

OCAK 2013 TARİH BASKILI İŞLETME HUKUKU DERS KİTABINDA 6. ÜNİTE DEĞİŞTİRİLMİŞTİR

Yazarlar

Yrd.Doç.Dr. Neval OKAN

Yrd.Doç.Dr. Ezgi Başak DEMİRAYAK

Editörler

Yrd.Doç.Dr. Neval OKAN

Yrd.Doç.Dr. Hülya GÖKTEPE



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

6

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

-  Temel tüketici haklarının neler olduğunu açıklayabilecek,
-  Tüketici, satıcı, sağlayıcı, tüketici işlemi kavramını tanımlayacak,
-  Tüketici örgütleri ve kuruluşlarını sıralayabilecek,
-  Ayıplı mal ve ayıplı hizmet kavramlarını açıklayabilecek,
-  Ayıplı mal ve hizmete karşı tüketicinin haklarını belirleyebilecek,
-  Aldatıcı reklam, haksız sözleşme koşulları, taksitli ve kampanyalı satışlar, mesafeli sözleşmeler ve tüketici kredilerine karşı tüketicinin ne şekilde korunduğunu açıklayabilecek

bilgi ve becerilere sahip olabilirsiniz.

Anahtar Kavramlar

	Temel Tüketici Hakları		Satıcı
	Tüketici		Sağlayıcı
	Tüketici Örgütleri		Aldatıcı Reklam
	Tüketici İşlemi		Taksitli Satış
	Haksız Sözleşme Koşulları		Mesafeli Sözleşme
	Ayıplı Mal		Tüketici Kredisi
	Ayıplı Hizmet		

İçindekiler

- ❖ Giriş
- ❖ Temel Tüketici Hakları
- ❖ Tüketici Kavramı ve Tüketici Örgütleri
- ❖ Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Kapsamı
- ❖ Tüketici Sözleşmelerinin Temel İlkeleri
- ❖ Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar
- ❖ Satıştan Kaçınma
- ❖ Sipariş Edilmeyen Mal ve Hizmetler
- ❖ Ayıplı Mal ve Hizmetler
- ❖ Aldatıcı Reklamlar
- ❖ Haksız Ticari Uygulamalar
- ❖ Taksitli Satışlar
- ❖ Tüketici Kredileri

Tüketici Hukuku

GİRİŞ

Tüketim eylemi insanlığın doğuşu ile başlamıştır. Önceleri sadece yaşamsal gereksinimler için yapılan tüketim eylemi, bir araç olmaktan çıkarak başlı başına bir amaç haline gelmiştir.

Kapitalist sistem öncesi toplumlarda üretim, kişilerin mesleki bilgi ve becerilere dayanmaktaydı. Üretilen mallar ise, sadece kişilerin temel yaşamsal gereksinimlerinin giderilmesi amacıyla alınıp tüketiliyordu. Bu malların kim tarafından üretildiği, üreticisinin nitelikleri, ne gibi işlere yaradığı satın alınan kişi tarafından bilinmekteydi. 16. yüzyılın sonlarında başlayan üretim araçlarındaki değişiklikler, özellikle üretimde mekanik aletlerin ve giderek makinelerin kullanılması ile üretim şekilleri de değişikliklere uğramıştır. Üretim şeklinin değişmesi tüketim alışkanlıklarını da değişmesine yol açmıştır. Sanayi devriminde seri üretime geçilmesi ile verimlilik artmış ve tüketim mallarında piyasalarda bolluk yaşanmıştır. İnsan hayatını önemli ölçüde kolaylaştıran bilimsel ve teknolojik gelişmeler, tüketim açısından kişilere çok fazla seçenek sunmuştur.

Tüketici kavramı, son yüzyılda ortaya çıkan bir kavramdır. Gümrük duvarlarının kaldırılması ve ekonomik bütünleşmelerin kurulması, piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin artmasına da neden olmuştur. Mal ve hizmet arzının artmasına paralel olarak da yeni reklam yöntemleri, yeni pazarlama teknikleri ve yeni satış yöntemleri ortaya çıkmıştır. Toplumda zaman içinde rollerin ayrılması, üreticilerin güçlenmesi ve kısa sürede örgütlenmeye başlaması nedeni ile tüketiciler giderek mağdur olmuş ve tüketicinin korunması kavramı gelişmeye başlamıştır. Özellikle mesafeli satış, internet üzerinden ve kredi kartı ile satış gibi satış yöntemleri, tüketicilerin kolayca mal ve hizmet alımına yönelmesine neden olmuştur. Tüketicilerin alışveriş olanakları artmış ancak, beraberinde yeni sorunlara yol açmıştır. Önceleri kendisi hem üreten hem de tüketen olan tüketicinin korunmasına gerek duyulmamıştır. Ancak bilimsel ve teknolojik gelişmeler, tüketicilerin aleyhine kullanılmaya da uygun olduğundan, tüketicileri koruyucu tedbirlerin alınmasının gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Mal ve hizmetlerle gereksinimlerini giderenlerin korunmasına yönelik modern anlamda ilk yasal düzenlemeler, Amerika Birleşik Devletlerinde yapılmıştır. Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler nezdinde yapılan yasal düzenlemeler, ABD’de yapılan yasal düzenlemelerden etkilenmiştir. Türkiye’deki yasal düzenlemelerin kaynağını da, diğer ülkelerdeki ve birliklerdeki düzenlemeler oluşturmıştır.

Tüm bu gelişmeler sonucunda Türkiye’de 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun hazırlanmıştır. Kanun, ayıplı mallardan tüketici kredilerine, taksitli satışlardan satış sonrası hizmetlere kadar birçok konuyu düzenlemiştir. Bu Kanunla birlikte, Türk Hukuk Sistemi; tüketici mahkemeleri, tüketici sorunları hakem heyetleri, tüketici konseyi gibi yeni kurumlarla tanışmıştır. Daha da önemlisi bu Kanun ile tüketici haklarının ne olduğu ve bu hakların nasıl kullanılacağı ortaya konulmuştur. Daha sonra 4077 Kanunu yürürlükten kaldıran ve 28 Mayıs 2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kabul edilerek Avrupa Birliği düzenlemeleri ile de uyumlu yeni düzenlemelere yer verilmiştir.

Tüketici hukuku sadece tüketicinin korunmasından ibaret değildir. Tüketici hukuku tüketicinin korunmasını da içeren daha geniş bir kavramdır. Tüketici hukuku hem özel hukuk hem de kamu hukuku niteliklerini barındıran bir karma hukuk dalıdır.

Tüketici hukuku emredici kurallarla düzenlenmiş, devletin müdahalesinin yer aldığı, devletin korumacılık görevini üstlendiği bir hukuk dalıdır. Tüketici hukuku borçlar hukukundaki sözleşme özgürlüğüne de sınırlar çizer.

TEMEL TÜKETİCİ HAKLARI

Tüketici hakkı kavram ilk kez ABD’de başkan Kennedy tarafından kullanılmış ve dört temel tüketici hakkından söz edilmiştir:

- Tüketicinin bilgi edinmesi
- Tüketicinin sesini duyurması
- Tüketicinin tazmin edilmesi
- Tüketicinin örgütlenmesi



Başkan Kennedy’nin konuşmasına şu web adresinden ulaşabilirsiniz:
<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108#axzz1jYfYacpl>

Avrupa Topluluğunu kuran Roma Antlaşmasında tüketici kavramından hiç söz edilmemiş olmakla birlikte, dolaylı da olsa Anlaşmada yer alan hükümler, tüketici korunmasında önemli olmuştur. Avrupa Birliğinin oluşmasını sağlayan ve 1 Kasım 1993 tarihinde yürürlüğe giren Maastricht Antlaşmasında yapılan değişiklikler sonucunda ilk kez açıkça tüketici kavramına yer verilmiştir.

1972’de yapılan Paris zirvesinde ilk kez ekonomik politikaların sosyal politikaları desteklemesi gerektiği, tüketicinin korunmasının da sosyal politikalar içinde yer aldığı belirtilmiştir. Böylece 1975’te Avrupa tüketici hakları beyannamesi niteliğinde bir belge sayılan 1. Tüketici Programı ortaya çıkmıştır. Burada ilk defa tüketicinin temel hakları sayılmış ve bu programda beş temel tüketici hakkından söz edilmiştir:

- Tüketicinin sağlığının ve güvenliğinin korunması hakkı
- Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması hakkı
- Tüketicinin tazmin (zararların giderilmesi) hakkı
- Tüketicinin bilgilendirme ve eğitim hakkı
- Tüketicinin temsil edilme hakkı

Birleşmiş Milletler Deklarasyonunda, Avrupa Birliğinin ortaya koyduğu bu beş hak geliştirilmiştir. Böylece sekiz temel tüketici hakkı ortaya konulmuştur:

- Temel İhtiyaçları Karşılama Hakkı
- Sağlık ve Güvenliğin Korunması Hakkı
- Ekonomik Çıkarların Korunması (Tercihte Bulunma) Hakkı
- Bilgi Edinme (Bilgilendirilme) Hakkı
- Eğitim Hakkı
- Tazmin (Zararların Giderilmesi) Hakkı
- Örgütlenme ve Temsil (Sesini Duyurma) Hakkı
- Sağlıklı bir Çevrede Yaşama Hakkı

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun, kanunun amacını ortaya koyan 1. maddesinde “bu Kanunun amacı; kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı, tüketiciciyi aydınlatıcı ve bilinçlendirici önlemleri almak, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konulardaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektir” denilmek suretiyle ve Kanunun diğer düzenlemeleriyle bu temel haklar Türk hukukunda da kabul edilmiştir.

Temel İhtiyaçlarını Karşılama Hakkı

Temel ihtiyaçları karşılama hakkı, tüketicilerin uygun fiyat ve iyi kalitede temel mallara ulaşabilmesini sağlayarak; hayatta kalma, yeterli yiyecek, giyecek, barınak, güvenlik ve sağlık garantini içeren bir haktır. Diğer bir ifade ile bu hak, insan yaşamı için gerekli olan yeme, içme, barınma, tedavi edilme gibi gereksinimlerinin giderilmesini isteme hakkıdır. Bu hakların kapsamına, insana insan olmasından dolayı tanınan evrensel ve anayasal haklar, haberleşme, seyahat etme gibi olanakların sunulmasını talep etmek de girer. Bireyin yaşamını sürdürebilmesine yetecek en az gereksinimlerini sağlayabileceği olanaklara sahip olması kişilerin temel haklarından biridir.

Bu hak ilk olarak İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi ile uluslararası düzeyde geniş çaplı olarak kabul edilmiştir. İnsanın, insan olması nedeniyle ve insan onuruna yakışacak şekilde yaşayabilmesi için en az gereksinimlerinin karşılanması için devletlerin etkin olarak çalışması gerektiğini ifade eden bu hak, Birleşmiş Milletler Evrensel Tüketici Hakları Beyannamesi'nde de yer almış ve Türk hukukunda Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da da bu hak gözetilmiştir.

Sağlık ve Güvenliğin Korunması Hakkı

Sağlık ve güvenlik hakkı tüketicinin sağlık ve yaşamını tehlikeye atacak mal ve hizmetlere karşı tüketicilerin korunması gerektiğine yönelik bir haktır. Sağlık ve güvenlik hakkı; sağlığa, cana veya mala zarar verebilecek olan ürünlere, üretim süreçlerine veya sunulan hizmetlere karşı korunmayı içerir. Bu hak, üreticilerin ürettikleri malların öngörülen kullanım süreleri boyunca güvenli olmalarını sağlamayı içerir. Güvenlik bilgilerinin anlaşılabilir şekilde ürün üzerine konulmasını gerektirir. Ürünün pazara sunulmasından sonra sağlık ve güvenlik açısından tehlikeli hale gelmesi halinde, toplatılması ve yok edilmesi de tüketicilere sağlanan güvenlik hakkına dayandırılabilir.

Bilgi Edinme (Bilgilendirilme) Hakkı

Bilgi edinme hakkı, tüketicilerin kendi serbest iradeleriyle karar vermelerine yardımcı olacak bilginin sağlanmasını, satın alacağı tüm mal ve hizmetler ile bu mal ve hizmetleri üreten, satan ve sunan kuruluşlara ait bilgilerin doğru, tutarlı ve eksiksiz olarak zamanında tüketicilere verilmesini ifade eder. Diğer bir ifade ile bu hak tüketicinin bilgilenmiş bir şekilde seçim yapabilmek için, aldatıcı ve yanıltıcı reklamlara ve etiketlere karşı korunmak için, gerek duyduğu bilgilerin kendisine verilmesini içeren bir haktır. Bu hak kapsamında mal ve hizmetlerin özellikleri, kullanım, bakım koşulları ile tehlikeleri ve risklerine ilişkin tüketicilerin doğru ve eksiksiz olarak bilgilendirilmesi gerekir. Reklamlar, kullanma kılavuzlarının tüketicilere sunulması, malların üzerine içeriklerinin, kullanım şekli ve tarihi gibi bilgilerin verilmesi bu hakka dayanır. Diğer bir ifade ile tüketicinin, satın alacağı mal ve hizmetin ne olduğu, ne işe yaradığı, ne kadar dayanacağı konusunda herhangi bir aldatmaya fırsat verilmeksizin açık bir şekilde bilgilendirilmesi gerekir.



Bilgi edinme hakkı tüketicinin bilgilenmiş bir şekilde seçim yapabilmek için, aldatıcı ve yanıltıcı reklamlara ve etiketlere karşı korunmak için, gerek duyduğu bilgilerin kendisine verilmesini içeren bir haktır

Eğitilme Hakkı

Bilinçli bir tüketici olabilmek için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip olabilmeyi içeren bir haktır. Bu hakkın kapsamına, tüketici hakları konusunda eğitime de girer.

Tüketicinin eğitilmesi, bireyin ekonomik faaliyetlerini yönlendirme, ihtiyaçlarını karşılama ve pazarı etkileme gücünü artırır. Tüketicinin eğitimi, hem korunması hem de bilgilendirmesi açısından önemlidir. Tüketicilerin bilgilendirilmesi devletin görevleri arasında olmakla birlikte bu konuda sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri de çok önem arz eder.

Ekonomik Çıkarların Korunması (Tercihte Bulunma) Hakkı

Bu hak tatmin edici bir kalite güvencesi ile rekabetçi fiyatlarla sunulan bir dizi mal ve hizmetler arasından seçim yapabilme olanağını sağlayan bir haktır. Pazarı rekabete dayalı fiyatlarla sunulan aynı veya benzer kaliteli mallardan veya hizmetlerden seçme olanağının sunulmasını içeren bir haktır. Ekonomik çıkarların korunması hakkı, tüketicilerin çeşitli mal ve hizmetler arasında gelir düzeylerine göre kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmesi, istedikleri mal ve hizmetleri ucuz ve kaliteli olarak alabilmesi için seçeneklerin sunulmasını ifade eder. Bu hakkının kullanılabilmesi için piyasaya farklı malların girişine olanak sağlanmalı, tek tip ürün veya hizmetin verilmesine izin verilmemelidir.



Satıcı ve sağlayıcılar ile tüketicilerin ekonomik çıkarları çatıştığı için tüketicilerin hakları en fazla ekonomik çıkarları açısından ihlal edilmektedir.

Günümüzde mal ve hizmet çeşitliliğinin fazlaşması, tüketicilerin daha kaliteli mal ve hizmeti daha düşük fiyatlarda elde etme olanağı sağlamaktadır. Mal ve hizmetteki çeşitlilik beraberinde rekabeti getirir. Rekabet ise tüketiciye kalite ve ucuz mal ve hizmet sunulmasını sağlar.

Bu hak kapsamında, reklamlar, kapıdan satışlar, kredili ve taksitli satışlar, haksız şartlar içeren sözleşmeler, tüketici kredileri, satış sonrası hizmetler, fiyatlar, çeşitli kamu hizmetleri gibi konularda tüketicilere daha iyi ve uygun koşullarda mal ve hizmet sunulması sağlanır. Tüketicilerin bu haklarının korunması, tüketicilerin aldatılmamaları, zarar görmemelerinin önlenmesi, tüketicilerin yaşam düzeylerinin yükseltilmesine ilişkin yasal, idari, teknik, sosyal ve ekonomik önlemler alınmasını gerektirir.

Tazmin (Zararların Giderilmesi) Hakkı

Satın alınan mal ya da hizmetlerin öngörülen nitelikte olmaması, yani ayıplı çıkması durumunda; ayıplı malın geri alınması, değiştirilmesi, ayıplı hizmetin yeniden görülmesi ve bunun gibi ayıpların ve neden oldukları her türlü maddi, hukuki ve ekonomik zararların karşılanmasıdır.

Satın alınan malların ya da yararlanılan hizmetin kendilerinden beklenen fonksiyonu yerine getirmemeleri halinde, onarılmalarını, aynıysa ile değiştirilmelerini, ödenen bedelin geri iadesini ve zararlarının giderilmesi için yasal yollara başvurulabilmesini sağlayan bir haktır.



Tazmin hakkının içeriğini hakları zarar gören kişinin bu zararının nasıl giderileceğine ilişkin düzenlemeler oluşturur.

Örgütlenme ve Temsil Edilme (Sesini Duyurma) Hakkı

Örgütlenme ve temsil edilme hakkı, hakların korunmasında tüketicilerin bir araya gelebilmelerini ve tüketicilerin korunmasına ilişkin mevzuatın, oluşturulmasında ve değiştirilmesinde, tüketicilerle ilgili alınacak kararlarda, tüketici temsilcilerinin yer almasını gerektirir. Diğer bir ifade ile bu hak, tüketicilerin örgütlenebilmeleri, hak ve çıkarlarıyla açısından kendilerini ilgilendiren yasal, idari, teknik, ticari, ekonomik, sosyal ve politik konularda düşünce ve görüşlerini belirtmeleri, kamuoyu oluşturabilmeleri ve çeşitli kuruluşlarca alınan kararlara oluşturdukları örgütler ile katılabilmelerini ifade eder.

Sağlıklı Bir Çevrede Yaşama Hakkı

Sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı, yaşam kalitesini artıracak bir fiziksel çevreye sahip olma, çevreden gelecek tehlikelerden korunma, sağlıklı ve kaliteli alt yapı hizmetlerinin bulunduğu bir yaşama ortamının tüketicilere sağlanmasını ifade eder. Tüketicilerin yaşadıkları veya çalıştıkları çevrenin kendileri ve gelecek nesiller için sağlıklı kalması için gerekenlerin yapılmasını isteme hakkıdır. Sağlıklı bir yaşam sürdürülebilmesi için havanın, suyun, denizlerin insan sağlığına tehdit oluşturacak kirlenmemesini talep hakkını kapsar.



Temel tüketici hakları nelerdir? Bunlar nasıl ortaya çıkmıştır?

TÜKETİCİ KAVRAMI VE TÜKETİCİ ÖRGÜTLERİ

Daha önceleri sadece temel gereksinimler için yapılan tüketim eylemi zamanla tüketim alışkanlıklarına ve giderek zorunlu olmamakla birlikte sadece tüketmek için tüketme eğilimlerine dönüşmüştür.

İşletmelerin karlılıklarını en üst düzeye çıkarmak isterler ve bunu tüketiciler aracılığıyla gerçekleştirirler. Malların veya hizmetlerin nitelikleri anlaşılamaz hale gelirken, aynı veya benzer gereksinimleri gidermeye yarayan, işletmelerce piyasaya sürülen mal ve hizmetlerden hangisinin daha güvenli olduğuna karar vermek güçleşir. Böyle bir ortamda tüketicilerin, yaşam kalitelerini ciddi şekilde etkileyebilecek olan satın alma kararlarını verirken yeterli bilgiye sahip olmamaları elbette ki tüketicilerin aleyhine olacaktır. Ayrıca, teknolojik gelişmelerle birlikte toplu üretim yapılması, insan sağlığına zararlı pek çok mal ya da hizmetin piyasaya sunulmasına yol açar. Tüketicilerin korunması bir zorunluluk olarak ortaya çıkar. Ülkeler bu nedenle tüketiciyi koruyucu hukuki düzenlemeler yapmıştır.

Türkiye'de de tüketicinin korunması amacıyla bir kanun kabul edilmesi ihtiyacı doğmuştur. 4077 sayılı ve 1995 tarihli Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kabul edilmiştir. Bu kanun ile tüketicilere çeşitli haklar verilmiş, işletmelerin sözleşme özgürlükleri sınırlandırılmıştır. Bu kanunda zaman içerisinde gereksinimleri karşılamaya yönelik değişiklikler yapılmıştır. Son olarak 7.11.2013 tarih 6502 sayılı

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kabul edilerek 28. 05. 2014 tarihinde yürürlüğe girmiş ve 4055 sayılı Kanun yürürlükten kaldırılmıştır. Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun adeta bir çerçeve Kanun olup, Bakanlığa bu çerçeve Kanunun içeriğini doldurma yetkisi verilmiştir. Bakanlık kendisine verilen görevleri yerine getirmek için tüm konuları birer "yönetmelik" ile düzenleyecektir.

Tüketici Kavramı

Tüketici kavramı son yüzyılda ortaya çıkmış olan bir kavramdır. Her şeyden önce tüketici, tüketim eyleminin öznesidir. Tüketici değişik açılardan tanımlanabilir. En genel tanımıyla tüketici, mevcut pazarda talep bulunan sıfatıyla gereksinim duyduğu mal ve hizmetleri gidermeye çalışan kişidir. Geniş anlamıyla ise, ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayabilmek için mevcut mal ve hizmetleri alıp kullanan ve yararlanan, ürettiği malı kendi gereksinimi için kullanan veya satma ya da değişime konu etmeyen kişidir.

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 3 (k) maddesine göre, tüketici, “*ticari ve mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi*” ifade eder. Bu tanıma göre tüketiciden söz edebilmek için şu unsurların varlığı gerekir:

- **Ticari veya Mesleki Amaçlarla Hareket Edilmemesi**

Her alıcı tüketici sayılmaz. Bir kimse, kişisel gereksinimleri dışında, belirli bir meslek icrası, belirli bir üretimde kullanma, yeniden satış, ticari olarak kullanma vs. gibi amaçlarla hareket ediyorsa bu kişi tüketici olarak kabul edilmeyecektir. Malın aşınması, biçim değiştirmesi, tükenmesi, azalması, değerini yitirmesi sonucunu doğurabilecek bir şekilde hareket edilmesi halinde özel amaçla hareketten söz edilir. Karma amaçla yapılan bir harekette söz konusu olmamalıdır. Bir mal veya hizmetin karma amaçla satın alınması, özellikle bir işletme ya da ticarethane işleten ya da meslek icra eden kişinin hem işletmesini, hem de aynı zamanda kişisel kullanımını ilgilendiren bir amaçla hareket etmesi anlamına gelir.



Karma amaçlı satınalmalar için Yargıtay 13.Hukuk Dairesinin 26.06.1997 tarihli ve E.1815, K.5112 Sayılı Kararına bakınız (Yargıtay Kararları Dergisi ,1997, S.10, s.1564)

- **Gerçek veya Tüzel Kişi Olması**

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre, ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi tüketici olabilecektir. (TKHK.m.3(k)). Ancak tüzel kişinin, ticari faaliyette bulunmayan tüzel kişiler olarak algılanması gerekir. Tacir niteliğindeki tüzel kişileri ilgilendiren bütün işlem, eylem ve işler ticari işlerdendir (TTK. m.3) ve bunlara ticari kurallar uygulanır. Bu tüzel kişilerin özel amaçlarla hareket etmeleri mümkün olmayacağından "tüketici" olarak kabul edilmemeleri gerekir. Yargıtay da Eski Tüketici Kanunu zamanındaki son kararlarında tüzel kişi tacirlerin tüketici olamayacağına karar vermiştir.



Bir işletme işleten Deniz, hem işyerinin, hem de kendisinin hizmetinde kullanmak üzere bir otomobil satın almıştır. Deniz tüketici olarak kabul edilebilir mi? Neden?

Tüketici Örgütleri

Tüketicinin korunmasıyla ilgili olarak özel hukuk tüzel kişiliği niteliğindeki tüketici örgütleri ve devlet tarafından oluşturulan veya finanse edilen kamusal nitelikli kuruluşlar yanında özel kesimin oluşturduğu örgütler ve uluslararası tüketici örgütleri de faaliyet göstermektedirler.

Tüketici kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve tüketici haklarının korunmasında görevlendirilmiş olan Tüketici Konseyi, Reklam Konseyi, Tüketici Hakem Heyetidir.

Sivil Tüketici Örgütleri

Sivil tüketici örgütleri, tüketicilerin çıkarlarını korumak amacıyla, tüketiciler tarafından kurulan özel hukuk tüzel kişiliğidir. Bu örgütler, piyasa denetimi, malların laboratuvarlarda incelenmesi, fiyat ve kalite karşılaştırmaları gibi faaliyetlerde bulunurlar. Tüketici örgütleri tüketicilerin bilgi edinme hakkı kapsamında hak faaliyette bulunurlar. Bu örgütler, mal ve hizmetlere ilişkin test ve araştırmalar yaparak

bu bilgileri tüketicilere sunarlar. Bu testler ve araştırmalar da üreticilerin etkisi olmadığı için, tarafsızlık ve bilimsellik söz konusudur. Bu nedenle yapılan deney sonuçlarına hiçbir üretici kayıtsız kalmamakta, gerekli düzeltmeleri yapmakta gerektiğinde ürün pazardan çekilebilmektedir.

Sivil toplum örgütü niteliği taşıyan ilk tüketici örgütü, ABD’de, 1936 yılında Tüketiciler Birliği unvanıyla kurulmuştur. Zaman içerisinde ABD’deki çeşitli eyaletlerde kurulan tüketici örgütleri 1967 yılında Amerika Tüketiciler Federasyonu bünyesinde bir araya gelmişlerdir.

1961 yılında kurulan Uluslararası Tüketiciler Örgütü ise, tüketicilerin korunması amacıyla farklı ülkelerde kurulan örgütlere uluslararası boyut kazandırmıştır.

1962 yılında bazı Avrupa ülkelerindeki tüketici örgütlerince kurulan Avrupa Tüketiciler Örgütü günümüzde Avrupa Birliği’nin tüketici politikasının belirlenmesinde etkin bir rol oynamaktadır.

Tüketici kooperatifleri, tüketicinin özellikle tüketim maddeleri ile ilgili gereksinimlerini karşılayarak, tüketicilerin ekonomik yararlarını korumayı amaçlayan örgütler olarak ortaya çıkmışlardır.

Türkiye’de ilk tüketici örgütlenmesi, 1986 yılında kurulan Tüm Tüketicileri Koruma Derneğidir. Daha sonra dünyadaki gelişmelere paralel olarak ülkemizde de, tüketicileri koruma amacı ile birçok dernek kurulmuştur.

1995 yılında yürürlüğe giren 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun ile ilk kez tüketici haklarını koruyan özel bir yasa yürürlüğe girdi ve AB müktesebatında çok önemli bir yer tutan tüketici hakları konusunda bir düzenleme yapıldı. Bu Kanun ile ulusal hukukta belki de ilk kez devlet-sivil toplum işbirliği açıkça ortaya konuldu. Bu Kanun ile devlet bünyesinde oluşturulan birçok organda devletin yanında sivil toplumun varlığı da kabul edildi. Bu kanun daha sonra yürürlükten kaldırılarak 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun yürürlüğe konulmuş ve benzer düzenlemelere yer verilmiştir.

Devlet ve Kamu Örgütleri

Türkiye’de sivil tüketici örgütleri, uzun yıllar tüketicilerin haklarını koruma da yetersiz kalmış, bu nedenle bu görev devlet kurumlarınca üstlenilmiştir. Ancak, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun yürürlüğe girinceye kadar, tüketiciyi koruyucu devlet kuruluşlarının varlığı da tüketici haklarının korunmasında yeterli olmamıştır. Bunun nedeni, 4077 sayılı ilk Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun yürürlüğe girmesine kadar, tüketicinin bireysel olarak kendi haklarını koruyacağı etkin ve ucuz yasal yolların bulunmamasıdır. Dolayısı ile tüketici haklarını arama konusunda çekingen davranmıştır. Bunun böyle olmasında elbette ki haklarının neler olduğunu bilmemesi de etkili olmuştur. 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanundan önce, tüketicilerin haklarını korumaya yönelik devlet kuruluşlarına şunları örnek olarak verebiliriz: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde olan, Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü, Ölçüler ve Standartlar Genel Müdürlüğü, Sanayi Genel Müdürlüğü; Sağlık Bakanlığı bünyesinde bulunan, Hıfzısıhha Enstitüsü, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, İlaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Tüketici Kuruluşları

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun tüketici haklarını koruyucu kurumlar yer almaktadır. Bu kurumlar, Tüketici Konseyi, Reklam Konseyi ve Tüketici Hakem Heyetidir.

Tüketici Konseyi

Tüketici Konseyi, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında kurulan, yılda en az bir kez toplanması gereken ve tüketiciler ile ilgili önemli kararlar alan bir kuruluştur.

Tüketici Konseyinin amaçları şunlardır: (i) Tüketicinin sorunlarının, gereksinimlerinin ve çıkarlarının korunmasına ilişkin gerekli önlemleri araştırmak, (ii) Kanunun uygulanmasına yönelik tedbirlere dair görüşleri öncelikle ele almak ve ilgili mercilere iletmek

Tüketici Konseyi, Gümrük ve Ticaret Bakanı’nın veya görevlendireceği Bakan Yardımcısı, Müsteşar veya Müsteşar yardımcısının başkanlığında toplanan üyelerden oluşur. Tüketici Konseyinde, çeşitli bakanlıklar, kamu kurum ve kuruluşları, büyükşehir belediyeleri, meslek kuruluşları, işçi ve memur sendikaları, kooperatif üst kuruluşları ve tüketici örgütleri temsilcileri yer alır.

Tüketici Konseyine kamu kurum ve kuruluşlarından gelen temsilcilerin sayısı, hiçbir şekilde Konseyin toplam üye sayısının yüzde ellisinden fazla olamaz.

Tüketici Konseyinin üyeleri, çalışma usul ve esasları ile diğer hususlar Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.

Reklam Konseyi

Reklam Konseyi, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında kurulan, Gümrük ve Ticaret Bakanlığının koordinatörlüğünde yılda en az bir kez toplanması gereken ve reklam politikalarının oluşturulması ve uygulanması ile ilgili faaliyet gösteren bir kuruluştur.

Reklam konseyinin amaçları şunlardır: (i) çağdaş iletişim uygulamalarını takip etmek (ii) reklam sektörünün ve reklam denetim işlevinin geliştirilmesine yönelik araştırma ve çalışmalar yapmak (iii) alana ilişkin görüş ve önerilerde bulunmak (iv) Görüş ve önerileri ilgili mercilere iletmek

Reklam Konseyine kamu kurum ve kuruluşlarından gelen temsilcilerin sayısı, hiçbir şekilde Konseyin toplam üye sayısının yüzde ellisinden fazla olamaz.

Reklam Konseyinin üyeleri, çalışma usul ve esasları ile diğer hususlar Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından çıkarılan yönetmelikle belirlenir.

Tüketici Hakem Heyeti

İlk kez “Tüketici Sorunları Hakem Heyeti” adıyla 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile getirilen, en önemli oluşumlardan birisidir. Bu oluşum 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda “Tüketici Hakem Heyeti” adıyla yeniden düzenlenmiştir (TKHK m. 66).

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalardan doğabilecek uyuşmazlıklara çözüm bulmak amacı ile 81 il ve yeterlilik şartları yönetmelikte belirlenen ilçe merkezlerinde en az bir tüketici hakem heyeti oluşturmakla görevli kılınmıştır (TKHK m. 66). Hakem heyetleri, ilçelerde kaymakamlıklar bünyesinde, illerde ise Gümrük ve Ticaret il müdürlüklerinde görevlerini yürütürler. İl hakem heyetleri il merkezi sınırları içerisinde, ilçe hakem heyetleri ise ilçe sınırları içerisinde görevli ve yetkilidir. Tüketici hakem heyetleri il ve ilçe merkezlerinde Kanun’un uygulanmasından doğan, tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalara ilişkin belirli tutarları aşmayan uyuşmazlıklara çözüm bulmak için kurulmuşlardır. Bu değerlerin üzerindeki uyuşmazlıklar için tüketici hakem heyetlerine başvuru yapılamaz. Tüketici hakem heyeti kararları, tarafları bağlar (TKHK m. 70).

Tüketici mahkemeleri başkan dâhil, biri tüketici örgütleri tarafından seçilen beş üyeden oluşur. Hakem heyetin başkanlığını illerde ticaret il müdürü, ilçelerde ise kaymakam veya bunların görevlendireceği bir memur tarafından yürütülür. Tüketici hakem heyetinin üyeleri şunlardır:

- Belediye başkanının görevlendireceği uzman bir personel,
- Baronun, mensupları arasından görevlendireceği bir avukat,
- Tüketici örgütlerinin seçecekleri bir üye,
- Satıcının tacir olduğu uyuşmazlıklarda ticaret ve sanayi odasının ya da bunların ayrı ayrı örgütlendiği yerlerde ticaret odasının; satıcının esnaf ve sanatkâr olduğu uyuşmazlıklarda, illerde esnaf ve sanatkârlar odaları birliğinin, ilçelerde ise en fazla üyeye sahip esnaf ve sanatkârlar odasının görevlendireceği bir üye.

İl ve ilçe merkezlerinde kurulu bulunan tüketici hakem heyetlerinde raportörler istihdam edilebilir. Raportör sayısının yeterli olmadığı illerde ticaret il müdürü tarafından ticaret il müdürlüğü personeli arasından, ilçelerde ise kaymakam tarafından ilçede görevli Devlet memurları arasından yeterli sayıda raportör görevlendirilir (TKHK m. 68).

Tüketici hakem heyeti raportörleri, heyetin çalışmalarına ve kararlarına esas olacak dosyaları hazırlamak ve uyuşmazlığa ilişkin raporu sunmakla görevlidir.

Tüketici hakem heyetine başvurular, tüketicinin yerleşim yerinin bulunduğu veya tüketici işleminin yapıldığı yerdeki tüketici hakem heyetine yapılır. Tüketici hakem heyetinin bulunmadığı yerlerde ise başvuruların nerelere yapılacağı ve bu başvuruların hangi tüketici hakem heyetine karara bağlanacağı yönetmelikle belirlenir (TKHK m. 68).

Tüketici hakem heyetleri uyuşmazlık konusuna ilişkin her türlü bilgi ve belgeyi taraflardan, ilgili kurum veya kuruluşlardan isteyebilir (TKHK m. 69).

Hakem heyetinin kararlarına karşı tebliğ tarihinden itibaren on beş gün içinde tüketici hakem heyetinin bulunduğu yerdeki tüketici mahkemesine itiraz edebilir. İtiraz, tüketici hakem heyeti kararının icrasını durdurmaz. Ancak talep edilmesi şartıyla hâkim, tüketici hakem heyeti kararının icrasını tedbir yoluyla durdurabilir (TKHK m. 70).



Tüketici Hakem Heyeti hangi amaçlarla kurulmuşlardır? Tüm uyuşmazlıklarda tüketici hakem heyetlerine gidilebilir mi?

Tüketici Mahkemeleri

Her ilde yeterli sayıda kurulan Tüketici Mahkemeleri, tutar itibarıyla Hakem Heyetlerinin görev kapsamına girmeyen anlaşmazlıklar ile Hakem Heyetleri tarafından verilen kararlara karşı itirazların yapıldığı ilk derece mahkemeleridir. Anlaşmazlık konusunun tutarı itibarıyla hakem heyetinin görevi kapsamına giren kararlara itirazlarda, Tüketici Mahkemelerinin vereceği kararlar kesindir. Fakat tutarları itibarıyla Hakem Heyetlerinin görevi kapsamına girmeyen ihtilafların ilk derece mahkemesi olan Tüketici Mahkemelerinin vermiş oldukları kararlar temyiz edilebilir. Tüketici Mahkemelerinde dava açma hakkı, dava açmada hukuki menfaati olan kişiler ile belirli koşulların gerçekleşmesi halinde tüketici örgütleri ve Bakanlığa aittir.

Tüketici Mahkemelerine başvurular harçtan muaftır. Tüketici örgütleri üst kuruluşlarınca açılacak davalarda bilirkişi ücreti ve davanın davacı aleyhine sonuçlanması durumunda, hükmedilen vekâlet ücreti Bakanlıkça karşılanır. Davanın, davalı aleyhine sonuçlanması durumunda, bilirkişi ücreti Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine göre davalıdan tahsil olunarak bütçeye gelir kaydedilir.



Tüketici davalarında harç muafiyeti, tüketiciler, tüketici örgütleri ve Bakanlık tarafından açılan tüketici davaları içindir.

Tüketici mahkemelerinde görülecek davalar 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanununun Altıncı Kısım hükümlerine göre yürütülür.

Tüketici davaları, tüketicinin yerleşim yerinin bulunduğu yerdeki tüketici mahkemesinde de açılabilir.

Tüketici örgütleri, ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile Bakanlık; haksız ticari uygulamalar ve ticari reklamlara ilişkin hükümler dışında, genel olarak tüketicileri ilgilendiren ve bu Kanuna aykırı bir durumun doğma tehlikesi olan hâllerde bunun önlenmesine veya durdurulmasına ilişkin ihtiyati tedbir kararı alınması veya hukuka aykırı durumun tespiti, önlenmesi veya durdurulması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açabilir.

Genel olarak tüketicileri ilgilendiren davalarda davacı, verilen kararların yayımlanmasını talep edebilir. Talebin mahkemece kabul edilmesi hâlinde bu karar, masrafları davalıdan alınmak üzere ülke düzeyinde yayımlanan gazetelerden en az üçünde derhâl ilan edilir.

Tüketici mahkemelerince verilen kesinleşmiş kararlar, Ulusal Yargı Ağı Bilişim Sistemi üzerinden Bakanlığa iletilir. Tüketici hakem heyetleri kararlarına karşı yapılan itiraz sonucu verilen kararlar, kararı veren mahkeme tarafından ilgili tüketici hakem heyetine gönderilir.

TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUNUN KAPSAMI

Tüketicinin Korunması hakkında Kanunun esasını sübjektif sistem oluşturur. Diğer bir ifade ile Kanun tüketiciyi esas almıştır. Kanunun kapsam başlığını taşıyan 2. Maddesine göre, “*Bu Kanun, her türlü tüketici işlemi ile tüketiciye yönelik uygulamaları kapsar.*” Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, m.2’de açıkça belirtildiği gibi, her türlü tüketici işlemlerine ve tüketiciye yönelik uygulamalara uygulanacaktır.

Tüketici İşlemi

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun “Tanımlar” başlığını taşıyan m. 3/1’de, tüketici işlemi “mal veya hizmet piyasalarında kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketiciler arasında kurulan, eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekâlet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dâhil olmak üzere her türlü sözleşme ve hukuki işlem” olarak tanımlanmıştır. Tüketici işlemlerinde, her iki tarafın da

“kimliği” önem taşımaktadır. Taraflardan birisinin tüketici diğer tarafın kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler olması gerekir. Bu kişiler satıcı ya da sağlayıcı olabilirler. Tüketici kavramının tanımlanmasında hukuki işlemin çeşidinin önemi yoktur. Gerçekten TKHK m. 2’ye göre, her türlü tüketici işlemi Kanun kapsamına girmektedir; yeter ki taraflardan birisi tüketici olsun.

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 kişilerdir. Sağlayıcı ise, kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye hizmet sunan ya da hizmet sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişilerdir. Satıcı ve sağlayıcılar gerçek ya da tüzel kişi olabilirler. Satıcı ya da sağlayıcılar kamu kurum ve kuruluşu olabilecekleri gibi, bunların özel işletme sahibi olmaları da mümkündür. Satıcı veya sağlayıcıların mal veya hizmetle ilgili faaliyetleri kazanç sağlamak amacıyla ve sürekli olarak yürütülür.

Tüketici işlemleri, kural olarak, tüketici sözleşmelerini içerir. Ancak, tüketici işlemleri, sözleşme olabileceği gibi tek taraflı hukuki işlem de olabilir (örneğin özendirme (promosyon) kampanyaları). Bu işlemler kural olarak ivaza (karşılığa) dayanan işlemlerdir.

Tüketici Sözleşmeleri

Tüketici sözleşmeleri tek tip olmayıp pek çok değişik tür sözleşmeyi (eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekâlet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dâhil olmak üzere) kapsar (satış, trampa, bağışlama, kira, karz vb). Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda özel olarak sayılmış olan sözleşmelerden başka, tüketici durumunda olan kişiye ivaz karşılığı mal veya hizmet sağlanmasını amaçlayan isimli veya isimsiz her tür sözleşme de bu kapsamda değerlendirilir. Tüketici sözleşmeleri karşılıklı, mal ve hizmet arzını amaçlayan sözleşmelerdir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda “hizmet sunma” sözünü kullanırken herhangi bir iş görme amacını güden sözleşmeler amaçlanmıştır. Yoksa burada Borçlar Kanununda düzenlenmiş olan hizmet sözleşmesi kastedilmemiştir. Borçlar Kanunundaki hizmet sözleşmesi, bağımlılık nedeniyle, bu kuralın dışında kalmaktadır. Tüketici işlemlerinde sadece taraflardan birinin değil, her iki tarafın da “kimliği” önem taşımaktadır. Gerçekten taraflardan birisi tüketici olacağı gibi diğer tarafında satıcı-sağlayıcı olması gerekmektedir.

Tüm bu açıklamalardan sonra, tüketici sözleşmelerinin özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Karşılıklı iki taraftan biri tüketicidir. Diğer bir ifadeyle ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket edilmesi söz konusudur. Tüketici çoğu zaman son kullanıcı ya da yararlanandır; ancak, bu zorunlu değildir. Tüketici çıkar elde etmeksizin ailesinin kullanımı için veya bir başkasına, örneğin bağışlama amacıyla almış olduğu bir mal nedeniyle de TKHK’den yararlanabilir.
- Sözleşme ivaz (karşılık) karşılığında bir mal veya hizmetin sağlanmasına yöneliktir. Diğer bir ifadeyle tüketici kendisine sunulan mal veya hizmet karşılığında bir bedel ödemeli ya da parayla ölçülebilen bir karşılık vermelidir. Tüketici sözleşmesi her iki tarafa da borç yükleyen sözleşmelerdendir. Eğer taraflar arasında kurulan sözleşme karşılıksız ya da mal veya hizmet sağlamaya yönelik değil ise, bu sözleşmeye TKHK hükümleri değil genel hükümler, yani TBK hükümleri uygulanır.
- Tüketici sözleşmelerinin konusunu mal ya da hizmet oluşturur.

TÜKETİCİ SÖZLEŞMELERİNİN TEMEL İLKELERİ

Tüketici sözleşmeleri tek tip olmayıp pek çok değişik tür sözleşmeyi kapsadığını belirtmiştik. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun “Genel Esaslar” başlığı altında yer alan 4. maddesinde tüm tüketici sözleşmelerinde geçerli olan temel ilkelere yer vermiştir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen sözleşmeler ile bilgilendirmeler en az on iki punto büyüklüğünde, anlaşılabilir bir dille, açık, sade ve okunabilir bir şekilde düzenleneceği ve bunların bir nüshası kâğıt üzerinde veya kalıcı veri saklayıcısı ile tüketiciye verileceği ifade edilmiştir. Sözleşmede bulunması gereken şartlardan bir veya birkaçının bulunmaması durumunda, eksiklik sözleşmenin geçerliliğini etkilemeyecektir. Bu eksikliğin sözleşmeyi düzenleyen tarafından derhâl giderilmesi gerekmektedir.

Tüketici sözleşmelerinde öngörülen koşulların, sözleşme süresi içinde tüketici aleyhine değiştirilmesi de mümkün değildir.

Tüketiciden; kendisine sunulan mal veya hizmet kapsamında haklı olarak yapılmasını beklediği ve sözleşmeyi düzenleyen yasal yükümlülükleri arasında yer alan edimler ile sözleşmeyi düzenleyen kendi menfaati doğrultusunda yapmış olduğu masraflar için ek bir bedel talep edilemeyecektir.

Bankalar, tüketici kredisi veren finansal kuruluşlar ve kart çıkaran kuruluşlar tarafından tüketiciye sunulan ürün veya hizmetlere ilişkin düzenlemelere de yer verilmiştir. Bu sayılanlar tarafından sunulan ürün ve hizmetlere ilişkin tüketiciden faiz dışında alınacak her türlü ücret, komisyon ve masraf türleri ile bunlara ilişkin usul ve esaslar Bakanlığın görüşü alınarak bu Kanunun ruhuna uygun olarak ve tüketiciyi koruyacak şekilde Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu tarafından belirlenecektir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda düzenlenen sözleşmelere dayanarak tüketiciden talep edilecek her türlü ücret ve masrafa ilişkin bilgilerin, sözleşmenin eki olarak kâğıt üzerinde yazılı şekilde tüketiciye verilmesi zorunludur. Uzaktan iletişim aracıyla kurulan sözleşmelerde ise, bu bilgiler kullanılan uzaktan iletişim aracına uygun şekilde verilmesi gerekir. Sözleşmeyi düzenleyen bu bilgilerin tüketiciye verildiğinin ispat etmek zorundadır.

Tüketicinin yapmış olduğu işlemler nedeniyle kıymetli evrak niteliğinde sadece nama yazılı ve her bir taksit ödemesi için ayrı ayrı olacak şekilde senet düzenlenebilir. Bu fıkra hükümlerine aykırı olarak düzenlenen senetler tüketici yönünden geçersizdir.

Tüketici işlemlerinde, tüketicinin edimlerine karşılık alınan şahsi teminatlar, her ne isim altında olursa olsun adi kefalet sayılır. Tüketicinin alacaklarına ilişkin karşı tarafça verilen şahsi teminatlar diğer kanunlarda aksine hüküm bulunmadıkça müteselsil kefalet sayılır.

TKHK temerrüt hâli de dâhil olmak üzere, tüketici işlemlerinde bileşik faizi yasaklamaktadır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda yer alan tüm düzenlemelerin katılım bankalarını da kapsayacağı belirtilmiştir. Bu bankalarda uygulama, kâr payı dikkate alınarak yapılacaktır.

TÜKETİCİ SÖZLEŞMELERİNDEKİ HAKSIZ ŞARTLAR

Günümüzde, üretimin artması, seri ve kütle üretimine dönüşmesi sonucu standart sözleşmeler denilen sözleşmeler ortaya çıkmıştır. Sözleşmelerin matbu hale gelmesiyle de tarafların müzakere olanağı ortadan kalkmıştır. Alıcı ile satıcı arasındaki anlaşma genellikle, tarafların edimlerine ilişkin olmakta diğer hususlar ise Genel İşlem Şartları içinde düzenlenmiş olduğundan, satıcı tarafından diğer tarafa dikte edilmektedir. Tüketicin Korunması Hakkında Kanunun kabulünden önce tüketiciler, uzun yıllar bundan zarar görmüşlerdir. Uzman hukukçulara hazırlattırılan standart sözleşmelerin tarafını oluşturan tüketicilerin korunması bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 5. maddesi tüketici sözleşmelerdeki haksız şartları düzenlemektedir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda yer alan bu hüküm genel işlem şartlarını değil, tüketici sözleşmelerindeki haksız şartları düzenlemektedir.



İ. Yılmaz Aslan, Ayşe Havutçu (2003), Açık İçerik Denetimi Yoluyla Tüketicinin Genel İşlem Şartlarına Karşı Korunması, Güncel Yayınevi, İzmir

Haksız Sözleşme Şartı ve Koşulları

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 5. maddesinde haksız sözleşme şartının tanımı verilmiştir. Bu tanıma göre, “*haksız şart; tüketiciyle müzakere edilmeden sözleşmeye dâhil edilen ve tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde dürüstlük kuralına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme şartlarıdır*”(TTK m. 5/1). Haksız sözleşme şartı kavramı tüketici sözleşmeleri bakımından genel işlem şartlarını da içeren geniş bir anlam ifade eder.

Eğer alan bu hüküm haksız şart oluşturur. Ancak, bir sözleşmede yer alan bir hükmün sadece tek tarafça hazırlanmış olması, bu hükmün mutlaka haksız şart sayılmasını gerektirmez. Bu şartın tek tarafça hazırlanmasından başka, aynı zamanda dengesizliğe de yol açması gerekir. Görüleceği gibi bir şartın haksız şart kabul edilebilmesi üç koşulun varlığını gerektirir:

- Sözleşmenin, tek taraflı olarak, müzakere edilmeksizin düzenlenmesi
- Tüketici aleyhine dengesizliğe sebep olması
- Bu durumun dürüstlük kurallarına aykırı olması

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 5/3'e göre "bir sözleşme şartı önceden hazırlanmış ve standart sözleşmede yer alması nedeniyle tüketici içeriğine etki edememişse, o sözleşme şartının tüketiciyle müzakere edilmediği kabul edilir." Bu hüküm, matbu sözleşme şartlarının önceden, tüketici ile tartışılmadığına ilişkin bir karine oluşturmaktadır.

"Sözleşmenin bütün olarak değerlendirilmesinden, standart sözleşme olduğu sonucuna varılırsa, bu sözleşmedeki bir şartın belirli unsurlarının veya münferit bir hükmünün müzakere edilmiş olması, sözleşmenin kalan kısmına bu maddenin uygulanmasını engellemez" (TKHK m. 5/3). Bu durumda, sözleşmedeki her bir şartın taraflara arasında müzakere edilip edilmediğinin her bir koşul için ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekir(TKHK m. 5/3 c.3).

Sözleşmeyi düzenleyen, bir standart şartın münferiden müzakere edildiğini iddia ediyorsa bunu ispatla yükümlüdür (TKHK m. 5/3 c. 2). Sözleşme şartlarının yazılı olması hâlinde, tüketicinin anlayabileceği açık ve anlaşılır bir dilin kullanılmış olması gerekir. Sözleşmede yer alan bir hükmün açık ve anlaşılır olmaması veya birden çok anlama gelmesi hâlinde; bu hüküm, tüketicinin lehine yorumlanır(TKHK m. 5/4). Kanunda yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen bazı tüketici sözleşmelerinin en az on iki punto ve koyu siyah harflerle düzenlenmesi gerekir. On iki punto olarak düzenleneceği belirtilen sözleşmeler şunlardır: taksitli satış sözleşmesi, devre tatil sözleşmesi, paket tur sözleşmesi, kampanyalı satış sözleşmesi, kapıdan satış sözleşmesi, mesafeli sözleşmeler, tüketici kredisi sözleşmesi, kredi kartı sözleşmesi, abonelik sözleşmesi). Sözleşmede bulunması gereken şartlardan bir veya birkaçının bulunmaması durumunda eksiklik sözleşmenin geçerliliğini etkilemez. Bu eksikliğin sözleşmeyi düzenleyen tarafından hemen giderilmesi gerekir (TKHK m. 5/1).

Bir sözleşme şartının haksızlığı; sözleşme konusu olan mal veya hizmetin niteliği, sözleşmenin kuruluşunda var olan şartlar ve sözleşmenin diğer hükümleri veya haksız şartın ilgili olduğu diğer bir sözleşmenin hükümleri dikkate alınmak suretiyle sözleşmenin kuruluş anına göre belirlenir (TKHK m. 5/6).

Sözleşme şartlarının haksızlığının takdirinde, bu şartlar açık ve anlaşılır bir dille yazılmış olmak koşuluyla, hem sözleşmeden doğan asli edim yükümlülükleri arasındaki hem de mal veya hizmetin piyasa değeri ile sözleşmede belirlenen fiyat arasındaki dengeye ilişkin bir değerlendirme yapılamaz (TKHK m. 5/7).

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, haksız şartların saptanması ve denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar ile sınırlayıcı olmamak üzere haksız şart olduğu kabul edilen sözleşme şartlarını belirlemek üzere Gümrük ve Ticaret Bakanlığına yetkili çıkarma yetkisi vermiştir (TKHK m. 5/9).

Haksız Sözleşme Şartının Sonuçları

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre, "tüketiciyle akdedilen sözleşmelerde yer alan haksız şartlar kesin olarak hükümsüzdür." Eğer herhangi bir sözleşmenin (kira, satım, karz vb) taraflarından birini tüketici oluşturuyorsa, diğer bir ifade ile bir tüketici sözleşmesi söz konusuysa, bu tür sözleşmelerde yer alan haksız şartlar tüketici için bağlayıcı olmayacaktır (TKHK m. 5/2). Burada tüketici açısından tek taraflı bağlamazlık söz konusudur. Yani bu şart sadece tüketiciyi bağlamayacaktır.

Sözleşmenin haksız şartlar dışındaki hükümleri geçerliliğini korur. Bu durumda sözleşmeyi düzenleyen, kesin olarak hükümsüz sayılan şartlar olmasaydı diğer hükümlerle sözleşmeyi yapmayacak olduğunu ileri süremez(TKHK m. 5/2 c. 3).

SATIŞTAN KAÇINMA

Tüketiciler bazen belli bir malı almak istediklerinde veya bir hizmet talep ettiklerinde karşı taraf bundan kaçınabilmektedir. Hiçbir nedene bağlı olmaksızın mal ve hizmetin sunumundan kaçınmak mümkün değildir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 6'da mal ve hizmetlerin satışından kaçınmayla ilgili hükümlere yer verilmiş, hangi hallerde satıştan kaçınılabileceği açıkça ortaya konulmuştur. Satıcının vitrinde, rafta, elektronik ortamda veya açıkça görülebilir herhangi bir yerde teşhir edilen malın, satılık olmadığı belirtilen bir ibareye yer verilmedikçe satışından kaçınması mümkün değildir. Aynı şekilde hizmet sağlayıcı da hizmet sağlamaktan haklı bir sebep olmaksızın kaçınamayacaktır(TKHK m. 6/1).

Ticari veya mesleki amaçlarla hareket edenler; aksine bir teamül, ticari örf veya adet ya da haklı bir sebep yoksa bir mal veya hizmetin satışını o mal veya hizmetin, kendisi tarafından belirlenen miktar, sayı, ebat gibi koşullara ya da başka bir mal veya hizmetin satın alınması şartına bağlayamaz(TKHK m. 6/2).

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Bakanlık ve belediyeleri, satıştan kaçınmaya ilgili Kanunun 6. maddesindeki hükümlerinin uygulanması ve izlenmesine ilişkin işleri yürütmekle görevlendirmiştir (TKHK m. 6/3).

SİPARİŞ EDİLMİYEN MAL VE HİZMETLER

Bazen tüketicilere sipariş edilmemiş mallar gönderilmekte veya hizmetler sunulmaktadır. Acaba bu durumda ne gibi sonuçlar doğacaktır? Bu konuya ilişkin herhangi bir düzenlemenin bulunmaması halinde tüketici bazı tehlikelerle karşı karşıya kalabilecektir. Örneğin tüketici kendisine gönderilen malı saklamak ya da geri göndermek zorunda mıdır? Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 7. maddesinde sipariş edilmeyen mal hizmetlere yer verilmiştir. Sipariş edilmeyen malların gönderilmesi ya da hizmetlerin sunulması durumunda, tüketiciye karşı herhangi bir hak ileri sürülemez. Bu hâllerde, tüketicinin sessiz kalması ya da mal veya hizmeti kullanmış olması, sözleşmenin kurulmasına yönelik kabul beyanı olarak yorumlanamaz. Tüketicinin malı geri göndermek veya muhafaza etmek gibi bir yükümlülüğü yoktur (TKHK m. 7/1).

Satıcı ya da sağlayıcı bir mal veya hizmetin sipariş edildiğini iddia ediyor ise bu iddiasını ispat etmek zorundadır (TKHK m. 7/2).

AYIPLI MAL VE HİZMETLER

Mal Kavramı

Tüketicinin Korunması hakkındaki Kanunun 3/h maddesine göre, 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*” ifade eder. TKHK kapsamında şunlar mal olarak kabul edilir:

- Alışverişe Konu Olan Taşınır Eşya
- Konut ve Tatil Amaçlı Taşınmaz Mallar
- Elektronik Ortamda Kullanılmak Üzere Hazırlanan Yazılım, Ses, Görüntü ve Benzeri Maddi Olmayan Mallar
- Tarımsal Ürünler, Toprağı İşleyerek Elde Edilen Sebze ve Meyve, Hayvancılıkla Elde Edilen İşlenmemiş Et ve Süt
- Avlanma Sonucu Elde Edilen Şeyler
- Bir Başka Taşınır ya da Taşınmazın Bütünleyici Parçası Haline Gelecek Şekilde Onunla Birleşen ya da Monte Edilen Taşınır

TKHK anlamında mal kavramına öncelikle alışverişe konu olan taşınır eşyalar girer. Taşınır, taşınmaz ya da gayri maddi malların TKHK kapsamında korumadan yararlanabilmesi için alışverişe konu edilmiş olmaları gerekir.

Taşınmaz malların tamamı TKHK kapsamına girmez. TKHK kapsamındaki taşınmaz mallar sadece konut ve tatil amaçlı taşınmazlardır. Bu nedenle, örneğin, bir arsa ya da dükkân TKHK kapsamında giren taşınmaz mallar içerisinde yer almadığı için, tüketicinin bu tür mallarla ilgili, ayıplı mallara ilişkin korumadan yararlanması mümkün değildir.

Elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri gayri maddi mallar da TKHK anlamında mal kavramına dâhildir. Örneğin bir CD içinde yer alan bir bilgisayar programı TKHK kapsamında değerlendirilecek ve tüketici Tüketicinin Korunması hakkındaki Kanuna dayanarak ayıplı mallara ilişkin korumadan yararlanabilecektir.

Canlı, cansız hayvanlar ile tarım ve hayvancılık ürünleri de taşınır mal kapsamındadır.

Taşınır mal, bağımsız bir işleve sahip olabileceği gibi bir başka taşınır ya da taşınmazın bütünleyici parçası durumunda da olabilir.



İkinci el ürünler de 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamına girmektedir.

Hizmet Kavramı

Tüketicinin Korunması hakkındaki Kanunun 3/d maddesine göre, hizmet, *bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan ya da yapılması taahhüt edilen mal sağlama dışındaki her türlü tüketici işleminin konusunu* ifade eder. Hizmet, kişiye yönelik (tedavi, bakım, bilgilendirme, koruma, konaklama, yolcu taşıma gibi) olabileceği gibi, bir mala yönelik (tamir, temizlik, saklanma, taşıma, boyama vb.) olması da mümkündür.

Elektrik akımı ve tesisatı, kanunumuzda özel olarak sayılmamakla birlikte, TKHK’da yer alan “hizmet” tanımı mal satışı dışında kalan her şeyi kapsamaktadır. Bu nedenle, elektrik mal olarak kabul edilmese bile hizmet tanımı kapsamına girer.

Hizmet, bedenî çalışma veya fikrî çalışma şeklinde olabileceği gibi hem bedeni hem de fikri bir çalışmayı da içerebilir.

Aynı mallarda olduğu gibi, hizmetin de TKHK kapsamına girmesi için, bu hizmetin bir ücret ya da parasal bir çıkar karşılığı yapılması gerekir.



Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre, mal ve hizmet ne anlama gelir?



Elektrik akımı ve tesisatı mal sayılır mı?

Ayıplı Mal ve Hizmetler

Genel anlamıyla ayıp, bir mal ya da hizmette bulunması gereken niteliklerde eksiklik olarak tanımlanabilir.

Türk Borçlar Kanunu m.219/1’e göre, “*Satıcı, alıcıya karşı herhangi bir surette bildirdiği niteliklerin satılarda bulunmaması sebebiyle sorumlu olduğu gibi, nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan, kullanım amacı bakımından değerini ve alıcının ondan beklediği faydaları ortadan kaldıran veya önemli ölçüde azaltan maddi, hukuki ya da ekonomik ayıpların bulunmasından da sorumlu olur.*”

Ayıplı mal ve hizmetler Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 8-16 maddeleri arasında düzenlenmiştir.

Ayıplı Mal

Ayıplı malın tanımı TKHK m. 8/1’de verilmiştir. Bu tanıma göre “ayıplı mal, tüketiciye teslimi anında, taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması ya da objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşıyamaması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan maldır.”

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 8/2’ye göre, “ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanma kılavuzunda, internet portalında ya da reklam ve ilanlarında yer alan özelliklerinden bir veya birden fazlasını taşımayan; satıcı tarafından bildirilen veya teknik düzenlemesinde tespit edilen niteliğe aykırı olan; muadili olan malların kullanım amacını karşılamayan, tüketicinin makul olarak beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren mallar da ayıplı olarak kabul edilir.”

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 8/3’e göre ise, “sözleşmeye konu olan malın, sözleşmede kararlaştırılan süre içinde teslim edilmemesi veya montajının satıcı tarafından veya onun sorumluluğu altında gerçekleştirildiği durumlarda gereği gibi monte edilmemesi sözleşmeye aykırı ifa olarak değerlendirilir. Malın montajının tüketici tarafından yapılmasının öngörüldüğü hâllerde, montaj talimatındaki yanlışlık veya eksiklik nedeniyle montaj hatalı yapılmışsa, sözleşmeye aykırı ifa söz konusu olur.

Bir mal ya da hizmetin sahip olması beklenen nitelikler, taraflarca kararlaştırılmış olan veya objektif olarak sahip olması gereken ya da satıcı tarafından tüketiciye bildirilmiş özelliklere göre saptanabileceği gibi, mal veya hizmetin kullanım amacı ve ondan beklenen faydaya göre de saptanabilir. Eğer bir mal taraflarca kararlaştırılmış olan, objektif olarak sahip olması gereken, satıcı tarafından tüketiciye bildirilmiş olan ya da normal olarak ondan beklenen niteliklere sahip değilse ayıplı mal söz konusudur.

Bir mal ya da hizmetin sahip olması beklenen nitelikler, taraflarca kararlaştırılmış olan veya objektif olarak sahip olması gereken özellikler ise, teslim anında malın bu özelliklere sahip olmaması halinde mal ayıplı sayılacaktır. Malda bulunması gereken niteliklerdeki eksikliklerin hukuki anlamda eksiklik olarak sayılabilmesi için malın değerinde azalmaya neden olması veya kullanımından beklenen yararları azaltması gerekir.

TKHK m. 8’de ayıplı mala ilişkin olarak dört durum ortaya konulmuştur:

- **Taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması**
- **Objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşıyamaması**

- ***Bildirimlere Aykırılık***

Malın belli niteliklere sahip olduğunu ifade eden bu bildirimler, ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanma kılavuzunda, internet portalında ya da reklam ve ilanlarında yer alan genele yapılmış bildirimler olabilir. Ayrıca, mal veya hizmetin nitelikleri bizzat satıcı tarafından belirli bir tüketiciye vaat edilmiş de olabilir.

- ***Aynı Özellikteki Tüm Mallarda Bulunması Gerekli Nitelik Eksiklikleri***

Gerekli niteliklerdeki eksiklik, öncelikle standart ve teknik düzenlemelere göre belirlenir. Tüketicie sunulan mallar; ilgili bakanlıklar tarafından Resmi Gazetede yayımlanarak mecburi uygulamaya konulan standartlar dâhil olmak üzere uyulması zorunlu olan teknik düzenlemeye uygun olmalıdır. İlgili bakanlıklar, bu esaslara göre denetim yapmak veya yaptırmakla görevlidir. Mal denetimine ilişkin usul ve esaslar her bir ilgili bakanlıkça ayrı ayrı tespit ve ilan edilir. Buna göre standardı olan mallar için, teknik düzenlemelerle belirlenmiş olan standartlara aykırılık ayıp sayılır.

Standartlara ve teknik düzenlemelere aykırılıkta, tüketiciye karşı yapılmış bir bildirimin varlığı ya da maldan beklenen faydanın azalması koşulları aranmaksızın ayıp söz konusu olmaktadır. Burada standarttan anlaşılması gereken mecburi standartlardır. İhtiyari standartlara uyup uymamakta üretici serbesttir. Diğer bir ifade ile sadece zorunlu standartlarda belirtilen nitelik veya niceliklere aykırılık ayıp sayılacaktır.

Belli bir standardı olmayan mallarda ise, malın zorunlu olarak sahip olması gereken niteliklerin bulunup bulunmadığını saptarken, malın kullanım amacı ve tüketicinin bu maldan beklediği fayda dikkate alınacaktır. Burada ölçü, ortalama bilgi ve tecrübe düzeyine sahip bir tüketicinin maldan beklediği faydadır.

Ayıplı Hizmet

Ayıplı hizmetin tanımı TKHK m. 13/1’de verilmiştir. Bu tanıma göre “ayıplı hizmet, sözleşmede belirlenen süre içinde başlamaması veya taraflarca kararlaştırılmış olan ve objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşımaması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan hizmettir.”

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 13/2’ye göre, “hizmet sağlayıcısı tarafından bildirilen, internet portalında veya reklam ve ilanlarında yer alan özellikleri taşımayan ya da yararlanma amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan makul olarak beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren hizmetler ayıplıdır.”

TKHK m. 4/1’de malın “tahsis veya kullanım amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikleri içeren mallar” ayıplı sayılmaktadır. Yine aynı şekilde TKHK m. 4A/1’de hizmetten “yararlanma amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler” ayıplı hizmet olarak kabul edilmektedir. Bu ifadelerden açıkça anlaşılacağı gibi dört tür ayıp söz konusudur. Bunlar; maddi, hukuki ve ekonomik ayıp ve miktar eksikliğinden kaynaklanan ayıptır.

TKHK m. 13’de ayıplı mala ilişkin olarak beş durum ortaya konulmuştur:

- ***Sözleşmede belirlenen süre içinde başlamaması***
- ***Taraflarca kararlaştırılmış olan özellikleri taşımaması***
- ***Objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşımaması***
- ***Bildirimlere Aykırılık***

Hizmetin belli niteliklere sahip olduğunu ifade eden bu bildirimler, internet portalında veya reklam ve ilanlarında yer alan genele yapılmış bildirimler olabilir. Ayrıca, mal veya hizmetin nitelikleri bizzat satıcı tarafından belirli bir tüketiciye vaat edilmiş de olabilir.

- ***Hizmette Bulunması Gerekli Nitelik Eksiklikleri***

Bir hizmette zorunlu olarak sahip olması gereken niteliklerin bulunup bulunmadığını saptarken, hizmetten yararlanma amacı veya tüketicinin hizmetten makul olarak beklediği faydaları dikkate alınacaktır. Burada ölçü, ortalama bilgi ve tecrübe düzeyine sahip bir tüketicinin hizmetten beklediği faydadır.

Ayıp Türleri

- **Maddi Ayıp**

Satına alınan bir malın ya da sunulan hizmetin, tüketicinin bu mal ya da hizmetten beklediği amaçları gerçekleştirecek nitelikte olması gerekir.

Eğer tüketici eşyanın fiziki yapısındaki bazı eksiklikler nedeniyle beklenen amacı gerçekleştiremiyorsa maddi ayıp söz konusu olur. Eşyanın, bozuk, yırtık, kırık, çatlak, lekeli, sökükleme gibi hallerde maddi ayıp söz konusudur. Örneğin koşu atının hasta olması, arabanın motorunun bozuk olması, televizyonun göstermemesi, satın alınan vazanın çatlak, elbisenin yırtık veya lekeli olması gibi durumlarda maddi ayıp söz konusudur.

- **Hukuki Ayıp**

Satılan malda ya da sunulan hizmette, maddi anlamda bir kusur ve eksik olmamasına karşın; bazı yasaklamalar ve sınırlamalar nedeniyle alıcının maldan ya da hizmetten yararlanması engellenir, azalır veya ortadan kalkarsa, hukuki ayıp söz konusudur. Örneğin satın alınan malın başkasının markasını veya telif haklarını ihlal etmesi, hacizli olması, gümrük idaresince el konulması, ya da içki servisinin olduğu söylenen bir otelde içki ruhsatının iptali nedeniyle içki servisinin yapılamaması halinde hukuki ayıp söz konusudur.

- **Ekonomik Ayıp**

Alıcının maldan beklediği yararlanma ve kullanma olanağını azaltan, kullanma olanağı bulunmasına karşın malın ekonomik değerini azaltan ya da hizmetten beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran ekonomik eksikliklerin bulunmasıdır. Saatte 250 km. hız yaptığı belirtilen bir arabanın en fazla 160 km hız yapması, çamaşır makinesinin tanıtım kılavuzunda belirtilenden daha fazla su harcaması, bir buzdolabının satıcının belirttiğinden daha fazla elektrik tüketmesi, elektrik tasarrufu sağlayacağı belirtilen bir ampulün belirtildiği gibi tasarruf sağlamaması durumunda ekonomik ayıp söz konusudur. Aynı şekilde denize sıfır olduğu söylenen bir otelin denize uzak olması nedeniyle denize ulaşım masraflarına katlanılıyor olması halinde ekonomik ayıp söz konusudur.

Ayıplı Mal ve Hizmetten Dolayı Sorumluluk

Ayıplı mal veya hizmetten dolayı sorumluluk doğabilmesi için bazı koşulların varlığı gerekir. Bu koşullar şunlardır:

- **Ortada Ayıp Sayılan Bir Eksikliğin Bulunması**

Ayıplı mal veya hizmet nedeniyle sorumluluğun doğabilmesi için ortada, maddi, hukuki, ekonomik bir ayıbın bulunması gerekir.

- **Ayıbın, Malın Yarar ve Zararının Alıcıya Geçtiği Anda Var Olması**

Bu ayıplı mallara ilişkin olup, ayıbın ne zaman oluştuğunu ve buna göre ayıptan kimin sorumlu olacağını saptamak açısından önemlidir. Kural olarak, satılanın yarar ve hasarı taşınır satışlarında zilyetliğin devrinden, taşınmaz satışlarında ise tescil anından sonra alıcıya geçer (TBK. m. 208). Bu nedenle ayıplı maldan dolayı bir sorumluluğun doğabilmesi için ayıbın, taşınırlarda zilyetliğin devredildiği anda, taşınmazlarda ise tescil anında var olması gerekir. Devir veya tescilden sonra ortaya çıkan ayıplardan satıcı sorumlu değildir.

- **Tüketicinin, Malı ya da Hizmeti Ayıbın Varlığını Bilmeksizin Satın Almış Olması**

Ayıplı mal veya hizmet nedeni ile sorumluluğun doğabilmesi için tüketicinin mal veya hizmeti ayıplı olduğunu bilmeden satın alması gerekir. Eğer alıcı ayıplı mal veya hizmetteki bilerek satın almışsa ayıp nedeniyle sorumluluk söz konusu olmaz. Ancak şunu da ifade edelim, satıcının ayıplı mal ve hizmetten sorumlu olabilmesi için ayıbın varlığını bilmesi gerekmez.

Satıcı, malı satış sözleşmesine uygun olarak tüketiciye teslim etmekle yükümlüdür (TKHK m. 9/1).

Satıcı, kendisinden kaynaklanmayan reklam yoluyla yapılan açıklamalardan haberdar olmadığını ve haberdar olmasının da kendisinden beklenemeyeceğini veya yapılan açıklamanın içeriğinin satış sözleşmesinin akdi anında düzeltilmiş olduğunu veya satış sözleşmesi kurulma kararının bu açıklama ile nedensellik bağı içinde olmadığını ispatladığı takdirde açıklamanın içeriği ile bağılı olmaz (TKHK m. 9/2).

Teslim tarihinden itibaren altı ay içinde ortaya çıkan ayıpların, teslim tarihinde var olduğu kabul edilir. Bu durumda malın ayıplı olmadığına ispatı satıcıya aittir. Bu karine, malın veya ayıbın niteliği ile bağdaşmıyor ise uygulanmaz (TKHK m. 10/1).

Tüketicinin, sözleşmenin kurulduğu tarihte ayıptan haberdar olduğu veya haberdar olmasının kendisinden beklendiği hâllerde, sözleşmeye aykırılık söz konusu olmaz. Bunların dışındaki ayıplara karşı tüketicinin seçimlik hakları saklıdır(TKHK m. 10/2).

Satışa sunulacak ayıplı mal üzerine ya da ambalajına, üretici, ithalatçı veya satıcı tarafından tüketicinin kolaylıkla okuyabileceği şekilde malın ayıbına ilişkin açıklayıcı bilgiyi içeren bir etiket konulur. Bu etiketin tüketiciye verilmesi veya ayıba ilişkin açıklayıcı bilginin tüketiciye verilen fatura, fiş veya satış belgesi üzerinde açıkça gösterilmesi zorunludur. Teknik düzenlemesine uygun olmayan ürünler ise hiçbir şekilde piyasaya arz edilemez. Bu ürünlere, Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun ve ilgili diğer mevzuat hükümleri uygulanır(TKHK m. 10/3).

Ayıplı hizmet nedeniyle sağlayıcı, hizmeti sözleşmeye uygun olarak ifa etmekle yükümlüdür(TKHK m. 14).

Sağlayıcı, kendisinden kaynaklanmayan reklam yoluyla yapılan açıklamalardan haberdar olmadığını ve haberdar olmasının da kendisinden beklenemeyeceğini veya yapılan açıklamanın içeriğinin hizmet sözleşmesinin kurulduğu tarihte düzeltilmiş olduğunu veya hizmet sözleşmesinin kurulması kararının bu açıklama ile nedensellik bağı içermediğini ispatladığı takdirde açıklamanın içeriği ile bağlı olmaz(TKHK m. 14).



Satılanın yarar ve hasarı alıcıya ne zaman geçer?

Ayıplı Mal Nedeniyle Tüketicie Tanınan Haklar

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun 11. maddesine göre, tüketiciye satın aldığı malın ayıplı çıkması halinde bir takım haklar tanınmıştır. Tüketici, ayıplı mal nedeniyle şu hakları kullanabilir:

- Satılanı geri vermeye hazır olduğunu bildirerek sözleşmeden dönme
- Ayıp oranında bedel indirimi isteme
- Aşırı bir masraf gerektirmediği takdirde satılanın ücretsiz onarılmasını isteme
- Olanak varsa malın ayıpsız yenisiyle değiştirilmesini isteme

Tüketici, bu haklardan dilediğini seçebilir. Satıcı, tüketicinin tercih ettiği hakka ilişkin istemini yerine getirmekle yükümlüdür.

Ücretsiz onarım veya malın ayıpsız misli ile değiştirilmesi hakları üretici veya ithalatçıya karşı da kullanılabilir. TKHK ile tüketicinin dört seçimlik hakkından dolayı öncelikli sorumluluk satıcıya verilmiş olmakla birlikte, tüketici, “ücretsiz onarım” ve “malın ayıpsız misli ile değiştirilmesi” taleplerini üretici veya ithalatçıya karşı da yöneltebilir. Tüketicinin, “ücretsiz onarım” veya “malın ayıpsız misli ile değiştirilmesi” taleplerinin yerine getirilmesi konusunda satıcı, üretici ve ithalatçının müteselsil sorumluluğu vardır. Üretici veya ithalatçı, malın kendisi tarafından piyasaya sürülmesinden sonra ayıbın doğduğunu ispat ettiği takdirde sorumlu tutulmaz.

Ücretsiz onarım veya malın ayıpsız misli ile değiştirilmesinin satıcı için orantısız güçlükleri beraberinde getirecek olması hâlinde tüketici, sözleşmeden dönme veya ayıp oranında bedelden indirim haklarından birini kullanabilir. Orantısızlığın tayininde malın ayıpsız değeri, ayıbın önemi ve diğer seçimlik haklara başvurma tüketicisi açısından sorun teşkil edip etmeyeceği gibi hususlar dikkate alınır.

Ücretsiz onarım veya malın ayıpsız misli ile değiştirilmesi haklarından birinin seçilmesi durumunda bu talebin satıcıya, üreticiye veya ithalatçıya yöneltilmesinden itibaren azami otuz iş günü, konut ve tatil amaçlı taşınmazlarda ise altmış iş günü içinde yerine getirilmesi zorunludur. Ancak, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 58 inci maddesi uyarınca çıkarılan yönetmelik eki listede yer alan mallara ilişkin, tüketicinin ücretsiz onarım talebi, yönetmelikte belirlenen azami tamir süresi içinde yerine getirilir. Aksi hâlde tüketici diğer seçimlik haklarını kullanmakta serbesttir.

Tüketicinin sözleşmeden dönme veya ayıp oranında bedelden indirim hakkını seçtiği durumlarda, ödemiş olduğu bedelin tümü veya bedelden yapılan indirim tutarı derhâl tüketiciye iade edilir.

Seçimlik hakların kullanılması nedeniyle ortaya çıkan tüm masraflar, tüketicinin seçtiği hakkı yerine getiren tarafça karşılanır. Tüketici bu seçimlik haklarından biri ile birlikte Türk Borçlar Kanunu hükümleri uyarınca tazminat da talep edebilir.

Kanunlarda veya taraflar arasındaki sözleşmede daha uzun bir süre belirlenmediği takdirde, ayıplı maldan sorumluluk, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile, malın tüketiciye teslim tarihinden itibaren iki yıllık zamanaşımına tabidir. Bu süre konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallarda taşınmazın teslim tarihinden itibaren beş yıldır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 10/3 saklı olmak üzere ikinci el satışlarda satıcının ayıplı maldan sorumluluğu bir yıldan, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallarda ise üç yıldan az olamaz.

Ayıp, ağır kusur ya da hile ile gizlenmişse zamanaşımı hükümleri uygulanmaz.

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun m. 56'da bazı malların garanti belgesi ile satılması zorunlu tutulmuştur. Hangi malların garanti belgesi ile satılmak zorunda olduğu ile diğer uygulama usul ve esasları Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından çıkarılan yönetmelikle belirlenir.

Garanti süresi malın teslim tarihinden itibaren başlamak üzere asgari iki yıldır. Ancak, özelliği nedeniyle bazı malların garanti şartları Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından başka bir ölçü birimi ile belirlenebilir.

Tüketici TKHK m. 11 'de belirtilen ve yukarıda açıklamış olduğumuz seçimlik haklarından onarım hakkını kullanmışsa, malın garanti süresi içinde tekrar arızalanması veya tamiri için gereken azami sürenin aşılması veya tamirinin mümkün bulunmadığının anlaşılması hâllerinde diğer seçimlik haklarını kullanabilir. Satıcı tüketicinin talebini reddedemez. Bu talebin yerine getirilmemesi durumunda satıcı, üretici ve ithalatçı zincirleme (müteselsilen) sorumludur.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 57. maddesinde ayrıca ihtiyari (isteğe bağlı) garantiye de yer verilmiştir. Bu garanti, tüketicinin yasal hakları saklı kalmak kaydıyla mal veya hizmetle ilgili; değişim, onarım, bakım, bedel iadesi ve benzeri hususlarda satıcı, sağlayıcı, üretici veya ithalatçı tarafından verilen ilave taahhüdü ifade eder.

İsteğe bağlı olarak verilen garanti taahhüdü süresince, taahhüt edilen hakların kullanılması nedeniyle tüketiciden masraf talep edilemez.

İsteğe bağlı garanti taahhüdünde bulunan, taahhüdünün yanı sıra ilgili reklam ve ilanlarında yer alan ifadelerle de bağlıdır. Bu taahhütte, tüketicinin yasal haklarının saklı olduğu, garantiden faydalanma koşulları, süresi, garanti verenin adı ile iletişim bilgileri yer almak zorundadır.

İsteğe bağlı garanti taahhüdünün tüketicie yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile verilmesi zorunludur.

Her ne kadar isteğe bağlı garanti taahhüdünde bulunmanın özellikleri TKHK'da belirtilmiş ise de garanti taahhüdü, bu maddede öngörülen özellikleri taşımasa bile taahhütte bulunanı bağlar.

Ayıplı Hizmet Nedeniyle Tüketicie Tanınan Haklar

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun m. 13'de tüketicinin ayıplı hizmet nedeniyle sahip olduğu haklar belirtmiştir. Tüketici, ayıplı hizmet nedeniyle sağlayıcıya başvurarak şu hakları kullanabilir:

- Hizmetin yeniden görülmesi
- Hizmet sonucu ortaya çıkan eserin ücretsiz onarımı
- Ayıp oranında bedelden indirim
- Sözleşmeden dönme

Tüketici bu haklarından birini sağlayıcıya karşı kullanmakta serbesttir Sağlayıcı, tüketicinin seçtiği hakla ilgili istemini yerine getirmekle yükümlüdür. Seçimlik hakların kullanılması nedeniyle ortaya çıkan tüm masraflar sağlayıcı tarafından karşılanır. Tüketici, bu seçimlik haklarından biri ile birlikte, Türk Borçlar Kanunu hükümleri uyarınca uğramış olduğu zararın giderilmesini de isteyebilir.

Durumun gereği olarak ücretsiz onarım ve hizmetin yeniden görülmesi, sağlayıcı için orantısız güçlükleri beraberinde getirecek olması hâlinde tüketici, bu seçimlik haklarını kullanamaz. Orantısızlığın belirlenmesinde hizmetin ayıpsız değeri, ayıbın önemi ve diğer seçimlik haklara başvurma tüketicie açısından sorun oluşturup oluşturmayacağı gibi hususlar dikkate alınır. Tüketicinin sözleşmeden dönme veya ayıp oranında bedelden indirim hakkını seçtiği durumlarda, ödemiş olduğu bedelin tümü veya bedelden indirim yapılan tutar derhâl tüketicie iade edilir.

Ücretsiz onarım veya hizmetin yeniden görülmesinin seçildiği hâllerde, hizmetin niteliği ve tüketicinin bu hizmetten yararlanma amacı dikkate alındığında, makul sayılabilecek bir süre içinde ve tüketici için ciddi sorunlar doğurmayacak şekilde bu talep sağlayıcı tarafından yerine getirilir. Her hâlükkârda bu süre talebin sağlayıcıya yöneltilmesinden itibaren otuz iş gününü geçemez. Aksi takdirde tüketici diğer seçimlik haklarını kullanmakta serbesttir.

Ayıplı Malın Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk

TKHK'da ayıplı mal tanımlanmıştır. Buna göre, *“Ayıplı mal, tüketiciye teslimi anında, taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması ya da objektif olarak sahip olması gereken*

özellikleri taşıyamaması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan maldır” Bu tanımdan anlaşıldığı gibi, bir ürünün objektif olarak belli özelliklere sahip olması gerekir. Bu nedenle ürün, benzeri ürünlerden genel olarak beklenebilecek asgari güvenliği de sağlamalıdır. Eğer bir mal, kendisi ile benzer mallardan beklenebilecek asgari güvenlik koşullarına uygun değilse, bu mal ayıptır.

Ayıplı bir mal veya hizmet, başkaca mallara veya kişilere de zarar verebilir. Örneğin, arızalı olduğu için cep telefonunun bataryasının patlaması sonucu yaralanmaya neden olması, elektrik kaçağı olan bir saç kurutma makinesinin kişinin saçlarını yakması ya da yangına yol açması. Aynı şekilde ayıplı hizmetler de hizmetteki yarar eksikliği dışında zararlara neden olabilir. Örneğin, düzenlenen bir toplantı için kiralanan salonda salon sahibinin üstlendiği yemeklerin zehirlenmeye yol açması. Burada söz konusu olan zararlar ayıplı mal veya hizmet nedeniyle başka mallara ve şahıslara gelen zararlardır.

Tüketici ayıplı malın neden olduğu zararlardan dolayı Türk Borçlar Kanunu hükümlerine dayanarak tazminat talep edebilir.

ALDATICI REKLAMLAR

Günlük yaşamımızda reklamlarla her yerde karşılaşırız. Reklamlar, genellikle, yazılı basında veya televizyonda yer alırlar. Reklamlar bazen de, farklı şekilde, reklâm aracı işlevi bulunmayan nesneler üzerinde karşımıza çıkar ve dikkatimizi çekerler. Örneğin üzerinde reklâm bulunan çantalar, uçan balonlar, biletlere ve fişler, alışveriş kartları veya taşıma sektöründeki otobüs ve trenler gibi.

İşletmeler açısından tanıtım aracı olan reklam, mal ve hizmetlerini tüketicilere tanıtmının, kabul ettirmenin ve rakiplerine üstünlük sağlamanın bir yolu olarak görülmektedir. Ancak, işletmelerin kendilerini ve mal ve hizmetlerini tanıtmaya açısından önemi yadsınamaz olan reklamın kontrolsüz olmasının özellikle tüketiciler açısından sakıncalar yaratacağı da açıktır. Bu nedenle tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de reklamlara uygulanacak düzenlemelere yer verilmiş reklamın kötüye kullanılmaması için yasa koyucu tarafından bir takım sınırlamalar getirilmiştir.

Türk hukukunda reklamlara uygulanabilecek genel ve özel pek çok hükümler söz konusudur. Türk hukuk mevzuatında doğrudan reklama ilişkin kanun ve yönetmeliklerin yanında, dolaylı olarak reklama uygulanabilecek kurallar da bulunmaktadır. Reklamla dolaylı olarak ilgili olan düzenlemeler daha çok nelerin reklam ya da ilan olarak nitelenemeyeceğini belirten ve yasaklar içeren kurallardır.

Reklamlara uygulanacak temel hukuk kaynağı elbette ki aldatıcı reklamlara karşı tüketicilerin korunmasını amaçlayan Tüketicinin Korunması Hakkında Kanundur.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda reklamlarla ilgili düzenlemelere, "Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar" başlığını taşıyan 61. maddesi ile "Reklam Kurulu" başlığını taşıyan 63. maddede yer verilmiştir.

Reklam Kavramı ve Hukuki Niteliği

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m.61/1'e göre *"ticari reklam, ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı olarak; bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralınmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla reklam verenler tarafından herhangi bir mecrada yazılı, görsel, işitsel ve benzeri yollarla gerçekleştirilen pazarlama iletişimi niteliğindeki duyurulardır."*

Reklam bir mal veya hizmetin satın alınmasını sağlama amacına yöneliktir. Reklam, çeşitli mal ve hizmetlerin sürümünü artırmak amacıyla yapılan satış yöntemlerinden birisidir. Bu nedenle reklam, reklamı yapan ile bu mala gereksinim duyan kişi arasında bir hukuki işlemin, bir sözleşmenin yapılmasına yol açar.

Herhangi bir reklamın hukuki niteliğini saptamak için, her bir reklamın içeriğine bakmak gerekir. Reklam, bir sözleşmenin esaslı unsurlarını içeriyorsa, mal veya hizmetin niteliklerini, ödenecek bedeli açıkça ortaya koyuyor ise ve reklamı yapan ciddi ise, aksini açıkça belirtmiyorsa reklamın öneri kabul edilmesi gerekir. Eğer reklam önerinin unsurlarını içermiyorsa, genellikle öneriye davet olduğu kabul edilmelidir. Ancak bazı hallerde reklamın ilan suretiyle vaat şeklinde nitelenmesi de mümkün olabilir.

Reklam İlkeleri

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61. maddesinde, ticari reklamlarda uyulması gereken ilkeler belirtilmiştir.

TKHK m. 61/2'ye göre; *"ticari reklamların, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır."* Ahlaka aykırılık ve dürüstlük ilkesine ilişkin kıstasların saptanmasında, hâkimin dünya görüşü, bulunduğu yerdeki ahlak anlayışı ve değer yargıları önemlidir. Kanunun 61/2 maddesinde sayılan ilkeler çok genel olup, uygulanmalarında

değer yargılarına ve hâkimin takdirine büyük ölçüde yer veren ilkelerdir. TKHK m. 61’de bu genel ilkelerin yanında diğer ilkelere de yer verilmiştir. Bu ilkeleri şu şekilde sıralayabiliriz:

- Tüketiciiyi aldatıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve engellileri istismar edici ticari reklam yapılamaz (TKHK m. 61/3).
- Reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yazı, haber, yayın ve programlarda, mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticari unvan veya işletme adlarının reklam yapmak amacıyla yer alması ve tanıtıcı mahiyette sunulması örtülü reklam olarak kabul edilir. Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır(TKHK m. 61/4).

Aynı ihtiyaçları karşılayan ya da aynı amaca yönelik rakip mal veya hizmetlerin karşılaştırmalı reklamı yapılabilir(TKHK m. 61/5).

Reklam verenler ticari reklamlarında yer alan iddiaların doğruluğunu ispatla yükümlüdür(TKHK m. 61/6).

Reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları TTK’nun 61. maddesinin hükümlerine uymakla yükümlüdür(TKHK m. 61/7).

Aldatıcı Reklam Kavramı

Reklamlar tüketiciler için mal, hizmet ve markalar konusunda bilgi kaynağı oluşturmaktadır. Tüketiciler genellikle bu bilgi kaynağına dayanarak tercihte bulunurlar. Bu nedenle reklamlarda verilen mesajların ve içeriklerinin doğru olması gerekir.

Reklamın yöneldiği kitle bir mal, hizmet veya marka konusunda bilgilendirilirken bu bilgiler gerçeği yansıtmayabilir. Aldatıcı reklam, ulaştığı kişileri yanlış yönlendiren ve reklamı yapılan ürün veya hizmetle ilgili yanlış ya da yanıltma olasılığı olan reklamlardır. Eğer bir malı veya hizmeti alma ya da bir markaya güvenip güvenmeme konusunda tüketici yanlış yönlendiriliyor ve tüketicinin satın alma kararı yanlış etkileniyorsa reklamın aldatıcı olma olasılığı vardır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61/3. maddesinde aldatıcı reklamın yanı sıra ayrıca tüketicinin bilgi ve tecrübe noksanlıklarını istismar edici reklamlardan da söz edilmektedir.

Tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliğinden yararlanarak, tüketicileri istismar eden reklamlar da yasaklanmış olduğundan, bu reklamlar da aldatıcı reklam oluşturmaktadır. Bu nedenle bir reklamın aldatıcı olup olmadığını saptarken, her bir olayın kendine özgü koşullarıyla birlikte, bilgisiz ve tecrübesiz bir tüketiciiyi aldatıp aldatamayacağının da değerlendirilmesi gerekir.

Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketici Hakları

Aldatıcı reklamlara karşı tüketici değişik haklara sahiptir. Aldatıcı reklamlara karşı tüketici şu yollara başvurabilir: (i) Ayıplı mal nedeniyle seçimlik tüketici haklarına dayanma, (ii) Reklam kuruluna şikâyet (iii) Genel hükümlerden yararlanmak

• Ayıplı Mal Nedeniyle Seçimlik Tüketici Hakları

Reklamların tüketiciiyi mal ve hizmetler hakkında bilgilendirdiğini ifade etmiştik. Bundan başka reklamın hukuki niteliğini ortaya koyarken de reklamın bir öneri (icap) niteliğine sahip olabileceğini de belirtmiştik. Bu açıdan bakıldığında, bir reklamda bir mal ve hizmete ilişkin bir takım özellikleri açısından vaatler yer alıyor ise, bu vaat edilen özelliklerin mal ya da hizmette bulunmaması, mal ya da hizmetin ayıplı sayılmasına neden olacaktır. Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun ayıplı malı düzenleyen m. 8/2 ve ayıplı hizmeti düzenleyen m. 13/2 satıcı tarafından reklam ve ilan edilen vasıfların mal ya da hizmette bulunmaması ayıp olarak kabul edilmiştir. Bu durumda tüketici ayıplı mal ya da hizmete ilişkin olarak Kanunun 11 ve 15. maddesinde yer alan seçimlik haklarını kullanabilecektir.

• Reklam Kurulu’na Şikâyet

Tüketiciler Ticari reklam ve ilanlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemek, bu ilkeler çerçevesinde ticari reklam ve ilanları incelemek ve inceleme sonucuna göre yapılması gereken uygulamalar hakkında Bakanlığa önerilerde bulunmak amacıyla kurulan Reklam Kuruluna şikâyetle bulunabilirler. Böyle bir şikâyet halinde Reklam Kurulu gerekli incelemeyi yapacak ve gerekiyorsa Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 63. ve 77. maddelerinde öngörülen tedbirleri uygulayabilecektir.

Reklam Kurulu ticari reklamların uyması gereken ilkeleri belirlemek ve bunlara göre Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 63. maddesi çerçevesinde reklamları incelemek ve denetlemekle

görevlidir. Reklam Kurulu bu görevini, bir reklamı kendiliğinden incelemek suretiyle yerine getirebileceği gibi, bir tüketicinin başvurusu üzerine de yapabilir.

- **Genel Hükümlere Dayanan Haklar**

Türk Borçlar Kanunu m. 36'ya göre, bir kimse bir sözleşmeyi sözleşmenin karşı tarafının hile yüzünden gerçekleştirmiş veya üçüncü kişinin hilesi ile gerçekleştirmiş olmakla birlikte sözleşmenin karşı tarafı bu hileyi biliyor ya da bilmesi gerekiyorsa sözleşmeden dönme hakkına sahiptir. Dolayısıyla aldatıcı reklam sonucunda bir mal veya hizmeti alan kişi de yaptığı sözleşmeyle bağlı kalmayabilir.



Celal Göle (1983), Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayını, Ankara.

Satıcı mal veya hizmetin satışını sağlayabilmek için bilerek aldatıcı ve yanıltıcı reklam yapmış ve tüketici de bu nedenle mal veya hizmeti satın almışsa hile söz konusudur. Bu durumda mal veya hizmeti alan kişi sözleşmeyi fesih hakkına sahiptir. Aynı şekilde satıcının mal veya hizmetinin satın alınmasını sağlamaya yönelik reklam aldatıcı reklam üçüncü kişi tarafından gerçekleştirilmiş ise ve hile mal veya hizmetin sahibi tarafından biliniyor veya bilinebilecek durumdaysa aldatıcı reklama dayanarak mal ve hizmeti alan kişinin sözleşmeyi feshetmesi mümkündür. Burada mal veya hizmeti satın alan kişi, TBK m. 39'a göre, hileyi öğrendiği tarihten itibaren bir yıl içinde karşı tarafa bildirmek suretiyle sözleşmeyi fesh edebilecektir. Bu durumda, tüketici bu sözleşmeye dayanarak verdiklerini, artık sözleşme ortadan kalkmış olduğu için, sebepsiz zenginleşme veya istihkak davası hükümlerine göre geri isteyebilecektir. Ayrıca bu nedenle uğramış olduğu zararlar var ise bunları da TBK m. 49 vd. hükümlerine göre isteyebilir.

Aldatıcı reklam sonuçta haksız rekabete yol açabileceğinden, tüketicinin ve rakiplerin 6102 sayılı TTK m.56'ya göre, haksız rekabet nedeniyle açılacak davaların açılması da mümkündür.

Dolayısıyla aldatıcı reklamlar nedeniyle, müşterileri, kredisi, mesleki itibarı, ticari faaliyetleri veya diğer ekonomik çıkarları zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek olan kişiler ile ekonomik çıkarları zarar gören veya görme tehlikesi bulunan müşteriler dava açarak, (a) aldatıcı reklamın haksız rekabet oluşturup oluşturmadığının tespiti, (b) devam etmekte olan ve haksız rekabet oluşturan reklamın yasaklanması veya durdurulması, (c) haksız rekabet oluşturan reklamın sonucunun ortadan kaldırılması, yanlış veya yanıltıcı beyanların düzeltilmesi, (d) maddi ve manevi zararın giderilmesini isteyebilirler.

6102 sayılı TTK'na göre haksız rekabet oluşturan reklamın sonucunun ortadan kaldırılmasını isteyen kişi, araç ve ürünlerin imhasını da isteyebilecektir. Ancak, müşteriler burada belirtilen davaları açtıklarında, araç veya ürünlerin imhası talebinde bulunamazlar.

Özellikle aldatıcı reklamlar açısından, haksız rekabet oluşturan sonucun ortadan kaldırılmasına ilişkin dava çok önemlidir. Aldatıcı reklamlarla verilen mesajlar, reklamın durdurulmasına karar verilmiş olsa bile bir süre daha etkisini sürdürecektir. Bu etkilerin silinmesi sonucun ortadan kaldırılması zorunludur. 6102 sayılı TTK m. 56-c'de haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılması ve haksız rekabet, yanlış veya yanıltıcı beyanlarla yapılmışsa bu beyanın düzeltilmesinin istenebileceği belirtilmiş olmasına karşın, bu düzeltmenin ne şekilde yapılacağı belirtilmemiştir.

HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m.62/1'e göre, "Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir." Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketicie yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.

Ticari uygulamanın haksız olduğunun iddia edilmesi hâlinde, ticari uygulamada bulunan, bu uygulamasının haksız ticari uygulama olmadığını ispatla yükümlüdür.

Haksız ticari uygulamanın reklam yoluyla gerçekleştirildiği TKHK'un Ticari reklamlara ilişkin m. 61 hükümleri uygulanır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre, haksız ticari uygulamaların saptanması ve bunların denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar ile her hâlükârda haksız ticari uygulama olarak kabul edilecek uygulamalar yönetmelikle belirlenir.

TAKSİTLİ SATIŞLAR

Taksitli satışlar TKHK 17-21 maddeleri arasında düzenlenmiştir. Taksitle satış sözleşmesi, satıcı veya sağlayıcının malın teslimi veya hizmetin ifasını üstlendiği, tüketicinin de bedeli kısım kısım ödediği sözleşmelerdir(TKHK m. 17/1).

Taksitli satış sözleşmesinin unsurları şunlardır:

- Ödeme parçalara bölünmüş olması
- Malın tesliminin sözleşme anında yapılması
- Sözleşmenin yazılı şekilde yapılması

Taksitli sözleşmesinin ve bilgilendirmelerin en az on iki punto büyüklüğünde, anlaşılabilir bir dilde, açık, sade ve okunabilir bir şekilde düzenlenir ve bunların bir nüshası kâğıt üzerinde veya kalıcı veri saklayıcısı ile tüketiciye verilir. Sözleşmede bulunması gereken şartlardan bir veya birkaçının bulunmaması durumunda, eksiklik sözleşmenin geçerliliğini etkilemez. Bu eksiklik sözleşmeyi düzenleyen tarafından derhâl giderilir.

Taksitle satım veresiye satımın özel bir türüdür. Taksitli satışta satış bedeli veresiye satıştan farklı olarak bir defada değil taksitler halinde ödenir. Taksitli satış sözleşmesinden bahsedebilmek için ödemelerin mutlaka bölünmüş olması gerekir. Taksitli satış sözleşmesi yazılı şekilde yapılmamışsa geçerli değildir. Geçerli bir sözleşme yapmamış olan satıcı veya sağlayıcı, sonradan sözleşmenin geçersizliğini tüketicinin aleyhine olacak şekilde ileri süremez(TKHK m. 17/3).

Tüketicinin, kira süresi sonunda bir malın mülkiyetini edinme zorunluluğunun bulunduğu finansal kiralama sözleşmelere de TKHK'da düzenlenmiş olan taksitle satış hükümleri uygulanır(TKHK m. 17/2).

Tüketici, yedi gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin taksitle satış sözleşmesinden cayma hakkına sahiptir. Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin yedi gün içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Satıcı veya sağlayıcı, cayma hakkı konusunda tüketiciyi bilgilendirmek zorundadır. TKHK'nun 18/2 maddesine göre, satıcı veya sağlayıcı, cayma hakkı konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlüdür.

Satıcı cayma süresi içinde malı tüketiciye teslim etmişse tüketici, malı ancak olağan bir gözden geçirmenin gerektirdiği ölçüde kullanabilir; aksi takdirde tüketici cayma hakkını kullanamaz. Cayma hakkı süresi sona ermeden önce, tüketicinin onayı ile hizmetin ifasına başlanan hizmet sözleşmelerinde de tüketici cayma hakkını kullanamaz(TKHK m. 18/3).

Tüketicinin satıcıyı bulduğu finansal kiralama işlemlerinde cayma hakkı kullanılamaz(TKHK m. 18/4).

Taksitle satış sözleşmelerinde tüketicinin taksitleri ödemede temerrüde düşmesi durumunda, satıcı veya sağlayıcı, kalan borcun tümünün ifasını talep etme hakkını saklı tutmuşsa, bu hak ancak satıcı veya sağlayıcının bütün edimlerini ifa etmiş olması, tüketicinin de kalan borcun en az onda birini oluşturan ve birbirini izleyen en az iki taksidi veya kalan borcun en az dörtte birini oluşturan bir taksidi ödemede temerrüde düşmesi hâlinde kullanılabilir. Satıcı veya sağlayıcının bu hakkı kullanabilmesi için tüketiciye en az otuz gün süre vererek muacceliyet uyarısında bulunması zorunludur (TKHK m. 19/1).

Muaccel kılınan taksitlerin hesaplanmasında faiz, komisyon ve benzeri masraflar dikkate alınmaz(TKHK m. 19/2).

Tüketici, borçlandığı toplam miktarı önceden ödeyebileceği gibi vadesi gelmemiş bir ya da birden çok taksit ödemesinde de bulunabilir. Her iki durumda da satıcı veya sağlayıcı, faiz veya komisyon aldığı durumlarda ödenen miktara göre gerekli tüm faiz ve komisyon indirimini yapmakla yükümlüdür(TKHK m. 20).

Tüketicinin taşınır bir malın satış bedelini önceden kısım kısım ödemeyi, satıcının da bedelin tamamen ödenmesinden sonra satılanı tüketiciye teslim etmeyi üstlendikleri ve ödeme süresi bir yıldan daha uzun veya belirsiz olan sözleşmeler hakkında Türk Borçlar Kanununun ön ödemeli taksitle satış hükümleri uygulanır(TKHK m. 21/1).

Sözleşmenin zorunlu içeriği, tüketici ile satıcı ve sağlayıcının hak ve yükümlülükleri, cayma hakkı, erken ödeme ile diğer hususlara ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle belirlenir (TKHK m. 21/2).

Taksitli satış sözleşmesinde satış bedeline karşılık, sözleşmeden ayrı olarak kıymetli evrak niteliğinde senet düzenlenecekse, bu senedin, her bir taksit ödemesi için ayrı ayrı düzenlenmesi gerekir. Diğer bir ifade ile tüm taksit tutarlarının toplamını içeren tek bir senet düzenlenemez. Ayrıca, düzenlenecek senedin sadece nama yazılı olarak düzenlenmesi gerekir. Aksi takdirde, kambyo senedi tüketici yönünden geçersizdir (TKHK m.4/5). Buradaki geçersizliği tüketici ileri sürebilir. Yoksa senet dolaşıma

çıkılmışsa senetten dolayı satıcı ya da sağlayıcıların kendilerinden sonraki kişilere karşı sorumlulukları devam eder.

Daha önce tüketici sözleşmelerinin genel ilkelerinde ifade ettiğimiz gibi sözleşme şartları tüketici aleyhine hiçbir şekilde değiştirilemez(TKHK m. 4/2).

TÜKETİCİ KREDİLERİ

Tüketici kredileri serbest ya da bağlı tüketici kredisi şeklinde olabilir. Kredi kuruluşu tüketici kredisinin ne şekilde kullanılacağını tüketiciye bırakıyorsa serbest kredi; yok eğer kredinin kullanımını belirli bir malın veya hizmetin sağlanmasına ilişkin bir sözleşmenin finansmanı için veriyor ve bu iki sözleşme objektif açıdan ekonomik birlik oluşturuyorsa bağlı kredi söz konusu olur (TKHK m. 30).

Tüketici Kredisi Sözleşmesi

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun 22/1 maddesine göre “tüketici kredisi sözleşmesi, kredi verenin tüketiciye faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında ödemenin ertelenmesi, ödünç veya benzeri finansman şekilleri aracılığıyla kredi verdiği veya kredi vermeyi taahhüt ettiği sözleşmeyi ifade eder.”

Tüketici kredisi sözleşmesinin yazılı olarak yapılması ve bu sözleşmenin bir nüshasının kâğıt üzerinde veya kalıcı bir veri saklayıcısı ile tüketiciye verilmesi zorunludur (TKHK m. 4/1). Ayrıca kredi veren ve varsa kredi aracı, tüketiciye, teklif ettikleri kredi sözleşmesinin koşullarını içeren sözleşme öncesi bilgi formunu, sözleşmenin kurulmasından makul bir süre önce vermek zorundadır (TKHK m. 23). Taraflar arasında akdedilen sözleşmede öngörülen kredi şartları, sözleşme süresi içerisinde tüketici aleyhine değiştirilemez (TKHK m. 4/2). Geçerli bir sözleşme yapmamış olan kredi veren, sonradan sözleşmenin geçersizliğini tüketicinin aleyhine olacak şekilde ileri süremez (TKHK m. 22/3).

Tüketici sözleşmesinin yapılmasından sonra tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin tüketici kredisi sözleşmesinden cayabilir. Tüketicinin cayma hakkı konusunda kredi veren tarafından bilgilendirilmiş olması gerekir. Kredi veren, cayma hakkı olduğu konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlüdür. Tüketici sözleşmeden caymak istiyorsa, cayma hakkını kullanıldığına dair bildirimini cayma hakkı süresi içinde kredi verene yöneltmesi gerekir. Cayma hakkını kullanan tüketicinin krediden faydalandığı hâllerde, tüketici, anaparayı ve kredinin kullanıldığı tarihten anaparanın geri ödendiği tarihe kadar olan sürede tahakkuk eden faizi en geç cayma bildirimini kredi verene göndermesinden sonra otuz gün içinde geri öder. Bu süre içinde ödeme yapılmaması hâlinde tüketici kredisinden cayılmamış sayılır. Faiz, akdi faiz oranına göre hesaplanır. Tüketiciden, hesaplanan akdi faiz ve bir kamu kurum veya kuruluşuna veya üçüncü kişilere ödenmiş olan masraflar dışında herhangi bir bedel talep edilemez (TKHK m. 24).

Belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde faiz oranı sabit olarak belirlenir. Sözleşmenin kurulduğu tarihte belirlenen bu oran tüketici aleyhine değiştirilemez. Tüketici kredisi sözleşmelerinde, akdi faiz, efektif yıllık faiz veya kredinin toplam maliyetinin yer almaması durumunda, kredi tutarı faizsiz olarak sözleşme süresinin sonuna kadar kullanılır. Efektif faiz oranı, olduğundan düşük gösterilmişse, kredinin toplam maliyetinin hesaplanmasında esas alınacak akdi faiz oranı, düşük gösterilen efektif faiz oranına uyacak şekilde yeniden belirlenir. Bu hâllerde ödeme planı, yapılan değişikliklere göre yeniden düzenlenir(TKHK m.25).



Faiz oranları genelde yıllık oranlar olarak ifade edilirler. Bu, yıllık nominal faiz oranıdır. Ancak, faiz dönemleri bir yıldan daha kısa ise (örneğin 3 aylık), bir yılda elde edilen gerçek (efektif) faiz oranı yıllık nominal faiz oranından daha büyük olacaktır.

Belirli süreli kredi sözleşmesinin şartları, tüketici aleyhine değiştirilemez. Belirsiz süreli kredi sözleşmelerinde faiz oranında değişiklik yapılması hâlinde, bu değişikliğin yürürlüğe girmesinden otuz gün önce, tüketiciye kâğıt üzerinde veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla yazılı olarak bildirilmesi zorunludur. Bu bildirimde, yeni faiz oranının yürürlüğe girmesinden sonra yapılacak ödemelerin tutarı, sayısı ile aralıklarının değişmesine ilişkin ayrıntılara yer verilir. Faiz oranının artırılması hâlinde, yeni faiz oranı geriye dönük olarak uygulanamaz. Tüketici, bildirim tarihinden itibaren en geç altmış gün içinde borcun tamamını ödediği ve kredi kullanmaya son verdiği takdirde faiz artışından etkilenmez (TKHK m.26).

Tüketici, vadesi gelmemiş bir veya birden çok taksit ödemesinde bulunabilir veya kredi borcunun tamamını erken ödeyebilir. Bu hâllerde kredi veren, erken ödenen miktara göre gerekli tüm faiz ve diğer maliyet unsurlarına ilişkin indirim yapmakla yükümlüdür (TKHK m.27).

Belirli süreli kredi sözleşmelerinde tüketicinin taksitleri ödemede temerrüde düşmesi durumunda, kredi veren, borcun tamamının ifasını talep etme hakkını saklı tutmuşsa, bu hak ancak kredi verenin bütün edimlerini ifa etmiş olması, tüketicinin de birbirini izleyen en az iki taksidi ödemede temerrüde düşmesi hâlinde kullanılabilir. Kredi verenin bu hakkı kullanabilmesi için tüketiciye en az otuz gün süre vererek muacceliyet uyarısında bulunması zorunludur. Muaccel kılınan taksitlerin hesaplanmasında faiz, komisyon ve benzeri masraflar dikkate alınmaz (TKHK m.28).

Tüketicinin yazılı veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla açık talebi olmaksızın kredi ile ilgili sigorta yaptırılmaz. Tüketicinin sigorta yaptırmak istemesi hâlinde, istediği sigorta şirketinden sağladığı teminat, kredi veren tarafından kabul edilmek zorundadır. Bu sigortanın kredi konusuyla, meblağ sigortalarında kalan borç tutarıyla ve vadesiyle uyumlu olması gerekir (TKHK m.29).

Belirli süreli kredi sözleşmesine ilişkin bir hesap açılması ve bu hesaptan sadece kredi ile ilgili işlemler yapılması durumunda, tüketiciden bu hesaba ilişkin herhangi bir isim altında ücret veya masraf talep edilemez. Bu hesap, tüketicinin aksine yazılı talebi olmaması hâlinde kredinin ödenmesi ile kapanır (TKHK m. 31/1).

Tüketicinin açık talimatı olmaksızın, belirli süreli kredi sözleşmesi ile ilişkili bir kredili mevduat sözleşmesi yapılamaz.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Gümrük ve Ticaret Bakanlığına tüketici kredileri ile ilgili yönetmelik çıkarma yetkisi vermiştir (TKHK m.31/2). Kredi sözleşme öncesi bilgilendirme, sözleşmenin zorunlu içeriği, kapsam dışı sözleşmeler, tüketici ile kredi verenin hak ve yükümlülükleri, cayma hakkı, erken ödeme, efektif yıllık faizin hesaplanması, tüketici kredilerine ilişkin reklamların zorunlu içeriği, fesih hakkının kullanılması, temerrüt, kredinin devri, bağlı kredi ile diğer hususlara ilişkin usul ve esasları bu yönetmelikte belirlenecektir.

Bağlı Krediler

Daha önce de ifade ettiğimiz gibi, bağlı kredi sözleşmesi; tüketici kredisinin münhasıran belirli bir malın veya hizmetin tedarikine ilişkin bir sözleşmenin finansmanı için verildiği ve bu iki sözleşmenin objektif açıdan ekonomik birlik oluşturduğu sözleşmedir. Şu hallerden birinin varlığı halinde iki sözleşme arasında ekonomik birliğin oluştuğu kabul edilir:

- Satıcı veya sağlayıcı tüketici için krediyi finanse ediyorsa
- Kredinin üçüncü bir tarafça finanse edilmesi durumunda, kredi veren kredi sözleşmesinin imzalanması veya hazırlanması ile ilgili olarak satıcı veya sağlayıcının hizmetlerinden yararlanıyorsa
- Belirli bir mal veya hizmetin verilmesi kredi sözleşmesinde açıkça belirtiliyorsa

Tüketicinin mal veya hizmet sağlanmasına ilişkin sözleşmeden cayması ve buna ilişkin bildirimin cayma süresi içinde ayrıca kredi verene de yöneltilmesi hâlinde, bağlı kredi sözleşmesi de herhangi bir tazminat veya cezai şart ödeme yükümlülüğü olmaksızın sona erer.

Bağlı kredilerde, mal veya hizmet hiç ya da gereği gibi teslim veya ifa edilmez ise satıcı, sağlayıcı ve kredi veren, tüketicinin satış sözleşmesinden dönme veya bedelden indirim hakkını kullanması hâlinde zincirleme olarak (müteselsilen) sorumludur. Tüketicinin bedelden indirim hakkını kullanması hâlinde bağlı kredi de bu oranda indirilir ve ödeme planı buna göre değiştirilir. Tüketicinin sözleşmeden dönme hakkını kullanması hâlinde, o güne kadar yapmış olduğu ödemenin iadesi hususunda satıcı, sağlayıcı ve kredi veren zincirleme olarak sorumludur. Ancak, kredi verenin sorumluluğu; malın teslim veya hizmetin ifa edilmediği durumlarda satış sözleşmesinde veya bağlı kredi sözleşmesinde belirtilen malın teslim veya hizmetin ifa edilme tarihinden, malın teslim veya hizmetin ifa edildiği durumlarda malın teslim veya hizmetin ifa edildiği tarihten itibaren, kullanılan kredi miktarı ile sınırlı olmak üzere bir yıldır (TKHK m.30/4).

Kredi veren ile satıcı veya sağlayıcı arasında belirli bir malın veya hizmetin sağlanmasına ilişkin bir sözleşme olmaksızın, tüketicinin kendisi tarafından belirlenen malın veya hizmetin bedelinin kredi veren tarafından ödenmesi suretiyle kullandırılan krediler bağlı kredi sayılmaz (TKHK m.30/5).

Kredi Kartları

Kredi kartı, kişilerin mal ve hizmet satın alırken, peşin para ödemeleri yerine kullandıkları geliştirilmiş bir ödeme sistemidir. Kredi kartları TTK m. 22/2’de tüketici kredisinin bir çeşidi olarak düzenlenmiştir. Kredi kartı sözleşmeleri, faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında, ödemenin üç aydan daha uzun süre ertelenmesi veya benzer şekilde taksitle ödeme imkânı sağlanması hâlinde tüketici kredis sözleşmesi olarak değerlendirilir. Ancak bu durumda uygulanacak faiz oranı kredi kartı sözleşmesi uyarınca belirlenen orandan fazla olamaz (TKHK m. 22/2).

Kart çıkaran kuruluşlar, tüketicilere yıllık üyelik aidatı ve benzeri isim altında ücret tahsil etmedikleri bir kredi kartı türü sunmak zorundadır.

Kredi kartları TKHK dışında, ayrıca özel olarak Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu ile düzenlenmiştir.



Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanununa

<http://www.mevzuat.gov.tr/Kanunlar.aspx> adresinden ulaşabilirsiniz.

İş Yeri Dışında Kurulan Sözleşmeler

Bu tür sözleşmeler ya tamamen iş yeri dışında kurulmakta ya da iş yeri dışında yapılan bir görüşmenin hemen sonrasında satıcı veya sağlayıcının iş yerinde kurulmaktadır.

Tüketicin Korunması Hakkında Kanunun 47/1 maddesine göre, satıcı veya sağlayıcı ile tüketici arasında kurulan şu sözleşmeler iş yeri sözleşmesi olarak kabul edilmiştir:

- Teklifin tüketici ya da satıcı veya sağlayıcı tarafından yapılmasına bakılmaksızın iş yeri dışında, tarafların eş zamanlı fiziksel varlığında kurulan sözleşmeler
- Tarafların eş zamanlı fiziksel varlığında tüketiciyle iş yeri dışında görüşülmesinin hemen sonrasında, satıcı veya sağlayıcının iş yerinde ya da herhangi bir uzaktan iletişim aracıyla kurulan sözleşmeler
- Mal ve hizmetlerin tüketiciye tanıtımı ya da satışı amacıyla satıcı veya sağlayıcı tarafından düzenlenen bir gezi esnasında kurulan sözleşmeler

İş yeri dışında kurulan sözleşmeler, Bakanlık tarafından yetkilendirilmiş satıcı veya sağlayıcı tarafından kurulur (TKHK m. 47/2).

Tüketicinin, iş yeri dışında kurulan sözleşme ya da buna karşılık gelen herhangi bir öneri ile bağlanmadan önce ayrıntıları yönetmelikte belirlenen hususlarda açık ve anlaşılır şekilde bilgilendirilmesi zorunludur. Tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir (TKHK m. 47/3).

İş yeri dışında kurulan sözleşmeler yazılı olarak kurulmadıkça geçerli olmaz. Geçerli bir sözleşme kurmamış olan satıcı veya sağlayıcı, sonradan sözleşmenin geçersizliğini tüketicinin aleyhine olacak şekilde ileri süremez. Satıcı veya sağlayıcı; tüketicinin kendi el yazısı ile sözleşme tarihini yazmasını ve sözleşmeyi imzalamasını sağlamak, sözleşmenin bir nüshasını tüketiciye vermek ve mal veya hizmeti tüketiciye sunmakla yükümlüdür. Sözleşmenin tüketiciye teslim edildiğinin ve mal veya hizmetin sunulduğunun ispatı satıcı veya sağlayıcıya aittir (TKHK m. 47/4). Diğer bir ifade ile tüketici sözleşmenin teslim edilmediğini ve mal ve hizmetin sunulmadığını ileri sürüyorsa bunu ispat etmek zorunda değildir.

Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin bu süre içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Cayma süresi içinde satıcı veya sağlayıcı sözleşmeye konu mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapmasını veya tüketiciyi borç altına sokan herhangi bir belge vermesini isteyemez. Satıcı veya sağlayıcı, cayma hakkı konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlüdür. Tüketici, cayma süresi içinde malın mutata kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan sorumlu değildir (TKHK m. 47/5).

Satıcı veya sağlayıcının bu maddede belirtilen yükümlülüklerle aykırı hareket etmesi veya tüketiciyi cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirmemesi durumunda, tüketici cayma hakkını kullanmak için on dört günlük süreyle bağlı değildir. Her hâlükârda bu süre cayma süresinin bittiği tarihten itibaren bir yıl sonra sona erer (TKHK m. 47/6).

Bu tür satışlarda, sözleşmenin zorunlu içeriği, kapsam dışı sözleşmeler, doğrudan satışlar, tüketici ile satıcı ve sağlayıcının hak ve yükümlülükleri, cayma hakkı, bilgilendirme yükümlülüğü, teslimat, satış yapacaklarda aranacak nitelikler ile diğer uygulama usul ve esaslarını çıkarılacak bir yönetmelikle belirleme yetkisi Gümrük ve Ticaret Bakanlığına verilmiştir (TKHK m. 47/7).

Mesafeli Sözleşmeler

Tüketici Kanunu'nda teknolojik gelişmelere uygun bir takım düzenlemeler yapılmıştır. 2003 yılında değişikliğe uğrayan 4077 s.lı tüketici kanununda göze çarpan önemli değişikliklerden biri, Türk Hukuk Mevzuatı'nda ilk kez elektronik ticaret kavramının "mesafeli sözleşmeler" başlığı altında yer alması olmuştur. Kanunun, tanımlar kısmında "mal" tanımına artık internet üzerinden satın alınan elle tutulur mallar dışında ayrıca elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri gibi elle tutulamayan mallar da girmiştir. Mesafeli sözleşmeler 6502 s.lı TKHK'da da düzenlenmiştir.

Mesafeli sözleşmelere 6502 sayılı TKHK m. 48'de yer verilmiştir. TKHK m. 48'e göre "mesafeli sözleşme, satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanılması suretiyle kurulan sözleşmelerdir."

Tüketici, mesafeli sözleşmeyi ya da buna karşılık gelen herhangi bir teklifi kabul etmeden önce ayrıntıları yönetmelikte belirlenen hususlarda ve siparişi onaylandığı takdirde ödeme yükümlülüğü altına gireceği konusunda açık ve anlaşılır şekilde satıcı veya sağlayıcı tarafından bilgilendirilir. Tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre, tüketici internette satın alacağı mal ve hizmetle ilgili ayrıntıları yazılı olarak onaylamadıkça sözleşme de kurulamayacak, dolayısıyla ayrıntısı ve özellikleri belirtilmeyen ürünü satın almak zorunda kalmayacaktır. Tüketici, satın alacağı ürünün ayrıntısını ve özelliklerini okuduğunu ve satın alma işlemini onayladığını yine elektronik ortamda yazılı olarak bildirebilecektir.

Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin siparişinin kendisine ulaştığı andan itibaren taahhüt edilen süre içinde edimini yerine getirir. Mal satışlarında bu süre her hâlükârda otuz günü geçemez. Satıcı veya sağlayıcının bu süre içinde edimini yerine getirmemesi durumunda tüketici sözleşmeyi feshedebilir. Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin bu süre içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Satıcı veya sağlayıcı, cayma hakkı konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlüdür. Tüketici, cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirilmezse, cayma hakkını kullanmak için on dört günlük süreyle bağlı değildir. Her hâlükârda bu süre cayma süresinin bittiği tarihten itibaren bir yıl sonra sona erer. Tüketici, cayma hakkı süresi içinde malın mutata kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan sorumlu değildir.



İnternet aracılığı ile mal satın alan tüketici, mal kendisine ulaştığında malın ayıplı olduğunu fark etmiştir. Malı satın alan tüketici bu durumda ne yapabilir?

Özet

Tüketim eylemi insanlığın doğuşu ile başlamıştır. Önceleri sadece yaşamsal gereksinimler için yapılan tüketim eylemi, bir araç olmaktan çıkarak başlı başına bir amaç haline gelmiştir.

Tüketici kavramı, son yüzyılda ortaya çıkan bir kavramdır. Gümrük duvarlarının kaldırılması ve ekonomik bütünleşmelerin kurulması, piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin artmasına da neden olmuştur. Mal ve hizmetlerle gereksinimlerini giderenlerin korunmasına yönelik modern anlamda ilk yasal düzenlemeler, Amerika Birleşik Devletlerinde yapılmıştır. Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler nezdinde yapılan yasal düzenlemeler, ABD’de yapılan yasal düzenlemelerden etkilenmiştir. Türkiye’deki yasal düzenlemelerin kaynağını da, diğer ülkelerdeki ve birliklerdeki düzenlemeler oluşturmıştır.

Tüm bu gelişmeler sonucunda Türkiye’de 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun hazırlanmıştır. Daha sonra 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun yürürlüğe girerek 4077 sayılı kanunun yerine geçmiştir.

Tüm dünyada sekiz temel tüketici hakkı kabul edilmiştir. Bunlar: Temel ihtiyaçları karşılama hakkı, sağlık ve güvenliğin korunması hakkı, ekonomik çıkarların korunması hakkı, bilgi edinme (bilgilendirilme) hakkı, eğitilme hakkı, tazmin (zararların giderilmesi) hakkı, örgütlenme ve temsil (sesini duyurma) hakkı ve sağlıklı bir çevrede yaşama hakkıdır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, mal ve hizmet piyasalarında, tüketicinin taraflardan birini oluşturduğu her türlü tüketici işlemini kapsamaktadır.

Tüketici, *“Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi”* ifade eder. Tüketici işlemi ise, *“mal veya hizmet piyasalarında kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketiciler arasında kurulan, eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekâlet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dâhil olmak üzere her türlü sözleşme ve hukuki işlemi”* ifade etmektedir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, ayıplı mallara karşı tüketicileri koruyucu düzenlemeler yer vermiştir. Genel anlamıyla ayıp, bir mal ya da

hizmette bulunması gereken niteliklerde eksiklik olarak tanımlanabilir. Tüketici, ayıplı mal nedeniyle malın teslimi tarihinden itibaren altı ay içinde satıcıya, üreticiye veya dağıtıcıya başvurarak şu hakları kullanabilir: (i) Satılanı geri vermeye hazır olduğunu bildirerek sözleşmeden dönme (ii) Ayıp oranında bedel indirimi isteme (iii) Aşırı bir masraf gerektirmediği takdirde satılanın ücretsiz onarılmasını isteme (iv) Olanak varsa malın ayıpsız yenisiyle değiştirilmesini isteme.

Tüketici, ayıplı hizmet nedeniyle hizmetin görülmesinden itibaren 2 yıl içinde sağlayıcıya başvurarak şu hakları kullanabilir: (i) Hizmetin yeniden görülmesi (ii) Hizmet sonucu ortaya çıkan eserin ücretsiz onarımı (ii) Ayıp oranında bedelden indirim (iv) Sözleşmeden dönme

Teslim tarihinden itibaren altı ay içinde ortaya çıkan ayıpların, teslim tarihinde var olduğu kabul edilir. Bu durumda malın ayıplı olmadığına ispatı satıcıya aittir. Bu karine, malın veya ayıbın niteliği ile bağdaşmıyor ise uygulanmaz.

Ayıplı mal ve hizmet nedeniyle başkaca mallara ve kişilere verilen zararlar da sorumluluk doğurur.

Mal ve hizmetleri tanıtmak amacıyla yapılan reklamların tüketiciyi aldatıcı olmaması gerekir. Bu nedenle tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de reklamlara uygulanacak düzenlemeler yer verilmiş reklamın kötüye kullanılmaması için yasa koyucu tarafından bir takım sınırlamalar getirilmiştir.

TKHK tüketicileri haksız sözleşme şartlarına karşı da korumuştur. Satıcı veya sağlayıcının tüketiciyle karşılıklı olarak tartışmadan, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu, tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde iyi niyet kuralına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşulları haksız şarttır ve tüketici açısından bağlayıcı değildir.

TKHK tüketicileri, sadece haksız sözleşme koşullarına göre değil, taksitli satışlara, mesafeli satışlara, tüketici kredisi ve kredi kartı sözleşmelerine, işyeri dışında yapılan sözleşmelere karşı da korumuştur. Bu sözleşmelerin esaslarını ve tüketicilerin haklarını kesin olarak belirlemiştir.

Kendimizi Sıneyalım

1. İl Hakem Heyetinin kararlarına karşı Tüketici Mahkemesine itiraz kaç gün içinde yapılır?

- a. 15
- b. 30
- c. 45
- d. 60
- e. 90

2. Bir gıda maddesinin paketi üzerinde içerik, kalori ve besin değerleri gibi bilgilere yer verilmesi tüketicinin hangi temel hakkı kapsamında yer alır?

- a. Eğitim Hakkı
- b. Tercihle Bulunma Hakkı
- c. Tazmin Hakkı
- d. Bilgilendirilme Hakkı
- e. Temsil Edilme Hakkı

3. Tüketici kavramıyla ilgili aşığıdaki ifadelerden hanisi **yanlıştır**?

- a. Tüzel kişi olamaz.
- b. Her alıcı tüketici sayılmaz.
- c. Bir mal veya hizmeti ticari amaçlarla edinmemiş olmalıdır.
- d. Bir mal veya hizmeti mesleki amaçlarla edinmemiş olmalıdır.
- e. Mal ve hizmetten yararlanması zorunlu değildir.

4. Aşığıdaki mal ve hizmetlerden hangisi TKHK kapsamında mal ya da hizmet kabul edilmediği için ayıplı olmasına rağmen tüketicinin TKHK’da yer alan seçimlik haklarını kullanması mümkün **olmaz**?

- a. Otomobil
- b. Bilgisayar programı
- c. Elektrik
- d. Konut
- e. Arsa

5. Taşınmazlarda alıcı, aşığıdaki hangi ayıptan dolayı hak talep **edemez**?

- a. Satım sözleşmesinden önce oluşmuş ayıplardan
- b. Satım sözleşmesinden sonra oluşmuş ayıplardan
- c. Anahtar tesliminden sonra oluşmuş ayıplardan
- d. Tescilden önce oluşmuş ayıplardan
- e. Tescilden sonra oluşmuş ayıplardan

6. Aşığıdakilerden hangisi TKHK kapsamında ayıplı mal nedeniyle tüketicilere tanınan seçimlik haklar içinde **yer almaz**?

- a. Malı yenisi ile değiştirilmesini isteme
- b. Maddi veya manevi tazminat
- c. Semen in indirilmesini isteme
- d. Sözleşmeden dönme ve satış bedelinin iadesi
- e. Malın ücretsiz olarak tamirini isteme hakkı.

7. Aşığıdakilerden hangisi uyulması gereken reklam ilkeleri içinde **yer almaz**?

- a. Doğru olması
- b. Dürüst olması
- c. Satılan mal veya hizmet hakkında detaylı bilgi vermesi
- d. Kamu düzenine uygun olması
- e. Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere uygun olması

8. Sözleşme taraflarından birince önceden tamamı hazırlanan ve tüketici tarafından içeriğine hiç müdahale edilemeyen sözleşmelere ne ad verilir?

- a. Genel işlemler şartı
- b. Çerçeve sözleşme
- c. Standart sözleşme
- d. Haksız koşul
- e. Tek taraflı sözleşme

9. İş yeri dışında kurulan sözleşmelerle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- a. Bakanlık tarafından yetkilendirilmiş satıcı veya sağlayıcı tarafından kurulur.
- b. Bu tür sözleşmeler tamamen iş yeri dışında kurulur.
- c. Yazılı olarak kurulmadıkça geçerli olmaz.
- d. Tüketici cayma hakkına sahiptir.
- e. Bu sözleşmelerin uygulama usul ve esaslarını çıkarılacak bir yönetmelikle belirleme yetkisi Gümrük ve Ticaret Bakanlığına verilmiştir.

10. Aşağıdakilerden hangisi mesafeli sözleşmeler için **söylenemez**?

- a. Tüketici, mesafeli sözleşmeyi kabul etmeden önce ayrıntıları yönetmelikte belirlenen hususlarda ve siparişi onaylandığı takdirde ödeme yükümlülüğü altına gireceği konusunda açık ve anlaşılır şekilde satıcı veya sağlayıcı tarafından bilgilendirilmelidir.
- b. Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin siparişinin kendisine ulaştığı andan itibaren taahhüt edilen süre içinde edimini yerine getirir.
- c. Tüketici bilgilendirilmediğini ileri sürüyorsa bunu ispat etmelidir.
- d. Tüketici, internetten satın alacağı mal ve hizmetle ilgili ayrıntıları yazılı olarak onaylamadıkça sözleşme kurulmaz.
- e. Tüketici ayrıntısı ve özellikleri belirtilmeyen ürünü satın almak zorunda kalmaz.

Kendimizi Sıneyalım Yanıt Anahtarı

1. **a** Yanıtınız yanlıı ise “Tüketici Hakem Heyeti” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. **d** Yanıtınız yanlıı ise “Temel Tüketici Hakları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. **a** Yanıtınız yanlıı ise “Tüketici Kavramı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. **e** Yanıtınız yanlıı ise “Mal Kavramı” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. **e** Yanıtınız yanlıı ise “Ayıplı Mal ve Hizmetten Dolayı Sorumluluk” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. **b** Yanıtınız yanlıı ise “Ayıplı Mal Nedeniyle Tüketicie Tanınan Haklar” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. **c** Yanıtınız yanlıı ise “Reklam İlkeleri” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. **c** Yanıtınız yanlıı ise “Haksız Sözleşme Şartları” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. **b** Yanıtınız yanlıı ise “İşyeri Dışında Kurulan Sözleşmeler” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. **c** Yanıtınız yanlıı ise “Mesafeli Sözleşmeler” başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Avrupa Birliğince beş temel tüketici hakkı kabul edilmiş, Birleşmiş Milletler Deklarasyonunda, Avrupa Birliğinin ortaya koyduğu bu beş hak geliştirilmiştir. Böylece sekiz temel tüketici hakkı ortaya konulmuştur. Bunlar: Temel ihtiyaçları karşılama hakkı, sağlık ve güvenliğin korunması hakkı, ekonomik çıkarların korunması hakkı, bilgi edinme (bilgilendirilme) hakkı, eğitilme hakkı, tazmin (zararların giderilmesi) hakkı, örgütlenme ve temsil (sesini duyurma) hakkı ve sağlıklı bir çevrede yaşama hakkıdır.

Sıra Sizde 2

Kabul edilmez. Çünkü ortada bir karma amaçlı işlem vardır. Deniz, kısmen tüketici gibi davranmaktadır. Deniz, kısmen de ticaret erbabı ya da işletmeci gibi davranmaktadır. Denizin işletmesi için yaptığı bu işlem muhasebe tekniği açısından bir bütün olarak kayda geçecektir ve bölünmeyecektir. Bu nedenle otomobilin satın alınmasını tüketici işlemi, Denizi de tüketici saymak mümkün değildir. Karma amaçlı bir mal satın alınması söz konusu olduğu için TKHK hükümleri değil Genel Hükümler (TTK, BK veya ilgili yasa hükümleri) uygulanacaktır.

Sıra Sizde 3

Tüketici hakem heyetleri, il ve ilçe merkezlerinde Kanun'un uygulanmasından doğan, tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalara ilişkin belirli tutarları aşmayan uyuşmazlıklara çözüm bulmak için kurulmuşlardır. Bu değerlerin üzerindeki uyuşmazlıklar için tüketici hakem heyetlerine başvuru yapılamaz.

Sıra Sizde 4

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun açısından mal, alış-verişe konu olan taşınır eşyayı, konut ve tatil amaçlı taşınmaz malları ve elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri gayri maddi malları; hizmet ise bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan mal sağlama dışındaki her türlü faaliyeti, ifade eder.

Sıra Sizde 5

Elektrik akımı ve tesisatı, kanunumuzda özel olarak sayılmamakla birlikte, TKHK'da yer alan "hizmet" tanımı mal satışı dışında kalan her şeyi kapsamaktadır. Bu nedenle, elektrik mal olarak kabul edilmese bile hizmet tanımı kapsamına girer.

Sıra Sizde 6

Kural olarak, satılanın yarar ve hasarı taşınır satışlarında zilyetliğin devrinden, taşınmaz satışlarında ise tescil anından sonra alıcıya geçer

Sıra Sizde 7

Tüketici, internetten satın aldığı mal ve hizmeti hiçbir sebep göstermeksizin, ürünün eline geçtiği tarihten veya hizmeti almaya başladığı tarihten itibaren on dört gün içinde iade etme hakkına sahiptir. Bu sürenin kaçırılmış olması halinde ise ayıplı mal nedeniyle sahip olduğu tüketici haklarını kullanabilecektir.

Yararlanılan Kaynaklar

Akipek, Ş. (1999). **Türk Hukuku ve Mukayeseli Hukuk Açısından Tüketici Kredisi**, Ankara: Seçkin Yayınevi

Aslan İ. Y, (2010). **Tüketici Hukuku Dersleri**, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Aslan İ.Y.,Havutçu A. (2003), **Açık İçerik Denetimi Yoluyla Tüketicinin Genel İşlem Şartlarına Karşı Korunması**, İzmir: Güncel Yayınevi.

Aydoğdu, M. (1998). **4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna Göre Kapıdan Satışlar**, Ankara: Seçkin Yayınevi

Çınar, Ö. (2009). **Tüketici Hukukunda Haksız Şartlar**, İstanbul: Oniki Levha Yayınları.

Deryal, Y. (2008). **Tüketici Hukuku**, Seçkin Yayınevi

Göle C. (1983), **Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması**, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü

İnal, T. (2005). **Açıklamalı İçtihatlı Tüketici Kredileri ve Tüketici Kredi Sözleşmeleri**, İstanbul: Beta Yayınları.

Özel, Ç. (2005). **Tüketicinin Korunması Hukuku**, Ankara: Gazi Kitabevi