim odaları.
- c) Her katta kat ofisi.
- d) Rahat ve iyi düzenlenmiş içki servisi imkanı olan bir oturma salonuyla bir toplantı salonu.
- e) Yatak odaları döşemelerini tamamen kaplayan halı veya benzeri malzeme.
- f) Alakart ve tabldot servisi olan lokanta.
- g) Genel mahallerde mekanik havalandırma (iklim şartları ve mimari düzenlemenin gerektirmediği haller hariç).
- h) Salonlarda ve yatak odalarında müzik yayını.

Dört Yıldızlı Oteller :

Madde 72 - Dört yıldızlı oteller, üç yıldızlı otel özellik ve hizmetlerine ek olarak aşağıdaki niteliklere de sahip olan otellerdir.

- a) Garaj veya işletmenin kapasitesiyle orantılı otopark.
- b) Müşteriyi rahatsız etmeyecek ayrı servis girişleri.
- c) Otel kapasitesine uygun, iyi düzenlenmiş, bagaj yeri, telefon kabinleri, satış yerlerinden oluşan kabul holü.
- d) Müşterilerin ineceği yada çıkacağı kat merdiveni ikiden fazla ise ayrıca otelin kapasitesiyle orantılı olarak müşteri asansörleri, ayrıca servis merdiveni ve servis asansörü.
- e) Banyo odalarında banyo küveti.
- f) Ayrı bir kahvaltı salonu.
- g) Birinci sınıf lokanta .
- h) Çamaşır yıkama, ütöleme ve kuru temizleme servisi.
- i) Yemek salonu, bar lobi, resepsiyon holü gibi genel mahallerde halı ya da benzeri nitelikte malzeme ile tam kaplama.
- j) Eğlence, müzik, oyun imkanları için uygun mahaller ile sayfiye otellerinde spor imkanları.

Beş Yıldızlı (Lüks) Oteller :

Madde 73 - Beş yıldızlı oteller, dört yıldızlı oteller için öngörülen nitelik ve özellikleri taşıyan ancak, yerleşme durumu,

yapı, tesisat, donatım, dekorasyon ve hizmet standardı üstün özellikler gösteren otellerdir.

Beş yıldızlı otellerde yukarıdaki maddede öngörülen nitelik ve özelliklere ek olarak banyo odalarında telefon, tüm hacimlerde air condition, garaj ve garajda yıkama yağlama servisi, yüzme havuzu, gece kulübü, çok maksatlı salonlar, bar, satış mağazaları, Doktor ve Hemşire Servisi ve ilk yardım gereçleri ile şehir otellerinde toplantı tesis ve ekipmanı, sekreter ve simultane tercüme hizmetleri bulunur.



EK VI

ECTAA - AT Seyahat Acentaları Birliği'ne
Üye Seyahat Acentaları Birlikleri

DRV	- Federal Almanya	Seyahat Acentaları Birliği
UPAV	- Belçika	Seyahat Acentaları Birliği
DRF	- Danimarka	Seyahat Acentaları Birliği
AEDAVE	- İspanya	Seyahat Acentaları Birliği
SNAV	- Fransa	Seyahat Acentaları Birliği
HATTA	- Yunanistan	Seyahat Acentaları Birliği
ITAA	- İrlanda	Seyahat Acentaları Birliği
FIAVET	- İtalya	Seyahat Acentaları Birliği
GAVL	- Lüksemburg	Seyahat Acentaları Birliği
ANVR	- Hollanda	Seyahat Acentaları Birliği
APAVT	- Portekiz	Seyahat Acentaları Birliği
ABTA	- İngiltere	Seyahat Acentaları Birliği

ÖZGEÇMİŞ

A. Nilgün Aliefendioğlu 1962 yılında İstanbul'da doğmuştur. Orta okulu Özel Notre Dame de Sion Fransız Kız Lisesi ve liseyi Özel Amerikan Robert Lisesi'nde tamamlamıştır. 1985 yılında Boğaziçi Üniversitesi İktisadî ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi bölümünden mezun olmuştur. 1983'den beri turizmle ilgilenmekte ve profesyonel turist rehberi olarak çalışmaktadır.

