

AB İç Pazarda Tüketicilere Yeni Olanaklar Getirecek

İlge Kıvılcım*

Bilinçli, hakları korunan ve her türlü güvenliği sağlandığı tüketiciler, AB'nin ekonomik gelişiminin ana unsurlarından biri olarak sunulmakta. Son dönemde bu mesaj Avrupa Komisyonu tarafından oldukça belirgin bir şekilde dile getiriliyor. Avrupa Komisyonu yeni politikalarını ortaya koyarken, mutlaka tüketici üzerindeki etkilerini dikkate alan ve tüketici refahını ön planda tutan bir tutum içinde. Önümüzdeki dönemde AB'nin uzun vadeli yeni planları, ekonomik büyümenin itici güçlerinden biri olarak iç pazar kapsamında tüketici güveniyle çevrelenmiş olacak. Şöyle ki; iç pazar mekanizmalarından biri olarak, Avrupa Komisyonu 6 Mayıs 2015 tarihinde Avrupa İçin Dijital Tek Pazar Stratejisi'ni açıkladı. Dijital sektör, Avrupa Komisyonu tarafından ekonomik büyüme için tüketici politikasını en fazla etkileyen sektör olarak tanımlanıyor. AB'de Dijital Tek Pazar Stratejisi'ne geçilirken, önümüzdeki dönemde tüketicinin bu pazara yönelik bilgilendirilmesi, haklarının neler olduğuna yönelik eğitim programlarının artırılması ve tüketicinin güçlendirilmesi üzerine çalışmaların yapılması bekleniyor.

Avrupa Komisyonu'nun verilerine göre, dijital pazarın oluşturulmasının AB'ye 250 milyar euroluk ek büyüme sağlayacağı tahmin ediliyor. Aynı şekilde online alışverişlerde tüketicinin yıllık 11,7 milyon euro tasarruf etmesi bekleniyor.

Ancak 2014 yılının verilerine göre, tüketicilerin sadece yüzde 15'i diğer AB üyesi ülkelerden online alışverişte yapıyor ve sadece yüzde 38'i diğer üye ülkelerden online alışveriş yapılmasının güvenli olduğuna inanıyor. Firmaların sadece yüzde 7'si internet üzerinden satış yapıyor ve AB'de internet kullanıcılarının sayısının tüketicilerin dörtte üçüne eşit olmasına rağmen, internet kullanıcılarının yüzde 72'si kişisel verilerin online işlemlerde güvenlik açısından sakıncalı olabileceğini düşünüyor.

Bu bağlamda, tüketicilerin dijital pazarın oluşturulmasına katkı sağlama-ları açısından, tüketiciler için "güvenilir seçeneklerin artırılması" ve "kişisel verilerin korunması" önemli ihtiyaçlar olarak görünüyor. Raporlara göre, dijital hizmetlerin çoğundan faydalanamayan bir tüketici sınıfının olduğu biliniyor ve AB'de bu grup daha çok düşük eğitim ve gelir düzeyine sahip bir kitle olarak tanımlanıyor.

10'uncu Yılında Avrupa Tüketici Merkezleri ve Tüketici Sorunları

Avrupa Tüketici Merkezleri'nin 10'uncu yılını kutladığı bu yıla özel hazırlanan raporda, AB'nin Tüketici Politikası kapsamında güncellenecek olan öncelikli alanlar; kişisel verilerin korunmasına yönelik güçlendirilmiş mevzuat, üye

ülkelerde online alışverişte tüketiciyi yanıltıcı uygulamalarla mücadelede teknik mekanizmaların geliştirilmesi ve uyumlaştırılması ile telekomünikasyon altyapısının ve tüketicilerin dijital sistemlerdeki becerilerinin artırılması olarak açıklanıyor.

Rapor verilerine göre, söz konusu tüketici merkezlerine 10 yıl içinde şikayet sayısı 650 binin üzerinde olmuş, tüketici ile doğrudan iletişime geçilmiş ve 300 binden fazla sorunun çözümü için tüketiciye uzun vadeli hizmet verilmiş durumda. Ayrıca merkezlerin ilk kurulduğu yıl olan 2005 yılında 42 bin 795 başvuru ile ilgilenilmiş ve 2014 yılında bu sayı 93 bin 741'e yükseldi.

2014 yılında 3,5 milyon kişi kendi ülkelerindeki tüketici merkezlerini ziyaret ederken, e-ticaret uygulamalarının artmasına bağlı olarak şikâyetlerin 10 yıl içinde ciddi artış gösterdiği açıklanıyor. Nitekim 2005 yılında yüzde 29 olan şikâyet oranının, 2014 yılında yüzde 68'e yükseldiği belirtiliyor. Ayrıca AB'de online rezervasyon veya alışverişlerde 2011 yılından itibaren yüzde 50 artış görüldüğü ifade ediliyor. Bu orana yansıyan şikâyetlerin çoğunun seyahat uygulamaları ve araba kiralama firmalarına bağlı olduğu görülüyor. Örneğin araba kiralamada 2010 yılındaki 835 şikâyet sayısı, 2014 yılında bin 761'e yükselmiş durumda.

Mevcut Yasaların Uygulandığı Ortamda Gelen Şikâyet Oranları (%)

	2010	2013	2014
Uzaktan ve online satışlar	16,7	31,5	31,7
Ürün ve garanti satışları	11,0	10,4	10,1
Yolcu hakları (hava yolu)	14,7	7,9	8,5
E-ticaret hizmetleri	4,9	4,4	4,5
Haksız ticari uygulamalar	7,6	3,9	4,2

Avrupa Enerji Pazarında Tüketicinin Rolü Artacak

AB'nin ve geçtiğimiz yıl göreve başlayan Avrupa Komisyonu'nun öncelikleri arasında baş sırada yer alan Enerji Birliği hedefi, kuşkusuz ki tüketicileri yakından ilgilendirecek ve tüketici için tercih çeşitliliği, sunulan hizmetin kalitesi ve tüketicinin güçlendirilmesi açısından yeni fırsatlar sunacak.

Mevcut süreçte Avrupa Komisyonu tarafından tüketicilerin fiyatlar ve sunulan ürün ve hizmet hakkında detaylı bilgilendirilmesi koşulu ön plana alındı. Enerji verimliliği, yüksek ürünlere doğru yönelme ve buna yönelik mevzuat çalışmaları AB'nin güncel çalışma programında yer alıyor. 25 Şubat 2015 tarihinde açıklanan Enerji Birliği Stratejisi kapsamında tüketicilerin sisteme dahil edilmesi, AB'nin iklim değişikliği ve enerji alanındaki düzenlemeleri açısından oldukça önemli bir yerde.

Avrupa Komisyonu'nun üzerinde

Avrupa'ya enerji devrimi geliyor



durduğu diğer önemli bir nokta, ekonomik ve mali krizle beraber pazarda belirginleşen hassas sektörlere (enerji gibi) ve "etkilenebilir tüketici gruplarına" yönelik çalışmaların artırılması. Özellikle enerji ve elektrik kaynaklarına erişimin sağlanması önemle vurgulanıyor.

Enerji Birliği Stratejisi'nin uygulanmasına yönelik 15 Temmuz tarihli Enerji Yaz Paketi ise kamuoyuyla istişare sürecinin tamamlanmasının ardından, Avrupa elektrik pazarının revize edilmesini, enerji verimliliğinin artırılmasını, tek enerji pazarının oluşturulmasını, karbondan arınmış ekonomi modelinin oluşturulmasını, yenilenebilir enerji kaynaklarının artırılmasını ve enerji verimliliği için etiketleme prosedürlerinin revize edilmesini hedefliyor. Paketin önemli bir parçası olarak, tüketicilere sunulan seçeneklerin artırılması ve bu noktada daha iyi etiketleme sisteminin sağlanmasıyla tüketici bilincinin artırılması hedeflenerek, artan tüketici bilinci ile tüketicilerin daha fazla tasarruf yapması ve genel anlamda AB'nin enerji verimliliğinin artırılması hedefi öngörülmüyor.

Pakette öngörülen daha detaylı uygulamalara bakıldığında tüketicinin güvenebildiği bir enerji piyasasında daha açık faturalandırma, reklam kuralları, fiyat

doğruluğu ve fiyatları kıyaslayabilme yöntemlerinin oluşturulması öncelikli olacak. Bu etiketleme sisteminin, Baltık ülkelerinin birincil enerji tüketimi kadar enerji tasarrufu sağlaması bekleniyor (yıllık 17 milyon ton petrole eşdeğer). Aynı şekilde AB'de yenilenebilir enerji kaynaklarının toplam enerji kullanımındaki payının önümüzdeki yıllarda artması bekleniyor. Bu alanda oluşabilecek tüm riskleri göz önüne alan Komisyon, elektrik pazarının AB'de güvence altına alınması için önemli bir çalışmayı sunan Enerji Birliği Stratejisi için pazarın tüm aktörlerinin aynı amaç doğrultusunda hareket etmesi gerektiği mesajını veriyor.

Öte yandan yeni enerji etiketleme sistemi ile yeni teknolojileri içinde barındıran akıllı evler, sayaçlar, şebekeler ve depolama teknikleri gibi tüketicinin doğrudan uygulama alanına girebileceği alanlar üzerinden, enerjide verimlilik sağlanması ve bu teknolojileri kullanarak düşük fatura ödemelerinin kolaylaşması öngörülmüyor.

Avrupa Komisyonu'nun verilerine göre, yeni enerji etiketlemesi (daha açık bilgiler, su kaynağı kullanım oranı, gürültü seviyesi, verimlilik oranı vb.) AB'de bir tüketicinin yılda 15 euro tasarruf yapmasına imkân sağlayabilecek. Bu tasarruf, hane

halkı için yılda 465 euroluk ek tasarruf anlamına geliyor. Üretici ve perakendeciler için yeni sistem, yılda bütçelerine ekleyecekleri 10 milyar euroluk kazançla geri dönecek. Üye ülkeler için yeni düzenlemenin avantajları, kayıtlı veri tabanı sayesinde idari yükün azaltılması anlamına geliyor. Çevre için ise yeni düzenleme yılda 175 milyon ton petrole eş değer birincil enerji kaynağının tasarruf edilmesi anlamına geliyor.

Atık Yönetiminde Tüketici Tercihleri Önemli Olacak

Kaynakların hızla tükendiği ortamda, kaynaklar üzerindeki küresel rekabet her geçen gün artıyor. Özellikle hammadde nin karşılanması AB sanayisi için önemli bir stratejik öncelik. Uzun tartışmalara yol açan Avrupa Komisyonu'nun Döngüsel Ekonomi Paketi'nin (Circular Economy Package), kaynak verimliliği konusunda AB'nin uzun vadeli planlarından biri olacak. Paket aslında 2014 yılında askıya alınmış olmasına rağmen, paketin 2015 yılı sonunda daha güçlü hedeflerle kabul edilmesi öngörülmüyor. Paketi ile AB genelinde ürün dayanıklılığının sürdürülebilir olması ve atıkların yeniden değerlendirilip ekonomik katkısının somutlaştırılması amaçlanıyor.

Avrupa Komisyonu verilerine göre, kaynak verimliliğinin 600 milyar euro gibi yüksek oranda iş potansiyeli yaratabileceği tahmin ediliyor.

Türkiye'yi Ne Bekliyor?

Brüksel bu yılın ilk altı ayında açıkladığı gerek iç pazar, gerekse tüketiciyi ilgilendiren uzun vadeli planlarını hayata geçirme arifesindeyken, Türkiye'nin AB'nin hızla gelişen iç pazarına entegre olma yollarını araması gerekecek. Belirtildiği gibi, AB'nin özellikle dijital pazarın oluşturulması öncesinde tüketicinin güçlendirilmesi çalışmaları ön planda olacak. AB'nin müktesebat başlıklarından biri olan Tüketicinin ve Sağlıkın Korunması Başlığı kapsamında Türkiye'de kilit mevzuatlar yürürlüğe girdi ve özellikle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, tüketicinin güçlendirilmesi için önemli hususları içeriyor. Kanun, AB'nin dijital pazara yönelik direktif yorum getirmemekte ancak tüketicinin güvenlik ve sağlığı ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, tüketiciyi çevresel tehlikelerden koruyucu, aydınlatıcı ve bilinçlendirici, tüketicinin kendini koruyabilmesine yönelik hususları içeriyor. Ancak kanun ve kanun kapsamında yürürlüğe giren yönetmeliklerin AB'nin özellikle dijital pazarına entegre olma konusunda ne kadar yeterli oldukları uygulama süreçlerinde belli olacak. **B**

*İKV Tüketicinin ve Sağlıkının Korunması Uzmanı