

KALİTE VE TÜKETİCİ HAKLARI : TÜRKİYE'DEN BAZI ÖRNEKLER

Erdener KAYNAK *

GİRİŞ :

Hem gelişen ve hem de gelişmiş ekonomik sistemler içinde hızlı teknolojik gelişmelerin örgütlediği sanayici ve tüccar kuruluşlarına koşut olarak tüketicilerin de çıkarlarını koruyabilmek için örgütlenmeleri gözlemlenmektedir. Ülkemizde üreticiler ve aracı kurumlar mevcut olanaklardan yararlanmak için çok iyi bir biçimde örgütlenmişlerdir. Genellikle belirli bir üretici grubu ile ilgili yasa çıkmadan önce üreticiler yaptıkları baskılarla yasal düzenlemeleri kendi çıkarları doğrultusunda etkilemeyi başarabilmektedirler. Öte yandan aracı kurumlar ise çağdaş pazarlama örgüt ve yöntemlerini geliştirmeye başlayıp kendi çıkarlarını en iyi şekilde korumaktadırlar. Türkiye'de şimdiye dek, devlet tüketiciyi arzu edilen biçimde koruyamamış ve ayrıca tüketiciler bağımsız bir örgüt altında da istenen biçimde birleşememişlerdir.¹

Politik ve ekonomik sistem ne olursa olsun ticaretin var olduğu her yerde tüketici sorunu ve korunması söz konusudur. Kanımızca, az gelişmiş bir pazar ekonomisine sahip Türkiye'de tüketicilerin korunmasına yönelik örgütlerin çalışmaları gelişmiş batı ekonomilerine kıyasla daha fazla önem kazanmaktadır. Bizi bu yargıya götüren asıl neden, Türkiye'de tüketicinin güçsüz olmasıdır. Tüketici güçsüzlüğü ise; a) Gelir düşüklüğü, b) Gelir dağılımının bozukluğu, c) Bağımsız tüketici örgütlerinin olmayışı, d) Tüketiciler üzerinde yanıltıcı reklâm ve bilgileri etki yapmasıyla açıklanabilir.²

Tüketicilerin korunması akımı ilk önce batının endüstrileşmiş ülkelerinde, özellikle A. B. D.'de endüstri devriminden sonra ortaya çıkmıştır. Tüketicilerin korunması akımının ilk önce 1880'de başlamasına karşın, tüketicileri koruyucu nitelikte A. B. D.'de kurulan bir örgüt özel teşebbüs tarafından faaliyete geçirilen İyi İş Büroları (Better Business Bureau) olmuş ve ilk önce 1912 yılında faaliyete geçmişlerdir.³ İyi iş bürolarının tüketici yararlarını korumaya çalışmalarına karşın üretici firmalarca kurulup faaliyete geçirilmiş olmaları nedeni ile gerçek anlamda tüketici olarak kabul edilmezler. Bu nedenle 1939'larda tüketiciler yeniden örgütlenme gereksinmesi duyarak tüketiciler aydınlatmayı, bilgilendirmeyi amaçlayan

* Assoc. Prof. Dr. Erdener KAYNAK, Mount Saint Vincent Üniversitesi, İş İdaresi ve Kamu İlişkileri Bölümleri Başkanı, HALIFAX, Nova Scotia, KANADA.

tüketici birikimlerini kurmuşlardır.⁴ Tüketicileri koruma akımının doğurduğu en önemli ve etkili örgüt bu tüketici birliği olmuştur. Tüketicilerin korunması akımı genel olarak aldatıcı reklâm, yükselen fiyatlar, çevre kirlenmesi gibi tüketicilerin doğrudan ilgliendiren edimlere koşturularak doğmuş ve gelişmiştir.

Pazar yerindeki rolü üzerinde başlıca iki karşıt görüş bulunmaktadır.⁴ Bu görüşlerden birincisi «Tüketici Kraldır» der ve dolayısıyla üreticilerin başarı ya da başarısızlığını belirleyen ögenin tüketicinin kararı olduğunu kabullenir. Bütün bu süreç içinde tüketici karar verici rol oynar. Bu nedenle anılan anlayışa «Tüketici egemenliği» denilmektedir. Tümüyle karşıt bir yaklaşım ise tüketicinin genel ekonomik sistem içinde bir piyon olduğunu savunan görüşdür. Dolayısıyla tüketici anılan süreç içinde karar verici bir rol oynayamamakta fakat ekonomik sistem içinde alınan kararlardan doğrudan etkilenmektedir.

Bu ikinci görüş tüketici hareketinin doğmasına neden olmuştur. Ülke-mizde de tüketicilerin tatminsizliklerinin, şikâyetlerinin süregelmesi ve fiyatların geometrik biçimde artması ve genel ekonomik sistem içinde tüketicilerin bir piyon olduğunu savunan ikinci görüşün Türkiye'de de geçerli olduğunu ortaya koymaktadır.

Günümüzün pazar düzeni içinde tüketici kitleler, kendilerine sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesini ve gereksinimlerini tatmin derecesini doğru olarak değerlendirmek olanaklarına her zaman sahip değildirler. Tüketicilerin satın almak istedikleri ürünlerin açıkça görünmeyen niteliklerini saptaması olanaksızdır. Çünkü, ürünün satıldığı yerde, onun fiziksel veya kimyasal niteliklerini ve kullanım özelliklerini analiz etmenin olanak dışı olduğu açıktır. Bu tip bir analiz hem teknik bilgi ve âlet hem de finansal bir külfeti zorunlu kılacaktır. Örneğin, satın alınan bir kumaşın gramajı, çekme, buruşma, solma, aşınma özellikleri, atkı ve çözümlü sayısı nasıl saptanacaktır? Aynı zamanda ürünlerin bazı özelliklerinin ölçülmesi için zaman alan deneylerin yapılması da zorunlu olabilir. Tüm bu tip çalışmalar örgütlenememiş bireysel tüketicilerin olanakları dışında kalmaktadır. Bu nedenle tüketicilerin ürünlerin kalite ve nitelikleri ile ilgili bilgileri bu konu ile ilgili ihtisaslaşmış bağımsız tüketici örgütlerinden elde etmesi en gerçekçi yöntem olmaktadır. Tüketici kitleleri aydınlatacak bilgilerin derlenmesi, araştırma ve analiz gibi lâboratuvar çalışmalarını gerektirecektir. Kalite standartlarının saptanması da bu tip çalışmaların içinde yer almaktadır. Böylece pazar gereksinimlerine uygun, kalitesi edici ürünler tüketicilere sunulurken pazardaki ürünlerin nitelikleri de denetlenmiş olacaktır.⁵

Tüketicinin korunmasında kalite denetimini açıklamaya başlamadan önce kalite denetiminin amaçları ve uygulama biçimlerinin ne olduğunu açıklamak gerekmektedir. Çünkü kalite denetimi, amaca ve kullanım maksadına göre farklı biçimlerde anlaşılabilir.

Üretici firmalar açısından kalite denetimi, ürünlerin, işletme tarafından istenilen nitelikte olmasının sağlanması için yapılan denetim olmaktadır. Bazı sanayiciler için kalite denetimi, maliyetleri yükseltmeden kaliteli ürün üretebilmek amacı ile üretim tekniklerinin geliştirilmesini ifade etmektedir. Tüccarlar açısından kalite denetimi, kendilerine teslim edilen

ürün ile, sipariş ettikleri ürünün aynı kalitede olup olmadığının saptanmasıdır.

Burada amaç, ürün kalitesinde, yükseklik değil siparişe uygunluk aranmasıdır. Gerek üreticiyi, gerekse tüccarı ilgilendiren diğer bir kalite denetimi şekli, ürün kalitesinin pazar talebine uygunluğunun sağlanmasıdır. Tüketicilerin gereksinmelerine ve ödeyebilecekleri fiyata uygun kalitelere ürün arz etmek için, ürün çeşitlendirmesi ve çeşitler arasındaki kalite farklarını denetim altında tutmak gerekir. Devletin, yasa veya özel denetim kurumlarının, pazara sunulmak amacı ile üretilen ürünlerin kalitesini önceden saptanmış ve ilan edilmiş bazı kalite ölçütlerine uygun olup olmadığının denetimi de kalite kontrolü anlamına gelebilir. Burada amaç, tüketicilere belirli niteliklerin altında ürün satılmasına engel olmak ve asgari düzeyde bir kalite sağlamak olmaktadır. Tüketici kitleler için kalite denetimi çok büyük önem taşımaktadır. Tüketiciler kendilerine belirli özellikleriyle tanıtılan ve satın alması istenen ürünlerin, gerçekten bildirilen kalitede ürün olup olmadığının saptanmasıdır. Kalite denetimi, tüketici açısından başka bir şekilde de tanımlanabilir. Buna göre, tüketiciye sunulan aynı cins ürünler arasında kalite ayrımının yapılması da kalite denetimi anlamına gelir. Örneğin, tüketiciler hangi kumaşın daha az solacağına veya yıkanınca çekeceğini bilmek isterler ve bu özelliklerin kendilerine satın almadan önce bildirilmesini veya aydınlatıcı bilgiler verilmesini arzu ederler.⁶

KALİTE DENETİMİ VE TÜKETİCİ :

Kalite denetimi genel olarak belirli bir kalite düzeyinin sağlanması veya kaliteler arasında ayırım yapılabilmesinin teminidir. Kalite denetimi yardımı ile aynı zamanda belirli ürünlerin özellikleri konusunda tüketiciler uyarılabilir. Üreticilerin yaptıkları kalite denetimi, genel olarak üretim aşamalarında yapılır. Üreticiler tarafından belirli bazı yöntemler kullanılarak yapılan kalite denetimlerinden geçen son şeklini almış ürünün üzerinde bir denetim etiketi veya damgası bulunur. Bu ürünü alan tüketicinin şikâyeti halinde bu etiket veya damgadaki denetim işaretinden durumun gözden geçirilmesi olanaklı hale gelir.

Tüketicilerin gereksinim ve tercihine uygun ürünü üretebilmek amacıyla sanayici veya bazı hallerde tüccar tarafından pazar etüdüleri yapılmaktadır. Bu etüdüler, tüketicilerin istedikleri ürünlerin içeriği, muhafazası, ambalajı veya hizmet gereksinimi konusunda bilgi toplamak için yapılır ve ürünün kalitesi elde edilen sonuçlara uyacak şekilde saptanır ve üretim gerçekleştirilir. Bu amaçla yapılacak pazar etüdüleri, bu konudaki uzmanlar tarafından gözlem, anket veya çeşitli nitelik ve kalitede örneklerin tüketici grupları tarafından denenmesi gibi şekillerde uygulanmaktadır. İlke olarak bu tip etüdüler pazara sunulacak ürün kalitesinin saptanmasına yönelik olup, etüdü yapan ve yaptırılanlar tarafından gizli tutulur.

Bağımsız tüketici örgütleri tarafından batı ülkelerinde mukayeseli testler şeklinde kalite denetimleri yapılmaktadır. Bu sistemde, aynı cins üründen çeşitli markaların örnekleri pazardan alınır veya tüketici örgütünün kendi laboratuvarlarında veya üniversite gibi bağımsız kurumların laboratuvarlarında çeşitli testlere tabi tutularak sonuçlar halka açıklanır.

Belirli verilere, ölçülere ve standartlara göre yapılan deneylerin sonuçlarına göre tüketicilere ürünün özellikleri hakkında yayın yolu ile bilgi verilmektedir. Bu bilgi aracılığı ile tüketiciler, pazarda bulunan ürünler arasından gereksinmelerine ve finansal güçlerine en uygun olan ürünleri seçme olanağına sahip olmaktadırlar.⁷

TÜKETİCİ İSTEMLERİNE UYGUN KALİTELİ ÜRÜN GELİŞTİRME :

Kalite bilincinin ülke düzeyinde ve özellikle üretici firmalar arasında yaygınlaşması gerekmektedir. Ülkemizde, üretici firmaların kaliteye ilişkin uygulamalarında ve davranışlarında büyük değişiklikler yaratacak bir kalite devrimi öngörülmektedir. Önerilen bu değişimin amaçlarından en önemlilerini, kalite bilinci ile daha iyi kalitede ürün ve hizmet üretimi oluşturmaktadır. Bu arada, özellikle, üreticilerin kaliteyi tedarik ettikleri her şeyin bütünselik bir parçası haline getirmeleri gereklidir.⁸

Kalite geliştiriminin ülke düzeyinde başarılması için öngörülen amaçlar, gerek devletin gerekse halkın etkili ve güçlü girişimlerini gerektirir. Türkiye'nin günümüz koşulları altında bireysel tüketicilerin kalite geliştirmede önemli bir hizmette bulunamayacağı açıktır. Bu nedenle, sorunu devlet ele alıp yönlendirmelidir. Burada devletin kurulmuş ve kurulacak olan «bağımsız tüketici örgütlerine» yardım elin uzatması beklenmelidir. Aynı zamanda yaptıkları satın almalar iç pazarda büyük miktarlara varan devletin, tüketicilerin örgütlenmesine yardımcı bulunması ve kaliteye ilişkin mesleki hizmetlerin sağlanmasını hızlandırması kendiliğinden söz konusu olacaktır. Devlet, tüketicileri koruma, ölçümler, standartlar ile ihracat denetimini içeren yasama önlemlerinin yanı sıra yol gösterici nitelikte ekonomik koşullar yaratacak idari ve yasal önlemlerle, kalite geliştirme girişimlerinde bulunabilir. Ancak bu yaklaşımlarla ilgili olarak devletten beklenen çoğu kez, bazı ek yasaların düzenlenmesi yerine, varolanların günün koşullarına uygun şekilde değiştirilerek uygulanması olmaktadır.⁹ Burada şu noktayı belirtmekte yarar olduğu kanısındayım. Devletin girişimi olmaksızın ya da yardımı olmadan, üreticilerin yüksek kalite standartlarına erişebilmeleri gerçekten çok güçtür. Devlet ile üreticiler arasındaki uygun eşgüdümlemenin gerçekleştirilmesi için kalite denetiminin işletmelerde düzgün bir biçimde uygulanmasını olanaklı kılmak amacıyla yeterli bir mesleki alt yapının yaratılmasına girişilmelidir. Endüstrinin gelişmiş kalite denetim sistemlerinden yararlanma gereğini benimsememesine dayanan bu alt yapının oluşturulması için devletin Türk kalite kontrol birliğinin kurulmasını özendirilmesi, bu birliğin çalışma alanlarını ve çalışmanın yürütülme yollarını saptaması gerektiği önerilmektedir.¹⁰ Kurulacak Türk Kalite Kontrol Birliğinin kurulmasından sonra tüketici örgütleri ile işbirliği halinde çalışarak teknolojik bir temelde oluşturulacak inceleme ekiplerinin ortaya koyacakları bulgulara göre çalışmalarını yönlendirilmesi düşünülebilir.

TÜKETİCİLERİN ÖRGÜTLENDİRİLMESİ :

Pazarda örgütlenmemiş, pazar koşulları hakkında en az bilgiye sahip, hareket yeteneği sınırlı, dolayısıyla en zayıf grup olan tüketicilerin ülkemizde korunması gerekmektedir. Genellikle, bireysel tüketici için üreticiler üzerinde etki yaratması güçtür. Bu durumun doğal sonucu olarak, tüketiciler durumlarını güçlendirmek ve pazarlık güçlerini arttırabilmek amacı ile birçok ülkede tüketici örgütleri kurmuşlardır. Ülkemizde de bu

tipten kurulmuş olan tüketici örgütleri tüketicilerin çıkarlarını korumada önemli ölçüde çaba harcamaktadırlar.¹¹

Pazarda bulunan çok fazla sayıda ürünle rekabet etmek üzere, pazara çok çeşitli ve fazla sayıda ürün akmaktadır. Pazarda tüketiciler tarafından bilinmeyen özellikleri ve bileşimleri hakkında fazla bilgi bulunmayan yeni ve çok sayıda ürün türemiştir. Bütün bu durumlar, tüketicilerin şaşırtılması ve tüketicilerin bilgi verici donelere olan gereksinimlerinin artması ile sonuçlanmaktadır. Bağımsız tüketici örgütlerinin ana amacı tüketici kitlelerin ürünün özellikleri ve kalitesi ile ilgili olarak gereksinim duydukları bilgileri toplayıp süzgeçten geçirdikten sonra tüketicilere sunmaktır. Günümüzde hem tüketim hem de endüstri ürünlerinin fiyatları hızla artmaktadır. Fiyatların hızla artmasına karşın, ürünlerin kalitesi de erezyona uğramakta ve ülkemizde bu konuda henüz etkili ve başarılı bir denetim yapılmamaktadır. Artan fiyatlar genel düzeyi ile kalite düşüklüğünün birçok nedenleri olmasına karşın, bilenen tek şey gelirleri fiyatlardaki artışları izleyemeyen veya geriden izleyen sabit gelirli büyük tüketici kitleleri bu olgudan zarar görmektedirler. Bir yandan, televizyon ve radyo ve gazetelerde yapılan reklamlarla birbirinden farklı veya benzer kalitedeki ürünler tüketici kitlelere sunulmakta ve bu tüketici kitleler tüketime özendirilmekte; öte yandan, tüketime özendirilen bu kitlelerin gelirleri artan fiyatları izleyemez duruma düşmektedirler. Düşük gelir grubundaki tüketicileri ürün satın almaya kamçılayabilmek için kredili satış-tekniki uygulanmaktadır. Sermaye birikiminin yoğun ve finansman kurumlarının çok geliştiği batı ülkelerinde tüketici kredilerinden çok olumlu sonuçlar alınmıştır. Tüketici kredileri sorunu daha çok sermaye birikiminin oluşmadığı ve finansman zorlukları çeken Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için söz konusu olmaktadır. Bu tür ülkelerde tüketici kredileri gelişmemiştir ve halihazırdaki yapısı gereği tatmin edici olmaktan çok uzaktır. Özellikle tüketiciler aldıkları ürünün peşin fiyatı ile kredili fiyatı hakkında ve kalitesi konusunda bilgi sahibi olamamakta, her ne pahasına olursa olsun o ürüne sahip olmayı arzuladıklarından satınalmakta ve dolayısıyla zarara uğramaktadırlar.

Tüketicilerin korunması akımı; yukarıda değindiğimiz aldatıcı reklam, yükselen fiyatlar, tüketici kredileri ve ürün kalitesi gibi konular üzerine eğilmiş ve yine bunlara benzer ve tüketicilerin korunması ve onların aydınlatılmasını amaçlayan faiz haddi, garanti, kefalet, sigorta, doktor seçimi ve ilaç konularında tüketicilere bilgi vermeyi üzerine almıştır.

Ülkemizde daha önce de sözünü ettiğimiz gibi üreticiler mevcut olanaklardan yararlanmak için iyi bir biçimde örgütlenmişlerdir. Aracı kurumlar ise çağdaş pazarlama örgüt ve yöntemlerini geliştirmeye başlamışlardır. Şimdiye dek, devle tüketiciyi arzu edilen biçimde koruyamamış ve ayrıca tüketiciler bir örgüt altında da birleşmemişlerdir. Her gün pazara sürülen yeni ürün sayısında önemli artışlar olmaktadır. Kalitesi yüksek olmayan ve çoğu durumlarda kalite normlarına da uymayan ürünler için büyük boyutlara varabilen reklam harcamaları yapılmakta, yapılan bu reklamlar bilgi verici ve eğitici olmaktan çok ikna edici ve yanıltıcı niteliktedirler. Tüketim ürünleri endüstrisinde yapılan yatırımların kârlılığının yüksek olması ürünlerin oransal olarak bollaşmasına neden olmak-

ta, satışlarda bir tıkanma olduğu zaman reklam ve kredili satışlara baş vurulmaktadır.

Bu yöntemlerle tüketici kitlelerde bir tüketim histerisi yaratılmakta ve ulusal kaynaklar boşa harcanmaktadır. Ülkemizde okur-yazar oranının düşük düzeyde olması da tüketicinin kıyaslamaları yapamamasına ve reklam yolu ile aldatılmasına neden olmaktadır. Yanıltıcı reklamlara karşı ülkemizde henüz yeterli önlemlerin alınmaması bu konuda yasal bazı değişimleri gerektirmektedir.

S O N U Ç :

Geleneksel toplumlarda az gelişmişliğin verdiği bir güçsüzlükle kişinin eğitim eksikliği sonucu tüketiciler kalite ve ürün özellikleri konusunda yeterli bilgisiye sahip değildirler. Bu nedenle, gönüllü tüketici örgütleri yardımı ile tüketicilerin sağlıklarının ve güvenliklerinin korunması, tüketicilerin eğitimlerini sağlayarak bilgi vermek ve tecrübe kazandırmak ve son olarak tüketicilerin çıkarları ile ilgili olarak alınacak kararlar tüketicilere danışılması ve kendilerinin de temsil edilmelerinin sağlanması gerekmektedir. İster gönüllü dernekler olarak faaliyet gösterebilirler, ister kamu sektörü tarafından finanse edilip yürütülsünler, tüketici örgütleri şu görevleri yerine getirmelidirler. Bir kere tam bir tarafsızlık ve özerklik içinde bilimsel olarak kalite araştırması yapmak, ikinci olarak, genel yayın araçları ve kendi yayınları ile tüketicilere aydınlatıcı doğru bilgiler vermek küçük yaşta tüketicilerin eğitilebilmeleri amacıyla okullarda okutulabilecek ders kitapları hazırlamak ve serisi konferanslar düzenlemek. Son olarak da tüketicilerin haklı sorunlarını ilgili kurumlara ileterek, takip etmek ve savunmak olmaktadır.

Üreticiler ve aracı kurumlar tarafından satışa sunulan ve teşhir edilen ürünler için etiketlenmenin tam, açık, okunaklı ve karışıklığa olanak vermeyecek şekilde yapılmasının sağlanması gerekir. Paketlerin ürünün kalitesi içeriği ve özellikleri hakkında bilgi vermesi özellikle besin maddeleri konusunda ürünün cins ve içindeki maddelerin tam ve eksiksiz olarak tanınmasının yapılması, maddenin ağırlığı, hacmi satıcının ya da sorumlunun hüviyeti birim fiyatı, birim miktarının gros ve net ağırlıklarının belirtilmesinin sağlanması gerekmektedir. Tüketicilere gelirlerini en iyi şekilde kullanabilmelerine yardımcı olmak için, ülkemizde satışa sunulan ana gereksinim maddelerinin fiyat ve kalite farklılıklarının bildirilmesi, ulusal ve yerel fiyatlar arasındaki gerekli kıyaslamaları yapabilmek için tüketicileri haber almaya teşvik etmek gerekmektedir. Bu amaca yardımcı düşüncesiyle tüketicileri koruma örgütü aylık «tüketici raporları» yayınlayıp ilgililere dağıtılabilir. Örgüt aynı zamanda Türk tüketicisinin genel eğitimi ve belirli konularda aydınlatılabilmesi için tüketicilere yararlı olabilecek haberleri sınıflandırıp basite indirgeyerek radyo, basın ve televizyon aracılığı ile haftanın belirli günlerinde tüketicilere aktarabilir. Zaman zaman büyük tüketici yığınlarını ilgilendiren konularda tüketicileri koruma örgütü gerekli test veya araştırmayı yaparak ele alınan konu üzerinde basit ve anlaşılır bir şekilde ayrıntılı bilgiler verebilir.

REFERANSLAR :

- 1 — Erdener Kaynak, «Consumerism: A Social Phenomenon», Adana İ. T. İ. A. İşletme Enstitüsü Dergisi, Yıl : 2, Sayı : 2, Mayıs 1978, S. 123-128.
- 2 — Erdener Kaynak, «Türkiye'de Tüketici Örgütlenmesine İlişkin Bir Model Araştırması», Verimlilik Dergisi, Cilt 7, Sayı : 3, Nisan-Haziran 1978 S. 20.
- 3 — Robert O. Herman «Consumerism: Its Goals, Organizations and Future» Journal Of Marketing Vol. 39 October 1970, S. 55-60.
- 4 — Erdener Kaynak, «Türkiye'de Tüketicilerin Korunmasına Yardımcı Araç Olarak Gönüllü Tüketici Örgütleri Deneyimi», Pazarlama Dergisi, Yıl : 4, Sayı : 3, Eylül 1979 S. 9-13.
- 5 — Engin Doğu, «Tüketicinin Ekonomik Davranışları ve Sorunları», Verimlilik Dergisi, Cilt 6, Sayı : 3, Nisan-Haziran 1977 S. 232.
- 6 — Yıldırım Kılıç, a. g. e., S. 27 - 28.
- 7 — Tuncer Tokol, Pazarlama Açısından Tüketici Korunması Sorunu, Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını No. 23, Bursa, Eylül 1976 S. 86.
- 8 — Bilge F. Ekin, «Endüstri İşletmelerinin Başarısı İçin Kalite Kontrolüne Yeni Bir Yaklaşım Gereksinimi», Kimya Mühendisliği Dergisi, Ağustos 1974, s. 13-15.
- 9 — Kalite Kontrolü Yöneticiler Toplantısı ve Sempozyumu, Milli Prodüktivite Merkezi Yayını. No. : 177, Ankara.
- 10 — Bilge F. Ekin, «Verimlilik Arttırma Tekniklerinden Kalite Kontrolü», Verimlilik Dergisi Cilt 3, Sayı : 4, Temmuz-Eylül 1975 S. 1106 - 1110.
- 11 — Erdener Kaynak ve Refik Çulpan, «Consumer Protection Movement in a Developing Economy-The case of Turkey» Hacettepe University Administrative Sciences Journal, Vol. 1 No. 1. June 1978, s. 128-146.