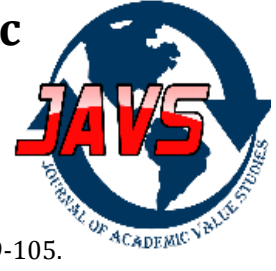


International Journal of Academic Value Studies

ISSN : 2149 - 8598
www.javstudies.com

(Yayınlanma Tarihi: 15/07/2016)

International Journal of Academic Value Studies, 2016 / 2 (5): 99-105.



Tüketicilerin Korunmasında Yerel Yönetimlerin ve Ticari İşletmelerin Durumu: Batı Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma*

Doç.Dr. Şaban ESEN¹

¹Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, sabanesen@bartin.edu.tr

Yrd.Doç.Dr. Yaşar AKÇA²

²Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, yakca@bartin.edu.tr

Öz

Ülkemizde tüketicilerin korunmasıyla ilgili çalışmaları, çok önceki tarihlere götürmek mümkün ise de bu alandaki somut çalışma 23.2.1995 tarih ve 4077 sayılı Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun ile şekillenmiştir. Bu tarihten sonra 4077 sayılı yasada yıllar içinde önemli değişiklikler yapılmaya başlanmıştır ve nihayetinde 28.11.2013 tarih ve 6502 sayılı yeni bir tüketici hakları yasası son şeklini almıştır.

Bu çalışmanın amacı, Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun'da (md.54) yer alan, fiyat etiketi uygulamasının Zonguldak ve Bartın illerinde, işletmeler tarafından uygulanıp uygulanmadığını tespit edilmeye yöneliktir.

Uygulama, 2014 yılında her iki şehirde, iki ana cadde üzerindeki perakende satış yapan işyeri üzerinde, katılımsız gözlem yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini her iki şehirde de belirlenen ana cadde güzergâhındaki tüm perakende satış yapan işyerleri oluşturmaktadır. Bu tanıma uyan işletme sayısı Bartın ilinde 180, Zonguldak ilinde ise 209 adettir. Toplam gözleme dâhil edilen işletme sayısı 389 adettir. Yapılan katılımsız gözlem çalışması sonucunda işletmelerin büyük bir kısmının satışa sundukları ürünler üzerine fiyat etiketi koymadıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte, Bartın ilindeki işletmelerin (%29,7) Zonguldak ilindeki işletmelere (%7,2) oranla daha fazla etiket uygulamasına riayet ettikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun, Yerel Yönetimler, Fiyat Etiketi, 4077 Sayılı Yasa

JEL Kodları : K23, M31, M37

The Status of Local Government and Commercial Business on the Protection of Consumers: A Study in the Western Black Sea Region

Abstract

The work on the protection of consumers in our country it is possible to lead to much earlier date. But concrete work in the area has been shaped by history and the 4077 Law on Consumer Protection 23.2.1995. After this date, significant changes have been made over the years in the 4077 law. Finally, date 11.28.2013 and numbered 6502 was adopted a new law on consumer rights.

* Bu çalışma 19-20 Mart 2016 tarihinde Ankara'da Southern University (Moskova) tarafından düzenlenen, International Management Research Congress'de bildiri olarak sunulmuştur

The purpose of this study, the Law on Protection of Consumers (md.54) is located, the price tag for the application of Zonguldak and Bartın province, is intended to determine whether applied by businesses.

Applications, which work in 2014 on retail on two main streets in both cities, was conducted with participant observation method. The study consist of all retail businesses in both cities also identified the main street route. This fits the number of enterprises in the province of Bartın 180, and 209 are in the province of Zonguldak. The number of enterprises is 389 units were included pancakes. As a result of participant observation study of business price tag on the products they offer for sale a large portion were found to place. However, businesses in Bartın (29.7%) in the province of Zonguldak businesses (7.2%) than were found to adhere to the further application of labels.

Keywords: Law On The Protection Of Consumers, Local Authorities, Price Tag, Law No: 4077

JEL Classification: K23, M31, M37

1. GİRİŞ

Anayasa'nın 172. maddesi devlete, tüketicileri koruyucu tedbirleri alma görevi verilmiştir (Erdinç, 2011:3). Dolayısıyla tüketicinin korunması kavramı, gücünü anayasadan almaktadır. 1995 yılında yürürlüğe giren 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Kanun ile ilk kez tüketici hakları özel yasayla koruma altına alınmış bulunmaktadır. Tüketicinin korunması ile ilgili düzenlemeler sadece tüketiciyi değil, belli standartta ve kalitede mal ve hizmet üretimini sağladığı için, aynı zamanda üreticileri ve ülke ekonomisini de etkilemektedir. 1995 yılında yürürlüğe giren kanunda, 2003 yılında birtakım değişiklikler yapılmış ve tüketiciye yeni haklar sağlanmıştır. Ancak sürekli değişen ve gelişen ticaret anlayışıyla birlikte firmaların satış teknikleri de değişikliklere uğramıştır. Ortaya çıkan bu değişiklikler ile birlikte, tüketici haklarının kapsamının genişletilmesine ihtiyaç duyulmuştur. Buradan hareketle tüm hane halklarını yakından ilgilendiren 4077 sayılı tüketici kanunu, günün ihtiyaçları ve gereklilikleri doğrultusunda revize edilmiştir. Kapsamlı yeniliklerle birlikte 6502 sayılı tüketicinin korunması hakkında kanun 28.11.2013 tarihli ve 28835 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanarak ticari hayatta yerini almıştır (Moray, 2013:1).

2. TÜKETİCİLERİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN

Tüketicinin Korunması Kanun kapsamındaki konular aşağıda özetlenmiştir. Bunlar; "Genel Esaslara Aykırılık, Satıştan Kaçınma, Sipariş Edilmeyen Mal/Hizmetin Gönderilmesi, Taksitle Satışta Cayma Hakkı Konusunda Bilgilendirme Yapılmaması, Temerrüt Halinin İhlali, Taksitle Satış Sözleşmelerinde Vadesinden Önce Ödemede Gerekli İndirimlerin Yapılmaması, Sözleşme Öncesi Bilgilendirme Yapılmaması, Sözleşmede Değişiklik Yapılması ve Tüketicinin Bilgilendirilmemesi, Tüketici Kredisi ve Konut Finansmanı Sözleşmelerinde Bağlı Kredi Hükümlerine Uyulmaması, Mesafeli Sözleşme Hükümlerine Aykırı Davranılması, Paket Tur ve Abonelik Sözleşmeleri Hükümlerine Uyulmaması, Fiyat Etiketinin Olmaması, İhtiyari Garanti Taahhüt Hükümlerinin İhlali" konuları kapsamaktadır.

Kanunun 3 üncü maddesinde ise tanımlara verilmektedir. Çalışmayla ilgili olan bazı tanımlar şu şekildedir.

Mal: Alışverişe konu olan; taşınır eşya, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallar ile elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri her türlü gayri maddi malları,

Satıcı: Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi,

Tüketici: Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi,

Üretici: Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere tüketiciye sunulmuş olan mal ya da bu malların hammaddelerini yahut ara mallarını üretenler ile mal üzerine markasını, unvanını

veya herhangi bir ayırt edici işareti koyarak kendisini üretici olarak gösteren gerçek veya tüzel kişiyi,

Tüketici, üretilen herhangi bir mal veya hizmetten bir fayda sağlamak için kullanıp yok eden kimse olarak tarif edilmektedir. Günümüzde tüketicinin, ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayabilmek için üretilen mal ve hizmetleri satın alıp kullanan veya bunlardan yararlanan, bunları kullanan ve hiçbir ticari değişime tabi tutmayan kişi, kurum ve aile tanımlaması mümkündür. Tüketilen tüm ürün veya hizmetler tüketim olgusunun 'konusunu'; bunların tüketim amacı ile doğrudan veya dolaylı olarak kullanma veya yararlanma tüketim olgusunun 'amacını' ve son olarak tüketicinin hem gerçek hem de tüzel kişi olabilmesi ise tüketim olgusunun 'kişi' unsurudur (Kapağan, 2004:12).

Tüketicinin korunması, toplumun giderek daha fazla tüketim toplumu olmasının bir sonucu olarak, hukuk politikasının en önemli konularından birisini oluşturmaktadır. Özellikle son yıllarda, ekonomik gelişmenin bir sonucu olan tüketim toplumunda, kişilerin gereksiz ölçüde mal tüketmeye itildiği, çeşitli sebeplerle satın aldıkları mal ve hizmetlerin niteliklerini tam olarak araştırmaya ve değerlendirmeye imkân bulamadıkları ve böylece hızla dönen bir tüketim çarkının içine düştükleri görülmüştür (Gündüz vd. 2012:45).

Tüketici hakları ve tüketicilerin korunmasına yönelik faaliyetlerin etkinliği ve yayılma hızı artan iletişim imkânları ile daha da artmış ve tüketici bilinçlenmesinde görünür bir değişimin yaşanmıştır. Tüketici hakları ve tüketicinin korunmasına yönelik faaliyetler batı ülkelerinde oldukça ileri boyutlardadır. Türkiye'de ise bu konudaki girişimlerin son yıllarda ciddi bir ilerleme içinde olduğu gözlenmektedir (Altunışık vd., 2004:475).

2.1. Satışa Arz Edilen Ürünlere Etiket Koyma Zorunluluğu

Kanunda etiket zorunluluğuyla ilgili husus 54 üncü maddede düzenlenmiştir. Buna göre;

(1) Perakende satışa arz edilen malların veya ambalajlarının yahut kaplarının üzerine kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde tüketicinin ödeyeceği tüm vergiler dâhil satış fiyatı ve birim fiyatını gösteren, üretim yeri ve ayırıcı özelliklerini içeren etiket konulması; etiket konulması mümkün olmayan hâllerde aynı bilgileri kapsayan listelerin görülebilecek şekilde uygun yerlere asılması zorunludur. Hizmetlerin tarife ve fiyatlarını gösteren listeler de bu madde hükmüne göre düzenlenerek asılır.

(2) Etiket, tarife ve fiyat listelerinde belirtilen fiyat ile kasa fiyatı arasında fark olması durumunda tüketici lehine olan fiyat uygulanır.

(3) İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetlerin indirimli satış fiyatı, indirimden önceki fiyatı, tarife ve fiyat listeleri ile etiketlerinde gösterilir. İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetlerin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı satıcı veya sağlayıcıya aittir.

(4) Bakanlık, belediyeler ve ilgili odalar, bu madde hükümlerinin uygulanması ve izlenmesine ilişkin işleri yürütmekle görevlidirler.

(5) Etiket, tarife ve fiyat listeleri, indirimli satışlara ilişkin süre ile diğer uygulama usul ve esasları yönetmelikle belirlenir.

Aykırı hareket edenler hakkında aykırılığı tespit edilen her bir işlem veya sözleşme için 200,00TL idari para cezası uygulanır (Moray, 2013:1).

Tüketicilerin korunmasına yönelik olarak, iki ayrı bakanlık bünyesinde iki ayrı genel müdürlük seviyesindeki yapılanma bu konudaki işleyiş birliğinin sağlanamamasının bir yansıması olarak kabul edilebilir. Buna göre; Gümrük ve Ticaret Bakanlığı uhdesinde, Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü ile Bilim, Sanayi ve Teknoloji

Bakanlığı uhdesinde, Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü yapılanmaları söz konusudur.

3. YEREL YÖNETİMLER

Yerel yönetimler, belirli bir coğrafi alanda yaşayan yerel topluluğun ortak ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan, karar organları yerel halkça seçilen, görev ve yetkileri yasalarla belirlenen, özel gelirleri ve bütçesi olan ve kendine özgü örgüt yapısı ve personeli bulunan kamu tüzel kişileri olarak tanımlanabilir (Urhan, 2008:101).

Varlık nedenleri, halkın güven ve desteğini sağlayarak, katılımcı, demokratik, halkın dilek, istek ve önerilerine dayalı hizmet sunmaktır (Nadaroğlu, 1986).

Yerel yönetim, kendi kendini yöneten topluluk olarak nitelendirilebilir. Diğer bir ifade ile, belirli bir alanda yaşayan topluluğun, yerel nitelikli ortak ihtiyaçlarını görmesidir (Bozdoğan, 2001:3). Yerel yönetimler, kamu yönetiminin vatandaşa en yakın birimleridir. Dolayısıyla, kamu yönetiminin bir ögesi olma kapsamında, yukarıda sözü edilen yeni değerlerin etkisini net bir şekilde gözlemleyebileceğimiz alanlardan sayılabilirler. Tam ve kapsayıcı bir tanım vermek oldukça güç olsa da kamu yönetimini, "kamu siyasetlerinin yürütülebilmesi için gerekli bireysel ve kümesel çabaların uyumlaştırılması" olarak görebiliriz. 1982 anayasasının 127. Maddesine göre Türkiye'de yerel yönetimlerin üç temel amacı vardır (Ergun, 1997:4). Bunlar;

- ✓ İnsanların temel haklarının kullanılmasına imkân verilmesi,
- ✓ Üretim ve tüketimde etkinlik ve
- ✓ Demokrasidir.

Belediye, bir beldenin yerel nitelikli ortak ve medeni ihtiyaçlarını düzenlemek ve karşılamak üzere hizmet veren kamu tüzel kişisidir (Günday ve Yıldırım, 2003:202).

Ayrıca belediye, 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 3. Madde, a fıkrasında, " Belde sakinlerinin mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idarî ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi" şeklinde tanımlanmaktadır.

3.1. Belediyenin Görev ve Sorumlulukları

Belediye kanununun 14. Maddesinde belediyenin başlıca görevleri sayılmaktadır. Buna göre belediye;

İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor; sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır. Büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyeler, kadınlar ve çocuklar için konukevleri açmak zorundadır. Diğer belediyeler de mali durumları ve hizmet önceliklerini değerlendirerek kadınlar ve çocuklar için konukevleri açabilirler. Devlete ait her derecedeki okul binalarının inşaatı ile bakım ve onarımını yapabilir veya yaptırabilir, her türlü araç, gereç ve malzeme ihtiyaçlarını karşılayabilir; sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilir ve işletebilir; mabetlerin yapımı, bakımı, onarımını yapabilir; kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir; bu amaçla bakım ve onarımını yapabilir, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa edebilir, şeklinde belediyenin görev ve sorumlulukları devam etmektedir. Bu görev tanımları içinde, ticari hayatın işleyişi veya tüketicilerin korunmasına yönelik bir düzenleme göze çarpmamaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE BULGULAR

4.1. Yöntem

İşletmeler için yasal bir zorunluluk olan, etiket uygulamasının işletmeler tarafından uygulanıp uygulanmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, veri elde etmede gözlem yöntemlerinden biri olan "katılımsız gözlem" yönteminden yararlanılmıştır.

Birincil kaynaklardan veri elde etmede nitel araştırma türlerinden biri olan gözlem yöntemi; herhangi bir ortamda ya da kurumda oluşan davranışı ayrıntılı olarak tanımlamak amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2011:169). Gözlem uygulanış biçimine göre katılımlı ve katılımsız olmak üzere iki değişik biçimde uygulanabilir (İslamoğlu, 2009:105). Katılımsız gözlemden, gözlemcinin gözlemlendiği duruma hiçbir şekilde katılımı söz konusu değildir. Katılımlı gözlemden ise gözlemci olayların içinde yer alabilir. Bu çalışmada katılımsız gözlem tekniği uygulanmıştır.

Gözlem formunda işletmelerin buldukları cadde ve işletme türü ile etiket uygulamalarıyla ilgili üç olasılık (etiket mevcut, etiket mevcut değil ve etiket kısmen mevcut) yer almaktadır. Bu amaçla geliştirilen gözlem formu Bartın ve Zonguldak ilindeki en işlek caddeler olarak kabul edilen cadde(ler) üzerindeki (Fotoğraf 1 ve Fotoğraf 2) tüm işletmeler gözlemlenerek gerçekleştirilmiştir. Fotoğraflar üzerindeki sarı çizgiler gözlemin yapıldığı cadde güzergâhlarını göstermektedir.

Fotoğraf 1- Bartın: Gözlemin Yapıldığı Caddeler (Cumhuriyet, Hükümet, Şadırvan ve 155. Caddeler)



Fotoğraf 2- Zonguldak: Gözlemin Yapıldığı Caddeler (Bülent Ecevit, Gazi Paşa Caddesi ile Emral Çarşısı)



4.2. Bulgular

Çalışmada elde edilen bilgiler aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 1: Gözleme Dâhil Edilen İşletmelerin İllere Göre Dağılımı

İl	İşletme Sayısı	Oran(%)
Bartın	180	46,3
Zonguldak	209	53,7
Toplam	389	100

Bartın ve Zonguldak illerinde gözleme dahil edilen işletme sayısı 389 adettir. Bu işletmelerin 180 tanesi (%46,3) Bartın ilinde, 209 tanesi (%53,3) ise Zonguldak ilindedir.

Tablo 2: Etiket Uygulamasıyla İlgili Dağılım

Etiket Durumu	Adet	Geçerli Yüzde
Etiket yok	159	41,8
Kısmen var	155	40,8
Etiket mevcut	66	17,4
Toplam	380	100

Çalışmaya konu olan 389 gözlemde 9 âdeti eksik bilgi nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Kalan 380 işletmenin %17,4 ünde etiket uygulamasına tamamen riayet edildiği, %40,8 inde ise kısmen etiket uygulamasının mevcut olduğu, %41,8 inde ise etiket uygulamasına riayet edilmediği gözlemlenmiştir.

Tablo 3: İşletme Türlerinin Dağılımı

İşletme Türü	İşletme Sayısı	Oran(%)
Giyim	140	36,0
Elektronik ve Beyaz Eşya	82	21,1
Gıda	80	20,6
Kırtasiye Benzeri	15	3,9
Diğer	63	18,4
Toplam	380	100

Gözleme dâhil edilen işletme türlerine bakıldığında; %36 sının giyim, %21,1 inin elektronik ve beyaz eşya, %20,6 sının gıda, %2,6 sının kırtasiye ve benzeri ile %18'inin de diğer sektörlerde faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Tablo 4 İller Bazında Etiket Uygulaması

İLLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRME	Etiket Uygulamaları		Bartın	Zonguldak	Toplam
	Etiket yok	Sayı		34	125
Oran (%)			19,8	60,1	41,8
Kısmen Mevcut	Sayı		87	68	155
	Oran (%)		50,6	32,7	40,8
Etiket var	Sayı		51	15	66
	Oran (%)		29,7	7,2	17,4
Toplam	Sayı		172	208	380
	Oran (%)		45,3	54,7	100,0

İller bazında etiket uygulamasına bakıldığında ise, Bartın ilindeki işletmelerin %29,7 oranında, Zonguldak ilindeki işletmelerin ise %7,2 oranında etiket uygulamasına riayet ettikleri görülmektedir.

Bu veriler çalışmanın giriş kısmında da dile getirilen, kabul edilen yasalar çağın gereklerine uygun olarak düzenlense bile uygulama noktasında gerekli kontrollerin yapılmaması halinde nasıl bir durum ile karşılaşılacağına açık bir sonucunu vermektedir.

5. SONUÇ

Bartın ve Zonguldak illerinde yapılan katılımsız gözleme dayalı çalışma sonucunda, tüketicilerin korunması hakkındaki kanuna göre yasal bir zorunluluk olan etiket uygulamasının işletmeler tarafından keyfiyete dayalı bir şekilde yerine getirildiği belirlenmiştir. Etiket uygulamasında denetim görevini yerine getirmesi gereken belediyelerin ise, bu konuda etkin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bartın ilinde gözlemlenen etiket uygulamasının %29,7 ile (172 işletmeden 51 işletmede etiket mevcut), %7,2 Zonguldak ili uygulamasından anlamlı şekilde farklı olduğu (208 işletmeden 15 işletmede etiket mevcut) tespit edilmiştir.

Etiket uygulamasına riayet edilmemesinin nedenleri olarak, işletmelerin bu husustaki yasal zorunluluğu bilmiyor olması, bir diğer nedeni olarak ise, yasanın uygulamasından sorumlu olan belediyelerin böyle bir vazifesinin olduğundan haberdar olmaması veya bu görevin gereğini yerine getirmemesi olarak açıklanabilir. Bu sonuç sadece bir tahminden ibarettir, çünkü işletmelerin neden etiket zorunluluğuna riayet etmedikleri bu çalışmanın amaçlarından birisi değildir. Aynı şekilde yerel yöntemlerin, etiket uygulamasıyla ilgili olarak bir çalışmasının/kontrolünün olup olmadığı da bilinmemektedir. Ancak mevcut sonuçtan yola çıkarak yerel yönetimlerin de bu konuda bir çalışmalarının olmadığı kanaati ağır basmaktadır.

KAYNAKÇA

Altunışık, R., Mert, K. ve Nart, S. (2004). "Türkiye'de Tüketici Koruma Faaliyetleri: Tüketici Algılarına Yönelik Bir Saha Çalışması", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 475-484, Eskişehir.

Bozlağan, R. (2001). Belediyelerde Örgüt Geliştirme (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği),Yayımlanmış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, SBE, İstanbul.

Erdinç, T. (2011). "Tüketicinin Korunmasına İlişkin Haklarla İlgili Anayasal Ve Yasal Düzenlemelerin Nitelikleri Ve Anayasada Almaları Gereken Yerler", Akademik Bakış Dergisi, Sayı: 25 :1-14.

Gündüz, A. Y., Kaya, M. Aydemir, C. (2011) "Ahilik Teşkilatında ve Günümüzde Tüketicilerin Korunmasına Yönelik Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme", Afyon Kocatepe üniversitesi, İİBF Dergisi, XIV(II):37-53.

Halil N. (1986). Mahalli İdareler, 3.Bası, Beta Basın Yayın, İstanbul.

İslamoğlu, A.H. (2009). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Beta Yayınları, İstanbul.

Metin G. ve Turan Y. (2003). İdare Hukuku, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Moray, S. (2013). "6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Yer Alan Cezai Sorumluluk Hükümleri Ve Yaptırımları", İSMMMÖ, Mali Çözüm, Kasım-Aralık:133-156.

Yıldırım, A., H. Şimşek. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık, 8. Baskı, Ankara.

Urhan, V. F. (2008). "Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Yeniden Yapılandırılması", Sayıştay Dergisi, Sayı: 70:84-102.

1982 Türkiye Cumhuriyeti Anayasası

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

5393 Sayılı Belediye Kanunu

6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun