Tüketici Hukuku Ders Notu

Yazan : Erman Eroğlu [Yazarla İletişim]
Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğrencisi

Tüketici Hukuku

Tüketicinin Korunması Kavramının Gelişmesi

Tüketici kavramının ortaya çıkışı 19. yy. civarında olmuştur. 19. yy. Sanayi Devriminin gerçekleştiği dönemdir. Seri üretimle birlikte üreticiler güçlenmeye başlıyor. Bu da özellikle ABD ve Avrupa'da tüketici kavramını ortaya çıkarıyor. 19. yy.den önceki dönemlerde tüketici alıcı olarak adlandırılıyordu. Alıcıyken kişilerin sahip olmadığı bazı özel korumalar tüketiciye veriliyor. Tüketicilerin karşı tarafa göre eşitliğinin azaldığı düşünülerek korunması gündeme gelmiş.
Tüketicinin korunması öncelikle ekonomik koruma çerçevesinde gelişmiş. Daha sonra tüketicilerin kaybettikleri bazı ekonomik hakların giderilmesi, zarara uğrayanların zararının giderilmesi gündeme geliyor. Bunun da gelişmesiyle önleyici koruma ortaya çıkıyor. Böylece sadece ekonomik koruma yetersiz hale geliyor. Daha sonra tüketicilerin bilinçlendirilmesi, örgütlü tüketiciler kavramları gündeme geliyor. Bunun altındaki düşünce de tüketicilerin zarar görmeden korunmasıdır. Son olarak da toplumda tüketiciye bir hak, kimlik veriliyor. Korumanın zirveye çıkışı bununla oluyor. 1980'ler itibariyle tüm dünyada tüketici hukuku kavramı oluşmaya başlıyor. 1990'larda ABD ve Avrupa ülkelerinde tüketici hukuku oturmuştur. Türkiye'de tüketici hukuku adı altında bağımsız bir branş olarak kabul edilmesi 2000'leri buluyor.

Tüketici Hukukunun İçeriği

Tüketici hukuku sadece tüketicinin korunmasından ibaret olmamalıdır. Tüketici hukuku tüketicinin korunmasını da içeren daha geniş bir kavramdır. Bu hukuk en büyük ivmesini ABD'de kazanmış. Sonra İngiltere ve bu ikisinden sonra da Avrupa ülkelerine etkisi yayılmış. Yani bu hukuk Anglo-Sakson temellidir. Tüketici hukuku hem özel hukuk hem de kamu hukuku niteliklerini barındıran bir karma hukuk dalıdır.
Tüketici hukuku emredici kurallarla düzenlenmiş, devletin müdahalesine açık, devletin bir kalkan görevi gördüğü bir daldır. Borçlar hukukundaki sözleşme özgürlüğü tüketici hukukunda neredeyse ortadan kaldırılmış. Bu nedenle salt borçlar hukukunun alt dalı olarak nitelendirmek doğru olmaz.

Tüketici Hakkı Kavramı

Bu kavram ilk kez ABD'de başkan Kennedy tarafından kullanılmış ve 4 temel tüketici hakkından bahsedilmiştir;
1. Tüketicinin bilgi edinmesi
2. Tüketicinin sesini duyurması
3. Tüketicinin tazmin edilmesi
4. Tüketicinin örgütlenmesi

Avrupa Topluluğunu kuran Roma Antlaşmasında tüketici kavramından hiç bahsedilmese de getirdiği hükümlerle tüketicinin korunmasının önünü açmıştır. Maastricht Antlaşmasında ise ilk defa açıkça tüketici kavramı düzenlenmiş.

AT'de 1970'lere kadar tüketicinin korunması hiç gündeme gelmemiş. 1972'de yapılan Paris zirvesinde ilk defa ekonomik politikaların sosyal politikaları desteklemesi

gerektiği, tüketicinin korunmasının da sosyal politikaların bir ayağı olduğu belirtilmiş. Böylece 1975'te 1. Tüketici Programı ortaya çıkmış (Avrupa tüketici hakları beyannamesi niteliğinde bir belgedir). Burada ilk defa tüketicinin temel hakları sayılmış ve bu programda sayılan 5 temel hak günümüzde hala tüketici hareketlerinin temelini oluşturur;
1. Tüketicinin sağlığının ve güvenliğinin korunması hakkı
2. Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması hakkı
3. Tüketicinin tazmin edilme hakkı
4. Tüketicinin bilgilendirme ve eğitim hakkı
5. Tüketicinin temsil edilme hakkı

1. Tüketicinin sağlığının ve güvenliğinin korunması hakkı: tüketicilerin piyasadaki mal ve hizmetler bakımından sağlık ve güvenliklerinin tehlikeye girmemesi, tehlikeli ürünler bakımından önceden uyarılmaları ve gerekli önlemlerin alınmasıyla tehlikenin asgari düzeye indirilmesi, kamu güvenliğinin sağlanması vb.
2. Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması hakkı: bu kategori en geniş olandır, tüketicilerin ekonomik anlamda her türlü menfaati bu kategoriye girer.
3. Tüketicinin tazmin edilme hakkı: tüketicinin herhangi bir zarara uğraması durumunda bu zararın en çabuk, en ucuz ve en etkili usullerle giderilmesidir. Bunun sağlanması için özel mekanizmaların oluşturulması, özel mahkemeler kurulması vb.
4. Tüketicinin bilgilendirme ve eğitim hakkı: tüketicinin piyasada sunulan mal ve hizmetlerle ilgili bilgi sahibi yapılması, rekabet halindeki ürünleri karşılaştırabilmesi, tüketicilerin eğitimi için çeşitli programlar hazırlanması vb.
5. Tüketicinin temsil edilme hakkı: tüketicileri ilgilendiren konularda karar alınırken bu karar mekanizmalarında temsil edilmesi, özellikle tüketicinin bu hak kapsamında örgütlenmesi

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK)

5 temel hak TKHK'ya aynen yansımıştır. Bizim ülkemizde TKHK ile ilgili eleştirilen husus neden tek bir kanunla bütün bu hakların düzenlendiği, neden farklı kanunlarda farklı meselelerin düzenlenmediğidir. Çünkü neredeyse yalnızca Türkiye'de bu böyledir, diğer çoğu ülkede farklı tüketici meseleleri için farklı kanunlar mevcut. TKHK'ya yönelik olumsuz eleştiriler bu noktada toplanıyor, hiçbir meselenin bütün yönleriyle düzenlenmediği ileri sürülüyor. Gerçekten de birçok konuya ilişkin olarak Sanayi ve Ticaret Bakanlığına yönetmelikle düzenleme yapma yetkisi verilmiştir. Bu nedenle TKHK'nın bir anlamda torba kanun olarak çıkarıldığı, içine her şeyin konulduğu ve yeterli özenin gösterilmediği iddia ediliyor. Ancak diğer taraftan da bu şekilde düzenlenmiş olmasının olumlu yönleri olduğunu düşünenler de var. En azından her konunun düzenlendiği, tüketicinin her hakkına ilişkin en azından bir düzenleme olduğu, ayrı kanunlar çıkarılacak olsaydı bazılarının yapılıp bazı haklara ilişkin kanunların çıkarılmasının gecikebileceği şeklinde görüşler de ileri sürülüyor. (Hoca da olumlu buluyor.)

AB'de Tüketici Hukuku

Direktif ve tüzüklerle düzenleniyor. Buradaki hükümler nisbi emredici hükümlerdir. Yani bu hükümler asgari düzenlemeyi öngörmekte, üye devletler bu düzenlemelerin altında düzenleme yapamaz, üstünde yapabilir. TKHK'da da bu tür düzenlemeler mevcut.
Paris konferansında 5 temel hakkın belirlenmesinden sonra tüketici hukuku gelişmeye devam etmiş

1985'te BM tüketicinin korunmasına ilişkin temel esaslar adıyla 8 tüketici hakkı belirlemiş;
1. Güvenlik
2. Bilgilenme
3. Seçme
4. Sesini duyurma/temsil edilme bunlar AB'nin belirlediği 5 temel hakkın aynısı/benzeri
5. Temel ihtiyaçların giderilmesi
6. Tazmin edilme
7. Eğitim
8. Sağlıklı bir çevreye sahip olma AB'den farklı, bir yenilik; ama pek benimsenmemiş.

Tüketicinin Korunmasının Amaçları

1. Yasalaşmayı örgütleyenler: bunlar tüketicinin korunmasının ancak yasa çıkarmayla olacağını savunurlar, ancak yasa hükümleriyle tüketicinin korunabileceğini ileri sürerler.
2. Eğitim örgütleyenler: bunlar salt yasayla tüketicinin korunamayacağını, ilk yapılması gerekenin tüketiciyi eğitmek olduğunu, yasaya dayanmasa bile önemli olanın tüketicinin haklarını bilmesi olduğunu ileri sürerler.
3. Reformcular: tüketicinin korunmasında, tüketici örgütleri oluşturmanın ve bunlar aracılığıyla sorunları özellikle devlet nezdinde politik platformlarda dile getirmenin, şirketler gibi büyük kuruluşlarda tüketicinin sesinin duyurulmasının önemli olduğunu ileri sürerler. Bu önce ABD'de sosyal bir hareket olarak gelişmiş, sonra yayılmış.
4. Günümüzde bunların hiçbiri tek başına tüketiciyi tam olarak korumuyor. 3 amacında dengeli bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekli.

Tüketicinin Korunmasının Genel Kapsamı

1. Tüketicilere bir malı alırken seçimlerini ihtiyaçlarına en uygun ve rasyonel biçimde yapacak eğitim sağlanmalı.
2. Tüketicilerin doğru ve sağlıklı bir yurttaşlık bilincine sahip olması sağlanmalı.
3. Tüketicilere sadece hakları olduğu değil sorumlulukları da olduğu aşılanmalı.
4. Tüketicilere haklarına nasıl sahip çıkacakları öğretilmeli ve kendi kendilerine korumaları sağlanmalı.
5. Mal ve hizmetlerle ilgili araştırmalar, deneyler vb. yapılıp elde edilen bilgiler tüketicilerle paylaşılmalı.
6. Tüketicilere örgütlenme bilinci aşılanmalı, bu yolla söz söyleyebilecekleri belirtilmeli.
7. Tüketicilerin salt medya etkisiyle mal ve hizmet edinmeleri engellenmeli, bütçelerine uygun, temel gereksinimlerine yönelik mal ve hizmetlere ulaşmaları sağlanmalı.
* Tüm bunlar sağlanırsa tüketici hareketi başarılı olacaktır.

Tüketicinin Korunmasının Araçları

1. Kendisi (bilinçli tüketici)
2. Devlet: mevzuat hazırlama, yürütme ve uygulama görevi vardır. Ayrıca devlet yasaları öğretip tüketiciyi bilgilendirmeli, tüketici örgütlenmeye teşvik edilmeli. Bunlar dışında devletin üretici ve satıcıları da denetleme görevi vardır.
3. Medya ve bilim adamları: özellikle medyanın görevi, çok önemlidir; çünkü eğitim için en kolay yol medyadır. Medya aracılığıyla tüketiciye sunulan reklamlar konusunda dikkatli olunmalı, özellikle gizli reklam uygulamasından kaçınılmalı.
4. Üreticiler ve işadamları:
* Rekabetin sürdürülmesi

* Odalar oluşturulması ve odalarca denetim yapılması (günümüzde bu çok zayıf).
5. Tüketici örgütleri:
5 temel grupta toplanır;
a) Tüketiciler tarafından kurulan örgütler: en önemlisi budur. Ülkemizde genellikle dernek şeklinde teşkilatlanırlar. En büyük sorun bunların maddi kaynaklarının sınırlılığı, yalnızca tüketici aidatlarıyla ayakta durmaları. Ör. ABD-Tüketici Birliği, Ankara-Tüketici Hakları Derneği vs.
b) Tüketiciyi koruyan devlet kuruluşları:
Ör. İskandinav ülkelerinde Tüketici Bakanlıkları var.
Bazı devletlerde özel kuruluşlar var. Ör. Danimarka-Ev Ekonomisi Konseyi, İngiltere-Ticaret ofisi, İskandinav ülkelerinde Tüketici ombudsmanı.
Standart enstitüleri Ör. ISO, Türk Standart Enstitüsü (TSE)
c) Tüketiciyi koruyan özel kesim kuruluşları: bunlar genellikle işadamları tarafından oluşturulurlar. Ör. ABD-Better Business Bureau, Türkiye-Ticaret ve Sanayi Odaları.
d) Uluslar arası tüketici örgütleri: Farklı ülkelerdeki tüketici koruyan kuruluşlar arasında bağ oluşturmayı amaçlarlar.
Ör. Uluslar arası Tüketici Derneği (UTD)
e) Tüketim kooperatifleri: ilk kez İngiltere'de ortaya çıkmıştır.

Türkiye'de Tüketici Hukukunun Gelişimi

Osmanlı'da tüketiciyi korumaya yönelik bir yasa yoktu. Günümüzün odalarına benzeyen ama çok daha etkili olan ahi birlikleri vardı. Ahi birliklerinin sıkı kuralları vardı. Bu kurallardan en önemlisi tüketici memnuniyetinin sağlanmasıydı. 13. yy. dolaylarında ahilikler sağlam temeller oturmuş ve 16. yy.ye kadar sürmüştür. 16. yy.de yerini loncalara bırakmış, lonca sistemi de 18. yy.nin sonlarına kadar sürmüştür. 1502 yılında bir belediye kanunu çıkarılmış ve zabıtacılık gelmiş. Tüketici koruması bu dönemlerde çok iyi düzeydeymiş.
Bu yapı 1800'lerde bozulmuş. İmparatorluk düzeltmek için belli sınırlamalar koymaya başlamış. 1865 yılından sonra loncalar kaldırılınca sistem yıkılmış. 1923'e kadar tüketicilerin en korumasız olduğu dönem yaşanmış.
Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra 1930'lara kadar bir gelişme olmamış. Bundan sonraki dönemde yavaş yavaş tüketiciyi dolaylı olarak koruyan kanunlar çıkarılmaya başlandı; Umumi Hıfzıssıhha Kanunu, Belediyeler Kanunu vb. 1950'lere kadar bu dolaylı koruma sürmüş. 1950-70 arasında ABD'de hız kazanan tüketici hareketi ülkemize gelmiş. Özel kanun gereğinden bahsedilmiş; ama adım atılmamış. 1971'de ise ilk tüketiciyi koruma yasa tasarısı hazırlanmış. Ancak 1972'deki karışık durum nedeniyle yasalaşmamış. Bu süre zarfındaki Anayasalarda da tüketiciye ilişkin bir hüküm yer almamış.
1982 Anayasasında ise m.172'de doğrudan tüketiciyi korumaya yönelik bir madde yer alıyor. Bu arada 2 defa daha yasa hazırlanmış ama bunlarda kadük kalmış. Sonuçta 1995 yılında Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kabul edilmiş. Sanayi ve Ticaret bakanlığı bünyesinde Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü kurulmuş, bu tüketici koruması bakımından en üst düzey devlet örgütüdür. TKHK ile aynı gün Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un kabul edilmesi Türkiye'de "rekabet ne kadar korunursa tüketici de o kadar korunur" anlayışının yerleştiğinin bir göstergesidir.

Tüketici Hukukunun Temel Özellikleri

* Sözleşme özgürlüğü ilkesinin durumu: bu ilke borçlar hukukunun temelidir. Ancak tüketici hukukunun önemli bir özelliği sözleşme özgürlüğü ilkesini önemli derecede

sınırlandırmasıdır. Özellikle TKHK'da düzenlenen bir çok tüketici sözleşmesinin getirdiği emredici hükümler satıcı bakımından uyulması zorunlu hükümlerdir, bu da sözleşme özgürlüğünün ne kadar sınırlandığının bir göstergesi.
* Tüketici lehine yorum ilkesi
1. Hukuk kurallarının yorumu: hukuk kuralları soyut olup hakimce somutlaştırıldığı için hakimin yorum yöntemleri kullanması gerekecektir. Bu durumda tüketici hukuku bakımından hakimin tüketici lehine yorum ilkesine uygun bir yorum yapması, kendisini tüketicinin yerine koyması gerekmektedir.
2. Tüketici sözleşmelerinin yorumu: öncelik objektif yorum yapılmasıdır. Ancak güçlü olan taraf tüketici aleyhine bir hüküm koymuşsa bunun yorumu tüketici lehine yapılır. (TKHK m.6/son, Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Yönetmeliği)

Tüketici Hukukunun Kaynakları

1. Anayasa: m.172 (doğrudan), m.167 ve m.171 (dolaylı)
2. TKHK
3. BK (özellikle YBK daha koruyucu hükümler getirmiş.)
4. TTK (özellikle YTTK daha koruyucu hükümler getirmiş.)
5. TCK
6. RKHK
7. Umumi Hıfzıssıhha Kanunu vs.

Türkiye Tüketici Örgütleri

* Tüketici dernekleri
* Tüketici ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü
* Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
* Milli Eğitim Bakanlığı
* Sağlık Bakanlığı
* Belediyeler
* Meslek kuruluşları
* Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
* Ankara Ticaret Odası
* Ankara Sanayi Odası
* Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
* Türk Standartlar Enstitüsü vb.
* TKHK'da öngörülen kuruluşlar
* Tüketici Konseyi
* Tüketici Sorunları Hakem Heyeti
* Reklam Kurulu
* Tüketici mahkemesi

Tüketici Kavramı

Tüketim: mal ve hizmetlerin ihtiyaçların giderilmesi amacıyla yok edilmesi, kullanılması yararlanılması.
Tüketici: tüketimi gerçekleştiren süjedir. Tüketicinin pek çok tanımı yapılabilir. En basitinden tüketici, mevcut pazarda talep bulunan sıfatıyla ihtiyaçlarını giderme yolunu arayan kişidir. Doktrinsel ve çok geniş bir tanıma göre ise ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayabilmek için mevcut mal ve hizmetleri alıp kullanan ve yararlanan ya da kendi ürettiği malı kullanıp hiçbir mübadeleye sokmayan her kişi, aile, kurum tüketicidir. Tüketici tanımı her yerde farklılık göstermektedir. Hatta aynı

ülkede tüketici işlerini düzenleyen farklı kanunlar için bile farklı tüketici tanımları öngörülmüştür. Ör. Almanya, Fransa, İngiltere'de böyle.
TKHK m.3/bent e: "Tüketici: Bir mal veya hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek* ya da tüzel kişiyi ifade eder."
Unsurları;
1. Ticari veya mesleki amacının olmaması
2. Gerçek ya da tüzel kişi olma
3. Bir mal veya hizmet edinme, kullanma, yararlanma

1. Ticari veya mesleki amacının olmaması:
* Kişinin tüketici olabilmesi için o malın kişinin ticari veya mesleki faaliyetlerinin dışında kullanılmak için edinilmesi demektir. Kişi kendisinin, ailesinin veya yakınlarının kişisel ihtiyaçlarını karşılamak için bir mal ediniyorsa bu unsur sağlanmış olur. Eğer bir mal karma amaçlı alınırsa yani hem özel hayatında hem de iş hayatında kullanılmak için alınırsa Yargıtay'a göre alan kişi tüketici olmuyor. Doktrin de bu görüşü kabul ediyor. Çünkü TKHK'nın amacı menfaat dengesini sağlamak. Tüketicinin satıcıdan daha düşük bir pozisyonda olması sebebiyle korunması öngörülmüş, bu nedenle eğer malı alan kişi satıcıyla aynı veya benzer düzeydeyse tüketici sayılıp tüketici gibi korunmaz. Ancak TKHK'nın uygulanmadığı yerde alıcı BK veya TTK hükümlerince korunur.
* Hizmet edinen kişinin tüketici olabilmesi için hizmeti sunan kişinin bu hizmeti sunarken bağımsız hareket etmesi lazım. Hizmeti alan kişi kendi kişisel ihtiyaçları için kendisine bağımlı olarak birini çalıştırıyorsa bu durumda hizmeti alan kişi tüketici olmaz. Bu durum hizmet sözleşmesinde olur ve bu tüketiciliğe izin vermez. Çalıştırdığı kişiye karşı çalışan daha güçsüzse çalıştıran kişinin tüketici olması ve bu korumaya tabi olması anlamsızdır. Burada önemli olan emir ve talimat verme kıstası.
2. Gerçek ya da tüzel kişi olma:
Tüzel kişiler bakımından bir değerlendirme yapmak gerekli;
* Kamu tüzel kişileri: kamu erkine sahip olan bu tüzel kişilerin tüketici sıfatı taşımayacağı açıktır.
* Özel hukuk tüzel kişileri
* Ticaret şirketleri: TTK m.3'e göre ticaret şirketlerinin ticari işletmelerini ilgilendiren her türlü işlemleri ticari iş niteliği taşır. Ticari iş karinesi sebebiyle ticaret şirketlerinin ticari veya mesleki amaçları olmadan mal ve hizmet edinmeleri mümkün olmuyor, dolayısıyla ilk unsur sağlanamadığından tüketici sıfatını da kazanamıyorlar. Çok istisnai olarak böyle bir şeyle karşılaşılabilir. İngiltere'de bu tür bir olay yargı kararına konu olmuş. Bir Ltd. genel müdürüne özel hayatında kullanması için bir otomobil alıyor. Ancak araba ayıplı çıkıyor. Bunun sonucunda İngiliz mahkemesi ticaret şirketinin bu durum için tüketici olduğuna karar vermiş. Türkiye'de henüz böyle bir olay yaşanmadı.
* Diğerleri:
o Dernekler: kazanç paylaşma amaçları yoktur.
o Vakıflar: kar elde etme amaçları da olabilmekle birlikte genellikle hayır işlerine yönelik olarak kurulurlar. Dernekler ve vakıfların özel amaçlarla mal ve hizmet edinmesi istisnai de olsa mümkün olabilmektedir. Bu hallerde de tüketici sıfatını kazanabilirler.
3. Mal veya hizmet edinme, kullanma, yararlanma:
2003'ten önce tüketici tanımında "satın alarak mal veya hizmeti nihai olarak kullanan ya da tüketen" şeklinde bir ibare vardı. Nihai edinme kendisi için edinme zorunluluğu gibi anlaşılıyordu ve başkasına alınan mallar bakımından alan da adına mal alınan kişi de tüketici olacak mı şeklinde tartışmalar vardı. Bu unsur 2003'te çıkarılınca tanım genişledi. Şimdiki tanıma göre kendisine, yakınlarına, akrabalarına mal alan kişi de adına mal alınan kişi de tüketici kapsamında değerlendiriliyor.

* Tüketiciyi korumakla ilgili 2 şekilde hareket edilebilir;
* Dar yorumlama: ne kadar az kişi tüketici olursa o kadar çok koruma verilebilir, bu nedenle hükümler dar yorumlanıp tüketici kavramı sınırlanmalıdır. Yargıtay dar yorumlamayı tercih ediyor.
* Geniş yorumlama: bir kişinin tüketici olması ihtimali varsa o da tüketici kalkanından yaralanmalı, önemli olan herkese birazcık da olsa koruma sağlanabilmesidir. Hoca bu görüşü kabul ediyor.

Tüketici İşlemleri

Tüketicinin mal ve hizmet piyasalarında özel olarak korunabilmesi için tüketici işlemleri kavramı ortaya çıkmış. TKHK'da bu işlemlerden en temel olanlar düzenlenmiş.
tüketici sözleşme mal veya hizmeti sunan kimse
*Ancak tüketici işlemleri yalnızca sözleşmelerle sınırlı değil. Tek taraflı hukuki işlemler de tüketici işlemi olabilir. Ör. Promosyon kampanyaları.
Bir işlemin tüketici işlemi sayılabilmesi için bir tarafta mutlaka tüketicinin olması gerekir. Karşı taraf ise bu işlemi kazanç elde etmek amacıyla, ticari veya mesleki faaliyeti çerçevesinde mutad olarak gerçekleştiren kişi olmalıdır.
* Pazarda mal veya hizmet sunanlar ile tüketiciler arasında akdedilen, mal veya hizmet sunanların kendi ticari veya mesleki faaliyetleri çerçevesinde tüketiciye kişisel faaliyetleri için mal veya hizmet sağladığı, tüketiciyi de bunun karşılığında bir bedel altına sokan sözleşmedir. (TKHK m.2)
TKHK m.3/ bent h: "Tüketici işlemi: Mal veya hizmet piyasalarında tüketici ile satıcı-sağlayıcı arasında yapılan her türlü hukuki işlemi ifade eder."
* Bu işlemler sözleşme olabileceği gibi tek taraflı hukuki işlem de olabilir.
* Bu işlemler kural olarak ivaz karşılığı yapılan işlemlerdir.
* Bu işlemler tek tip olmayıp pek çok değişik tür sözleşmeyi kapsar.
TKHK'da özel olarak sayılan sözleşmelerden başka da tüketici durumunda olan kişiye ivaz karşılığı mal veya hizmet sağlanmasını amaçlayan isimli veya isimsiz her tür sözleşmede bu kapsamda değerlendirilir.
TKHK "hizmet sağlama" sözünü kullanırken herhangi bir iş görme sözleşmesini amaçlamaktadır. Ama gerçek anlamda (BK'daki) hizmet sözleşmesi, bu kuralın dışında kalmaktadır (bağımlılık sebebiyle).
Yargıtay bu işlemleri olabildiğince daraltmak yolunda kararlar vermektedir.

Tüketici Sözleşmesinin Özellikleri

1. Taraflardan biri tüketici olmalıdır.
2. Sözleşme ivaz karşılığında bir mal veya hizmetin sağlanmasına yönelik olmalıdır. Tüketici kendisine sunulan mal veya hizmet karşılığında bir bedel ödemeli ya da parayla ölçülebilen bir karşılık vermelidir. Tüketici sözleşmesi karşılıklı borç doğuran sözleşmedir. Karşılıksız mal veya hizmet sağlamaya yönelik sözleşmeye TKHK değil genel hükümler uygulanır.
3. Konusu mal ya da hizmettir.
a) Mal:
TKHK m.3/bent c: "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 ifade eder."
* Alışverişe konu olan taşınır mal
* Konut ve tatil amaçlı taşınmaz mallar- taşınmazın kanunun kapsamına girip girmediğinin belirlenmesi için taşınmazın kullanım amacına bakılacak. Ör. tarla bu kapsama girmez

* Elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri gayri maddi mallar: bunlar bir cisim üzerinde somutlaştırılırsa bu bir eşya niteliği kazanır. Ama hiç cismanileştirmeden de bunları edinmek mümkündür; ancak bu durumda bunlar kanunun dediğinin tersine mal değil hizmet niteliği taşır. Ancak bu henüz yargıya yansımadı.
b) Hizmet:
TKHK m.3/bent d: "Hizmet: Bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan* mal sağlama dışındaki her türlü faaliyeti ifade eder."

Sözleşmenin karşı tarafı;
* Gerçek kişi
* Tüzel kişi
* Özel hukuk tüzel kişisi
* Kamu hukuku tüzel kişisi
Ör. belediyeler

* Bir işlemin tüketici işlemi olabilmesi için;
1) Karşı taraf tüketici olmalı
2) Satıcı veya sağlayıcı o işi mutad olarak yapıyor olmalı
3) Sözleşme konusu mal veya hizmet TKHK'nın kapsamındaki mal veya hizmetlerden olmalı.

Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı

Ayıplı Mal

İlgili hükümler TKHK ve BK'da düzenlenmiştir. YBK'daki ayıba ilişkin hükümler TKHK'yla oldukça paraleldir.
İşlem bir tüketici işlemiyse TKHK, bir tüketici işlemi değilse BK uygulanır.

* Ayıplı mal kavramı;
1. BK m.194/1: "Bayi** müşteriye** karşı** mebiin** zikir** ve** vadettiği** vasıflarını** mütekeffil** olduğu** gibi** maddi** veya** hukuki** bir** sebeple** kıymetini** veya** maksut** olan menfaatini izale veya ehemmiyetli bir suretle tenkis eden ayıplardan salim bulunmasını da mütekeffildir."
2. YBK m.219/1: "Satıcı, alıcıya karşı herhangi bir surette bildirdiği niteliklerin satılanda 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."
BK'ya göre kapsam çok genişletilmiştir.
3. TKHK m.4/1: "Ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanma kılavuzunda ya da reklam ve ilânlarında yer alan veya satıcı tarafından bildirilen veya standardında veya teknik düzenlemesinde tespit edilen nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan ya da tahsis veya kullanım amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren mallar, ayıplı mal olarak kabul edilir."
Satıcı kendisiyle hiç ilgisi olmayan, yalnızca üreticinin bildirdiği hususlardan da sorumlu tutulmuş. TKHK'daki ayıplı mal tanımı BK'dan çok geniş. Doğrudan satıcının sorumluluğuyla ilgili kısım ise YBK ile TKHK'da aynı düzenlenmiş. Ancak TKHK'da yalnızca satıcıdan doğmayan hususların da düzenlenmiş olması tüketicinin işini

kolaylaştırmak içindir. Tüketicinin en kolay ulaşacağı kişi malın satıcısı olduğu için her türlü şeyden satıcı sorumlu tutulmuş.
* Ayıp türleri;
1. Maddi ayıp: malın renk, şekil, kalite vb. fiziki özelliklerini etkileyen ayıptır. En çok karşılaşılan ayıp türü budur.
2. Hukuki ayıp: alıcının maldan yararlanma olanağını azaltan ya da tamamen ortadan kaldıran yasaklama ya da sınırlamaların bulunması durumudur. Hukuki ayıp bazen zapta bile neden olabilir. Ör. satılan malın bir başkasının telif hakkını ihlal etmesi, satılan malın hacizli olması vb.
3. Ekonomik ayıp: malın vasfına ilişkin ekonomik eksikliklerin olması, verimin düşük olması gibi durumlardır. Ör. A sınıfı diye alınan buzdolabının B sınıfı çıkması vb.
* Satıcının sorumluluğunun doğuşu;
1. Ortaya çıkan ayıp 2 şekilde olur;
* Lüzumlu vasıflarda ayıbın ortaya çıkması
* Vaat edilen vasıflarda ayıbın ortaya çıkması
2. Ayıp hasar alıcıya geçtiği anda var olmalıdır. Yani kullanımdan doğmuş ayıp olmamalıdır; ancak ayıbın gizli ayıp olup da kullanırken fark edilmesi kullanımdan doğmuş ayıp sayılmaz.
3. Tüketicinin ayıbı bilmemesi gerekir.
Ayıbın bilinmemesinin anlamı;
* TKHK
TKHK m.4/6: "Satışa sunulacak ayıplı mal üzerine ya da ambalajına, imalatçı veya satıcı tarafından tüketicinin kolaylıkla okuyabileceği şekilde "özürlüdür" ibaresini içeren bir etiket konulması zorunludur. Yalnızca ayıplı mal satılan veya bir kat ya da reyon gibi bir bölümü sürekli olarak ayıplı mal satışına, tüketicinin bilebileceği şekilde tahsis edilmiş yerlerde bu etiketin konulma zorunluluğu yoktur. Malın ayıplı olduğu hususu, tüketiciye verilen fatura, fiş veya satış belgesi üzerinde gösterilir."
Satıcı ayıplı malı satışa sunarken etiketine veya üzerine "özürlüdür" ibaresi koymalıdır ya da satıcı bu tür malları dükkanında bir yerde topluca satışa sunuyorsa dükkanın o kısmına oradaki malların özürlü olduğunu belirten bir ibare koymalıdır. Satıcı bunlardan birini yaptıysa alıcı artık o malda ayıp olduğunu bilmediğini ileri süremez.
Ayrıca muayene ve ihbar külfetiyle ilgili olarak TKHK'da 2003 yılında bir değişiklik yapılmıştır. 1995'te kabul edilen halinde muayene külfetinden söz edilmemişti. İhbar süresi de 15 gündü. 2003'te bu süre 30 güne çıkarıldı. Tüketicinin malın kendisine teslimden itibaren malı muayene edip 30 gün içinde satıcıya bildirmesi gerektiği düzenlendi.
* BK ve YBK
YBK m.222: "Satıcı, satış sözleşmesinin kurulduğu sırada alıcı tarafından bilinen ayıplardan sorumlu değildir.
Satıcı, alıcının satılanı yeterince gözden geçirmekle görebileceği ayıplardan da, ancak böyle bir ayıbın bulunmadığını ayrıca üstlenmişse sorumlu olur."
Satıcının görülebilecek ayıptan sorumlu olabilmesi için ayrıca o ürünün ayıplı olmadığını iddia etmiş olması gerekiyor. TKHK'dan çok dar kapsamlı.
YBK'da BK'daki muayene ve ihbar külfetini değiştirmemiş, yalnızca ihbar süresini değiştirmiştir. BK'da alıcının inceleyip derhal bildirmesi gerektiği söylenirken YBK'da uygun bir süre içinde bildirmeli şeklinde bir yumuşaklık getirilmiş.

* Ayıp durumunda alıcıya tanınan haklar;
1. Sözleşmeden dönme
2. Malın ayıpsız misliyle değiştirilmesi BK'da da tanınan haklar

3. Ayıp oranında bedel indirimi
4. Malın ücretsiz olarak tamiri ek olarak tanınmış bir hak
Tüketici kural olarak bu 4 haktan birini seçebilir. Ancak bu seçim bazı durumlarda sınırlanabilir. Ör. dönmeden başka çare yoksa dönmek zorunda. Ayrıca üretici vb.leri ayıplı malın tüketiciye verdiği zarardan dolayı satıcıyla birlikte müteselsilen sorumlu kılınmış.

YBK m.227: "Satıcının satılanın ayıplarından sorumlu olduğu hâllerde alıcı, aşağıdaki seçimlik haklardan birini kullanabilir:
1. Satılanı geri vermeye hazır olduğunu bildirerek sözleşmeden dönme.
2. Satılanı alıkoyup ayıp oranında satış bedelinde indirim isteme.
3. Aşırı bir masrafı gerektirmediği takdirde, bütün masrafları satıcıya ait olmak üzere satılanın ücretsiz onarılmasını isteme.
4. İmkân varsa, satılanın ayıpsız bir benzeri ile değiştirilmesini isteme."
YBK'da da bu 4 seçenek sayılmış. Ayrıca hükme dürüstlük kuralına ilişkin eklemeler yapılmış.

* Ayıba karşı zamanaşımı;
* Tüketiciye malın teslim edildiği tarihten itibaren 2 yıllık zamanaşımı öngörülmüş.
* Mal eğer konut ve tatil amaçlı taşınmazsa süre 5 yıldır.
* Özürlü olan mal "özürlü" etiketi olmaksızın satıldıysa genel zamanaşımı uygulanır.
Bunlar nisbi emredici hüküm niteliğindedir. Eğer durum daha uzun sorumluluk gerektiriyorsa bu tüketici lehine uzatılabilir.

YBK m.231: "Satıcı daha uzun bir süre için üstlenmiş olmadıkça, satılanın ayıbından doğan sorumluluğa ilişkin her türlü dava, satılandaki ayıp daha sonra ortaya çıksa bile, satılanın alıcıya devrinden başlayarak iki yıl geçmekle zamanaşımına uğrar. Alıcının satılanın kendisine devrinden başlayarak iki yıl içinde bildirdiği ayıptan doğan def'i hakkı, bu sürenin geçmiş olmasıyla ortadan kalkmaz.
Satıcı, satılanı ayıplı olarak devretmekte ağır kusurlu ise, iki yıllık zamanaşımı süresinden yararlanamaz."

* Üreticinin sorumluluğu

Ayıplı mal ölüm veya yaralamalara yol açtıysa tüketici üreticiye gitme hakkına sahiptir. TKHK m.4/2 son cümle ile kusursuz sorumluluğa benzer bir yapı getirilmek istenmiş. Üretici ayıbın ve onun getirdiği zarardan dolayı bizatihi sorumlu oluyor. Ayıplı malın neden olduğu zarar bakımından tazminat sorumluluğu aranıyor. Ör. böcek ilacı aldınız ve astım hastasında krizi tetikledi, bu tehlike sorumluluğudur ve üretici sorumludur.

Ayıplı Hizmet

Ayıplı hizmet TKHK m.4/A'da düzenlenmiştir. Bu düzenleme, tüketicilere, bir ivaz karşılığında hizmet sunulmasını amaçlayan kira, istisna gibi sözleşmeler için geçerlidir. Örneğin; bir evin tamir edilmesi, bir otomobilin onarılması, bir evin inşa edilmesi, sipariş verilen elbisenin dikilmesi halinde ayıplı hizmet söz konusu ise o zaman TKHK m.4/A uygulanır. 4/A,1 ayıplı hizmetin tanımını yapmıştır.

"Madde 4/A,1—Sağlayıcı tarafından bildirilen reklam ve ilânlarında veya standardında veya teknik kuralında tespit edilen nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan ya da yararlanma amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları

azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren hizmetler, ayıplı hizmet olarak kabul edilir. "

Ayıplı mal ve ayıplı hizmet birbirinden farklı kavramlardır. Bunun doğal sonucu olarak sorumlulukta tamamen farklıdır. Ayıplı mal ve ayıplı hizmete ilişkin sorumluluğu bir örnekle açıklamak gerekirse; bir banyo küvetinin ayıplı olması durumunda bu ayıplı maldan satıcı sorumlu olurken, banyo küvetinin yerleştirilmesinden veya montajının ayıplı olması durunda bu ayıplı hizmetten hizmeti yerine getiren kişi sorumlu olacaktır.

"Madde 4/A,2—Tüketici, hizmetin ifa edildiği tarihten itibaren 30 gün içerisinde bu ayıbı sağlayıcıya bildirmekle yükümlüdür. Tüketici bu durumda, sözleşmeden dönme, hizmetin yeniden görülmesi veya ayıp oranında bedel indirimi haklarına sahiptir. Tüketicinin sözleşmeyi sona erdirmesi, durumun gereği olarak haklı görülemiyorsa, bedelden indirim ile yetinilir. Tüketici, bu seçimlik haklarından biri ile birlikte 4 üncü maddede belirtilen şartlar çerçevesinde tazminat da isteyebilir. Sağlayıcı, tüketicinin seçtiği bu talebi yerine getirmekle yükümlüdür." TKHK m.4/A,2'deki haklar, yenilik doğuran haklar olması nedeniyle terditli talep mümkün değildir.

Ayıplı hizmet durumunda sorumluluklara bakılacak olunursa;

"Madde 4/A,3—Sağlayıcı, bayi, acente ve TKHK m.10/5'e göre kredi veren ayıplı hizmetten ve ayıplı hizmetin sebep olduğu her türlü zarardan tüketicinin seçimlik hakları çerçevesinde müteselsilen sorumludurlar. Sunulan hizmetin ayıplı olduğunun bilinmemesi bu sorumluluğu ortadan kaldırmaz." Satıcı, bayi ve acentenin ayıplı malın sebep olduğu her türlü zarardan sorumluluğu 4827 sayılı kanunla yapılan değişiklikle kaldırılmış olduğu halde ayıplı hizmetten sorumluluk korunmuştur.

Ayıplı hizmette zamanaşımı hususuna bakılacak olunursa;

"Madde 4/A,4—Daha uzun bir süre için garanti verilmemiş ise, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile ayıplı hizmetten dolayı yapılacak talepler hizmetin ifasından itibaren iki yıllık zamanaşımına tabidir. Ayıplı hizmetin neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler ise üç yıllık zamanaşımına tabidir. Ancak, sunulan hizmetin ayıbı, tüketiciden sağlayıcının ağır kusuru veya hile ile gizlenmişse zamanaşımı süresinden yararlanılamaz." Bu durumda genel zamanaşımı süresi geçerlidir yani 10 yıllık zamanaşımına tabidir.

Sözleşme Özgürlüğünün Tüketiciler Lehine Sınırlanması

Sözleşme özgürlüğü kişilerin özel hukuk ilişkilerini yapacakları sözleşmelerle hukuk düzeni içerisinde kalmak kaydıyla istedikleri biçimde belirleme özgürlüğüdür. Sözleşme özgürlüğü hem sözleşme yapma özgürlüğünü hem de sözleşme düzenleme özgürlüğünü içine alır.

BK m.19/1'e göre bir akdin mevzuu kanunun gösterdiği hudut dairesinde serbestçe tayin olunur. Bu hükümlerde her ne kadar sözleşmede düzenleme özgürlüğünden bahsediliyorsa da düzenleme özgürlüğünün varlığı sözleşmenin yapılmasına bağlıdır. Dolayısıyla burada hem sözleşme yapma özgürlüğü hem de düzenleme özgürlüğü dile getirilmektedir.

BK m.19/2 ve BK m.20/1 dikkate alındığında emredici hukuk kuralları, kamu düzeni

ahlak düşünceleriyle sözleşme yapma ve düzenleme özgürlüğünün sınırlanabileceği ortaya çıkmaktadır. Özellikle tüketici sözleşmelerinin güçlü tarafı olan mal ve hizmet sunanların tüketicilerle olan sözleşme yapma, yapmama ve düzenleme özgürlüğünün tek taraflı olarak kullanmaları engellemek için bazı sınırlamalar getirilmektedir. Nitekim TKHK m.5'te bu amaçla bazı sınırlamalar getirilmiştir. Bunların başında satıştan kaçınma yasağı gelir. Sözleşme özgürlüğü çerçevesinde hiç kimse bir sözleşme yapmaya zorlanamayacağı için bir satıcının malını satıp satmaması konusundaki özgürlüğünü de kabul etmek gerekir. Ancak satıcılar bu özgürlüklerini kötüye kullanarak teşhir ettikleri malların üzerine yüksek fiyat yazmak veya "satılmıştır" gibi ibareler koyabilmektedirler. Gerçekten de bir malın üzerine fiyat konularak mağazada teşhir edilmesi durumunda umuma yapılmış bir icap söz konusudur. Bu malı vitrinde gören kişinin, malı alma yönündeki iradesi kabul anlamına gelmekte ve sözleşme kurulmaktadır. Dolayısıyla malın satıcı tarafından tüketiciye verilmemesi sözleşmeye aykırılık teşkil etmektedir. İşte tüketicilerin karşılaşmış oldukları bu tür problemleri ortadan kaldırmak için TKHK satıştan kaçınma yasağı getirmiştir. TKHK m.5'e göre üzerinde "numunedir" veya "satılık değildir" ibaresi bulunmayan bir malın ticari bir işletme vitrininde, rafında veya açık görülebilir herhangi bir yerinde teşhir edilmesi halinde satıcı bu malların satışından kaçınamaz.
"Madde 5/1,2—Üzerinde "numunedir" veya "satılık değildir" ibaresi bulunmayan bir malın; ticarî bir kuruluşun vitrininde, rafında veya açıkça görülebilir herhangi bir yerinde teşhir edilmesi halinde satıcı bu malların satışından kaçınamaz.********** Hizmet sağlamada da haklı bir sebep olmaksızın kaçınılamaz."
TKHK, malların fiyatının açıklanması zorunluluğu getiriyorsa da yalnız fiyatı açıklanmak zorunda değil, bunun yanı sıra sergilenen mallar için de sözleşme yapma zorunluluğunun varlığı kabul edilmekte hatta bunun yerine getirilmemesi halinde tüketicinin hakimden sözleşmenin kurulmasına ilişkin bir karar aldırabileceği ileri sürülmektedir. Ancak bedelin belirli veya belirlenebilir olması satım sözleşmesinin esaslı unsurlarından biri olduğu için böyle bir imkân ancak cari fiyatı olan mallar için geçerlidir. Cari fiyatı olmayan mallar için öncelikle fiyatın belirlenmesi, daha sonra bu yola başvurulması gerekir.

Mallar yönünden getirilen bu zorunluluk hizmet açısından da geçerlidir. Tüketiciye hizmet sunan kişiler haklı bir sebep olmaksızın onlarla bu yönde bir sözleşme yapmaktan kaçınamazlar. Ancak haklı bir sebebin varlığı halinde sözleşme yapmaktan kaçınabilirler. Örneğin; bir restoran sabah 9 akşam 9 açık olduğunu belirtmişse akşam 10'da gidip hizmet istenemez.

Sözleşmelerdeki Haksız Kayıtlar

1. Standart Sözleşme (Katılım Sözleşmesi) 2. Genel İşlem Şartı

A. Haksız Koşul--> Sözleşme taraflarından biri yönünden dengesizliğe sebep olacak, eşitliği bozacak nitelikteki, hükümler haksız koşuldur. TKHK bunun için adeta bir karine getirmiştir(TKHK m.6/1)

"Madde 6/1 Satıcı veya sağlayıcının tüketiciyle müzakere etmeden, 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." Buna göre sadece tek tarafça hazırlanan bir koşul olması onu haksız koşul yapmıyor, hazırlanan koşulun aynı zamanda haksız olabilmesi için, dengesizliğe de yol açması gerekiyor. Bu durumda ispat yükü tüketicidedir.

Haksız koşula ilişkin bir yönetmelikte her ne kadar sayılsa da haksız koşullar tahdidi değildir. Haksız koşulun şartlarının oluşması halinde haksız koşul meydana gelir. Haksız koşulun şartları ise;
1. Sözleşmenin, tek taraflı olarak, müzakere edilmeksizin düzenlenmesi
2. Dengesizliğe sebep olması

B. Haksız Koşulun Sonuçları
1. İdari para cezası
2. Haksız koşulun batıl sayılması
Kısmi butlan mı yoksa sözleşmenin tamamı mı batıl olacak sorunsalı gündeme gelir. Bu sorunsalın çözümünde esas olan husus haksız koşulun niteliğidir.
* Eğer o haksız koşul olmadan, tüketicinin isteği, sözleşmeyi ayakta tutmaktan yanaysa kısmi butlan.
* Eğer o haksız koşul olmadan sözleşmenin esaslı noktalarından biri eksik olacaksa, bu durum sözleşmenin temelini etkileyecekse, tamamen butlan. (Ama kanun her halde kısmi butlan demiştir.)

YBK'da genel işlem şartlarına ilişkin yeni düzenleme getirildi. TKHK ile YBK bu anlamda bir uyum içerisinde değil. YBK'yla artık haksız koşul sadece tüketiciye değil diğer sözleşme tarafı kişilere de uygulanır hale geldi. TKHK haksız koşul bakımından YBK'dan daha geniş bir düzenleme içeriyor.

C. TKHK m.6/6: Tüketici sözleşmeleri TKHK'da öngörülen şekilde yapılmak zorundadır. Buradaki koşul ise; yazılı şekil geçerlilik şartıdır. Ayrıca TKHK sadece bununla yetinmeyip her sözleşme için mutlaka sözleşme metninde yer alması gereken bazı unsurlar sayıyor. Bunun temel sebebi tüketicinin bilgilendirme ihtiyacının karşılanmasıdır. Kanun birde bu sözleşmelerin bir nüshasının tüketiciye verilmesini de öngörmektedir.
Yaptırımları

Taksitle Satışlar
Taksitli satışlar; tüketici kredisinin bir türüdür.

TÜKETİCİ KREDİLERİ

İkili İlişkiler Çerçevesinde Verilen Krediler Üçlü İlişkiler Çerçevesinde Verilen Krediler

Taksitle Satışlar Ferdi Krediler Kredi Kartları Leasing

Kredi; bir tarafın, belli bir satın alma gücünden diğer taraf lehine belli bir süreyle ve genellikle menfaat karşılığında (örneğin; faiz) vazgeçme anlamına gelir. Tüketici kredilerinin ilk görünüm şekli ikili ilişki çerçevesinde ortaya çıkmıştır. Tarihsel sürecine bakılacak olunursa; ilk ortaya çıkışı 1950'lerde Singer dikiş makinelerinde olmuş. İlk taksitle satılan şey bu makinelerdi. Günümüzde; ikili ilişki çerçevesinde verilen kredi, tüketici kredisi olarak adlandırılmamakta, taksitle satış olarak adlandırılmaktadır. Taksitle satışın temelinde yatan, satıcının sattığı ürünün bedelini peşin olarak elde edememesi, bu bedeli zamana yayarak almasıdır. Bunun kredi olmasının sebebi; satıcı ödememe risklerini kendi üzerine almasıdır.

BK'da taksitle satış düzenlenmiş. TKHK'da tüketiciyi koruyucu özel hükümler getirilmiş.

TKHK'da taksitle satış kavramı; malın derhal teslim edildiği buna karşılık satım bedelinin en az 2 taksit şeklinde ödendiği sözleşmeler olarak tanımlanmaktadır. "Madde 6/A,1 Taksitle satış, satım bedelinin en az iki taksitle ödendiği ve malın veya hizmetin sözleşmenin düzenlendiği anda teslim veya ifa edildiği satım türüdür. "

* Malın tesliminden önce yapılan ödeme taksit sayılmaz.

TKHK m.6/A,2, taksitli satışlarda yazılı geçerlilik koşulunun yanında asgari şartlar getirmiştir. Bu asgari koşullar aslında tüketici bakımından oldukça önemli koşullardır. Sözleşme yazılı yapılacak ve bir nüsha tüketiciye verilecektir.

"Madde 6/A,2 Taksitle satış sözleşmesinin yazılı şekilde yapılması zorunludur. Sözleşmede bulunması gereken asgari koşullar aşağıda gösterilmiştir:
a) Tüketicinin ve satıcı veya sağlayıcının isim, unvan, açık adresleri ve varsa erişim bilgileri,
b) Malın veya hizmetin Türk Lirası olarak vergiler dahil peşin satış fiyatı,
c) Vadeye göre faiz ile birlikte ödenecek Türk Lirası olarak toplam satış fiyatı,
d) Faiz miktarı, faizin hesaplandığı yıllık oran ve sözleşmede belirlenen faiz oranının yüzde otuz fazlasını geçmemek üzere gecikme faizi oranı,
e) Peşinat tutarı,
f) Ödeme planı,*
g) Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları."

6/A,3'e göre sözleşmede taksitlerin karşılığı olarak kıymetli evrak niteliğinde bir senet verilecekse; kambiyo senetleri illetten mücerret olmalarından dolayı tehlikeli olduklarından, nama yazılı olmalıdır. Kıymetli evrak, her taksit için ayrı ayrı düzenlenecek, aksi takdirde bu senetler geçersizdir.

Tüketicinin erken ödemesi halinde, BK'ya göre alacaklı erken ifayı kabule zorlanamaz ancak TKHK 6/A,4 ile buna istisna getirilmiştir. Satıcı/sağlayıcı erken ödemeyi kabul etmek zorundadır. Tüketici 1. taksit miktarından az olmamak koşuluyla ödediği miktara göre faiz indiriminden yararlanacak.

* TKHK m.6/A,son; Sözleşme şartları hiçbir koşulda tüketici aleyhine değiştirilemez. Tüketici lehine değiştirilebilir

Ödemelerden biri aksatılmasıyla tüm bedelin muaccel hale gelmesi konusunda BK ve TKHK'da bazı şartların gerçekleşmesiyle mümkün kılınmıştır. TKHK'a göre;
1. Satıcı/sağlayıcı, muacceliyet şartını sözleşmede açıkça saklı tutmuş olmalıdır.
2. Satıcı/sağlayıcı tüm edimlerini ifa etmiş olmalıdır.
3. Tüketicinin art arda en az 2 taksiti ödemede temerrüde düşmüş olması gerekir.
4. Ödenmeyen taksitlerin toplamı, toplam satış bedelinin en az 1/10'u olması gerekir.

Devre Tatil Sözleşmeleri

Devre mülk; kullanımı süreyle belirlenmiş, birden çok kişinin bir taşınmaz üzerinde paylı mülkiyeti halidir Bu ayni hak sürelere bölünmüştür. Bu kanunla öngörülmüş, zorunlu bir anlaşmadır.

Devre tatil; Bir kişi maliki olduğu bir taşınmazı devrelere bölerek kiralamaktadır. Bu şahsi hakta zamanla sınırlama söz konusudur.
Devre tatil, TKHK'da düzenlenmiştir. Devre mülk ise; Kat Mülkiyeti Kanununda düzenlenmiştir.
Devre mülkün TKHK'ya sokulması; 2003'te konut ve tatil amaçlı taşınmazların kanuna alınmasıyla taşınmazlar için sözleşme tarafı tüketiciyse TKHK kapsamına girebilir. Ancak devre tatile ilişkin hükümler devre mülke uygulanmaz. Devre tatil ayrıca TKHK'da düzenlenmiştir.

Devre Tatilin Özellikleri

1. En az 3 yıl süreyle yapılmış olmalı,
2. Bu süre zarfında yıl içinde belirli ya da belirlenebilecek ve 1 haftadan az olmayacak bir dönem için
3. Taşınmazın kullanımını devredilir.

Bu sözleşmelere ilişkin usul ve esaslar yönetmelikte belirlenecek. Yönetmelikte devre tatil sözleşmesinde bulunması gereken asgari şartlar sayılmıştır. Tüketicilere devre tatil sözleşmenin imzalanmasından itibaren 10 gün içinde bir cayma hakkı tanımış. Bu cayma hakkının niteliği cayma mı yoksa geri almamı olduğu tartışmalıdır. Hiçbir sebep göstermesine gerek yoktur. Bunun sebebi tüketicilerin bir anlık kararla verilmesi mümkün bu şeylerle bağlı kalmamasıdır.
Tanıtım amaçlı bir broşür veriliyorsa, bu şart ve imkânlarda orada yazanlardan başka değişiklik yapılamaz.

Paket Tur Sözleşmesi

Paket tur sözleşmesi, karma isimsiz sözleşmedir. Bu sözleşme türü TKHK'da özel olarak düzenlenmiştir.
"TKHK m.6/C Paket tur sözleşmeleri; ulaştırma, konaklama ve bunlara yardımcı sayılmayan diğer turistik hizmetlerin en az ikisinin birlikte, her şeyin dahil olduğu fiyatla satılan veya satış taahhüdü yapılan ve hizmeti 24 saatten uzun bir süreyi

kapsayan veya gecelik konaklamayı içeren ve bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunlu, önceden düzenlenmiş yazılı sözleşmelerdir."
Bulunması gereken kayıtlar ilgili yönetmelikte açıkça sayılmıştır. Bunlar;
> Tarafların ismi adresi vb. şeyler yer almalıdır.
> Hareket-dönüş tarihi, saatleri, ek ücretleri şeyler vb. yer almalıdır.
> Seyahat acentesinin kusuru vb. ile ödenecek para vb. şeyler yer almalıdır.

* Seyahat acentesinin aydınlatma yükümlülüğü vardır. Sözleşme koşulları tüketici aleyhine ağırlaştırılamaz. Tüketici lehine yapılabilir.

Seyahat acentesi tüketici sözleşmesinden dönecek olursa seçimlik bir yetkiye sahip;
1. Tüketiciye ikame bir paket tur sunabilir.
2. Tüketiciye ödemiş olduğu fiyatın tamamını 10 gün içinde iade edebilir.

Seyahat acentesinin sözleşmeyi feshetmesi halleri;
1. Mücbir sebep çıkması
2. Gerekli tur sayısına ulaşılamaması halinde olur.

Tüketici sözleşmesinin devri ise; tüketici, seyahatin başlangıcından 7 gün önce seyahat acentesine bildirmek koşuluyla paket tur açısından tüm koşulları yerine getiren bir 3. kişiye sözleşmeyi devredebilir. Sözleşmenin devri istisnadır. Burada özel olarak tüketiciye imkan tanınmıştır.

Seyahat acenteleri, tüketici sözleşmesine bir sorumsuzluk kaydı koyamaz, her tür sorumsuzluk kaydı geçersizdir.

Kapıdan Satış

Tüketicinin önceden bir talebi olmaksızın bizzat girişimcinin kendisinin ya da temsilcisinin tüketicinin evine ya da işyerine giderek başlattığı görüşmeler sonucu akdedilen sözleşmedir. Bu sözleşmelerde tüketici adeta hazırlıksız yakalanıyor. Bu nedenle tüketicinin korunması çok önemlidir. Kanun koyucu bu sebeple TKHK'da özel olarak düzenlemiştir.

* Cayma hakkı: Burada teknik olarak irade beyanının geri alınması söz konusu. 7 gün içinde tüketici cayma hakkını kullanabilir. Cayma hakkının olduğu mutlaka belirtilmelidir. Sözleşme yazılı yapılmalıdır. Yönetmelikte sayılan zorunlu bilgiler bulunmalıdır. Sözleşmenin düzenlendiği tarih mutlaka sözleşmeye yazılmalı, çünkü cayma hakkına ilişkin 7 günlük hak düşürücü süre bu tarihten başlıyor.
* Uygulamada genelde tüketiciye fark ettirilmeden geçmiş tarih konuluyor cayma hakkı kullanılmasın diye. Ancak eğer sözleşmede tarih farklı yazılmışsa artık tüketici cayma hakkı için 7 günlük süreyle bağlı değildir.
* Kapıdan satış sözleşmelerinde ispat yükü satıcı/sağlayıcının üstündedir, ayrıca tüketiciyi aydınlatama yükümlülüğü de vardır.
* Kapıdan satışlarda cayma hakkını belirten kısım en az 16 punto olmalıdır (m.6'dakinden özel hüküm getirilmiştir). Bu uygulanmazsa sözleşmenin geçersizliği sonucu doğurur.
Yönetmelikte açıkça kapıdan satış yoluyla kurulamayacak sözleşme türleri sayılmıştır;
* Sigorta sözleşmeleri, banka ve menkul kıymet sözleşmeleri
* Gıda, içecek vb. satışları(beslenme destek ürünleri hariç, ör. vitaminlerin kapıdan satışı mümkün)
* Taşınmaz satış ve kiralama sözleşmeleri ve taşınmazlara ilişkin diğer sözleşmeler

Tüketici Kredisi

TÜKETİCİ KREDİLERİ

İkili İlişkiler Çerçevesinde Verilen Krediler Üçlü İlişkiler Çerçevesinde Verilen Krediler

Taksitle Satışlar Ferdi Krediler Kredi Kartları Leasing

Serbest Tüketici Kredisi Bağlı Krediler

Doğrudan Nakit Kredili Mevduat Tedarik Kredisi Finanse Edilmiş
Olarak Verilen Kredi Hesabı Taksitle Satımlar

Tüketici kredisi bir üst kavramdır; altında ferdi krediler, kredi kartları ve leasing var. Leasing ticari hayata ilişkin bir kavram, bu Finansal Kiralama Kanununda düzenlenmiş.

Ferdi Krediler
Bir tüketici kredisinin serbest ya da bağlı kredi olması çok büyük önem taşır;
1. Bağlı kredilerde mal ve hizmetin hiç ifa edilememesi, ayıplı ifa edilmesi, eksik ifa edilmesi hallerinde kredi veren de satıcı/sağlayıcıyla müteselsilen sorumlu olur.
a) Tedarik kredisi: kredi veren o krediyi belli bir amaçla veriyor.
b) Finanse edilmiş taksitle satım: Tedarik kredisinin gelişmiş ve yaygın kullanılan bir halidir. Bu tür kredide kredi veren krediyi sadece belli amaçla vermekle kalmıyor, hangi satıcı veya sağlayıcıdan hangi ürünün alınacağını belirliyor, hatta kural olarak para hiç tüketicinin eline geçmiyor. Banka krediyi doğrudan satıcı/sağlayıcıya ödüyor.
Bu hallerde kredi veren o malın;
* hiç ifa edilememesi
* ayıplı ifa edilmesi
* eksik ifa edilmesi hallerinden sorumlu olur.
* Kredi verenin bu sorumluluğunun sonucunda da kredi verene karşı kredi geri ödemeleri durdurulur!
* Yargıtay bunu tedarik kredisinde de kabul ediyor.
Örneğin; 2. el otomobil alındıysa bunun istisnası olur ve kredi veren sorumlu olmaz. (Tabi 2. el otomobilin ticari işi gereği bunu yapan birinden alınmış olması şartıyla bu işlem TKHK kapsamına girer, yoksa tüketici işlemi bile olmaz.)

2. Serbest kredilerde kredi verenin müteselsilen sorumluluğu yok, çünkü verilen kredinin nereye harcandığı banka açısından önem taşımamaktadır.
a) Doğrudan nakit olarak verilen kredi: Kredinin ne amaçla alındığına bakılmaz, düşük miktarlı ve kısa vadeli kredilerdir. (Bankalar ihtiyaç kredisi demektedir.)
b) Kredili mevduat hesabı: Bankada sürekli para akan bir hesabın olması halinde (ör. maaş) üst limiti bir aylık maaşın olan banka mevduat hesabı açılır ve tanınan kredi oranında eksi bakiyeye düşülebilir. Ör. maaşı 750 TL olan bir kişinin hesabında 0 TL kalmış olsa bile aslında +750 TL kredi verilmiştir, yani daha 750 TL daha harcanabilir. Eğer bu krediden harcanırsa sonraki ay kişinin maaşı yattığında harcanan miktar+sözleşme faizi bu maaştan düşülür. Sonuçta faiz nedeniyle banka kazançlı

çıkmış olur. Böyle bir hesap için genellikle ayrı bir işlem yapmaya bile gerek olmuyor, banka kendisi bu hesabı sağlıyor ve verilen bu kredinin nerede harcandığı önem taşımıyor.

TKHK m.10'nın getirdiği yenilikler;
* Tüketici kredisi karşılığında bir teminat olarak kıymetli evrak alımını yasaklanmıştır. Kredi karşılığı kıymetli evrak alındıysa da tüketici bunu geri alabilme hakkına sahiptir.
* Kredilerde kefil çok yaygın olarak kullanılır. Ticari iş kefaleti de müteselsil kefalettir, dolayısıyla 2003'e kadar tüketici kredisi ve kredi kartları için verilen kefaletler de müteselsil kefaletti. Bu 2003'te kaldırıldı ve tüketici kredileri ve kredi kartlarındaki kefaletler adi kefalet olarak düzenlendi. Bunun nedeni şudur; tüketici lehine kefil olan kişi de genellikle tüketicidir. Dolayısıyla kefil olan kişi de korunmalıdır. Bu nedenle dolaylı anlamda tüketicinin korunması için bu adi kefalet getirildi. Yani kredi veren kredi borcu için önce kredi alana başvuracak, ondan tahsil edilemez ise ve bu durum belgelenirse ancak o zaman kefile gidilebilecek.

Kredi Kartları ise uzunca bir süre tüketici kredisi kabul edilmemiş; 1995'teki TKHK'da 10/A maddesi (kredi kartlarına ilişkin madde) olmadığı için mahkemeler kredi kartlarını tüketici kredisi saymıyordu. Bu kartzedelere neden oldu. 2003'te m.10/A getirildi ve böylece tartışma bitti.
* TKHK m.10/A kredi kartlarındaki gecikme ve sözleşme faizine sınırlama getirmiştir. Kredi kartları çift yönlüdür.
1. Basit bir ödeme aracıdır. Ödeme aracı olduğunda ne sözleşme ne gecikme faizi ödeniyor.
2. Kredi fonksiyonu vardır. Bu fonksiyon istenirse harekete geçirilir. Kredi kartlarında bir asgari ödeme tutarı vardır. Bu yapılan harcamanın 1/5'idir. Bu miktar ödendiğinde temerrüde düşülmez ve gecikme faizi işlemez. Ama yalnızca asgari ödeme yapıldığında kalan miktar üzerinden sonraki aya kadar sözleşme faizi işler. Sonraki ay gene o toplam miktarın 1/5'i asgari ödeme olarak ödenmek zorundadır. Ancak bir de asgari ödeme de yapılmazsa gecikme faizi işlemeye başlar. Gecikme faizi ödenmeyen asgari ödeme miktarı için işlerken toplam ödenmeyen miktar içinde sözleşme faizi işlemeye devam eder. İşte kredi kartı borçları bu şekilde çığ gibi büyür.
Örneğin; 400 TL karttan harcadın. Her ayın 15i ödeme günü. 1/5'in ilk ay ödedin, gecikmedin yani 80TL ödendi(asgari ödeme). 320 TL üzerinden sonraki aya kadar sözleşme faizi işledi. Sonraki ayın 15inde faizle birlikte 350TL olsun. O ay için de 1/5i, yani 70 TL ödenmeli, eğer o da ödenemezse temerrüde düşülmüş olur ve bu 70TL üzerinden gecikme faizi işler, ayrıca toplam miktar olan 350TL üzerinden de sözleşme faizi işlemeye devam eder.
BKKK ile getirilen korumalar;
* Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanununda gecikme faizinin akdi faize oranı belirlenmiş ve gecikme faizinin akdi faizin %30'undan fazla olamayacağı belirtilmiş. Ancak bunun ne kadar koruma sağladığı tartışılır.
* Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanununda sözleşme faizi ve gecikme faizinin üst limiti belirlenmiş, bankalar arasında uygulanan faiz oranları birbirine çok yaklaşmıştır.
* Kredi kartı alacak kişinin açık talebi olmadan kredi kartı verilemez ve açık izin olmadan limit artırılamaz şeklinde düzenlemeler getirilmiştir.
* Kişinin sahip olabileceği tüm kredi kartlarına da toplam bir limit sınırı getirilmiştir.
* BKKK sadece tüketicilere değil herkese uygulanan bir kanundur, bu hükümler tüketici olmayanlar için de geçerlidir!

TKHK m.10/A'nın getirdiği korumalar;
* TKHK m.10/A 3'te kredi verenin faiz artırımını 30 gün önceden bildirmek zorunda

olduğu ve faiz artırımının geriye işlemeyeceği düzenlenmiş. Bu durumda tüketici en geç 60 gün içinde tüm borcunu öderse artırılan faiz oranından etkilenmeyecektir.
* 10/A'yla komisyon kaldırılmıştır.

Reklam
Reklam bilgilendirme aracıdır. Aynı nitelikte, aynı cins ürünlerin farklı üreticiler tarafından üretilmesiyle ortaya çıkmıştır. Hukuki niteliği; icaba davet. İstisna olarak icap niteliği taşıyabilir (bir katalog niteliği olmaması kaydıyla). Önemli olan reklamın gerçekten ürünü tanıtmak tüketiciyi aydınlatmak amacı olmasıdır.
Yanlış veya yanıltıcı reklam ve aldatıcı kabiliyeti varsa aldatıcı reklam olur.
* Yanlış reklam: o ürüne ilişkin tamamen yanlış bilgi veren reklamdır. Örneğin; Komili yiyip uçan insanlar. Ancak bu reklamda aldatma kabiliyeti yoktur. Normal, makul, orta zekalı 3. kişiye göre aldatma kabiliyeti yoksa yanlış reklam olmasına rağmen aldatıcı reklam değildir.
* Yanıltıcı reklam: yanlış bilgi vermiyor ama yanıltıyor olması gerekli. Önemli olan aldatma kabiliyeti olup olmaması.
Aldatıcı reklam varsa, tacirler arasında, haksız rekabet hükümleri uygulanır.
Karşılaştırılmalı reklama izin veriliyor. Şartları;
* Karşılaştırılan markanın adı söylenmeyecek,
* Karşılaştırılan mal veya hizmetler aynı nitelikte olmalı,
* Dürüstlük kuralı çerçevesinde karşılaştırma yapılmalı,
* Tüketici yanıltılmamalı.
Tüketici aldatıcı reklamla karşılaşırsa ne yapabilir?
* Reklam kuruluna şikayet edilip reklam incelemeye alınmalıdır. 2003'e kadar reklam kurulu doğrudan yaptırım uygulamıyordu. 2003'ten sonra doğrudan yaptırım uygulaması mümkün kılındı. (para cezası, reklamın durdurulması vb.)
* Eğer reklamlarda bir malın belli özelliklere sahip olduğu veya olmadığı vaat ediliyorsa ayıplı maldaki vaat edilen vasıflar çerçevesinde ayıplı mala ilişkin hükümlere gidilebilir.
* Eğer reklam aynı zamanda bir hile niteliği taşıyorsa BK'da hileyle ilgili hükümlere gidilebilir.

Gizli reklam yasağı, ("bu bir reklamdır" vb. yazı konursa yasak kapsamında değildir.)

Tüketici Sorunları Hakem Heyeti, belli miktara kadar olan uyuşmazlıklarda(1.031 TL 87 kuruş) tüketici Tüketici Sorunları Hakem Heyetine başvurmak zorundadır.
Bu miktara kadarki uyuşmazlıklar bakımından Tüketici Sorunları Hakem Heyetinin kararları;
* İlk derece mahkemesi kararı yerine geçiyor.
* Bağlayıcıdır
* İcra kabiliyeti vardır
* Bu kararlara karşı itiraz tüketici mahkemelerine yapılır, tüketici mahkemeleri yetkili son mercidir.

Bu miktarın üstündeki uyuşmazlıklar bakımından tüketici Tüketici Sorunları Hakem Heyetine ya da tüketici mahkemesine başvurmak konusunda seçim hakkına sahiptir.
Tüketici bu miktar üstündeki uyuşmazlıklarda hakem heyetine giderse verilen kararlar;
* İcra kabiliyeti yok
* Mahkeme nezdinde kuvvetli delil teşkil eder.
Tüketici Sorunları Hakem Heyeti tüketici mahkemelerinin yükünü hafifletiyor ve tüketici bakımından harçsızdır. TSHH'ler her ilçe ve il merkezinde oluşturulur. Kural olarak ilçelerde TSHH'ye gidilir. Belli miktar üzeri uyuşmazlıklarda (2693 TL 78 kuruş) il hakem heyetine gitmek zorunludur.