T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2523
AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1494

TÜKETİCİ HUKUKU

Yazarlar

Yrd.Doç.Dr. Mahmut YAVAŞİ (Ünite 1)

Doç.Dr. Mehmet Emin BİLGE (Ünite 2)

Prof.Dr. Şebnem AKİPEK (Ünite 3, 4, 5, 6)

Prof.Dr. Mustafa ÇEKER (Ünite 7)

Yrd.Doç.Dr. Yahya DERYAL (Ünite 8)

Editörler

Yrd.Doç.Dr. Hülya GÖKTEPE

Yrd.Doç.Dr. Mahmut YAVAŞİ

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

www.hedefaof.com

Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Anadolu Üniversitesine aittir.
"Uzaktan Öğretim" tekniğine uygun olarak hazırlanan bu kitabın bütün hakları saklıdır.
İlgili kuruluştan izin almadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt veya başka şekillerde çoğaltılamaz, basılamaz ve dağıtılamaz.

Copyright © 2012 by Anadolu University
All rights reserved
No part of this book may be reproduced or stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means mechanical, electronic, photocopy, magnetic, tape or otherwise, without permission in writing from the University.

UZAKTAN ÖĞRETİM TASARIM BİRİMİ

Genel Koordinatör
Doç.Dr. Müjgan Bozkaya

Genel Koordinatör Yardımcısı
Doç.Dr. Hasan Çalışkan

Öğretim Tasarımcıları
Yrd.Doç.Dr. Seçil Banar
Öğr.Gör.Dr. Mediha Tezcan

Grafik Tasarım Yönetmenleri
Prof. Tevfik Fikret Uçar
Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız
Öğr.Gör. Nilgün Salur

Kitap Koordinasyon Birimi
Uzm. Nermin Özgür

Kapak Düzeni
Prof. Tevfik Fikret Uçar
Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız

Dizgi
Açıköğretim Fakültesi Dizgi Ekibi

Tüketici Hukuku

ISBN
978-975-06-1192-6

1. Baskı

Bu kitap ANADOLU ÜNİVERSİTESİ Web-Ofset Tesislerinde 1.800 adet basılmıştır.
ESKİŞEHİR, Mayıs 2012

www.hedefaof.com

İçindekiler

Önsöz ..... **iv**

1. Tüketici Hukukunun Tarihi Gelişimi, Tüketici Kavramı ve Tüketici Örgütleri..... **2**

2. Ayıplı Mal ve Hizmetlere Karşı Tüketicinin Korunması..... **18**

3. Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması..... **40**

4. Haksız Sözleşme Koşullarına Karşı Tüketicinin Korunması..... **52**

5. Tüketici Kredilerinde Tüketicinin Korunması..... **66**

6. Kapıdan ve Mesafeli Tüketici İşlemleri..... **82**

7. Kampanyalı, Promosyonlu Satışlar,Abonelik Sözleşmeleri ve Tatil Amaçlı..... **100**

8. Tüketici Kanunu'nu Uygulayacak Makamlar..... **114**

www.hedefaof.com

Önsöz

Tüketici Hukuku kitabı, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Perakende Satış ve Mağaza Yönetimi önlisans programı öğrencilerinin ders kitabı ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla hazırlanmıştır. Amacı öğrencilere Tüketici Hukukunun konularına ilişkin temel bilgileri verebilmektir. Kitap, 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun hükümlerine göre hazırlanmıştır. Konuların daha iyi anlaşılabilmesi ve bilgilerin kontrol edilebilmesi için bölüm içinde sıra sizde soruları, bölüm sonunda da test soruları konulmuştur.

Bu ders kitabı bir ekip çalışmasının ürünüdür, hazırlanması sürecinde çok sayıda değerli kişinin katkıları olmuştur. Kitabın yazım sürecinde Türkiye'nin değişik üniversitelerinde Tüketici Hukuku alanında çalışmalar yapan ve Tüketici Hukuku derslerine giren çok değerli öğretim üyeleri katkıda bulunmuştur. Katkı sağlayan tüm yazarlarımıza teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak bu kitabın hazırlanması olanağını bizlere sunan başka rektörümüz Prof.Dr. Davut AYDIN olmak üzere, rektör yardımcısı Prof.Dr. Aydın Ziya ÖZGÜR'e, Açıköğretim Fakültesi dekanı Prof.Dr. Kerim BANAR'a, Program Koordinatörü Sevgi A. ÖZTÜRK'e ve Açıköğretim Fakültesi dizgi ekibine teşekkür ediyorum.

Kitabın sevgili öğrencilerimize yararlı olmasını temenni ediyor, başarılar diliyorum.

Editör

Yrd.Doç.Dr. Hülya GÖKTEPE

www.hedefaof.com

www.hedefaof.com

1

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- "Tüketici" kavramına kimlerin girdiğini, neden korunmaları gerektiğini tanımlayabilecek,
- Belirli ulusal, uluslararası, uluslarüstü yargı alanlarında tüketicilerin korunmasına dair yasal düzenlemelerin tarihçesini açıklayabilecek,
- Tüketici örgütleri ile yapılan yasal düzenlemeler arasındaki ilişkiyi tanımlayabilecek,
- Sivil toplum örgütleri ile yetkilendirilmiş örgütlerin rollerini açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Tüketici, korunma sebepleri
- Tüketici hakları ve hakların gelişimi
- Tüketici örgütleri
- Tüketicinin Korunması Kanunu

İçindekiler

- Giriş
- Tüketici Hukukunun Tarihi Gelişimi
- Tüketici Kavramı
- Tüketicinin Korunmasını Gerektiren Sebepler
- Belirli Yargı Alanlarındaki Gelişmeler
- Anahatlarıyla Başlıca Tüketici Hakları
- Tüketici Örgütleri

www.hedefaof.com

Tüketici Hukukunun Tarihi Gelişimi,Tüketici Kavramı ve Tüketici Örgütleri

GİRİŞ

İnsan ihtiyaçlarının; hiyerarşik olarak fizyolojik, güvenlik, ait olma, saygınlık, kendini gerçekleştirme şeklinde sınıflandırıldığı kabul edilir. Bu ihtiyaçların giderilmesinde kullanılan malların veya hizmetlerin kalitesi ile yaşam kalitesi arasında doğrusal bir ilişki kurulabilir. İhtiyaçlar ve bunların giderilme yöntemleri zamanla değişmektedir. Bir zamanlar ihtiyaçlar aslen giderilebilmekte iken, günümüzde devren giderilmektedir. Günümüzde; yeme-içme gibi temel ihtiyaçlar doğadaki hayvan avlanarak, akarsulardan içilerek değil, satın alınarak giderilmektedir. Bir zamanlar mağarada barınma ihtiyacı giderilirken, günümüzde yaşanılan konutların sigortalanması ihtiyacı doğmuştur.

Bir zamanlar belirli bir malı kimin, nerede, nasıl ürettiğini bilmek olanaklı iken, belirli bir ihtiyacı gidermeye yönelik bir malı ya da hizmeti piyasaya sunan işletme sayısı o kadar çoğalmıştır ki, artık bir malı kimin, nerede nasıl üretildiğini bilme olanağı kalmamış ya da özel çaba gösterilerek bu bilgilere erişilebilir hale gelinmiştir.

İhtiyaçların ve onları gideren güçlü işletmelerin sayısının artması, ekonomik sistemlerin gelişmesine ve değişmesine neden olmuştur. Tam rekabet piyasasını esas alan ekonomik sistemlerde, bir yandan güçlü işletmelerin ekonomik sistemi olumsuz yönde etkilememesi için rekabet kuralları konulurken, diğer yandan bu sistem içerisinde yer alan bireylerin korunması amacıyla kurallar konulmaktadır.

İhtiyaçlarını gidermede başkalarına bağımlı olanların korunmasına yönelik yazılı kuralları tarihçesini, M.Ö. 1760 yılı civarında yazıldıkları kabul edilen Hammurabi Kanunlarına kadar götürmek mümkündür. Hammurabi Kanunlarının 229. maddesindeki "Bir inşaatçı herhangi bir kişi için bir bina inşa eder ve bu binayı uygun bir şekilde yapmazsa ve onun inşa ettiği bina yıkılıp sahibini öldürürse, inşaatı yapan öldürülür" ve 218. maddesindeki "Bir doktor operatör bıçağı ile derin bir yarık açarsa ve hastayı öldürürse ya da bıçak ile bir tümörü açıp gözü keserse doktorun elleri kesilir" hükümlerini, bireyleri koruyan ilk yazılı kurallar olarak niteleyebiliriz. Günümüzde temel ihtiyaçların giderilmesinde kusuru olanları ölümle cezalandırmak mümkün değil ise de, bir takım müeyyidelere tabi olabilirler.

Satın aldıkları ya da kiraladıkları mallarla ihtiyaçlarını giderenlerin korunmasına dair modern manadaki ilk yasal düzenlemeler, liberal ekonomik sistemin geliştiği, Amerika Birleşik Devletlerinde yapılmıştır. Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler nezdinde yapılan yasal düzenlemelerde de, ABD'de yapılan yasal düzenlemelerin izlerine rastlanır. Türkiye'deki yasal düzenlemeler de, diğer ülkelerden, birliklerden etkilenmiştir.

TÜKETİCİ HUKUKUNUN TARİHİ GELİŞİMİ

İhtiyaçların giderilmesinde başkalarına muhtaç olunmaya başlanılması ile, ihtiyaçlarını gidermede başkalarına bağlı olanların korunmaya ihtiyacı olduğu kabul edilse de, ihtiyaç duyulan mallar veya hizmetler arasında tercihte bulunarak satın alma olanağı sunan liberal ekonomilerde, koruma sağlamaya yönelik yasal düzenleme yapmaya 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren başlanıldığı görülmektedir. 19. yüzyıldaki Sanayi Devrimi sonucu mal arzının hızla artmasına bağlı olarak süpermarketlerin gelişmesi, yaygınlaşması ile raflardaki aynı ihtiyacı giderecek farklı markalı mallar arasındaki benzerlikleri ve/veya farklılıkları tüketiciye anlatacak kişiler bulunmamaya başlamıştı. Geçmişte malın üretim sürecini, vasıflarını bilen üreticiler malları satışa sunarken, artık ya mallar raflardan ihtiyaç sahibi tarafından, malın

www.hedefaof.com

özelliklerini kendisine anlatacak kişiler olmadan ya da mal konusunda yeterli bilgiye sahip olmayan daha çok satış teknikleri konusunda yetkin, malın vasıfları konusunda sınırlı bilgiye sahip kişilerin verdiği bilgilerle, satın alma tercihleri yapılmaya başlanmıştı.

Sosyal yaşamı düzenleyen genel hukuk kurallarının, bir çok açıdan satıcıya kıyasla daha güçsüz olan tüketicileri korumak için yetersiz kalması karşısında, özel nitelikli yasal düzenlemelerle tüketicilerin korunması gerekmiştir. Tüketicileri dolaylı olarak korusa da, modern anlamda ilk düzenlemenin 1872 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yapıldığı kabul edilir. Ulusal düzenlemelerin yanında, Avrupa Birliği'nde olduğu gibi bölgesel yasal düzenlemelerin 1970'li yıllarda yapılmaya başlanmıştır. Avrupa Birliği Hukuku'nun füzyon etkisi Türkiye'de de görülmektedir. Bir başka ifade ile, Türkiye'deki tüketicilerin korunmasına dair yasal düzenlemeler önemli ölçüde Avrupa Birliği'nin tüketicinin korunmasına dair yasal düzenlemelerden etkilenmiştir. 1985'li yıllardan itibaren Birleşmiş Milletlerce kabul edilmiş uluslararası yasal düzenlemeler de bulunmaktadır.

Aşağıda öncelikle tüketici kavramı ile tüketicilerin neden korunmaya ihtiyacı olduğu ele alınacak, ardından farklı yargı alanlarında bireyleri korumaya yönelik düzenlemelerin gelişim süreci incelenecektir.

TÜKETİCİ KAVRAMI

Ekmek, evdeki musluktan akan su gibi mallar hemen hemen her gün satın alınır. Tatil amaçlı taşıma hizmeti ve konaklama hizmeti belirli dönemlerde satın alınır. Bazen bu mallar ya da hizmetler ayrı ayrı, bazen de paket tatil turlarda olduğu gibi, ulaştırma ve konaklama hizmetleri birarada satın alınır. Bazen otomobil gibi bazı mallar hem özel yaşamdaki ulaşım ihtiyacı için, hem de mesleki yada ticari yaşamdaki ulaşım ihtiyacı için satın alınır. Mallar ve hizmetler satın alınıp, kullanılarak ihtiyaçları giderir. Bunların ekmek gibi bazıları fiziksel olarak tükenirken, otomobil gibi bazıları fiziki olarak kısa sürede tükenmez ise de, fayda sağlaması tükenebilir. Dolayısıyla, malların veya hizmetlerin kullanımı, onların tükenmesine neden olur. Onları satın alan, kiralayan ya da sair yollarla bir bedel karşılığında onlardan yararlananları, kullananları, tüketenleri; tüketici olarak adlandırmak mümkündür. Tüketicilerin muvafakati ile, devren edinilen mallardan veya hizmetlerde yararlanan, kullanan ya da tüketen diğer kişileri de tüketici olarak nitelendirmek mümkündür.

Daha fazla ilerlemeden, "mal" ve "hizmet" kavramları üzerinde kısaca durulmalıdır. Mallar ve hizmetler çeşitli açılardan sınıflandırılabilir ise de, malları ve hizmetleri başkalarından ayırt eden markaların kapsamlarını belirten sınıflandırmanın, tüketici hukuku açısından en uygun sınıflandırma olabileceği düşünülmektedir. Aslında belirtilen sınıflandırma uluslararası bir sınıflandırma olup, "Markaların Tescili Amacıyla Mal ve Hizmetlerin Uluslararası Sınıflandırılmasına ilişkin Nice Anlaşması" ile belirlenmiştir, anılan anlaşmaya Bakanlar Kurulunun 12/7/1995 tarih ve 95/7094 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile taraf olunmuştur. Belirtilen listeye göre mallar ve hizmetler 45 sınıfa ayrılmış olup, ilk 34 sınıfta mallar, kalan 11 sınıfta ise hizmetler listelenmektedir. Her 5 yılda bir liste güncellenmektedir. En son liste; Türk Patent Enstitüsü Başkanlığınca 20/03/2010 tarihli Resmi Gazete'nin 27468 sayılı nüshasında yayımlanan Tebliğle belirlenmiştir.



Mal ve hizmetlerin sınıflandırmasına dair listeye Türk Patent Enstitüsünün http://www.tpe.gov.tr/dosyalar/nice/Sinif_01-45.pdf adresinden erişilebilir.

Listenin incelenmesinden, ticarete konu her türlü şeyin listeye dahil edildiği görülecektir. Bu bağlamda; tarihi ve sanat değeri olan eserlerin, artık ödeme aracı olarak kullanılmayan, yürürlükten kaldırılmış, koleksiyon amacıyla ticarete konu olan altın ve gümüş gibi metal paraların da mal kavramı kapsamında olduğu belirtilmelidir.



"Para" mal olarak nitelendirilebilir mi?

www.hedefaof.com

Ulusal Tüketici Hukukumuz açısından tüketici kavramı; Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun'un 3. maddesinde "bir mal veya hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişiyi" ifade etmektedir. Bir başka ifade ile nihai kullanıcılar, yararlanıcılar tüketicidir. Her ne kadar günlük dilde kullandığımız tüketici kavramı, malı veya hizmeti satın alanın kim olduğu, hangi amaçla kullandığı konusunda bir ayırım içermemekte ise de, tanımdan da anlaşılacağı üzere, malın ya da hizmetin hangi amaçla alındığı, kullanıldığı önemlidir. Ticari veya mesleki faaliyetlerini yerine getirmek üzere malları veya hizmetleri satın alanlar, kiralayanlar ya da bir bedel karşılığında sair yollarla onlardan ihtiyaçlarını giderenler, tüketici kavramı içerisinde yer almazlar. Fakat, tacir sıfatına sahip kişilerde şahsi, ailevi ya da evde beslediği hayvanlar için satın aldığı mallar açısından, tüketicidir.

İlave etmek gerekir ki; her ne kadar yukarıda belirtilen Kanun maddesine göre, tüzel kişiler de tüketici kavramı içerisinde yer almakta ise de, tüketicilerin korunmasına dair Avrupa Birliği tarafından çıkarılmış olan direktifleri göz önüne aldığımızda, genellikle tüzel kişilerin tüketici kavramı içerisinde yer almadığı görülmektedir. Adalet Divanı başta C-541/99 ve C-542/99 numaralı birleşik "Ideal Service" ile C-361/89 numaralı "Patrice Di Pinto" davası olmak üzere; bir çok davada tüketici kavramına sadece gerçek kişilerin girdiğine vurgu yapmıştır. Bununla birlikte; bir kısım direktiflerin dibacesinde, direktif kapsamındaki Üye Devletlerdeki mevcut yasal düzenlemelerin korunabileceği veya tüzel kişilerin direktif kapsamına girip girmeyeceğine Üye Devletlerin karar verebileceği belirtilmektedir. 13 Haziran 1990 tarihli Paket Gezi, Paket Tatil ve Paket Turlara İlişkin 90/314/AET sayılı Konsey Direktifinin, gerçek ve tüzel kişiler arasında bir ayırıma gitmediği, hatta mesleki ve ticari amaçlı alımları yapanları da, tüketici kavramına dahil ettiği belirtilmelidir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun önemli ölçüde AB Direktiflerinden etkilenmiştir. Dolayısıyla; Kanun'un yorumlanmasında, yukarıda da yapıldığı gibi, Adalet Divanının kararlarından yararlanmak yadırganmamalıdır. Adalet Divanının C-269/95 numaralı "Francesco Benincasa v Dentalkit Srl" davası dikkate alındığında, gelecek bir tarihte yapılması planlanan ticari veya mesleki bir faaliyet için mal satın alanlar, satın alma tarihinde ticari veya mesleki faaliyette bulunmasalar dahi tüketici sayılmazlar.

Bir mal ya da hizmet hem kişisel kullanım için hem de ticari ve mesleki faaliyetleri yerine getirmek üzere de kullanılabilir. Bu şekilde kullanılan/yararlanılan malları ya da hizmetleri satın alanlar, tüketici olarak nitelendirilmeli midir? Adalet Divanının C-464/01 numaralı "Gruber" davasındaki kararından hareketle, alınan malın ya da hizmetin daha çok hangi amaçla kullanıldığına bağlı olarak, çifte kullanım amaçlı malları satın alanları tüketici olarak nitelemek mümkün olabilir. Örneğin bir otomobil satın alan bir avukat otomobili %80 özel yaşamında, %20 mesleki faaliyetinde kullanıyor ise, tüketici olarak nitelendirilebilecektir.

Toparlayacak olursak; ulusal hukukumuz açısından tüketici kavramına, malları veya hizmetleri mesleki ve ticari faaliyetlerinde kullanmak üzere satın almayan gerçek ve tüzel kişiler girmektedir. Satın alınan mal ya da hizmet hem özel yaşamda hem de mesleki veya ticari faaliyetlerde kullanılacaksa, hangi amaçla daha fazla kullanıldığına bağlı olarak, çifte kullanım amaçlı malları satın alanlar ya da hizmetten yararlananlar tüketici olarak nitelendirilebilir. Ulusal hukukumuz açısından hem gerçek kişiler hem de tüzel kişiler tüketici olarak nitelendirilebilmekte ve tüketicilere tanınan haklardan yararlanabilmekte ise de, Avrupa Birliğinin tüketicilerin korunmasına dair yasal düzenlemelerin çoğunluğunda, tüzel kişiler tüketici olarak nitelendirilememektedir.

TÜKETİCİNİN KORUNMASINI GEREKTİREN SEBEPLER

En temel ihtiyaçların belirli sayıdaki mallarla giderildiği dönemlerden, ihtiyaçlar hiyerarşisindeki en üst seviyedeki ihtiyaçların, sayılamayacak kadar çok mallarla veya hizmetlerle giderilmesini sayılamayacak kadar çok işletmenin sunması ile birlikte, tüketicilerin yaşam kalitesini en yükseğe çıkaracak malları veya hizmetleri seçmesi güçleşmiştir. Malların veya hizmetlerin vasıfları anlaşılamaz hale gelirken, aynı veya benzer ihtiyacı gidermeye yarayan malları, hizmetleri piyasaya süren işletmelerin hangisinin piyasaya sunduğu malın veya hizmetin daha güvenli olduğuna karar vermek güçleşmiştir. Tüketiciler; yaşam kalitelerini ciddi şekilde etkileyebilecek olan satın alma kararlarını yeterli bilgiye sahip olmadan verir hale gelmiştir.



Ekonomik sistemlerin değişmesi ve gelişmesine paralel olarak, tüketicilerin bu bilgisizliğinden yararlanmak isteyen fırsatçılar ortaya çıkmaktadır. Eskiden olduğu gibi mal ve hizmetlerin niteliklerini

www.hedefaof.com

bilen üreticilerin yerini, malların niteliklerini üreticilere kıyasla daha az bilen, fakat satış teknikleri konusunda bilgili, ikna kabiliyeti yüksek kişiler almaktadır. Satıcıların ikna kabiliyeti ile ihtiyaç duyulmayan mallar satın alınmakta, kimi zaman ise ihtiyacı gidermede kifayetsiz, arızalı, tehlikeli mallar satın alınmaktadır. Yaşam kalitesini arttırmakta kullanılabilecek para, dolaylı olarak amacının dışında kullandırılabilmektedir.

İşletmelerin kârlılıklarını maksimum seviye çıkarma amaçları, tüketiciler üzerinden gerçekleşmektedir. İşletmeler bu amaçlarına erişebilmek için, olgunlaşması için gereken süre geçmeden önce, bir takım kimyasal maddelerle sebzelerin, meyvelerin olgunlaşmış gibi görünmelerini sağlayabilmekte, yoğun promosyon faaliyetleri ile hiç bir yararı olmamasına, hatta zararları olabilmesine rağmen bir kısım ürünleri, örneğin zayıflatıcı, saç çıkarıcı oldukları ileri sürülen ürünleri tüketicilerin zaaflarından yararlanarak satabilmektedirler. Ölçüleri, tartıları olduklarından daha fazla imiş gibi gösterip, haksız kazanç elde edebilmekte, taklit malları orijinal mal imiş gibi satabilmektedirler.

Tüketicilerin korunmasında işletmelerin sosyal ve etik sorumluluklarını yeterince yerine getirememiş olması, buna karşın tüketicilerin gittikçe bilinçlenerek örgütlenmesi, konu hakkında doğrudan yasal düzenlemelerin yapılmasını gerekli kılmıştır. Malların ve hizmetlerin satışına dair yasal düzenlemelere yer veren başta Borçlar Kanunu, sözleşme serbestisi kapsamında sözleşmeye taraf olanları eşit güce sahip kişiler olarak kabul etmekle birlikte, tüketicilerin satıcılara karşı her yönden daha güçsüz oldukları tartışmasızdır. Tüketicilerin güçsüz oluşu, sözleşmenin kurulmasındaki pazarlık etme gücünün de zayıf olduğu anlamına gelmektedir. Borçlar Kanununun tüketicilerin korunması karşısındaki yetersizliği de, özel düzenleme yapılmasında etkili olmuştur. Dolayısıyla, sözleşmenin tarafı olan tüketicilerin satıcılara karşı korunması, sosyal devlet anlayışının gelişimine bağlı olarak, devletin vatandaşlarının yaşam kalitesini yükseltmek şeklinde belirtilebilecek genel görevi kapsamında değerlendirilebilir.

Aşağıda Amerika Birleşik Devletleri, Birleşmiş Milletler, Avrupa Konseyi, Avrupa Birliği ve Türkiye'de tüketicilerin korunmasına dair düzenlemelerin gelişim süreci irdelenecektir.

BELİRLİ YARGI ALANLARINDAKİ GELİŞMELER

Amerika Birleşik Devletlerindeki (ABD) Gelişmeler

Tüketicilerin korunmasına dair modern manadaki ilk yasal düzenlemelerin, liberalizmin mihenk taşı olduğu kabul edilen Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılmış olması, şaşırtıcı değildir. 8 Haziran 1872 tarihinde kabul edilen Federal Posta Dolandırıcılık Kanunu'nun (Federal Mail Fraud Act) posta yoluyla yapılan dolandırıcılığı suç sayması, dolaylı olarak tüketicileri korumakta olduğundan, tüketicilerin korunmasına dair ilk yasal düzenlemenin belirtilen kanunla yapıldığı kabul edilmektedir. 1914 yılında kabul edilen Federal Ticaret Komisyonu Kanunu ile kurulan Federal Ticaret Komisyonu, tüketicilerin korunmasının gelişiminde önemli rol oynamaya devam etmektedir.

Aradan geçen zaman içerisinde daha çok toplum sağlığına zararlı gıdalar, ilaçlar konusunda bir çok yasal düzenleme yapılmış ise de, ABD'de tüketicilerin korunmasına dair daha etkin ve doğrudan tüketicilerle ilişkili yasal düzenlemelerin yapılmasında dönemin ABD Başkan John F. Kennedy'nin 15 Mart 1962 tarihinde ABD Kongresi'nde yaptığı konuşma bir dönüm noktasıdır. Başkan; "*Tüketiciler, tanımı itibariyle, hepimizi kapsamaktadır. Onlar; ekonomide kamu ve özel sektörün almış olduğu hemen hemen her karardan etkilenen, kararları etkileyen en büyük ekonomik gruptur. Fakat; onlar görüşleri çoğunlukla dinlenmeyen tek önemli gruptur.*" diyerek başladığı konuşmasında, Federal Hükümetin, tüketicilere:

1. Güvenlik Hakkı
2. Bilgi Edinme Hakkı
3. Tercihte Bulunma Hakkı
4. Temsil Edilme ve Sesini Duyurma Hakkı

haklarını sağlaması gerektiğine değinmiştir.

www.hedefaof.com



Başkan Kennedy'nin konuşmasının tam metnine http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108#axzz1jYfYacpl adresinden erişebilirsiniz.

Günümüzde güçlü örgütleri sayesinde tüketicilerin en fazla korunduğu ülkelerden biri de Amerika Birleşik Devletleri'dir.



Tüketici örgütleri ile tüketicilerin yasal yollarla korunması arasında bağlantı olabilir mi?

Birleşmiş Milletlerdeki (BM) Gelişmeler

1960'lı yıllarda Avrupa'da ve Kuzey Amerika'da başlayan tüketici örgütlenmesi hareketleri, 1970'li yıllarda uluslararası boyuta ulaşmıştır. 1970'li yılların sonlarına doğru BM Ekonomik ve Sosyal Konsey'i, BM Genel Sekreteri'nden "tüketicilerin korunmasına dair ulusal örgütler ve yasal düzenlemeler" konusunda bir araştırma yapmasını istemiştir. Bu istek üzerine hazırlanan raporda, Üye Devletlerce değerlendirmek üzere, " tüketici politikaları ve yasaları" konusunda tekliflere yer verilmiştir. 1980'li yıllarda ise, Ekonomik ve Sosyal Konsey tüketicilerin korunmasının ekonomik gelişmeye katkı sağlayacağı görüşünü ileri sürerek, Genel Sekreter'den Üye Devletlerle ve uluslararası tüketici örgütleri ile görüşmelere devam edilerek, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ihtiyaçlarını dikkate alarak, tüketicilerin korunmasına dair ilkelerin belirlenmesini istemiştir.

Genel Sekreterlikçe yürütülen çalışmaların sonucunda hazırlanan tüketicilerin korunması rehberi taslağı 1983 yılında Ekonomik ve Sosyal Konsey'e sunulmuştur. 1985 yılına kadar süren tartışmalar ve görüşmeler 9 Nisan 1985 tarihinde yapılan BM Genel Kurulu'nda devam etmiş ve taslak, oybirliğiyle kabul edilmiştir.

Üye Devletlere tüketicilerin korunması konusunda yol gösterici olmaktan öteye gitmeyen, bağlayıcılığı olmayan, uyulmaması halinde herhangi bir müeyyidesi olmayan "Tüketicilerin Korunması İlkeleri Rehberi" olarak adlandırılan Rehberin 1. maddesinde tüketicilerin korunması amaçları arasında, "... tüketicilerin çoğu zaman ekonomik şartlar, eğitim seviyeleri ve pazarlık gücü yönünden dengesizliklerle karşılaşmaları; ..., tüketicilerin zararlı olmayan ürünlere erişme haklarına sahip olması gerektiği ... " belirtilmektedir.



BM Genel Kurulunca kabul edilen Tüketicilerin Korunması İlkeleri Rehberi'ne uyulmamasının hukuki yaptırımı yoksa, başkaca yaptırımı olabilir mi?

Belirtilen amaçla uyumlu olarak, tüketicilerin korunmasına dair yasal ihtiyaçları:

1. Tüketicilerin kendi sağlık ve güvenliklerine karşı tehlikelerden korunması,
2. Tüketicilerin ekonomik menfaatlerinin geliştirilmesi ve korunması,
3. Tüketicilere, kendi ferdi istek ve ihtiyaçlarına göre bilinçli seçim imkanı sağlamak için yeterli bilgilere erişim sağlanması,
4. Tüketici eğitimi,
5. Etkili bir hata telafi merciinin tüketicilere temini,
6. Tüketici ve diğer ilgili grup ve kuruluşların oluşturulması özgürlüğü ve bu gibi kuruluşların kendilerini etkileyen karar verme işlemlerinde kendi görüşlerini ortaya koyma fırsatı,

şeklinde sıralanmaktadır. Gıda, su ve ilaçlarla ilgili olarak özel ilkelerin belirlendiği "Tüketicilerin Korunması İlkeleri Rehberi" 1999 yılında revize edilmiştir.

www.hedefaof.com

INTERNET **BM Genel Kurulunun 54/449 sayılı Kararı ile revize edilen Rehbere http://www.un.org/esa/sustdev/sdissues/consumption/cpp14.htm#54-449 adresinden erişilebilir.**

BM Tüketicilerin Korunması İlkeleri Rehberi'nde "tüketicilerin korunmasına dair yasal ihtiyaçlar" olarak belirtilenler, tüketici hakları açısından:

1. Temel İhtiyaçların Karşılanması Hakkı,
2. Sağlık ve Güvenlik Hakkı,
3. Bilgilendirilme Hakkı,
4. Örgütlenme, Sesini Duyurma ve Temsil Edilme Hakkı,
5. Eğitim Hakkı,
6. Tercihte Bulunma Hakkı,
7. Zararın Giderilmesi Hakkı,
8. Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı,
9. Sağlıklı Bir Çevrede Yaşama Hakkı

şeklinde belirtilebilir.

Birleşmiş Milletler tarafından tüketicilerin korunmasına dair alınan kararlar Üye Devletler açısından bağlayıcı olmasa da, aşağıda görüleceği üzere çeşitli ulusal ve bölgesel yasal düzenlemelerin hazırlanmasında dikkate alınmaktadır.

Avrupa Birliğindeki (AB) Gelişmeler

Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu 1957 yılında kurmaktaki başlıca amaç; kişilerin yaşam ve çalışma koşullarını iyileştirmek amacıyla, rekabete dayalı bir ekonomik sistem oluşturarak, malların, kişilerin, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaşımını sağlamaktı. Bu temel amaç doğrultusunda, AET Antlaşması 5 farklı maddesinde, "tüketici" kavramına yer vermiştir. Bunlar:

1. Ortak Tarım Politikası ile ilgili olarak 39/e maddesinde, tüketiciye uygun fiyatla tarım ürünlerinin ulaşmasını sağlanması,
2. 40/3. maddesinde Ortak Tarım Politikası kapsamında oluşturulan Organizasyonun tüketiciler arasında herhangi bir ayırımcılık yaratamayacağı,
3. Rekabet Politikası kapsamında 85/d maddesinde, bir takım rekabete aykırı eylemlerin yasak sayılmaması için, ortaya çıkan sonuçtan tüketicinin de pay alması gerektiği yönündeki düzenleme ile
4. 86/6. maddesinde, ortak pazarda hakim durumda olan teşebbüslerin tüketicilerin zararına olacak şekilde üretimin, pazarların veya teknik gelişmenin sınırlandırılmayacağı

Görüleceği üzere; AET Antlaşmasında tüketici kavramına yer verilmiş ise de, belirtilen AET Antlaşması maddeleri, tüketicilerin korunmasına yönelik değildirler. Daha açık bir ifade ile, bugün Avrupa Birliği olarak adlandırılan uluslarüstü organizasyonun temelini oluşturan antlaşmalardan biri olan, 1957 tarihli Avrupa Ekonomik Topluluğu Antlaşması'nın amaçları arasında tüketicilerin korunması yer almamaktadır.

SIRA SİZDE 4 **Avrupa Ekonomi Topluluğu'nun kurulduğu 1957 yılındaki amaçları ile günümüz Avrupa Birliği'nin amaçları nasıl farklılaşmıştır?**

www.hedefaof.com

Bununla birlikte; 1970'li yıllardan itibaren tüketicilerin korunması için politika gelişmeye başlamıştır. Bu doğrultuda; 19-21 Ekim 1972 tarihinde yapılan Paris Zirvesi'nde tüketicilerin korunmasına dair ilk siyasi kararlar alınmıştır.



AET'nin ilk genişlemesinden sonra, 9 Üye Devletin Devlet Başkanlarının, Başbakanlarının katıldığı ilk Zirve'nin Sonuç Bildirgesine http://aei.pitt.edu/1919/1/paris_1972_preparations.pdf adresinden erişilebilir.

Türkiye'nin 9 Ağustos 1949 tarihinden bu yana üyesi bulunduğu Avrupa Konseyi'ne, 1970'li yılların Avrupa Ekonomik Topluluğu'na Üye Devletlerin tamamı da üyeydi. AET henüz kurumsal olarak tüketicilerin korunmasına dair bağlayıcı bir düzenleme yapmamış iken, Avrupa Konseyi'nin 17 Mayıs 1973 tarihinde aldığı tüketicilerin korunmasına ilişkin 543 numaralı, "Avrupa Konseyi Tüketici Korunma Sözleşmesi" olarak da bilinen kararın, Avrupa Ekonomik Topluluğunu etkilediği söylenebilir.

Kurumsal olarak AET ve Üye Devletleri üzerinde etkili olan Avrupa Konseyi'nin 543 (1973) numaralı kararında belirtilen tüketici hakları, Sözleşme Ekinde:

1. Tüketicilerin Korunma ve Yardım Hakkı
    a. Güvensiz Ürünlerin Verdiği Fiziksel Zararlara Karşı Korunma Hakkı
    b. Tüketicilerin Ekonomik Çıkarlarına Karşı Zararlara Korunma Hakkı
2. Zarara Karşı Tazmin Hakkı
3. Bilgilendirilme Hakkı
4. Eğitilme Hakkı
5. Temsil Edilme ve Danışılma Hakkı

şeklinde belirtilmiştir.



Avrupa Konseyi ile Avrupa Topluluğu Konseyi farklı kurumlardır.

Avrupa Konseyi'nin 543 (1973) numaralı kararından yaklaşık bir yıl sonra, AET Konseyi'nin 14 Nisan 1975 tarihinde kabul ettiği "Tüketicilerin Korunması ve Bilgilendirilmesi Politikası için Avrupa Ekonomik Topluluğu Hazırlık Programı" ile tüketicilerin temel haklarının, BM ve Avrupa Konseyi'nce belirlenen haklarla benzer şekilde:

1. Sağlık ve Güvenliğin Korunması Hakkı,
2. Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı,
3. Tazmin Edilme Hakkı,
4. Bilgi Edinme ve Eğitim Hakkı,
5. Temsil Edilme Hakkı

olduğu, tüketicilerin bu haklarının korunması ve etkin bir şekilde bu haklardan yararlanabilmeleri için öncelikle yapılması gereken düzenlemelerin neler olduğu belirlenmiştir.



AET Konseyi tarafından kabul edilen Hazırlık Programına http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31975Y0425(01):EN:NOT adresinden erişilebilir.

Avrupa Birliği'nde tüketicilerin korunmasına yönelik olarak yapılan düzenlemelerde Avrupa Konseyi'nin sadece 543 (1973) numaralı Kararının etkilerini değil, daha sonra 27 Ocak 1977 tarihinde

www.hedefaof.com

kabul edilen "Hatalı Ürünlerin Neden Olduğu Yaralanma ve Ölümlerde Sorumluluk Sözleşmesi" gibi sözleşmelerin etkileri de görülür. Örneğin; 1985 yılında "Üye Devletlerin Hatalı Ürün Sorumluluğuna İlişkin Kanun, İkincil Düzenleme ve İdari Kurallarının Yaklaştırılması Hakkında 25 Temmuz 1985 tarihli Konsey Direktifi (85/374/AET)" ve "İşyerleri Dışında Müzakere Edilen Sözleşmelerle İlgili Olarak Tüketicinin Korunması Hakkında 20 Aralık 1985 tarihli Konsey Direktifi (85/577/AET) Avrupa Konseyi sözleşmelerinden etkilenerek kabul edilmiştir. Tüketicilerin korunmasına dair 1970'li yıllarda başlayan girişimler, 1 Kasım 1993 tarihinde yürürlüğe giren, Avrupa Birliği Antlaşması olarak da bilinen Maastricht Antlaşması'nın 129a ve Birliğin amaçlarını belirten 3. maddesinin s bendinde, tüketicinin korunmasına dair hükümlere yer verilmiştir. Böylece; ilk kez Avrupa Birliği'nin kurucu antlaşmalarının birinde, tüketicilerin korunmasına dair doğrudan hükümlere yer verilmiştir.

Başlangıçta Ortak Pazarın oluşturulması ve etkin bir şekilde işlemesini sağlamak üzere AT Antlaşmasının 94. maddesinin Konsey'e verdiği genel görev kapsamında yapılan uyumlaştırma faaliyetlerine, AET Antlaşmasında bu yönde açık bir hüküm olmamasına rağmen, tüketicilerin korunması da dolaylı olarak dahil edilmiştir. İlk kez tüketicilerin korunmasına dair hükme yer veren Maastricht Antlaşmasının 129(a)(1)(b) maddesi:

Tüketicinin sağlığını, güvenliğini ve ekonomik çıkarlarını korumak ve uygun şekilde bilgilendirilmesini sağlamak amacı ile üye devletlerin sürdürdükleri politikayı destekleyen ve tamamlayan özel faaliyetler yolu ile tüketicinin yüksek bir seviyede korunmasının gerçekleşmesine katkıda bulunur.

hükmüne yer vermektedir.

Her ne kadar Avrupa Birliği'nin kuruluş yıllarında tüketicinin korunması, kuruluş amaçları arasında yer almamakta ise de, Topluluğun organlarına verilen Ortak Pazarın kurulması ve etkin bir şekilde işlemesi için gerekli düzenlemelerin yapılması görevi kapsamında tüketicilerin korunmasına dair yapılan düzenlemelerde Avrupa Konseyi'nin kabul ettiği sözleşmeler etkili olmuş, 1993 yılından itibaren ise Avrupa Birliği Antlaşmasında tüketicilerin korunmasına dair özel bir hükme yer verilmiştir. AB Organlarınca yapılan yasal düzenlemeler, BM tarafından yapılan düzenlemelerin aksine, bağlayıcıdır. Türk Hukuk Sistemi üzerinde de etkisi olan AB Tüketici Hukuku'nun etkin bir şekilde uygulanması için kurulmuş örgütler sayesinde, günümüzde tüketicilerin en etkin korunduğu yerler arasında AB Ülkeleri de yer almaktadır.

Kitabınızın ilerleyen bölümlerinde Türkiye'de tüketicilerin korunmasına dair yapılan yasal düzenlemeler detaylı olarak inceleneceğinden ve bu düzenlemelerin AB ile uyumlu olması nedeniyle, AB'de daha çok direktiflerle yapılan düzenlemelerin detayına burada yer verilmeyecektir. Bununla birlikte; 11 Ekim 2011 tarihli Parlamento ve Konsey'in "Ortak Avrupa Kontrat Hukuku Tüzüğü", COM (2011) 635 Final'in, tüketicilerin korunmasına dair bir kısım direktiflerdeki hükümleri kapsadığı belirtilmelidir. Yine Parlamento ve Konsey'in 9.11.2011 tarihli COM (2011) 707 Final, Tüzük Teklifi ile 2014-2020 yılları Eylem Planı'nın belirlenmiş olduğu da belirtilmelidir. Tüketicinin korunmasına ilişkin Ulusal düzenlemelerimizin yapılacak değişiklerle uyumlu hale geleceği beklenmektedir.



Avrupa Birliğinde tüketicilerin korunmasına dair gelişmeleri http://ec.europa.eu/consumers/index_en.htm adresinden takip edebilirsiniz.

Türkiye'deki Gelişmeler

Demokratik hukuk devleti olan Türkiye'den, çevresindeki hukuki gelişmelerden esinlenerek, kendi toplumunun ihtiyaçlarını gidermeye yönelik düzenlemeler yapması beklenilmelidir. Nitekim; Birleşmiş Milletler ve Avrupa Konseyi üyesi olan Türkiye, BM'nin 1985 yılında kabul ettiği Tüketicilerin Korunması İlkeleri Rehberi ve Avrupa Konseyi'nin 17 Mayıs 1973 tarihinde aldığı tüketicilerin korunmasına ilişkin 543 numaralı, "Avrupa Konseyi Tüketici Korunma Sözleşmesi'ni" kabul etmiştir.

1982 Anayasasının 172. maddesi, "Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini tesvik eder." hükmüne yer vermekte ise de, münhasıran tüketicilerin korunmasına yönelik 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun" 1995 yılında kabul edilmiştir.

www.hedefaof.com

Osmanlı İmparatorluğundan günümüze kadar tüketicilerin korunmasına dair yapılan yasal düzenlemeler konusunda daha fazla bilgi için http://www.tupadem.hacettepe.edu.tr/tuketici_yazilari1.pdf adresinden erişilebilen Tüketici Yazıları - I adlı kitaba bakınız.

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun metnine http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/862.html adresinden erişilebilir.

ANAHATLARIYLA BAŞLICA TÜKETİCİ HAKLARI

Sağlık ve Güvenlik Hakkı

Güvenlik hakkı; cana veya mala zarar verebilecek olan ürünlere, üretim süreçlerine veya sunulan hizmetlere karşı korunmayı kapsamaktadır. Bir başka ifade ile; pazara sunulan malların ve hizmetlerin tüketicilerin sağlığını, yaşamını olumsuz yönde etkilememesini kapsamaktadır. Bu hak, üreticilerin imal ettikleri malların öngörülen kullanım süreleri boyunca güvenli olmalarını temin etmeyi gerektirmektedir. Önemli güvenlik bilgilerinin anlaşılabilen sağ tarafta görsel sunumu verilen tehlike işaretinde olduğu gibi sembollerle ürün üzerine konulmasını gerektirmektedir. Ürünün pazara sunulmasından sonra tehlikeli hale gelmesi halinde, toplatılmasını ve imhası da tüketicilere sağlanan güvenlik hakkına dayandırılabilir.



Örnek Olay:

Bebeğinin gözünde çapaklanma olan Şefkat Hanım, aile hekimini telefonla arayarak tavsiye ister. Doktor; "X" marka göz damlasının kullanılması halinde sorunun giderilebileceğini, en kısa sürede de bebeği görmek istediğini belirtir. Şefkat Hanım küçük oğluna verdiği kağıda göz damlasının markasını yazarak, komşusu eczacı Melek Hanıma gönderir. Melek Hanım kağıtta yazan marka yerine, onun muadili olduğunu belirttiği "Y" marka göz damlasını gönderir. "Y" marka göz damlasının kullanılmasından bir süre sonra bebeğin gözleri kızarır ve şişer. Bebeğin ağlamasına dayanamayan Şefkat Hanım bebeği uzman bir göz doktoru olan Keskin Beye götürür. Keskin Bey; eskiden doktor reçetesi ile satılan "Y" marka göz damlasının içerisindeki tehlikeli madde nedeniyle toplatıldığını, biraz daha geç kalınması halinde bebeğin kör olabileceğini belirterek, ₺2.500,00 maliyetli tedaviyi uygulayarak, hastayı iyileştirir.

Kitabınızın tamamını çalıştıktan sonra, Bayan Şefkat'e neler tavsiye edersiniz?

Bilgilendirilme Hakkı

Bu hak; satın alma tercihini yapabilmek için gerekli bilgilerin tüketicilere sunulması ve aldatıcı veya yanıltıcı reklam veya etiketlere karşı korunma hakkını kapsamaktadır. Bu hak kapsamına, kullanma kılavuzlarının tüketiciye sunulması, malların üzerine besin değerleri, kullanım şekli ve tarihi gibi bilgiler de girmektedir.

Örnek Olay:

Televizyondaki enerji içeceği reklamında "... kanatlandırır" ifadesini duyan küçük afacan, babasının bir gün önce alıp buzdolabına koyduğu enerji içeceğini içtikten sonra, birinci kattaki balkondan kollarını çırparak aşağı atlar, uçamayan küçük afacan elindeki kutunun üzerindeki son kullanım tarihine baktıktan sonra, kullanım süresi geçmiş, demek ki bu yüzden kanatlanamadım diye düşünür. Balkondan düşmesi nedeniyle bacağı kırıldığından, ₺1.000,00 masraf yapılmıştır.

Kitabınızın tamamını çalıştıktan sonra, küçük afacanın ebeveynlerine neler tavsiye edersiniz?

www.hedefaof.com

Tercihte Bulunma Hakkı



Pazara rekabete dayalı fiyatlarla sunulan aynı veya benzer kaliteli mallardan veya hizmetlerden seçme olanağının sunulmasını içermektedir. Tercihte bulunma hakkının kullanılabilmesi için piyasaya farklı malların girişine olanak sağlanmalı, tek tip ürün veya hizmetin verilmesine izin verilmemelidir.

Örnek Olay:

Yıkıcı promosyon faaliyetleri sonucunda X marka kayısı tüketimi %1.500 artarken, fiyatı da artmış, fakat kalitesi düşmüştür. Diğer marka kayısı satışları ve kayısı yerine ikame olunan meyvelerin satışları durma noktasına gelmiştir. Tüketicilerin tercihte bulunma hakkı kısıtlanmış olabilir mi?

Temel İhtiyaçların Karşılanması Hakkı



İnsan yaşamı için gerekli olan yeme, içme, barınma, tedavi edilme gibi ihtiyaçlarının giderilmesini isteme hakkıdır. Bunlara; insana insan olmasından dolayı tanınan evrensel ve anayasal haklardan yararlanabilmek için gerekli olan haberleşme, seyahat etme gibi olanakların sunulmasını talep etmek hakkı da girmektedir.

Tazmin Hakkı



Satın alınan malların ya da yararlanılan hizmetin kendilerinden beklenen fonksiyonu yerine getirmemeleri halinde, onarılmalarını, aynısı ile değiştirilmelerini, ödenen bedelin geri iadesini ve zarara uğranılması halinde yasal yollara başvurulabilmesi hakkını kapsamaktadır.

Örnek Olay:

Televizyon reklamında 4 Kilosu ₺100,00 olan organik bal reklamını gören Güven Beye gönderilen bal kavanozlarının üzerinde 850 Gr oldukları yazmaktadır. Güven Beyin eşi Bayan İtimat kavanozların üzerinde yazılan gramajın yanlış olabileceğini, güvendikleri televizyondan seyrettikleri reklamın yanlış olamayacağını ileri sürmüştür. Fakat, kuşkular ortadan kalkmamıştır. Mahalle Bakkalında tarttırdıklarında, kavanozların 1'er kilo olmadıkları anlaşılmıştır. Gramajı düşük bal kavanozları iade edilmek istenmesine rağmen, satıcı ve üretici iadeyi kabul etmemiştir. Kitabınızın tamamını çalıştıktan sonra, Güven Beye tavsiyeniz neler olur?

Eğitilme Hakkı

Bilinçli tercihte bulunabilmek için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip olabilmek için eğitilme hakkını ifade etmektedir. Bu hak kapsamına, tüketici hakları konusunda eğitilme de dahildir. Ülkemizde bu konuda Milli Eğitim Bakanlığı yetkilendirilmiş ise de, bir çok açıdan eğitilme konusunda sivil toplum kuruluşlarının yetkilendirilmesi, desteklenmesi yararlı olacaktır. Avrupa Birliği Komisyonu tarafından desteklenen proje kapsamında oluşturulan www.dolceta.eu internet sitesi üzerinden Birliğe dahil 27 Ülkenin tüketicileri 21 farklı dilde on-line olarak eğitilmektedir.



Sağlıklı Bir Çevrede Yaşama Hakkı



Tüketicilerin yaşadıkları veya çalıştıkları çevrenin kendileri ve gelecek nesiller için sağlıklı kalması için gerekenlerin yapılmasını talep etme hakkıdır. Sağlıklı bir yaşam sürdürülebilmesi için havanın, suyun, denizlerin insan sağlığına tehdit oluşturacak şekilde kirlenmemesini talep hakkını kapsar.

www.hedefaof.com

Sesini Duyurma Hakkı



Tüketicilerin korunmasına dair mevzuatın değiştirilmesinde, tüketicilerle ilgili olarak alınacak kararlarda, tüketici temsilcilerinin yer almasını gerektirmektedir. Ürünlerin güvenliğinin belirlenmesinde de tüketici temsilcilerinin yer almasını öngören bir haktır.

TÜKETİCİ ÖRGÜTLERİ

Tüketici örgütlerini, sivil toplum örgütleri ve tüketici haklarının korunmasında görevlendirilmiş örgütler olmak üzere iki gruba ayırmak mümkündür. Tüketicilerin korunmasına dair yasal düzenlemelerin yapılmasında ve geliştirilmelerinde sivil toplum örgütlerinin etkin olduğu bilinmektedir. Yetkilendirilmiş örgütler ise, tüketicilerin korunmasına dair yasal düzenlemelerin öngörülen şekilde uygulanıp, uygulanmadığını gözetlemek, denetlemek ve dava açmak gibi temel yetkilere sahip örgütlerdir.

Sivil Toplum Örgütü Olarak Kurulan Tüketici Örgütleri

Sivil toplum örgütü vasfına sahip ilk tüketici örgütü, tüketicilerin korunmasına dair modern manadaki ilk yasal düzenlemelerin yapıldığı ABD'de, 1936 yılında "Consumers Union – Tüketiciler Birliği" unvanı altında kurulmuştur. Zaman içerisinde ABD'deki çeşitli eyaletlerde kurulan tüketici örgütleri 1967 yılında "The Consumers Federation of America - Amerika Tüketiciler Federasyonu" çatısı altında toplanmıştır.

1961 yılında kurulan "Consumers International (CI) – Uluslararası Tüketiciler" örgütü tüketicilerin korunması amacıyla farklı ülkelerde kurulan örgütlere uluslararası boyut kazandırmıştır. Yukarıda incelenen BM düzenlemelerinin Consumers International'in önerisi üzerine başlatıldığı, bu örgütün etkisinin boyutunu göstermektedir.



CI'a http://www.consumersinternational.org adresinden erişileblir.

1962 yılında Belçika, Lüksemburg, Fransa, Hollanda, İtalya ve Almanya'da yerleşik tüketici örgütlerince kurulan "The European Consumer's Organisation (BEUC) – Avrupa Tüketiciler Örgütü" günümüzde Avrupa Birliği'nin tüketici politikasının belirlenmesinde etkin bir rol oynadığı gibi, Üye Ülkelerdeki tüketicilerin ve Avrupa Birliğine üye olmak için "aday ülke" statüsüne sahip Türkiye gibi ülkelerdeki tüketici örgütlerinde görevli ya da gönüllü olanların eğitilmesinde, desteklenmesinde etkin bir rol oynamaktadır.



BEUC'e www.beuc.org adresinden erişilebilir.

Türkiye'de tüketicilerin korunması hakkındaki yasal düzenlemelerde olduğu gibi, tüketici örgütlerinin de 1990'lı yıllarda kurulmaya başlandığı söylenebilir. Sayı bakımından yeterli sayılabilecek kadar tüketici örgütü bulunmasına rağmen, bunlardan sadece bu paragrafta logolarının görsel sunumları yer alan ikisi, Tüketici Hakları Derneği ve Tüketiciyi Koruma Derneği Consumers International'in üyesidir. Türkiye'de yerleşik tüketici örgütlerinin Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun'un çıkarılmasında etkileri olduğu söylenebilir. Tüketicilerin eğitilmesi hakkının yasayla Milli Eğitim Bakanlığı'na verilmiş olmasından olsa gerek, bu nevi örgütler eğitim konusunda ön planda değildir.

Yasal Düzenlemeler Kapsamında Görevlendirilen Örgütler

Tüketicilerin Korunması Hakkındaki Kanun göz önüne alındığında, bu nevi örgütleri yürütme erkine sahip "Tüketici Sorunları Hakem Heyeti" ve yasama erkine sahip "Tüketici Mahkemeleri" olmak üzere iki gruba ayırmak mümkündür.

www.hedefaof.com

Tüketici Sorunları Hakem Heyeti: İl ve ilçe merkezlerinde Kanun'un uygulanmasından doğan, mal ve hizmeti belirli tutarları aşmayan uyuşmazlıklara çözüm bulmak için kurulmuşlardır. Almış oldukları kararlar Tüketici Mahkemelerinde delil olarak değerlendirilir. Başkan dahil beş üyeden oluşan heyetin üyelerinden biri, tüketici örgütleri tarafından seçilir. Böylece, tüketicilerin temsil edilme hakkı kullanılmış olur.

Kanun'un öngördüğü para cezalarını vermeye Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü) (daha önce Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü) yetkili kılındığından, anılan Bakanlığı da yetkilendirilmiş örgüt olarak nitelemek gerekir.

Tüketici Mahkemeleri: Her ilde yeterli sayıda kurulan Tüketici Mahkemeleri, tutar itibariyle Hakem Heyetlerinin görev kapsamına girmeyen ihtilaflar ile Hakem Heyetleri tarafından verilen kararlara karşı itirazların yapıldığı ilk derece mahkemeleridir. İhtilaf tutarı itibariyle Hakem Heyetinin görevi kapsamına giren kararlara itirazlarda, Tüketici Mahkemelerinin vereceği kararlar kesindir. Fakat; tutarları itibariyle Hakem Heyetlerinin görevi kapsamına girmeyen ihtilafların ilk derece mahkemesi olan Tüketici Mahkemelerinin vermiş oldukları kararlara temyiz yolu açık olup, temyiz halinde nihai karar Yargıtay'ca verilir. Tüketici Mahkemelerinde dava açma hakkı, dava açmada hukuki menfaati olan kişiler ile, belirli koşulların gerçekleşmesi halinde tüketici örgütleri ve Bakanlığa aittir.

www.hedefaof.com

Özet

İnsan; ihtiyaçlarını gidermede başkalarına muhtaç olduğu dönemlerden bu yana, korunma ihtiyacındadır. Bu ihtiyaç; özellikle ihtiyaçların fizyolojik ihtiyaçlardan daha üst seviyedeki ihtiyaçlar haline gelmesi, üretim ve üretici sayısının artması, tüketim ve tüketici sayısının arması ile daha da belirginleşmiştir.

İhtiyaçların arması, bunları temin edeceklerin artması ekonomik sistemlerde değişikliklerin oluşmasına sebebiyet vermiştir. Tam rekabeti esas alan liberal ekonomilerdeki aktörlerin her açıdan güçsüz olan tüketicileri korumada etkin olmaması, mevcut yasaların yetersiz olması tüketici örgütlerinin doğumuna ve gelişmesine neden olmuştur. Bu örgütlerin baskıları neticesinde tüketicilerin yasalarla korunur hale gelmiştir.

Liberal ekonomik sistemin mihenk taşı olan Amerika Birleşik Devletlerinde tüketicilerin örgütlenmeye başlaması, güçlenmesi meyvelerini tüketicilerin korunmasına dair Federal Düzeyde yasal düzenleme yapılması şeklinde vermiştir. Başkan Kennedy 1962 yılında Kongre'de yaptığı konuşmada, tüketicilerin korunması gerektiğine vurgu yaparak, tüketicilerin başlıca haklarının (1) Güvenlik Hakkı, (2) Bilgi Edinme Hakkı, (3) Tercihte Bulunma Hakkı ve (4) Temsil Edilme ve Sesini Duyurma Hakkı olduğunu belirterek, doğrudan tüketicileri korumaya yönelik yasal düzenleme yapmanın temellerini güçlendirmiştir.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulunun 1985 yılında aldığı bir karardan hareketle, tüketicilerin haklarının (1) Temel İhtiyaçların Karşılanması Hakkı, (2) Sağlık ve Güvenlik Hakkı, (3) Bilgilendirilme Hakkı, (4) Örgütlenme, Sesini Duyurma ve Temsil Edilme Hakkı, (5) Eğitim Hakkı, (6) Tercihte Bulunma Hakkı, (7) Zararın Giderilmesi Hakkı, (8) Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı ve (9) Sağlıklı Bir Çevrede Yaşama Hakkı olduğu kabul edilmekle birlikte, BM Genel Kurulunca alınan karar üye devletleri bağlayıcı nitelikte olmayıp, karara uyulmaması halinde herhangi bir yaptırımı bulunmamaktadır.

ABD'de kabul edilen tüketici hakları ile BM Genel Kurul Kararında belirtilen tüketici hakları benzerdir. Belirtilen haklar bugün Avrupa Birliği olarak bilinen uluslarüstü organizasyonca da benimsenmiştir. Her ne kadar BM uluslararası bir organizasyon ise de, almış olduğu kararlar AB organlarınca alınan kararlar, çıkarılan direktifler ya da tüzükler gibi bağlayıcı değildir.
Bugünkü Avrupa Birliğinin temelini oluşturan 1957 yılında Roma'da kabul edilen Avrupa Ekonomik Topluluğu Antlaşması tüketicilerin korunmasına yönelik olarak doğrudan bir hüküm içermemekte iken, Topluluğun genel politikalarının başarılabilmesi için dolaylı da olsa tüketicilerin korunmasına yönelik kararlar alınmış, direktifler ya da tüzükler çıkarılmıştır.

Avrupa Birliği ve ona Üye Devletlerde tüketicilerin korunmasına yönelik başlıca hakları (1) Sağlık ve Güvenliğin Korunması Hakkı, (2) Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı, (3) Tazmin Edilme Hakkı, (4) Bilgi Edinme ve Eğitim Hakkı ve (6) Temsil Edilme Hakkı başlıkları altında toplayabiliriz.

Ekonominin, teknolojinin gelişmesi ve değişmesi ihtiyaçların da gelişmesine ve değişmesine neden olmaktadır. Hukukun insan ihtiyaçlarına yönelik düzenlemeler yapması öngörüldüğüne göre, değişen ihtiyaçlar karşısında farklı korunma ihtiyaçları doğarsa, hukukun doğacak ihtiyaçlar konusunda yeni düzenlemeler yapması beklenilmelidir.

Türk toplumunu oluşturan tüketicilerin ihtiyaçları doğrultusunda, gerek Avrupa Birliği, gerekse Birleşmiş Milletler tarafından benimsenen tüketicilerin korunmasına dair prensipleri, kuralları içeren "Tüketicilerin Korunmasına Hakkında Kanun" 1995 yılında kabul edilmiştir.

Kanun'un uygulanmasında tüketici temsilcileri Hakem Heyetlerinde görev almak suretiyle, tüketicilerin sesinin duyulmasını sağlayabilmektedir.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi tüketicidir?

a. Sigorta alan elektrikçi

b. Pense alan diş hekimi

c. Makas alan berber

d. İş seyahatine giden işveren

e. Tatile giden patron

2. Aşağıdakilerden hangisi tüketici değildir?

a. Atına nal alan çiftçi

b. Üniversiteye giden öğrenci

c. Ekmek alan ev hanımı

d. Gazete alan öğretmen

e. Aracını sigortalatan emekli

3. Tüketicileri koruyan modern manadaki ilk yasal düzenleme aşağıdakilerden hangisidir?

a. Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun

b. BM Tüketicilerin Korunma İlkeleri

c. ABD Federal Posta Dolandırıcılık Kanunu

d. Avrupa Konseyi Tüketici Korunma Sözleşmesi

e. Maastricht Antlaşması

4. Aşağıdakilerden hangisi bağlayıcı değildir?

a. Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun

b. BM Tüketicilerin Korunma İlkeleri

c. ABD Federal Posta Dolandırıcılık Kanunu

d. Avrupa Konseyi Tüketici Korunma Sözleşmesi

e. Maastricht Antlaşması

5. Markette farklı markalı ürünlerin yer almasını hangi hakla ilişkilendirebiliriz?

a. Eğitim Hakkı

b. Tercihte Bulunma Hakkı

c. Tazmin Hakkı

d. Bilgilendirilme Hakkı

e. Temsil Edilme Hakkı

6. Su şişesi üzerinde besin değerlerine yer verilmesini hangi hakla ilişkilendirebiliriz?

a. Eğitim Hakkı

b. Tercihte Bulunma Hakkı

c. Tazmin Hakkı

d. Bilgilendirilme Hakkı

e. Temsil Edilme Hakkı

7. Musluktan su akmasını hangi hakla ilişkilendirebiliriz?

a. Eğitim Hakkı

b. Tercihte Bulunma Hakkı

c. Tazmin Hakkı

d. Temel İhtiyaçların Giderilmesi Hakkı

e. Temsil Edilme Hakkı

8. Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun hangi yılda kabul edilmiştir?

a. 1923

b. 1938

c. 1982

d. 1995

e. 2000

9. Arızalı olarak satın alınan cep telefonu sahibi hangi hakkını kullanabilir?

a. Eğitim Hakkı

b. Tercihte Bulunma Hakkı

c. Tazmin Hakkı

d. Temel İhtiyaçların Giderilmesi Hakkı

e. Temsil Edilme Hakkı

10. John F. Kennedy'nin 15 Mart 1962 tarihinde ABD Kongresi'nde yaptığı konuşma neden önemlidir?

a. Devlet Başkanı olarak tüketici hakları konusunda yasal düzenleme yapılması gerektiğini belirttiği için

b. Seçimlerde oy alabilmek için

c. Fakirleri koruduğu için

d. Zenginleri koruduğu için

e. Tüketicilerin ihtiyaçlarını hiyerarşik olarak sınıflandırdığı için

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. e Yanıtınız yanlış ise "Tüketici Kavramı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. a Yanıtınız yanlış ise "Tüketici Kavramı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. c Yanıtınız yanlış ise "Amerika Birleşik Devletlerindeki (ABD) Gelişmeler" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. b Yanıtınız yanlış ise "Birleşmiş Milletlerdeki (BM) Gelişmeler" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. b Yanıtınız yanlış ise "Anahatlarıyla Başlıca Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. d Yanıtınız yanlış ise "Anahatlarıyla Başlıca Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. d Yanıtınız yanlış ise "Anahatlarıyla Başlıca Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. d Yanıtınız yanlış ise "Türkiye'deki Gelişmeler" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. c Yanıtınız yanlış ise "Anahatlarıyla Başlıca Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. a Yanıtınız yanlış ise "Amerika Birleşik Devletlerindeki (ABD) Gelişmeler" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Para şayet para olarak fonksiyonunu yitirmiş ise, koleksiyon için alınıp, satılıyor ise mal olarak nitelendirilebilir.

Sıra Sizde 2

Tüketicilerin örgütlenmesi ve güçlenmesi yasa koyucular üzerinde baskı unsuru olmalarına neden olmuştur. ABD ve BM nezdindeki gelişmelerde etkili olmuşlardır.

Sıra Sizde 3

BM'nin İlkelerine uyulmamasının hukuki bir yaptırımı yok ise de, Üye Devletlerin uluslararası ticaret yapabilmesi için siyasi olarak veya ekonomik baskı ile karşılaşması olasıdır.

Sıra Sizde 4

Başlangıçta insanı adeta sadece üretim faktörlerinden biri olarak gören AET, zaman içerisinde insanı sosyal bir varlık olarak görmeye başlamış ve ekonominin bağlı olduğu insanların korunması ihtiyacı uluslararası gelişmelere paralel olarak gelişmiştir.

Yararlanılan Kaynaklar

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

Babaoğlu, M., ve Şener A, (*ed*) (2007). **Tüketici Yazıları – I .** TÜPADEM. http://www.tupadem.hacettepe.edu.tr/tuketici_yazilari1.pdf.

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

Kennedy J.F. (1962). **Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest. March 15, 1962**. Online by Gerhard Peters and John T. Woolley,The American Presidency Project. http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid.

Özel, Ç. (2005). **Tüketicinin Korunması Hukuku**, Gazi Kitapevi.

Waller, S. W., Brady, J. G., ve Acosta R.J. (2011), **Consumer Protection in the United States: An Overwiev**, European Journal of Consumer Law, Ocak. http://ssrn.com/abstracy=1000226.

Metin içerisinde belirtilen internet siteleri.

.

www.hedefaof.com

2

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Mal ve hizmetlerde söz konusu olabilecek ayıpları tanımlayabilecek
- Ayıplı mal ve hizmet nedeniyle tüketiciye karşı kimlerin sorumlu olduğunu açıklayabilecek
- Tüketicinin ayıplı mal ve hizmetler karşısında hangi haklara sahip olduğunu açıklayabilecek
- Tüketicinin haklarını ne şekilde ve hangi sürelere uyarak kullanabileceğini açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Ayıplı mal
- Ayıplı hizmet
- Ayıbı takip eden zarar
- Garanti belgesi
- Satıcının sorumluluğu
- Sağlayıcının sorumluluğu
- Servis istasyonu
- Üreticinin sorumluluğu

İçindekiler

- Giriş
- Temel Kavramlar
- Ayıplı Mal veya Hizmetten Doğan Sorumluluk
- Ayıplı Mal ve Hizmetlere Karşı Tüketicinin Hakları
- Garantili Mallarda Tüketicinin Hakları
- Ayıplı Mal ve Hizmetlere Karşı Tüketicinin Sahip Olduğu Hakların Sınırlandırılması
- Ayıplı Mal Veya Hizmetin Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk

www.hedefaof.com

Ayıplı Mal ve Hizmetlere Karşı Tüketicinin Korunması

GİRİŞ

Tüketicinin korunması gereken alanların en önemlilerinden biri de, ayıplı mal veya hizmetlere karşı tüketicinin korunmasıdır. Zira günümüzün sert rekabet koşulları, üreticileri olabildiğince ucuza ve çok miktarda üretim yapmaya sevk etmekte, bunun sonucunda gerekli nitelikleri taşımayan pek çok ayıplı mal ve hizmet tüketicilere arz edilmektedir. Tüketici mağduriyetlerinin büyük bir kısmı ve tüketici hukukunu ilgilendiren uyuşmazlıkların büyük bir çoğunluğu da ayıplı mal veya hizmetler nedeniyle ortaya çıkmaktadır.

Konunun önemine ve yaşanan mağduriyetlere rağmen, tüketicilerin ayıplı mal ve hizmetlere karşı sahip oldukları hakların bilincinde olmadıkları ve haklarını yeterince kullanmadıkları görülmektedir. Nitekim yapılan bir ankette, tüketicilerin eğitilmeleri gereken en önemli konu, ayıplı mal ve hizmetler olarak tespit edilmiştir (Anket için bkz. www.tuketici.gov.tr).

Hukukumuzda, ayıplı mal ve hizmetlere karşı tüketicinin korunması konusu, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK)'nun 4 ve 4/A maddelerinde ele alınmıştır. Ayıplı maldan dolayı satıcının sorumluluğu, yeni Türk Borçlar Kanunu (TBK)'nun[1] 219 vd. maddelerinde de düzenlenmiştir. Tüketici işlemleri açısından, TKHK hükümleri özel hüküm, TBK hükümleri ise genel hüküm niteliğindedir. Bu yüzden tüketici işlemlerinde öncelikle TKHK hükümleri uygulanır. Ancak TKHK'da herhangi bir düzenleme bulunmayan durumlarda TBK'nın ilgili hükümleri uygulanacaktır (TKHK. m. 30).

TEMEL KAVRAMLAR

Mal Kavramı

Genel anlamda mal, kişilerin üzerinde bireysel hâkimiyet kurabildikleri her türlü nesnelerdir. Tüketici Hukuku kapsamında mal ise; 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 (TKHK.m. 3/c).

TKHK anlamında mal kavramına öncelikle alış-verişe konu olan taşınır eşyalar dâhil olmaktadır. Taşınır mal, özüne zarar vermeden yeri değiştirilebilen mallardır. 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. Örneğin, otomobilin motoru veya binada kullanılan su tesisatı TKHK kapsamında mal sayılacaktır.

Taşınmaz mal ise özüne zarar vermeksizin yeri değiştirilemeyen, bir yerden başka bir yere taşınamayan mallardır. Taşınmaz niteliğindeki tüm mallar TKHK kapsamına girmemekte sadece konut ve tatil amaçlı taşınmazlar TKHK anlamında mal kavramına dâhil olmaktadır. Örneğin, arsalar ya da dükkânlar TKHK kapsamında ayıplı mallara karşı getirilmiş korumadan yararlanamayacaktır.

[1] Yeni Türk Borçlar Kanunu 11.01.2011 tarihinde kabul edilmiş olup, 1 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe girecektir.

www.hedefaof.com

Elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri gayri maddi mallar da TKHK anlamında mal kavramına dâhildir. Elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri gayri maddi mallar CD, kaset, disk gibi bir cisim üzerinde somutlaştırılırsa bu cisimlerin mal niteliğinde olacağı açıktır. Ayrıca, bu tür gayri maddi mallar, cisimleştirilmeden de bunları edinmek mümkündür. Örneğin, bir bilgisayar programı CD olarak satın alınabileceği gibi, internet üzerinden de satın alınabilmektedir. Bu tür cisimleştirilmemiş gayri maddi mallar da TKHK açısından mal niteliği taşır.



Sizce elektrik akımı da TKHK kapsamında mal sayılır mı?

Taşınır, taşınmaz ya da gayri maddi malların TKHK kapsamında korumadan yararlanabilmesinin ortak temel koşulu, alış-verişe konu edilmiş olmalarıdır. Dolayısıyla, alış-verişe konu edilmedikleri sürece kişilerin kendi kullanım veya tüketimleri için ürettikleri mallar TKHK kapsamına girmeyecektir. Bu tür mallardaki ayıplar ya da bu mallardaki ayıplar nedeniyle başka mal veya kişilerde oluşacak zararlar TKHK kapsamında korunmazlar.

Hizmet Kavramı

Hizmet, bir başkasının herhangi bir işinin görülmesidir. Tüketici hukuku kapsamında "hizmet", bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan, mal sağlama dışındaki her türlü faaliyeti ifade eder (TKHK. m. 3/d). Hizmet, kişiye yönelik (tedavi, bakım, bilgilendirme, koruma, konaklama, yolcu taşıma gibi) olabileceği gibi, bir mala yönelik de (tamir, boyama, temizleme, taşıma, muhafaza gibi) olabilir. Dolaysıyla, hizmet örnekleri olarak, temizlik, sağlık, güvenlik, otelcilik, bankacılık, sigortacılık, organizatörlük, taşımacılık, tamircilik vs. gibi iş görme faaliyetleri gösterilebilir.

Hizmet, bedenî çalışma veya fikrî çalışma şeklinde olabileceği gibi hem bedeni hem de fikri bir çalışmayı da içerebilir. Örneğin, bir elbisenin tasarımı (fikri hizmet), elbisenin dikilmesi (bedeni hizmet) ya da elbisenin hem tasarımının yapılması hem de dikilmesi (hem bedeni hem fikri hizmet) faaliyetleri, TKHK anlamında hizmet kavramına dâhil olacaktır.

Hizmetin TKHK kapsamında kabul edilebilmesi için bir ücret ya da parasal bir çıkar karşılığı yerine getirilmesi gerekir. Ücretsiz olarak ya da herhangi bir menfaat karşılığı olmaksızın görülen işler, Kanun'un kapsamı dışında tutulmuştur. Buna göre, arkadaş hatırı için evinin boyanması faaliyeti Tüketici Hukuku kapsamına girmez.

Mal ile hizmet arasındaki nitelik farkı gereğince, tüketicilere mal sunan gerçek veya tüzel kişiler için "satıcı" kavramı kullanılırken, hizmet sunan gerçek veya tüzel kişiler için "sağlayıcı" kavramı kullanılır.

Ayıp Kavramı

Genel anlamıyla ayıp, bir mal ya da hizmetin taşımak zorunda olduğu ortalama niteliklere sahip olmamasıdır. Bir mal ya da hizmetin sahip olması beklenilen nitelikler ya bizzat satıcı veya sağlayıcı tarafından tüketiciye bildirilmiş olabilir ya da mal veya hizmetin kullanım amacı ve ondan beklenilen faydaya göre belirlenebilir. Tüketiciye bildirilen veya mal ve hizmetten beklenilen niteliklere sahip olmayan mal ve hizmetler ayıplı mal ve hizmetler olarak adlandırılır.

Ayıplı mal veya hizmetin söz konusu olacağı ilk durum, bildirimlere aykırılıktır. Malın veya hizmetin belli niteliklere sahip olduğunu ifade eden bu bildirimler, ambalajda, etikette, tanıtım ve kullanım kılavuzunda ya da reklam ve ilanlarda yer alan genele yapılmış bildirimler olabilir. Ayrıca, mal veya hizmetin nitelikleri bizzat satıcı tarafından belirli bir tüketiciye vaat edilmiş de olabilir. Örneğin fotoğraf makinesinin su altında da fotoğraf çekebildiği, tanıtım kılavuzunda yazabilir veya bizzat satıcısı tarafından söylenmiş olabilir. Buna rağmen, satım konusu fotoğraf makinesinin su içinde fotoğraf çekemediğinin anlaşılması durumunda ayıp söz konusu olacaktır.

www.hedefaof.com

Ayıbın ortaya çıktığı ikinci durum ise aynı özellikteki tüm mal ve hizmetlerin sahip olması gereken lüzumlu niteliklerdeki eksikliklerdir. Lüzumlu niteliklerdeki eksikliğin tespiti öncelikle standart ve teknik düzenlemelere göre belirlenir.

TKHK. m. 19'a göre, tüketiciye sunulan mal ve hizmetler; ilgili bakanlıklar tarafından Resmi Gazetede yayımlanarak mecburi uygulamaya konulan standartlar dahil olmak üzere uyulması zorunlu olan teknik düzenlemeye uygun olmalıdır. İlgili bakanlıklar, bu esaslara göre denetim yapmak veya yaptırmakla görevlidir. Mal ve hizmet denetimine ilişkin usul ve esaslar her bir ilgili bakanlıkça ayrı ayrı tespit ve ilan edilir. Buna göre standardı olan mal ve hizmetler için, teknik düzenlemelerle belirlenmiş olan standartlara aykırılık ayıp sayılacaktır.

Standartlara ve teknik düzenlemelere aykırılıkta, tüketiciye karşı yapılmış bir bildirimin varlığı ya da mal veya hizmetten beklenen faydanın azalması koşulları aranmaksızın ayıp söz konusu olmaktadır.

Belli bir standardı olmayan mal ve hizmetlerde mal veya hizmetin lüzumlu niteliklere sahip olup olmadığının tespitinde ise mal veya hizmetin kullanım amacı ve tüketicinin beklediği fayda dikkate alınacaktır. Bunun tespiti için, malın satıldığı ya da hizmetin sunulduğu çevrede egemen olan tüketici anlayışları, mal ya da hizmetin fiyatı gibi hususlar göz önünde tutulur. Burada ölçü, ortalama bilgi ve tecrübe düzeyine sahip bir tüketicinin mal veya hizmetten beklediği faydadır. Ortalama tüketici açısından, mal veya hizmetten beklenilen faydada bir azalmanın varlığı durumunda ayıptan söz edilebilecektir. Örneğin bir şemsiyeden beklenen fayda, su geçirmemesidir. Şayet şemsiye yağmuru geçiriyor ve kullanıcısının ıslanmasına neden oluyorsa ayıplıdır.

Yeni Türk Borçlar Kanunu'nun "Ayıptan Sorumluluk" başlığını taşıyan 219. maddesinde de ayıp kavramı TKHK'ya paralel olarak düzenlenmiştir. Anılan hükme göre; "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" sorumlu tutulmuştur.

Borçlar Hukuku açısından, bildirimlere aykırılıkta "önemli ölçüde" olma koşulu aranmaz iken, lüzumlu niteliklerdeki eksiklik nedeniyle ayıptan söz edebilmek için maldaki değer ya da beklenen fayda eksikliğinin "önemli ölçüde" olması koşulu aranmaktadır (TBK. m. 219). Oysa tüketici işlemleri açısından bir ayıptan söz edilebilmesi için, gerek bildirimlere aykırılık gerekse lüzumlu niteliklerdeki eksikliklerin "önemli ölçüde" olması şartı aranmaz. Bununla birlikte, tüketici işlemleri açısından da ayıptan söz edebilmek için, malın değerini veya ondan beklenilen faydayı en azından azaltması aranır. Değer ve yararlanma olanağına hiç etki etmeyen hususlar ayıp olarak kabul edilmeyecektir.

Ayıp Türleri

Mal ya da hizmetteki ayıplar, maddi, hukuki ya da ekonomik ayıp şeklinde olabilir.

Maddi Ayıp

Bir malın sahip olması gereken renk, şekil, kalite vb. fiziki özelliklerde eksiklik bulunması durumunda maddi ayıptan söz edilir. Bir malın kırık olması, işlevlerinde, görüntüsünde bozukluklar olması, yeni olarak satılmış olasına rağmen kullanılmış çıkması, orijinal olarak satılmasına rağmen taklit olduğunun anlaşılması gibi durumlar maddi ayıba örnek teşkil eder.

Maddi ayıp hizmetlerde de söz konusu olabilir. Temizliğin eksik yapılması, elbisenin hatalı dikilmesi, otel odasının soğuk olması gibi durumlar hizmet ayıbı oluşturur. Ayrıca, sunulan hizmet bir takım malların sağlanmasını da içerebilir. Bir düğün organizasyonu hizmetinde, davetlilere yiyecek ve içecek sunumu yapılabilir veya bir temizlik hizmetinde, lavabolara bazı temizlik maddeleri konabilir. Hizmet kapsamında sağlanmış olan bu tür mallardaki nitelik eksiklikleri de maddi ayıp oluşturacaktır.

Bir mal, sırf sonradan piyasaya daha iyi bir malın sürülmesi sebebiyle ayıplı sayılmaz. Örneğin, yüksek enerji sarfiyatlı olan bir buzdolabı modeli, daha sonradan çok düşük enerji sarfiyatlı buzdolaplarının üretilebilmiş olması nedeniyle ayıplı hale gelmez.

www.hedefaof.com

Yine, satılan şey yerine tamamen farklı bir malın verilmesi durumunda ayıplı mal durumu söz konusu olmamakta, yanlış ifa durumu ortaya çıkmaktadır. Örneğin portakal yerine elma, süt yerine peynir teslim edilmesi durumlarında ayıplı ifa değil, yanlış ifa durumu oluşur. Yanlış ifa durumlarında hiç ifa etmeme söz konusu olmakta ve böyle durumlarda TBK. m. 112 vd hükümlerinin uygulanması gerekmektedir.

Miktar farklılıkları da kural olarak ayıp kavramına dâhil değildir. Miktar farklılıkları, malın sayı, hacim, ağırlık gibi hususlardaki nicelik farklılıklarıdır. Nicelik farklılığı, eksiklik şeklinde olabileceği gibi fazlalık şeklinde de olabilir. Nicelik eksikliğinde borçlu TBK. m. 112 gereğince sorumlu olacaktır. Nicelik fazlalığı durumunda ise TBK'nın sebepsiz zenginleşmeye ilişkin 77 vd. hükümleri geçerli olur. Örneğin, elmanın üç kilo verilmesi gerekirken iki kilo ya da dört kilo verilmiş olması gibi.

Buna karşılık nicelik farklılıklarının nitelik eksikliğine de yol açtığı durumlarda ayıp söz konusu olacaktır. Örneğin bir gösteride beş sanatçının yer alacağı belirtilmiş iken üç sanatçının yer alması, pencere camının 100 cm olması gerekirken 95 cm kesilmiş olması, elektriğin 220 volt olması gerekirken 200 volt olması gibi nicelik eksiklikleri veya 220 volt olması gereken elektriğin 250 volt olması, motora 4 litre yağ konulması gerekirken 5 litre konulmuş olması gibi nicelik fazlalıkları ayıp oluşturacaktır.

Hukuki Ayıp

Hukuki ayıp, tüketime konu mal veya hizmet açısından tüketicinin o mal ya da hizmetten faydalanma olanağını azaltan ya da tamamen ortadan kaldıran hukuki yasaklama ya da sınırlamaların bulunması durumudur. Örneğin, ürünün kullanımı veya hizmetin sunumu için gerekli izin belgelerinin sağlanmaması, satılan malın hacizli olması, satın alınan bilgisayardaki işletim programının lisanssız olması gibi durumlarda hukuki ayıp oluşacaktır.

Ekonomik Ayıp

Tüketicinin mal veya hizmetten beklediği ekonomik yararları azaltan veya malın ekonomik değerini düşüren eksikliklerdir. Dolayısıyla ekonomik ayıplar, mal veya hizmetten beklenen ekonomik getiriye zarar veren ayıplardır. Esasen maddi ve hukuki ayıplar da ekonomik değerde düşmeye neden olurlar. Ancak, ekonomik ayıbın oluşabilmesi için herhangi bir işlev bozukluğu ya da kullanımla sağlanan faydada eksiklik bulunması zorunlu değildir. Örneğin, satın alınan otomobilin önceden kaza yapmış olduğunun anlaşılması, herhangi bir işlev eksikliği oluşturmasa dahi malın ekonomik değerini düşürecek, ekonomik bir ayıba neden olacaktır.

AYIPLI MAL VEYA HİZMETTEN DOĞAN SORUMLULUK

Sorumluluğun Koşulları

Ayıbın Hasarın Tüketiciye Geçtiği Anda Mevcut Olması

Alış-verişe konu edilen maldaki ayıbın ne zaman oluştuğu, bu ayıptan kimin sorumlu olacağının belirlenmesi açısından önem taşır. Kural olarak, satılanın yarar ve hasarı taşınır satışlarında zilyetliğin devri, taşınmaz satışlarında ise tescil anına kadar satıcıya, zilyetliğin devri veya tescil anından sonra alıcıya aittir (TBK. m. 208). Dolayısıyla ayıplı maldan dolayı bir sorumluluğun doğabilmesi için ayıbın, taşınırlarda zilyetliğin devredildiği anda, taşınmazlarda ise tescil anında var olması gerekir. Devir veya tescilden önce var olan ayıplardan dolayı satıcı sorumlu olacaktır.

Zilyetliğin devri ya da tescilden sonra oluşmuş hasarlar ise alıcıya aittir. Bununla birlikte, sonradan ortaya çıkmış olsalar dahi, zilyetliğin devri veya tescil anından önce var olan bir nedenden dolayı oluşmuş ayıplardan da tüketiciye karşı sorumluluk doğacaktır. Örneğin, bir elbisenin satın alındıktan sonra çok çabuk eskimesi, üretiminde kullanılan malzemelerdeki bir hatadan kaynaklanabilir.

Hizmetlerde de ayıbın, hizmetin ifası anından önce var olan bir sebebe dayanması veya ifa anında oluşması gerekir. Örneğin, düğün organizasyonu hizmetinde sunulan gıdaların bozuk olması, doktorun hastanın yarasına eksik dikiş atmış olması gibi. Buna karşılık, ifadan sonraki bir sebeple ayıp oluşmuşsa sağlayıcının sorumluluğu doğmayacaktır. Örneğin, hastanın kendisine gerekli dikkat ve özeni göstermemesi nedeni ile ameliyattan istenilen sonuç alınamamışsa ayıplı hizmetten söz edilemeyecektir.

www.hedefaof.com

Tüketicinin Ayıbı Bilmemesi

Ayıplı mal veya hizmet nedeni ile sorumluluğun doğabilmesi için tüketicinin mal veya hizmeti ayıplı olduğunu bilerek satın almamış olması gerekir. Tüketici, maldaki ayıbı ya da hizmetin ifasında ayıba neden olacak bir nedeni önceden bilmesine rağmen mal ya da hizmeti kabul etmişse artık herhangi bir hak talep edemeyecektir. Zira, TKHK'nın 4 ve 4/A maddelerinin 5. fıkrasına göre, ayıplı olduğu bilinerek satın alınan mallar ve ayıplı olduğu bilinerek edinilen hizmetler hakkında sorumluluk hükümleri uygulanmaz.

Kural olarak, tüketicinin mal veya hizmetin ayıbını bilmediği kabul edilir. Tüketicinin ayıbı bildiğini ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir. Dolayısıyla, sorumluluktan kurtulmak isteyen satıcının veya sağlayıcının malın ayıbını ya da hizmetin ayıbına neden olacak sebebi tüketicinin bildiğini ispat etmesi gerekir. Bunun yanında satıcı, TKHK'da belirlenmiş olan ayıplı mal satımına ilişkin kurallara uyularak satışın yapıldığını ispat ederek de sorumluluktan kurtulabilir. Şöyle ki; TKHK, satışa sunulacak ayıplı mal üzerine ya da ambalajına, imalatçı veya satıcı tarafından tüketicinin kolaylıkla okuyabileceği şekilde "özürlüdür" ibaresini içeren bir etiketin konulmasını zorunlu kılmıştır. Yalnızca ayıplı mal satılan veya 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 bu kurallara uyarak ayıplı malı satmış ise sorumlu olmayacaktır.

Güvenli olmayan mallar, piyasaya "özürlüdür" etiketiyle dahi arz edilemez. Bu yüzden, normalde sahip olduğu nitelikler itibariyle güvenli olmayan ürünler "özürlüdür" etiketiyle satılamayacağı gibi, maldaki ayıp, malın güvenliliğini etkilemiş ve onu tehlikeli hale getirmiş ise bu tür güvenli olmayan mallar da, piyasaya "özürlüdür" etiketiyle dahi arz edilemez. Örneğin elektrik kaçağı olan bir ütü ya da patlama tehlikesi bulunan bir tüplü televizyon özürlüdür etiketiyle dahi satışa sunulamayacaktır.

Tüketicinin ayıbı bilmesi, ayıplı mal ve hizmet nedeniyle tüketicinin sahip olduğu hakları ortadan kaldırdığı halde, mal veya hizmetin ayıbının önceden bilinmesi, ayıplı mal ve hizmetin neden olduğu zararlardan doğan talep haklarını ortadan kaldırmamaktadır (Bkz. Ayıplı Mal veya Hizmetin Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk konusu)

Ayıbın İhbarı

Satın alınan mal ya da sağlanan hizmetin ayıplı çıkması durumunda tüketicinin, ifa tarihinden itibaren 30 gün içerisinde durumu satıcıya veya sağlayıcıya ihbar etmesi (bildirmesi) gerekir (TKHK. m. 4/II).

Anılan 30 günlük ihbar süresi açıkça görülebilen ayıplar için geçerlidir. Şayet ayıp gizli ayıp ise yani satılan üzerinde yapılacak olağan bir gözden geçirme ile anlaşılamayacak, ortaya çıkarılamayacak bir ayıp ise bu tür ayıbın anlaşılması üzerine "hemen" satıcıya ihbar yapılmalıdır. Aksi takdirde satılan bu ayıpla kabul edilmiş sayılır (TBK. m. 223/II). Bir ayıbın açık ayıp mı gizli ayıp mı olduğunun belirlenmesinde ortalama bir tüketicinin bilgi ve tecrübe seviyesi esas alınır.

TKHK'da malın tüketiciye teslimi tarihinden itibaren iki yıllık zaman aşımı süresi öngörüldüğünden ihbarın her halükarda bu iki yıllık süre içerisinde yapılması gerekir (Konu aşağıda geniş olarak açıklanmaktadır).

İhbar, herhangi bir şekil şartına bağlanmamıştır. Ayıptan karşı tarafın haberdar olmasını sağlamaya elverişli her türlü ihbar, ayıp ihbarı olarak kabul edilecektir. Dolayısıyla, ihbarın telefon, faks, e-posta, taahhütlü mektup veya benzeri bir yolla yapılması mümkündür. Tüketici, gerekli ihbarı yapmış olduğunu her türlü delille ispat edebilir.

Tacirler arasında yapılan satışlarda ise açık ayıplarda teslimden itibaren 2 gün, teslim sırasında anlaşılması mümkün olmayıp, inceleme ile anlaşılabilecek ayıplarda ise 8 günlük ihbar süreleri öngörülmüştür (TTK. m. 23/1,c). İnceleme ile anlaşılamayan ve kullanımla sonradan ortaya çıkacak ayıplarda da satılanın alıcıya devrinden itibaren iki yıl içinde ihbar yapılmalıdır (TBK. m. 231).

Örnek yargı kararları: "Davalı tarafça aksaklıkların düzeltileceği umudu verildiği sürece yasal ayıp ihbarı süresi işlemez". (Yargıtay 13. HD. 18.3.2010 tarih ve 2009/13513-2010/3505 sayılı karar).

"Davacılar… tüketici hakem heyetine başvurmak suretiyle ihbarda bulunmuşlardır. Tüketici hakem heyetine başvuru veya doğrudan dava açılması ihbar niteliğindedir". (Yargıtay 13. HD. 04.05.1998 tarih, 2555 E., 3864 K. Sayılı karar).

www.hedefaof.com



Hayvan satışlarına ve hayvan satışlarında ihbar süresine ilişkin özel bir düzenleme olup olmadığını araştırınız.

Süre

Ayıplı mal nedeniyle sorumlu tutulanlar, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile malın tüketiciye teslimi tarihinden itibaren iki yıllık zamanaşımı süresince sorumlu olurlar. Bu süre konut ve tatil amaçlı taşınmaz mallarda beş yıldır (TKHK. m. 4/IV). Konut kredilerinde ise kredi veren konut finansmanı kuruluşunun sorumluluğu teslim tarihinden itibaren 1 yıl süre ile sınırlıdır.

Aynı şekilde ayıplı hizmetlerde de, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile ayıplı hizmetten dolayı yapılacak talepler, hizmetin ifasından itibaren iki yıllık zamanaşımına tabidir (TKHK.m. 4/A-IV).

Zamanaşımı süreleri, teslim veya ifa tarihinden itibaren işlemeye başlar. Tüketicinin ayıbı öğrendiği zamanın önemi yoktur.

Ancak, satılan malın veya sunulan hizmetin ayıbı, tüketiciden satıcının veya sağlayıcının ağır kusuru veya hile ile gizlenmişse zamanaşımı süresinden yararlanılamaz. (TKHK. m. 4/IV, 4/A, IV). Yani ayıp, hile veya ağır kusur ile tüketiciden gizlenmişse, yukarıda belirtilen zamanaşımı süreleri geçtikten sonra ortaya çıkan ayıplar nedeniyle de tüketiciler sorumlulara başvurabilirler. Böyle durumlarda 10 yıllık genel zamanaşımı süresi geçerli olacaktır.

Ayıba karşı sorumlu olanların, tüketici lehine olarak yukarıda açıklanan sürelerden daha uzun süre sorumluluk üstlenmeleri de mümkündür. Yasal zamanaşımı sürelerinin tüketici aleyhine kısaltılması ise geçerli değildir.

TBK'da da, satıcının ayıptan doğan sorumluluğunda iki yıllık zamanaşımı öngörülmüştür. Bu süre, satılandaki ayıp daha sonra ortaya çıksa bile, satılanın alıcıya devrinden itibaren başlar. Satıcı, satılanı ayıplı olarak devretmekte ağır kusurlu ise, iki yıllık zamanaşımı süresinden yararlanamaz (TBK. m. 231).

Zamanaşımı ile ilgili diğer bir husus da, TKHK'da yer almamakla beraber TBK'da düzenlenmiş olan, alıcının def'i hakkıdır. Şöyle ki; TBK. m. 231/I hükmüne göre "Alıcının satılanın kendisine devrinden başlayarak iki yıl içinde bildirdiği ayıptan doğan def'i hakkı, bu sürenin geçmiş olmasıyla ortadan kalkmaz." Bu konuda TKHK'da bir düzenleme bulunmaması nedeniyle, TBK 231 hükmü tüketici işlemlerinde de uygulanacaktır. Yani, tüketicinin zamanaşımı süresi içerisinde ayıp ihbarında bulunmuş olması koşuluyla, tüketici aleyhine açılan davalarda iki yıllık süre geçmiş olsa dahi tüketici mal veya hizmetin ayıplı olduğunu ileri sürebilecektir.

Sorumlular Ve Sorumluluğun Şekli

Alış-verişe konu edilen mal veya hizmetin ayıplı olması durumunda sorumlu tutulabilecek kişilerin kapsamı TKHK. m. 4'de belirlenmiştir. Buna göre ayıplı mallardan dolayı imalatçı-üretici, satıcı, bayi, acente, ithalatçı ve kredi veren sorumlu tutulmuştur (TKHK. m. 4/III). Ayıplı hizmetler nedeniyle de; sağlayıcı, bayi, acente ve kredi veren sorumlu olacaktır (TKHK. m. 4/A-III).

Ayıplı mal veya hizmet nedeniyle sorumlu olan bu kişiler tüketiciye karşı müteselsilen sorumludurlar. Satılan malın veya sunulan hizmetin ayıplı olduğunun sorumlular tarafından bilinmemesi bu sorumluluğu ortadan kaldırmaz.

Sorumlu olarak belirlenen bu kişilerin tanımları aşağıda verilmiştir:

Satıcı: Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere ticari veya mesleki faaliyetleri kapsamında tüketiciye mal sunan gerçek veya tüzel kişilerdir.

Sağlayıcı: Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere ticari veya mesleki faaliyetleri kapsamında tüketiciye hizmet sunan gerçek veya tüzel kişilerdir.

www.hedefaof.com

İmalatçı-Üretici: Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere tüketiciye sunulmuş olan mal veya hizmetleri ya da bu mal veya hizmetlerin hammaddelerini yahut ara mallarını üretenler ile mal üzerine kendi ayırt edici işaretini, ticari markasını veya unvanını koyarak satışa sunanlardır.

İthalatçı: Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere tüketiciye sunulmuş olan mal veya hizmetleri ya da bu mal veya hizmetlerin hammaddelerini yahut ara mallarını yurt dışından getirerek satışa sunan gerçek veya tüzel kişilerdir,

Kredi veren: Mevzuatları gereği tüketicilere nakit kredi vermeye yetkili olan banka ve finansman şirketleridir. Kredi veren bu tür şirketlerin sorumlular kapsamında yer alması, şu durumlarda söz konusu olur: İlk olarak, tüketiciden bir kıymetli evrak alınmış ise tüketici bu kıymetli evrakı kredi verenden geri istemek hakkına sahiptir. Şayet kıymetli evrak geri alınmamış ve ciro edilmişse, kredi veren kıymetli evrakın ciro edilmesi sebebiyle tüketicinin uğradığı zararı tazmin etmekle yükümlüdür. İkinci olarak da, konut finansmanından kaynaklanan işlemlerde kredi veren konut finansmanı kuruluşu, krediyi belirli bir konutun satın alınması ya da belirli bir satıcı ile yapılacak satış sözleşmesi şartı ile vermesi durumunda, konutun hiç ya da zamanında teslim edilmemesi halinde kredi veren satıcı ile birlikte, tüketiciye karşı, kullandırılan kredi miktarı kadar müteselsilen sorumlu olur (TKHK. m. 10/B-IX)

Görüleceği üzere, TKHK'da tüketici işlemlerinde ayıptan dolayı sorumlu olanların kapsamı oldukça geniş olarak belirlenmiştir. Yeni Türk Borçlar Kanunu'nda ise ayıptan dolayı sadece satıcı sorumlu tutulmuştur (TBK. m. 219). Dolayısıyla, TKHK'ya göre ayıptan dolayı sorumluların kapsamı TBK'ya göre sorumlu olanlardan daha geniştir.

AYIPLI MAL VE HİZMETLERE KARŞI TÜKETİCİNİN HAKLARI

Tüketici işlemlerine konu edilen bir malın ayıplı çıkması durumunda tüketicilerin sahip oldukları haklar TKHK. m. 4/II'de düzenlenmiştir. Anılan hükme göre tüketiciler;

- Malı yenisi ile değiştirme,
- Sözleşmeden dönme,
- Bedel indirimi,
- Ücretsiz onarım,

seçimlik haklarına sahip olmaktadır.

Aynı şekilde sağlanan hizmetin ayıplı çıkması durumunda tüketiciler;

- Sözleşmeden dönme,
- Hizmetin yeniden görülmesi,
- Ayıp oranında bedel indirimi

haklarına sahiptir. Ayıplı hizmetler açısından, hizmetin niteliği gereği, tamir seçeneği söz konusu olmamaktadır.

Tüketici seçim hakkını ihbar süresine uyulmuş olması koşuluyla zamanaşımı süresi içerisinde kullanabilecektir. Buna göre 2 yıllık zaman aşımı süresinde (konut ve tatil amaçlı taşınmazlar açısından 5 yıllık zamanaşımı süresi içerisinde, konut finansman kuruluşlarına karşı da 1 yıllık zamanaşımı süresinde) seçim hakkının kullanılmış olması gerekir.

TBK'da da alıcılara aynı seçimlik haklar tanınmıştır. Şöyle ki; TBK. m. 227 hükmüne göre, Satıcının satılanın ayıplarından sorumlu olduğu hâllerde alıcı; sözleşmeden dönme, ayıp oranında satış bedelinde indirim isteme, aşırı bir masraf gerektirmediği takdirde ücretsiz onarım isteme ve satılanın ayıpsız bir benzeri ile değiştirilmesini isteme haklarına sahiptir.

www.hedefaof.com

TKHK açısından tüketicinin seçim hakkının sınırı (hizmetlerdeki dönme hakkı dışında- TKHK. m. 4/A,II) bulunmamaktadır. Yani tüketici seçim hakkını dilediği yönde kullanabilmektedir. Tüketiciye karşı sorumlu olanlar, tüketicinin seçeceği talebi yerine getirmekle yükümlüdür.

TBK'da ise seçim hakkının kullanılmasına yönelik bazı kısıtlamaların getirildiği görülmektedir. TBK'ya göre satıcı, alıcıya aynı malın ayıpsız bir benzerini hemen vererek ve uğradığı zararın tamamını gidererek seçimlik haklarını kullanmasını önleyebilir. Alıcının, sözleşmeden dönme hakkını kullanması hâlinde, durum bunu haklı göstermiyorsa hâkim, satılanın onarılmasına veya satış bedelinin indirilmesine karar verebilir. Yine, satılanın değerindeki eksiklik satış bedeline çok yakın ise alıcı, ancak sözleşmeden dönme veya satılanın ayıpsız bir benzeriyle değiştirilmesini isteme haklarından birini kullanabilir. Satılanı alıkoyup, ayıp oranında satış bedelinde indirim isteyemeyecektir.



Ayıplı mal ve hizmetler karşısında alıcıya haklar yanında, bu hakların kullanılabilmesi için bazı yükümlülükler yükleyen düzenlemeler de var mıdır?

Sözleşmeden Dönme Hakkı

Tüketicinin dönme hakkını kullanmasıyla, satıcı veya sağlayıcı ile tüketici arasındaki sözleşme ilişkisi ortadan kalkmış olur.

Sözleşmeden dönüldüğünde tarafların hak ve borçları, TBK'nın dönmenin sonuçlarına (m. 229) ve sebepsiz zenginleşmeye (m. 77-82) ilişkin hükümlerine göre belirlenir. Buna göre tüketici sözleşmeden dönme hakkını kullandığında satılanı, ondan elde ettiği yararlarla birlikte satıcıya geri vermekle yükümlüdür. Buna karşılık tüketici de satıcıdan, ödemiş olduğu satış bedelinin faiziyle birlikte geri verilmesini, yargılama giderleri ile satılan için yapmış olduğu giderlerin ödenmesini, ayıplı maldan ya da hizmetten doğan doğrudan zararının giderilmesini isteyebilir. Satıcı, kendisine hiçbir kusur yüklenemeyeceğini ispat etmedikçe, alıcının diğer zararlarını da gidermekle yükümlüdür.

Tüketici ayrıca mal için yaptığı zorunlu ve faydalı masraflarını da isteyebilir. Ayrıca lüks masraflar için kendisine karşılık önerilmedikçe ve mala zarar vermeden ayrılması mümkün ise mala yaptığı lüks eklemelerini ayırıp alabilir.

Tüketici herhangi bir koşul olmaksızın dönme hakkını kullanabilir. Ancak hizmetlerle ilgili olarak tüketici, sözleşmeden dönme hakkını kullanmış olsa dahi, hakim bu seçimi haklı görmüyorsa bedel indirimi kararı verebilmektedir (TKHK.m. 4/A, II).

Dönme hakkı kullanan tüketicinin malı iadeye hazır olduğunu ihbar etmesi yeterlidir. Ayrıca malı iade etmiş olması gerekmez. Hizmetlerde ise sözleşmeden dönme hakkının seçilmesi durumunda, sağlanmış yani icra edilmiş bir hizmetin iadesi söz konusu olamayacağından, tüketici hizmetten bir yarar sağlamışsa bedelden bu yarar kadar bir indirimin yapılması gerekecektir.

TKHK'da ayıplı malın tüketicinin elinde iken yok olması veya ağır hasara uğraması ya da ayıplı malın tüketici tarafından başkasına devredilmiş olması durumunda dönme hakkının kullanılıp kullanılamayacağı hususu düzenlenmemiştir. Konuyu düzenleyen TBK. m. 228'e göre "Alıcıya ayıplı olarak devredilmiş olan satılanın ayıptan, beklenmedik hâlden veya mücbir sebepten dolayı yok olması veya ağır biçimde zarara uğraması, alıcının sözleşmeden dönme hakkını kullanmasını engellemez. Bu durumda alıcı, satılandan elinde ne kalmışsa onu geri vermekle yükümlüdür. Satılan alıcıya yüklenebilen bir sebep yüzünden yok olmuşsa veya alıcı onu başkasına devretmişse ya da biçimini değiştirmişse alıcı, ancak değerindeki eksiklik karşılığının satış bedelinden indirilmesini isteyebilir."

Bu düzenleme, TKHK'da konu ile ilgili bir hüküm bulunmadığından tüketici işlemlerinde de geçerlidir. Dolayısıyla mal tüketicinin fiili ile yok olursa tüketici sözleşmeden dönme hakkını kullanamayacak, sadece bedelin indirilmesini isteyebilecektir. Buna karşılık mal tüketiciye yüklenemeyen bir sebepten yani, maldaki ayıptan, beklenmedik halden veya mücbir sebepten dolayı yok olmuşsa dönme hakkı kullanılabilir. Yine, alıcı malın ayıbını bilmeden malı devretmişse yenisi ile değiştirme veya dönme hakkının kullanımı mümkün olacaktır. Buna karşılık, tüketici malın ayıbını bilerek onu başkasına devretmiş ise ancak bedel indirimi isteyebilecek, dönme hakkını kullanamayacaktır.

www.hedefaof.com

Satım konusu birden çok mal olup da bunlardan sadece bir kaçının ayıplı olması veya birden çok parçadan oluşan bir malın birkaç parçasının ayıplı çıkması durumu da TKHK'da düzenlenmemiştir. Bu nedenle konuyu düzenleyen TBK'nun tüketici işlemlerinde de uygulanması gerekecektir. Buna göre, birden çok mal veya birden çok parçadan oluşan bir mal, birlikte satılmış olup da bunlardan bazıları ayıplı çıkarsa, dönme hakkı bunlardan ancak ayıplı çıkanlar için kullanılabilir. Ancak, alıcıya veya satıcıya önemli bir zarar vermeksizin ayıplı parçanın diğerinden ayrılmasına imkân yoksa, dönme hakkının satılanın tamamını kapsaması zorunludur. Yine, mal, asıl şey ve eklentilerden oluşuyorsa, satılanın aslı için satıştan dönülmesi, ayrı satış bedeli gösterilerek satılmış olsalar bile, eklentilerini de kapsar; fakat eklentiler için dönme, satılanın aslını kapsamaz (TBK. m. 230).

Bedelin İndirilmesini İsteme Hakkı

Tüketiciye tanınan seçimlik haklardan biri de satış bedelinin indirilmesini isteme hakkıdır. Tüketici seçimlik hakkını satış bedelinin indirilmesi yönünde kullandığında, sözleşme sona ermiş olmaz, sadece edimde değişiklik olur.

Tüketicinin seçim hakkını indirim yönünde kullanması durumunda, bedelden indirilecek miktar tarafların anlaşması ile belirlenebilir. Şayet taraflar anlaşamazsa indirilecek miktar mahkeme tarafından belirlenecektir.

İndirim miktarı, malın veya hizmetin, hasarın geçmesi anındaki yani teslim ya da ifa anındaki durumuna göre belirlenir. İndirim oranının tespitinde "nispi metod" uygulanır. Buna göre, ayıplı değer ile ayıpsız değer arasındaki oran, kararlaştırılan bedel ile ödenecek bedele uygulanır (Ayıplı değer / Ayıpsız değer = Olması gerekli bedel/Ödenen bedel).

Örnek yargı kararı: "satış bedelinden indirilecek miktarın tespitinde, doktrinde 'mutlak metod', 'nisbi metod', ve 'tazminat metod'u adıyla bilinen değişik görüşler mevcutsa da, gerek Dairemiz gerekse Yargıtay tarafından öteden beri uygulanan 'nisbi metod' olarak adlandırılan hesaplama yöntemi benimsenmektedir. Bu metoda göre satış tarihi itibariyle satılanın, ayıpsız ve ayıplı değerleri arasındaki oranın, satış bedeline yansıma miktarı belirlenmektedir. Başka bir ifade ile satılanın, tarafların kararlaştırdıkları satış bedeli gözetilmeksizin, satış tarihi itibariyle gerçek ayıpsız rayiç değeri ile, mevcut ayıplı haldeki rayiç değeri ayrı ayrı belirlenerek, bu iki değerin birbirine bölünmesi suretiyle elde edilecek oran, satış bedeline uygulanmaktadır". (Yargıtay 13. Hukuk Dairesi 02.02.2010 tarih ve 2009/5872- 2010/1097 sayılı karar).

Malın Yenisi İle Değiştirilmesini, Hizmetin Yeniden Görülmesini İsteme Hakkı

Tüketici seçim hakkını, malın yenisi ile değiştirilmesi, şayet hizmet söz konusu ise hizmetin yeniden görülmesi yönünde de kullanabilir. Değiştirme ve yeniden ifa masrafları satıcıya aittir.

Bazı hizmetlerin yeniden görülmesi imkânsız olabilir. Örneğin bir düğün organizasyonu hizmetinin yeniden yapılması mümkün olmayabilir ya da ancak tek sefer yapılabilecek bir tıbbi müdahale söz konusu olabilir. Böyle durumlarda yeniden ifa istenemeyecektir.

Örnek yargı kararları: "Tüketici sözleşmeyi ayakta tutarak malın yenisi ile değiştirilmesini istediğine göre malın yenisi gelene kadar elindekini iade yükümlülüğünde de değildir". (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu 01.07.2009 tarh ve 2009/246- 2009/297 sayılı karar).

"Tüketici… sadece malın yenisi ile değiştirilmesi isteminde bulunmuştur… Aracın modelinin eski olması, yasal seçimlik haklarından birini kullanan davacının bu isteminin karşılanmamasına neden olarak gösterilemez" (YHGK. 22.06.2005 tarih ve 2005/4- 309-391 sayılı karar).

Malın Ücretsiz Onarımını Talep Hakkı

Tüketicinin seçimlik haklarından biri de malın ücretsiz onarımını istemektir. Onarım, niteliği gereği sadece mallar için söz konusu olabilir. Hizmetlerde ise onarım söz konusu olmayacaktır. Bazı hizmetlerin yeniden görülmesi, onarım gibi algılanabilir. Oysa hizmetlerde onarım değil, yeniden ifa söz konusu olur. Örneğin, terzinin hatalı diktiği elbiseyi düzeltmesi onarım olmayıp, hizmetin yeniden görülmesi kapsamına girecektir.

www.hedefaof.com

Ayıplı bir malın onarılabilmesi, uzman personel ve teknik alt yapı gerektirir. Bu yüzden kanun koyucu, imalatçı veya ithalatçıları, sattıkları, ürettikleri veya ithal ettikleri sanayi malları için o malın Bakanlıkça tespit ve ilan edilen kullanım ömrü süresince, yeterli teknik personel ve yedek parça stoku bulundurmak suretiyle bakım ve onarım hizmetlerini sunmakla yükümlü tutmuştur (TKHK. m. 15).

İthalatçının herhangi bir şekilde ticari faaliyetinin sona ermesi halinde, kullanım ömrü süresince bakım ve onarım hizmetlerini, o malın yeni ithalatçısı sunmak zorundadır.

İmalatçı ve ithalatçıların onarım yükümlülükleri malın kullanım ömrü süresince devam eder. Ayıba karşı sorumluluk kapsamında bu onarım ücretsiz olarak yapılacak iken ayıba karşı sorumluluk kapsamı dışındaki onarımların da ücreti karşılığında, malın kullanım ömrü süresince yapılması zorunludur.

Yine kanun koyucu bazı malların bakım ve onarımı için servis istasyonlarının kurulmasını öngörmektedir. Aşağıda üretici ve ithalatçıların servis hizmeti sunma yükümlülükleri geniş olarak ele alınmaktadır.

Üretici ve İthalatçıların Servis Hizmeti Sunma Zorunluluğu

Tüketicilerin ayıplı mallara karşı gereği gibi korunabilmeleri için, ayıplı malların onarımlarının yapılabildiği servis istasyonlarının tüketicilerin hizmetine hazır bulundurulmaları gerekir.

Servis istasyonu; imalatçı - üretici ve/veya ithalatçıların, ürettikleri veya ithal ettikleri mallar için; kullanım ömürleri süresince satış sonrası montaj, bakım ve onarım hizmetlerini yürütmek üzere, kendileri tarafından ve/veya aralarındaki sözleşme uyarınca, bu amaçla yetki verilen gerçek veya tüzel kişiler tarafından kurulan ya da kurulmuş bulunan tesisleri ifade eder.

Bakanlık, hangi mallar için servis istasyonları kurulmasının zorunlu olduğu ile servis istasyonlarının kuruluş ve işleyişine dair usul ve esasları Türk Standartları Enstitüsünün görüşünü alarak tespit ve ilanla görevlidir. Nitekim bu konuda bir yönetmelik çıkarılmış ve servis istasyonu kurulması gerekli olan mallar ve servis istasyonlarının tabi olacakları esaslar belirlenmiştir (Sanayi Mallarının Satış Sonrası Hizmetleri Hakkında Yönetmelik, 14/06/2003, Resmi Gazete Sayısı: 25138).

İmalatçı - üretici ve/veya ithalatçılar Yönetmeliğe ekli listede yer alan her mal grubu için belirtilen kullanım ömrü süresince, satış sonrası hizmetleri sağlamak üzere belirli yer, sayı ve özellikte servis istasyonu kurmak ve yeterli teknisyen kadrosu bulundurmak zorundadır.



http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/04/20110424-7.htm adresinden ilgili yönetmeliğe ekli listeye ulaşarak, hangi mallar için servis istasyonları kurulmasının zorunlu olduğunu, bu malların kullanım ömürlerini inceleyebilirsiniz

Servis istasyonları, doğrudan imalatçı-üretici veya ithalatçılar tarafından ya da yazılı bir sözleşme ile bu hizmetleri yürütmek üzere yetki verdikleri gerçek veya tüzel kişiler tarafından kurulabilir.

Tüketicinin bulunduğu yerde servis istasyonunun olmaması halinde satış sonrası hizmetlerin verilmesinden, tüketiciye en yakın yerdeki servis istasyonu sorumludur.

Tüketiciye en yakın yerdeki servis istasyonunda satış sonrası hizmet verilmesinin mümkün olmaması durumunda; malın firma merkezine ya da diğer bir servis istasyonuna ulaştırılması ve geri gönderilmesi ile ilgili olarak nakliye, posta, kargo veya benzeri herhangi bir ulaşım gideri talep edilemez. Yine, her coğrafi bölgede servisi bulunmayan imalatçılar - üreticiler ve/veya ithalatçılar, malın kullanım ömrü süresince, servis istasyonu sayıları her coğrafi bölgede en az 1, toplam 7 servis istasyonu sayısına ulaşıncaya kadar malın bakım ve onarımıyla ilgili olarak tüketicilerden nakliye, posta, kargo veya servis elemanlarının ulaşım gideri gibi herhangi bir ilave ücret talep edemezler.

Satış sonrası hizmetlerin Kanun ve Yönetmelik hükümlerine göre yürütülmesini sağlamak amacıyla imalatçı - üretici ve/veya ithalatçılar servis istasyonlarının çalışmalarını izleyerek kontrol etmekle ve görülen eksiklikleri gidermekle yükümlüdür.

www.hedefaof.com

Servis İstasyonlarına İlişkin Yükümlülükler

- Bakım ve Onarım Yükümü:

Malın kullanım ömrü süresince bakım veya onarımının yapılması, servis istasyonları için bir yükümlülüktür. Kullanım ömrü süresince, malın bakım ve/veya onarım süresi, Yönetmeliğe ekli listede ilan edilen azami tamir süresini geçemez. Tamir süresi, garanti süresi içerisinde mala ilişkin arızanın servis istasyonuna bildirimi, garanti süresi dışında ise malın teslim tarihinden itibaren başlar. Tüketicinin arıza bildirimini; telefon, faks, e-posta, iadeli taahhütlü mektup vb. bir yolla yapması mümkündür. Ancak uyuşmazlık halinde ispat yükümlülüğü tüketiciye aittir.

Servis istasyonları tarafından verilen montaj, bakım ve onarım hizmetiyle ilgili olarak, bir yıl içerisinde aynı arızanın tekrarı halinde herhangi bir servis ücreti alınmaz. Tüketicinin malı kullanım kılavuzunda yer alan hususlara aykırı kullanmasından kaynaklanan arızalar ise bu kapsamda değildir.

- Servis Fişi Verme Yükümü:

Servis istasyonları, kendilerine intikal ettirilen arızalı mallar ile ilgili olarak servis fişi düzenlemek ve tüketicilere vermek zorundadırlar. Servis fişinde; yetkili servisin unvan, adres, telefon, faks ve diğer erişim bilgileri, malın servis istasyonuna teslim veya mala ilişkin arızanın bildirim tarihi, malın tüketiciye teslim tarihi, malın arızası ve yapılan işlemler, varsa ücreti, servis yetkilisinin imzası, servis istasyonlarının sorumluluklarını gösterir hususlar, tüketicinin ürünle ilgili şikâyet ve talepleri gösterilmek zorundadır.

- Yedek Parça Bulundurma ve Satma Yükümü:

İmalatçı veya ithalatçılar, Yönetmeliğe ekli listede yer alan mallara ait yedek parçalarını firma merkezinde veya belirleyecekleri en az bir servis istasyonunda tam olarak bulundurmak zorundadırlar.

İmalatçı-üretici ve/veya ithalatçılar, tüketicilerin talebi üzerine yedek parça satışından kaçınamazlar.

- Yedek Parça Fiyat Listesi Asma Yükümü:

Servis istasyonları, "Yedek Parça Fiyat Listesi"ni, tüketicilerin görebileceği bir yere asmak veya katalog halinde ya da bilgi işlem ortamında tüketiciye göstermek zorundadır.

- Değiştirilen Parçanın Gösterilmesi ve İadesi Yükümü:

Servis istasyonu görevlileri, bakım ve onarımını yaptıkları mallara ait değiştirilen yedek parçaları; garanti süresi içerisinde tüketiciye göstermek, garanti süresi dışında ise iade etmek zorundadır.

Servis Hizmetlerinden Sorumlu Olanlar

Servis istasyonlarının ayrı bir tüzel kişiliği olsa dahi imalatçı - üretici ve/veya ithalatçılar; satış sonrası hizmetlerin sağlanmasından ve yürütülmesinden servis istasyonları ile birlikte müştereken ve müteselsilen sorumludurlar.

Servis hizmeti verilmesi gerekli olan mallardan herhangi birinin satış sonrası hizmetlerinin verilmemesi ya da imalatçı-üretici ve/veya ithalatçının bulunamaması halinde, tüketicilere bu hizmetlerin verilmesinden satıcılar sorumlu olur.

GARANTİLİ MALLARDA TÜKETİCİNİN HAKLARI

Garanti belgesi tüketiciye özel bir onarım hakkı sağlar. Satıcı, garanti belgesi kapsamındaki malların, garanti süresi içerisinde arızalanması halinde malı, işçilik masrafı, değiştirilen parça bedeli ya da başka herhangi bir ad altında hiçbir ücret talep etmeksizin tamiri ile yükümlüdür (TKHK. m. 13/II).

İmalatçı veya ithalatçılar ithal ettikleri veya ürettikleri sanayi malları için Bakanlıkça onaylı garanti belgesi düzenlemek zorundadır (TKHK. m. 13/I). Satıma konu mala ilişkin garanti belgesinin hazırlanarak tüketiciye verilmesi sorumluluğu ise satıcı, bayi veya acenteye aittir. Satılan mala ilişkin olarak düzenlenen faturalar garanti belgesi yerine geçmez. Ancak, servis istasyonlarında yapılan onarım

www.hedefaof.com

ve parça değişimi işlemleri sonucunda verilen fatura, Yönetmeliğin öngördüğü garanti şartlarını içermesi kaydıyla, garanti belgesi yerine geçer.

Bakanlık, hangi sanayi mallarının garanti belgesi ile satılmak zorunda bulunduğunu ve bu malların arızalarının tamiri için gereken azami süreleri Türk Standartları Enstitüsünün görüşünü alarak tespit ve ilanla görevlidir. Nitekim hangi malların garanti belgesi ile satılmak zorunda olduğu ve bu mallara ait garanti süreleri bir yönetmelikle belirlenmiştir. (Garanti Belgesi Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik, 14/06/2003 Resmi Gazete Sayısı: 25138).



http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/04/20110424-6.htm adresinden ilgili yönetmeliğe ekli listeye ulaşarak, hangi malların garanti belgesi ile satılmak zorunda olduğunu, bu malların garanti ve azami tamir sürelerini inceleyebilirsiniz.

Garanti Süresi

Garanti süresi malın teslim tarihinden itibaren başlar ve asgari iki yıldır. Ancak, özelliği nedeniyle bazı malların garanti şartları, Bakanlıkça başka bir ölçü birimi ile belirlenebilir.

Nitekim binek otomobillerde 2 yıl veya 60.000 km (hangisi önce dolarsa), araç lastiklerinde 2 yıl veya 1.6 mm. diş derinliği (hangisi önce dolarsa) garantinin geçerli olacağı süre olarak belirlenmiştir.

Garanti süresinin başka bir ölçü birimi ile belirlenmiş olması halinde, malın üzerinde bu ölçü biriminin tespitine yönelik bir düzeneğin bulunması veya yapısının bu değerin tespitine uygun olması gerekir. Aksi halde garanti süresinin 2 yıl olduğu kabul edilir.

Malın arızalanması durumunda, tamirde geçen süre garanti süresine eklenir.

Malın garanti süresi dışında, garanti belgesi ile satılması zorunlu olmayan bir parçasının servis istasyonu tarafından değiştirilmesi ve/veya satılması durumunda, değişen parça için altı aydan aşağı olmamak üzere bir garanti süresi verilir.

Tamir Süresi

Ayıplı bir malın tamir süresi, Yönetmelikle belirlenen azami tamir süresini geçemez. Tamir süresi kural olarak 20 iş günüdür. Ancak otomobil gibi bazı mallar için bu süre 30 iş günü olarak belirlenmiştir. Bu süre mala ilişkin arızanın servis istasyonuna, servis istasyonunun olmaması durumunda, malın satıcısı, bayii, acentesi, temsilciliği, ithalatçısı veya üreticisinden birine bildirim tarihinden itibaren başlar.

Örnek yargı kararı: "Aracın benzin depo göstergesindeki arızanın ... tarihinde tamir edilmeye başlandığı ... tarihinde giderildiği ... anlaşılmaktadır. Şu halde ... 30 iş günü azami tamir süresi aşılmış olup, davacının aracın yenisiyle değiştirilmesini isteme hakkı doğmuştur..." (Yargıtay 13. Hukuk Dairesi, 15.03.1999, 622/1850 sayılı karar).

Malın arızasının 10 iş günü içerisinde giderilememesi halinde, imalatçı-üretici veya ithalatçı; malın tamiri tamamlanıncaya kadar, benzer özelliklere sahip başka bir malı tüketicinin kullanımına tahsis etmek zorundadır.

Garanti belgesiyle satılmak zorunda olan bir sanayi malının garanti süresi sonrasında arızalanması durumunda da, o malın Bakanlıkça belirlenen azami tamir süresi içerisinde onarımı zorunludur. Dolayısıyla, garanti belgeli malların garanti süresi sonrasında da onarım yükümlülüğü vardır. Aradaki tek fark, garanti süresi içerisinde onarım ücretsiz iken garanti süresi bittikten sonra ücreti karşılığı onarım yapılacaktır.

Seçimlik Haklar

Malın garanti belgesinin olması, tüketicinin TKHK. m. 4'de düzenlenmiş olan sözleşmeden dönme, bedelin indirilmesi ve yenisi ile değiştirme şeklindeki seçimlik hakları kullanmasını önlemez. Şöyle ki, tüketicinin onarım hakkını kullanmasına rağmen malın;

www.hedefaof.com

- Tüketiciye teslim edildiği tarihten itibaren, garanti süresi içinde kalmak kaydıyla, bir yıl içerisinde en az dört defa veya imalatçı-üretici ve/veya ithalatçı tarafından belirlenen garanti süresi içerisinde altı defa arızalanmasının yanı sıra, bu arızaların maldan yararlanamamayı sürekli kılması,
- Tamiri için gereken azami sürenin aşılması,
- Firmanın servis istasyonunun, servis istasyonunun mevcut olmaması halinde sırasıyla satıcısı, bayii, acentesi, temsilciliği, ithalatçısı veya imalatçı-üreticisinden birisinin düzenleyeceği raporla arızanın tamirinin mümkün bulunmadığının belirlenmesi,

durumlarında tüketicinin, TKHK. m. 4'de sağlanmış olan seçimlik haklarını ileri sürmesi de mümkündür. Dolayısıyla tüketicinin, malın ücretsiz değiştirilmesini, bedel iadesini veya ayıp oranında bedel indirimi talep etmesi hakları da vardır. Tüketicinin bu taleplerine karşı satıcı, bayii, acente, imalatçı- üretici ve ithalatçı müteselsilen sorumludurlar.

Tamirin mümkün olmadığına ilişkin raporun, tüketicinin başvuru tarihinden itibaren yedi gün içerisinde düzenlenmesi zorunludur. Tüketici, raporun belirtilen süre içerisinde düzenlenmemesi veya raporu kabul etmemesi hallerinde, ilgili tüketici sorunları hakem heyetine başvurarak mevcut durumun tespit edilmesini isteyebilir.

İhtiyari Garanti Belgesi

Yönetmeliğe ekli listede yer almayan bir malı imal veya ithal eden firmalar, kendi sorumlulukları çerçevesinde, ihtiyari garanti belgesi düzenleyebilirler. İhtiyari garanti belgesinin içeriği ve garanti şartlarına ilişkin hususlar imalatçı-üretici ve/veya ithalatçı firma tarafından belirlenir. Bununla birlikte, ihtiyari garanti belgesi ile tüketicinin yasal haklarının kaldırılması ya da kısıtlanması mümkün değildir. Bu tür sınırlayıcı kayıtlar hakkında aşağıda "Tüketicinin Sahip Olduğu Hakların Sınırlandırılması" konusunda açıkladığımız kurallar geçerli olacaktır.

Seçim Hakkının Kullanıldıktan Sonra Değiştirilmesi

Öğretide ve uygulamada tüketiciye tanınan seçim hakkının yenilik doğuran bir hak olduğu, kullanımla son bulacakları, dolayısıyla seçim hakkı kullanıldıktan sonra bundan rücu edilemeyeceği (dönülemeyeceği) kabul edilmektedir. Buna karşılık garanti belgeli mallarda, tüketici onarım hakkını kullanmış olsa dahi, malın garanti süresi içerisinde sık arızalanması nedeniyle maldan yararlanamamanın süreklilik arz etmesi veya tamiri için gereken azami sürenin aşılması veya tamirinin mümkün bulunmadığının anlaşılması hallerinde, yukarıda açıkladığımız (TKHK. m. 4'de yer alan) seçimlik haklarını da kullanabilecektir (TKHK. m. 13/III).

AYIPLI MAL VE HİZMETLERE KARŞI TÜKETİCİNİN SAHİP OLDUĞU HAKLARIN SINIRLANDIRILMASI

Tüketici sözleşmelerinde, ayıplı mal ve hizmet nedeniyle tüketicilerin sahip oldukları hakları sınırlandıran kayıtlara rastlanabilir. Tüketici haklarını kısıtlayan bu tür sınırlandırmaların geçerli olabilmeleri, tüketicilerin korunması amacıyla TKHK'da bir takım koşullara bağlanmıştır.

Tüketici haklarında sınırlama öngören kayıtların geçerli olabilmesi için öncelikle haksız olmamaları gerekir. Satıcı, sağlayıcı veya kredi verenin tüketiciyle müzakere etmeden, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu, sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerde iyi niyet kuralına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşulları haksız şart kabul edilir (TKHK. m. 6).

Satıcı, sağlayıcı veya kredi veren tarafından tüketici ile akdedilen sözleşmede yer alan haksız şartlar geçersiz olacaktır. Yok sayılan bu hükümler olmadan da sözleşme ayakta tutulabiliyorsa sözleşmenin geri kalanı varlığını korur. Geçersiz olan şart, sözleşmenin esaslı unsuru olup, bu şart olmaksızın sözleşmenin yapılmayacağı durumlarda sözleşme tümü ile geçersiz olacaktır.

Tüketici sözleşmelerinde yer alan haksız şartların tespit edilmesine ve bunların sözleşme metninden çıkartılmasının sağlanmasına ilişkin usul ve esaslar bir yönetmelikle belirlenmiştir (Tüketici

www.hedefaof.com

Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmelik, 13/06/2003 Resmi Gazete Sayısı: 25137). Yönetmeliğin ekinde de, yol gösterici mahiyette ve sınırlayıcı olmamak üzere haksız olarak kabul edilebilecek şartlar gösterilmiştir.



Tüketici sözleşmelerindeki haksız şartlara ilişkin yönetmeliği http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/21483.html adresinden inceleyebilirsiniz.

Yönetmelik ekinde yer alan haksız şart örneklerinden biri de, ayıplı ifa halinde tüketicinin haklarını bertaraf eden ya da ölçüsüz şekilde sınırlayan şartlar olarak gösterilmiştir (Bkz. Ek m.2).

Bir sözleşme şartının haksızlığı değerlendirilirken, sözleşme konusu olan mal veya hizmetin niteliği, sözleşmenin yapılmasını sağlayan şartlar ve/veya onun bağlı olduğu sözleşmelerin tüm şartları dikkate alınır.

Haksızlığının takdirinde, gerek sözleşmeden doğan asli edim yükümlülükleri arasındaki, gerekse mal veya hizmetin gerçek değeri ile sözleşmede belirlenen fiyatı arasındaki dengeye ilişkin bir değerlendirme yapılamaz.

Haksız şartın söz konusu olabilmesi için iki koşul aranır. Bunlardan ilki, sözleşmenin satıcı veya sağlayıcı tarafından tek taraflı olarak, müzakere edilmeksizin düzenlenmiş olmasıdır. Eğer bir sözleşme şartı önceden hazırlanmışsa ve özellikle standart sözleşme şeklinde olması nedeniyle tüketici, sözleşmenin içeriğine etki edememişse, o sözleşme şartının tüketiciyle müzakere edilmediği kabul edilir.

Yine, sözleşme şartlarının tüketicinin anlayabileceği şekilde açık ve anlaşılır dille yazılmış olması gerekir. Sözleşmede yer alan bir şartın ne anlama geldiği hukukun yorum yöntemleriyle tam ve kesin olarak belirlenemiyorsa, tüketici lehine olan yorum tercih edilir.

Standart bir sözleşmenin bir hükmünün veya bir şartının müzakere edilmiş olması, sözleşmenin kalan kısmında haksız olarak yer alan başkaca şartların geçersiz sayılmasını etkilemez. Dolayısıyla sadece müzakere edilen şartlar geçerli olur. Müzakere edilmemiş olan diğer şartlar geçersiz kabul edilir. Satıcı veya sağlayıcı, bir standart şartın münferiden tartışıldığını ileri sürüyorsa, bunu ispat yükü ona aittir.

İkinci olarak da sözleşmede getirilen kısıtlama, iyiniyet kurallarına aykırı düşecek şekilde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olmamalıdır. Örneğin, seçimlik hakları tümüyle kaldıran ya da kullanılmalarını zorlaştıran kayıtlar geçersiz olacaktır.

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı üzere, ayıplı mal ve hizmetlere karşı tüketicilerin sahip olduğu haklarda getirilen kısıtlamaların geçerli olabilmesi için, tüketici ile müzakere edilmiş olması, tüketicinin yasal haklarının neler olduğu konusunda uyarılmış olması ve sınırlamanın açıkça gösterilmesi, iyiniyet kurallarına aykırı olacak şekilde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olmaması, "genel işlem şartları" ya da "standart sözleşme" olarak değerlendirilebilecek hükümler arasında yer almamaları gereklidir.

Meşru menfaati olan gerçek veya tüzel kişiler, genel olarak kullanılmak üzere hazırlanmış standart sözleşmelerde yer alan haksız şartların kullanılmasının önlenmesi için dava açabilirler. Bu hallerde mahkeme, önleme için gerekli tedbirlere hükmeder.

Tüketici hukukunda tüketicinin haklarının yukarıda açıkladığımız şekilde kısıtlanması ya da ortadan kaldırılması özel koşullara bağlanmış iken, Borçlar Hukukunda satıcının ayıptan doğan sorumluluğunun sözleşme ile sınırlandırılması veya kaldırılması, satıcının ağır kusurlu olmaması kaydıyla mümkündür (TBK. m. 221). Ancak Borçlar Hukuku açısından da satıcının sorumluluğunu sınırlandıran kayıtların açık ve net olmaları gereklidir.

AYIPLI MAL VEYA HİZMETİN NEDEN OLDUĞU ZARARLARDAN SORUMLULUK

Buraya kadarki yaptığımız açıklamalarda, mal veya hizmetin ayıplı olması nedeniyle bizzat o mal veya hizmetteki değer kaybı ya da o mal veya hizmetten beklenen yarardaki eksilme zararları ele alınmıştır. Ayıplı bir mal veya hizmet, bu zararların dışında başkaca mallara veya kişilere de zarar verebilir. Örnek olarak, yağ sızdıran dikiş makinesi, kumaşları da kullanılamaz hale getirebilir veya elektrik kaçıran fırın,

www.hedefaof.com

yangına ya da yaralanmaya yol açabilir. Aynı şekilde ayıplı hizmetler de hizmetteki yarar eksikliği dışında zararlara neden olabilir. Örneğin, bir otomobilin dört tekerinin de fren balatalarının değiştirilmesi gerekirken sadece üçünün değiştirilmiş olması, kullanıcının yaralanması sonucunu doğurabilir. Burada söz konusu olan zararlar malın veya hizmetin, kendisine gelen zararlar olmayıp, ayıplı mal veya hizmet nedeniyle başka mallara ve şahıslara gelen zararlardır. Bu tür zararlar için, "ayıbı takip eden zararlar" veya "refakat eden zararlar" ifadeleri de kullanılmaktadır.

TKHK. m. 4/II'de "…Tüketici ayıplı malın neden olduğu ölüm ve/veya yaralanmaya yol açan ve/veya kullanımdaki diğer mallarda zarara neden olan hallerde imalatçı-üreticiden tazminat isteme hakkına da sahiptir" hükmü getirilmiştir (Ayıplı hizmeti takip eden zararlar için bkz, TKHK. m. 4/A, III, IV).

Bu hükümle tüketicinin bizzat ayıplı malda veya hizmette doğan zararlar nedeniyle korunması dışında, ayıplı malın veya hizmetin neden olduğu diğer mal ve kişilerde oluşan zararların da tazmini amaçlanmıştır.

Ayrıca bu konuda bir de yönetmelik çıkarılarak ayıplı malın neden olduğu zararlardan sorumluluğun koşulları belirlenmiştir (Ayıplı Malın Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk Hakkında Yönetmelik, 13/06/2003 Resmi Gazete Sayısı: 25137).



Ayıplı malın neden olduğu zararlardan sorumluluk hakkındaki yönetmeliği http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/21479.html adresinden inceleyebilirsiniz.

Ayıbı takip eden zararlar nedeniyle TKHK kapsamında tazminat talep edebilmek için tüketici olma koşulu aranmaktadır. Dolayısıyla tüketici, hem ayıp nedeniyle seçimlik haklarını kullanabilecek hem de ayıbı takip eden zararlar için tazminat talep edebilecektir. Buna karşılık tüketici niteliği taşımayan, maldan yararlanmadığı halde zarar gören üçüncü kişiler ayıp nedeniyle ortaya çıkan zararlarını imalatçı veya sağlayıcıdan TKHK kapsamında talep edemeyecektir.

Ayıplı mal ve hizmetler nedeniyle sorumluluk ile ayıbı takip eden zararlardan doğan sorumluluk arasında birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Öncelikle ayıptan doğan zararlar için satıcı, sağlayıcı, imalatçı-üretici, ithalatçı, kredi veren sorumlu tutulmuş iken, ayıplı mallarda ayıbı takip eden zararlar için sadece imalatçı-üretici TKHK kapsamında sorumlu tutulmuştur. Dolayısıyla imalatçı-üretici dışında kalan kişilerin sorumluluğu ancak genel hükümler kapsamında olabilecektir. Buna karşılık ayıplı hizmetler açısından sorumlu olanlarla, ayıplı hizmeti takip eden zararlar nedeniyle sorumlu olanların kapsamı aynıdır. Yani, bir hizmette ayıbı takip eden zararlar için de, sağlayıcı, bayi, acente ve kredi veren sorumlu olacaktır.

Diğer taraftan, ayıbı takip eden zararlar açısından ayıp kavramı da farklı bir anlam taşır. Zira, takip eden zararlar açısından mal veya hizmetten beklenilen güvenlik öne çıkmaktadır. Malın piyasaya sunum tarzı, makul kullanım şekli ve piyasaya sürüldüğü an ve benzeri diğer hususlar göz önüne alınarak, bir kimsenin o maldan haklı olarak bekleyebileceği güvenliği sağlamayan mal ayıplı sayılmaktadır.

İmalatçı-üreticinin veya sağlayıcının sorumlu tutulabilmesi için zarar görenin malın veya hizmetin ayıbını, uğradığı zararı ve ayıp ile zarar arasındaki nedensellik bağını ispat etmesi gerekir. Buna karşılık, ayıbı takip eden zararlardan doğan sorumluluk, kusur aranmayan bir sorumluluktur. Dolayısıyla imalatçı-üretici veya sağlayıcı kusurlu olmasa dahi zararı tazmin etmekle yükümlüdür. Zararın, tüketicinin veya tüketicinin sorumlu olduğu üçüncü bir kişinin kusurundan kaynaklanması halinde, ayıbı takip eden zararlardan sorumluların sorumlulukları azaltılabilir veya kaldırılabilir.

Ayıplı malın neden olduğu zararlardan dolayı birden fazla kimse sorumlu olduğu takdirde, bunlar müteselsilen sorumludurlar.

Sorumluluktan Kurtulma

İmalatçı-üretici aşağıdaki durumlardan birini ispatladığı takdirde malın sebep olduğu zarardan sorumlu tutulamaz:

- Malı piyasaya sürmemiş olması,
- Malın, satılmak gayesiyle veya ticari faaliyetlerin seyri sırasında üretilmemiş olması,

www.hedefaof.com

- Tüm hal ve şartlar göz önünde bulundurulduğunda, zarara sebep olan ayıbın, mal piyasaya sürüldüğünde mevcut olmaması,
- Malın teknik düzenlemesinin ayıba neden olması,
- Mal piyasaya sürüldüğünde mevcut bulunan bilimsel ve teknolojik bilgilerin, ayıbın varlığının bilinmesine imkân vermemesi,

Yine, bütünü oluşturan parçalardan birinin imalatçısı/üreticisi, nihai malın tasarım ayıbından ya da malın imalatçısının/üreticisinin talimatı sebebiyle oluşan ayıptan sorumlu değildir.

Sorumsuzluk Kaydının Geçersizliği

Ayıplı mal veya hizmet nedeniyle sorumlu olanların sorumlulukları yukarıda açıkladığımız şartlar altında sınırlandırılabilirken, ayıplı mal veya hizmetin neden olduğu, ayıbı takip eden zararlardan dolayı sorumluluk hiçbir şekilde önceden kaldırılamamakta ya da sınırlandırılamamaktadır.

Hatta tüketicinin ayıbı bilmesi, ayıplı mal ve hizmet nedeniyle tüketicinin sahip olduğu hakları ortadan kaldırdığı halde, mal veya hizmetin ayıbının önceden bilinmesi, ayıplı mal ve hizmetin neden olduğu zararlardan doğan tazminat talep hakkını ortadan kaldırmamaktadır (TKHK. m. 4/V ve 4/A,V).

Zamanaşımı

Ayıplı malın neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler, zarar görenin, zararı, maldaki ayıbı ve imalatçının-üreticinin kim olduğunu öğrendiği veya öğrenebileceği günden itibaren üç yıllık zamanaşımına tabidir.

Ancak, satılan malın ayıbı, tüketiciden satıcının ağır kusuru veya hile ile gizlenmişse zamanaşımı süresinden yararlanılamaz (TKHK.m.4/IV).

Ayıbı takip eden zararlar nedeniyle ileri sürülecek talepler, zarara sebep olan malın piyasaya sürüldüğü günden başlayarak on yıllık hak düşürücü süreye tabidir. On yıllık bu süre bir hak düşürücü süre olup, malın piyasaya arzı ile başlamakta, tüketicinin malı ne zaman satın aldığının önemi bulunmamaktadır. Dolayısıyla, bir malın piyasaya sürülmesinin üzerinden 10 yıl geçtikten sonra o mal satın alınmış ise, o maldaki ayıplar nedeniyle ayıplı maldan doğan sorumluluk kapsamında, ihbar ve zamanaşımı sürelerine uyularak sorumlulara başvurulabilecek iken, ayıbı takip eden zararlar için imalatçı-üreticiye başvurulamayacaktır.

Ayıplı hizmetin neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler de üç yıllık zamanaşımına tabidir. Yine, sunulan hizmetin ayıbı, tüketiciden sağlayıcının ağır kusuru veya hile ile gizlenmişse zamanaşımı süresinden yararlanılamaz.

www.hedefaof.com

Özet

Tüketiciye bildirilen veya mal ve hizmetten beklenilen niteliklere sahip olmayan mal ve hizmetler ayıplı mal ve hizmetler olarak adlandırılır. Ayıplı mal ve hizmetlere karşı tüketicinin korunması, TKHK'nun 4 ve 4/A maddelerinde özel olarak düzenlenmiştir. Anılan düzenlemelere göre tüketicinin korunması taşınır malların tamamı için söz konusu olur iken, taşınmaz mallardan sadece konut ve tatil amaçlı taşınmazlar koruma kapsamına girmektedir. Yine bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan tüm hizmetler korumadan yararlanmaktadır.

Ayıplı mallardan dolayı imalatçı-üretici, satıcı, bayi, acente, ithalatçı ve kredi veren sorumlu tutulmuştur. Ayıplı hizmetler nedeniyle de, sağlayıcı, bayi, acente ve kredi veren sorumlu olmaktadır. Ayıplı mal veya hizmet nedeniyle sorumlu olan bu kişiler tüketiciye karşı müteselsilen sorumludurlar.

Bir malın ayıplı çıkması durumunda tüketici, sözleşmeden dönme, bedel indirimi, yenisi ile değiştirme ve ücretsiz onarım haklarına sahip olmaktadır. Ayıplı hizmetlerde de, onarım dışındaki seçimlik haklar söz konusu olur.

Ayıplı mallara karşı tüketicinin sahip olduğu seçimlik haklardan olan onarım hakkı, hukuki düzenlemelerle kapsamlı bir şekilde düzenlenmiştir. Bu bağlamda bir takım mallar için üretici ve ithalatçılara servis hizmeti sunma zorunluluğu getirilmiş ve servis istasyonlarına da bir takım yükümlülükler yüklenmiştir. Yine, tüketiciye özel bir onarım hakkı sağlayan garanti belgesi düzenlenerek, hangi malların garanti belgesi ile satılmak zorunda bulunduğu, bu malların garanti süreleri ve azami tamiri süreleri belirlenmiştir.

Tüketicinin, seçimlik haklarını kullanılabilmesi için 30 günlük ihbar süresi içerisinde ayıbı ihbar etmesi gerekir. Bu 30 günlük ihbar süresi açıkça görülebilen ayıplar için geçerlidir. Şayet ayıp gizli ayıp ise bu tür ayıbın anlaşılması üzerine "hemen" satıcıya ihbar yapılmalıdır.

Ayıplı mal nedeniyle sorumlu tutulanlar, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile malın tüketiciye teslimi tarihinden itibaren iki yıllık zamanaşımı (konut ve tatil amaçlı taşınmazlarda 5 yıl, konut kredilerinde ise 1 yıl) süresince sorumlu olurlar. Aynı şekilde ayıplı hizmetlerde de, hizmetin ifasından itibaren iki yıllık zamanaşımı söz konusudur.

Tüketici sözleşmelerinde yer alıp da, tüketici haklarını sınırlandıran kayıtların geçerli olabilmesi için, tüketici ile müzakere edilmiş olması, tüketicinin yasal haklarının neler olduğu konusunda uyarılmış olması, sınırlamanın açıkça gösterilmesi, iyiniyet kurallarına aykırı olacak şekilde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olmaması gereklidir.

Mal veya hizmetin ayıplı olması, bizzat o mal veya hizmette değer kaybına, ondan beklenen yararda eksilmeye yol açabileceği gibi, başkaca mallarda veya kişilerde de zarar oluşmasına neden olabilir. Ayıplı mal veya hizmet nedeniyle başka mallara ve şahıslara gelen bu tür zararlar için, "ayıbı takip eden zararlar" veya "refakat eden zararlar" ifadeleri de kullanılmaktadır. TKHK ayıbı takip eden zararları da düzenlemiş ve bu tür zararlar için imalatçı-üreticiyi tazminat ödemekle sorumlu tutmuştur. Ayıbı takip eden zararlardan dolayı sorumluluk hiçbir şekilde önceden kaldırılamamakta ya da sınırlandırılamamaktadır.

Ayıbı takip eden zararlar nedeniyle TKHK kapsamında tazminat talep edebilmek için tüketici olma koşulu aranmaktadır. Dolayısıyla tüketici, hem ayıp nedeniyle seçimlik haklarını kullanabilecek hem de ayıbı takip eden zararlar için tazminat talep edebilecektir.

Ayıptan doğan zararlar için satıcı, sağlayıcı, imalatçı-üretici, ithalatçı, kredi veren sorumlu tutulmuş iken, ayıplı mallarda ayıbı takip eden zararlar için sadece imalatçı-üretici TKHK kapsamında sorumlu tutulmuştur. Dolayısıyla imalatçı-üretici dışında kalan kişilerin sorumluluğu ancak genel hükümler çerçevesinde olabilecektir. Buna karşılık ayıplı hizmetler açısından sorumlu olanlarla, ayıplı hizmeti takip eden zararlar nedeniyle sorumlu olanların kapsamı aynıdır. Yani, bir hizmette ayıbı takip eden zararlar için, sağlayıcı, bayi, acente ve kredi veren sorumlu olacaktır.

Ayıplı malın neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler, üç yıllık zamanaşımına tabidir. Bu talepler, zarara sebep olan malın piyasaya sürüldüğü günden başlayarak on yıllık hak düşürücü süreye tabidir. Ayıplı hizmetin neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler de üç yıllık zamanaşımına tabidir.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdaki mallardan hangisi ayıplı olmasına rağmen TKHK'dan yararlanamaz?

a. Otomobil

b. Bilgisayar programı

c. Elektrik

d. Konut

e. Arsa

2. Taşınmazlarda alıcı, aşağıdaki 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

3. Aşağıdakilerin hangisinde ayıp oluşur?

a. Bir kilo yerine yarım kilo elma verilmesi.

b. Üç litre süt yerine beş litre süt verilmesi.

c. Balonla 500 metre yukarı çıkılacağı vaat edilmiş olmasına rağmen 300 metreden yukarı çıkılamamış olması.

d. Deponun doldurulması istenmesine rağmen yarım depo benzin verilmesi.

e. Kahve istenmesine rağmen çay getirilmesi.

4. Ayıplı bir malın tüketiciye satılabilmesi için aşağıdakilerden hangisi/hangileri gereklidir?

I. Mal üzerine "özürlüdür" ibaresinin konulması.

II. Yalnızca ayıplı mal satan bir kat veya reyonda satışa sunulmuş olması.

III. Fiyatında indirim yapılarak satışa sunulmuş olması.

a. I

b. II

c. III

d. I, II

e. I, II, III

5. Aşağıda yapılan ayıp ihbarlarından hangisi geçerli değildir?

a. Televizyonun açma-kapama düğmesinin çatlak olduğunun, alındıktan 25 gün sonra ihbar edilmesi.

b. Televizyonun, açma-kapama düğmesindeki görünmeyen çatlak nedeni ile alındıktan 6 ay sonra bozulması üzerine, bozulduktan 25 gün sonra yapılan ihbar.

c. Televizyonun, açma-kapama düğmesindeki görünmeyen çatlak nedeni ile alındıktan 1 yıl sonra bozulması üzerine, hemen yapılan ihbar.

d. Tüketicinin süresi içerisinde faksla yaptığı ihbar.

e. Satıcının televizyonun açma-kapama düğmesindeki çatlağı yapıştırıcı ile kapatarak satması ve televizyonun bu çatlak nedeniyle 5 yıl sonra bozulması üzerine hemen yapılan ihbar.

6. TKHK'da ve TBK'da ayıplı mal nedeniyle tüketiciye karşı sorumlu olanların kapsamı belirlenmiştir. Aşağıdakilerden hangisinde bu doğru olarak verilmektedir?

I. Üretici

II. Satıcı

III. Bayi, acente

IV. İthalatçı

a. TKHK: I, II, III, IV	TBK: I
b. TKHK: I, II,	TBK: I, II, III, IV
c. TKHK: I	TBK: I, II, III, IV
d. TKHK: I, II, III, IV	TBK: I, II, III, IV
e. TKHK: I, IV	TBK: I, II

www.hedefaof.com

7. Ayıplı malı, ayıbını bilerek bir başkasına devretmiş olan tüketici, seçimlik haklarından hangisini/hangilerini kullanabilir?

I. Malın yenisi ile değiştirilmesini isteme

II. Sözleşmeden dönme

III. Bedel indirimi

a. I

b. II

c. III

d. I, II

e. I, II, III

8. Aşağıdakilerden hangisi servis istasyonlarının bir yükümlülüğü değildir?

a. Servis fişi verme.

b. Yedek parça bulundurma ve satma.

c. Değiştirilmiş parçanın gösterilmesi ve iadesi.

d. Yedek parça fiyat listesi asma.

e. Mal sahiplerinin konaklama hizmetlerini sağlama.

9. Genel olarak garanti ve tamir sürelerine ilişkin aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

a. Garanti süresi 2 yıl, tamir süresi 20 gündür.

b. Garanti süresi 1 yıl, tamir süresi 30 gündür.

c. Garanti süresi 3 yıl, tamir süresi 20 gündür.

d. Garanti süresi 2 yıl, tamir süresi 10 gündür.

e. Garanti süresi 1 yıl, tamir süresi 30 gündür.

10. TKHK kapsamında, ayıbı takip eden zararlar için aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

a. Ayıplı mallarda ayıbı takip eden zararlardan dolayı sadece imalatçı-üretici sorumlu tutulabilir.

b. Belirli şartlar dahilinde ayıbı takip eden zararlardan dolayı sorumlu olanların sorumlulukları önceden sınırlandırılabilir.

c. Ayıbı takip eden zararlar için zarar gören tüketiciye tazminat talep hakkı tanınmıştır.

d. Ayıbı takip eden zararlarda üç yıllık zamanaşımı süresi geçerlidir.

e. Malın teknik düzenlemesinin ayıba neden olması durumunda sorumluluk söz konusu olmaz.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. e Yanıtınız yanlış ise "Mal Kavramı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. e Yanıtınız yanlış ise "Ayıbın, Hasarın Alıcıya Geçtiği Anda Mevcut Olması." başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. c Yanıtınız yanlış ise "Maddi Ayıp" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. d Yanıtınız yanlış ise "Tüketicinin Ayıbı Bilmemesi" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. b Yanıtınız yanlış ise "Zamanaşımı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. a Yanıtınız yanlış ise "Sorumlular ve Sorumluluğun Şekli" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. c Yanıtınız yanlış ise "Sözleşmeden Dönme" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. e Yanıtınız yanlış ise "Servis İstasyonlarına İlişkin Yükümlülükler" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. a Yanıtınız yanlış ise "Garanti Belgesi" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. b Yanıtınız yanlış ise "Ayıplı Mal ve Hizmetin Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Elektrik akımı da TKHK kapsamında mal sayılacaktır.

Sıra Sizde 2

Hayvan satışlarına ve hayvan satışlarında ihbar süresine ilişkin özel bir düzenleme TKHK'da yer almamaktadır. Buna karşılık TBK'nın 220 ve 224. maddelerinde konuya ilişkin özel düzenlemeler vardır. TBK. m. 224'de, devirden itibaren dokuz günlük ihbar süresi öngörülmüştür.

Sıra Sizde 3

Ayıplı mal ve hizmetler karşısında alıcıya haklar yanında bazı yükümlülükler yükleyen düzenlemeler TKHK'da bulunmamaktadır. Buna karşılık TBK'da, satım konusu malın başka bir yerden gönderilmiş olması durumunda alıcıya bazı yükümlülükler yüklenmiştir. Bu konuda TBK. m. 226'yı inceleyiniz.

www.hedefaof.com

Yararlanılan Kaynaklar

Aslan, İ. Y. (2010), **Tüketici Hukuku Dersleri,** Bursa, Ekin Yayınevi.

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

Kırmızı, M. (2011), **Tüketici Hukuku,** Ankara, Bilge Yayınevi.

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

Tiryaki, B. (2007), **Ayıplı Hizmetten Doğan Sorumluluk,** Ankara, Yetkin Yayınevi.

Zevkliler, A./Aydoğdu, M. (2004), **Tüketicinin Korunması Hukuku,** Ankara, Seçkin Yayınevi.

www.hedefaof.com

3

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Tüketici ve reklam kavramını tanımlayabilecek
- Reklamın tanımı, hukuki niteliği ve aldatıcı reklamların unsurlarının neler olduğunu açıklayabilecek
- Aldatıcı reklamlara karşı hukukumuzda tüketiciyi koruma yollarını açıklayabilecek
- Aldatıcı reklamlarla mücadele yöntemlerini açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Tüketici ve tüketicinin korunması
- Reklam
- Reklam veren
- Aldatıcı reklam
- Öz denetim
- Ayıplı mal veya hizmet
- İdari denetim mekanizmaları
- Reklamlardaki iddiaların ispatı
- İspat yükü

İçindekiler

- Giriş
- Reklamın tanımı ve hukuki niteliği
- Aldatıcı reklamın tanımı ve unsurları
- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamındaki düzenlemeler
- Aldatıcı reklamlarla mücadele yöntemleri

www.hedefaof.com

Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması

GİRİŞ

Tüketicinin korunması, özellikle sanayileşen toplumlarda giderek daha fazla önem taşımaya başlamıştır. Bu toplumlarda ekonomik anlamda rekabetin artması, üretilen malların daha fazla ve kolay bir şekilde satılmasını gerektirmektedir. Üretim bandında hazırlanan ürünlerin bir an önce tüketiciye ulaştırılması, pazarlanması ve elde edilen kârın tekrar sermayeye aktarılması süreci başdöndürücü bir hızla devam etmektedir. Bu süreç içinde mal ve hizmetlerin satışlarının arttırılması maksadıyla başvurulan reklam unsuru aslında bünyesinde rekabetçi bir yapıyı da barındırmaktadır. Rekabeti güçlü olan mal veya hizmetin satışlarının arttırılması yapılan reklamların boyutu ile yakından ilgilidir. Reklam sayesinde pazara sunulan mal veya hizmetin farklı yönleri öne çıkarılmakta, aynı mal veya hizmeti üreten rakiplere karşı üstün özellikleri vurgulanmaktadır.

Küresel ekonomi pazarında artık malların ve hizmetlerin serbestçe dolaşabildiği bir ortam yaratılmıştır. Dünyanın herhangi bir yerinde üretilen ürünler, bu ürüne ihtiyaç duyan tüketicilere en kısa zamanda ulaştırılmakta, tüketiciler en ucuz ve en kaliteli mala ulaşma konusunda güçlü iletişim hatlarını kullanmaktadır. Teknolojinin bize sağlamış olduğu bu imkânlar sayesinde malın üretildiği yerler çok kısa bir sürede belirlenmekte, buralara ulaşılmakta ve ürüne ihtiyaç duyanlara ürün teslim edilmektedir. Kitle iletişim araçlarının etkin bir şekilde kullanılması sayesinde de üretilen ürünlerin reklamlarının yapılması kolaylaşmaktadır.

Reklamın amacı, bir mal veya hizmet ile ilgileneceği düşünülen kitlelere o malın veya hizmetin tanıtımının yapılmasıdır. Reklamın nasıl yapılacağının kesin bir sınırı yoktur. Burada önemli olan elde mevcut mal veya hizmetin üstün yönlerinin hedef kitle olarak belirlenen tüketicilere anlatılmasıdır. Ancak yapılacak olan reklamlar mutlaka söz konusu mal veya hizmetin sahip olduğu özellikleri içermelidir. Mal veya hizmetin sahip olmadığı özellikleri vurgulanarak tüketicilerin aldatılması bu ünite kapsamında ele alınacak husustur. İncelemede reklamın tanımı yapılacak, hukuki niteliği açıklığa kavuşturulacak, aldatıcı reklam ve unsurları belirlendikten sonra hukuki mücadele yöntemleri anlatılmaya çalışılacaktır.

Tüketicileri aldatıcı reklamın etkilerinden korumak, aldatıcı reklam veren kuruluşların faaliyetlerini engellemek ve ticari platformda haksız rekabetin önlenmesini sağlamak sosyal hukuk devletinin görevleri arasında yer almaktadır. Devletin bu konuda ortaya koyduğu irade neticesinde rekabet ortamının düzenlenmesine olanak sağlanacak, tüketicilerin sağlıklı ve doğru bilgiye ulaşması kolaylaşacaktır. Bu tür düzenlemelerin yapılmadığı ortamlarda tüketicilerin satın almış olduğu mal veya hizmetler dolayısıyla her zaman aldatılması ve kandırılması mümkündür. Ticaretin acımasız kuralları karşısında nispeten korunmasız bir durumda bulunan tüketicilerin önceden bilgilendirilmesi, uğradıkları zararların tazmin edilmesi ve buna sebebiyet veren kuruluşların bir şekilde bunu ödemesi koşulları ayrıntılı olarak düzenlenmelidir. Kuşkusuz burada ispat yükü büyük önem taşımaktadır. Haksızlığa uğrayan veya uğradığını ifade eden tüketicinin bu durumu ispat etme yükümlülüğü oldukça zordur. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun doğrultusunda reklam veren, reklamda yer alan somut iddiaları ispatlamakla yükümlü tutulmuş ve böylece tüketicinin yükü bir anlamda hafifletilmiştir.

www.hedefaof.com

REKLAMIN TANIMI VE HUKUKİ NİTELİĞİ

Reklamın kesin ve tek bir tanımı olmamakla birlikte temelde var olan bir mal veya hizmetin sürümünü arttırmak, geniş kitlelere tanıtımını yapmak amacıyla hayatımıza girdiği bilinmektedir. Serbest piyasa ekonomisinin temelinde yatan rekabet etme güdüsünün sonucunda, bu piyasalarda alınıp satılan malların veya hizmetlerin sürümünü arttırmak için, reklam uygulaması sıklıkla başvurulan bir mekanizma haline gelmiştir. Bu mekanizma aynı zamanda günümüz koşulları altında birbirinden çok uzaklaşan üretici ve tüketici arasında da bir köprü işlevi görmektedir. Bu sayede tüketici ihtiyaç duyduğu mal veya hizmetlerin farkına varmakta, piyasada mevcut benzer mal ve hizmetler arasında kıyaslama yoluyla en iyiye en ucuz şekilde ulaşmaya çalışmaktadır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı ve 17 nci maddelerinde, ticari reklamlar ve ilanlar ile Reklam Kurulu düzenlenmiş ancak reklamın tanımı yapılmamıştır. Aynı Kanunun "Tanımlar" başlığı altında 3 ncü maddesinin (l) bendinde yalnızca reklam veren tanımlanmış ve buna göre; "Reklam veren, ürettiği ya da pazarladığı malın/hizmetin tanıtımını yaptırmak, satışını arttırmak veya imajını yaratıp güçlendirmek amacıyla hazırlattığı, içinde firmasının ya da mal/hizmet markasının yer aldığı reklamları yayınlatan, dağıtan ya da başka yollarla sergileyen gerçek ya da tüzel kişi" olarak ifade edilmiştir. Bu tanımdan da yola çıkılarak, reklamın yapılabilmesi için bir mal veya hizmetin var olması, bunların satışlarının arttırılmasının hedeflenmesi ve firma ya da ürünün markasının bulunmasının gerektiği anlaşılmaktadır.

TKHK'na bağlı olarak çıkarılan "Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik" 14.06.2003 tarihli ve 25138 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmıştır. Bu Yönetmeliğin 4 ncü maddesinin (h) bendinde, ticari reklam ve ilan; "mal, hizmet veya marka tanıtmak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek ve ikna etmek, satışını veya kiralanmasını sağlamak ya da arttırmak amacıyla reklam veren tarafından herhangi bir mecrada yayımlanan pazarlama iletişimi niteliğindeki duyuru" şeklinde hüküm bulmuştur. Yönetmelik, ticari reklam ve ilana daha geniş kapsamda açıklama getirmiş, burada mal, hizmet öğelerinin arasına marka terimini yerleştirmiştir. Serbest piyasa koşullarında mal ve hizmet üretiminin yanında "marka" üretmenin ve pazarlamanın vurgusu da bu sayede yapılmıştır.

Tanımda öne çıkan bir diğer husus ise hedef kitle anlayışıdır. Buna göre üretilen mal veya hizmetin özelliklerine göre bir hedef kitlesinin belirlenmesi, yapılacak olan reklam ve ilanların bu hedef kitlenin dikkatini çekecek şekilde hazırlanması, onların bir bakıma tercihlerini bu yönde kullanmaları konusunda ikna edilmesi arzulanmaktadır. Doğaldır ki, toplumun farklı kesimlerini farklı oranlarda ilgilendiren çeşitli mal veya hizmetler bulunmaktadır. Bu mal veya hizmetlerin kimlere hitap ettiğinin analiz edilmesi, üretilecek ürün bakımından hangi özelliklerinin öne çıkarılacağının belirlenmesi ve buna göre bir pazarlama stratejisinin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Reklam, topluma veya en azından hedef kitleye yönelik olduğundan belirli bir kişi hedef alınarak reklam yapılmaz. Diğer bir ifade ile yüzyüze satışlarda malın tanıtımı kural olarak reklam niteliğinde değildir. Reklam sayesinde bir mal veya hizmet ile ilgilenmesi muhtemel kişilere tanıtımının yapılması gerekmektedir.

TKHK'nun 16 nci maddesinde, bir ticari reklam veya ilanın, Kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmasının esas alınması gerektiği belirtilmiştir. Bu hüküm doğrultusunda reklam ve ilanlar açısından temel ilkeler Kanunla açıkça düzenlenmiştir.



Reklam Özdenetim Kurulu nedir? Kimlerden oluşmaktadır, görevleri ve faaliyetleri hakkında kısaca bilgi veriniz.

Reklamın hukuki niteliği: Reklam, temelde bir mal veya hizmetin satın alınması ya da sürümünün arttırılması amacını gütmektedir. Reklam sayesinde çeşitli mal veya hizmetler tüketicilere tanıtılmakta bu sayede satışların arttırılması hedeflenmektedir. Üretici ya da hizmet sunan reklam sayesinde mal veya hizmetlerini tüketiciye tanıtmakta, bu mal veya hizmetlerin tüketiciler tarafından satın alınmasını sağlamaktadır. Bu özelliği ele alındığında, reklam satın alınacak mal veya hizmeti öne çıkarmakta,

www.hedefaof.com

tüketici tarafından satın alma fikrinin doğmasına neden olmakta ve nihayetinde mal veya hizmetin tüketiciye geçmesine sebep olmaktadır.

Diğer bir ifade ile reklamı veren ile reklamda yer alan mal veya hizmetle ilgilenen tüketici arasında hukuki bir işlem doğmakta, bir sözleşme hayata geçmektedir. Sözleşme her iki tarafın birbirlerine karşılıklı uygun irade açıklamaları ile kurulur. Karşılıklı açıklanan bu irade beyanlarından önce ifade edilene "icap", sonra açıklanana ise "kabul" adı verilir. Reklam veren, iradesini önceden açıkladığından dolayı "icap" olabileceği düşünülebilir. Burada açıklanan irade beyanı, akdin esaslı unsurlarını içermemesi durumunda "icaba davet" olarak adlandırılır. Reklamın her iki taraf arasında akdedilen sözleşmeden kaynaklanan bir hukuki niteliğinin bulunduğu, icap ya da icaba davetin söz konusu olduğu ifade edilmektedir. İcap ya da icaba davet kural olarak karşı tarafı bir sözleşme yapmaya davet etmektir. Reklam da özü itibariyle karşı taraf olarak adlandırabileceğimiz tüketiciyi sözleşmeye yapmaya davet etmek amacını taşıdığı için hukuki anlamda icap ya da icaba davet olarak nitelendirilebilir.

Eğer bir reklam içerisinde, sözleşmenin yapılması için gerekli bütün esaslı unsurlar mevcut ve sadece tüketicinin bu hususları kabulü ile hüküm ifade etmesi mümkün ise bu reklamın icap olarak kabulü mümkündür. Fakat reklamın doğasında bulunan bir mal veya hizmetin belli bir özelliğini abartma ve sözleşmenin esaslı bütün unsurlarını içermemesi nedeniyle icaptan çok icaba davet olarak ifade edilmesi daha doğrudur. Hem icapta hem de icaba davette ortak özellik, sözleşme yapma çağrısıdır. Reklam da bu anlamda belli bir mal veya hizmeti tüketicilere tanıtarak onlar tarafından satın alınması çağrısında bulunmaktadır.

Reklamda yer alan hususların, sözleşmenin kurulması için gerekli bütün esaslı unsurları içerip içermediğinin tespiti her zaman kolay bir şekilde olmayabilir. Reklamdaki çağrının icap mı yoksa icaba davet mi olduğuna karar vermek bazen çok zordur. Bu gibi durumlarda güven ilkesine göre irade yorumları ile sonuca ulaşmak gerekebilir.

Kimi durumlarda reklam ne bir icap ne de bir icaba davet niteliğindedir. İlan suretiyle vaat ya da piyango niteliğinde de karşımıza çıkabilir. Örneğin gazetelerin ilan yolu ile belli sayıda kupon biriktiren tüketicilere bir takım ürünlerin verileceğini açıklaması ilan suretiyle vaat kapsamındadır. Gazete, önceden belirlenen sayıda kupon getiren herkese söz konusu ürünü vereceğini vaat etmektedir. Vaatte bulunan, vaadi yapmakla borç altına girmekte, ancak borcun, edimin gerçekleşmesi ile hüküm ifade edeceği kural olarak kabul edilmektedir. Her reklamı kendi içinde barındırdığı somut olaylar doğrultusunda incelemek ve ona göre hukuki niteliğinin ne olduğuna karar vermek gerekmektedir.



www.sanayi.gov.tr

ALDATICI REKLAMIN TANIMI VE UNSURLARI

Reklamın doğası gereği, belli bir ürününün bazı özelliklerinin diğer rakip ürünler bakımından üstünlüğünü vurgulama, öne çıkarma ve abartma özelliği vardır. Diğer taraftan yoğun bir bilgi akışı mecrasında bu faaliyetler yürütüldüğünden verilmek istenen bilgilerin yanlış anlaşılma ya da tüketicinin aldanması ihtimali de kuvvetlenmektedir. Reklam tabiatı itibariyle aldatmaya yatkındır. Bu olası tehlikeler karşısında tüketicinin bilinç düzeyinin yüksek olması ve sorgulayan bir yapı içerisinde sadece kendisine sunulanlarla yetinmeyip ürünün bütün özelliklerini araştırması bu tehlikeleri bertaraf etme bakımından önemli rol oynayacaktır.

Bir mal veya hizmetin reklamında, mutlak tarafsız ve aşırı gerçek bilgilerin yer alması beklenemez. Böyle bir durum reklamın özüne ve fonksiyonlarına aykırıdır. Fakat bu ince sınır ne zaman aşılır ve tüketiciyi aldatma noktasında ciddi temalar içerirse artık bu noktadan itibaren reklam meşruyetini kaybeder.

Aldatıcı reklamın tanımı hukukumuzda yapılmamıştır. Bir tanıtımın reklam olarak nitelendirilebilmesi için genel kapsamının bilinmesi, unsurlarının dikkatle incelenmesi, açık ve yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermeyecek şekilde doğru hususlar içermesi beklenmektedir. Eğer bu hususlardan biri veya bir kaçı eksik ya da bilinçli olarak geri planda bırakılmış ise aldatıcı reklam özelliğini taşıdığı ifade edilebilir.

www.hedefaof.com

Hukukumuzda çeşitli mevzuatın aldatıcı reklamlarla ilgili olabileceği ve bu maksatla başvurulabileceği düzenlenmiştir. BK 48 nci ve TTK 56 vd. maddelerinde genel olarak haksız rekabet hükümleri aldatıcı reklamlar bakımından yasal bir zemin teşkil etmektedir. TKHK'nun 16 ve 17 nci maddeleri ise özel olarak ticari reklam ve ilanlar ile Reklam Kurulunun esaslarını düzenlemektedir.



Reklamlarda uyulması gereken genel ilkeler nelerdir? Araştırınız.

Aldatıcı reklamın unsurlarını, yanlış reklam, yanıltıcı reklam ve reklamın tüketiciyi aldatma kabiliyeti olarak sınıflandırmak mümkündür.

Yanlış reklam, bir reklamın aldatıcı reklam olup olmadığının tespitinde en önemli ölçüt reklamdaki bilginin yalan veya yanlış olmasıdır. Bu yalan veya yanlış bilgi aynı zamanda tüketicinin o malı satın alma kararını etkileyebilecek düzeyde olmalıdır. Reklamlarda bir ölçüde abartma makul karşılanmaktayken, bazı reklamlarda bu abartma o kadar barizdir ki buna hiç kimsenin inanması beklenemez. Ancak abartı olduğu anlaşılamayacak şekilde gerçeğe uymayan yanlış bilgilerin aktarılması aldatıcı reklam olarak kabul edilmektedir.

Reklam bünyesinde hem objektif hem de subjektif hususları barındırmaktadır. Objektif hususlar, reklamı yapılan mal veya hizmetin ticari değerini belirleyen, bu mal veya hizmetin arkasında duran işletmenin gücünü ve kapasitesini ortaya koyan, bilim ve teknoloji ile standartları belirlenmiş, mesleki anlamda kamu kurumları ve kamuoyu tarafından kabul gören kriterlerdir. Reklamlar objektif hususları içeriyorsa mutlaka bu unsurların gerçek olmasına riayet edilmeli, objektif hususların yalan yanlış bilgiler içermemesine dikkat edilmelidir. Eğer bu tarz hususların reklam vasıtasıyla tüketiciye ulaştırılmaya çalışıldığı tespit edilirse, reklamın aldatıcı bir reklam olarak nitelenmesi gerekir.

Subjektif hususlara baktığımızda, reklamı yapılan mal veya hizmetin kesin kriterleri ve standartları tanımlanmamış, kişi, yer ve zamana göre farklı algılanmalara neden olacak nisbi özellikleri şeklinde adlandırmak mümkündür. Subjektif unsurlar aslında tüketiciyi aldatmak amacıyla kullanılan hususlar olmayıp, benzer rakip mal veya hizmetlerle karşılaştırmada akılda kalıcı ve bu mal veya hizmeti seçme konusunda tüketiciyi ikna edici materyallerdir. Ancak reklamda yer alan subjektif unsurlar, tüketicilerin çoğunda, reklamı yapılan mal veya hizmetin geçerliliği olan bir kabulünü yanılttığına dair izlenim uyandırıyorsa bu durumda reklamın aldatıcı reklam olarak nitelenmesi yerinde olacaktır.

Yanıltıcı reklam denildiğinde, reklamın lafzının, reklamla vaat edilen hususları desteklemesi, tüketicinin karar verme sürecini etkileyecek esaslı unsurların saklanmaması gerektiği anlaşılmaktadır. Eğer reklamda ifade edilen ile vaat edilen arasında bir ilişki yoksa ve ifade vaadi kanıtlamıyorsa bu durumda o reklamı yanıltıcı reklam olarak kabul etmemiz gerekmektedir. Reklamda yer alan lafzı ifadeler doğru olsa bile tüketiciler bakımından genel kabul görecek ve önemli olarak nitelendirilecek yeterli bilgi ve açıklamaları içermediği durumlarda da bu reklamın yanıltıcı dolayısıyla aldatıcı bir reklam olarak kabul edilmesi uygun olacaktır.

Bir reklamda kullanılan bütün materyallerin, ifadelerin ve resimlerin anlamı bütün tüketiciler bakımından açık ve anlaşılır olmalıdır. Belirsiz, muğlâk ve anlam kaymasına neden olacak hususların reklamlarda yer alması tüketiciyi yanıltabilir. Bazı durumda bir şeyin farklı anlamları ya da birden çok anlamının olması da tüketiciyi yanlış tercihler yapmaya zorlayabilir, bu tarz reklamların da aldatıcı reklam olarak nitelendirilmesi gerekmektedir.

Reklamın tüketiciyi aldatma kabiliyeti denildiğinde, öncelikli olarak tüketici kitlesinin kimlerden oluştuğu ve bu kitleyi hedef alan reklamın hangi ölçüde tüketiciyi aldattığı anlaşılmaktadır. Hedef kitle ortalama bir tüketici kitlesinden oluşuyorsa, bu tüketicilerin reklamla karşılaştığı andaki tepkileri yüzeysel, kabullenici, üstünkörü ve eleştiri getirmeyen bir yaklaşım olmaktadır. Konusunda uzman bir hedef kitleye yöneltilen reklamlarda ise bu çevrenin sorgulayıcı ve eleştirisel yaklaşımları karşısında reklam veren daha dikkatli davranmak zorundadır.

Bir reklamın aldatıcı reklam olarak kabul edilebilmesi, öncelikle hedef kitlenin aldanması ya da aldanma ihtimalinin bulunmasına bağlıdır. Hiçbir tüketiciyi aldatamayacak derecede abartılı reklamlar,

www.hedefaof.com

kural olarak aldatıcı reklam değildir. Hal böyle olunca aldatıcı reklamlar bakımından mutlaka hedef kitlenin aldanması ya da aldanma ihtimalinin bulunması gerektiği aranmalı, hedef kitle olarak da esas itibariyle ortalama bilgi ve dikkat seviyesindeki tüketicilerin göz önünde tutulması, reklamın bu kişiler açısından aldatıcı olup olmadığının belirlenmesi önem taşımaktadır.

TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN KAPSAMINDAKİ DÜZENLEMELER

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı ve 17 nci maddeleri ticari reklamlar ve ilanlar ile Reklam Kurulunu düzenlemektedir. 16 ncı madde yalnızca aldatıcı reklamlar ve bu kapsamda tüketicinin korunması hususlarını içermemekte, bütün ticari reklamlar ve ilanlar hakkında genel ilkeler ortaya koymaktadır. Buna göre, ticari reklam ve ilanların kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları beklenmektedir. Bu fıkra ile genel ilkeler belirlenmiş, ikinci fıkrada bazı reklamların yasaklandığı vurgulanmıştır. Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürlüleri istismar edici reklam ve ilanlar ve örtülü reklam yapılamayacağı hüküm altına alınmıştır.



Internette yayınlanan reklamlar hakkında bilgi almak için Dilek Şahinci tarafından yazılan "Internette Aldatıcı Reklam ve Reklam Verenlerin Sorumluluğu" adlı kitabı okuyabilirsiniz.

Rekabetin muhafaza edilmesi maksadıyla, aynı ihtiyaçları karşılayan ya da aynı amaca yönelik rakip mal ve hizmetlerin karşılaştırılmalı reklamlarının yapılabilmesine TKHK ile imkân tanınmıştır. Kanun koyucu bu fıkra ile rakip firmaların karşılaştırmalı reklam yapmasını serbest bırakmıştır. Sadece belli bir firmanın mal veya hizmetlerinin özelliklerini tanıtıcı şekilde reklam yapılabileceği gibi açıkça ya da kapalı olarak rakip ürünlerle karşılaştırma yapılmasının da bu sayede önü açılmıştır. Bu tarz reklamların doğru, dürüst, objektif ölçütlere ve rekabet ilkelerine göre yapılması durumunda aldatıcı reklam olarak kabul edilemeyeceği görüşü hâkimdir.

TKHK'nun 16 ncı maddesine göre, reklamlarda yer alan somut iddiaların ispatlama yükümlülüğü reklam verene aittir. Ancak madde devamında yer alan "Reklam verenler, reklamcılar ve mecra kuruluşları bu madde hükümlerine uymakla yükümlüdürler" denilmek suretiyle, kanuni düzenlemelere, reklamlarla ilgili tüm tarafların uymak zorunda oldukları da ayrıca belirtilmiştir. Böylece, reklama bir şekilde dâhil olan bütün tarafların birbirlerini kontrol etme mekanizması getirilmiş, aksi takdirde her biri için reklamlara ilişkin kurallara uymamak sebebiyle idari yaptırımlarla karşılaşabilecekleri düzenlenmiştir.

TKHK'da reklamlarla ilgili bir diğer husus, 17 nci maddede hüküm bulmaktadır. Bu maddeye göre; "Ticari reklam ve uyulması gereken ilkeleri belirlemek, bu ilkeler çerçevesinde ticari reklam ve ilanları incelemek ve inceleme sonucuna göre, 16 ncı madde hükümlerine aykırı reklam ve ilanları üç aya kadar tedbiren durdurma ve/veya durdurma ve/veya aynı yöntemle düzeltme ve/veya para cezası verme hususlarında görevli bir Reklam Kurulu oluşturulur. Reklam Kurulu kararları Bakanlıkça uygulanır." denilmektedir.

Kurulun çalışma usul ve esasları, 01.08.2003 tarihli ve 25186 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "Reklam Kurulu Yönetmeliği" ile hüküm altına alınmıştır. Buna göre Kurul, toplam 29 üyeden oluşmakta ve üyeler üç yıllığına görev yapmaktadır.



Aslına uymayan ya da kanıtlanamayan iddialar içeren her türlü reklam aldatıcı ve yanıltıcıdır.

www.hedefaof.com

ALDATICI REKLAMLARLA MÜCADELE YÖNTEMLERİ

Özdenetim Mekanizmaları

Kanun koyucu, reklam faaliyetlerinin kontrolü maksadıyla, haklı olarak bir özdenetim mekanizmasının yaratılmasını gerekli görmüştür. Bu doğrultuda 16/son fıkrasında; "Reklam verenler, reklamcılar ve mecra kuruluşları bu madde hükümlerine uymakla yükümlüdürler" demek suretiyle reklam faaliyetinin bütün taraflarını sorumlu tutmuştur.

Reklam faaliyeti ile uğraşanların doğru, dürüst, objektif ölçütlere ve rekabet ilkelerine saygılı bir tutum ve davranış içinde olması, reklam yapanların kendilerini denetlemelerine ilişkin mekanizmaları geliştirmeleri ile pekişecek, gelişecektir. Yasal dayanağını Kanundan alan ticari reklamlarda, uyulması gereken genel ilkelerin başında bütün reklamların yasal, ahlaki, doğru ve dürüst olması düsturu gelmektedir. Reklamlar, ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci içinde iş hayatında ve kamuoyunda kabul gören dürüst rekabet ilkelerine uygun olmalıdır. Hiçbir reklam kamuoyunun reklama olan güvenini sarsıcı nitelikte olmamalı ve insan güvenliği açısından tehlike oluşturabilecek uygulama ve içeriğe yer vermemelidir.

Reklamla ilgili bütün tarafların (reklam verenler, reklamcı, reklam yayınlayanlar) her türlü mal veya hizmetin reklamı açısından geçerli olduğu vurgulanan ve yukarıda belirtilen bu ilkeler doğrultusunda, esas itibariyle bir özdenetim mekanizmasının işlerlik kazanabilmesi için gayret sarf etmeleri gerekmektedir. Aksi takdirde TKHK'nun 25 nci maddesinde yer alan Ceza Hükümleri uygulanacaktır.

TKHK Çerçevesinde Mücadele Yöntemleri

Ayıplı maldan doğan seçimlik haklar ve tazminat, ilk yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Kanun koyucu tüketicinin korunması maksadıyla, 4 ve 4/A maddelerinde ayıplı mal ve ayıplı hizmete ilişkin düzenlemeler getirmiştir. Eğer reklamda bir mal veya hizmetin belirli özelliklere sahip olduğu veya olmadığı belirtilirse bunun bir vasıf vaadi olarak kabul edilerek, bunların noksanlıkları halinde malın ayıplı sayılması gerektiği Kanunla hüküm altına alınmıştır.

TKHK, malın ayıplı çıkması halinde tüketiciye, malı yenisi ile değiştirme, sözleşmeden dönme (satış bedelinin iadesi), bedelin indirilmesini isteme hakkı ve malın ücretsiz olarak tamirini isteme hakkı ve bunlarla birlikte beşinci bir seçimlik hak gibi tazminat talep etme hakkı tanımıştır. Ayıplı hizmetler bakımından tamir seçeneği hariç diğer seçimlik haklar aynen korunmuştur. Ayrıca, ayıplı mallar ile ilgili olarak hâkime takdir hakkı bırakılmazken, ayıplı hizmetlerle ilgili olarak sözleşmeden dönme hakkının kullanılmasında hâkime takdir hakkı bırakılmıştır.

Reklam Kuruluna şikâyet de TKHK kapsamında başvurulabilecek bir diğer mücadele yöntemidir. Bu yöntem ile tüketicilerin, Kanunun 17 ve 25 nci maddelerinde belirtilen tedbirlerin uygulanması için Reklam Kuruluna başvuru yapabilecekleri düzenlemiştir. Reklam Kurulu, ticari reklam ve ilanlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemek suretiyle, bunların Kanunun 16 nci maddesi çerçevesinde incelenmesi ve denetlenmesiyle görevlendirilmiştir. Reklam Kurulunun yapacağı inceleme ve denetleme re'sen olabileceği gibi tüketicilerin ferden başvurusu üzerine de başlatılabilir.

Reklam Kurulu, kendisine yapılan başvuru ya da re'sen almış olduğu inceleme kararı neticesinde, reklamın kanuna ve tespit edilen ilkelere aykırı olduğuna karar verirse, reklamın geçici olarak durdurulmasına, kesin olarak durdurulmasına, idari para cezası uygulanmasına ve aynı yöntemle düzeltilmesine karar verebilir.



Reklam Kurulunun yanısıra, RTÜK de reklamlar üzerinde idari denetim görevi yapmaktadır. Bu iki kurum idari denetim organı olarak reklamlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemekte ve belirlenen bu ilkelere göre gereken davranışları yerine getirmektedirler. 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunu reklam denetimi görevleri açısından inceleyiniz

www.hedefaof.com

Genel Hükümler Çerçevesinde Mücadele Yöntemleri

Borçlar Kanunun hileye ilişkin hükümleri kapsamında; 28 nci madde öne çıkmaktadır. Buna göre; "Diğer tarafın hilesiyle akit icrasına mecbur olan tarafın hatası esaslı olmasa bile, o akit ile ilzam olunmaz" demek suretiyle tüketici, satıcının yapmış olduğu aldatıcı reklam neticesinde, satıcı ile bir işlem gerçekleştirmiş ve satıcı aldatıcı reklamı bu sonuca ulaşmak için yapmış ise, akdin feshinin mümkün olduğundan bahsetmektedir. Ancak burada iki önemli hususa dikkat etmek gerekir. Birincisi, aldatıcı reklamın satıcı tarafından yapılmış olması, ikincisi ise hileden bahsedilebilmesi için aldatıcı reklamın kasten gerçekleştirilmiş olması gerekmektedir. Gerçek hayatta çoğu zaman reklamlar satıcı tarafından değil üretici ya da dağıtıcı kuruluşlar tarafından yapılmaktadır ve reklam satıcı tarafından yapılsa bile aldatma kastının kanıtlanması çok güçtür.

28 nci maddenin ikinci fıkrasında ise, aldatıcı reklamın üçüncü bir kişi tarafından yapıldığı haller düzenlenmiştir. Bu fıkraya göre; tüketicinin akdi fesh edebilmesi ancak satıcının bu durumu bildiğini veya bilmesi gerektiğini kanıtlaması durumunda geçerli olacaktır. Hile halinde bile tüketicinin yapmış olduğu işlem geçerli olmakta, ancak hileyi öğrendiği andan itibaren bir yıl içinde sözleşmeyi fesh etme hakkına sahip olmaktadır. Tüketici böylesine bir durumda, akde dayanarak verdiklerini sebepsiz zenginleşme veya istihkak davası hükümlerine göre geri isteyebilecektir. Ayrıca, eğer uğramış olduğu zarar varsa BK 41 vd. doğrultusunda talep edebilir.

Türk Ticaret Kanununun haksız rekabete ilişkin hükümleri kapsamında, aldatıcı reklamlar karşısında tüketicinin korunması maksadıyla dava açılması mümkündür. Türk Ticaret Kanununda düzenlenen hususlar sadece aldatıcı reklamlar bağlamında değil haksız rekabet hallerinin tamamı için tüketicilere dava açma hakkı tanımaktadır.

www.hedefaof.com

Özet

Sanayi toplumlarında tüketicilerin korunmasının önemi giderek artmaktadır. Sanayinin güçlenmesi bir yandan rekabeti arttırırken diğer yandan tüketimin yaygınlaşması ve tüketicilerin istedikleri mal ve hizmetlere kolayca ulaşmasını olanaklı kılmaktadır. Rekabetin artması, üretilen malların daha fazla tüketilmesi ve kolay bir şekilde satılmasını ortamını yaratmıştır. Belli bir mal veya hizmete yatırım yapan üreticilerin sundukları ürün ve hizmetlerin bir an önce tüketiciye ulaştırılması, pazarlanması ve elde edilen kârın tekrar sermayeye aktarılması süreci başdöndürücü bir hızla devam etmektedir. Bu döngü içinde mal ve hizmetlerin satışlarının arttırılması maksadıyla başvurulan reklam unsuru bünyesinde rekabetçi bir yapıyı barındırmaktadır. Rekabeti güçlü olan mal veya hizmetin satışlarının arttırılması yapılan reklamların boyutu ile yakından ilgilidir. Diğer taraftan reklamı iyi yapılan mal veya hizmetin tüketimi de o ölçüde fazla olacaktır. Reklam sayesinde pazara sunulan mal veya hizmetin farklı yönleri öne çıkarılmakta, aynı mal veya hizmeti üreten rakiplere karşı üstün özelliklerinin vurgulanmasının önü açılmaktadır.

Serbest piyasa ekonomisinin temelinde yatan rekabet öğesi ile birlikte piyasalarda alınıp satılan mal veya hizmetin sürümünü arttırmak için, reklama başvurulması sıklıkla karşılaşılan mekanizma haline gelmiştir. Bu mekanizma sayesinde aynı zamanda günümüz koşullarında birbirinden çok uzaklaşan üretici ve tüketici arasında bir köprü görevi üstlenilmiştir. Tüketici bu sayede ihtiyaç duyduğu mal veya hizmetin farkına varmakta, piyasada mevcut benzer mal ve hizmetler arasında kıyaslama yoluyla en iyiye en ucuz şekilde ulaşmaya çalışmaktadır.

Hukukumuzda, TKHK'nun 16 ncı ve 17 nci maddelerinde, ticari reklamlar ve ilanlar ile Reklam Kurulu düzenlenmiş ancak reklamın tanımına yer verilmemiştir. Kanunun 3 ncü maddede yer alan "Tanımlar" başlığı altında yalnızca reklam vereni tanımlanmıştır. Buna göre; "Reklam veren, ürettiği ya da pazarladığı malın/hizmetin tanıtımını yaptırmak, satışını arttırmak veya imajını yaratıp güçlendirmek amacıyla hazırlattığı, içinde firmasının ya da mal/hizmet markasının yer aldığı reklamları yayınlatan, dağıtan ya da başka yollarla sergileyen gerçek ya da tüzel kişi" olarak ifade edilmiştir. Bu tanımdan anlaşılacağı üzere, reklamın yapılabilmesi için bir mal veya hizmetin var olması, bunların satışlarının arttırılmasının hedeflenmesi ve firma ya da ürünün markasının bulunmasının gerektiği anlaşılmaktadır.

TKHK'na bağlı olarak çıkarılan "Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik", ticari reklam ve ilana Kanundan daha geniş kapsamda açıklama getirmiş, mal ve hizmet öğelerinin yanına marka terimini de dâhil etmiştir. Serbest piyasa koşullarında mal ve hizmet üretiminin yanında "marka" üretmenin ve pazarlamanın vurgusu da bu sayede yapılmıştır.

TKHK'nun 16 ncı maddesinde, bir ticari reklam veya ilanın, Kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmasının esas alınması gerektiği belirtilmiştir. Bu hüküm doğrultusunda reklam ve ilanlar açısından temel ilkeler Kanunla açıkça düzenlenmiştir.

Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürlüleri istismar edici reklam ve ilanlar ve örtülü reklam yapılamayacağı hüküm altına alınmıştır.

Aldatıcı reklamın tanımı hukukumuzda yer almamaktadır. Bir tanıtımın reklam olarak nitelendirilebilmesi için genel kapsamının bilinmesi, unsurlarının dikkatle incelenmesi, açık ve yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermeyecek şekilde doğru hususlar içermesi beklenmektedir. Eğer bu hususlardan biri veya bir kaçı eksik ya da bilinçli olarak geri planda bırakılmış ise aldatıcı reklam özelliği taşıdığı ifade edilebilir.

Reklam faaliyetlerini kontrol etmek ve özdenetim mekanizması yaratmak maksadıyla kanun koyucu, reklam verenler, reklamcılar ve mecra kuruluşlarını bir araya getirmiş ve reklam faaliyetinin bütün taraflarını sorumlu tutmuştur. Ayrıca tüketicinin korunması kapsamında, TKHK'nun 17 ve 25 nci maddelerinde belirtilen tedbirlerin uygulanması için Reklam Kuruluna başvuru yapılabileceğini açıkça düzenlemiştir.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım

1. Bir mal veya hizmet ile ilgileneceği düşünülen kitlelere o malın veya hizmetin tanıtımının yapılmasına ne ad verilir?

a. Bağış

b. İkram

c. Reklam

d. Promosyon

e. Konsültasyon

2. Belli bir mal veya hizmetin reklamının yönlendirilerek yapılmasında o mal veya hizmet ile ilgileneceği düşünülen kimselere ne ad verilir?

a. Hedef ortam

b. Hedef paydaş

c. Hedef yığın

d. Hedef kütle

e. Hedef kitle

3. Aşağıdakilerden hangisi bir tanıtımın reklam olarak nitelendirilebilmesinin koşullarından biri **değildir?**

a. Genel kapsamının bilinmesi,

b. Unsurlarının dikkatle incelenmesi,

c. Açık ve yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermemesi,

d. Rakiplerini aşağılayıcı unsurlar barındırması,

e. Doğru hususlar içermesi.

4. Aşağıdakilerden hangisi aldatıcı reklamlar bakımından TKHK kapsamında başvurulabilecek mücadele yöntemlerinden biridir?

a. Satıcı veya sağlayıcıya başvurmak,

b. Reklam Kuruluna başvurmak,

c. Rekabet Kurumuna başvurmak,

d. Sermaye Piyasası Kuruluna başvurmak,

e. Yüksek Seçim Kuruluna başvurmak.

5. Borçlar Kanunu 28 nci madde kapsamında bir reklamın aldatıcı reklam olduğu iddia edildiğinde bu reklamın kimin tarafından yapılmış olması aranmaktadır?

a. Satıcı

b. Alıcı

c. Aracı

d. Tüketici

e. Pazarlamacı

6. Aşağıdakilerden hangisi reklam faaliyeti ile uğraşanlardan beklenen davranışlardan biri **değildir?**

a. Doğru olması

b. Dürüst olması

c. Tüketici isteklerinin her zaman ilk planda tutulması

d. Objektif ölçütlere ve rekabet ilkelerine saygılı bir tutum ve davranış içinde olması

e. Reklam yapanların kendilerini denetlemelerine ilişkin mekanizmaları geliştirmeleri

7. Aşağıdakilerden hangisi TKHK kapsamında ayıplı mallar bakımından tüketicilere tanınan seçimlik haklardan biri **değildir?**

a. Malı yenisi ile değiştirme hakkı,

b. Malın imhasını isteme hakkı,

c. Bedelin indirilmesini isteme hakkı,

d. Sözleşmeden dönme (satış bedelinin iadesi),

e. Malın ücretsiz olarak tamirini isteme hakkı.

8. TKHK'nun 16 ncı maddesine göre, reklamlarda yeralan somut iddiaları ispatlama yükümlülüğü aşağıdakilerden hangisine aittir?

a. Reklam verene

b. Reklamı izleyene

c. Reklam eleştirmenine

d. Hâkime

e. Devlete

9. Hedef kitle ortalama bir tüketici kitlesinden oluşuyorsa, aşağıdakilerden hangisi bu tüketicilerin reklamla karşılaştığı andaki tepkilerinden biri **değildir?**

a. Yüzeysel

b. Kabullenici

c. Sorgulayan

d. Eleştiri getirmeyen

e. Üstünkörü

10. Gazetelerin, önceden belirlenen sayıda kupon getiren herkese söz konusu ürünü vereceğini beyan etmesine ne ad verilir?

a. Taahhüt

b. İcap

c. İcaba davet

d. Kabul

e. İlan yoluyla vaat

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. c Yanıtınız yanlış ise "Reklamın tanımı ve hukuki niteliği" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. e Yanıtınız yanlış ise "Reklamın tanımı ve hukuki niteliği" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. d Yanıtınız yanlış ise "Aldatıcı reklamın tanımı ve unsurları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. b Yanıtınız yanlış ise "TKHK çerçevesinde mücadele yöntemleri" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. a Yanıtınız yanlış ise "Genel hükümler çerçevesinde mücadele yöntemleri" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. c Yanıtınız yanlış ise "Özdenetim mekanizmaları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. b Yanıtınız yanlış ise "Ayıplı maldan doğan seçimlik haklar ve tazminat" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. a Yanıtınız yanlış ise "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamındaki düzenlemeler" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. c Yanıtınız yanlış ise "Aldatıcı reklamın tanımı ve unsurları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. e Yanıtınız yanlış ise "Reklamın tanımı ve hukuki niteliği" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Reklam Verenler Derneği ve Reklamcılar Derneği üyeleri ile reklam mecralarının, dürüst olmayan reklamlara karşı oluşturdukları Reklam Özdenetim Kurulu (RÖK), 1994 yılından beri Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'na aykırı buldukları reklamların düzeltilmesini ya da yayınlanmamasını reklam vereninden talep etmektedir. RÖK'ün bu hizmeti aynı zamanda reklam verenlere ve medyaya, diğer denetim organlarının yaptırımlarından korunmak için, tavsiye niteliğindedir. (Ayrıntılı bilgi için bkz. http://www.rok.org.tr)

Sıra Sizde 2

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16 ncı maddesi "Ticari reklam ve ilanların yasalara ve genel ahlaka uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır. Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürlüleri istismar edici reklam ve ilanlar yapılamaz." hükmünü getirmektedir.

Sıra Sizde 3

6112 sayılı ve 15.2.2011 tarihli Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun kapsamında, televizyon ve radyo yayın hizmetlerinde reklam 10 ncu maddede düzenlenmiştir.

www.hedefaof.com

Yararlanılan Kaynaklar

Aslan, İ.Y. (2004). **Tüketici Hukuku,** Bursa, Ekin Kitabevi.

Aslan, İ.Y. (2010). **Tüketici Hukuku Dersleri**, 3 ncü Baskı, Bursa, Ekin Kitabevi.

Deryal, Y. (2008). **Tüketici Hukuku**, 2 nci Baskı, Ankara, Seçkin Yayınları.

Kırmızı, M. (2011). **Tüketici Hukuku**, İstanbul, Bilge Yayınevi.

Şahinci, D. (2011). **Internette Aldatıcı Reklam ve Reklam Verenlerin Sorumluluğu**, Ankara, Seçkin Kitabevi.

www.hedefaof.com

4

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Genel işlem şartları kavramını açıklayabilecek
- Haksız sözleşme koşulunu tanımlayabilecek
- Haksız sözleşme koşulunun unsurlarını açıklayabilecek
- Haksız sözleşme koşulunun sözleşmede var olmasının sonuçlarını açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Genel işlem şartı
- Haksız sözleşme koşulları
- Tüketici aleyhine dengesizlik
- İyiniyet ve iyiniyet kurallarına aykırılık
- Şekil şartı
- Dürüstlük ve doğruluk kuralı
- Tüketiciyi bağlayıcı şartlar
- Sözleşmedeki boşluk

İçindekiler

- Giriş
- Genel işlem şartları
- Haksız sözleşme koşullarının tanımı ve unsurları
- Haksız sözleşme koşullarının geçersizliği
- Yönetmelik kapsamında haksız sözleşme şartı örnekleri

www.hedefaof.com

Haksız Sözleşme Koşullarına Karşı Tüketicinin Korunması

GİRİŞ

Borçlar Hukukunun temel konularından biri olan sözleşme (akit), belli bir sonuca yönelik karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanlarından oluşan hukuki işlemdir. Sözleşmenin kurulmasında tarafların irade beyanları temel kurucu unsurdur. Bu irade beyanlarının ortaya konulmasında serbesti ilkesi, diğer bir ifade ile sözleşme serbestîsi ilkesi, hâkim olmaktadır. Sözleşmeler, borçlar hukukuna hâkim olan ilkelerden en önemlisi olan "irade serbestîsi" ilkesine dayanmaktadır ve bu yönü ile sözleşme serbestîsinden söz etmek mümkün olmaktadır. Sözleşme serbestîsi denildiğinde de temelde iki farklı anlam ortaya çıkmaktadır. Bunlar; sözleşme yapma serbestîsi ve sözleşmenin konusunu belirleme, düzenleme özgürlüğüdür.

Sözleşme serbestîsi ilkesine göre, kişinin öncelikle bir sözleşme yapıp yapmama konusunda serbest olduğu, ardından yapacağı bu sözleşmeyi dilediği kişi ile yapmakta serbest olduğu anlaşılmaktadır. Bu ilke aynı zamanda, sözleşmenin konusunun, tipinin ve şeklinin serbestçe tayin edilmesine olanak sağlamaktadır. Taraflar, isterlerse kanunla düzenlenen birkaç sözleşme tipini birleştirme ya da tamamen sözleşmenin konusuna uygun farklı bir sözleşme yaratma serbestîsine sahiptir. Kanunla özel olarak şekil zorunluluğu öngörülmeyen hallerde, taraflar yaptıkları sözleşmenin şeklini de tespit etmekte özgürlerdir. Benzer şekilde sözleşmenin konusunun tayini ve sözleşmede yer alacak hükümlerin tespiti her iki tarafın karşılıklı müzakere sonucunda görüş birliğine varmaları ile belirlenebilmektedir.

Ancak günümüzde küreselleşen ekonomik koşullar altında sözleşmelerin artan tüketim anlayışı ile beraber, ne yazık ki her sözleşmenin taraflarını bir araya getirerek akdedebilecek şekilde düzenlenmesine olanak yoktur. Taraflardan birinin sabit olduğu ve güçlü konumda bulunduğu durumlarda, her zaman için karşı tarafın isteklerinin ve iradesinin tam olarak yansıtıldığı sözleşmelerin akdedildiğinden söz etmek mümkün değildir. Zaman içinde ortaya çıkan ve çeşitli ihtiyaçları karşılamak üzere akdedilen sözleşmelerin düzenlenmesi ve içeriğinin belirlenmesi serbestîsinin tek taraflı olarak kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu gibi durumlarda, güçlü konumda olan tarafın önceden hazırlamış olduğu sözleşmeye karşı taraf bakımından sadece kabul ya da reddetme şeklinde irade beyanında bulunması alternatifini tanımaktadır. Diğer bir ifade ile taraflar arasında sözleşme yapılması kararlaştırıldığında, bir tarafça önceden belirlenmiş hükümlere diğer tarafın aynen uyması beklenmektedir. Eğer karşı taraf kendisine sunulan hükümleri beğenmiyor ise ona tanınan hak sadece bu sözleşmeden vazgeçmek olmaktadır, aksine kendisine önceden konulmuş hükümleri değiştirme serbestîsi tanınmamaktadır. Sözleşmelerin içeriğini belirleme ve düzenleme serbestîsinin tek taraflı olarak kullanıldığı bu gibi durumlarda ya standart sözleşme ya da genel işlem şartları adını verdiğimiz kavramlarla karşılaşmaktayız.

SIRA SİZDE 1 Günlük hayatımızda sıklıkla karşımıza çıkan ve hemen hepimizin mutlaka taraf olduğu standart (iltihaki) sözleşmelere örnek bulunuz.

GENEL İŞLEM ŞARTLARI

Genel işlem şartları denildiğinde, sanayi devrimi ile birlikte anılmakta olan üretim artışına paralel olarak bir seri üretim anlayışının sözleşmelere dâhil edilerek her tüketici için değil, bütün tüketiciler için aynı şartları içerecek şekilde düzenlenmesi olgusu anlaşılmaktadır. Bu yöntem ile pazarlığın önlendiği, belli iş

www.hedefaof.com

kolları için aynı ve benzer şartların söz konusu olduğu ve kısa sürede gelişmenin hedeflendiği ifade edilmektedir. Bu gelişme zaman içinde sözleşmenin şartlarını tespit eden tarafın güçlü ve örgütlenmiş yapısı karşısında, tüketicilerin kendilerine sunulan tercihi sadece kabul etme ya da etmeme noktasında hak sahibi olduğu bir durum ortaya çıkarmıştır.

Standart sözleşme ve genel işlem şartları kavramları, özde birbirlerine çok yakın anlamda kullanılsalar bile tam olarak birbirlerini karşıladıklarını söylemek mümkün değildir, aralarında önemli bir fark bulunmaktadır. İltihaki ya da standart sözleşme denildiğinde, sözleşmenin bütün hükümlerinin önceden bir tarafça tespit edildiği ve sözleşmenin akdedilmesi bakımından sadece diğer tarafın hazırladığı metni imzalamasının yeterli olduğu sözleşmeler anlaşılmaktadır. Burada sözleşme taraflarından biri tarafınca önceden hazırlanmış olan matbu metnin karşı tarafça imzalamasıyla sözleşme akdedilmektedir. Eğer taraflar sözleşmenin hükümlerini kısmen olsa da değiştirme ve düzenleme yapıp kısmen genel işlem şartlarına yollama yaparlarsa bu tür sözleşmeleri de genel işlem şartı olarak kabul etmek gerekecektir. Genel işlem şartları, sözleşmenin belirli bazı yönlerini düzenlemek amacıyla sözleşme taraflarından biri tarafından önceden hazırlanmakta, içerik olarak sadece temel ve genel hükümleri içermektedir.

Genel işlem şartları ile standart sözleşme arasındaki en önemli fark, standart sözleşmelerde sözleşmenin, sözleşmeyi hazırlayanın karşısında yer alan diğer sözleşen tarafından kabul edilmesi ile kuruluyor olmasıdır. Genel işlem şartlarında ise şartların sadece kabulü ile taraflar arasında bir borç ilişkisi doğmamakta, diğer bir ifade ile salt kabul, genel işlem şartlarının bağlayıcılığı için yeterli olmamaktadır. Genel işlem şartlarının hukuki geçerliliği ancak taraflar arasında münferit ve bireysel sözleşmenin kurulması ve bu sözleşmenin muhtevasına genel işlem şartlarının açık veya zımni olarak dâhil edilmesi durumunda mümkün olmaktadır. Bütün bu açıklamalardan yola çıkarak, genel işlem şartları özellikle kitlelere yönelik sözleşmelerde, bireysel sözleşmelerden önce, sözleşmenin kitlelere hitap eden tarafınca soyut olarak formüle edilen, özellikle taraflar arasındaki genel nitelikli konuları düzenleyen, ancak başlı başına sözleşme özelliği taşımayan kayıtlardır. Genel işlem şartlarında taraflar arasında mutlaka bireysel sözleşme ilişkisi kurulmalı, bu kurulan sözleşme ilişkisinde ya genel işlem şartlarına açıkça atıfta bulunulmalı ya bu şartlar genel metne alınmalı ya da sözleşme sırasında başka bir yol ile genel işlem şartları karşı tarafa verilmelidir. Bu şekilde genel işlem şartları kabul edilmiş sayılmaktadır. Bireysel sözleşmenin diğer hükümlerinden sonra gelmek ve uygulanmak koşuluyla ayrıca emredici hükümlere aykırılıklar saklı kalmak kaydıyla genel işlem şartları taraflar arasında hüküm ifade etmektedir.

Yukarıda açıklanmaya çalışılan genel işlem şartları, sözleşmenin taraflarından birince önceden ileride kurulacak bir sözleşmeye dâhil edilmek üzere hazırlanan, içerik olarak kendi isteklerini tek başına tespit ettiği, belli bir düzenlemeye bağladıktan sonra bu düzenleme üzerine hiçbir etkisi olmayan diğer tarafa sunduğu kayıt ve koşullardır. Genel işlem şartları gündelik hayatımızda daha çok bankacılık, sigorta işlemleri, seyahat ve taşıma işletmeleri, dayanıklı tüketim malları satıcıları tarafından kullanılmaktadır. Genel işlem şartları her ne kadar ekonomideki gelişmeler doğrultusunda belli bir satıcı veya sağlayıcı tarafından kitlelere yönelik bir sözleşme şeklinde ortaya çıkan bir olgu olarak ticari hayatı kolaylaştırsa da özellikle sözleşmenin karşı tarafı yanı tüketici veya müşteri yönünden çeşitli sakıncaları beraberinde getirmektedir. Sözleşmenin daha güçlü tarafınca hazırlanan, kitlelere mal veya hizmet sunan işletmelerce kendi aleyhlerine olabilecek bütün olumsuzlukları bertaraf edebilecek koşulları içeren genel işlem şartları karşısında sözleşmenin diğer tarafının mutlaka korunması gerekmektedir.

4077 sayılı TKHK'nun genel işlem şartlarına karşı tüketicinin korunması konusunda düzenlemeler getirmemiş olması bir takım ciddi eleştirilere maruz kalmasına neden olmuştur. Her ne kadar kanun koyucu, tüketici kredileri, taksitli satışlar, kapıdan satışlar, kampanyalı satışlar ve süreli yayın aboneliği sözleşmelerinde bir nebze özel düzenlemeler ortaya koymuş olsa da bunların genel işlem şartları çerçevesinde bütün sözleşmeleri kapsayacak şekilde ayrı bir düzenleme ile kaleme alınmaması bazı problemlere yol açmıştır. TKHK'un ruhundan yararlanılarak yapılan yorumlar ile hukukumuzdaki genel hükümler sayesinde ortaya çıkan sorunlara çözüm bulunmaya çalışılmakta, tüketicinin lehine çözümlere ulaşılmaya gayret edilmekteydi.

2003 yılında 4822 sayılı Kanunla 4077 sayılı TKHK'da gerçekleştirilen değişiklikler kapsamında genel işlem şartlarına yönelik bir düzenleme ilk kez getirilmiştir. Bu çerçevede 6 ncı maddede

www.hedefaof.com

"Sözleşmedeki haksız şartlar" başlığı altında bir hüküm sevk edilmiş ve tüketici işlemleri bakımından bu alandaki boşluk önemli ölçüde doldurulmaya çalışılmıştır. Ancak bu noktada belirtilmesi gereken husus, TKHK'ya eklenen hükümle genel olarak genel işlem şartlarının değil, sadece haksız koşulların düzenlenmiş olmasıdır.

Kanun hükmü incelendiğinde, bu hükmün ilk fıkrasında, haksız şartın tanımı yapılmıştır. Buna göre; "Satıcı veya sağlayıcının tüketiciyle müzakere etmeden, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu, tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde iyi niyet kurallarına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşulları haksız şarttır" denilmektedir. Kanun koyucu bu düzenleme ile bir bütün olarak genel işlem şartlarını düzenlemeyi amaçlamamış, sadece sözleşmelerde tüketici aleyhine olan haksız koşulların engellenmesini hedeflemiştir. Kanunun tüketici olarak belirttiği kişilerin taraf olduğu sözleşmeleri kapsaması nedeniyle, genel işlem şartlarının bütününe hitap eden bir düzenleme olmamıştır. Diğer taraftan sözleşmenin muhatabı olan "satıcı ve sağlayıcı"nın kamu tüzel veya özel hukuk tüzel kişisi olmasında da bir farkı bulunmamaktadır.

4822 sayılı Kanunla getirilen bu düzenlemede, haksız sözleşme koşullarına ilişkin hükümlerin sadece tüketici işlemlerine yönelik olduğu görülmektedir. Ayrıca, Kanunun ruhundan da anlaşılacağı üzere haksız sözleşme koşullarına ilişkin düzenlemelerin tüketici işlemlerine uygulanacağı çok açıktır. 1 nci fıkrada yer alan ve yukarıda açıklanmaya çalışılan tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşulları haksız şart olarak nitelendirilmektedir. Kanun, tüketici sözleşmelerinde yer alan genel işlem şartlarını ancak belli şartlarda haksız saymakta, konuya dar anlamda yaklaşmaktadır. Ancak buna karşılık olarak Kanunda yer aldığı şekilde tüketicinin taraf olduğu "her türlü sözleşmeden" bahisle, aslında yalnızca satıcı ve sağlayıcı ile akdedilen sözleşmelerde değil, bütün sözleşmelerde yer alan haksız şartlara uygulanacağını hüküm altına almıştır. Diğer bir ifade ile örneğin tüketici kredisi sözleşmelerinde, taksitle satış, devre tatil, kampanyalı satışlar vb. sözleşmelerde hüküm bulan haksız şartlara da 6 ncı madde uygulanacak, sözleşmedeki haksız şartlar bu hüküm doğrultusunda ele alınacaktır.

Kanunun uygulanmasına açıklık getirmek maksadıyla, 13.6.2003 tarihli ve 25137 sayılı Resmi Gazetede "Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmelik" yayımlanmıştır. Yönetmeliğin kapsamını belirleyen 2 nci maddesinde, yönetmeliğin taraflardan birinin tüketici olduğu sözleşmelerde satıcı, sağlayıcı ve kredi veren tarafından tek taraflı olarak ve dürüstlük kurallarına aykırı biçimde konulmuş her türlü haksız şartı kapsamına aldığı vurgulanmaktadır. Madde içeriğinde de görüldüğü üzere yönetmelik sadece satıcı ve sağlayıcıları bünyesinde almamış, Kanunla yapılan tanımlamaya ilave getirerek "kredi veren" tarafı da haksız şartlara ilişkin düzenlemeye dâhil etmiştir.



Haksız şartlar ile ilgili olarak Ömer ÇINAR'ın "Tüketici Hukukunda Haksız Şartlar" adlı kitabını okuyabilirsiniz.

HAKSIZ SÖZLEŞME KOŞULLARININ TANIMI VE UNSURLARI

TKHK'nun 6 ncı maddesinde haksız sözleşme koşullarının tanımı yapılmıştır. Buna göre; "Satıcı veya sağlayıcının tüketiciyle müzakere etmeden, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu, tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde iyi niyet kurallarına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşulları haksız şarttır". Yukarıda da belirtildiği üzere "Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmelik" ile de aynı tanım tekrarlanmış, ancak burada satıcı ve sağlayıcı ifadesinin yanına kredi veren de eklenmiştir.

Tanım yakından incelendiğinde, üç temel unsurun öne çıktığı görülmekte, bir sözleşmenin haksız sayılabilmesi için de bu koşullar aranmaktadır. Kanun kapsamında bir sözleşmenin haksız şart olarak nitelendirilebilmesi için bu şartların müzakere edilmeden tek taraflı olarak konulması, tarafların hak ve yükümlülüklerinde tüketici aleyhine bir dengesizliğin olması ve bu durumun iyiniyet kurallarına aykırı olması aranmaktadır.

Kanun koyucunun bu tanımlamasıyla, tüketicinin taraf olduğu her türlü sözleşmedeki kaydın haksız şart kapsamında değerlendirilebilmesi için yukarıda belirtilen üç unsuru da içermesi aranmaktadır. Diğer

www.hedefaof.com

bir ifadeyle, bu üç unsur birlikte olduğunda ancak haksız sözleşme koşulundan bahsetmek mümkün olacaktır. Örneğin, sözleşmeye dâhil edilen şartlar tüketici ile müzakere edilmiş, diğer bir ifade ile tek yanlı olarak konulmamışsa, sözleşme tüketici aleyhine dengesizlik yaratsa bile haksız sözleşme koşulu olarak kabul edilmeyecektir. Benzer şekilde, sözleşme tek taraflı hazırlanmış ancak sözleşmeden doğan hak ve yükümlülükler tüketici aleyhine bir dengesizlik yaratmamışsa sözleşme koşullarını haksız şart olarak adlandırmak mümkün olmayacaktır. Bütün bunlara ilave olarak sözleşmede yer alan bir takım dengesizliklerin iyiniyet kuralına göre aykırılık teşkil etmediği durumlarda da haksız sözleşme koşullarından bahsetmek söz konusu olmayacaktır.



Genel işlem şartı içeren sözleşmelere bir örnek bulunuz.

Koşulun Tüketici İle Müzakere Edilmeden Tek Taraflı Konulmuş Olması

Borçlar Hukukunun temel prensipleri arasında yer alan "sözleşme serbestîsi", sözleşmenin tarafları arasında eşit şartlar altında, karşılıklı müzakereler ve pazarlıklar yoluyla, tarafların kendi lehlerine uygun bir hukuki durum yaratması gerekliliğine dayanmaktadır. Tarafların, kendi hak ve menfaatleri doğrultusunda adil bir sonuca ulaşmaları ancak karşılıklı müzakere ve pazarlık güçlerinin derecesine ve dengesine bağlıdır. Akdedilen bir sözleşmede, taraflardan birinin tüketici olduğu durumlarda karşılıklı müzakere ve pazarlık düzeyinin tüketici aleyhine dönmesi, eşitlik dengesinin bozulması her zaman mümkündür. Kural olarak tüketicinin bu tür sözleşmelerde korunması gerektiği görüşü hâkim olmaktadır. Diğer taraftan eğer bir sözleşme tüketici ile müzakere ve pazarlık edilmeden hazırlanmış ise sözleşme serbestîsi ilkesinin ihlal edildiği hususu da kabul edilmektedir.

TKHK kapsamında tüketici sözleşmelerinde bir koşulun haksız sayılabilmesi, tanımdan da anlaşılacağı üzere tek taraflı olarak konulmuş olmasına bağlıdır. Sözleşmenin diğer tarafının da önceden belirlenen bu hükümler üzerinde herhangi bir etki ya da katkı yapmaması veya yapamamış olması söz konusudur. Tarafların karşılıklı müzakere ve pazarlık yoluyla sözleşmeye koydukları hükümler haksız sözleşme şartı olarak kabul edilmemektedir. Bir sözleşmenin tüketici ile müzakere edildiğinin kabul edilmesi ancak bu sözleşmede yer alan şartların tüketici tarafından anlaşıldığı ve şartların içeriğine bir şekilde etki etme olanağının bulunduğunu bilmesi durumunda, sözleşmeyi akdetmesine bağlıdır. Bu kural sözleşmede yer alan bütün koşulların ayrı ayrı müzakere edilmesi durumunda geçerlidir. Diğer bir ifade ile sözleşmede yer alan bir veya birkaç hükmün müzakere ve pazarlık konusu yapılarak, diğer hükümlerin tek taraflı olarak sözleşmeye konulması, sözleşmenin haksız koşulları içerdiği gerçeğini değiştirmemektedir.

Önceden hazırlanan veya standart sözleşme olarak tüketiciye sunulan sözleşmelerde, tüketiciler içeriğe etki edemediğinden dolayı, sözleşme şartlarının müzakere edilmediği kabul edilmektedir. Burada üzerinde durulması gereken husus "önceden hazırlanan" ifadesidir. Önceden hazırlanan ifadesi ile Kanun ve Yönetmelik hükümleri doğrultusunda, sözleşmenin taraflarından biri olan satıcı, sağlayıcı veya kredi veren ile diğer tarafta yer alan tüketici arasında akdedilecek sözleşmenin görüşmelere başlamadan önce kaleme alınmış olması anlaşılmaktadır. Burada taraflar arasında akdedilecek sözleşme satıcı, sağlayıcı veya kredi veren tarafından önceden hazırlanmış şekilde olabileceği gibi üçüncü bir tarafça hazırlanmış sözleşmenin veya bazı sözleşme koşullarının tüketici ile yapılacak sözleşmede kullanılması şeklinde de olabilmektedir. Üçüncü taraf olarak bir meslek kuruluşu, hukuk müşavirleri, odalar, avukatlar vb. tarafından hazırlanan ancak satıcı, sağlayıcı ve kredi veren tarafından kullanılan sözleşme şartları anlaşılmaktadır.

Benzer şekilde, tüketici ile müzakere edilmeden tek yanlı olarak sözleşmeye konulan haksız şartlar, müzakere edilen bir sözleşmeye ekli bulunan veya akdedilen sözleşmede atıfta bulunulan bir belge içinde yer alabilmektedir. TKHK'nun 6 ncı maddesinin 3 ncü fıkrasında da belirtildiği üzere; "Eğer bir sözleşme şartı önceden hazırlanmışsa ve özellikle standart sözleşmede yer alması nedeniyle tüketici içeriğine etki edememişse, o sözleşme şartının tüketiciyle müzakere edilmediği kabul edilir" denilmek suretiyle haksız şart ile ilgili temel bir karine getirilmiştir. Kanunun bu emredici hükmü karşısında matbu olarak önceden hazırlanan sözleşme şartlarının tüketici ile müzakere edilmediği öngörülmektedir.

www.hedefaof.com

TKHK'nun 6 ncı maddesinin 5 nci fıkrasında yer alan "Bir satıcı veya sağlayıcı, bir standart şartın münferiden tartışıldığını ileri sürüyorsa, bunu ispat yükü ona aittir" ifadesi ile, yukarıda tüketici lehine getirilen karinenin aksine, satıcı ve sağlayıcı bakımından bir standart şartın münferiden tartışıldığını ileri sürmeleri halinde, ispat yükünün onlara ait olduğu karinesi kabul edilmiştir. Diğer bir ifade ile sözleşme hazırlanırken tüketici ile karşılıklı müzakere ve pazarlık sonucu sözleşmenin hazırlandığının ispatı, satıcı ve sağlayıcıya düşmektedir. Öte yandan, bir takım standart sözleşmelere konulan ve sözleşmede yer alan hükümlerin karşılıklı müzakere ve pazarlık edildiğini belirten hükümlerin hiçbir anlamı olmamakta, böylesine sözleşmeye dâhil edilen hükümler, sözleşmede yer alan hükümlerin tüketici ile fiilen müzakere ve pazarlık sonucunda tespit edildiğini kanıtlamaya yetmemektedir.

Tarafların Hak ve Yükümlülüklerinde Tüketici Aleyhine Dengesizlik Olması

Yukarıda da bahsedildiği üzere bir hükmün tek taraflı olarak sözleşmeye dâhil edilmesi o hükmün haksız sözleşme koşulu olarak kabul edilmesi için yeterli değildir. Bir hüküm müzakere ve pazarlık konusu yapılmadan tek yanlı olarak sözleşmeye konulmuş olması da başlıbaşına hükmün haksız sözleşme koşulu olarak sayılması için yeterli değildir. Çünkü sözleşmeye tek yanlı olarak konulan ve tüketici ile müzakere edilmemiş hükümlerin aynı zamanda tüketici lehine olma ihtimali de bulunmaktadır. Dolayısıyla sözleşmeye, tüketici ile müzakere edilmeden tek taraflı olarak konulan hükümlerin tüketici lehine olması durumunda haksız şart olarak adlandırılması söz konusu olmayacaktır. Bu sebepten ötürü müzakere edilmeden sözleşmeye tek taraflı olarak konulan hükümlerin haksız şart olarak kabul edilmesi için aynı zamanda sözleşmenin taraflarının hak ve yükümlülüklerinde tüketici aleyhine dengesizlikler yaratması aranmaktadır. Kanunun bu konuda açık ifadesi bulunmakta, yönetmelik de aynı düzenlemeyi getirmektedir.

Sözleşmelere bazı durumlarda tek taraflı olarak getirilen hükümlerin tüketici aleyhine dengesizlik yaratması söz konusu olmamaktadır. Getirilen bu hükümler ile tüketici lehine düzenlemeler yapılabileceği gibi aynı zamanda taraflar arasında hak ve yükümlülükleri dengeli bir şekilde dağıtanlar da olabilmektedir. Kanunun lafzından da anlaşılacağı üzere sözleşmeye tek taraflı olarak, diğer tarafla müzakere edilmeden getirilen hükümlerin, sözleşmenin taraflarının hak ve yükümlülüklerinde tüketici aleyhine dengesizlik yaratmaması büyük önem taşımaktadır.

Ancak, sözleşmeye tek taraflı olarak getirilen hükümlerden bazıları tüketici aleyhine dengesiz hükümler içeriyor iken, diğer taraftan aynı sözleşmeye getirilen başka bir hükmün bu dengesizlikleri düzelttiği görülebilmektedir. Böylesi durumda sözleşmenin mutlaka bir bütün olarak ele alınması gerekir. Bu nedenle münferiden yapılan bu değişikliklerin toplamda tüketici lehine hayata geçmesi durumunda haksız şarttan söz etmenin mümkün olamayacağı açıktır. Bir sözleşme şartının tüketici aleyhine dengesiz hak ve yükümlülükler getirdiği ve bu nedenle haksız sözleşme şartı olduğuna karar verilirken, her bir sözleşme şartının münferiden ele alınmaması gerekmektedir. Bu konuya ilişkin olarak Yönetmeliğin 6 ncı maddesinin 2 nci fıkrasında belirtildiği şekilde; "Bir sözleşme şartının haksızlığı değerlendirilirken, sözleşme konusu olan mal veya hizmetin niteliği, sözleşmenin yapılmasını sağlayan şartlar ve/veya onun bağlı olduğu sözleşmenin tüm şartları dikkate alınır" denilmek suretiyle, sözleşmenin değerlendirmesinin bir bütün olarak yapılması beklenmektedir. Hatta taraflar arasında akdedilecek sözleşme başka sözleşmelerle bağlantılı ise bu sözleşmeler de dikkate alınmalıdır. Diğer bir ifade ile bütüncül (kümülatif) bir değerlendirme yapılması gerekmektedir.

Taraflar arasındaki dengesizliğin giderilmesi denildiğinde, satıcı veya sağlayıcının yerine getirdiği edim ile talep ettiği para arasındaki dengeyi sağlamak anlaşılmamalıdır. TKHK'nun esas maksadı doğrultusunda sözleşme şartlarından doğan dengesizliğin ortadan kaldırılması hedeflenmektedir. Yönetmelik bu durumu açıklığa kavuşturmak maksadıyla 6 ncı maddenin 3 ncü fıkrasında, sözleşmede yer alan şartların takdirinde, bu şartlar açık ve anlaşılır bir dille kaleme alınmış olmak koşuluyla, gerek sözleşmeden doğan asli edim yükümlülükleri arasındaki, gerekse mal veya hizmetin gerçek değeri ile sözleşmede belirlenen fiyatı arasındaki dengeye ilişkin bir değerlendirmenin yapılamayacağını açıkça hüküm altına almıştır.

www.hedefaof.com



2003 yılında TKHK'da 4822 sayılı Kanunla yapılan değişikliklere kadar hukukumuzda standart sözleşme veya genel işlem şartları hakkında doğrudan düzenleme getiren bir yasal düzenleme bulunmuyordu. TKHK'na eklenen hükümle de yine standart sözleşme ve genel işlem şartları yasal düzenlemeye kavuşturulmadı. Düzenlenen bu hükümlerin "haksız şart" niteliğini taşıması halinde bu haksız şartlara karşı tüketicinin korunması konusudur.

İyiniyet (Doğruluk ve Dürüstlük) Kurallarına Aykırılık

Tüketicinin bir mal veya hizmeti satın alması girişiminin ardında, satıcı veya sağlayıcı ile akdedeceği bir sözleşme yatmaktadır. Tüketici bu sözleşme ile mal veya hizmete kavuşurken, satıcı veya sağlayıcı da yerine getirmiş oldukları edim karşılığından belli miktarda bir para kazanmaktadır. Satıcı veya sağlayıcının ifa etmiş olduğu edim sonrasında bir ölçüde kâr elde etmeyi arzulaması normal karşılanmaktadır. Kâr etme arzusu, ticaretin doğasında yer alan bir husustur. Satıcı veya sağlayıcının kârının aşırı olup olmadığı veya tüketicinin akdedilen sözleşme ile ödediği bedelin fahiş olup olmadığı bu düzenlemelerin dışında bırakılmıştır. Ancak satıcı veya sağlayıcının sözleşmenin diğer hükümleri ile ileride doğabilecek sorunları bu günden tüketicinin hiçbir hak iddia edemeyecek şekilde sınırlandırması ya da kendi yükümlülüğü altında kalması gereken bir takım zararların tüketici üzerine bırakılmaya çalışılması dürüstlük ve doğruluk kuralları ile bağdaşmamaktadır. Sözleşmede bu şekilde yer alan, doğruluk ve dürüstlük kuralı ile bağdaşmayan hükümler haksız şart olarak değerlendirmektedir.

Hukukumuzda dürüstlük ve doğruluk kuralları denildiğinde, orta zekâlı, normal, makul kişilerin toplum içerisinde karşılıklı güvene, ahlaka ve dürüstlüğe dayalı davranışları sonunda meydana gelmiş ve toplum ihtiyaçları ile iş hayatının gereklerine cevap veren ve bu nedenle de herkes tarafından benimsenen kurallar anlaşılmaktadır. Taraflar arasında akdedilen sözleşmelerde kimi zaman ortaya çıkan dengesizlikler, bazı hallerde kamu vicdanını rahatsız etmeyecek düzeyde önemsiz ve hâkimin müdahale etmesini gerektirmeyecek boyutta olabilmektedir. Hemen hemen her sözleşmede taraflar arasında birinin diğerine göre daha avantajlı olduğu durumlar yaşanabilmektedir. Burada önemli olan dürüstlük ve doğruluk kuralları bağlamında ilişkinin makul olup olmadığıdır.

Satıcı veya sağlayıcının tek taraflı olarak sözleşmede gerçekleştirmiş olduğu değişiklikler, taraflar arasında bir dengesizlik yaratıyor ancak doğruluk ve dürüstlük kuralına aykırı bir durum ortaya koymuyorsa haksız sözleşme koşulundan bahsetmek söz konusu olmayacaktır. Sözleşmeye tek taraflı olarak ithal edilen ve tüketici aleyhine dengesizlik yarattığı tespit edilen bir hükmün, doğruluk ve dürüstlük kuralına da aykırılığı tespit edilirse haksız şart olduğuna karar verilir. Tüketici sözleşmesine müzakere ve pazarlık edilmeden tek yanlı olarak konulan bir hükmün haksız şart olup olmadığına hâkim karar verirken yararlanacağı ölçüt Medeni Kanunun 2. maddesi anlamında dürüstlük ve doğruluk kuralıdır. Sözleşmelerde yer alan hükümlerin dürüstlük ve doğruluk kuralına aykırı olup olmadığını değerlendirirken, benzer mahiyetteki sözleşmelerde yer alan hükümler hâkime yardımcı olmaktadır.

Sonuç olarak, tüketici sözleşmelerine tüketici ile müzakere ve pazarlık edilmeden konulan bir hükmün, haksız şart olarak sayılabilmesi için öncelikle tüketici aleyhine sonuçlar doğurması, standart sözleşmelerde yer alması sebebiyle tüketicinin içeriğine etki edememesi ve iyiniyet kuralları ile bağdaşmayacak düzeyde aleyhine dengesizliğe neden olması aranmaktadır.

Şekil Şartı

Kanunla ya da tarafların iradesi ile belli bir sözleşmenin yapılması şekil şartına bağlanmış ise kural olarak bu şekil şartı geçerlilik şartı olarak kabul edilir. Her ne kadar hukukumuzda kural şekil serbestîsi olsa da, genelde sözleşmeler, tarafların alelacele ve gelişi güzel karar vermelerini önleme, hukuksal işlem güvenliği ve açıklık sağlama, taraf iradelerinin açıklığa kavuşturulması, işlemlere ciddiyet ve güvenilirlik kazandırmak, arzu edilmeyen hukuki işlemlerin yapılmasını dolaylı yolla önlemek, ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan zayıf konumda olanları korumak gibi amaçlarla şekle bağlı olarak akdedilmektedir.

www.hedefaof.com

TKHK'nun 6 ncı maddesinde açıkça hangileri olduğu zikredilen ve yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen tüketici sözleşmelerinin, yazılı şekil koşulunun yanında "en az oniki punto ve koyu siyah harflerle düzenlenme" zorunluluğu bulunmaktadır. Kanun koyucu bu sözleşmelerin geçerlilik şartını en az oniki punto ve koyu siyah harflerle düzenlenme şartına bağlamıştır. Buna göre bahsekonu şarta uymayan tüketici sözleşmeleri şekil noksanlığı yönünden geçersiz olacaktır. Bu şekilde kaleme alınan tüketici sözleşmelerinde yer alan haksız şartlar da, haksız şart olmasının yanısıra sözleşmenin geçersiz olması sebebiyle de tüketiciyi bağlamayacaktır.

Ancak diğer taraftan TKHK, tüketicinin korunması maksadıyla hayata geçmiştir. Tüketici eğer şekil eksikliğine rağmen sözleşmeyi ayakta tutmak istiyorsa bu eksiklik satıcı veya sağlayıcı tarafından derhal giderilmeli ve sözleşme geçerli sayılmalıdır. Buna karşılık, genellikle satıcı veya sağlayıcı tarafından hazırlanan sözleşmelerde, satıcı veya sağlayıcıların şekil eksikliğine dayanarak sözleşmenin geçersizliğini ileri sürmeleri mümkün değildir. Bu durum hem MK'un 2 nci maddesinin hem de TKHK'nun amacına aykırıdır. Belirtilen tüketici sözleşmelerinde şekil eksikliği nedeniyle sözleşmenin geçersizliğini sadece tüketiciler ileri sürebilecektir.



Hukukumuzda TKHK'dan başka genel işlem şartlarına ilişkin düzenleme getiren başka bir yasal düzenleme olup olmadığını araştırınız.

HAKSIZ SÖZLEŞME KOŞULLARININ GEÇERSİZLİĞİ

TKHK'nun 6 ncı maddesinde yer alan "Sözleşmedeki Haksız Şartlar" başlığı altında, 2 nci fıkrada; "Taraflardan birini tüketicinin oluşturduğu her türlü sözleşmede yer alan haksız şartlar tüketici için bağlayıcı değildir" denilmek suretiyle, sözleşmede yer alan haksız şartlar sebebiyle sözleşmenin geçersiz olacağı değil, tüketici bakımından bağlayıcı olmayacağı şeklinde bir düzenleme getirilmiştir.

Burada ifade edilmek istenilen bağlamazlıktan, tüketici bakımından akdettiği sözleşmede aleyhine hükümler bulunduğu takdirde bununla bağlı olmayacağını anlamak gerekmektedir. Diğer bir ifade ile tüketicinin, sözleşmede hüküm bulan ve aleyhine olan dengesizlikler sebebiyle bağlı olmayacağı vurgulanmaktadır. Bu durumda tüketicinin aleyhine olan sözleşme koşulunun, ihtilafın hallinde kullanılmayacağı için sözleşme koşulunun düzenlediği konuda bir boşluk meydana gelecektir. TKHK, meydana gelen bu boşluğun ne şekilde doldurulacağına ilişkin bir düzenleme getirmemiştir. Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmeliğin 7 nci maddesinde, "Satıcı, sağlayıcı ve kredi veren tarafından tüketici ile akdedilen sözleşmede kullanılan haksız şartlar batıldır" denilmek suretiyle bahse konu sözleşme hükmünün uygulanacağı konunun boşlukta kalmasına yasal açıdan zemin hazırlanmıştır.

Diğer taraftan, TKHK'da bir takım eksikliklerin ne şekilde doldurulacağına dair 6 ncı maddenin 6 ncı fıkrasında hüküm bulunmaktadır. Ancak bu hüküm tek tarafı bağlamazlık nedeniyle uygulanmayacak hükümlerin yerini doldurmak maksadıyla değil, sözleşmede mutlaka bulunması zorunlu tutulmuş fakat sözleşme akdedildiği sırada sözleşmeye yazılmayan şartlarla bağlantılıdır. Bu hüküm sayesinde sözleşmede tek taraflı bağlamazlık nedeniyle oluşacak boşluğun doldurulması amaçlanmamıştır. Aynı şekilde bu hüküm haksız sözleşme şartının geçersiz olması durumunda oluşacak boşluğun doldurulması ile de ilgili değildir. Bu fıkranın amacı, sözleşme akdedildiği anda sözleşmede bulunması gereken bilgilerin eksik olması halinde bu eksikliğin ne şekilde giderileceğini hüküm altına almaktadır.

Sonuç olarak, haksız sözleşme koşullarının tüketiciyi bağlamaması ile oluşan eksikliğin hâkim tarafından doldurulması gerekmektedir. Sözleşmede hüküm bulunmayan hallerde, özel hukuk hükümlerinde yer alan "tamamlayıcı hükümlere" göre sözleşmenin eksiklikleri hâkim tarafından takdir edilecektir. TKHK, özel olarak tüketicinin korunmasını hedefleyen bir düzenlemedir. Borçlar Kanunu hükümlerinin tüketiciyi korumada kimi konularda yetersiz kaldığı düşüncesinden hareketle TKHK kaleme alınmıştır. Tüketici işlemlerinde öncelikle TKHK'nun hükümlerinin uygulanacağı ortada iken, Kanunda hüküm bulunmayan hallerde 30 ncu madde gereğince genel hükümlerin uygulanacağı vurgulanmıştır.

www.hedefaof.com

Hâkim, önüne gelen bir anlaşmazlık durumunda sözleşmede bulunan hükümlerin tüketici aleyhine dengesiz bir durum yaratıp yaratmadığını iyiniyet kuralları çerçevesinde değerlendirecektir. Sözleşmede yer alan hükümlerin batıl olduğunu yalnızca taraflar değil, bu sözleşmeden yararı olan üçüncü kişiler bile ileri sürebilmektedir. Hâkim de sözleşmede yer alan haksız şartları, tüketicinin talebi olmasa dahi kendiliğinden dikkate alacaktır. Hâkim tarafından bu değerlendirme yapılırken, her hükmün somut özelliklerini göz önünde bulundurarak ele alması gerekmektedir.

Ancak, sözleşme serbestîsi ilkesi gereğince tüketiciyi bağlamayacak haksız şartların sözleşmeden çıkarılması halinde, geri kalan hükümlerin taraflar arasında ortaya çıkan ihtilafı çözümlemeye yeterli olduğuna kanaat getirilirse, sözleşmedeki boşluğun doldurulması maksadıyla bir gayret içine girilmesine gerek kalmayacaktır. Tarafların serbest iradelerine saygı gösterilerek aralarındaki sorunun giderilmesi daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Buna göre sözleşmede yer alan haksız şartlar kısmi butlanla (kısmi kesin hükümsüzlükle) sakattır. Bu sayede, sözleşmenin haksız şartlar dışında kalan hükümleri kural olarak geçerli bir şekilde hüküm ve sonuçlarını doğurmaktadır. Diğer taraftan haksız şartlar içeren hükümler olmaksızın tarafların sözleşmeyi yapmayacakları kabul edildiği takdirde sözleşme tam butlanla (kesin hükümsüzlük) batıl olacak, hüküm ve sonuçlarını baştan itibaren doğurmayacaktır.

TKHK'nun 6 ncı maddesinin son fıkrasında belirtildiği üzere; "Bakanlık standart sözleşmelerde yer alan haksız şartların tespit edilmesine ve bunların sözleşme metninden çıkartılmasının sağlanmasına ilişkin usul ve esasları belirler" denilmektedir. Bakanlık, Kanun kapsamında üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmiş ve "Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmelik"i yayımlamıştır. Ancak madde hükmünde yer aldığı şekilde Bakanlık idari denetim usulünü benimsememiş, onun yerine yargısal denetim yolunu tercih etmiştir. Bu tercih iki açıdan yerinde bir karar olmuştur. Birincisi taraflar arasında meydana gelen anlaşmazlıklar en nihayetinde yargı yolu ile çözüme kavuşacağından idari denetim tesis edilmemiş, ikincisi serbest piyasa şartları altında iktisadi sistemin idare tarafından denetlendiği görüntüsünden uzak durulmuştur. Bu durumda tüketicinin kendisi veya tüketici örgütlerinin dava açarak denetim yaptırmaları Kanunun amacına çok uygundur.



www.gumruk.gov.tr adresinden Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü'nün sayfasına ulaşmak ve görevleri hakkında bilgi almak mümkündür.

YÖNETMELİK KAPSAMINDA HAKSIZ SÖZLEŞME ŞARTI ÖRNEKLERİ

Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmeliğin 5 nci maddesinin son fıkrasında; "İşbu Yönetmelik ekinde, yol gösterici mahiyette ve sınırlayıcı olmamak üzere haksız olarak kabul edilebilecek şartlar listesi yer almaktadır" denilmek suretiyle sözleşmede haksız olarak yer alabilecek şartların bir listesi verilmiştir. Yönetmelikte de açıkça ifade edildiği üzere ekli listede verilen haksız şart örnekleri sınırlayıcı olmayıp, yol gösterme amacını taşımaktadır. Ayrıca bunların mutlak anlamda haksız şart olduğu da kabul edilmemelidir. Çünkü bu örneklerin haricinde de haksız şart olabileceği gibi, bu şartların da bazı durumlarda haksız şart olarak değerlendirilmesi mümkün olmamaktadır. Tabir yerinde ise her somut olayı kendi içinde değerlendirmek ve onun koşullarına göre karar vermek gerekmektedir. Yönetmelik ekinde yer alan bu haksız şart örnekleri genel olarak tazminat sorumluluğunun sınırlanması, ifa ile ilgili sınırlamalar, sözleşmeden dönme ve fesih, sözleşmenin tek taraflı olarak değiştirilmesi, yükümlülükleri kısıtlayan koşullar ile dava ve ispat hakkının kısıtlanmasına ilişkindir.

www.hedefaof.com

Özet

Günlük yaşamda giderek artan seri üretim ve geniş yığınlara sunulan benzer nitelikleri hizmetlerin bir sonucu olarak, taraflar arasında her seferinde karşılıklı görüşerek ve uzlaşarak sözleşme yapma olanağı bir anlamda kalmamış ve standart sözleşmeler ya da sözleşme içine konulan genel işlem şartları karşımıza çıkmaya başlamıştır. Bu şekilde tek yanlı oluşturulan sözleşme hükümlerinin, bu hükümleri oluşturmada katkısı hatta bazen bilgisi bile olamayan sözleşme tarafının aleyhine sonuç doğurma olasılığı çok yüksektir. Belirtilen bu husus özellikle satıcı, sağlayıcı ve kredi veren karşısında daha güçsüz durumda bulunan tüketiciler bakımından karşımıza çıkmakta ve bu da haksız sözleşme koşulları kavramını doğurmaktadır. Haksız şart denildiğinde, satıcı ve sağlayıcının tüketici ile müzakere etmeden, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu, tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde dürüstlük ve doğruluk kurallarına aykırı düşecek şekilde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşulları aklımıza gelmektedir.

Bir sözleşmenin tüketici ile müzakere edildiği ifadesinden, bahsekonu sözleşmenin şartlarının ne anlama geldiği ve tüketici tarafından sözleşmenin içeriğine etki etme olanağına sahip olduğunun bilinmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Ancak bu şekilde taraflar arasında akdedilen sözleşmeyi, tüketicinin mevcut haliyle kabul ettiği varsayılabilir. Hukukumuzda sözleşmeler bakımından geçerli olan şekil serbestîsi ilkesinin, tüketici sözleşmeleri açısından da kural olarak korunduğu görülmektedir. Sözleşme serbestîsi ilkesi doğrultusunda kişinin öncelikle bir sözleşme yapıp yapmama konusunda serbest olduğu, ardından yapacağı bu sözleşmeyi dilediği kişi ile yapmakta serbest olduğu anlaşılmaktadır. Bu ilke aynı zamanda, sözleşmenin konusunun, tipinin ve şeklinin serbestçe tayin edilmesine olanak sağlamaktadır.

Tüketicinin taraf olduğu sözleşmelerde ya sözleşmenin şekli konusunda Kanunla gösterilen sözleşme tiplerinden birinin seçilmesi ya da özgürce taraflar arasında kararlaştırılan bir sözleşmenin akdedilmesi mümkündür. Ancak zaman içinde yukarıda da belirtildiği gibi tüketiciler ile akdedilen sözleşmelerin benzer mahiyette olması durumundan hareketle standart sözleşme tipleri ya da genel işlem şartları hüküm bulmaya başlamıştır. Bu şekilde önceden hazırlanan ve tüketici ile müzakere edilmeyen sözleşmeler, tarafların hak ve yükümlülükleri bakımından tüketici aleyhine sonuçların ortaya çıkmasına yol açmıştır. TKHK da tam bu noktada genel hükümler ile korunması hususunda yetersiz kalan tüketicilerin koruma altına alınması maksadıyla hayata geçmiştir.

Her nekadar TKHK genel işlem şartlarına ilişkin genel bir düzenleme içermese de, bu şartların en azından "haksız şart" niteliğini taşıdığı durumları kapsama alıp, tüketiciyi haksız şartlara karşı korumaktadır. Gerçekten de Kanunun 6 ncı maddesinde, sözleşmedeki haksız şartlar başlığı altında düzenlenen hüküm gereğince, tüketici sözleşmelerinde yer alan hususların haksız şart sayılabilmesi için tüketici aleyhine sonuçlar doğurması, standart sözleşmede yer alması veya önceden tek taraflı hazırlanıp sözleşme içeriğine dâhil edilmesi sebebiyle tüketicinin içeriğe etki edememesi ve iyiniyet kuralları ile bağdaşmayacak şekilde tüketici aleyhine dengesizliklere yol açması hususları aranmaktadır. Diğer taraftan sözleşmeye tek taraflı olarak dâhil edilen hükümlerin haksız şart olarak sayılabilmesi, sözleşmenin bir bütün olarak değerlendirilmesi ile yakından ilgilidir. Sözleşme bütün olarak tüketici lehine hususları içeriyorsa ve yapılan değişiklik bu hususlara zarar vermiyorsa haksız şarttan bahsetmek mümkün değildir. Sözleşme başka sözleşmeler ve hükümler ile bağlantılı ise ve bunlara atıf yapıyorsa bunlarla birlikte bir bütün olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Tüketici sözleşmeleri, haksız şartlar hakkında çıkarılan Yönetmelikte de açıkça düzenlediği şekilde, haksız şartlar bakımından kısmi butlanla malüldür. Haksız şartların sözleşmeden çıkarılması ile sözleşmenin geri kalan hükümleri sonuç doğuracaksa kısmi butlan söz konusudur. Fakat haksız şartlar olmaksızın tarafların kural olarak sözleşmeyi yapamayacakları kabul edildiği takdirde sözleşme tamamen batıl olacak, yani hüküm ve sonuçlarını baştan itibaren doğurmayacaktır.

Haksız şartlar sebebiyle sözleşmenin kısmi butlanı söz konusuysa, bu hükümler açısından tüketici bağlı sayılmayacaktır. Haksız şartların tüketiciyi bağlamaması nedeniyle sözleşmede meydana gelen boşluklar hâkim tarafından, Kanunun emredici ve tamamlayıcı hükümleri de dikkate alınarak doldurulur.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım

1. TKHK'da genel işlem şartları bakımından getirilen düzenleme hangi başlık altında gerçekleştirilmiştir?

a. Sözleşmedeki genel işlem şartları

b. Hukuki işlemdeki genel şartlar

c. Haksız fiildeki haksız şartlar

d. Sözleşmedeki haksız şartlar

e. Sözleşmedeki genel haksız şartlar

2. Genel işlem şartları ve standart sözleşme bakımından aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

a. Genel işlem şartları ve standart sözleşme aynı anlama gelir.

b. Standart sözleşmeler tarafların müzakeresi sonucunda akdedilir.

c. Genel işlem şartları, sözleşme taraflarından birince hazırlanıp, sözleşme içeriğine dahil edilir.

d. Genel işlem şartının kabulü ile sözleşme kurulmuş olur, genel işlem şartı başlı başına bir sözleşmedir.

e. Genel işlem şartları iltihaki sözleşme olarak adlandırılır.

3. TKHK'da yeralan haksız şartlara ilişkin düzenleme bakımından aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

a. Haksız şart ile genel işlem şartı kavramı eş anlamlı kulanılmıştır.

b. Haksız şart ile standart sözleşme kavramı eş anlamlı kullanılmıştır.

c. Haksız şart sadece tüketici sözleşmeleri değil, tüm sözleşme türleri bakımından taraflarının kim olduğuna bakılmaksızın düzenleme altına alınmıştır.

d. Bir koşulun taraflarca müzakere edilmemiş olması, o koşulun haksız şart olarak değerlendirilmesinde tek başına yeterli bir ölçüt değildir.

e. Sözleşmede mevcut koşulların haksız koşul sayılamayacağına ilişkin bir hüküm bulunması halinde o sözleşmede yer alan hiçbir koşul haksız koşul kabul edilemez.

4. TKHK, bir sözleşmede haksız koşul bulunması halinde kural olarak nasıl bir yaptırım öngörmüştür?

a. Yokluk

b. Kısmi iptal

c. Kısmi butlan

d. Kısmi eksiklik

e. Tazminat

5. TKHK ilk kez hangi yıl tüketici sözleşmelerindeki haksız şartlara ilişkin bir düzenleme getirmiştir?

a. 1995

b. 1998

c. 2000

d. 2003

e. 2005

6. Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmelik'e, TKHK'da satıcı ve sağlayıcı ifadelerinin yanına sözleşmenin tarafı olarak aşağıdakilerden hangisi eklenmiştir?

a. Borç alan

b. Borç veren

c. Kredi alan

d. Kredi veren

e. Üretici

7. TKHK'nun 6 ncı maddesinin 5 nci fıkrasına göre, sözleşmede yeralan bir standart şartın münferiden tartışılmış olduğunu ispat yükü aşağıdakilerden hangisine aittir?

a. Tüketici

b. Kredi alan

c. Satıcı veya sağlayıcı

d. Kiracı

e. Müvekkil

www.hedefaof.com

8. Sözleşmede yeralan bir haksız şartın geçersiz olduğu hususunu aşağıdakilerden hangisi ileri sürebilir?

a. Tüketici

b. Üretici

c. Satıcı

d. Sağlayıcı

e. Kredi veren

9. Kısmi butlan ile batıl olan bir haksız şart sebebiyle sözleşmede oluşan boşluk kim tarafından doldurulur?

a. Tüketici

b. Hâkim

c. Avukat

d. Satıcı

e. Kredi veren

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

a. Genel işlem şartları

b. Genel sözleşme

c. Standart sözleşme

d. Haksız koşul

e. Tek tarafa borç yükleyen sözleşme

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. d Yanıtınız yanlış ise "Genel işlem şartları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. c Yanıtınız yanlış ise "Genel işlem şartları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. d Yanıtınız yanlış ise "Tarafların hak ve yükümlülüklerinde tüketici aleyhine dengesizlik olması" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. c Yanıtınız yanlış ise "Haksız sözleşme koşullarının geçersizliği" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. d Yanıtınız yanlış ise "Genel işlem şartları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. d Yanıtınız yanlış ise "Genel işlem şartları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. c Yanıtınız yanlış ise "Koşulun tüketici ile müzakere edilmeden tek taraflı konulmuş olması" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. a Yanıtınız yanlış ise "Şekil şartı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. b Yanıtınız yanlış ise "İyiniyet (doğruluk ve dürüstlük) kurallarına aykırılık" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. c Yanıtınız yanlış ise "Genel işlem şartları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

www.hedefaof.com

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Günlük hayatımızda hemen hemen daima karşımıza çıkan ve neredeyse hepimizin mutlaka taraf olduğu standart sözleşmelerden biri, otobüs, tren veya uçak ile yolcu taşıma sözleşmesidir. Gerçekten de mutlaka hepimiz bu vasıtalardan en az biri ile muhakkak seyahat etmişizdir, ancak muhtemelen taraf olduğumuz sözleşmenin niteliğini hiç düşünmemişizdir. Oysa bu sözleşmelerde tüm koşullar önceden karşı tarafça (taşıyıcı) hazırlanmakta ve yolculuk yapmak isteyen kişi bu sözleşmeyi olduğu gibi kabul etmek ya da yolculuk yapmamak seçenekleri ile karşı karşıya kalmaktadır.

Bu niteliğe sahip bir diğer sözleşme de yine hepimizin taraf olduğu su veya elektrik abonelik sözleşmesidir.

Sıra Sizde 2

Genel işlem şartlarını yoğun olarak içeren ve hemen herkesin akdettiği sözleşmelerden biri kredi kartı sözleşmesidir. Bu sözleşmede kredi kartını tüketiciye veren banka önceden sözleşme koşullarından büyük çoğunu tek taraflı olarak hazırlar. Ancak sözleşmenin sınırlı bazı koşulları, örneğin kredi kartı limiti veya ödeme zamanları gibi müzakere ile kararlaştırılır. Genel işlem şartı içeren bir diğer sözleşme de tüketici kredisi sözleşmesidir.

Sıra Sizde 3

Hukukumuzda genel işlem şartlarının düzenlenmesi bakımından çok önemli bir gelişme gerçekleşmiştir. Bu düzenleme henüz yürürlüğe girmemekle birlikte TBMM tarafından kabul edilip Resmi Gazete yayınlanan yeni Türk Borçlar Kanunu ile getirilmiştir. TBMM tarafından 11.1.2011 tarihinde kabul edilen 6098 sayılı yeni Türk Borçlar Kanunu 4.2.2011 tarihinde 27836 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmış, ancak Kanunun 1.7.2012'de yürürlüğe gireceği düzenlenmiştir. Anılan Kanunun 20-25. maddeleri arasında genel olarak ve sadece tüketiciler ya da tüketici sözleşmeleri bakımından değil, tüm sözleşmeler bakımından "genel işlem koşulları" başlığı ile düzenleme yapılmıştır.

www.hedefaof.com

Yararlanılan Kaynaklar

Açıkgül, H.A. (2009). **Tüketici Hukukunda Haksız Şart Kavramı ve Sonuçları,** http://www.yayin.adalet.gov.tr/dergi/34say%C4%B1.pdf, (Erişim tarihi: 15.01.2012)

Aslan, İ.Y. (2004). **Tüketici Hukuku,** Bursa, Ekin Kitabevi.

Aslan, İ.Y. (2010). **Tüketici Hukuku Dersleri**, 3 ncü Baskı, Bursa, Ekin Kitabevi.

Çınar, Ö. (2009). Tüketici Hukukunda Haksız Şartlar. **İstanbul, On İki Levha Yayınları.**

Deryal, Y. (2008). **Tüketici Hukuku**, 2 nci Baskı, Ankara, Seçkin Yayınları.

Kırmızı, M. (2011). **Tüketici Hukuku**, İstanbul, Bilge Yayınevi.

www.hedefaof.com

5

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Tüketici kredisinin ne olduğu ve taraflarının kimler olduğunu tanımlayabilecek
- Tüketici kredisi kullanan tüketicilerin korunmasının önemini açıklayabilecek
- Tüketici hakları içinde tüketici kredisinin hangi haklar kapsamında yer aldığını tanımlayabilecek
- Banka ve finans kurumlarının kuvvetli yapıları karşısında tüketicinin nasıl korunacağını açıklayabilecek
- Dünyada ve ülkemizde tüketici kredisi kullananların korunma yollarının neler olduğunu açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Tüketici
- Tüketici kredisi
- Tüketicinin korunması
- Banka ve Finans Kurumları
- Tüketici kredisi sözleşmesi

İçindekiler

- Giriş
- Tüketici kredisi kavramı
- Tüketici kredisinin tanımı
- Tüketici kredisi türleri
- Hukuki niteliği
- Tüketici kredisinin unsurları
- Tüketici kredisi sözleşmesinde şekil
- Kredi verenin borçları ve hakları
- Kredi alanın borçları ve hakları

www.hedefaof.com

Tüketici Kredilerinde Tüketicinin Korunması

GİRİŞ

Tüketicinin korunması kavramı, çok geniş bir yelpazede, kişinin yaşamı boyunca tüketici sıfatı ile karşılaşacağı her işlemde, kendisinden genellikle daha güçlü ve özellikle ekonomik açıdan bağımsız üretici ve satıcılar karşısında ezilmemesi, kuvvetli durabilmesi ve aldatılmadan haklarına sahip çıkabilmesi anlamına gelmektedir. Tüketici kredileri de ekonomik bakımdan güçlü banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketlerinin tüketicilere özellikle tüketim amaçlı açmış oldukları kredilerdir. Başka bir ifade ile belli bir mal veya hizmeti tüketim amacı doğrultusunda satın almak ya da yararlanmak isteyen ancak içinde bulunduğu durum itibariyle yeterli maddi kaynağa sahip olamayan tüketicilere maddi destek sağlanması, banka, özel finans kuruluşu ve finansman şirketince açılan tüketici kredileri ile mümkün olabilmektedir.

Tüketici kredisi hem tüketiciler hem de bu krediyi kullandıranlar açısından büyük önem taşımaktadır. Tüketici kredisini kullanan tüketicilerin bir yandan alım gücü artarken diğer yandan kredi kullandırana karşı yükümlülükleri doğmaktadır. Kredi kullandıranlar bakımında da tüketici kredisi kullandırmakla bir takım haklar doğarken aynı zamanda bazı borçlar üstlenilmektedir. Tüketici kredisi kullandırma yoluyla, banka, özel finans kuruluşları veya finansman şirketleri hem ellerindeki paranın işletilmesine ve hem de kâr oranlarının yükseltilmesine olanak sağlamaktadır. Bütün bu hususlar ışığı altında öncelikle tüketicilerin korunması gözetilmeli ancak tüketiciler korunurken banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketlerinin zarar görmesini engelleyecek ve onları tüketici kredisi vermekten vazgeçirmeyecek tedbirler geliştirilmelidir.

Tüketici hakları içinde tüketici kredisi, ekonomik ve sosyal haklar arasında yer almaktadır. Tüketiciler çoğu zaman kullanmak istedikleri tüketici kredilerine ulaşmada banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketlerinin kendilerine sunduğu ağır mali ve hukuki koşulları kabul etmek zorunda kalmaktadır. Bu yüzden banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketleri karşısında zayıf ve istismara açık bir konumda bulunmaktadır. Tüketici kredisi kullananlar genellikle kendilerine banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketleri tarafından, okumaya bile fırsat bulamadan alelacele imzalattırılan, okunsa bile yeterli hukuki bilgiden yoksun olmalarından dolayı anlayamadıkları, ağır koşulların zorla kabul ettirilmesinden şikâyetçi olmaktadır. Bu nedenle tüketicinin korunması kavramı içinde tüketici kredisinin değerlendirilmesi, banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketlerinin güçlü yapıları karşısında tüketicilerin korunması hususunun kapsamlı olarak ele alınması gerekmektedir.

Bu aşamada belirtilmesi gereken önemli bir husus, ülkemizde giderek yaygınlaşan ve miktar olarak da artan bir kullanım alanına sahip tüketici kredileri bakımından getirilen temel yasal düzenlemenin 1995 yılında çıkarılan TKHK ile getirilmiş olduğudur. TKHK öncelikle 10 uncu maddede genel olarak tüketici kredisi düzenlemiş, ardından TKHK kapsamında 2003 yılında yapılan yasal değişikliklerle 10/A maddesi eklenerek esasen bir tüketici kredisi türü olan kredi kartları da önemli bir düzenlemeye kavuşturulmuştur. 2007 yılında ise 5582 sayılı kanunla bir ekleme daha yapılmış ve yine bir tüketici kredisi türü olarak uygulama "mortgage" diye anılan konut finansman sözleşmeleri 10/B maddesi ile düzenlemeye kavuşturulmuştur. Her ikisi de başlı başına büyük önem taşıyan ve ayrı bir inceleme konusu olan kredi kartları ile konut finansman sözleşmelerine bu bölümde zaman zaman değinilmekle birlikte, konu genel anlamda tüketici kredileri ile sınırlandırılacak ve bu iki ayrı konu özel olarak ele alınmayacaktır.

www.hedefaof.com

TÜKETİCİ KREDİSİ

Tüketici kredisi denildiğinde, aklımıza ilk gelen husus genel olarak alım gücü yeterli olmayan tüketicilerin, ekonomik açıdan güçlü banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketlerinin yardımı ile tüketime yönelik alım gücüne sahip olmasını sağlayan bir işlemdir. Bütün dünyada tüketici kredileri ya bankalar ya banka benzeri faaliyetler yürüten özel finans kuruluşları ya da finansman şirketleri tarafından verilmektedir. Verilen farklı türdeki krediler, kredinin verilme amacına göre çeşitli şekillerde adlandırılmakta, otomobilden, ev eşyası, sağlık, eğitim ve tatile kadar hatta konut alımını da dâhil olmak üzere farklı biçimlerde kullanıma sunulmaktadır.

Tüketici Kredisinin Tanımı

Tüketici kredisine ilişkin farklı ülke kanunlarında ve doktrinde kabul görmüş tek bir tanım mevcut değildir. Her ülkede ve doktrinde yapılan tanımlarda tüketici kredisi farklı yönleri ile ele alınmış ve bu özelliklerini öne çıkaracak tanımlamalar yapılmaya çalışılmıştır. Örneğin, İsviçre Tüketici Kredisi Kanununda; "tüketici kredisi sözleşmesi, öyle bir sözleşmedir ki kredi veren, kredi alana belli bir vade ile veya bir ödünç şeklinde veya herhangi bir mali yardım amacıyla kredi verir veya kredi vermeyi taahhüt eder" şeklinde kaleme alınmıştır. 1986 tarihli Avrupa Birliği Direktifi ise tüketici kredisi sözleşmesini, bir kredi verenin, bir tüketiciye ödemenin geriye bırakılması, ödünç verilmesi veya başka benzeri mali destek verilmesini taahhüt ettiği ya da taahhüt etmeyi vaad ettiği bir anlaşma olarak tanımlamıştır.

Ülkemizde Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un, tüketici kredisini düzenleyen 10 ncu maddesinde çok kapsamlı olmamakla birlikte kısa bir tüketici kredisi tanımının verildiği görülmektedir. Buna göre, "Tüketici kredisi, tüketicilerin bir mal veya hizmet edinmek amacıyla kredi verenden nakit olarak aldıkları kredidir." Ayrıca yine aynı madde ile aynı Kanun'un 3 üncü maddesinde verilen tanımlar incelendiğinde, tüketici kredisini verebilecek kurumun mevzuatları gereği kredi vermeğe yetkili olan banka, özel finans kuruluşu ve finansman şirketi olabileceği anlaşılmakta, verilen kredinin bir mal veya hizmeti satın almak ya da elde etmek amacıyla kullanılabileceği açıkça belirtilmektedir.

Buna ilave olarak TKHK'da genel tanımların yer aldığı 3 ncü maddede açıklanmaya çalışılan tüketici kavramı, bir mal veya hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişiyi işaret etmektedir. Diğer bir ifade ile Kanun kapsamında, tüketici kredisi kullanacak tüketicilerin gerçek veya tüzel kişi olması kural olarak mümkündür.

Bütün bu yukarıda sayılan tanımlamalardan yola çıkarak tüketici kredisini, herhangi bir mal veya hizmetin satın alınması, tedarik edilmesi amacıyla ve mutlaka ticari ve mesleki amaçlar dışında yararlanmak kaydıyla gerçek veya tüzel kişilere -onlara duyulan kişisel güven ve gelir ile mal varlıksal durumları dikkate alınarak-, banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketleri tarafından, nakit olarak önceden belirlenmiş koşullarla geri ödenmek üzere verilen kredi olarak tanımlayabiliriz.



Ülkemizde, günümüzdeki anlamı ile tüketici kredisi ilk kez ne zaman verilmiştir?

Tüketici Kredisi Türleri

Bir mal veya hizmetin sağlanmasında karşımıza çıkan, tüketicinin kişisel tüketimini finanse etmek amacıyla aldığı tüm kredi türleri, tüketici kredisi kapsamına girmektedir. Kişilerin mesleki ve ticari amaçlarla aldığı krediler ise bu kapsamın dışında kalmaktadır. Görüldüğü üzere çerçevesi çok geniş olarak çizilen tüketici kredisi kavramı, bünyesinde farklı görünümlerde ve farklı boyutlarda kredi türlerini barındırmaktadır. Bu kredilerin zaman içinde daha da çeşitlendiği gözlemlenmektedir.

Bütün bu nedenlerden dolayı tüketici kredisi türlerini sınıflandırırken pek çok kriterden hareketle farklı sınıflandırmalar yapmak mümkündür. Örneğin tüketici kredileri, mal alımına yönelik ve hizmet alımına yönelik krediler olarak ikiye ayrılabileceği gibi mal alımına yönelik tüketici kredileri de birçok alt başlığa ayrılabilir. Tüketici kredisi, kredi veren banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketleri tarafından satın alınacak malla ilgili sınırlamalar konulmadan, tüketicinin herhangi bir ihtiyacını

www.hedefaof.com

karşılamak maksadıyla doğrudan verilecek kredi şeklinde olabileceği gibi, otomobil, beyaz eşya, mobilya gibi belirli malların alımı için verilecek kredi şeklinde de olabilir.

Tüketici kredisi türlerini tam olarak ortaya koyabilmenin en doğru yolunun "kredi verene" göre bir sınıflandırma yapmaktan geçtiği kabulünden hareketle, ya "satıcı" ile "tüketici" arasında kurulacak ikili bir ilişki çerçevesinde gerçekleştiğini, ya da "finans kuruluşu" (banka, özel finans kuruluşu veya finansman şirketi), "tüketici" ve "satıcı" arasında tesis edilecek üçlü bir ilişki şeklinde ortaya çıktığını görmekteyiz. İkili ilişki sonucunda verilen tüketici kredisinin aslında basit taksitli satışlara ilişkin sözleşmenin kurulması ile verildiği, üçlü ilişki çerçevesinde tüketicilere kredi verilmesi durumunda da karşımıza banka ve finans kuruluşlarınca verilen ve günümüzdeki modern anlamı ile "tüketici kredisi" adını verdiğimiz kredi türü çıkmaktadır.

Bu bağlamda, tüketici kredisi, serbest (nakdi) tüketici kredisi ve bağlı tüketici kredisi olmak üzere iki gruba ayrılarak incelenebilir. Serbest tüketici kredisi, kredi veren tarafından herhangi bir kullanma kısıtlaması getirilmeksizin doğrudan nakit olarak verilebileceği gibi, kredili mevduat hesabı şeklinde de verilebilir. Bu sebeple, serbest tüketici kredilerini de iki başlık altında toplayabiliriz.

Doğrudan nakit olarak verilen tüketici kredileri, bu kredi türünde kredi veren, verdiği kredinin kullanımını tamamen tüketiciye bırakmaktadır. Tüketiciye doğrudan nakit olarak verilen bu kredide ya kredinin belli bir mal veya hizmetle hiçbir bağlantısı yoktur ya da mal veya hizmet belirlense bile kimden ve nasıl alınacağı hususları tamamen tüketiciye bırakılmıştır.

Kredili mevduat hesabı, kredi veren açısından verilen kredinin her türlü mal veya hizmet alımı ve tedariki için herhangi bir açıklama aranmaksızın verilen kredidir. Bu kredi hesabına sahip olan tüketici, para çekmek istediğinde eğer hesabında yeterli bakiye bulunmuyorsa, önceden kredi veren tarafından belirlenmiş bir limit dâhilinde hesabını eksi bakiyeye indirerek, kredi kullanabilmektedir.

Bağlı tüketici kredilerini ise, tedarik kredisi ve finanse edilmiş taksitle satım olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür.

Tedarik kredisi türünde kredi veren ile tüketici arasında ikili bir ilişki söz konusudur. Bu kredi türünde, kredi alan tüketicinin, krediyi belli bir mal veya hizmeti edinmek üzere kullanması gerekmektedir. Diğer bir ifade ile kredi veren krediyi, belli bir mal ve hizmetin finansmanı için sağlamaktadır. Ancak burada kredi veren ile satıcı ya da hizmet sunan arasında herhangi bir sözleşme söz konusu değildir. Mal veya hizmetin kimden karşılanacağı hususu tamamen tüketiciye bırakılmıştır.

Finanse edilmiş taksitle satımda, tüketicinin satıcı veya hizmet sunana borçlanmış olduğu bedeli, tüketici yerine bir kredi kurumu ödemektedir. Basit taksitle satımda ikili bir ilişki söz konusu iken, finanse edilmiş taksitle satımda karşımıza üçlü bir ilişki çıkmaktadır. Banka ile satıcı arasında akdedilen sözleşme "çerçeve sözleşme", satıcı ile tüketici arasında akdedilen "satım sözleşmesi" ve tüketici ile banka arasında akdedilen "tüketici kredisi sözleşmesi"dir.



Tüketici kredisi sözleşmelerinden tüketicinin korunması ve tüketici hukuku ile ilgili olarak Prof.Dr.İ.Yılmaz ASLAN'ın "Tüketici Hukuku" adlı kitabını okuyabilirsiniz.

Hukuki Niteliği

Günümüzde modern anlamda tüketici kredisinin ulaştığı en son safhada üçlü ilişki çerçevesinde verilen kredi türünü tüketici kredisi olarak kabul etmemiz mümkündür. Bu kredilendirme sisteminde tüketicinin, satıcı tarafından değil üçüncü bir kişi -banka, özel finans kuruluşu ve finansman şirketi- tarafından kredilendirilmesi söz konusudur. Genellikle kredi kuruluşu olarak adlandırılan banka, özel finans kuruluşu veya finansman şirketi, tüketiciye kredi açarak onun peşin paraya sahip olmasını ve bu parayı kullanarak mal veya hizmet satın almasını sağlamaktadır. Belirtilen bu tür kredi, tüketici kredisinin en önemli türlerinden biri olmakla beraber, tüketici kredileri farklı görünümlerde de karşımıza çıkabilmektedir. Üçlü işlemlerde en ayırt edici özellik, tüketici kredisi sözleşmesinin kredi kuruluşu yani

www.hedefaof.com

kredi veren ve tüketici arasında yapılmasıdır. Satım ya da hizmet sözleşmesi ise üretici veya satıcı ile tüketici arasında akdedilmektedir.

Tüketici kredisi sözleşmesi, TKHK'nun 1995 yılında yürürlüğe girmesinden önce ne Borçlar Kanunu ne de başka bir kanunla düzenlenmediği için isimsiz (atipik) sözleşme olarak nitelendirilmekteydi. Ancak TKHK'nun 10 ncu maddesi ile tüketici kredisinin düzenlenmiş olması, artık tüketici kredisi sözleşmesini isimsiz sözleşme olmaktan çıkarmıştır. Tüketici kredisi, TKHK'da ismen zikredilmiş, özellikle uygulamada tüketiciler açısından sorun yaratan yönleri kısmen düzeltilmeye çalışılmıştır. Belirtilen bu nedenlerden dolayı tüketici kredisi sözleşmesinin isimsiz sözleşme olma özelliği kalmamıştır.

Tüketici kredisi sözleşmesi rızai ve tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşmedir. Bazı yönleri ile kredi açma sözleşmesine benzer iken bazı yönleri ile de ödünç sözleşmesi ile benzeşmektedir. Ancak tam anlamı ile tüketici kredisi sözleşmesini ödünç veya kredi açma sözleşmesi olarak nitelendirmek mümkün değildir. TKHK'nun yürürlüğe girmesi ve Kanunda ismen zikredilmesi nedeniyle artık tüketici kredisi sözleşmesini kendine özgü yapısı olan sözleşme olarak adlandırmak yerine isimli ve bağımsız bir sözleşme olarak nitelendirmek yerinde olacaktır. TKHK'da tüketici kredisi sözleşmesinin bütün unsurlarının saptanmadığı gerçeğinden hareketle, tüketici kredilerine öncelikle TKHK'nun uygulanacağı, eksik ve yetersiz kalan yerler bakımından da sözleşmenin bünyesine uygun düştüğü oranda Borçlar Kanunun ödünç sözleşmesine ait hükümlerinin örnekseme yolu ile uygulanması gerekmektedir.



Ülkemizde son zamanda Bakanlıkların yeniden yapılanması sürecinde "Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü" adını alan teşkilatın hangi Bakanlık bünyesinde görev yaptığını biliyor musunuz?

Tüketici Kredisinin Unsurları

Sözleşmenin tarafları; tüketici kredisi sözleşmesi, ister serbest kredi ister bağlı kredi olsun, kredi alan yani tüketici ile kredi veren arasında akdedilen bir sözleşmedir. Dolayısıyla her iki tür tüketici kredisi sözleşmesinin de kredi alan ve kredi veren olmak üzere iki tarafı vardır.

Kredi alan; tüketici kredisi sözleşmesinde kredi alan, kredi verenden kredi alıp kullanacak olan kişi yani tüketicidir. Tüketicinin kim olduğuna ilişkin uluslararası mevzuatta tam olarak bir açıklık getirilmiş olmasına rağmen, TKHK'da bu konuda bir netlik bulunmamaktadır. TKHK'nun 3 (e) maddesinde; "Tüketici, bir mal veya hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişi" denilmek suretiyle tüzel kişilerin de tüketici kredisi sözleşmesinin tarafı olabileceği kabul edilmektedir. TKHK, alınacak olan mal ve hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinmekten bahsetmekle, tüzel kişilerin ticari veya mesleki amaç taşıyan herhangi bir işleminin Kanunun kapsamı dışında kalacağına şüphe yoktur. Burada önemli olan husus, tüzel kişinin mesleki veya ticari amaç taşımayan bir faaliyette bulunması durumunda TKHK kapsamında değerlendirilip değerlendirilmeyeceği hususudur. Özellikle tacir niteliği taşımayan dernek veya vakıf yönetiminin bir mal veya hizmeti, mesleki olmayan amaçlarla satın alarak kullanmaları durumunda TKHK hükümlerinden yararlanabileceği anlaşılmaktadır. Buna karşı tacir niteliği taşıyan ticaret şirketlerinin tüm iş ve işlemleri Türk Ticaret Kanunu gereği ticari iş sayıldığından ticaret şirketlerinin TKHK hükümlerinden tüketici sıfatı ile yararlanması mümkün görülmemektedir.

Yukarıda belirtilen hususlar özetlenecek olursa, hukukumuz açısından kredi alanın kural olarak tüketim amacı ile herhangi bir mal veya hizmeti satın almak isteyen gerçek kişiler olması gerekmektedir. Ancak TKHK'da hüküm altına alındığı üzere istisnaen de olsa hakkaniyet gereği, satın alınan mal veya hizmeti ticari veya mesleki amaçlar dışında, yine tüketim amacıyla talep eden tüzel kişilerin de kredi alan olarak nitelendirildiği anlaşılmaktadır.

Kredi veren; tüketici kredisi sözleşmesinin karşı tarafını genellikle bir krediyi mesleki veya ticari olarak veren tüzel veya gerçek kişi oluşturmaktadır. Burada kredi verenin gerçek veya tüzel kişi olması mümkündür. Ancak kredi verenin kredi sağlama işini mesleki olarak yerine getirmesi veya ticari amaçlar doğrultusunda yapıyor olması aranmaktadır. TKHK'un 3 üncü maddesi (k) bendinde açık bir

www.hedefaof.com

tanımlamayla; "Kredi veren, mevzuatları gereği tüketicilere nakit kredi vermeye yetkili olan banka, özel finans kuruluşu ve finansman şirketlerini" işaret etmiştir.

3 üncü maddede (k) bendinde zikredilen banka, Bankalar Kanununa göre kurulmuş tüzel kişidir. Maddenin devamında yer alan özel finans kuruluşu ve finansman şirketleri ibaresi ise mevzuatları gereği tüketicilere kredi veren her türlü tüzel kişiyi kapsayacak şekilde anlaşılmaktadır.

Sözleşmenin konusu; tüketici kredisi sözleşmesinin konusunu bir miktar paranın kredi olarak tüketiciye verilmesi oluşturmaktadır. Burada amaç tüketici tarafından bir malın satın alınması ya da bir hizmetin sağlanmasıdır. TKHK'nun 10 ncu maddesinde; "tüketici kredisi, tüketicilerin bir mal veya hizmet edinmek amacıyla kredi verenden nakit olarak aldıkları kredi" denilmek suretiyle herhangi bir ayırt edici ölçüt getirmediği ve tüketicinin taraf olduğu her türlü mal ve hizmet edinmek maksadıyla kullanılan kredinin "tüketici kredisi" olarak adlandırılmasının mümkün olduğu anlaşılmaktadır.

10 ncu maddede geçen mal ve hizmet kavramları ise Kanunun 3 ncü maddesinde açıkça tanımlanmıştır. Anılan maddeni (c) bendine göre mal; alış-verişe konu olan taşınır eşya, konut ve tatil amaçlı taşınmaz mallar ve elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri gayri maddi mal anlamına gelmektedir. Yine aynı maddenin (d) bendinde ise hizmet, bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan mal sağlama dışındaki her tür faaliyeti ifade edecek şekilde tanımlanmıştır.

Sözleşmenin konusu bakımından incelenmesi gereken bir başka önemli husus ise bir kredinin tüketici kredisi olarak adlandırılabilmesi için mutlaka bir mal satın alınması veya bir hizmet temin edilmesi amacına yönelik olmasıdır.

Tüketici kredisinin, TKHK kapsamında "nakit" para olarak açıkça ifade edilmesi, sözleşmenin diğer konusunu oluşturmaktadır. Krediye konu olan nakit paranın fiilen kime ödendiğinin önemi yoktur. Akdedilen sözleşme gereğince, tüketicinin onayını müteakip, satıcı veya hizmet sağlayıcıya doğrudan finans kuruluşları tarafından ödenen nakit krediler de tüketici kredisi kapsamındadır.

TKHK'nun 10 ncu maddesinde sözleşmede yer alması gereken hususlar arasında sayılan ve (ı) maddesinde açıkça düzenlenen, tüketici kredisinin yabancı para birimi cinsinden kullandırılması durumunda, geri ödemeye ilişkin taksitlerin ve toplam kredi tutarının hesaplanmasında, hangi tarihteki kurun dikkate alınacağına ilişkin şartlar bağlamında yabancı para cinsinden de tüketici kredisi verilebileceği hüküm altına alınmıştır.

Teminatlar; teminatın en önemli fonksiyonu, bankanın kredi vermekle üstlendiği riskin azaltılmasıdır. Tüketici kredisi sözleşmesinin teminatını da doğal olarak borçlunun elinde hâlihazır bulunan mevcut mal varlığı ve ileride elde edeceği muhtemel gelirler oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra üçüncü bir kişinin de kendi mal varlığını ortaya koyarak kredi kullanan tüketiciye kefil olması mümkündür. Bu noktada da TKHK önemli bir koruma sağlamakta ve kefaleti adi kefalet hükümlerine tabi tutmaktadır. Çeşitli teminat türlerinden birinin seçilmesi söz konusudur ve genellikle bu seçim güçlü konumda bulunan kredi veren tarafından yapılmaktadır.

Kredi sözleşmesi, banka, özel finans kuruluşu veya finansman şirketi ile müşteri arasında kurulan ilişkiye ve özellikle kredi verenin müşterisine duyduğu güvene dayanılarak akdedilmektedir. Uygulamada bu bakımdan teminat alınmadan akdedilen kredi sözleşmeleri de yapılmaktadır. Bu ayrımdan yola çıkarak teminat alınmadan yapılan işlemleri "açık krediler", teminat alınarak yapılan işlemleri ise "teminatlı krediler" olarak adlandırmak mümkündür. Teminatlı tüketici kredilerinde; şahsi teminat, taşınır veya taşınmaz teminatı ile bono ve kredi hayat sigortası şeklinde oldukça değişik teminat türleri karşımıza çıkmaktadır.

TKHK'nun 10 ncu maddesinin son bendinde, kredi verenin, ödemeleri bir kıymetli evraka bağlaması ya da krediyi kıymetli evrak kabul etmek suretiyle teminat altına almasını açıkça yasaklamıştır. Bu yasağa rağmen tüketiciden bir kıymetli evrak alınacak olursa, tüketici bu kıymetli evrakı kredi verenden geri istemek hakkına sahiptir. Bununla birlikte, kredi veren, kıymetli evrakın ciro edilmesi sebebiyle tüketicinin uğradığı zararı tazmin etmekle de yükümlü tutulmuştur.

www.hedefaof.com

Tüketici Kredisi Sözleşmesinde Şekil

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 10 ncu maddesinin 1 nci fıkrasında, tüketici kredisi sözleşmelerinin yazılı olarak yapılması ve bu sözleşmenin bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunlu kılınmıştır. Maddenin devamında, yazılı olarak akdedilen sözleşmede mutlaka yer alması gereken hususlar zikredilmiştir.

Buna göre sözleşmede;

a. Tüketici kredisi tutarı,

b. Faiz ve diğer unsurlarla birlikte toplam borç tutarı,

c. Faizin hesaplandığı yıllık oran,

d. Ödeme tarihleri, anapara, faiz, fon ve diğer masrafların ayrı ayrı belirtildiği ödeme planı,

e. İstenecek teminatlar,

f. Akdi faiz oranının yüzde otuz fazlasını geçmemek üzere gecikme faizi oranı,

g. Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları,

h. Kredinin vadesinden önce kapatılmasına ilişkin şartlar,

i. Kredinin yabancı para birimi cinsinden kullandırılması durumunda, geri ödemeye ilişkin taksitlerin ve toplam kredi tutarının hesaplanmasında, hangi tarihteki kurun dikkate alınacağına ilişkin şartlar yer alır, denilmektedir.

Yukarıda sayılan hususlara ilave olarak, 1.8.2003 tarihli ve 25186 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "Tüketici Kredilerinde Erken Ödeme İndirimi ve Kredinin Yıllık Maliyet Oranını Hesaplama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik"in 8 nci maddesinde yer alan "Yıllık maliyet oranının" da kredinin tüketiciye verildiği tarihte, yönetmelikte belirtilen bedeller hariç tutulacak şekilde hesaplanarak sözleşmede gösterileceği düzenlenmiştir.

Kanunda ve Yönetmelikte açıkça belirtilen ve yukarıda sayılan hususların sözleşmede yer almaması durumunda yaptırımın ne olacağı konusu TKHK'da 6 ıncı maddenin 6 ıncı fıkrasında düzenlenmiştir. Öncelikle belirtilmesi gereken husus yazılı şekil koşulu, Borçlar Kanunu anlamında bir geçerlilik şekli olup, uyulmaması halinde genel olarak şekle aykırılığa ilişkin hükümlerin uygulanması gereğidir. Buna göre yazılı şekilde akdedilmeyen bir tüketici kredisi sözleşmesi kesin hükümsüz (batıl) olacaktır. Ayrıca TKHK 6 ıncı maddede belirtildiği gibi sözleşmenin en az oniki punto ve koyu siyah harflerle düzenlenmesi gerekmektedir. Buna aykırılık TKHK'un 25 nci maddesinde belirtilen idari cezalar kapsamında, yükümlülüklerini yerine getirmeyenler hakkında idari para cezasına tabi tutulmuştur. Son olarak 10 uncu maddede sayılan hususlara sözleşmede yer verilmemesi 6 ıncı madde gereği sözleşmenin geçerliliğini etkilemeyecek, sözleşmede bulunması gereken şartlardaki eksiklik kredi veren tarafından doldurulacaktır. Ancak 6 ıncı madde hükmünün mutlak olarak bu şekilde yorumlanması bize göre mümkün değildir. Nitekim örneğin bir tüketici kredisi tutarı sözleşmede belirlenip düzenlenmemişse bunun tek yanlı olarak kredi veren tarafından doldurulması ve tüketicinin uymak zorunda bırakılması tüketici lehine değildir. Dolayısıyla bu hükmün tüketici lehine yorumlanması ve sözleşmenin esaslı unsuru niteliğini taşıyan koşullardaki eksikliğin taraflar bir arada ayrıca düzenleme yapmadığı sürece sözleşmeyi kesin hükümsüz kılması; diğer koşullardaki eksikliğin ise kredi veren tarafından tamamlanarak sözleşmenin ayakta tutulması yerinde olacaktır.

Kredi Verenin Borçları

Hukukumuzda kredi veren, mutlaka mevzuatları gereği tüketicilere nakit kredi vermeye yetkili olan banka, özel finans kuruluşu veya finansman şirketi olmalıdır. Bunun dışında kalan herhangi bir gerçek ya da tüzel kişinin TKHK gereğince "kredi veren" olarak adlandırılması mümkün değildir. Tüketici kredisi sözleşmesinde, öncelikle borcunu ifa etmesi gereken taraf kredi verendir. Kredi verenin en önemli borcu da kuşkusuz sözleşmenin konusunu oluşturan "kredi"dir. Kredi veren, taraflarca kararlaştırılmış olan bir miktar parayı kredi alana vermesi gerekmektedir. Kredi veren bu borcunu ifa etmediği sürece, kredi alanın herhangi bir borcu doğmayacağı gibi, kredi verenin de herhangi bir hakkı doğmayacaktır.

www.hedefaof.com



23.2.1995 tarihli ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, 6.3.2003 tarihli ve 4822 sayılı Kanun ile değişikliğe uğramıştır. Yapacağınız araştırmalarda yeni tarihli değişikliklere dikkat etmeniz gerekmektedir.

Kredi Konusunu Teslim Borcu

Burada kredi sözleşmesinin konusu belli bir miktar paradır. Kredi verenin ilk ve en önemli borcu da kredinin konusunu teşkil eden paranın teslim borcudur. Tüketici kredisi sözleşmesi ile kararlaştırılan miktarın tam olarak kredi alana teslim edilmesi zorunludur. Kredi alan kural olarak nakdi krediler bakımından tüketicidir. Kredi veren, sözleşmenin konusunu olan krediyi doğrudan tüketiciye teslim ederek bu borcundan kurtulur. Ancak bazı durumlarda, tüketici kendi tercihine bağlı olarak kredinin kendisine değil de üçüncü bir kişiye ödenmesini isteyebilir. Bu durumda tüketicinin, banka veya finans kurumuna mutlaka talimat vermesi gerekmektedir.

Nakdi kredilerde durum yukarıda açıklandığı şekilde işlerken, bağlı krediler bakımından kredinin ödenmesi farklı bir özellik taşımaktadır. Bağlı kredinin doğrudan kredi alana ödenmesi mümkün değildir. Çünkü bağlı kredide kredi veren ile satıcı/hizmet sunan arasında bir ilişki mevcuttur. Esasen, banka özel finans kuruluşu veya finansman şirketi ancak tüketicinin almak isteği mal ve hizmeti, belli bir satıcıdan almayı kabul etmesi durumunda tüketici ile kredi sözleşmesi yapmaktadır. Aksi takdirde bağlı kredinin verilmesi söz konusu olamaz.

Kredinin verileceği yer genellikle sözleşmede belirlenir. Bu yer uygulamada da sıkça görüldüğü üzere banka, özel finans kuruluşu veya finansman şirketinin kredi işlemini yapan şubesidir. BK 73/1 çerçevesinde para borçları alacaklının ikametgâhında ifa edilir genel kuralı, tüketici kredisi sözleşmeleri için fiilen ve hemen hemen imkânsızdır. Bu sözleşmede alacaklı konumunda olan tüketicidir. Kredi veren çok sayıda tüketiciye kredi olanağı sağlamasından dolayı, her birini takip ederek onların ikametgâhlarında borcunu ifa etmesi olanaksızdır. Tüm bu nedenlerden dolayı taraflar açıkça iradelerini belli etmeseler de genel kuralın tersine yöneldiği kabul edilir.

Kredi Şartlarının Tüketici Aleyhine Değiştirilememesi

TKHK'nun 10 ncu maddesi gereğince, taraflar arasında akdedilen sözleşmede öngörülen kredi şartları, sözleşme süresi içerisinde tüketici aleyhine değiştirilemez. Diğer bir ifade ile kredi şartları taraflarca bir kez kabul edilip akdedildikten sonra artık taraflar arasında geçerli kredi şartları, sözleşmenin zayıf tarafı konumundaki tüketici aleyhine değiştirilmesi mümkün değildir. Kanun koyucu bu koşulun sözleşme metnine konulmasını zorunlu tutmamış, metinde yer alsa da almasa da tek taraflı ve tüketici aleyhine sözleşmede yapılabilecek bütün değişiklikleri açıkça yasaklamıştır. Bu hüküm emredici bir hükümdür. Ayrıca yine TKHK'nun 25 nci maddesi ile bu yasağa uymayan banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketleri aleyhine idari para cezası da öngörmüştür.

TKHK'nun 10 ncu maddesinin getirdiği değişiklik yapma yasağı sadece tüketici aleyhine yapılacak değişiklikleri içermektedir. Bu noktadan hareketle, kredi sözleşmesinde yer alan koşulların tüketici lehine değiştirilebileceği hatta bu maksatla yapılan değişikliklerin Kanunun amacına da tam olarak hizmet ettiği ifade edilebilir. Kanun ile tüketicinin korunması bağlamında yapılacak değişiklere izin verilmesi yerinde bir düzenleme olmuştur.

Mal veya Hizmetin İfasında Ortaya Çıkan Eksikliklerden ve Ayıplı Mal ve Hizmetlerden Sorumluluk

Nakdi krediler ya da diğer adı ile serbest krediler açısından olaya yaklaştığımızda tüketici, satın almak isteği mal veya hizmet ile bunu sunan satıcı ve hizmet sunanı serbestçe seçme hakkına sahiptir. Banka veya finans kuruluşuna danışmadan istediği kişi ile sözleşme yapabilir. Bu durumda kişi kendi seçiminin sonucuna katlanmalıdır. Malın veya hizmetin hiç ifa edilmemesi veya ayıplı çıkması durumunda kredi veren banka, özel finans kuruluşu veya finansman şirketinin sorumlu tutulması beklenemez. Tüketici, banka veya finans kuruluşlarının kendiliğinden, geri ödeme koşullarında bir kolaylık yapmadığı sürece satıcı veya hizmet sunanla arasındaki ilişki ne olursa olsun kredi geri ödemelerini aksatmadan yapmalı ve

www.hedefaof.com

tüketici kredisi sözleşmesinin gereklerini yerine getirmelidir. Nakdi krediler söz konusu olduğunda, aralarındaki ilişki alım-satım ilişkisinden bağımsız, başlı başına bir sözleşmedir.

Ancak bağlı krediler bakımından durum farklıdır. Bu kredilerde her ne kadar tüketici kredisi sözleşmesi ile satım sözleşmesi birbirinden bağımsız sözleşmeler olsa da birinin yerine getirilmediğinde diğerinin gerçekleşmeyeceği açıktır. Bağlı kredilerde, kredi veren, tüketiciye krediyi ancak kendisinin göstereceği satıcı veya hizmet sunan ile sözleşme yapması veya kendisinin göstereceği mal veya hizmeti edinmesi halinde vermektedir. Tüketiciye seçim hakkı tanınmamıştır.

TKHK ile getirilen banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketlerinin, belirli bir satıcı veya hizmet sunan ile "müştereken ve müteselsilen sorumlu" tutulmaları şeklindeki düzenleme, ayıplı mal ve hizmetler bakımından son derece isabetli olmuştur. Bu noktada belirtilmesi gereken önemli husus 2003 yılında gerçekleşen TKHK değişikliklerinden önce kredi verenin sorumluluğunun sanki sadece ayıplı mal ve hizmetler sebebiyle sınırlı olması gibi 10 uncu maddenin kaleme alınmış olmasıydı. Oysa 2003 değişiklikleri kapsamında bu sorun giderilmiş ve kredi veren mal veya hizmetin hiç ifa edilmemesinden veya eksik ifasından da sorumlu kılınmış, ancak bu sefer 10 uncu madde metninde ayıplı olma durumu hiç kaleme alınmamıştır. Bununla birlikte ayıp sebebiyle sorumluğu düzenleyen 4 üncü maddeden kredi verenin de müteselsil sorumluluğu açıkça anlaşıldığından tüm hususların kapsandığı bir gerçektir.

Bu yasal düzenleme öncesinde, kredi veren banka, özel finans kuruluşu veya finansman şirketi, genellikle daha ucuz ancak kalitesi düşük mal veya hizmet üreten satıcılarla anlaşmakta ve kredi alanı bu kişilerle satım sözleşmesi yapma mecburiyetinde bırakmaktaydı. Söz konusu mal veya hizmetlerin ayıplı ifa edilmesi, hiç ifa edilmemesi veya eksik ifa edilmesi durumunda tüketici, kredi verene gidememekte sadece satıcıya başvurabilmekteydi. Bu düzenleme sayesinde, kredi veren, bağlantı kuracağı satıcı veya hizmet sunanı dikkatli bir şekilde seçme, etkili bir şekilde denetleme ve kaliteli mal veya hizmeti satıp/sunmasını zorlama yükümlülüğü altına girmiştir.

Sorumsuzluk Kaydı Koymama Yükümlülüğü

Kredi verenin sorumsuzluk kaydı koymama yükümlüğü, sadece bağlı krediler açısından geçerlidir. Bu yükümlülük, bağlı kredi dolayısıyla mal ve hizmetin hiç ifa edilmemesi ya da ayıplı çıkmasından doğan sorumluluğun bir uzantısı durumundadır. TKHK'nun 10 ncu maddesi çok açık ve emredici bir nitelik taşımaktadır. Bu nedenle, bağlı tüketici kredisi sözleşmelerinde, kredi veren, mal veya hizmetin hiç ifa edilmemesi ya da ayıplı çıkmasından dolayı sorumlu olamayacağına dair sözleşmeye hüküm koyarsa, diğer bir ifade ile sorumsuzluk kaydı getirirse, bu hükümler geçersiz olacak ve sözleşme bu hüküm yokmuş gibi değerlendirilecektir.

Kredi Verenin Aldığı Teminatları İade Borcu

Kredi veren, kredinin geri ödenmeme riski karşısında genellikle teminat alma yoluna başvurmaktadır. Kredi sözleşmesinin bitiminde eğer tüketici ödemelerini tam ve zamanında yerine getirmiş ise kredi verenin, aldığı bu teminatları tüketiciye iade etmesi gerekmektedir. Her ne kadar mevzuatta bu yönde bir hüküm mevcut olmasa da, yapılan işlemin doğal bir sonucu olarak iadenin mutlaka yapılması zorunludur. Çünkü artık kredi veren, verdiği kredi karşılığı ödemelerini tüketiciden geri almış, tüketiciden bir alacağı kalmamıştır. Bu durumda da almış olduğu teminata ihtiyacı yoktur.

Uygulamada genellikle, taşınır ya da taşınmaz teminat olarak gösterilmekte, taşınır üzerine rehin, taşınmaz üzerine ipotek konulmaktadır. Anılan eşyaların üzerine konulan bu sınırlı ayni hakların kredi veren tarafından kaldırılması ile teminat iade edilmiş olur.

Kredi Verenin Sır Saklama Borcu

Sır saklama borcu, bankacılık işlemlerinde, yapılan uygulamalar nedeniyle müşterilerin özel ilişkileri, mal varlıkları, ticari ve kredi itibarları hakkında, müşterilerin iradesiyle veya yapılan araştırmalar sonucunda gayriiradî olarak bilgi edinen banka veya finans kurumu mensuplarının, bu bilgileri açıklamamaları konusundaki yükümlülükleridir. Tüketici kredisi sözleşmeleri için özel olarak düzenlenmemekle birlikte,

www.hedefaof.com

bütün bankacılık faaliyetleri açısından banka veya finans kuruluşları, müşterilerinin bilgilerini ve sırlarını saklama yükümlülüğü altına girmektedir.

Tüketici kredisi işlemleri de bir bankacılık faaliyetidir. Banka veya finans kuruluşları, kredi verebilmek için tüketicinin mali durumlarını araştırmaktadır. Hem tüketicinin kendisinden hem de kendi yaptığı araştırmalar neticesinde elde edilen birçok bilginin, kredi veren tarafından saklanması borcu doğmaktadır.

Banka ve finans kuruluşları açısından sır saklama borcunun en önemli dayanağını, 5411 sayılı Bankacılık Kanunun 73 ncü maddesi oluşturmakta, ayrıca Anayasa'da yer alan "özel hayatın gizliliği" ilkesi doğrultusunda anayasal koruma altına alınmaktadır. Bütün bunlara ilave olarak, MK m.23-25 ile BK m.49'da kişilik haklarının korunması ve korunmadığı takdirde uygulanacak yaptırımlar bulunmaktadır.



www.gumruk.gov.tr adresinden Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü'nün sayfasına ulaşmak ve görevleri hakkında bilgi almak mümkündür.

Kredi Verenin Hakları

Tüketici kredisi sözleşmesi tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşmedir. Bu durumda öncelikle kredi verenin, kredi verme borcunu ifa etmesi gerekmektedir. Tüketici kredisi sözleşmesinde, kredi verenin herhangi bir hak talep edebilmesi için öncelikle sözleşmede kararlaştırılan miktarda krediyi tüketiciye vermesi gerekmektedir. Burada kredi verenin sözleşmeye dâhil olup olmamayı kararlaştırabilmesi için bir hakkı vardır ve bu da teminat isteme hakkıdır.

Teminat İsteme Hakkı

Teminat isteme hakkı herhangi bir mevzuatta açıkça düzenlenmemesine karşılık, sözleşmenin mahiyetinden kaynaklanmaktadır. Kredi veren, belli bir miktar paranın kullanımından, kredi alan lehine vazgeçmekte ve bu parayı ona vermektedir. Kredi veren, vermiş olduğu paranın geri dönüp dönmeme riskini üzerine almaktadır. Bu riskin boyutuna göre de sözleşmeyi kurup kurmamaya karar vermek için tazminat isteme hakkına sahiptir. Kredi veren, daha sözleşme görüşmeleri sürerken teminat olarak neyi isteyeceğini belirler ve bu teminat kredi alan tarafından kabul edilmesi durumunda sözleşme kurulur. Teminatın belirlenmesinde en önemli husus, teminat ile kullandırılacak kredi arasında makul bir oranın gözetilmesidir. Objektif iyiniyet kuralları gözetilerek teminatın cinsinin ve özelliklerinin saptanması gerekir.

Yukarıda da açıklandığı üzere kredi veren, verdiği krediyi kıymetli evrak kabul etmek suretiyle teminat altına alması TKHK'da açıkça yasaklanmıştır. Tüketicinin yapacağı ödemelerin, bir kıymetli evrağa bağlanması bu kapsamda mümkün değildir. Kredi veren bu yasağa rağmen tüketiciden bir kıymetli evrak almışsa, tüketici kıymetli evrağı geri isteme hakkına sahiptir.

Verilen Kredinin İadesini Talep Hakkı

Tüketici kredisi sözleşmesinde kararlaştırılan kredi tutarı, kredi alana verildikten sonra, kredi veren açısından en önemli hak verdiği bu krediyi geri alma hakkıdır. Kredi verenin, krediyi talep hakkı kuşkusuz sözleşme çerçevesinde yapılmalıdır. Tüketici kredisi verilirken, bu kredinin tüketici tarafından ne şekilde, ne miktarda ve ne sıklıkla geri ödeneceği açık bir şekilde kararlaştırılmalı, hatta banka veya finans kurumları tarafından geri ödeme planını gösterir bir çizelge tüketicilere verilmelidir. TKHK'nun 10 ncu maddesinde tüketici sözleşmelerine, ödeme tarihleri, anapara, faiz, fon ve diğer masrafların ayrı ayrı ödeme planında gösterilmesi ve bunun bir kopyasının tüketiciye verilmesi gerektiği düzenlenmiştir.

Kredi veren kredi geri ödemelerini gerçekleştirirken taksitlerden birini veya birkaçını ödemezse kalan borcun muaccel hale gelip gelmeyeceği hususu da tüketiciyi korur nitelikte 10 uncu maddede düzenlenmiştir. Anılan düzenlemeye göre, kalan kredi borcunun tamamının muaccel hale gelmesi için,

www.hedefaof.com

öncelikle kredi verenin tüketici kredisi sözleşmesinde kalan borcun tamamının ifasını talep etme hakkını saklı tutmuş olması, kredi verenin o ana kadar tüm kendisine düşen edimleri ifa etmiş olması, tüketicinin birbirini izleyen en az iki taksidi ödemede temerrüde düşmüş olması gerekir. Ayrıca kredi verenin kalan borcun tümünün ifasını tüketiciden talep edebilmesi için, tüketiciye en az bir hafta daha süre vererek muacceliyet uyarısında bulunması gerekir.

Faiz ve Sair Masrafları Talep Etme Hakkı

Kredi veren, belli bir miktar parayı kullanmaktan ve işletmekten vazgeçerek, bunun tüketici tarafından kredi olarak kullanılmasına imkân tanımaktadır. Yaptığı bu iş karşılığında da bir kâr sağlaması kaçınılmaz bir olgudur. Tüketici kredisi veren banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketlerinin de sağlayacağı yarar, tüketicinin aldığı kredi karşılığı faiz ödemeleridir. Banka veya finans kuruluşlarının tacir olma özelliğinden dolayı, tüketici kredisi sözleşmesi de bir ticari iş olarak adlandırılmaktadır. Ticari bir faaliyette kredi verenin, tüketiciden faiz talep etme hakkı doğmaktadır, bu durum işlemin doğasından kaynaklanan bir haktır.

TKHK'nun 10 ncu maddesi incelendiğinde, sözleşmede yer alması gereken şartlar ifade edilirken; faiz ve diğer unsurlarla birlikte toplam borç tutarı; faizin hesaplandığı yıllık oran; ödeme tarihleri, anapara, faiz, fon ve diğer masrafların ayrı ayrı belirtildiği ödeme planının mutlaka bulunması gerektiği hüküm altına alınmıştır. Buradan da açıkça anlaşılacağı üzere, tüketici kredisi sözleşmesine faiz işletileceği kanunla düzenlenmiştir. Banka ve finans kuruluşları bu faiz oranını önceden belirlemekte ve kredi kullanmak isteyenlerin ulaşabileceği şekilde görünür kılmaktadır. Bu sayede tüketici kullanacağı kredi miktarına karşılık gelen faiz oranını ve koşulları hakkında bilgi sahibi olmaktadır.

Kredi verenin hakları arasında faiz istemenin yanısıra, tüketici kredisi verme sürecinde yaşanan hazırlık aşaması, imzalanması ve takip eden safhaları bakımından meydana gelecek masrafları isteme hakkı da bulunmaktadır. TKHK 10 ncu maddesi masrafların ödeme planlarına dâhil edilmesi hususunu sözleşmede yer alması gerekli koşullar arasında saymıştır. Tüketici ile akdedilen kredi sözleşmesinde faizin talep edilmesi gibi masrafların da talep edileceği böylece yasal bir dayanağa kavuşmuştur.

Kredi Alanın Borçları

Kredi alanın borçları arasında belki de en önde geleni, kredi veren tarafından kredi olarak kendisine verilen parayı kabul borcudur. Kredi alan bu borcunu yerine getirmediği sürece, krediyi geri ödeme borcu doğmayacaktır. Yukarıda da belirtildiği üzere kredi alanın borçları hemen hemen kredi verenin hakları ile örtüşmektedir.

Krediyi Kabul Borcu

Daha önce ifade edildiği üzere, tüketici kredisi sözleşmesi tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşmedir. Kredi veren tarafından, sözleşmede kararlaştırılan miktar ve koşullarda krediyi, kredi alanın kullanımına sunduğu andan itibaren kredi alan bakımından bu krediyi kabul borcu doğar. Başka bir ifade ile kredi veren, kredi konusunun tesellüm alınmasını isteme hakkı doğmaktadır.

Bu aşamada, tüketici sıfatıyla hareket eden kredi alan bakımından eğer verilen krediyi kabul etmezse temerrüt hükümlerinin uygulanması mümkündür. Kendisine verilen krediyi kabul borcunu ifa etmeyen tüketiciden temerrüt faizi ve tazminat istenebileceği gibi kredi verenin tüketici kredisi sözleşmesinden dönmesi de mümkündür.

Krediyi İade Borcu

Tüketicinin en önemli borcu, banka, özel finans kuruluşu veya finansman şirketinden aldığı krediyi iade borcudur. Bu borcun doğması ve kapsamı sadece sözleşmenin akdedilmesine değil aynı zamanda kredi verenin teslim borcunu yerine getirmesine ve kapsamına bağlıdır.

Tüketici kredisi sözleşmesinde, kredi veren tarafından yerine getirilen kredi verme borcu karşısında, kredi alanın bu borcu ne şekilde, hangi sıklıkla ve ne miktarda ödeyeceğinin mutlaka önceden ve yazılı olarak belirtilmesi gerekmektedir. Bu ödeme planı açık ve kolay anlaşılır bir şekilde olmalı ve mutlaka tüketiciye bir suret verilmelidir.

www.hedefaof.com

Faiz Ödeme Borcu

Faiz; kredi veren bakımından bir hak, kredi alan bakımından ise alınan kredi karşılığında ödenecek bir borçtur. Faiz oranının sözleşmede yer alması ve geri ödemeler hesaplanırken anapara, faiz ve diğer masrafların bu tutara dâhil edilmesi gerekir.

Sözleşmeden Doğan Sair Masrafları Ödeme Borcu

Tüketici kredisi sözleşmesi, kredi verenden çok tüketici lehine bir sözleşme niteliği taşımasından dolayı, sözleşmede öngörülen masraflara da tüketicinin katlanması gerektiği öngörülmüştür. Tüketici bu masrafları öderken her bir masraf kalemini ve bu masrafların ne için alındığını anlayacak şekilde bilgilendirilmelidir. Ayrıca ayrıntılı olarak sayılan masraflar haricinde önceden sözleşmede belirtilmek üzere, tüketici aldığı kredi dolayısıyla fon veya vergi gibi bazı ödemeler yapması söz konusu ise bunları da ödemek durumundadır.



4822 sayılı Kanun ile 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da yapılan değişiklikler arasında, Kredi Kartlarına ilişkin 10/A maddesinde, kredi kartı kullanmada sıkça rastlanılan komisyon ücretlerine ilişkin nasıl bir düzenleme getirilmiştir.

Kredi Alanın Hakları

Tüketici kredisi sözleşmesinde, sözleşmenin bir tarafını oluşturan tüketici kural olarak zayıf konumdadır. Bu nedenle tüketici kredisi sözleşmesi, kredi verenin istek ve arzuları doğrultusunda şekillenmekte, tüketici en son akdedilme aşamasında bazı hususlara katılma hakkına sahip olmaktadır. Diğer bir ifade ile tüketici kredisi sözleşmesine tüketicinin bazı hükümler koyarak kendisini koruma altına alması neredeyse imkânsızdır. Bu durumun olumsuzluklarını gidermek ve mümkün olduğu ölçüde tüketiciyi korumak üzere hemen her ülkede tüketicilere bir takım haklar tanınmıştır. Kredi sözleşmesinin tarafı durumundaki tüketicilerin bu hakları çok iyi bilmesi ve savunması beklenmektedir.

Cayma (Geri Alma) Hakkı

Cayma ya da daha doğru tabir ile geri alma hakkı, tüketiciyi koruma adına getirilen bir haktır. Sözleşmenin güçlü tarafını oluşturan kişi veya kuruluş karşısında sözleşmeyi imzalayan tüketicinin daha sonra koşulların kendisi için uygun olmadığı kanaatine sahip olması durumunda cayma hakkını kullanarak sözleşmenin sona ermesini talep etmesidir. Cayma hakkı, mutlaka yasalarla belirlenen süre içinde, açık, anlaşılır, şekle bağlı ve varması gereken bir irade beyanı yoluyla kullanılması gerekmektedir. Tüketici kredileri bakımından, TKHK'da tüketiciye cayma hakkı tanınmamıştır.

Kalan Kredi Borcunu Ödemekten Kaçınma Hakkı

Tüketicinin kredi verenden aldığı kredi, nakdi kredi ise kredi geri ödemelerini istediği mala veya hizmete ulaşsın ya da ulaşmasın mutlaka aksatmadan yerine getirmesi gerekmektedir. Kredi veren, belli bir miktar paranın kullanımından vazgeçerek, bunu tüketiciye kredi olarak vermiştir ve geri istemesi de en doğal hakkıdır.

Ancak bağlı krediler bakımından durum farklıdır. Çünkü bağlı kredi sayesinde edinilen mal veya hizmetin ayıplı çıkması ya da hiç ifa edilmemesi durumunda, kredi veren banka, özel finans kuruluşu ya da finansman şirketi, satıcı veya hizmet sunan ile birlikte ve müteselsilen sorumludur. İşte bu noktadan hareketle, tüketicinin satın aldığı mal veya hizmetin ayıplı çıkması ya da hiç ifa edilmemesi veya eksik ifa edilmesi durumunda kredi verenin sorumluluğu doğacak, tüketicinin kredi borcunu ödemekten kaçınma hakkı gündeme gelecektir.

Bu hakkın kullanımı ancak bağlı krediler bakımından geçerlidir ve sadece bakiye kredi borçlarının ödenmemesi şeklinde gerçekleşebilir. TKHK'da belirtilen durumlarda tüketici doğrudan kredi verene başvurarak geri kalan bakiye borcu ödemelerini durdurabilir. Ancak kural olarak daha önce yapmış olduğu kredi geri ödemelerinin kendisine ödenmesini talep edemez.

www.hedefaof.com

Erken Ödeme Hakkı

Tüketici sıfatıyla hareket eden kişilerin sahip oldukları para miktarı, almak istedikleri mal veya hizmetin bedelini karşılamaması durumunda, mevzuatları gereği tüketicilere kredi vermeye yetkili banka veya finans kuruluşlarından, kredi alma yoluna gitmektedir. Bu sayede hem tüketici arzu ettiği mal veya hizmete ulaşmakta hem de kredi veren elinde tuttuğu bir miktar paranın kredi olarak kullandırılması karşılığında faiz almakta böylece kazanç elde etmektedir.

Kredi verene karşı kredi borçlarını geri ödeyen tüketici, ödeme dönemi içinde maddi durumunda bir iyileşme ya da eline toplu para geçmesi durumunda, kredi faiz ödemelerinden kurtulmak maksadıyla kalan borcunu bir defada ödeyip kurtulmak isteyebilir. Ancak bu durumda kredi veren açısından zarar oluşmakta, kredi alanın yapmış olduğu geri ödemeler sayesinde elde etmiş olduğu faiz gelirinden mahrum kalmaktadır. Tüketicinin erken ödeme yapması ile sözleşme tek taraflı olarak fesh edilmekte, kredi veren açısından haklı bir kazançtan yoksun kalınmaktadır.

Tüketicinin korunması bağlamında, tüketici kredileri açısından TKHK'nun 10 ncu maddesinin 4 ncü fıkrası tüketicinin erken ödemelerini düzenleyen bir hüküm olarak karşımıza çıkmaktadır. Kanun koyucunun haklı olarak düzenlediği bu madde ile tüketici bir anlamda korunmuş, kredi veren açısından Kanunda belirtildiği şekilde "Bakanlık ödenen miktara göre gerekli faiz ve komisyon indiriminin ne oranda yapılacağının usul ve esaslarını belirler" hükmü yer almıştır. Bu hüküm gereğince "Tüketici Kredisinde Erken Ödeme İndirimi ve Kredinin Yıllık Maliyet Oranını Hesaplama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik", 01.08.2003 tarihli ve 25186 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır.

Ayrıca TKHK'nun 10 ncu maddesinde yer alan sözleşmede bulunması gerekli hususlar içinde (h) maddesinde sayılan; "Kredinin vadesinden önce kapatılmasına ilişkin şartlar" ifadesi ile kredi veren ile kredi alanının bu indirimi önceden kararlaştırması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu saptama yapılırken kuşkusuz kredi veren ve kredi alanın menfaatlerinin mümkün olduğunca dengelenmesi gerekmektedir.

www.hedefaof.com

Özet

Günümüzün artan ihtiyaçları karşısında toplumlar daha ziyade tüketim toplumu olmaya yönelmekte, ancak kişilerin sahip olduğu kaynaklar ve ekonomik güç tüketimin arzu edilen seviyede gerçekleştirilmesine olanak tanımamaktadır. Bunun sonucunda kişilerin harcama kapasitesini arttıracak ekonomik olanaklara duyulan ihtiyaç giderek artmaktadır. Krediler bu anlamda kullanılabilecek önemli bir kaynak niteliğini taşır. Ülkemizde ve dünyada bankacılık alanındaki en önemli işlemlerden biri kredi işlemidir. Krediler arasında da tüketici kredisi hem hacim hem de uygulama bakımından büyük bir yer tutmaktadır.

Tüketici kredisi denildiğinde, ilk akla gelen husus alım gücü yeterli olmayan tüketicilerin, ekonomik açıdan güçlü banka, özel finans kuruluşları ve finansman şirketlerinin yardımı ile tüketime yönelik alım gücüne sahip olmasını sağlamaktır. Gerçekten de bu amaçla ülkemizde günümüzdeki anlamı ile tüketici kredisi 1980'li yılların sonlarından beri giderek artan oranlarda verilmektedir.

Tüketici kredisine yönelik ilk doğrudan yasal düzenleme Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile gerçekleştirilmiştir. Anılan Kanun'un 10 uncu maddesi tüm özelliklerini olmasa da konunun ana hatlarını belirlemiştir.

Genellikle ekonomik açıdan yeterli gücü olmayan tüketicilerin kredi alma yoluna başvurduğu düşünüldüğünde, bu işlem bakımından tüketicinin kendisinden daha güçlü durumda olan kredi veren karşısında korunması gereği açık bir şekilde görülecektir. TKHK ile getirilen düzenleme de bu amaca hizmet etmekte ve tüketiciyi kredi veren karşısında eşit konuma getirip korumaktadır. Böylece tüketicinin temel tüketici haklarından biri olan ekonomik çıkarlarının da korunması sağlanmaktadır.

TKHK'un 10 uncu maddesinde getirilen düzenleme incelendiğinde öncelikle tüketici kredisi sözleşmesinin tanımına ve 3 üncü madde ile birlikte değerlendirme sonucunda da bu sözleşmenin kredi veren ve tüketici olarak taraflarının tanımlarına açık bir şekilde ulaşmak mümkündür.

Tüketici kredisinin ana konusu belli miktar paranın mal veya hizmet temininde kullanılmak üzere kredi veren tarafından kredi alana yani tüketiciye verilmesidir.

Edinilecek mal ve hizmet kavramlarından ne anlaşılması gerektiği de yine TKHK'un 3 üncü maddesinde tanımlanmıştır.

Tüketici kredisi uygulama ve doktrinde çeşitli türlere ayrılmaktadır. Bu bağlamda en önemli ayırım serbest tüketici kredisi ile bağlı tüketici kredisi ayırımıdır.

TKHK hükmü gereği tüketici kredisi sözleşmesinin yazılı akdedilmesi ve sözleşmenin bir örneğinin tüketiciye verilmesi zorunludur. Ayrıca TKHK 10 uncu maddede sözleşmede yer alması gerekli olan hususlar da sayılmıştır.

Tüketici kredisi sözleşmesinde kredi veren krediyi verip, tüketici de krediyi kabul ettikten sonra, tüketicinin en önemli borcu aldığı krediyi taksitler halinde geri ödemektir. Geri ödemeleri tüketici aksattığı takdirde, kredi verenin kalan borcun tümünün ifasını talep edebilmesi de yine kanun koyucu tarafından bazı ciddi koşullara bağlanmış ve tüketici lehine önemli bir hüküm getirilmiştir.

Tüketici kredi geri ödemelerine başladığı halde, aldığı kredi bağlı kredi niteliği taşıyorsa ve tüketici bu kredi ile edinmek istediği mal veya hizmeti hiç edinememiş, eksik edinmiş veya ayıplı mal ya da hizmet sunumu söz konusu ise, tüketicinin yaşayabileceği mağduriyeti gidermek için yine TKHK ile önemli bir hüküm getirilmiştir. Anılan düzenlemeye göre kredi veren de satıcı/hizmet sunan ile birlikte müteselsilen sorumlu kılınmıştır. Bu durum özellikle bağlı kredi türlerinden finanse edilmiş taksitle satımlar bakımından büyük önem taşımaktadır.

TKHK ile tüketici kredileri alanında getirilen bir diğer önemli düzenleme de teminatlar bakımından karşımıza çıkmaktadır. Uygulamada gerçekleşen hamiline yazılı kıymetli evrak alınması yönündeki yaygın kullanımın yarattığı sakıncalar 2003 yılındaki kanun değişikliği kapsamında giderilmiş ve kredi teminatı olarak kıymetli evrak alımı yasaklanmıştır. Ayrıca tüketici kredisinin teminatı olarak kefaletin kullanılması halinde de kefil, adi kefalet hükümlerine göre sorumlu olacak, diğer bir ifade ile kredi verenin tüketici aleyhine yaptığı takip sonuçsuz kaldığı takdirde kefile başvurmak mümkün olabilecektir.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım

1. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun gereğince aşağıdaki kişilerden hangisi kredi veren olarak nitelenemez?

a. Özel banka

b. Kamu bankası

c. Özel finans kuruluşu

d. Finansman şirketi

e. Tefeci Ahmet Bey

2. 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun hangi tarihte yürürlüğe girmiştir?

a. 1991

b. 1992

c. 1993

d. 1994

e. 1995

3. Tüketici kredisi, TKHK'un kaçıncı maddesinde düzenlenmiştir ?

a. 4

b. 6

c. 8

d. 10

e. 12

4. Aşağıdakilerden hangisinin edinimi için tüketici kredisi verilmesi mümkün **değildir?**

a. Otomobil

b. Arsa

c. Devre-mülk

d. Bilgisayar yazılımı

e. Buzdolabı

5. Aşağıdakilerden hangisi tüketici kredisi sözleşmesinde yer alması zorunlu olan hususlardan biri **değildir?**

a. Toplam borç tutarı

b. Faizin hesaplandığı yıllık oran

c. Faizin hesaplandığı aylık oran

d. Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları

e. İstenecek teminatlar

6. TKHK ile tüketici kredilerinde aşağıdaki teminatlardan hangisi yasaklanmıştır?

a. Kefalet

b. İpotek

c. Taşınır rehni

d. Kıymetli evrak verilmesi

e. Otomobil rehni

7. TKHK gereği aşağıdaki haklardan hangisine tüketici, tüketici kredisi sözleşmesi bakımından sahip **değildir?**

a. Sözleşme konusu kredinin kendisine ödenmesini talep etme hakkı

b. Cayma (geri alma) hakkı

c. Erken ödeme hakkı

d. Erken öderse faiz indirimi talep etme hakkı

e. Bağlı kredilerde malın ayıplı çıkması halinde kredi vereni de müteselsilen sorumlu tutma hakkı

8. Tüketici kredisi sözleşmesi hangi şekilde yapılmalıdır?

a. Şekil serbestisi ilkesi geçerlidir, taraflar istedikleri şekilde yapabilir.

b. Tapu müdürü tarafından düzenleme şeklinde yapılmalıdır.

c. Yazılı yapılmalıdır.

d. Sözlü yapılmalıdır.

e. Noter tarafından resmi şekilde yapılmalıdır.

9. Tüketici kredisi sözleşmesi bakımından aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır?**

a. Tüketici aldığı krediyi erken ödeme hakkına sahiptir.

b. Tüketici erken ödeme hakkını kullanacak olursa mutlaka kredinin kalan kısmının tamamını erken ödemelidir.

c. Kredi veren tüketicinin erken ödeme hakkını kullanmasını engelleyemez.

d. Kredi veren tüketicinin erken ödeme hakkını kullanması halinde gerekli faiz ve komisyon indirimini yapmakla yükümlüdür.

e. Kredinin vadesinden önce kapatılmasına ilişkin şartlar sözleşmede düzenlenmiş olmalıdır.

www.hedefaof.com

10. Kredi veren tarafından tüketiciye belli bir malın veya hizmetin edinilmesi amacıyla kredi verilmesi durumunda aşağıdaki tüketici kredisi türlerinden hangisi söz konusu olur?

a. Finanse edilmiş taksitle satım

b. Kredi kartı

c. Tedarik kredisi

d. Serbest kredi

e. Kredili mevduat hesabı

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. e Yanıtınız yanlış ise "Sözleşmenin Unsurları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. e Yanıtınız yanlış ise "Giriş" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. d Yanıtınız yanlış ise "Tüketici Kredisinin Tanımı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. b Yanıtınız yanlış ise "Sözleşmenin Unsurları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. c Yanıtınız yanlış ise "Tüketici Kredisi Sözleşmesinde Şekil" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. d Yanıtınız yanlış ise "Teminatlar" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. b Yanıtınız yanlış ise "Cayma Hakkı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. c Yanıtınız yanlış ise "Tüketici Kredisi Sözleşmesinde Şekil" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. b Yanıtınız yanlış ise "Erken Ödeme Hakkı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. c Yanıtınız yanlış ise "Tüketici Kredisi Türleri" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Ülkemizde ilk kez 1988 yılının Temmuz ayında Yapı ve Kredi Bankası tarafından tüketici kredisi uygulamaya konulmuştur.

Sıra Sizde 2

Gümrük ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında 3.6.2011 tarihli ve 640 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü, tüketicilerin korunmasına ilişkin politikaların belirlenmesinden sorumlu kurum olarak görev yapmaya başlamıştır.

Sıra Sizde 3

TKHK'nun 10/A maddesinin son fıkrasında, "Mal veya hizmetin kredi kartı ile satın alındığı durumlarda, satıcı veya sağlayıcı, tüketiciden komisyon veya benzeri bir isim altında ilave ödemede bulunmasını isteyemez" ifadesiyle kesin bir şekilde son vermiştir.

Yararlanılan Kaynaklar

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

Aslan, İ.Y. (2004). **Tüketici Hukuku,** Bursa, Ekin Kitabevi.

Aslan, İ.Y. (2010). **Tüketici Hukuku Dersleri**, 3 ncü Baskı, Bursa, Ekin Kitabevi.

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

Kırmızı, M. (2011). **Tüketici Hukuku**, İstanbul, Bilge Yayınevi.

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

Deryal, Y. (2008). **Tüketici Hukuku**, 2 nci Baskı, Ankara, Seçkin Yayınları.

www.hedefaof.com

6

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Mesafeli sözleşmenin ne anlama geldiği ve hukuki niteliğini tanımlayabilecek
- Kapıdan satışın ne anlama geldiği ve hukuki niteliğini açıklayabilecek
- İletişim araçları ve özellikle internet üzerinden yapılan satışların hukuki niteliğini tanımlayabilecek
- Yasal mevzuatta yer alan düzenlemelerin neler olduğunu açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Tüketici
- Mesafeli sözleşme
- Kapıdan satışlar
- İcap, icaba davet ve kabul
- Rızai sözleşme
- Tam iki tarafa borç yükleyen sözleşme
- Edim
- Bedel
- Genel işlem şartları
- Şekil serbestisi

İçindekiler

- Giriş
- Kapıdan satış işleminin tanımı ve unsurları
- Kapıdan satış işleminin hukuki niteliği
- Şekil şartı ve şekle aykırılığın sonuçları
- Kapıdan satış işleminde yetki belgesi
- Kapıdan satış işleminde cayma hakkı ve sonuçları
- Mesafeli sözleşmenin tanımı ve unsurları
- Mesafeli sözleşmenin kurulması
- Mesafeli sözleşmenin şekli ve zorunlu içeriği
- Mesafeli sözleşmenin türleri ve işleyişi
- Mesafeli sözleşmede cayma hakkı ve sonuçları

www.hedefaof.com

Kapıdan ve Mesafeli Tüketici İşlemleri

GİRİŞ

Hukukumuzda, giderek artan bir öneme sahip olan tüketici hukuku, hayatın getirmiş olduğu değişikliklere ve yeniliklere ayak uydurabilmeyi hedeflemektedir. Bu hukuk dalında daha güçlü ve baskın durumda olan satıcılar, daha zayıf konumdakiler ise tüketicilerdir. Kanun koyucu tam bu noktada tüketicinin korunması hususunda yürürlüğe koyduğu kanunlar ile bir bakıma tüketiciden yana tavır almıştır. Tüketicinin korunması hukukunda tüketicinin akdedebileceği sözleşmelerin başında mesafeli sözleşmeler gelmektedir. Günümüzde başdöndürücü bir şekilde seyreden teknolojik gelişmeler karşısında, tüketiciler mal ve hizmet ihtiyaçlarını elektronik ortamda, bir anlamda e-tüketici sıfatıyla giderme yolları aramaktadır. Mesafeli sözleşme ile alıcı ve satıcı veya hizmet sağlayıcı, tüketici ile yüz yüze gelmeksizin sözleşme akdetmekte, sözleşmenin kurulması aşamasında farklı iletişim araçlarından yararlanmaktadır. Mesafeli sözleşmeler TKHK'un 9/A maddesinde açıkça hüküm altına alınmıştır.

Kapıdan satışlar da tüketici işlemleri arasında büyük bir yer tutmaktadır. Genellikle bu satışlarla ikna kabiliyeti yüksek pazarlama elemanları sayesinde esas hedef kitle olarak ev kadınlarının seçildiği bir pazar yaratılmaktadır. Pazarlama elemanlarının, mal veya hizmet hakkında yeterince bilgisi bulunmayan tüketicilere satış sözleşmesini bir oldu-bitti şeklinde kabul ettirmesi çok yaygın bir yöntemdir. Böylesi durumlarda, tüketiciler hiçbir şekilde kendilerine satılan mal veya hizmetin piyasa koşullarında, fiyatını, kalitesini ve benzerleri ile arasındaki farkı araştırma fırsatı bulamadan sözleşmeye taraf olmaktadır. Bu durumu bir ölçüde dengelemek maksadıyla kanun koyucu kapıdan satışlar ile ilgili olarak, tüketicinin daha sağlıklı düşünebileceği ve muhakeme yapabileceği bir zaman yaratmak açısından, tüketiciye cayma (geri alma) hakkı tanımıştır. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 8 inci ve 9 uncu maddelerinde, kapıdan satışlar ve kapıdan satışlarda satıcının ve sağlayıcının yükümlülüklerini düzenlenmiştir.

Kanun koyucu, hem mesafeli sözleşmeler hem de kapıdan satışlar ile ilgili güncel hayatta yaşanan sıkıntıları gidermek maksadıyla bir takım düzenlemeler yapmıştır. Özellikle, TKHK'da 8, 9 ve 9/A maddelerinde kapıdan satışlar ve mesafeli sözleşmelere yer verilmiştir. Bu ünitede de açıkça görüleceği üzere, kanun koyucu 1995 tarihli 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda "mesafeli sözleşmeleri" düzenlememiş, bu durum ancak 4822 sayılı Kanunla yasal bir zemin bulmuştur. 4822 sayılı Kanun öncesinde, elektronik ortamda yapılan satışların kapıdan satış olarak nitelenip, nitelenemeyeceği konusundaki belirsizlik bu sayede ayrı bir düzenlemeye kavuşmuş ve çözümlenmiştir.

6.3.2011 tarihli ve 27866 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelik" ile 13.06.2003 tarihli ve 25137 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan ve 7.3.2011 tarihli ve 27867 sayılı Resmi Gazete ile bir takım değişiklikler yapılan "Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" TKHK'un ilgili maddelerinin uygulamalarına açıklık getirmeyi hedeflemiştir.



Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında mal ve hizmet ne anlama gelmektedir ? Mal ve hizmetin kapsamını tüketicinin korunması bağlamında tanımlayınız.

www.hedefaof.com

KAPIDAN SATIŞ İŞLEMİNİN TANIMI VE UNSURLARI

TKHK'un 8 nci maddesinde; "kapıdan satış, işyeri, fuar, panayır gibi satış mekânları dışında yapılan satımlar" olarak tanımlanmıştır. Aynı tanıma Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte de rastlamak mümkündür.

4822 sayılı Kanun ile 4077 sayılı TKHK'nun kapıdan satışlara ilişkin hükümlerinde esaslı değişiklikler yapılmış, bu değişikliklerden en önemlisi de kapıdan satış işlemlerinin tanımının yukarıda bahsedildiği şekilde düzeltilmesi olmuştur. Kanun koyucu isabetli bir şekilde kapıdan satışları, satış sözleşmesinin mutat satış yerleri dışında yapılmış bir hali olduğundan hareketle yeniden tanımlamıştır. TKHK kapsamında mal veya hizmet satışı ya da sağlanması anlamına gelen ve işyeri, fuar, panayır gibi satış mekânları dışında gerçekleştirilen tüketici işlemleri de 8 inci ve 9 ncu madde kapsamına girmektedir. Diğer taraftan, kapıdan satışlara uygulanacak olan hükümlerin, satış sözleşmesi hükümlerinden oldukça farklı olduğu da gözden uzak tutulmamalıdır.

Kapıdan satışların unsurları denildiğinde aklımıza öncelikle sözleşmenin mutat yerler dışında akdedilmiş olması gelmektedir. Gerçekten de sözleşmenin mutat yerler dışında yapılmış olması, bu satışın kapıdan tüketici işlemi olarak nitelendirilmesi bakımından en temel unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Kanunun lafzında hüküm bulan işyeri, fuar, panayır gibi satış mekânları olarak belirtilen yerlerden aslında, mutat satış yerleri anlaşılmaktadır. TKHK'da mutat satış yeri ifadesi kullanılmamış, bu yerler ismen zikredilmiştir. Ancak genel olarak yapılan düzenleme değerlendirildiğinde, kanun koyucu her nekadar sayma yöntemini kullanmış olsa da bunun sınırlı sayı olmadığı ve mutat satış yeri dışında tüm yerlerin bu kapsama girebileceği anlaşılır.

Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'te işyeri tanımlanmıştır. Buna göre; "mal satanın veya hizmet verenin işyeri niteliğindeki mağaza, yazıhane, idarehane, muayenehane, imalathane, şube, depo, otel, eğlence ve spor yerleri, madenler, inşaat şantiyeleri gibi ticari, sınaî, zirai veya mesleki bir faaliyetin icrasına tahsis edilen veya bu faaliyetlerde kullanılan yerler" işyeri niteliğini taşır. Bu tanımdan yola çıkarak, satıcı veya hizmet sunanın kendi işyeri dışında, fuar ve panayır gibi satış mekânları haricinde yaptığı tüm satışları, kapıdan satış olarak nitelendirmek mümkündür.

Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 14 ncü maddesinde;

a. Beslenme destek ürünleri hariç olmak üzere, ticari örf ve adet gereği meyve, sebze, süt gibi gıda ve içeceklerin düzenli aralıklarla satışa sunulmasına ilişkin sözleşmeler,

b. Banka, sigorta ve menkul kıymet sözleşmeleri,

c. Taşınmaz satış ve kiralama sözleşmeleri ve taşınmaza ilişkin diğer haklarla ilgili sözleşmelere yönetmelik hükümleri uygulanmaz, hükmü yer almaktadır.

4822 sayılı Kanun ile TKHK'un ilk halinde yer alan "satıcı ve tüketici arasında önceden mutabakat olmaması" şartı kaldırılmıştır. Böylece, taraflar arasında bir mutabakat yapılmış olsa bile mutat satış yerleri dışında yapılan satışlar kapıdan satış olarak adlandırılacaktır. Bu düzenleme ile tüketici aleyhine olabilecek bazı iddiaların ileri sürülmesinin önüne geçilmiştir, bu nedenle yapılan değişiklik yerinde bir değişiklik olarak kabul görmektedir.

KAPIDAN SATIŞ İŞLEMİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ

TKHK'un 8 inci ve 9 ncu maddeleri incelendiğinde, sözleşmenin taraflarından birinin tüketici olduğu ve mutat satış yerleri dışında gerçekleşen her türlü tüketici işleminin kapıdan satış olarak nitelendirilmesi gerektiği açıktır. Doğaldır ki, kapıdan satışlara ilişkin işlemlerde öncelikle TKHK'un hükümleri uygulanacaktır. Ancak, anılan bu Kanunda hüküm olmayan hallerde genel hükümlere başvurulacağı da belirtilmelidir. Dolayısıyla kapıdan satışlara ilişkin TKHK ile getirilen düzenlemeler öncelikle uygulanacak hükümler arasında yer almaktayken hüküm bulunmayan hallerde genel hükümlerin geçerlilik kazanacağı kabul edilmektedir.

www.hedefaof.com

TKHK'nun 8 nci maddesinde yer alan düzenlemeye göre, kapıdan satış yoluyla akdedilen sözleşmenin geçerlilik kazanabilmesi, aynı maddenin 3 ncü bendinde belirtildiği şekilde, tüketicinin mal veya hizmeti reddetmemesi ya da cayma (geri alma) hakkını kullanmaması şartına bağlıdır. Genel bir değerlendirme ile kapıdan satış işlemleri, tüketicinin geri alma hakkını süresinde kullanmaması şeklindeki Kanundan kaynaklanan bir geciktirici mutlak iradi şarta bağlı ve bu niteliği bakımından sadece tüketici yönünden askıda geçersiz, özel bir tüketici işlemi niteliğini taşımaktadır.



Mevzuatımızda ; 6.3.2011 tarihli ve 27866 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelik" ile, 13.06.2003 tarihli ve 25137 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan ve 7.3.2011 tarihli ve 27867 sayılı Resmi Gazetede bir takım değişiklikler yapılan "Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" TKHK'un ilgili maddelerinin uygulamalarına açıklık getirmeyi hedeflemiştir. Bu iki yönetmeliğin TKHK ile birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir.

ŞEKİL ŞARTI VE ŞEKLE AYKIRILIĞIN SONUÇLARI

Kapıdan satış sözleşmesi de tüm tüketici işlemlerinde olduğu gibi şekle bağlı bir sözleşmedir. Şekil şartına ilişkin düzenlemeler, TKHK'nun 9 ncu maddesinde ve Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin "Sözleşme" başlıklı 6 ncı maddesinde açıkça düzenlenmiştir. Hem Kanun maddesinde hem de Yönetmelikte hüküm bulan yazılı şekil zorunluluğunun yanı sıra, yine birçok tüketici işlemine benzer olarak akdedilecek sözleşmede bir takım zorunlu içerik bulundurma yükümlülüğü de getirilmiştir.

TKHK'un 9 ncu maddesinin son fıkrasında tüketicinin, kanun gereği sahip olduğu haklarının da açıkça yazılı bulunduğu sözleşmeyi imzalayıp, kendi el yazısı ile tarih yazması gerekliliği hususu, Yönetmeliğin 6 nci maddesinin 7.3.2011 tarihli ve 27867 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan değişik fıkrası gereğince düzenlenmiştir. Anılan fıkraya göre, satıcı veya sağlayıcı, sözleşmeyi tüketicinin imzalamasını ve sözleşme tarihi ile "sözleşmenin bir nüshasını elden aldım ve yedi gün içinde satıştan vazgeçme hakkımın olduğu konusunda bilgilendirildim" ibaresini tüketicinin kendi el yazısı ile yazmasını sağlamak zorundadır" denmektedir. Böylece tüketiciye sağlanan korumanın daha da ileri bir koruma safhasına taşındığı görülmektedir.

Hem Kanunun 9 ncu maddesinde hem de Yönetmeliğin 6 ncı maddesinde, tüketici ile satıcı veya sağlayıcı arasında yazılı bir sözleşme akdedilmesini, özel olarak düzenlenen bilgilerin sözleşmede yer almasını ve akdedilen sözleşmenin bir nüshasının tüketiciye verilmesi yükümlüğü satıcı veya sağlayıcıya yüklenmiştir.

TKHK'da tüketici işleminin şekle aykırılığı bakımından yapılan genel düzenlemenin yanında, kapıdan satışlara ilişkin şekle aykırılığın sonuçları ile ilgili özel düzenlemeler de getirilmiştir. Bu düzenlemelerden hareketle 9 ncu maddenin son fıkrasında belirtildiği üzere, şekle ilişkin hususların eksikliğinin satıcı veya sağlayıcı bakımından iddialarını ispat edememe sonucunu doğuracağı ve tüketici bakımından ise cayma hakkını kullanma hususunda Kanunda düzenlenen süre ile bağlı olmaksızın tüketicinin cayma hakkını kullanabileceğini ifade etmek mümkündür. 9 ncu maddenin son fıkrasında; "bu madde hükümlerine göre düzenlenmemiş bir sözleşmenin ve malın tüketiciye teslim edildiğini ispat satıcıya ve sağlayıcıya aittir. Aksi takdirde, tüketici cayma hakkını kullanmak için yedi günlük süre ile bağlı değildir" şeklinde hüküm bulmaktadır.

9 ncu maddenin ilk fıkrasında belirtildiği üzere, sözleşmede bulunması gereken diğer unsurlara ilave olarak mal veya hizmetin nitelik ve niceliğine ilişkin açıklayıcı bilgiler, cayma bildiriminin yapılacağı açık adres ve en az on altı punto ve koyu siyah harflerle yazılmış, kanunla açıkça ifade edilen ibarenin yer alması zorunlu tutulmuştur. Bahse konu ibare satıcı veya sağlayıcı tarafından akdedilecek sözleşmede, Kanunda belirtilen büyüklük ve özellikte mutlaka yer almalıdır.

www.hedefaof.com

Taraflar arasında akdedilen sözleşmede bulunan hükümlerin tüketici aleyhine değiştirilemeyeceği, ancak Kanunun amacına uygun olarak tüketiciyi koruma amaçlı değişikliklerin yapılmasının mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Satıcı veya sağlayıcı yazılı olarak akdedilen sözleşmede yer alan bütün hususları aynen yerine getirmek durumundadır.

Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin, garanti belgesi, tanıtma ve kullanma kılavuzu ile satış sonrası hizmetleri düzenleyen 12 nci maddesi kapsamında; kapıdan satışa konu olan mal, Kanunun 13, 14 ve 15 nci maddeleri gereği Bakanlıkça belirlenen garanti belgesi ve/veya tanıtma ve kullanma kılavuzu ile birlikte satılması ve satış sonrası hizmeti verilmesi zorunlu mallar kapsamında ise, malın teslimi sırasında tüketiciye bu belgelerin de teslim edilmesi ve satış sonrası hizmetlerinin sunulması zorunlu tutulmuştur. Kanunda düzenlenen bu zorunluluğa uyulmaması durumunda, tüketiciler bahsekonu haklarını kaybetmiş olmayacak, sadece satıcının para cezası yaptırımıyla karşılaşması söz konusu olacaktır.

KAPIDAN SATIŞ İŞLEMİNDE YETKİ BELGESİ

Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte, yönetmelik kapsamında faaliyette bulunan satıcı ve sağlayıcıların, merkezlerinin bulunduğu ildeki bilim, sanayi ve teknoloji il müdürlüğüne başvurarak kapıdan satış yetki belgesi alması zorunluluğu getirilmiş ve 5 nci madde devamında kapıdan satış yetki belgesi başvurusunda istenilen bilgi ve belgeler sıralanmıştır. Bu bilgi ve belgeler, başvurulan müdürlük tarafından değerlendirilmekte ve neticesinde "Kapıdan Satış Yetki Belgesi" tanzim edilmektedir.

Müdürlük, kendisine yapılan başvuruları değerlendirme sürecinde eğer ihtiyaç duyarsa tüketicilerin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını korumak maksadıyla, belgelendirilecek satıcı veya sağlayıcıyla ilgili gerekli incelemeleri yapmaya yetkili kılınmıştır.

"Kapıdan Satış Yetki Belgesi"nin geçerlilik süresi iki yıldır ve Yönetmeliğin 7 nci maddesinde düzenlenmiştir. 8 nci maddede, Yönetmelik hükümlerine aykırı hareket edenler ve kapıdan satışlara ilişkin yaptıkları uygulamaların uygun olmadığı tespit edilenlerin, kendilerine yapılan uyarıya rağmen, söz konusu aykırılıklarını en geç 30 gün içinde düzeltmemeleri halinde yetki belgelerinin iptal edileceği düzenlenmiştir. Belgesi iptal edilen satıcı ya da sağlayıcılar Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının internet sayfasında ilan edilir ve bunlara bir yıl süre ile kapıdan satış yetki belgesi verilmez.



TKHK'nun 9 ncu maddesinde belirtildiği üzere kapıdan satışlarda satıcının ve sağlayıcının yükümlülüğü kapsamında, cayma hakkına ilişkin tüketiciyi bilgilendirici ve sözleşmede yer alması zorunlu ifadenin ne olduğunu araştırınız. Bu ifadenin kapıdan satış sözleşmelerinde yer almasının Kanun ile hüküm altına alındığına özellikle dikkat ediniz.

KAPIDAN SATIŞ İŞLEMİNDE CAYMA HAKKI VE SONUÇLARI

TKHK ile kapıdan satışlar bakımından tüketiciye tanınan en önemli hak cayma hakkıdır. Genel itibariyle, dünyadaki uygulama incelendiğinde, kapıdan satışlarda tüketiciye cayma hakkının tanınması çok karşılaşılan bir durumdur. Çünkü bu sayede tüketici, sözleşmeyi meydana getiren iradesini bir anlamda geri almaktadır. Çoğu zaman bu özelliğinden dolayı cayma hakkı, geri alma hakkı olarak da adlandırılmaktadır. Esasen teknik anlamda "geri alma" ifadesi hukuken kullanılması gereken ifade ve geçerli hukuki niteliktir.

Geri alma hakkı denildiğinde; sözleşme kurulduktan sonra tek taraflı bir irade beyanıyla ya da geri alma iradesine benzer veya eşdeğer etkide zımni bir davranışla ilk baştaki iradesinin etkisizleştirilmesi, ortadan kaldırılması veyahut sözleşmenin hukuksal sonuç doğurmasının önüne geçilmesi anlaşılmaktadır. Geri alma hakkına başvurulabilmesi için taraflar arasında akdedilen sözleşmenin sakat olmaması, geçerli bir şekilde kurulmuş olması gerekmektedir.

www.hedefaof.com

TKHK'nun 8 nci maddesinin 3 ncü fıkrasında; "Bu tür satışlarda; tüketici, teslim aldığı tarihten itibaren yedi gün içinde malı kabul etmekte veya hiçbir gerekçe göstermeden ve hiçbir yükümlülük altına girmeden reddetmekte serbesttir. Hizmetlerin satımında ise bu süre, sözleşmenin imzalandığı tarihten itibaren başlar. Bu süre dolmadan satıcı veya sağlayıcı, kapıdan satış işlemine konu mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapmasını veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesini isteyemez. Satıcı, cayma bildirimi kendisine ulaştığı andan itibaren yirmi gün içerisinde malı geri almakla yükümlüdür" ifadesi yer almaktadır. Kanun koyucu burada, tüketiciyi malı yedi gün içinde kabul etmekle veya hiçbir gerekçe göstermeden ve hiçbir yükümlülüğe girmeden reddetmekle serbest bırakmıştır. Ayrıca, satıcının, bahsekonu cayma beyanının kendisine ulaştığı andan itibaren yirmi gün içinde malı geri almakla yükümlü kılınması kanunla düzenlenmiş önemli bir hususdur. Hizmetler açısından ise kanun koyucu, sürenin sözleşmenin imzalandığı tarihten itibaren başladığını düzenleyerek tüketicinin korunması hususunu göz önünde bulundurmuştur.

Kapıdan satışlara özgü cayma (geri alma) hakkının hukuki niteliği incelendiğinde; bunun geciktirici şarta bağlı olduğu ve sözleşmenin hükümlerini doğurmasını önleyebilmesi için belli bir süre dâhilinde, tek yanlı ve varması gerekli bir irade beyanı ile kullanılması gerektiği ortaya çıkar. Bu anlamda yenilik doğurucu, bu özelliği ile de borçtan bağımsız ve şarta bağlı olarak kullanılamayan bir hak olduğu görülmektedir.

TKHK'na göre, kapıdan satışlar, taraflar arasında akdedilen sözleşmenin Kanunda belirtilen süre içinde tüketicinin cayma hakkını kullanmadığı durumlarda geçerli olmaktadır. Sözleşmenin hüküm ve sonuçları, sözleşmenin akdedildiği andan itibaren geçerlilik kazanmaktadır. Ancak bu durumda, satıcı ya da sağlayıcı tüketiciden sözleşme konusu mal veya hizmetin bedelinin ödenmesini veya borçlandırıcı belgeler vermesini talep edebilir.

Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin "Cayma Hakkının Kullanımı" başlıklı 11 nci maddesinde, 7.3.2011 tarihli ve 27867 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan değişiklik sonucunda, satıcı veya sağlayıcıların, akdedilen kapıdan satış sözleşmelerini en az üç yıl süreyle merkezlerinde saklamaları zorunluluğu getirilmiş, sözleşmenin ve malın tüketiciye teslim edildiğinin ispat yükümlülüğü satıcı veya sağlayıcıya yüklenmiştir. Kanun koyucu yapılan değişikliğe ilave olarak satıcı ve sağlayıcının bu Yönetmelik hükümlerine aykırı uygulamalarda bulunmaları halinde, tüketicinin cayma (geri alma) hakkını kullanmak için yedi günlük süre ile bağlı olmadığını da hüküm altına almıştır.

4822 Sayılı Kanun ile 4077 Sayılı TKHK'da, kapıdan satışları düzenleyen 8 nci maddede yapılan değişikliklerin en önemlileri arasında, yedi günlük deneme süresinin aynen muhafaza edildiği görülmektedir. Ancak değişiklik sonrası yeni Kanunda 7 günlük süre içinde satıcının tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapmasını veya borç altına sokan bir belge vermesini istemesini engellemiştir ve bu husus dikkat çekici bir nitelik taşımaktadır.

Diğer bir önemli değişiklik ise eski Kanunda, tüketici iade süresi içerisinde malı geri vermeye karar verirse, kullanım sırasında oluşan malın ticari değerindeki kayıpları tazmin etmekle yükümlü tutulmuştu. 8 nci maddenin 4 ncü bendinde; "Tüketici, malın mutat kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalarından sorumlu değildir" denilmek suretiyle tüketici bu sorumluluktan kurtulmuştur.

Bir başka değişiklik olarak da, 9 ncu madde kapsamında da, kapıdan satışlarda satıcının ve sağlayıcının yükümlülüğü başlığı altında sözleşmeye konulması gereken hususların yazı büyüklüğü 12 puntodan 16 puntoya çıkarılmıştır.

Sonuç olarak, kapıdan satışlarda, yapılan sözleşmenin niteliği gereği, tüketicilerin iradesi bir anlamda tehdit altındadır ve tüketici ani olarak, düşünme imkânı bulmadan verdiği kararda sözleşme ilişkisine girme veya girmeme konusunda iradesini özgürce ortaya koyamamaktadır. Ancak, bilindiği üzere sözleşme ile bağlılık ilkesi, tarafların özgür iradeleriyle niyetlerini açıklaması gerektiğini öngörmektedir. TKHK ile kapıdan satış sözleşmelerinde tüketicilere tanınan cayma hakkı, gerçek iradesini özgürce, bilgilendirilerek ve düşünerek olgunlaştırması için tüketicilere tanınan bir fırsattır. TKHK sayesinde tüketici isterse akdettiği sözleşme ile bağlı kalacak ya da hiçbir külfet altına girmeden sözleşmeden kurtulabilecektir. Tüketicinin, yasal cayma süresi içinde bu hakkını kullanmaması durumunda, bir

www.hedefaof.com

anlamda tüketici zımnen sözleşmeye onay vermektedir. Geciktirici şart gerçekleşene kadar sözleşme askıda geçerli olacak ve tüketici açısından tek taraflı bağlamazlık söz konusu olacaktır. Tüketici, cayma hakkını kullandığı takdirde sözleşme kurulduğu andan itibaren geçersiz hale gelecektir. Bu durumda da taraflar o zamana kadar ifa etmiş oldukları edimlerin iadesini karşı taraftan talep edebileceklerdir.



Kapıdan satışlar ile ilgili olarak Murat Aydoğdu'nun "4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre Kapıdan Satışlar" adlı kitabını okuyabilirsiniz.

MESAFELİ SÖZLEŞMENİN TANIMI VE UNSURLARI

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda mesafeli sözleşmeler ile ilgili bir düzenleme yer almamaktaydı. Bu durum önemli bir eksiklik olarak değerlendiriliyordu. 6.3.2003 tarihli ve 4822 sayılı Kanun ile yapılan değişiklikle TKHK'nun 9/A maddesinde mesafeli sözleşmeler hüküm altına alınmıştır. Kanun mesafeli sözleşmeleri; yazılı, görsel, telefon ve elektronik ortamda veya diğer iletişim araçları kullanılarak ve tüketicilerle karşı karşıya gelmeksizin yapılan ve malın veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi veya ifası kararlaştırılan sözleşmeler olarak tanımlamıştır.

Tanımdan da anlaşılacağı üzere, mesafeli sözleşmelerde taraflar, karşı karşıya gelmeksizin çeşitli iletişim araçları vasıtasıyla sözleşme akdetmektedirler. Sözleşmeye konu mal veya hizmetin, tüketiciye anında veya sonradan teslim edilmesi veya ifası mümkündür. Bu durumun taraflar arasında kararlaştırılması da büyük önem taşımaktadır. Aralarında belli bir mesafe bulunan taraflar arasında akdedilen edim konusu mal veya hizmetin ifa zamanını da içine alacak şekilde tanımın geniş tutulması son derece doğru bir yaklaşım olmuştur.

Mesafeli sözleşmeler, taraflar arasında belli bir mesafenin bulunduğu, sözleşme konusu mal veya hizmet arzının yazılı veya görsel yayın araçları ile gerçekleştirildiği, sözleşmenin akdedilmesi işleminin telefon, faks, internet gibi vasıtalar ile yapıldığı, tüketicinin belli bir bedel ödemeyi, karşı tarafın ise bu bedel karşılığında taşınır mal mülkiyetini devir veya taşınmaz malların kullanım hakkının devrini gerçekleştirmeyi ya da belli bir hizmet sunmayı kabul ettiği, tam iki tarafa borç yükleyen rızai sözleşmelerdir.

Bu sözleşmenin unsurları incelendiğinde, öncelikle karşımıza "mesafeli" ifadesi çıkmaktadır. Burada "mesafeli" ifadesinden, sözleşmenin kurulması esnasında satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin karşı karşıya bulunmadığı anlaşılmaktadır. Geri kalan hususlar diğer sözleşmeler için geçerli olan bütün hususların mesafeli sözleşmeler için de geçerli olduğu doğrultusundadır. Bütün bu açıklamalardan hareketle mesafeli sözleşmelerin esaslı unsurlarını, edim, bedel ve malın bedel ile değiştirileceğine ilişkin taraflar arasındaki anlaşma olarak vurgulamak yerinde olacaktır.

Mesafeli sözleşmelerin rızai bir sözleşme olduğu gerçeğinden hareketle, sözleşmenin kurulması ve sonuçlarını doğurması için tarafların karşılıklı ve birbirlerine uygun irade beyanlarının olması gerekir. Gerçek hayatta, taraflar arasında akdedilen bu sözleşmelerde genellikle akdin konusunun bir kısmının ya da tamamının önceden belirlendiği ve tüketiciyi kısmen de olsa sözleşmeyi yapma veya yapmama konusunda bağlayan genel işlem şartları ihtiva eden sözleşmeler olarak bu sözleşmelerin karşımıza çıktığı bir gerçektir. Hukukumuzda, genel işlem şartlı sözleşmelerin geçerli ve bağlayıcı olabilmesi, satıcı veya sağlayıcının önceden tespit ettiği, sözleşmenin muhtevasına dâhil ettiği genel işlem şartlarının tüketici tarafından açık veya zimni irade beyanıyla kabul edilmesine bağlıdır.

Mesafeli sözleşmelerde belli bir bedel karşılığında uzakta bulunan tüketiciye bir malın mülkiyetinin devredilmesi hedeflenmektedir. Mesafeli sözleşmenin konusunu, taşınır mallar ile konut ve tatil amaçlı taşınmazların kullanım hakkının devri oluşturur. Bu husus 4822 sayılı Kanunun Tanımlar başlığı altında üçüncü maddesinde yer alan; "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" ifadesinde yer aldığı şekilde, konut ve tatil amaçlı taşınmazların kullanım hakkının devri dışındaki taşınmaz mal satışları mesafeli sözleşmeler kapsamında yer almamaktadır.

www.hedefaof.com

Hizmet sunumu da mesafeli sözleşmelerin konusu olabilir. Mal sağlama dışındaki her türlü iş görme sözleşmeleri mesafeli sözleşmelerin konusunu teşkil edebilir. Mesafeli sözleşmelerin konusunu oluşturan hizmet sağlanması hususu karma sözleşmeler şeklinde de görülebilir. Bu tür sözleşmelerde, belli bir bedel ödenmesi durumunda satıcı veya sağlayıcı malın teslimini, kurulmasını, takılmasını veya bakımının yapılmasını taahhüt etmektedir.

TKHK'nun 9/A maddesinde yer alan mesafeli sözleşmelerin uygulama usul ve esaslarını belirlemek üzere çıkarılan 6.3.2011 tarihli ve 27866 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelik", aşağıda belirtilen sözleşmeleri, mesafeli sözleşmelerin kapsamı dışında bırakmış ve bu sözleşmelere Yönetmelik hükümlerinin uygulanmayacağını vurgulamıştır.

"(2) Bu Yönetmelik hükümleri;

a. Bankacılık ve sigortacılık ile ilgili,

b. Otomatik makineler aracılığıyla yapılan satışlar ile ilgili,

c. Halka açık telefon kullanımı suretiyle telekomünikasyon hizmeti verenlerle akdedilen,

d. Taşınmaz satış, kiralama ve taşınmaza ilişkin diğer haklarla ilgili,

e. Artırma veya eksiltme yoluyla akdedilen sözleşmelere uygulanmaz.

(3) 5 inci, 6 ncı, 7 nci ve 8 inci maddeler ile 9 uncu maddenin birinci fıkrası;

a. Gıda maddelerinin, içeceklerin ya da diğer günlük tüketim maddelerinin, satıcının düzenli teslimatları çerçevesinde tüketicinin meskenine veya işyerine götürülmesine ilişkin,

b. Seyahat, konaklama, lokantacılık, eğlence sektörü gibi alanlarda hizmet veren sağlayıcılarla kurulan ve sağlayıcının belirli bir tarihte veya zaman dilimi içinde sözleşme konusu hizmet edimini sunma yükümlülüğü altına girdiği sözleşmelere uygulanmaz" denilmektedir.

(3) ncü fıkrada zikredilen maddeler incelendiğinde, bu maddelerden 5 nci madde "Ön bilgiler ve bilgilendirme formu", 6 nci madde "Ön bilgilerin teyidi", 7 nci madde "Cayma hakkı", 8 nci madde "Cayma hakkının kullanılmasının sonuçları" ve 9 ncu madde ise "Sözleşmenin ifası" başlıklarını taşımaktadır.



www.gumruk.gov.tr adresinden Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü'nün sayfasına ulaşmak ve görevleri hakkında bilgi almak mümkündür.

MESAFELİ SÖZLEŞMENİN KURULMASI

Mesafeli sözleşmelerde, sözleşmenin kurulması hazırlar arasında mı yoksa hazır olmayanlar arasında mı yapılmış olduğu hususunun tespiti, sözleşmenin kurulduğu ve hüküm doğurmaya başladığı anın belirlenmesi bakımından önem taşımaktadır. Borçlar Kanunu açısından sözleşmenin kurulması kavramı hazırlar arasında ve hazır olmayanlar arasında olmak üzere farklı biçimde düzenlenmiştir. "Hazır" kavramı, sözleşmenin taraflarının, icap ve kabul beyanlarını açıklandığı anda öğrenebilecek durumda olup olmamalarından hareketle belirlenmektedir. Hazırlar arasında akdedilen sözleşmede, icap yapıldığında muhatabın, BK 4 ncü madde f.1 uyarınca derhal kabul beyanında bulunması gerektiği öngörülmektedir. Bu durumda yapılan kabul beyanı ile sözleşme kurulmuş olur, aksi takdirde icapta bulunan, icabıyla bağlı olmaktan kurtulur.

Hazır olmayanlar arasında akdedilen sözleşmelerde, BK 5 nci madde f.1 uyarınca icapta bulunan usulüne uygun olarak ve zamanında karşı tarafa yönelttiği icap beyanının varmasını beklemesi gereken ana kadar icabıyla bağlı kalmaktadır. Hazır olmayanlar arasında akdedilen sözleşme, karşı tarafın kabul beyanını gönderdiği andan itibaren hükümlerini doğurmaya başlar ve kabul haberinin icapta bulunan tarafa ulaşmasıyla sözleşme kurulmuş olur.

Mesafeli sözleşmelerde, taraflar arasındaki fiziki ve coğrafi uzaklığın bu anlamda bir önemi bulunmamaktadır. Tarafların, icap ve kabul beyanlarını açıkladıkları anda derhal öğrenebilecek durumda

www.hedefaof.com

olmalarını sağlayan herhangi bir iletişim ortamı veya vasıtası mevcut ise aralarında akdettikleri sözleşmenin "hazırlar arası sözleşme" olması sonucu ortaya çıkar. BK 4 ncü madde f.2'den belirtilen aynı fiziki ortamı paylaşmamakla birlikte telefonla yapılan icap ve buna uygun kabulü, hazırlar arasında yapılan bir sözleşme olarak nitelendirmesinden kıyasen, benzer şekilde internet üzerinden anında iletişimde bulunabilmelerine olanak sağlayan ortamlar sayesinde akdedilen sözleşmeleri de hazırlar arasında yapılan sözleşme niteliğinde kabul etmek gerekir. İnternet ortamında, fiyat ve esaslı nitelikleri belli olan mal ve hizmetlerin tüketicilere sunulması icap niteliğinde ve genele yapılmış bir sunumdur. Sunum internette yayınlanmaya devam ettiği sürece, mucip de icabı ile bağlı kalacak ve icap geçerli olacak demektir. Tüketicilerin ihtiyaç duydukları bu mal veya hizmete talepte bulunmaları sadece bir tuşa dokunma süresi kadar uzaklıktadır. İcap ile kabul iradesinin beyanı arasına herhangi bir zaman fasılası girmemektedir. Tüketicinin kabul iradesini içeren mesajın satıcı veya sağlayıcıya ulaşması neticesinde sözleşme kurulmuş olur.

Karşı tarafın, icap beyanını anında değil de bir süre geçtikten sonra öğrenebilmesi durumunda ise hazır olmayanlar arasında akdedilen sözleşme söz konusudur. Örneğin taraflar irade beyanlarını karşılıklı elektronik posta göndermek suretiyle beyan ettikleri durumlarda hazır olmayanlar arasında bir sözleşmenin akdedildiğinden bahsedilir. Benzer şekilde, faks, teleks ve telgraf gibi iletişim vasıtalarıyla açıklanan irade beyanları ve bu yolla akdedilen sözleşmeler, nitelikleri itibariyle hazır olmayanlar arasında akdedilen sözleşme hükümlerine tabi olacaktır.



TKHK'nun 9/A nci maddesinde belirtildiği üzere mesafeli sözleşmeler kapsamında, cayma hakkına ilişkin düzenlemenin nasıl kaleme alındığını araştırınız. Kanun koyucunun cayma hakkı bakımından mesafeli sözleşmeler için getirdiği düzenlemenin, kapıdan satışlara ilişkin hükümlerden farkını araştırınız.

MESAFELİ SÖZLEŞMENİN ŞEKLİ VE ZORUNLU İÇERİĞİ

Borçlar Kanunu hukukumuzda genel kural olarak şekil serbestîsi ilkesini kabul etmiştir. Kanunun özel bir hükümle şekil mecburiyeti getirdiği akit ve hukuki işlemler bu ilkenin dışındadır. Şekil zorunluluğu yalnız istisnai hallerde kabul edilmiştir ve bu hususlar da kanunda açıkça düzenlenmiştir. Şekil zorunluluğunun getirildiği durumlarda, akit veya hukuki işlem yapma yolundaki irade ancak kanunun öngördüğü özel bir şekilde beyan edildiği durumlarda geçerli olarak kurulur ve şekil zorunluluğu sadece kanun veya tarafların iradesi ile getirilebilir.

TKHK'nun 9/A maddesinde, şekil zorunluluğundan bahsedilmemektedir. Bunun nedeni mesafeli sözleşmelerin yapısından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte tüketicinin birçok yönden korunmasını sağlamak maksadıyla, sözleşme akdedilmeden önce bazı bilgilerin tüketiciye yazılı olarak verilmesi ve tüketicilerin bu bilgileri teyit ettiğinin yazılı olarak bildirilmesi gerekliliği kanunla düzenlenmiştir. 4822 sayılı Kanunun 6 ncı maddesinde yer alan "Sözleşmedeki Haksız Şartlar" başlığı altında bazı tüketici sözleşmelerine şekil şartı getirildiği görülmektedir. Mesafeli sözleşmelere ilişkin olarak en az 12 punto büyüklüğünde ve koyu harflerle düzenlenmiş, yazılı şekil şartı aranmaktadır. Bu şekil şartı bir geçerlilik şartıdır. Ancak bu hususun sözleşme kurulma aşamasında tüketiciye verilmesi gereken ön bilgiler bakımından geçerli olduğu ve yine tüketicinin yazılı teyidinin gerektiği unutulmamalıdır.

TKHK'nun 9/A maddesinin 5 nci bendinde; "Cayma hakkı süresince sözleşmeye konu olan mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapılmasının veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesinin istenemeyeceğine ilişkin hükümler dışında kapıdan satışlara ilişkin hükümler mesafeli sözleşmelere de uygulanır" denilmektedir. Kanunun lafzında da açıkça anlaşılacağı üzere mesafeli satışların da kapıdan satışlar gibi yazılı yapılması ve zorunlu içeriği ile ilgili bir takım kurallara uyma zorunluluğu bulunmaktadır. Kapıdan satış sözleşmesinin şekli, zorunlu içeriği ve şekle uymamanın sonuçları hakkındaki hususları, mesafeli sözleşmeler bakımından da aynen geçerlidir.

6.3.2011 tarihli ve 27866 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelik'in 5 nci maddesinin yer aldığı mesafeli sözleşmelere ilişkin genel düzenlemeler bölümünde ön bilgiler ve bilgilendirme formu başlığı altında tüketicinin, mesafeli sözleşme kurulmadan önce bu

www.hedefaof.com

maddede yer alan bilgilerin tamamını içerecek şekilde açık, anlaşılır ve kullanılan uzaktan iletişim aracına uygun bir şekilde satıcı veya sağlayıcı tarafından bilgilendirilmesi gerektiği hususları düzenlenmiştir.

Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelik ile getirilen düzenlemeye göre, tüketici mesafeli sözleşmenin kurulmasından önce satıcı veya sağlayıcı tarafından açık ve anlaşılır şekilde aşağıda yer alan tüm bilgileri edinmiş olmalıdır:

a. Satıcı veya sağlayıcının isim, unvan, açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgileri.

b. Sözleşme konusu mal veya hizmetin temel nitelikleri.

c. Tüm vergiler dâhil olmak üzere mal veya hizmetin Türk Lirası olarak satış fiyatı.

d. Varsa teslim masrafları.

e. Ödeme ve teslim veya ifa ile ilgili bilgiler.

f. Cayma hakkının kullanılmasının şartları ve bu hakkın nasıl kullanılacağı.

g. Uzaktan iletişim aracının kullanım bedelinin olağan ücret tarifesi üzerinden hesaplanmadığı durumlarda, bu iletişim aracının kullanılması nedeniyle tüketicilere yüklenen ilave maliyeti.

h. Mal veya hizmete ilişkin fiyat dâhil taahhütlerin geçerlik süresi.

i. Sözleşme konusunu, sürekli veya dönemsel olarak ifa edilen bir mal veya hizmet ediminin oluşturduğu hâllerde söz konusu sözleşmenin asgari süresi.

j. Belirsiz süreli veya süresi bir yıldan fazla olan borç ilişkilerinin feshedilme şartları.

k. Tüketicilerin şikâyet ve itirazları konusunda başvuruların, Bakanlıkça her yıl Aralık ayında belirlenen parasal sınırlar dâhilinde tüketicinin mal veya hizmeti satın aldığı veya ikametgâhının bulunduğu yerdeki tüketici sorunları hakem heyetine veya tüketici mahkemesine yapılabileceğine ilişkin bilgi.

Yönetmeliğin 6 ncı maddesinde ise önbilgilerin teyidi başlığı altında, tüketici, 5 inci maddede belirtilen ön bilgileri edindiğini yazılı olarak teyit etmedikçe satıcı veya sağlayıcı tarafından sözleşme akdedilemez denilmek suretiyle zorunlu içerik ve uyulması gereken hususları açıkça düzenlemiştir. Ayrıca mesafeli sözleşme akdedilirken telefon gibi sözlü uzaktan iletişim araçlarının kullanılması durumunda, her görüşmenin başında satıcı veya sağlayıcının kimliğinin ve görüşmenin ticari amacının tüketiciye açık bir şekilde bildirmesi zorunludur.

Bazı durumlarda, diğer sözleşmeler için getirilen hükümlerin mesafeli sözleşmeler bakımından da uygulanacağı öngörülmüştür. Örneğin, mesafeli sözleşme taksitle hayata geçiyorsa, mesafeli sözleşmelere taksitle satışlara ilişkin TKHK 6/A maddesi uygulanması gerekecektir. Bu durumda mesafeli sözleşmenin, ilintili olduğu sözleşme ile ilgili şartları ve şekil şartını taşıması gerektiği ifade edilmektedir.

TKHK'nun 9/A maddesinin 3 ncü bendine göre; "satıcı ve sağlayıcı, tüketicinin siparişi kendisine ulaştığı andan itibaren otuz gün içerisinde edimini yerine getirir. Bu süre, tüketiciye daha önceden yazılı olarak bildirilmek koşuluyla en fazla on gün uzatılabilir" denilmektedir. Benzer düzenleme Yönetmeliğin 9 uncu maddesinde "Sözleşmenin ifası" başlığı altında yapılmıştır. Kanun ve Yönetmelik kapsamında, ifa zamanı, tüketicinin siparişinin satıcı veya sağlayıcıya ulaştığı andan itibaren otuz gün olduğu açıktır. Burada malın otuz gün içinde gönderilmesi değil, tüketiciye ulaştırılması gerekmektedir. Malın tüketiciye teslimi, siparişin satıcı veya sağlayıcıya ulaştığı andan itibaren otuz gün içinde gerçekleşmelidir.

Maddenin devamında, satıcı veya sağlayıcının tek taraflı olarak bu sürenin on gün daha uzatılmasını sağlayabileceği hüküm altına alınmıştır. Satıcı veya sağlayıcının bu hakkını kullanabilmesi için sadece tüketiciye daha önceden yazılı olarak haber vermesi yeterli görülmüştür. Yönetmelik, Kanunla yapılan düzenlemeye, yazılı olarak bildirmenin yanında "bir sürekli veri taşıyıcısıyla bildirmek" koşulunu da dâhil etmiştir. Kanun ve Yönetmelik'te yer alan "bildirmek" ifadesinden yola çıkarak, tüketicinin onayının gerekmediği tek yanlı bir bildirimle sürenin on gün daha uzatılabileceği anlaşılmaktadır.

www.hedefaof.com

TKHK'nun 9/A maddesinin 5 inci bendinde; "Cayma hakkı süresince sözleşmeye konu olan mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapılmasının veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesinin istenemeyeceğine ilişkin hükümler dışında kapıdan satışlara ilişkin hükümler mesafeli sözleşmeler de uygulanır" denilmek suretiyle cayma hakkı düzenlenmiştir.

Bu hükümde ifade edildiği üzere, tüketiciden cayma hakkı süresince hiçbir ödeme alınamayacağına ilişkin kapıdan satışlar hakkında geçerli olan hüküm, mesafeli satışlar bakımından geçerli olmayacaktır. Diğer bir ifade ile sözleşme akdedildiği anda, tüketicinin sözleşme konusu mal veya hizmetin bedeli ve eğer taşıma giderleri de tüketiciye ait ise bütün bunları da ödeme borcu altına girmektedir.

MESAFELİ SÖZLEŞMENİN TÜRLERİ VE İŞLEYİŞİ

Mesafeli sözleşmelerin türlerini yazılı iletişim araçları ile yapılan sözleşmeler, telefon ile yapılan sözleşmeler, teleshopping, elektronik iletişim araçları ile yapılan sözleşmeler ve diğer iletişim araçları ile yapılan sözleşmeler olarak alt başlıklara ayırmak mümkündür.

Yazılı iletişim araçları ile yapılan sözleşmeler denildiğinde aklımıza ilk gelen gazete ve dergi ilanları, kataloglar ile teleks, telefaks, el ilanları, broşür gibi diğer yazılı iletişim araçlarıdır. Bu tarz iletişim araçları ile yapılan sözleşmelerde genellikle tüketici, bir gazete veya dergide yer alan ilanda yer alan formu doldurarak belirtilen adrese göndermekte ya da telefon ile irtibata geçerek sipariş vermektedir. Sözleşmenin konusunu teşkil eden mal veya hizmet ise daha sonra kargo veya posta yolu ile gönderilmekte veya sağlanmaktadır. Yazılı iletişim araçları ile yapılan sözleşmelerde tüketicinin ilan ya da katalogu detaylı olarak inceleme ve düşünme fırsatı bulunmaktadır. Bu sözleşmelerde ortaya çıkan sorunlar incelendiğinde, aldatıcı reklam ve beyanlar ile tüketici iradesinin sakatlanması söz konusu olabilmekte ya da ilan edilen mal ile teslimatı yapılan mal arasında farklılıklar ortaya çıkabilmektedir.

TKHK'nun 9/A maddesinin 1 nci fıkrasında telefon aracılığı ile yapılan sözleşmeler, mesafeli sözleşme olarak zikredilmiştir. Benzer şekilde Mesafeli Sözleşmere Dair Yönetmelik'te uzaktan iletişim araçları arasında telefon yer almaktadır. Yönetmeliğin 5 nci madde (4) ncü fıkrasında telefon gibi sözlü uzaktan iletişim araçlarının kullanılması durumunda, yukarıda da belirtildiği gibi, ayrıca her görüşmenin başında satıcı veya sağlayıcının kimliğinin ve görüşmenin ticari amacının tüketiciye açık bir şekilde bildirilmesi zorunlu kılınmıştır. Telefon aracılığı ile yapılan sözleşmeler temelde iki grupta toplanmaktadır. Bunlardan birincisi, belli bir mal veya hizmetin tanıtılması ve pazarlanması maksadıyla arama merkezleri tarafından tüketicilerin aranarak sözleşmenin gerçekleştirilmesi, diğeri ise tüketicinin kendiliğinden bir mal veya hizmete ulaşmak maksadıyla belirtilen telefon numarasını araması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Birinci türde son zamanlarda oldukça değişik mal veya hizmetin tanıtımı ve pazarlanması konusunda örnekler bulunmakta, ikinci uygulamada ise farklı metodlar kullanılmakla birlikte en yaygın olanın özel numaraların aranmasıyla mal veya hizmet siparişinin verilmesi şeklinde gerçekleşmektedir

Teleshopping denildiğinde, hâlihazırda süregeldiği şekilde program aralarına verilen reklamların mal ve hizmetlerin tanıtılması ve pazarlanması bakımından yetersiz kaldığı düşüncesinden hareketle, bazı televizyon kanallarının sadece bu maksatla kurulması ve yayın yapması anlaşılmaktadır. Bu kanallarda çeşitli mal ve hizmetler, farklı yöntemler kullanılarak tanıtılmakta ve satışa sunulmaktadır. Kimi ürünlerin satışında süre tahditi konularak satılması ya da stokta kalan ürün sayısına göre fiyatının azaltılması gibi teknikler kullanılmaktadır. Tüketici ekranda gördüğü mal veya hizmete ait telefon numarasını arayarak, adını soyadını, ödeme şeklini, adresini ve gerekli bilgileri vermek suretiyle yapılmaktadır. Sözleşmeye konu mal veya hizmet taahhüt edilen süre içinde tüketicinin adresine gönderilmektedir.

Elektronik iletişim araçları ile yapılan sözleşmeler denildiğinde aklımıza ilk gelen husus internet aracılığı ile yapılan sözleşmelerdir. Yazılım teknolojisinin gelişmesi ve internet kullanımının artması neticesinde birçok mal ve hizmetin elektronik ortamda satılması ve pazarlanması söz konusu olmaya başlamıştır. Hatta bu mal ve hizmetler küreselleşmenin de etkisi ile bütün dünyada herkes tarafından erişilebilir bir konuma gelmiştir. Satıcı ve sağlayıcılar sahip oldukları mal veya hizmetin daha geniş kitlelere ulaşması konusunda bilişim teknolojilerinin en son imkânlarını kullanmakta ve hatta bunları zorlamaktadır. Bütün bu gelişmeler ışığı altında, elektronik iletişim araçları ile yapılan sözleşmelerde

www.hedefaof.com

başdöndürücü bir hızla birçok alternatif vasıta ve yöntem ortaya çıkmaktadır. Bu tarz sözleşmelerin, elektronik posta yoluyla, web siteleri aracılığıyla ve elektronik veri değişimi sistemi üzerinden kurulması en yaygın kullanım olarak görülmektedir. Elektronik posta yoluyla gerçekleşen mesafeli sözleşmeler, icaba davet, icap ve kabul beyanlarının birbirleri ile örtüşmesi ve sözleşmeye ilişkin bütün esaslı unsurların taraflarca anlaşılması neticesinde akdedilmektedir. Tarafların bu yolla akdettikleri sözleşmeler genellikle mesafeli ve hazır olmayanlar arasında yapılmış sözleşmelerdir. Elektronik ortamda yapılan sözleşmelerden bir diğeri ise web sayfası aracılığı ile gerçekleşen sözleşmelerdir. Bazı web sayfalarında elektronik ortamda doğrudan pazarlamaya olanak veren, taraflar arasında bağlayıcı nitelikte hukuki işlemler doğuran tanıtımlar yer almaktadır. Bu tarz web sitelerinde, başta fiyat olmak üzere, akdedilecek sözleşmenin bütün esaslı unsurları yayınlanmakta, böylece satıcı veya sağlayıcının beyanları icap olarak kabul edilmekte, satıcı ve sağlayıcı icap, icabın şartları ve hükümleri ile bağlı kalmaktadır. Web siteleri ile kurulan sözleşmeler; mesafeli, hazır olmayanlar arasında kurulan ve genellikle katılmalı sözleşmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Elektronik veri değişimi sisteminde ise önceden belirlenmiş standartlara göre biçimlenmiş veriler, alıcı durumunda olan tarafça doğrudan işleme konulabilmektedir. Bu sistem internet gibi açık bir ağ üzerinden değil tamamen tarafları belirlenmiş ve uç noktaları sabit işletmeler tarafından belli bir işletim masrafına katlanılarak kullanılan sistemlerdir. Örneğin, standart satın alma, sipariş verme, hizmet siparişlerinin kabulü, fatura veya diğer kayıtların iletiminde kullanılır.



Mesafeli sözleşmeler ile ilgili olarak Abdülkerim Yıldırım'ın "Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması" adlı kitabını okuyabilirsiniz.

MESAFELİ SÖZLEŞMEDE CAYMA HAKKI VE SONUÇLARI

TKHK'nun 9/A maddesinin 5 nci bendinde; "Cayma hakkı süresince sözleşmeye konu olan mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapılmasının veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesinin istenemeyeceğine ilişkin hükümler dışında kapıdan satışlara ilişkin hükümler mesafeli sözleşmelere de uygulanır" denilmek suretiyle, kapıdan satışlarda cayma hakkına ilişkin hükümlerin, mesafeli sözleşmeler de aynen geçerli olacağı düzenlenmiştir.

Kapıdan sözleşmelerde belirtildiği üzere, mesafeli sözleşmelerde de cayma hakkı ile kastedilen hukuken esasen geri alma hakkıdır. Geri alma hakkı kullanıldığı takdirde, bu hak geriye etkili bir hak olduğundan, tarafların sözleşme öncesinde bulundukları durumun yeniden kurulması gerekecek ve taraflar daha önce ifa etmiş oldukları edimleri, eğer varsa, karşılıklı olarak iade edeceklerdir.

Mesafeli sözleşmeler bakımından cayma (geri alma) hakkının ne şekilde kullanılacağı Yönetmelik ile düzenlenmiştir. Buna göre, Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmeliğin 7 nci maddesi cayma hakkını, 8 nci maddesi ise cayma hakkının kullanılmasının sonuçlarını kaleme almıştır. Buna göre, tüketici yedi gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödemeden sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin bu süre içinde yazılı olarak veya bir sürekli veri taşıyıcısıyla bildirilmesini yeterli görmüştür. Eğer bir malın teslimine ilişkin sözleşme akdedilmiş ise cayma hakkının süresi tüketicinin malı teslim aldığı günden itibaren başlayacaktır. Diğer sözleşmelerde sözleşmenin akdedildiği günden itibaren yedi günlük cayma süresi işlemeye başlayacaktır.

Satıcı veya sağlayıcı Yönetmeliğin 5 nci maddesinde yer alan ön bilgiler ve bilgilendirme formu ile 6 ncı maddesinde yer alan ön bilgilerin teyidi hükümleri hilafına hareket eder ve yükümlülüklerini yerine getirmez ise cayma hakkı süresinin yedi gün değil, üç ay olacağı düzenlenmiştir.

Yönetmelikle getirilen bir diğer önemli hak da cayma hakkı kapsamında olmak üzere yine 7 nci maddenin (5) fıkrasında düzenlenmiştir. Buna göre; "Tüketiciye, borcunun tamamen veya kısmen ifası için, satıcı veya sağlayıcı onunla işbirliği içinde olan bir üçüncü kişi tarafından kredi verildiği mesafeli sözleşmelerde, tüketicinin bu maddedeki hükümler dâhilinde cayma hakkını kullanması durumunda kredi sözleşmesi de herhangi bir tazminat veya cezai şart ödeme yükümlülüğü söz konusu olmaksızın sona erer. Ancak bunun için cayma bildiriminin kredi verene de yazılı olarak iletilmesi gerekir. Tarafların karşılıklı iade yükümlülükleri saklıdır" denilmektedir.

www.hedefaof.com

Teslim alınmış malın değerinin azalması veya iadeyi imkânsız kılan bir nedenin varlığı, tüketici açısından cayma hakkının kullanılmasına engel teşkil etmemektedir. Ancak değer azalması veya iadenin imkânsızlığı tüketicinin kusurundan kaynaklanıyorsa, tüketicinin satıcıya malın değerini veya değerindeki azalmayı tazmin etmesi gerekmektedir. Malın mutat kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklikler ve bozulmalar değer azalması anlamına gelmemektedir.

Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmeliğin 7 nci maddesinin (4) ncü fıkrasında ise taraflarca aksi kararlaştırılmadığı takdirde tüketicinin cayma hakkını kullanamayacağı sözleşmeler sıralamıştır. Bunlar;

a. Cayma hakkı süresi sona ermeden önce, tüketicinin onayı ile hizmetin ifasına başlanan hizmet sözleşmeleri.

b. Fiyatı borsa veya teşkilatlanmış diğer piyasalarda belirlenen mallara ilişkin sözleşmeler.

c. Tüketicinin istekleri veya açıkça onun kişisel ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanan, niteliği itibariyle geri gönderilmeye elverişli olmayan ve çabuk bozulma tehlikesi olan veya son kullanma tarihi geçme ihtimali olan malların teslimine ilişkin sözleşmeler.

d. Tüketici tarafından ambalajının açılmış olması şartıyla, ses veya görüntü kayıtlarına, yazılım programlarına ve bilgisayar sarf malzemelerine ilişkin sözleşmeler.

e. Gazete, dergi gibi süreli yayınların teslimine ilişkin sözleşmeler.

f. Bahis ve piyangoya ilişkin hizmetlerin ifasına ilişkin sözleşmeler.

g. Elektronik ortamda anında ifa edilen hizmetler ve tüketiciye anında teslim edilen gayri maddi mallara ilişkin sözleşmelerdir.

www.hedefaof.com

Özet

Son derece hızlı bir şekilde değişen ve gelişen teknolojik ilerlemelere paralel olarak tüketicilerin de yapmış olduğu işlemler, teknolojinin getirmiş olduğu kolaylıklardan istifade ile çok daha süratli bir şekilde gerçekleşmektedir. Tüketiciler bu yollarla çeşitli mal veya hizmetler edinmekte, bir bakıma e-tüketici sıfatıyla hareket etmektedir. Mevzuatımızda mesafeli sözleşmeler olarak adlandırılan sözleşmelerde, alıcı ve satıcı veya hizmet sağlayıcı, tüketici ile yüz yüze gelmeksizin sözleşme akdetmekte, sözleşmenin kurulması aşamasında değişik iletişim araçlarından yararlanılmaktadır.

Günlük hayatımızda giderek yaygınlaşan bir diğer uygulama ise, tüketicinin önceden herhangi bir talebi olmaksızın satıcı veya sağlayıcıların olağan satış yerleri dışında sözleşme kurmalarıdır. Kapıdan satış olarak adlandırılan bu sözleşmeler önemli bir pazarlama yöntemi olarak kullanılmaktadır.

Gerek mesafeli sözleşmeler gerek kapıdan satışlar faydalarının yanında birçok sakıncayı da beraberinde getirmektedir. Her ikisi bakımından en önemli sakınca tüketicinin fazla düşünmeden, ihtiyaçlarını değerlendirmeden, bütçesini dikkate almadan ani karar verip sözleşme ilişkisine girme olasılığıdır. Bu nedenle tüketicinin her iki sözleşme ilişkisinde de özel olarak korunması adeta bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda 1995 yılında kapıdan satışlar düzenlenmekle birlikte, "mesafeli sözleşmeler" düzenlenmemiş, uygulamada ciddi sıkıntılar yaratan bu durum ancak 4822 sayılı Kanunla 2003 yılında yasal bir zemine kavuşturulmuş ve düzenleme getirilmiştir.

Mevcut durumda Kanunun 8, 9 ve 9/A maddelerinde kapıdan satışlar ve mesafeli sözleşmelere yer verilmiş, bu konuda ortaya çıkan problemler bir anlamda giderilmeye çalışılmıştır.

TKHK her iki sözleşmeyi de diğer tüm tüketici işlemlerinde olduğu gibi ana hatları ile düzenlemiş ve ayrıntılı düzenlemeyi Bakanlık tarafından çıkarılması öngörülen yönetmeliklere bırakmıştır. Bu bağlamda daha önce çıkarılmış olan yönetmelikler 2011 yılı içinde tekrar gözden geçirilerek yenilenmiş, Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte bazı önemli değişiklikler yapılmış, mesafeli sözleşmeler bakımından ise tamamen yeni bir yönetmelik çıkarılmıştır. Bu yönetmelik "Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelik" adını taşımaktadır ve 6 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Kapıdan satışlar ve mesafeli sözleşmeler bakımından özellikle belirtilmesi gereken ve tüketici bakımından çok önemlibir koruma getiren düzenleme her iki sözleşmede de tüketiciye cayma (geri alma) hakkının tanınmış olmasıdır. Bu sözleşmeler bakımından tanınan bu hak, tüketicileri koruyan en etkili yol olarak değerlendirilebilir.

Her ne kadar kanun ve yönetmeliklerde bu hak cayma hakkı olarak adlandırılmış olsa da, hukuki nitelik açısından "geri alma" hakkı niteliğini taşımaktadır. Geri alma hakkı sayesinde tüketici satıcı veya sağlayıcıya yöneltmiş olduğu irade açıklamasını geçersiz kılma yetkisine sahiptir.

Tüketiciye bu hakkın tanınmasının sebebi daha ziyade her iki sözleşmenin niteliğinden kaynaklanmaktadır. Zira her iki sözleşmede de tüketici ani karar verip sözleşme ilişkisi içine girme tehlikesi altındadır. Sözleşme ilişkisi içine girdikten sonra tüketici daha iyi düşünüp, kararını tekrar değerlendirip eğer bu ilişkiye devam etmek istemezse geri alma hakkını kullanıp sözleşmeye hiç kurulmamış gibi son verebilir.

Gerçekten de geri alma hakkının kullanılması tıpkı bozucu şart gibi etki doğuracak ve sözleşme sanki hiç akdedilmemiş gibi başa dönülüp, o dönemde tarafların birbirlerine verdikleri de iade edilecektir.

Geri alma hakkı dışında da gerek TKHK ile gerekse de yönetmeliklerle önemli düzenlemeler getirilmiş, özellikle satıcı ve sağlayıcılara tüketiciyi aydınlatıp bilgilendirmelerine ilişkin önemli yükümlülükler yüklenmiştir. Böylece kapıdan satışlar ve mesafeli sözleşmelerde de tüketicinin mümkün olan en üst düzeyde korunması sağlanmaya çalışılmıştır.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi TKHK kapsamında kapıdan satışlarda satıcı ve sağlayıcılar bakımından mutat mekanlar dışında değerlendirilmektedir?

a. Mağaza

b. Fuar ve Panayır

c. Yazıhane

d. Muayenehane

e. İmalathane

2. Aşağıdaki Kanunlardan hangisi kapıdan satışlara ilişkin öncelikli olarak başvurulacak yasal mevzuattır?

a. Medeni Kanun

b. Ticaret Kanunu

c. Ceza Kanunu

d. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

e. Borçlar Kanunu

3. Kapıdan satış işlemleri hakkında aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

a. Yazılı şekle bağlı sözleşmedir

b. Şekil şartına ilişkin düzenlemelere yer verilmemiştir

c. Yazılı sözleşme akdedilme zorunluluğu yoktur

d. Sözleşmede mutlaka yer alması gereken içeriklerin bulunması aranmamaktadır

e. Akdedilen sözleşmenin bir nüshasının tüketiciye verilmesine gerek yoktur

4. TKHK'nun 9 ncu maddesi gereğince aşağıdakilerden hangisi sözleşmede yer alması gereken hususlardan biri değildir?

a. Mal veya hizmetin nitelik ve niceliğine ilişkin bilgiler

b. Cayma bildiriminin yapılacağı açık adres

c. Beş punto ve koyu siyah harflerle yazılmış zorunlu içerik

d. Sözleşmenin imzalanması

e. Tüketicinin kendi eli ile tarih yazması

5. TKHK'nun 9 ncu maddesinde "Kapıdan satışlarda satıcının ve sağlayıcının rolü" kapsamında malın tüketiciye teslim edildiğini ispat yükü aşağıdakilerden hangisine aittir?

a. Tüketiciye

b. Üreticiye

c. Dağıtıcıya

d. Pazarlamacıya

e. Satıcıya

6. Aşağıdakilerden hangisi TKHK kapsamında mesafeli sözleşmelerin yapıldığı araçlar arasında yer almaz?

a. Yazılı

b. Görsel

c. Telefon

d. Elektronik ortam

e. Otomatik makineler

7. Aşağıdakilerden hangisi BK'na göre mesafeli satışlarda hazır olmayanlar arasında akdedilen sözleşmelerin istifade ettiği araçlardan biri değildir?

a. Telefon

b. Teleks

c. Faks

d. Telgraf

e. Mektup

8. Elektronik veri değişim sistemi aşağıdaki işlemlerden hangisi için kullanılmaz?

a. Standart satın alma

b. Sipariş verme

c. Hizmet siparişlerinin kabulü

d. Fatura veya diğer kayıtların iletimi

e. Herkese açık internet üzerinden alış-veriş

www.hedefaof.com

9. Aşağıdakilerden hangisi Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmeliğin cayma hakkını düzenleyen maddesinde yer alan ifadedir?

a. Tüketici yedi gün sonrasında herhangi bir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödemeden sözleşmeden cayma hakkına sahiptir

b. Tüketici yedi gün içinde mutlaka bir gerekçe göstererek ve cezai şart ödemeden sözleşmeden cayma hakkına sahiptir

c. Tüketici yedi gün sonrasında mutlaka bir gerekçe göstererek ve cezai şart ödemeden sözleşmeden cayma hakkına sahiptir

d. Tüketici yedi gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödeyerek sözleşmeden cayma hakkına sahiptir

e. Tüketici yedi gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödemeden sözleşmeden cayma hakkına sahiptir

10. Satıcı veya sağlayıcılar, Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelikte yer alan ön bilgiler ve bilgilendirme formu ile ön bilgilerin teyidi hükümleri hilafına hareket eder ve yükümlülüklerini yerine getirmezlerse ise cayma hakkı süresi ne kadardır?

a. Bir ay

b. İki ay

c. Üç ay

d. Dört ay

e. Beş ay

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. b Yanıtınız yanlış ise "Kapıdan satış işleminin tanımı ve unsurları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. d Yanıtınız yanlış ise "Kapıdan satış işleminin hukuki niteliği" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. a Yanıtınız yanlış ise "Şekil şartı ve şekle aykırılığın sonuçları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. c Yanıtınız yanlış ise "Şekil şartı ve şekle aykırılığın sonuçları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. e Yanıtınız yanlış ise "Şekil şartı ve şekle aykırılığın sonuçları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. e Yanıtınız yanlış ise "Mesafeli sözleşmenin tanımı ve unsurları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. a Yanıtınız yanlış ise "Mesafeli sözleşmenin kurulması" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. e Yanıtınız yanlış ise "Mesafeli sözleşmenin türleri ve işleyişi" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. e Yanıtınız yanlış ise "Mesafeli sözleşmede cayma hakkı ve sonuçları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. c Yanıtınız yanlış ise "Mesafeli sözleşmede cayma hakkı ve sonuçları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

www.hedefaof.com

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Tüketicinin Korunması Hakkıda Kanun bağlamında ;

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: Bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan mal sağlama dışındaki her türlü faaliyeti,

ifade etmektedir.

Sıra Sizde 2

TKHK Madde 9- "Kapıdan satış sözleşmelerinde, sözleşmede bulunması gereken diğer unsurlara ilave olarak mal veya hizmetin nitelik ve niceliğine ilişkin açıklayıcı bilgiler, cayma bildiriminin yapılacağı açık adres ve en az on altı punto ve koyu siyah harflerle yazılmış aşağıdaki ibare yer almak zorundadır:

Tüketicinin hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin teslim aldığı veya sözleşmenin imzalandığı tarihten itibaren yedi gün içerisinde malı veya hizmeti reddederek sözleşmeden cayma hakkının var olduğunu ve cayma bildiriminin satıcı/sağlayıcıya ulaşması tarihinden itibaren malı geri almayı taahhüt ederiz. " hükmü yer almaktadır.

Sıra Sizde 3

TKHK'nun 9/A maddesinin 5 inci bendinde; "Cayma hakkı süresince sözleşmeye konu olan mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapılmasının veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesinin istenemeyeceğine ilişkin hükümler dışında kapıdan satışlara ilişkin hükümler mesafeli sözleşmeler de uygulanır" denilmek suretiyle cayma hakkı düzenlenmiştir.

Kanun koyucu, mesafeli sözleşmeler bakımından, kapıdan satışlar için getirilen düzenlemeden sadece cayma hakkı süresince tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapılması veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesinin istenemeyeceğine ilişkin hükümler haricindeki hususların uygulanacağını açıkça düzenlemiştir.

www.hedefaof.com

Yararlanılan Kaynaklar

Aslan, İ.Y. (2004). **Tüketici Hukuku,** Bursa, Ekin Kitabevi.

Aslan, İ.Y. (2010). **Tüketici Hukuku Dersleri**, 3 ncü Baskı, Bursa, Ekin Kitabevi.

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

Deryal, Y. (2008). **Tüketici Hukuku**, 2 nci Baskı, Ankara, Seçkin Yayınları.

Demir, M. (2003). **Kapıdan İşlemlerde Tüketiciyi Koruyan Geri Alma Hakkı**, Ankara, Turhan Yayıncılık.

Kırmızı, M. (2011). **Tüketici Hukuku**, İstanbul, Bilge Yayınevi.

Yıldırım, A. (2009). **Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, İstanbul, Oniki Levha Yayıncılık.

www.hedefaof.com

7

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Kampanyalı ve promosyonlu satışları birbirinden ayırt edebilecek,
- Abonelik sözleşmelerinde tarafların uyması gereken hususları tanımlayabilecek,
- Tatil amaçlı sözleşmelerde tüketicinin ne şekilde korunacağını açıklayabilecek
- Tüketici mevzuatındaki kuralların kampanyalı, promosyonlu satışlara nasıl uygulanacağını açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Kampanyalı satış
- Promosyon
- Devre mülk
- Abonelik
- Paket tur
- Devre tatil
- Herşey dahil
- Süreli yayın aboneliği

İçindekiler

- Giriş
- Kampanyalı satışlar
- Promosyonlu sözleşmeler
- Abonelik sözleşmeleri
- Tatil amaçlı sözleşmeler

www.hedefaof.com

Kampanyalı, Promosyonlu Satışlar, Abonelik Sözleşmeleri ve Tatil Amaçlı Sözleşmeler

GİRİŞ

Tüketicinin korunmasını gerektiren alanlardan biri de, kampanyalı ve promosyonlu satışlar ile abonelik sözleşmeleri ve tatil amaçlı sözleşmelerdir. Bu tür satış ve sözleşmelerde, zaman zaman abartılı taahhütlerde bulunulmakta ve tüketiciler yanıltılabilmektedir. Özellikle televizyonlarda yayımlanan reklamlarda sürekli şekilde yeni kampanya ve promosyonların tanıtımı yapılır. Cep telefonlarının belirli bir kota içeren internet paketi ile taksitli şekilde satılması, gazetelerin yanında kitap, ansiklopedi, bilgisayar oyunu vb. çeşitli ürünler verilmesi, dergiye abone olanlara sigorta yapılması gibi uygulamalar en sık görülen örneklerdendir. Ancak firmaların denetimsiz bir şekilde kampanyalar yürütmesi, promosyon adı altında tüketiciyi yanıltan satışlar gerçekleştirmesi, çeşitli saldırgan satış yöntemleri kullanarak devre tatil sözleşmesi imzalatması ve haksız şartlar içeren sözleşme metinlerini müzakere etmeden abonelik kurulması gibi uygulamalara Tüketici Kanunu da kayıtsız kalmamış bu konulara ilişkin çeşitli hükümler sevketmiştir.

KAMPANYALI SATIŞLAR

Kampanyalı satışlar, 4077 sayılı Kanunun 7. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre, kampanyalı satış, gazete, radyo, televizyon ilanı ve benzeri yollarla tüketiciye duyurularak düzenlenen kampanyalara iştirakçi kabul edilmesi ve malın veya hizmetin daha sonra teslim ve ifa edilmesi suretiyle yapılan bir satış türüdür. Bu tür sözleşmelerde özellik arz eden, satım bedelinin kısmen veya tamamen malın tesliminden önce katılımcılardan toplanması ve teslimatın ise daha sonra yapılmasıdır. Kampanyalı satışı taksitli satışlardan ayıran en önemli özellik, malın teslimi veya hizmetin yerine getirilmesinin taksitli satışlarda olduğu gibi sözleşmenin düzenlendiği tarihte değil, daha sonra gerçekleştirilmesidir.

Kampanyalı satış sözleşmelerinin 3 unsuru vardır:

- Sözleşmenin konusunu bir mal veya hizmetin satışının oluşturması
- İlan vb yollarla tüketiciden talep toplanması
- Satım bedelinin mal tesliminden önce tahsil edilmeye başlanması

Kampanyalı satışlarda sözleşmenin konusunu taşınır veya taşınmaz mallar oluşturabileceği gibi, bir hizmet de bu kapsamda tüketicilere sunulabilir. Örneğin konut ve tatil amaçlı bir taşınmaz kampanyalı satış şeklinde satışa sunulabileceği gibi, otomobil ve motosiklet gibi ulaşım araçları da kampanya ile satılabilir. Ancak bu tür malların her türlü satışı kampanyalı satış sayılmaz. Bunun için gazete, radyo ve televizyon gibi iletişim araçları kullanılmak suretiyle tüketicilerden talep toplanması da gerekir. Böylece, kampanya adı altında yapılan ilanlarla müşteri bulunup, satış bedeli kısmen veya tamamen tahsil edilmesine rağmen malın tesliminin daha sonradan gerçekleştirileceği durumlarda kampanyalı satış söz konusu olmaktadır.



Kampanyalı satışlar, diğer taksitli satışlardan hangi yönüyle ayrılır?

www.hedefaof.com

Kampanyalı satışlarda, kampanya düzenleyen satıcılar, medya kuruluşlarına verdikleri çeşitli ilan ve reklamlarda belirli bir mal ve hizmeti uygun koşullarda sunmayı taahhüt ederek tüketicileri bu kampanyaya katılmaya davet etmektedirler. Özellikle cazip ödeme koşullarından dolayı kampanyaya katılan tüketiciler, bedeli peşin veya taksitle ödemeye başlar; mal ve hizmetin teslimi ise daha sonradan gerçekleştirilir. Dolayısıyla, tüketici, görmediği veya tam olarak bilmediği bir mal ve hizmeti satın almış olur. Bu yüzden, kampanyalı satışlarda gerçeğe aykırı ilan ve vaadlerle tüketicinin yanıltılması mümkündür.

Kampanyalı Satışın Esasları

4077 sayılı Kanunun 7. maddesi ve buna bağlı olarak Bakanlık tarafından çıkarılan Kampanyalı Satış Yönetmeliği, bu tür satışlarda tüketicileri korumak ve yanıltılmalarını önlemek için çeşitli hükümler öngörmüştür. Buna göre;

- Kampanyalı satışlar Bakanlığın izni ile yapılır. Ancak, Yönetmeliğin 10. maddesi uyarınca, bütün kampanyalı satışlarda değil de, sadece konut ve tatil amaçlı taşınmazlar ile otomobil, minibüs ve motosiklet satışlarında Bakanlıktan "Kampanyalı Satış İzin Belgesi" alınması gerekmektedir.
- Sözleşmede aksi kararlaştırılmadıkça, ön ödeme tutarı, mal veya hizmetin satış bedelinin yüzde kırkından fazla olamaz.
- Kampanyalı satışlarda malın teslim ya da hizmetin ifa süresi on iki ayı aşamaz. Konut ve tatil amaçlı taşınmaz mallar için bu süre otuz aydır.
- Tüketicinin ödemeye ilişkin tüm edimlerini yerine getirmesi durumunda, malın teslimi ya da hizmetin ifası, ödemenin bitimini takiben en geç bir ay içinde yapılmak zorundadır.
- Satıcı veya sağlayıcı, mal ve hizmeti teslim ve ifa edeceği tarihe kadar olan tüketicinin toplam ödemelerinin karşılığını sigorta ettirmek veya banka teminat mektubu vermek zorundadır.

Kampanyalı Satışlarda Tüketici Hakları

Tüketicinin Bilgilendirilmesi: Kampanyalı satışlara yönelik olarak tüketicilere tanınan hakların başında, tüketicinin gereği gibi bilgilendirilmesi gelir. Buna göre, kampanyalı satışlarda satıcı veya sağlayıcı aşağıdaki bilgileri yazılı olarak bildirmek ve taraflar arasında aktedilen sözleşmenin bir nüshasını tüketiciye vermek zorundadır.

a. Tüketicinin ve kampanyayı düzenleyenin isim, unvan, açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgileri,
b. Sözleşmenin düzenlendiği tarih,
c. Mal veya hizmetin Türk Lirası olarak peşin satış fiyatı,
d. Mal veya hizmetin Türk Lirası olarak toplam satış fiyatı,
e. Faiz miktarı, faizin hesaplandığı yıllık oran ve sözleşmede belirlenen faiz oranının yüzde otuzunu geçmemek üzere gecikme faizi oranı,
f. Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları,
g. Ön ödeme tutarı,
h. Ödeme planı,
i. Kampanya bitiş tarihi,
j. Mal veya hizmetin teslim veya ifa tarihi ve şekli,
k. Mal veya hizmetin marka, model, renk ve benzeri ayırıcı özellikleri,
l. Tüketicinin ödemelerinin, malın teslim ve hizmetin ifa edileceği tarihe kadar sigorta ettirilmesi veya banka teminatı altına alınmasına ilişkin şartlar.

www.hedefaof.com

Cayma Hakkı: Tüketiciler, mal veya hizmetin teslimi yapılmadan önce herhangi bir şarta bağlı olmaksızın sözleşmeden cayabilirler. Buna karşılık, mal teslim edildikten sonra cayma hakkı kullanılamaz. Tüketici kampanyadan ayrılmaya karar verdikten sonra kampanyayı düzenleyen, mal veya hizmetin tüketiciye teslim tarihini geçmemek şartıyla tüketicinin o ana kadar ödediği tüm bedeli ödemekle yükümlüdür.

Müteselsil sorumluluk: İlan ve taahhüt edilen mal veya hizmetin teslimatının veya ifasının hiç ya da gereği gibi yapılmaması durumunda, satıcı, sağlayıcı, bayi, acente, imalatçı-üretici, ithalatçı ve onuncu maddenin beşinci fıkrasına göre kredi veren müteselsilen sorumludur. İlan ve taahhüt edilen konutun teslimatının hiç, gereği gibi ya da zamanında yapılmaması durumunda, 10/B maddesinin dokuzuncu fıkrasına göre kredi veren konut finansmanı kuruluşu, satıcı, sağlayıcı, bayi, acente, imalatçı-üretici, ithalatçı ile birlikte, kullandırdığı kredi miktarı kadar müteselsilen sorumludur. Konut finansmanı kuruluşları tarafından 10/B maddesinin dokuzuncu fıkrasına göre verilen kredilerin devrolması halinde dahi, kredi veren konut finansmanı kuruluşunun sorumluluğu devam eder. Krediyi devralan kuruluş bu madde kapsamında sorumlu olmaz.

Erken ödeme indirimi: Taksitle satışlarda olduğu gibi kampanyalı satışlarda da; tüketici, borçlandığı toplam miktarı önceden ödeme hakkına sahiptir. Tüketici aynı zamanda, bir taksit miktarından az olmamak şartıyla bir veya birden fazla taksit ödemesinde bulunabilir. Her iki durumda da satıcı, ödenen miktara göre gerekli faiz indirimini yapmakla yükümlüdür.

Temerrüt: Satıcı veya sağlayıcı, taksitlerden birinin veya birkaçının ödenmemesi halinde kalan borcun tümünün ifasını talep etme hakkını saklı tutmuşsa, bu hak; ancak satıcının veya sağlayıcının bütün edimlerini ifa etmiş olması durumunda ve tüketicinin birbirini izleyen en az iki taksidi ödemede temerrüde düşmesi ve ödenmeyen taksit toplamının satış bedelinin en az onda biri olması halinde kullanılabilir. Ancak satıcının veya sağlayıcının bu hakkını kullanabilmesi için en az bir hafta süre vererek muacceliyet uyarısında bulunması gerekir.



Kampanyalı satışlarda tüketicinin cayma hakkını kullanabilmesi için gerekli şartlar nelerdir?

PROMOSYONLU SATIŞLAR

Promosyon, satın alınan bir mal veya hizmetin yanında bedelsiz olarak ilave bir mal veya hizmet verilmesidir. Ülkemizde özellikle doksanlı yıllarda gazeteler aracılığıyla toplanan kuponlar karşılığında tencereden televizyona kadar çeşitli ev aletleri verilmiş, benzin istasyonlarından alınan belirli bir tutarda akaryakıt karşılığında sıvı sabun, kaşık ve porselen tabak gibi hediye uygulamaları gerçekleştirilmiştir. Bu kampanyaların çoğunda, tüketiciler, sanki çok ucuza veya bedelsiz olarak mal veriliyor düşüncesiyle, fiyat ve kalite unsurunu bir kenara bırakarak gereksiz alışverişe yönlendirilmişlerdir. Gazeteler tarafından yürütülen promosyon kampanyalarında, daha sonradan gazetenin kapanması, gazetenin bazı günlerde az sayıda basılarak veya bazı bölgelere gönderilmeyerek tüketicilerin kupon toplamasının engellenmesi, satış fiyatının kampanya dönemi içinde aşırı şekilde yükseltilmesi suretiyle tüketicilerin aldatılması söz konusu olabilmektedir.

Promosyonlu satış, bir mal veya hizmetin satın alınması halinde, onunla birlikte başka bir mal veya hizmetin bedelsiz olarak veya düşük fiyatla verilmesi teklifini içeren bir kampanyalı satış türüdür. Bu çerçevede gazeteye abone olan kişilere dergi hediye edilmesi, bir ürünü satın alan kişiye ikincisinin indirimli verilmesi, benzin alana hediye verilmesi gibi uygulamalar promosyonlu satış niteliği taşımaktadır. Promosyonlu satışların sakıncalarını ortadan kaldırmak üzere, önce 1995 ve 1996 yıllarında Bakanlıkça tebliğler yayımlanmış, ancak her seferinde gazeteler yeni yöntemler bularak tüketicilerin mağdur olmasına sebep olmuşlardır. Daha sonradan 4226 sayılı Kanun ve en sonunda ise 4822 sayılı Kanunla yapılan değişiklikler sonucunda özellikle gazete promosyonları kontrol altına alınabilmiştir.

www.hedefaof.com

Promosyonlu Satışlara İlişkin Esaslar

Süreli yayınlara ilişkin promosyon şartları, 4077 sayılı Kanunun 11. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre, süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, bilet, kupon, iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yollarla süreli yayın dışında ikinci bir ürün ve/veya hizmetin verilmesinin taahhüt edildiği durumlarda; kitap, dergi, ansiklopedi, afiş, bayrak, poster, sözlü veya görüntülü manyetik bant veya optik disk gibi süreli yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ya da hizmetin taahhüdü ve dağıtımı yapılamaz.

Süreli yayınlara ilişkin olarak düzenlenen promosyon kampanyalarında uyulması gereken hususlar şunlardır:

- Kampanya süresi altmış günü geçemez.
- Kampanya konusu mal veya hizmet bedelinin bir bölümünün tüketici tarafından karşılanması istenemez.
- Süreli yayın kuruluşu, kampanyaya ait reklam ve ilânlarında, kampanya konusu mal veya hizmetin Türkiye genelinde teslim ve ifa tarihlerine ilişkin programını ilân etmek ve kampanya konusu mal veya hizmetin teslim ve ifasını, kampanyanın bitiminden itibaren otuz gün içinde yerine getirmek zorundadır.
- Kampanya süresince, süreli yayının satış fiyatı, ikinci ürün olarak verilmesi taahhüt edilen mal veya hizmetin yol açtığı maliyet artışı nedeniyle artırılamaz.
- Kampanya konusu mal veya hizmet taahhüdü ve dağıtımı bölünerek yapılamayacağı gibi, bu mal veya hizmetin ayrılmaz ya da tamamlayıcı parçaları da ayrı bir kampanya konusu haline getirilemez. İkinci ürün olarak verilmesi taahhüt edilen her bir mal veya hizmete ilişkin işlemler bağımsız bir kampanya olarak kabul edilir.



Promosyonlu satışlar ile kampanyalı satışların farklı ve benzer yönleri nelerdir?

ABONELİK SÖZLEŞMELERİ

Abonelik sözleşmeleri, abonman sıfatıyla tüketicinin, ödeyeceği abonelik bedeli karşılığında bir mal veya hizmeti düzenli aralıklarla alma hakkına sahip olduğu sözleşmelerdir. Bu bakımdan her tip sözleşmenin abonelik sözleşmesi haline getirilmesi mümkündür. Gerçekten, gazete, dergi aboneliğinin yanısıra su, doğalgaz, elektrik, internet, otopark ve telefon hizmetlerinin de abonelik şeklinde sunulması mümkündür. Bu yüzden, 4077 sayılı Kanunda öngörülen sözleşme hükümleri, abonelik sözleşmelerine de uygulanır. Örneğin kapıdan satışlar, devre tatil sözleşmeleri, ayıplı mal ve hizmet sunumuna ilişkin kurallar ile haksız şartlar, mesafeli sözleşmeler ve servis hizmetlerine ilişkin kurallar abonelik sözleşmeleri açısından da uygulama alanı bulur.

Abonelik Sözleşmelerinde Tüketici Hakları

Abonelik sözleşmelerine ilişkin olarak kanunda öngörülen tüketici hakları şunlardır:

Son verme hakkı: Her türlü abonelik sözleşmelerine taraf olan tüketiciler, isteklerini satıcıya yazılı olarak bildirmek kaydıyla aboneliklerine tek taraflı son verebilirler.

Talep: Satıcı tüketicinin aboneliğe son verme isteğini, yazılı bildirimin kendisine ulaştığı tarihten itibaren en geç yedi gün içinde yerine getirmekle yükümlüdür.

Yürürlüğe Konulması: Süreli yayın aboneliğine son verme isteği, yazılı bildirimin satıcıya ulaştığı tarihten itibaren günlük yayınlarda onbeş gün, haftalık yayınlarda bir ay, aylık yayınlarda üç ay sonra yürürlüğe girer. Daha uzun süreli yayınlarda ise, bildirimden sonraki ilk yayını müteakiben yürürlüğe konulur.

Ücret İadesi: Satıcı, abone ücretinin geri kalan kısmını hiçbir kesinti yapmaksızın onbeş gün içinde iade etmekle yükümlüdür.

www.hedefaof.com

TATİL AMAÇLI SÖZLEŞMELER

Tatil amaçlı sözleşmeler, tüketicilere güvenli ve ucuz bir şekilde tatil yapma olanağı sunmak için yapılırlar. Ancak bu tür sözleşmeler, uygulamada özellikle yapılış şeklinden dolayı uyuşmazlık doğurmaktadırlar. Gerçekten, sokakta bir anket yapıldığı gerekçesiyle tüketicilere yaklaşan kişiler, müşterinin telefon ve adres bilgilerini almakta, daha sonradan "*ücretsiz tatil kazandınız*" diyerek bir otel veya tatil köyündeki tanıtım toplantısına müşterileri davet etmektedirler. Bu tanıtım seansına katılan tüketiciler, oldukça etkili pazarlama ve satış teknikleri kullanılarak ikna edilmekte, baskı altında bırakılan tüketici adeta sözleşme imzalamak zorunda kalabilmektedir. Sözleşmeyi imzalarken inceleme fırsatı sunulmayan tüketiciler, bu ortamdan ayrıldıktan sonra yaptığı hatanın farkına varmakta, ancak sözleşmedeki cezai şart ve cayma cezası gibi hükümlerden dolayı mağdur edilmektedirler. Bu durumu gören kanun koyucu, 4077 sayılı Kanunun 6/B ve 6/C maddelerinde devre tatil sözleşmeleri ile paket tur sözleşmelerini düzenlenmiş bulunmaktadır.

Devre Tatil Sözleşmeleri

Devre tatil sözleşmeleri; en az üç yıl süre için yapılan ve bu süre zarfında yıl içinde, belirli veya belirlenebilecek ve bir haftadan az olmayacak bir dönem için bir veya daha fazla sayıdaki taşınmazın kullanım hakkının devri ya da devri taahhüdünü içeren ve bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunlu, yazılı sözleşme ya da sözleşmeler grubudur. Buna göre, bir sözleşmenin devre tatil sözleşmesi olarak nitelendirilebilmesi için, aşağıdaki unsurları taşıması gerekir:

- En az bir taşınmazın kullanım hakkının devrini sağlaması
- Hak sahibine en az bir hafta kullanım hakkı vermesi
- Sözleşme süresinin en az 3 yıl olması

Devre Tatil-Devre Mülk İlişkisi

Devre tatili, tenis oynamaktan hoşlanan bir kişinin bu sporu yapmak için tenis kortu satın almak yerine bir tenis kulübüne üye olarak dilediği zamanda tenis oynamasına benzetmek mümkündür. Devre tatil sisteminde, bir aile süresiz olarak ya da belirli yıllar boyunca örneğin tatil köyünde her yıl bir ya da kaç haftalık tatil yapma olanağına kavuşur. Tatil hakkının süresiz olduğu durumlarda devremülkten söz edilirken, 3 yıldan az olmamak üzere örneğin 5 yıl gibi bir süreyle kullanım hakkı tanınması halinde ise devre tatil sözleşmesi yapılmış olur. Satın almak istenilen mülkün tamamı ile kullanımı değil de belirli bir işletim sistemi içerisinde yılın belirli dönemleri kullanım hakkı verilmekte ise bu sisteme devremülk denir. Fakat burada iki ayrı sistem söz konusudur. Devremülk yerine, devre tatil de satın alınabilir. Devremülk alımında, mülkün tapusuna sahip olunmakla beraber devre tatillerde bambaşka bir durum söz konusudur. Burada ilgili binanın belirli bir süre için kullanım hakkı elde edilir, diğer bir deyişle bir nevi kiralama yapılmış olur.



http://emlak.sabah.com.tr/emlakrehberi

Devre Tatil Sözleşmesinin Şekli

Devre tatil sözleşmesinin yazılı olarak yapılması ve bu sözleşmenin bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunludur. Bu sözleşmede bulunması gereken hususlar şunlardır:

a. Tüketicinin, sağlayıcının ve malikin isim, unvan, açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgileri,

b. Sözleşme konusu hakkın niteliği, kapsamı ve kullanım koşulları,

c. Sözleşme konusu taşınmazın fiili durumu ve yeri, taşınmaz inşaat halinde ise fiili durumu ve makul bir tamamlanma tarihi,

www.hedefaof.com

d. Taşınmazın tamamlanmasına veya tamamlanamadığı hallerde yapılmış olan her türlü ödemenin, yasal faiziyle birlikte iade edileceğine dair bir taahhüt,

e. Tüketicinin yararlanabileceği yüzme havuzu, sauna ve benzeri ortak tesisler, ışıklandırma, su, bakım ve benzeri hizmetler ile bunlardan yararlanma şartları,

f. Taşınmazın bakım ve onarımının, yönetim ve idaresinin ne şekilde olacağına ilişkin açıklamalar,

g. Sözleşmenin süresi ve sözleşme konusu hakkın kullanılabileceği dönem,

h. Sözleşme konusu hakkın kullanılması karşılığı olarak tüketici tarafından ödenecek bedel, ortak tesislerin ve hizmetlerin kullanımı için ödenecek bedel, vergi,harç gibi zorunlu yasal giderler ve genel idari masrafların ne şekilde hesaplanacağına ilişkin açıklamalar,

i. İktisabın sözleşmede belirtilenler dışında herhangi bir ek ödemeye ve yükümlülüğe yol açmayacağına ilişkin bir kayıt,

j. Sözleşme konusu hakkın devir veya takas edilmesinin mümkün olup olmadığı,

k. Cayma hakkı ve bu hakkın ne şekilde kullanılacağı, cayma bildirimlerinin gönderileceği sağlayıcıya ilişkin bilgiler,

l. Tarafların sözleşmeyi imzaladığı yer ve tarihe ilişkin bilgiler.

Sözleşmede yer alması gereken ve yönetmelikte belirlenen asgari koşullardan biri eksik olduğu takdirde tüketici, sözleşmeyi imzaladığı tarihten itibaren 3 ay içinde bir bildirimde bulunarak, bu sürenin sonuna kadar eksikliğin giderilmesini talep ve aksi takdirde sürenin bitiminde sözleşmenin kendiliğinden sona ermiş olacağını ihbar edebilir. Bu süre içinde eksiklik giderildiği takdirde, cayma hakkı için öngörülen süre, eksikliği giderici bilginin yazılı olarak tüketiciye ulaştırıldığı tarihten itibaren işlemeye başlar. Buna karşılık süre içinde eksiklik giderilmez ise sözleşme 3 aylık sürenin bitiminde kendiliğinden sona erer. Bu halde tüketici bedel, cezai şart tutarı veya tazminat adı altında hiçbir ödemeyle yükümlü tutulamaz; yaptığı ödemeler varsa bunlar da sona erme tarihinden itibaren 10 gün içinde kendisine iade edilir.

Devre Tatilde Tüketici Hakları

Devre tatil sözleşmelerine ilişkin olarak kanunda öngörülen tüketici hakları şunlardır:

Cayma Hakkı: Tüketici sözleşmenin yapılmasından itibaren 10 gün içinde hiçbir sebep göstermeksizin sözleşmeden dönme hakkına sahiptir. Sağlayıcı, bu süre dolmadan devre tatil sözleşmesine konu mal ve/veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapmasını veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesini isteyemez. Ancak sözleşmenin, devre tatil sözleşmesine konu tesiste akdedilmesi halinde, bu hüküm geçerli değildir. Bu durumda, sözleşmenin devre tatile konu tesiste yapıldığını ispat külfeti sağlayıcıya aittir.

Cezai Şart: Cayma hakkının kullanılmasından dolayı tüketiciye hiçbir hukuki veya cezai sorumluluk yüklenemez.

Ödeme Yasağı: Cayma süresi içinde sağlayıcı, tüketiciden herhangi bir ödeme veya borç altına girmesini sağlayan bir belge isteyemez. Ancak sözleşme devre tatile konu tesiste yapılmışsa bu hüküm uygulanmaz.

Bağlı Kredi: Sözleşmeye bağlı olarak tüketiciye kredi açılmışsa cayma hakkının kullanılması, bu kredi ilişkisinin de feshedilmesi sonucunu doğurur. Ancak bunun için, cayma bildiriminin kredi verene de yazılı olarak iletilmesi gerekir.

Sözleşme metninde veya müstakil herhangi bir belgede tüketicinin yönetmelikte yer alan, haklarını kullanmaktan feragat ettiğine dair veya sağlayıcının bu yönetmelikten kaynaklanan yükümlülüklerini sınırlayan veya ortadan kaldıran kayıtlar geçersizdir.

www.hedefaof.com

Paket Tur Sözleşmeleri

Paket tur sözleşmeleri; ulaştırma, konaklama ve bunlara yardımcı sayılmayan diğer turistik hizmetlerin en az ikisinin birlikte, herşeyin dahil olduğu fiyatla satılan veya satış taahhüdü yapılan ve hizmeti yirmidört saatten uzun bir süreyi kapsayan veya gecelik konaklamayı içeren ve bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunlu, önceden düzenlenmiş yazılı sözleşmelerdir. Buna göre, bir sözleşmenin paket tur sözleşmesi olarak nitelendirilebilmesi için, aşağıdaki unsurları taşıması gerekir:

- Ulaşım, konaklama, gezi, spor vb. turistik hizmetlerin birlikte sunulması
- Satış bedelinin her şey dahil şekilde belirlenmesi
- 24 saatten fazla bir süreyi kapsaması



Paket tur sözleşmelerinin konusunu, "herşey dahil" şekilde sunulan tatil paketleri oluşturur. Tüketicinin bir tura katılmasına gerek yoktur.

Paket tur başlamadan önce, paket tur sözleşmesinin, tıpkı devre tatil sözleşmesi gibi yazılı olarak yapılması ve bu sözleşmenin bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunludur. Bu sözleşmelerin asgari unsurları şu şekildedir:

a. Sözleşme taraflarının, isim, unvan, açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgileri,

b. Hareket, dönüş tarihi ve saatleri ile kesintiler dahil paket turun süresi,

c. Paket tur sırasındaki duraklama yerleri ve nakil bağlantıları dahil turun güzergahı, ulaşım araçlarının cinsi, konaklama yeri ve sınıfı, bunların süreleri, yemek öğün sayısı, varsa rehber ve ücreti ile paket tura dahil diğer hizmetlere ilişkin bilgiler,

d. Paket tur öncesi ve paket tur sırasındaki fesih koşulları,

e. Seyahat acentasının kusuru veya sözleşmeye kısmen ya da tamamen uymaması hallerinde ödeyeceği tazminat ile ödenmiş olan paranın iadesine ilişkin bir taahhüt,

f. Mücbir sebep sayılan haller ve bu hallerde tarafların hak ve sorumlulukları,

g. Paket turun Türk Lirası olarak vergiler dahil fiyatı ve ödeme şekli,

h. Vadeye göre faiz ile birlikte ödenecek Türk Lirası olarak toplam satış fiyatı,

i. Faiz miktarı, faizin hesaplandığı yıllık oran ve sözleşmede belirtilen faiz oranının yüzde otuz fazlasını geçmemek üzere gecikme faizi oranı,

j. Peşinat tutarı,

k. Ödeme planı,

l. Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları.

Sözleşme metninde veya müstakil herhangi bir belgede tüketicinin yönetmelikte yer alan, haklarını kullanmaktan feragat ettiğine dair veya seyahat acentesinin bu yönetmelikten kaynaklanan yükümlülüklerini sınırlayan veya ortadan kaldıran kayıtlar geçersizdir.

Paket Turda Tüketici Hakları

Paket tur sözleşmelerine ilişkin olarak kanunda öngörülen tüketici hakları şunlardır:

Cayma Hakkı: Sözleşmede öngörülen fiyat ve koşulların değiştirilmemesi esastır. Ancak, vergi, harç vb. ücretler ile döviz kurlarındaki değişikliklerden dolayı bir fiyat artışı meydana gelmişse, sağlayıcı bu durumu tüketiciye bildirmek zorundadır. Tüketici, bu bildirim sonucunda herhangi bir tazminat ödemeden sözleşmeden cayabilir.

www.hedefaof.com

Seçimlik Haklar: Tüketici cayma hakkını kullanmak yerine aşağıdaki haklardan birini de seçmekte özgürdür:

- Yeni bedelle sözleşme yapmak
- Eşdeğer bir paket tur almak

Devir Hakkı: Tüketici, paket tura katılmasının mümkün olmadığı durumlarda hareketten en az 7 gün önce bildirimde bulunarak hakkını üçüncü bir kişiye devredebilir. Bu durumda, paket turu devreden ve devralan, sözleşmeye taraf seyahat acentasına karşı, bakiye tutarın ve söz konusu devirden doğan tüm ilave masrafların ödenmesinden müteselsilen sorumludurlar.

Tazminat Hakkı: Sözleşmenin acente tarafından haklı bir sebep olmadan feshi halinde tüketici bu yüzden uğradığı zararların tazminini talep hakkına sahiptir. Haklı sebepler, sözleşmede gösterilmek kaydıyla, yeterli kayıt olmaması ve mücbir sebeplerdir.

Acentenin Sözleşmeyi Feshetmesi: Seyahat acentesinin sözleşmeyi feshetmesi halinde tüketici uğradığı zarar oranında tazminat hakkına sahip olur. Ayrıca, seyahat acentesi, tüketicinin o güne kadar yaptığı tüm ödemeleri ve tüketiciyi borç altına sokan tüm belgeleri 10 gün içinde tüketiciye iade eder. Sözleşmenin feshi, kayıt edilen tüketici sayısının, paket turun düzenlenmesi için gerekli olan sayıya ulaşmaması ve bu durumun bir fesih sebebi olduğunun sözleşmede yer alması ya da seyahat acentesi gerekli tüm özeni göstermiş olmasına rağmen, mücbir sebeplerden kaynaklanması halinde tüketicinin tazmin hakkı doğmaz.

Acentenin Sorumluluğu: Sözleşmeye taraf seyahat acentesi sözleşmeden doğan yükümlülüklerin gereği gibi ifa edilmemesinden dolayı sorumludur. Ancak sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesi tüketicinin kusuruna veya mücbir bir sebebe dayanıyorsa, seyahat acentesi sorumlu tutulamaz. Tüketici, sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesi halini, hizmetin ifa edilmesi gerektiği ya da ifa edildiği tarihten itibaren 30 gün içerisinde ilgili hizmet sağlayıcısına ve seyahat acentesine bildirmek zorundadır. Paket tur sırasında, seyahat acentesinin sözleşmenin esaslı unsurunu oluşturan hizmetlerden bir veya birkaçını sağlamaması ya da sağlamayacağının anlaşılması durumunda; seyahat acentesi, paket turun devam etmesi için tüketiciye ilave maliyet getirmeyen eşdeğerde alternatif düzenlemeler yapar ve sözleşmede yer alan hizmetler ile sunulan hizmetler arasındaki farkı tazmin eder. Söz konusu düzenlemeleri yapmak mümkün değilse, ya da bunlar haklı nedenlerle tüketici tarafından kabul edilmez ise; seyahat acentesi tüketicinin hareket yerine veya kabul edeceği herhangi bir dönüş noktasına geri dönmesi için eşdeğerde ulaşım imkanı sağlar. Tüketicinin yaptığı tüm ödemeleri 10 gün içinde iade eder ve gerekli hallerde tüketicinin zararını tazmin eder.

www.hedefaof.com

Özet

4077 sayılı Tüketici Kanunu ve buna bağlı olarak çıkarılan yönetmeliklerde, kampanyalı ve promosyonlu satışlar ile abonelik sözleşmeleri ve tatil amaçlı sözleşmelere ilişkin hükümler sevk edilmiştir. Firmaların denetimsiz bir şekilde kampanyalar yürütmesi, promosyon adı altında tüketiciyi yanıltan satışlar gerçekleştirmesi, çeşitli saldırgan satış yöntemleri kullanarak devre tatil sözleşmesi imzalatması ve haksız şartlar içeren sözleşme metinlerini müzakere etmeden abonelik kurulması gibi uygulamalara Tüketici Kanunu da kayıtsız kalmamıştır.

Kampanyalı satış, gazete, radyo, televizyon ilanı ve benzeri yollarla tüketiciye duyurularak düzenlenen kampanyalara iştirakçi kabul edilmesi ve malın veya hizmetin daha sonra teslim ve ifa edilmesi suretiyle yapılan bir satış türüdür. Bu tür sözleşmelerde özellik arz eden, satım bedelinin kısmen veya tamamen malın tesliminden önce katılımcılardan toplanması ve teslimatın ise daha sonra yapılmasıdır. 4077 sayılı Kanunun 7. maddesi ve buna bağlı olarak çıkarılan Yönetmelik, bu tür satışlarda tüketicileri korumak ve yanıltılmalarını önlemek için, Bakanlıktan izin alınması şartını getirmiştir. Ayrıca, sözleşmede aksi kararlaştırılmadıkça, tüketici tarafından yapılacak ön ödeme tutarı, mal veya hizmetin satış bedelinin yüzde kırkından fazla olamayacağı; malın teslim ya da hizmetin ifa süresinin on iki ayı aşamayacağı; tüketicinin ödemeye ilişkin tüm edimlerini yerine getirmesi durumunda, malın teslimi ya da hizmetin ifası, ödemenin bitimini takiben en geç bir ay içinde yapılması zorunluluğu getirilmiştir.

Promosyonlu satış, bir mal veya hizmetin satın alınması halinde, onunla birlikte başka bir mal veya hizmetin bedelsiz olarak veya düşük fiyatla verilmesi teklifini içeren bir kampanyalı satış türüdür. Süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen ve her ne amaç ve şekilde olursa olsun, bilet, kupon, iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yollarla süreli yayın dışında ikinci bir ürün ve/veya hizmetin verilmesinin taahhüt edildiği durumlarda; kitap, dergi, ansiklopedi, afiş, bayrak, poster, sözlü veya görüntülü manyetik bant veya optik disk gibi süreli yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında hiçbir mal ya da hizmetin taahhüdü ve dağıtımı yapılamaz. Promosyonlu satışlarda, kampanya süresi altmış günü geçemeyeceği gibi, kampanya konusu mal veya hizmet bedelinin bir bölümünün tüketici tarafından karşılanması da istenemez. Kampanya süresince, süreli yayının satış fiyatı, ikinci ürün olarak verilmesi taahhüt edilen mal veya hizmetin yol açtığı maliyet artışı nedeniyle artırılamaz.

Abonelik sözleşmeleri, abonman sıfatıyla tüketicinin, ödeyeceği abonelik bedeli karşılığında bir mal veya hizmeti düzenli aralıklarla alma hakkına sahip olduğu sözleşmelerdir. Bu bakımdan her tip sözleşmenin abonelik sözleşmesi haline getirilmesi mümkündür. Abonelik sözleşmelerine ilişkin tüketici haklarının başında, her türlü abonelik sözleşmesine taraf olan tüketiciler, isteklerini satıcıya yazılı olarak bildirmek kaydıyla aboneliğe tek taraflı olarak son verebilirler. Satıcı tüketicinin aboneliğe son verme isteğini, yazılı bildirimin kendisine ulaştığı tarihten itibaren en geç yedi gün içinde yerine getirmekle yükümlüdür.

4077 sayılı Kanunda tatil amaçlı sözleşmelerden devre tatil sözleşmeleri ile paket tur sözleşmeleri düzenlenmiştir. Buna göre, devre tatil sözleşmeleri; en az üç yıl süre için yapılan ve bu süre zarfında yıl içinde, belirli veya belirlenebilecek ve bir haftadan az olmayacak bir dönem için bir veya daha fazla sayıdaki taşınmazın kullanım hakkının devri ya da devri taahhüdünü içeren ve bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunlu, yazılı sözleşme ya da sözleşmeler grubudur. Buna karşılık, paket tur sözleşmeleri; ulaşım, konaklama ve bunlara yardımcı sayılmayan diğer turistik hizmetlerin en az ikisinin birlikte, her şeyin dahil olduğu fiyatla satılan veya satış taahhüdü yapılan ve hizmeti yirmidört saatten uzun bir süreyi kapsayan veya gecelik konaklamayı içeren sözleşmelerdir.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım

1. Promosyonlu satışlarda kampanya süresi kaç günü geçemez?

a. 30

b. 45

c. 60

d. 75

e. 90

2. Paket tur sözleşmelerinde fiyat artışıyla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

a. Bu tür sözleşmelerde fiyat artışı hiçbir şekilde yapılamaz.

b. Döviz kurlarındaki artıştan dolayı fiyat değişikliği yapılabilir.

c. Harç ve vergi oranlarındaki değişikliklerden dolayı fiyat artışı olabilir.

d. Fiyat artışı durumunda tüketici cayma hakkını kullanabilir.

e. Tüketici cayma yerine seçimlik haklarını kullanabilir.

3. Paket turda en az kaç gün önce bildirimde bulunularak sözleşme devredilebilir?

a. 3 gün

b. 4 gün

c. 5 gün

d. 6 gün

e. 7 gün

4. Devre tatil sözleşmelerinde cayma hakkı açısından aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

a. Tüketici sözleşmenin yapılmasından itibaren 10 gün içinde hiçbir sebep göstermeksizin sözleşmeden dönme hakkına sahiptir.

b. Cayma hakkının kullanılmasından dolayı tüketiciye hiçbir hukuki veya cezai sorumluluk yüklenemez.

c. Sözleşmenin, devre tatil sözleşmesine konu tesiste akdedilmesi halinde, tüketiciden ücret istenebilir.

d. Sözleşme metnine tüketicinin yönetmelikte yer alan, haklarını kullanmaktan feragat ettiğine dair bir şart konulabilir.

e. Sözleşmeye bağlı olarak tüketiciye kredi açılmışsa cayma hakkının kullanılması, bu kredi ilişkisinin de feshedilmesi sonucunu doğurur.

5. Abonelik sözleşmesinin feshi halinde ücret iadesiyle ilgili olarak aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

a. Hiçbir şekilde ücret iadesi yapılmaz.

b. Ödenen ücretin yarısı iade edilir.

c. Ödenen ücretin 15 gün içinde iadesi gerekir.

d. Ödenen ücretin derhal iadesi gerekir.

e. Sadece haklı nedenle fesih halinde ücret iadesi yapılır.

6. Gazete, radyo, televizyon ilanı ve benzeri yollarla tüketiciye duyurularak düzenlenen kampanyalara iştirakçi kabul edilmesi ve malın veya hizmetin daha sonra teslim ve ifa edilmesi suretiyle yapılan satış türü aşağıdakilerden hangisidir?

a. Kampanyalı satış

b. Promosyonlu satış

c. Taksitli satış

d. Abonelik sözleşmesi

e. Paket tur satışı

7. Kampanyalı satışlarda cayma hakkının kullanılması açısından aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

a. Cayma hakkı yoktur.

b. Malın teslimine kadar cayma hakkı vardır.

c. Malın tesliminden 10 gün sonrasına kadar cayılabilir.

d. Sözleşme tarihinden 10 gün sonrasına kadar cayılabilir.

e. Taksitlerin tamamlanmasına kadar cayma hakkı vardır.

8. Aşağıdaki mallardan hangisi için düzenlenecek kampanyalarda Bakanlıktan izin alınmasına gerek yoktur?

a. Konut ve tatil amaçlı taşınmaz

b. Otomobil

c. Minibüs

d. Motosiklet

e. Bilgisayar

www.hedefaof.com

9. Abonelik sözleşmelerinde aboneliği sona erdirme isteğinin yürürlüğe konulması ile ilgili olarak aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

a. Yazılı bildirim ulaşır ulaşmaz abonelik derhal sona erer.

b. Yazılı bildirimin ulaşmasından itibaren abonelik günlük yayınlarda 15 gün sonra sona erer

c. Yazılı bildirimin ulaşmasından itibaren abonelik haftalık yayınlarda 1 ay sonra sona erer

d. Yazılı bildirimin ulaşmasından itibaren abonelik aylık yayınlarda 3 ay sonra sona erer

e. 3 aydan uzun süreli yayınlarda yazılı bildirimi izleyen ilk yayını müteakiben abonelik sona erer

10. Süreli yayınlara ilişkin promosyon kampanyaları kapsamında aşağıdakilerden hangisi verilemez?

a. Kitap

b. Bayrak

c. Bilgisayar oyunu optik diski

d. Dergi

e. Cep telefonu

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. c Yanıtınız yanlış ise "Promosyonlu Satışlara İlişkin Esaslar" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. a Yanıtınız yanlış ise "Paket Turda Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. e Yanıtınız yanlış ise "Paket Turda Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. d Yanıtınız yanlış ise "Devre Tatilde Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. c Yanıtınız yanlış ise "Abonelik Sözleşmelerinde Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. a Yanıtınız yanlış ise "Kampanyalı Satışlar" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. b Yanıtınız yanlış ise "Kampanyalı Satışlarda Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. e Yanıtınız yanlış ise "Kampanyalı Satışlarda Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. a Yanıtınız yanlış ise "Abonelik Sözleşmelerinde Tüketici Hakları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. e Yanıtınız yanlış ise "Promosyonlu Satışlara İlişkin Esaslar" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

www.hedefaof.com

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Kampanyalı satışlarda taksitli satış şeklinde gerçekleştirilebilirler. Ancak, kampanyalı satışı diğer taksitli satışlardan ayıran en önemli özellik, malın teslimi veya hizmetin yerine getirilmesinin daha sonradan gerçekleştirilmesidir. Yani taksitli satışlarda tüketici malı teslim alıp satış bedelini sonra öderken, kampanyalı satışta önce ödeme yapılmakta mal teslimi daha sonra olmaktadır.

Sıra Sizde 2

Kampanyalı satışlarda kural olarak tüketiciler, herhangi bir şarta bağlı olmaksızın sözleşmeden cayabilirler.Ancak, cayma hakkının kullanılabilmesi için henüz malın teslim edilmemiş veya hizmetten yararlanmaya başlamamış olmamız gerekir. Diğer bir deyişle, mal teslim edildikten sonra cayma hakkı kullanılamaz. Tüketici kampanyadan ayrılmaya karar verdikten sonra kampanyayı düzenleyen, mal veya hizmetin tüketiciye teslim tarihini geçmemek şartıyla tüketicinin o ana kadar ödediği tüm bedeli iade etmekle yükümlüdür.

Sıra Sizde 3

Kampanyalı satış ile promosyonlu satış karşılaştırıldığında, her ikisinde de tüketiciye bir vaadde bulunulduğu görülmektedir. Ancak kampanyalı satışta, vaadedilen sözleşme konusu mal ve hizmetin ileri bir tarihte tüketiciye sunulacağı iken, promosyonlu satışta satın aldığımız ürünün hediyesi olarak bedelsiz bir başka mal verileceği taahhüt edilmektedir. Bu bakımdan, promosyonlu satışların kampanyalı satışın bir türü olduğunu söylemek mümkündür.

www.hedefaof.com

Yararlanılan Kaynaklar

Aslan, Y. (2006). **Tüketici Hukuku,** Bursa: Ekin.

Deryal, Y. (2008). **Tüketici Hukuku Ders Kitabı,** Ankara, Seçkin.

Zevkliler, A. ve Aydoğdu, M. (2004). **Tüketicinin Korunması Hukuku,** Ankara, Seçkin.

www.hedefaof.com

8

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Tüketici haklarının korunmasını sağlayacak makamların hangileri olduğunu tanımlayabilecek
- Bu makamların yapısını ve işleyişini açıklayabilecek
- Bu makamlara başvuru usul ve yöntemlerinin neler olduğunu açıklayabilecek
- Tüketici haklarının korunmasında bu makamların ne ölçüde yararlı olduğu açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Tüketici Örgütleri
- Tüketici Konseyi
- Tüketici Sorunları Hakem Heyeti
- Tüketici Mahkemesi
- Tüketici Davaları
- Özel Mahkeme
- Harç Muafiyeti
- Tüketici lehine yorum ilkesi

İçindekiler

- Giriş
- Tüketici Konseyi
- Tüketici Sorunları Hakem Heyeti
- Tüketici Mahkemeleri

www.hedefaof.com

Tüketici Kanunu'nu Uygulayacak Makamlar

GİRİŞ

4077 sayılı Kanun ile tüketicilere sağlanan hakların korunması, salt tüketici tarafın talebi, imkanları ve mücadelesi ile elde edilebilir olmayıp, kamu gücü desteğine ihtiyaç göstermektedir. Gerek tüketicilerin bilinçlendirilmesi amacıyla gerekse hak ihlallerine karşı etkin bir mücadele ortaya koyabilmeleri ve gasbedilen haklarına kavuşabilmeleri bakımından kamusal örgütlenmelere ihtiyaç duyulacağı açıktır.

İşte bu amaçla 4077 sayılı Kanunda yer verilen üç kamu örgütünü bu ünite içinde açıklamaya çalışacağız. Bunlar;

1. Tüketici ile doğrudan veya dolaylı bağlantılı görülen tüm kamu-özel paydaşları (tarafları) bir araya getiren bir danışma organı niteliğinde Tüketici Konseyi;
2. Tüketici problemleri ve hak ihlallerinin mahkeme aşamasına gelmeden önce, hakem niteliğinde yarı-sivil bir organ tarafından uzlaşma mantığı içinde çözülebilirliği imkanlarını araştıran Tüketici Sorunları Hakem Heyeti;
3. Hakem heyetlerinde tatminkar bir sonuç alınamayan ve çoğunlukla büyük meblağlı uyuşmazlıkların çözüm yeri olarak özel olarak örgütlenmiş bir uzmanlık mahkemesi olarak Tüketici Mahkemeleri,

olarak sıralanabilecektir.

Aşağıda, bu kamusal organların nasıl teşekkül ettiği, nasıl toplanacağı, görüşme ve karar alma usul ve esasları, tüketicilerle olan ilişkileri, tüketicilerin bu organlara başvurup başvuramayacağı, başvurma usulü, başvuruların görüşülme ilkeleri ve yöntemleri, bu organların görev ve yetkileri, kararlarının etkinliği ve tüketici haklarını korumadaki rolleri üzerinde durulacaktır.

TÜKETİCİ KONSEYİ

Tüketici sorunlarının, ihtiyaçlarının ve çıkarlarının korunmasına ilişkin gerekli tedbirleri araştırmak, sorunların evrensel tüketici hakları doğrultusunda çözülmesi için alınacak tedbirlerle, Tüketici Kanununun uygulanmasına yönelik tedbirlere dair görüşleri ilgili mercilere iletmek amacıyla, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın koordinatörlüğünde bir "Tüketici Konseyi" kurulması kabul edilmiştir (m.21).

Bakanlıklar, kamu tüzel kişileri, kamu meslek kuruluşları ve tüketici örgütleri temsilcilerinden oluşan Konsey'in toplam 94 üyesi vardır. Yılda bir defa toplanacak olan Tüketici Konseyi ile ilgili en önemli hüküm, kamu kesimini temsilen gelen üyelerin, toplam üye sayısının yarısından fazla olamamasıdır (m.21/III). Ayrıca, Tüketici Konseyinin çalışma usul ve esasları ile diğer hususların Bakanlıkça çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenmesi ilkesi benimsenmiştir (m.21/son).

Tüketici Konseyi ile ilgili Bakanlıkça hazırlanan ve 15.08.1995 tarih ve 22375 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Tüketici Konseyi Yönetmeliği, 2003 kanun değişikliğinden sonra değiştirilmiş ve yenilenmiştir. Bu yeni Tüketici Konseyi Yönetmeliği (RG., 01.08.2003, 25186), Konseyin görevlerini şu şekilde açıklamaktadır (m.6):

www.hedefaof.com

a. Tüketici ihtiyaçlarının karşılanması ve çıkarlarının korunmasına ilişkin alınacak tedbirler konusunda araştırma ve çalışmalarda bulunmak,

b. Tüketici sorunlarının evrensel tüketici hakları doğrultusunda çözülmesi amacıyla alınacak tedbirler ile Kanunun uygulanmasına yönelik tedbirlere dair görüşleri karara bağlamak ve öncelikle ele alınmak üzere ilgili mercilere aktarmak,

c. Tüketicinin korunması ile ilgili kanun teklifleri, yönetmelik ve tebliğler hakkında görüş oluşturmak ve önerilerde bulunmak,

d. Tüketicinin korunması alanındaki gelişmeleri izlemek ve değerlendirmek,

e. Tüketicinin eğitilmesi ve aydınlatılması için kitap, mecmua ve broşür çıkarılmasına ve tüketicinin bilinçlendirilmesi için radyo ve televizyonlarda programlar düzenlenmesine ilişkin, usul ve esaslar hakkında önerilerde bulunmak,

f. Konseye katılan tüketici örgütleri temsilcileri arasından Reklam Kuruluna gönderilecek üyeyi seçmek,

g. Kuruluş amaçları doğrultusunda diğer görevleri yapmaktır.

Konsey, Başkanın çağrısı üzerine yılda en az bir kez olağan olarak Ankara'da toplanır. Başkanın gerekli görmesi veya üyelerin en az dörtte birinin Başkana yapacağı gerekçeli ve yazılı başvuru üzerine de olağanüstü toplanır (Yön.m.10/I). Bu tür toplantılar, başvuru tarihinden itibaren en geç iki ay içinde yapılır. Başkanın uygun görmesi durumunda toplantılar Ankara dışında da yapılabilir (Yön.m.10/II). Olağan ve olağanüstü toplantıya davet, toplantı gününden en az bir ay önce üyelere yazılı olarak gündem ile birlikte gönderilir (Yön.m.10/III).

Konsey, üyelerin yarısından bir fazlasının katılımıyla toplanır. İlk toplantıda nisap sağlanmazsa, toplantı iki ay sonra yapılır ve nisap aranmaz (Yön.m.11). Konsey, gündemindeki konuları görüşerek karara bağlar. Kararlar, oylama anında hazır bulunanların oy çokluğu ile alınır. Oyların eşit çıkması halinde Başkanın oy kullandığı taraf çoğunlukta sayılır (Yön.m.12/I). Kararların alınmasında açık oylama yapılır. Oylama sonucu alınan kararlar divan başkanlığınca toplantı tutanağına geçirilir (Yön.m.12/II).



Tüketici Konseyi'nde kamu ve özel kesimi temsil oranı nedir?

TÜKETİCİ SORUNLARI HAKEM HEYETİ

Genel Olarak

TKHK.m.22 madde gerekçesinde de vurgulandığı üzere, tüketici uyuşmazlıklarının (tüketici hakkı ihlallerinin) çözümünde zaman kayıplarını önlemek, kolaylık/pratiklik ve ucuzluk sağlamak ve tüketici mahkemelerinin iş yükünü de hafifletmek amacıyla Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri kurulmuştur. Kamu ve sivil toplum temsilcilerinden oluşan bu kendine özgü organ, aslında alternatif bir uyuşmazlık çözümü yöntemi ve bir arabuluculuk uygulamasıdır.

Kamu görevlisi olması zorunluluğu öngörülmeyen ve hakim sıfatı bulunmayan bu Heyet üyeleri, tüketici uyuşmazlıklarını çözmekte ve verdiği kararlar yargı kararı gibi icra edilebilmektedir. Belli miktarın altındaki tüketici uyuşmazlıkları için mahkemeye gitme yasağı konması ve Hakem Heyetlerine başvuru zorunluluğunun öngörülmesi, "zorunlu tahkim" olarak nitelendirilmektedir.

Heyetin Yapısı

4077 sayılı TKHK'un 22. maddesinde düzenlenen Hakem Heyeti, 15.08.1995 tarih ve 22375 sayılı Resmi Gazetede yayınlanıp 08.09.1995 tarihinde yürürlüğe giren "Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği" ile ayrıntılı bir düzenlemeye kavuşturulmuştur (m.22/son). 2003 yasal değişikliği sonrasında bu yönetmelik de değiştirilmiş ve yenilenmiştir. Yeni "Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği" (RG., 01.08.2003, 25186), 14.06.2003 tarihi itibariyle geçerli olmak üzere yayımı tarihinde yürürlüğe girmiştir.

www.hedefaof.com

Heyetin başkanı, Sanayi ve Ticaret İl Müdürü veya görevlendireceği bir memur; Bakanlık taşra teşkilatının bulunmadığı il veya ilçelerde ise en büyük mülki amir ya da görevlendireceği bir memurdur (m.22/III). Heyetin diğer dört üyesi ise şunlardır (m.22/II):

- Belediye başkanının görevlendireceği uzman bir personel,
- Baronun mensupları arasından görevlendireceği bir avukat,
- Tüketici örgütlerinin seçecekleri bir üye,
- Ticaret, Sanayi veya Esnaf Odası temsilcisi (Her uyuşmazlıkta, şikayet edilen ticaret erbabının bağlı olduğu oda temsilcisi katılır).

Başkan ve üyelerin yukarıda yer alan nitelikte yedekleri de ayrıca belirlenir (Yön.m.7/III).

Ayrıca, heyetin çalışmalarına ve kararlarına esas olacak dosyaları hazırlamak ve uyuşmazlığa ilişkin raporu sunmak üzere en az bir raportör görevlendirilir (m.22/IV). İllerde il müdürü tarafından il müdürlüğü personeli arasından, ilçelerde kaymakam tarafından ilçede görevli Devlet memurları arasından en az bir asıl bir yedek raportör görevlendirilir.

Raportörün yüksek öğrenim görmüş olması esastır. Yüksek öğrenim görmüş kişinin bulunmaması halinde lise veya denkliği Milli Eğitim Bakanlığınca kabul edilen eğitim kurumlarından birini bitirmiş kişiler arasından görevlendirilir (Yön.m.10/I). Heyet toplantılarında raportörün oy hakkı yoktur (Yön.m.10/III).

Birden fazla tüketici örgütü bulunan yerlerde, hakem heyetinde yer alacak tüketici örgütü temsilcinin nasıl belirleneceği Yönetmelik m.9'da gösterilmiştir:

"Bir il veya ilçede faaliyet gösteren tüketici örgütlerinin sayısı dörtten az ise tamamının, dört ve dörtten fazla ise en az salt çoğunluğunun kararı ile kendi aralarından seçecekleri temsilciyi, o il ya da ilçenin hakem heyeti üyesi olarak illerde sanayi ve ticaret il müdürlüğüne, ilçelerde kaymakamlığa bildirir.

Seçimin yapılması zorunluluğunun doğduğu tarihten itibaren en geç bir ay zarfında bu bildirimin yapılmaması halinde, illerde sanayi ve ticaret il müdürlüğü, ilçelerde kaymakamlık tarafından aşağıdaki kriterler dahilinde hakem heyetine temsilci gönderecek tüketici örgütü belirlenir.

Bunların tespitinde sırasıyla,

a. Hakem heyetinin bulunduğu il veya ilçe merkezinde çalışmaların faal olarak yürütülmesi,

b. İl veya ilçe merkezinde aynı türden tüketici örgütü varsa, kayıtlı üye veya ortak sayısının en fazla olması,

c. Ülke düzeyinde kurulan ve faaliyette bulunan şube sayısı,

dikkate alınmak suretiyle tespit edilen tüketici örgütü yönetim kurulu, temsilcisini belirleyerek illerde il müdürlüğüne, ilçelerde kaymakamlıklara bildirir.

Her il ve o ile bağlı ilçelerde seçilen tüketici örgütleri temsilcilerinin adı, soyadı ve üyesi oldukları tüketici örgütlerinin unvanları il müdürlüklerince toplu halde 15 gün içerisinde Genel Müdürlüğe bildirilir".

Tüketici örgütü olmayan yerlerde tüketiciler, tüketim kooperatifleri tarafından temsil edilir.

Tüketici sorunları hakem heyetinin oluşumunun sağlanamadığı yerlerde eksik üyelikler, belediye meclislerince re'sen doldurulur (m.22/III). Hakem Heyeti başkanının, eksik üye sayısını yazılı olarak bildirmesi üzerine, Belediye Meclisi, yapılacak ilk toplantıda belirleyeceği isimleri başkana bildirilir (Yön.m.7/IV).

22.09.2007 tarih ve 26651 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Yönetmelik değişikliğine göre "*Başkan dışındaki üyelerin görev süresi iki yıldır. Süresi bitenler yeniden görevlendirilebilir veya seçilebilir. İstifa, ölüm, altı aydan fazla sürekli hastalık ve diğer nedenlerle görev süresi dolmadan önce boşalan üyelikler için görevlendirilenler veya seçilenler, yerine atandığı veya seçildiği kişinin kalan süresini tamamlar. Görev süresi sona erenin üyeliği, yerine görevlendirilen veya seçilen kişi göreve başlayıncaya kadar devam eder*" (m.7/VI).

www.hedefaof.com

SIRA SİZDE 2 Tüketici sorunları hakem heyetinin oluşumunun sağlanamadığı yerlerde eksik üyelikler nasıl doldurulur?

Heyet Üyelerinin Nitelikleri

Üyelerin nitelikleri şu şekilde belirlenmiştir (Yön.m.8/I):

a. T.C. vatandaşı olmak,

b. 18 yaşından küçük olmamak,

c. 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 48 inci maddesinin (A) bendinin (5) numaralı alt bendinde düzenlenen şartları taşıyor olmak,

d. Kamu haklarından mahrum bulunmamak,

e. Görevini devamlı yapmasına engel olabilecek vücut veya akıl hastalığı bulunmamak,

f. Hakem heyeti üyelerinin yüksek okul mezunu olmaları esastır. Ancak, belirtilen özellikte üye bulunamadığı yerlerde illerde en az lise, ilçelerde en az ilköğretim okulu veya denkliği Milli Eğitim Bakanlığınca kabul edilen eğitim kurumlarından birini bitirmiş olmak.

Üyelik niteliklerine sahip olmadıkları sonradan anlaşılanların görevlerine başkan tarafından son verilir (Yön.m.8/II).

Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Başkan ve üyeleri ile raportörlere verilen huzur hakkı veya huzur ücretinin ödenmesine ilişkin esas ve usuller, bir ayda ödenecek tutar 2000 gösterge rakamının memur aylık katsayısıyla çarpımı sonucu bulunacak miktarı geçmemek üzere Maliye Bakanlığının uygun görüşü alınarak Bakanlıkça belirlenir (m.22/VIII).

Gündemde görüşülecek uyuşmazlık konusu olmadığı için toplantı yapılmayan aylarda ücret tahakkuk ettirilmez (Yön.m.27/I). Hakem heyeti başkan, üye ve raportörlerinin alacakları huzur hakkı ve ücretinin hesaplanmasında, ay içinde yapılan toplantılardan katıldıkları toplantı sayısı dikkate alınır (Yön.m.27/II).

KİTAP Tutumlu, M.A. (2006). Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin Yapısı, İşleyişi, Sorunları ve Çözüm Önerileri, Ankara, Seçkin Yayınları.

Hakem Heyetinin Görev Alanı

İl hakem heyetleri il merkezi sınırları içinde, ilçe hakem heyetleri ise ilçe sınırları içinde görevli ve yetkilidir. Başvurular, tüketicinin mal veya hizmeti satın aldığı veya tüketicinin ikametgahının bulunduğu yerdeki hakem heyetine yapılır (Yön.m.5/II).

Hakem Heyetine başvurunun sadece tüketici işleminin yapıldığı yer ile sınırlı tutulmaması, ayrıca tüketicinin ikametgahının bulunduğu yerdeki hakem heyetine de başvurabilmesi imkanı, tüketicinin hak arama işini kolaylaştıran yararlı ve pratik bir çözüm olmuştur.

Büyükşehir statüsünde bulunan illerde kurulan il hakem heyetleri, mal ve hizmet bedeli Bakanlıkça her yıl Aralık ayı içinde tespit ve ilan edilecek tutarın üzerindeki uyuşmazlıklara bakmakla görevli ve yetkilidir.

1 Ocak 2012 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere belirlenen tutar ₺3.032,65 olarak tespit edilmiştir. O halde bu tutarın üzerindeki tüketici uyuşmazlıklarında, büyükşehir statüsünde bulunan illerde kurulan il hakem heyetleri görevli ve yetkili olacaktır.

Bu bedelin altındaki uyuşmazlıklara Büyükşehir belediyesi sınırları dahilinde kurulu ilçelerdeki hakem heyetleri tarafından bakılacaktır (Yön.m.5/III).

www.hedefaof.com

1 Ocak 2012 tarihi itibariyle, değeri ₺1.161,67'nin altında bulunan uyuşmazlıklarda doğrudan tüketici mahkemesine dava açma imkanı kapatılmış, tüketici sorunları hakem heyetlerine başvuru zorunlu kılınmıştır. Fakat tüketici hakem heyeti kararına karşı mahkemeye itiraz edilebilecektir.

Bu zorunluluk "dava şartı" olarak nitelendirilmekte ve bu meblağın altındaki tüketici uyuşmazlıkları için tüketici mahkemesine başvurulduğunda, hakimin işin esasını incelemeden davanın reddine karar vermesi gerektiği kabul edilmektedir. İhtiyati haciz ve delil tespiti gibi zor kullanmayı gerektiren konularda ise, değerine bakılmaksızın tüketici mahkemesine başvurulması gerekeceği açıktır.

Bu uyuşmazlıklarda heyetin vereceği kararlar tarafları bağlar. Bu kararlar İcra ve İflas Kanunu'nun ilamların yerine getirilmesi hakkındaki hükümlerine göre (mahkeme kararları gibi) yerine getirilir. Hatta, hakem heyeti kararlarının icrası için kesinleşmeleri de zorunlu değildir.

Taraflar Hakem Heyeti kararlarına karşı 15 gün içinde Tüketici Mahkemesine itiraz edebilirler. İtiraz, Hakem Heyetinin verdiği kararın icrasını durdurmaz. Ancak, talep edilmesi şartıyla hakim, tüketici sorunları hakem heyeti kararının icrasını tedbir yoluyla durdurabilir. Tüketici sorunları hakem heyeti kararlarına karşı yapılan itiraz üzerine tüketici mahkemesinin vereceği karar kesin olup (m.22/V) taraflarca temyiz edilemez.

Değeri ₺1.161,67 ve üzeri uyuşmazlıklarda da, zorunlu olmamakla birlikte, doğrudan mahkemeye gitmek (dava açmak) yerine, tüketici sorunları hakem heyetlerine başvurmak mümkündür. Değeri ₺1.161,67 ve üzeri uyuşmazlıklarda Hakem Heyetlerince verilecek kararlar, taraflar için bağlayıcı olmayıp, sadece tüketici mahkemelerinde "delil" olarak ibraz edilebilecektir.

Yargıtay'a göre, m.22/V'de öngörülen değerin üzerindeki uyuşmazlıklarda hakem heyetlerinden alınacak karar, taraflar için bağlayıcı ve kesin karar niteliğinde olmadığından, infazı kabil olmayan bu kararın mahkemece iptali de -hukuki yarar eksikliği nedeniyle- mümkün olmayacaktır.

Yargıtay'a göre, heyet kararları taraflar yönünden "kuvvetli bir delil" sayılmalıdır. Bununla birlikte Yargıtay, medeni usul hukukundaki "kesin delil"-"takdiri delil" ayırımı bağlamında, heyet kararlarının ancak "takdiri delil" sayılabileceği görüşündedir.

Heyet kararlarının bağlayıcılığı veya delil niteliğine ilişkin bu parasal sınırlar, her yılın Ekim ayı sonunda Devlet İstatistik Enstitüsünün Toptan Eşya Fiyatları Endeksinde meydana gelen yıllık ortalama fiyat artışı oranında artar. Bu durum, Bakanlıkça her yıl Aralık ayı içinde Resmi Gazetede ilân edilir (m.22/VI).

4077/m.25'de cezai yaptırıma bağlanmış hususlar dışında kalan tüm uyuşmazlıklar, tüketici sorunları hakem heyetlerinin görev ve yetkileri kapsamındadır (m.22/VII).

4077/m.25'de düzenlenen idari para cezalarına karşı ilgililer, tebliğ tarihini izleyen 7 gün içerisinde yetkili idare mahkemesine itiraz edebileceklerdir. Fakat idare mahkemesine açılacak bu iptal davası, idarece verilen cezanın yerine getirilmesini durdurmayacaktır. İtiraz üzerine idare mahkemesince verilen kararlar kesindir.



www.tuketicisikayeti.tuketici.gov.tr

Heyetin Çalışma Yöntemi ve Esasları

Uyuşmazlıklarla ilgili başvuru, uyuşmazlık konusunu içeren dilekçenin, delil oluşturan ilgili belgelerle birlikte hakem heyetine verilmesiyle yapılır (Yön.m.11/I). Tüketicinin aynı uyuşmazlık konusu ile ilgili olarak, aynı hakem heyetine birden fazla başvuru yapması ya da birden çok hakem heyetine başvurması halinde, diğer taraf lehine derdestlik itirazında bulunma hakkı doğar (Yön.m.11/II-III).

Müracaatlar, başvuru tarih ve sırasına göre en geç üç ay içinde hakem heyetince görüşülüp karara bağlanır (Yön.m.12/I). Başvurular, tarafların ivedi inceleme talebi bulunduğu veya başkan tarafından gerekli görüldüğü ya da tüketicinin yabancı (turist) olduğu hallerde hakem heyetlerince öncelikle gündeme alınarak sonuçlandırılır (Yön.m.12/II-III).

www.hedefaof.com

Toplantılar her ayın ikinci ve dördüncü haftalarının ilk günleri, en az ayda iki defa, resmi tatil günlerine rastladığında tatilden sonraki ilk çalışma gününde olmak üzere yapılır (Yön.m.13/I). Gündemde görüşülecek uyuşmazlık konusu bulunmadığı takdirde toplantı yapılmaz (Yön.m.13/I). Başkanın çağrısı üzerine, öncelikle görüşülmesi gereken konularda hakem heyetleri olağanüstü toplanabilir. Toplantı tarihi üyelere iki gün önce yazılı olarak bildirilir (Yön.m.14).

Hakem heyeti, en az üç üye ile toplanır ve oturuma katılanların oy çokluğu ile karar verir. Üyeler çekimser oy kullanamaz. Oyların eşit olması halinde başkanın oy kullandığı taraf çoğunlukta sayılır (Yön.m.16).

Birbirini takip eden toplam dört toplantıya mazeretsiz olarak veya mazeretli de olsa üç aylık sürede yapılan toplantılara hiç katılmayanların üyeliği düşer (Yön.m.17). Hakem heyetleri başkan ve üyeleri; kendisi, usul ve füruundan biri ile eşi ve üçüncü dereceye kadar, bu derece dahil, kan ve sıhri hısımları ile ilgili uyuşmazlıkların görüşülmesine ve bu konuda yapılacak oylamaya katılamazlar (Yön.m.18). Üçüncü derece hısımlık amca, hala, dayı ve teyzedir. Bunların çocukları ise dördüncü derece sayılır.

İnceleme, raportör tarafından hazırlanan rapor ve ilgili belgelerin yer aldığı dosya üzerinde yapılır. Ayrıca, hakem heyetince gerek görüldüğü hallerde taraflar dinlenir. Çözümü bilirkişi incelemesini gerektiren uyuşmazlık konularında bilirkişi görevlendirilebilir (Yön.m.19). TKHK.m.29/I uyarınca, "tüketici sorunları hakem heyetlerinin faaliyetlerine ilişkin masraflar, …Bakanlık bütçesine konulacak ödenekten karşılanır".

Hakem heyeti, uyuşmazlık konusuna ilişkin her türlü bilgi ve belgeyi taraflardan, ilgili kurum ve kuruluşlardan isteyebilir (Yön.m.21). Bilgi isteme yetkisi için bir cezai yaptırım öngörülmemiş olması önemli bir eksikliktir.

Hakem heyetlerince verilecek kararların içeriğinde, istemin özeti, yapılan inceleme ve alınan karar ile dayandırıldığı mevzuat hükümleri ve delillere yer verilmelidir (Yön.m.22/II). Hakem heyetlerinin kararları, benzer uyuşmazlıklar için "emsal" sayılmaz, sadece verildikleri uyuşmazlıklar için hüküm ifade eder (Yön.m.20). Ancak bilinmelidir ki, belli meblağın altındaki uyuşmazlıklarda hakem heyetlerinin verecekleri kararlar, aynen mahkeme kararları gibi "kesin hüküm" etkisine sahip olup, aynı konuda mahkemeye başvurulamayacaktır.

Hakem heyetlerince alınan kararların taraf ve sonuçlarını gösterir listeler, illerde il müdürlüklerinde, ilçelerde kaymakamlıklarda duyuru panolarında aylık olarak ilan edilir (Yön.m.24).



Tüketici Sorunları Hakem Heyeti hangi sürelerde toplanmak zorundadır?

TÜKETİCİ MAHKEMELERİ

"Özel Mahkeme" İhtiyacı

4077 sayılı Kanun, tüketici uyuşmazlıklarına bakmak üzere genel mahkemeler yanında bir özel mahkemeden söz etmektedir. Bu mahkemenin farklı bir adı bulunduğu gibi, yargı çevresinin de özel olarak belirlenebileceği ve kendine özgü bir yargılama usulüne tabi olacağı da öngörülmüştür.

Acaba genel yetkili yargı mercileri varken, böyle özel ve uzmanlaşması beklenen bir mahkemeye neden ihtiyaç duyulmaktadır? Bilindiği üzere ülkemizde mahkemelerin iş yükü ve dava yoğunluğu yeterince fazladır ve bu yoğunluk davaların sonuçlanmasını ve adaletin gerçekleşmesini geciktirmektedir. Halbuki korunmaya değer zayıf taraf olan tüketicilere ait uyuşmazlıkların, diğer davalardan biraz daha öncelikli olarak hızla sonuçlandırılması ve mağduriyetlerin bir an önce giderilmesi gereği vardır.

Fakat, bu iş yükü gerekçesi, biraz ülkemize özgü sayılabilecek bir neden ve bir mazerettir. Halbuki Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere gelişmiş ülkelerde tüketici davalarına bakmak üzere ayrı ve özel bir mahkeme kabul edilmesi eğilimine rağmen, bu ülkelerde iş yükü bizdeki kadar yoğun değildir. O

www.hedefaof.com

halde tüketici mahkemeleri kurulmasının, bize özgü iş yükü bahanesini aşan daha açıklayıcı ve anlamlı başka nedenleri olmalıdır.

Sadece tüketici davalarına bakacak bir mahkemenin iş yoğunluğu, genel mahkemelere nazaran daha az olabileceği gibi; ondan daha önemlisi, bu davalara bakan hakimlerin bu alanda uzmanlaşma fırsatı bulmaları, tüketici davalarının gerektirdiği duyarlılığı içlerine sindirmiş olmaları, basit yargılama yöntemi ile daha hızlı yargılama yapabilmeleri olsa gerektir.

Tüketici Mahkemelerinin Belirlenmesi

4077 Sayılı Kanunun uygulanmasıyla ilgili olarak çıkacak her türlü hukuki uyuşmazlığa, yargı çevresi, Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulunca belirlenecek tüketici mahkemelerinde bakılır (m.23/I).

Tüketici mahkemelerinin HUMK.m.1 ve 9 uyarınca kanunla belirlenmemiş olması ve belirli ölçüde siyasal iktidarın etkisi altında kalmaya elverişli bir Kurula bırakılmış olması eleştirilmektedir.

Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu da, 22.06.1995 gün ve 437-2 sayılı kararı ile, tüketici mahkemeleri kuruluncaya kadar, 4077 sayılı Kanunun uygulanmasından doğacak uyuşmazlıklara, değeri ne olursa olsun, Asliye Ticaret Mahkemesi bulunan yerlerde bu mahkemelerin, bulunmayan yerlerde (3 numaralı, üçten az olan yerlerde 1 numaralı) Asliye Hukuk Mahkemelerinin bakacağını belirlemiştir.

Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu'nun, 25.01.2001 tarih ve 60 sayılı kararı ise, üç büyük ilde (İstanbul, Ankara, İzmir) kurulan tüketici mahkemelerinin yargı çevresini yeniden belirlemiştir. Bu karara göre, İstanbul Tüketici Mahkemesi'nin yargı çevresi İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Ankara Tüketici Mahkemesi'nin yargı çevresi Ankara Büyükşehir Belediyesi, İzmir Tüketici Mahkemesi'nin yargı çevresi İzmir Büyükşehir Belediyesi sınırları olarak tespit edilmiştir.

Tüketici Mahkemelerinin Görev Alanı

4077 sayılı Kanun'un 22. maddesi V. ve VI. fıkraları uyarınca, değeri ₺1.161,67'nin altında bulunan uyuşmazlıklarda tüketici sorunları hakem heyetlerine başvuru zorunlu olup, mahkemeye gidilemez. Bu denli düşük miktarlı uyuşmazlıklarda heyetin vereceği kararlar taraflar için bağlayıcı olup, taraflar sadece 15 gün içinde Tüketici Mahkemesi nezdinde itiraz hakkına sahiptir.

Mahkemeye yapılan itiraz başvurusu, tüketici sorunları hakem heyeti kararının icrasını da durdurmayacaktır. Belki, talep edilmesi şartıyla hakim, tüketici sorunları hakem heyeti kararının icrasını tedbir yoluyla durdurabilir. Tüketici sorunları hakem heyeti kararlarına karşı yapılan itiraz üzerine tüketici mahkemesinin vereceği karar kesindir (m.22/V). Değeri ₺1.161,67 ve üzeri uyuşmazlıklarda ise, tüketici sorunları hakem heyetlerine başvurmaksızın doğrudan tüketici mahkemesine gidebilme imkanı vardır. (m.22/VI).

4077 sayılı Kanun'un uygulanmasıyla ilgili çıkacak her türlü uyuşmazlığa tüketici mahkemelerinde bakılması kabul edilmiştir (m.23/I). 4077 sayılı Kanun, mal ve hizmet piyasalarında tüketicinin taraflardan birini oluşturduğu her türlü tüketici işlemini kapsamına aldığından (m.2); tüketici mahkemelerinin taraflardan biri tüketici olan her türlü tüketici işlemi uyuşmazlığına bakmakla görevli olduğu söylenebilecektir.

HGK., 07.03.2007, 13-100/100: "*Somut olaya gelince; dava dışı arsa malikleri ile arasında düzenlenen eser sözleşmesinde yüklenici taraf olan davalı inşaatını tamamlamadan satışa sunduğu taşınmazlardan birini davacıya satıp; sözleşmede kararlaştırılan sürede teslimi üstlenmiştir. Şu durumda davacı ile davalı arasındaki sözleşme hukuki nitelikçe satış sözleşmesi olup, eser sözleşmesi değildir. Davalı (satıcı-yüklenicinin) satıcı sıfatıyla inşaatı tamamlamadan veya kat mülkiyeti oluşturmadan satışa sunduğu taşınmazı konut olarak kullanılmak üzere, ticari ve mesleki olmayan amaçla satın alan davacının, yukarıda ayrıntısıyla açıklanan yasal hükümler karşısında tüketici, davalının da satıcı sıfatını taşıdığı açıktır. Dolayısıyla tüketici ile satıcı arasındaki hukuki işlem de tüketici işlemidir. Tüketici hukuku; tüketicinin taraflardan birisini oluşturduğu her türlü tüketici işlemini kapsadığına göre; davacının bu sıfatla yaptığı işlem de tüketici hukuku kapsamında ve onun koruması altındadır. Bu nedenle eldeki uyuşmazlığın 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında olup, bu Kanuna göre çözümü gerektiği her türlü duraksamadan uzaktır*".

www.hedefaof.com

HGK., 14.04.2004, 19-218/221: “Somut olayda; borçlu Orhan Savaş'ın "Kredili Bankomat Başvuru Formu"nu imzaladığı, hesabın çalışma şeklinin "Kredi kartı" olarak belirtildiği, borçluya "Bankomat-724" kredi kartı verildiği ve "Kredili Bankomat Kart Sözleşmesi"nde borçlu ile birlikte davalılarında imzasının bulunduğu çekişmesizdir. Öte yandan, mevcut banka kayıtlarından ve icra dosyasından borçlu-kart hamilinin bankomat/kredi kart hesabından kredi kartı ile para çektiği ve davalı bankanın "Kredili Bankomat Kart Sözleşmesinden doğan borcun" ödenmemesi nedeniyle kart hamili borçlu ve kefili olan davacılar aleyhine icra takibine girişmesi üzerine bu davanın açıldığı anlaşılmaktadır. Bu durumda, görülmekte olan davaya konu uyuşmazlığın, banka kredi kartı borcundan kaynaklandığı, dolayısıyla, tüketici mahkemesinin görev alanı içerisinde olduğu kuşku ve duraksamadan uzaktır”.

13. HD., 14.01.2011, 2010/4697, 2011/274: “Davacı, davalıya ait marketten alış veriş yaptığını, marketin kapısından çıkarken zeminin ıslak ve kaygan olması nedeniyle kayarak düştüğünü, ayağının kırıldığını ileri sürerek fazlaya ilişkin haklarını saklı tutmak suretiyle şimdilik toplam ₺10.750 maddi ve ₺20.000 manevi tazminatın tahsiline karar verilmesini istemiştir. ... Somut uyuşmazlıkta davacı ile davalı arasında satış sözleşmesi olduğu ve sözleşmenin ifası esnasında davacının yaralandığı iddiası ile bu dava açıldığından 4077 sayılı yasa kapsamında sözleşme ilişkisi bulunduğu anlaşılmaktadır. 4077 sayılı Yasanın 23. maddesinde bu kanunun uygulanması ile ilgili her türlü ihtilafa tüketici mahkemelerinde bakılacağı öngörülmüştür. Taraflar arasındaki uyuşmazlık Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun kapsamında kaldığına göre davaya bakmaya Tüketici Mahkemesi görevlidir”.

Yine Yargıtay, aşağıdaki davaların özel mahkeme niteliğindeki tüketici mahkemesinde görüleceğine hükmetmiştir:

- Hac organizasyonuna dair sözleşme taahhüdüne aykırı davranan firmadan uğradığı zararları talep eden tüketicinin açtığı tazminat davası,
- Apartman yönetimince satın alınan kömürün eksik teslimi nedeniyle uğranılan zararın tazmini için açılan dava,
- Tüketici ile müteahhit arasında aktedilen daire teslimine ilişkin sözleşmeye aykırılık nedeniyle tüketici tarafından açılan tazminat alacağı davası,
- Cep telefonu aboneliği sözleşmesine aykırılık nedeniyle tüketici tarafından açılan dava,
- Eğitim hizmeti veren satıcı sağlayıcıya karşı açılan manevi tazminat davası,
- Aracına yanlış yakıt konulması nedeniyle tüketici şoförün benzin istasyonu aleyhine yaptığı icra takibine yönelik itirazın iptali davası,
- Konakladığı otelin oto parkına bıraktığı aracına otel işletmesine ait aracın çarparak verdiği zararın tazmini amacıyla tüketicinin açtığı dava,
- Abonelik bedelini ödeyerek iki dairesine jeotermal enerji sistemi bağlanması taahhüdünü ihlal eden Belediye aleyhine tüketicinin açtığı ifaya zorlama davası,
- Bilinmeyen kişilerce hattına girilerek yurt dışı görüşmeler yapıldığı için yüklü faturalara muhatap olduğu iddiasıyla tüketicinin açtığı menfi tespit davası,
- İkinci el araç satışı yapılan bir işletmeden satın alınan aracın satın alınmasından kaynaklanan tüketici davası,
- Konaklama sözleşmesine dayalı olarak otelde kalmakta olan tüketicinin gerekli güvenlik önlemleri alınmadığı için otel havuzunda boğularak ölmesi nedeniyle, muris tüketici yakınlarının açtığı maddi ve manevi tazminat davası,
- Ziyafet ve toplantı sözleşmesine dayalı olarak satıcı şirketin alıcı düğün sahibinden olan ilave hizmet alacağı davası,
- Elektrik dağıtım şirketine ait trafonun onarımı sırasında oluşan yüksek gerilim nedeniyle evinde yangın çıkan tüketici abonenin açtığı tazminat davası,

www.hedefaof.com

- Tüketici/alıcı site yönetimi ile satıcı elektrik şirketi arasındaki elektrik aboneliği sözleşmesinden kaynaklanan para alacağı uyuşmazlığına ilişkin dava,
- Davalı şirket tarafından işletilmekte olan kebapçı dükkanında yediği yiyecekler nedeniyle gıda zehirlenmesi geçiren tüketicinin açtığı maddi ve manevi tazminat davası,
- Koltuk altından alınan tıbbi materyalin (kitlenin) patolojik tahlili amacıyla teslim edildiği laboratuarda kaybedilmesi nedeniyle hasta tüketicinin laboratuar firması aleyhine açtığı manevi tazminat davası,
- Alışveriş merkezinde merdiven korkuluklarının bulunmaması nedeniyle düşerek kafatası kırılan çocukları için tüketici ebeveynin iş merkezi işletmesi aleyhine açtığı maddi ve manevi tazminat davası,
- Yüksek lisans eğitimi için üniversiteye başvuran öğrenci tüketicinin geçici kaydının yapıldığını, kesin kayıt ücretini yatırdığını fakat kesin şartlarından olan LES sınavında başarılı olmadığı için kesin kaydının yapılmadığını, ifa imkansızlığı nedeniyle sebepsiz zenginleşen üniversiteden ödediği kayıt ücreti talebi davası,
- Özel okulda eğitim gören öğrencinin eğitim giderlerinin karşılanması ve okul taksitlerinin düzenli olarak ödenebilmesi amacıyla alınan eğitim kredisine ilişkin sözleşmeden kaynaklanan dava,
- Kreşte düşüp yaralanan çocuk adına velisinin açtığı manevi tazminat davası,
- Doğum sonrası yüzdeki lekeler için eczaneden alınan kremin alerji yapması ve lekeleri çoğaltması nedeniyle eczacı aleyhine açılan maddi ve manevi tazminat davası,
- Davalı şirkete ait özel lisede öğrenim gören öğrencinin yemekhane görevlisinin ihmali sonucu gözünden yaralanması nedeniyle açılan maddi ve manevi tazminat davası,

Bu bağlamda, tüketici işlemi ile ilişkili olarak ileri sürülebilecek istirdat, itirazın iptali ve borçlu olunmadığının tespiti davaları da tüketici mahkemelerinin görev alanında sayılır.

Fakat mesela kaybettiği kimlik belgesi kötü niyetli kişilerce kullanılarak bankadan kredi kartı temin edilen ve kredi kartı borcu olduğu gerekçesiyle takibe muhatap olan kimsenin açtığı borçlu olmadığının tespiti davasında; Yargıtay, haklı olarak, uyuşmazlığa neden olan asıl ilişkinin akde değil haksız fiile dayalı olduğu gerekçesiyle genel mahkemelerde bakılacağına hükmetmiştir.

Özel Mahkemelerin Önceliği İlkesi

Tüketici mahkemesi ile diğer hukuk mahkemeleri arasındaki ilişki bir görev ilişkisi olduğundan HMK'nın göreve ilişkin kuralları burada da uygulama imkanı bulacaktır.

22 Mart 2002 tarihli Yargıtay İçtihadı Birleştirme Kararı'na göre "*Belirli bir dava hakkında görevli mahkemeyi tespit ederken ilk önce o davanın genel mahkemelerin mi, yoksa özel mahkemelerin mi görevine girdiği araştırılır. Özel mahkemelerin görevi genel mahkemelerin görevinden önce gelir. Açık kanun hükmü ile özel mahkemelerde görüleceği belirtilmemiş olan bütün davalar genel mahkemelerin görevine girer".*

13. HD., 24.06.2010, 2244/9266: *"Genel mahkeme ile özel mahkemedeki davaların birlikte görülmesi gereken hallerde, özel mahkemede davaya devam olunması gerektiğinden, ... davaya tüketici mahkemesinde bakılması gerekir".*

Bu bakımdan dava konusu edilen hukuki taleplerin bir kısmı genel mahkemelerin görev alanına giriyor olsa bile, özel mahkemelerin önceliği ilkesi gereği davanın tümüyle tüketici mahkemesinde görülmesi gerekeceği kabul edilmelidir.

Nitekim Yargıtay, tüketici tarafından açılan ve davalı tarafın kooperatif olduğu ve kooperatif üyeliğinin tespiti talebini de içeren bir davanın, talepler arasındaki bağlantı nedeniyle ve usul ekonomisi bakımından aynı mahkemede görülmesi gerekeceğine ve bu mahkemenin de özel yetkili mahkeme (tüketici mahkemesi) olacağına hükmetmiştir:

www.hedefaof.com

14. HD., 17.03.2008, 2462/3299: *"... istemler arasında bağlantı bulunmaktadır. Her iki istemin de incelenmesi sırasında inşaat yapım sözleşmesi önem taşımaktadır. Davaların birlikte görülerek sonuçlandırılması usul ekonomisi açısından gereklidir. Ancak sorun özel ve genel yetkili mahkemeler arasındaki bağlantılı davaların birlikte görülüp görülmeyeceği noktasında toplanmaktadır. Tüketici Mahkemesi özel bir mahkemedir ve özel mahkemelerin görevi genel mahkemelerin görevinden önce gelir. Talepler arasında bağlantı bulunması halinde taleplerin tamamı için özel mahkeme durumdaki Tüketici Mahkemesi görevlidir. HGK.nun 14.12.2005 tarih 2005/13-637 2005/731 sayılı kararı da aynı doğrultudadır. Açıklanan bu olgu karşısında davanın Tüketici Mahkemesinde görülmesi gerekirken, mahkemece kamu düzeninden olan ve resen gözetilmesi zorunlu görev hususu bir yana bırakılarak istemin genel mahkemede görülmesi gerektiği nedeniyle görevsizlik kararı verilmesi doğru olmamış kararın bozulması gerekmiştir".*

Bir başka Yargıtay kararında da, dava konusu taleplerin bir kısmı Tüketici Mahkemesinin görevine girmekte ise, davanın tümünün özel mahkeme niteliğindeki Tüketici Mahkemesinde görüleceğine hükmedilmiştir.

Örnek olarak, müteahhitten üç adet daire satın alıp parasını ödeyen davacı tüketicinin içinde oturduğu daireye ilişkin uyuşmazlığın doğrudan, diğer dairelere ilişkin uyuşmazlıkların da ticari amaçla edinilmiş olsalar bile "tebaen" tüketici mahkemesinde görüleceği kabul edilmektedir.

Tüketici mahkemelerinin yargı çevresinin HSYK tarafından belirlenmesini öngören 477/23-I,c.2 hükmü uyarınca HSYK'nın 24.03.2005 tarih ve 188 sayılı kararı m.14'de tüketici mahkemelerinin yargı çevresi şu şekilde tespit edilmiştir:

I. Müstakil tüketici mahkemesi kurulmuş olan yerlerde;

   a. Büyük Şehir Belediyesi oluşturulan ilin adıyla kurulu ağır ceza merkezlerinde kurulan müstakil tüketici mahkemelerinin yargı alanının Büyükşehir belediye sınırları olarak tespit edilmesine,

   b. Büyük Şehir Belediyesi oluşturulmamış il ve ilçe ağır ceza merkezleriyle ağır ceza mahkemesi bulunmayan ilçelerde kurulu müstakil tüketici mahkemelerinin yargı çevresinin, bu yer asliye hukuk mahkemelerinin yargı çevresi ile aynı olmak üzere belirlenmesine,

II. Müstakil tüketici mahkemesi kurulmamış olan yerlerde;

Müstakil tüketici mahkemesi kurulmamış olan il merkezleri ile ağır ceza mahkemesi bulunan ve bulunmayan (büyük şehir belediye sınırları dışında kalan mülhakatlar da dahil olmak üzere) diger ilçelerde, tüketici mahkemelerinin görev alanına giren iş ve davalara, yargı çevreleri asliye hukuk mahkemesinin yargı çevresi ile aynı olmak üzere o yer asliye hukuk mahkemelerinde görülmesine.

SIRA SİZDE 4 Kısmen tüketici mahkemelerin kısmen genel mahkemelerin görev alanına giren bir hukuki uyuşmazlığa nerede bakılır?

Başvuru ve Yargılama

Tüketici davaları, tüketicinin ikametgahı mahkemesinde de açılabilir (m.23/III). Haklarını koyucu davaları açmada tüketiciye kolaylık sağlayan bu kural, sözleşme düzenlemeleri ile bertaraf edilemez:

13. HD., 23.02.2004, 2003/12391, 2004/1958: *"4077 sayılı Kanunda 4822 sayılı Kanun ile değişiklik yapmış ve 23/3 maddesinde tüketici davalarının tüketicinin ikametgahı mahkemesinde açılabilir, hükmünü getirmiştir. Tarafların sözleşmede yetkili mahkemeyi kararlaştırmaları yasanın getirdiği yetki kuralı ve genel yetki kurallarını ortadan kaldırıcı nitelikte değildir. Yetkiye ilişkin bu kanun hükmü, HUMK.nun 578 maddesi gereğince, eldeki davalara da uygulanır. Dava, davacının ikametgahı mahkemesinde açıldığına göre, tüketici mahkemesi sıfatıyla işin esasına girilerek sonucuna uygun bir karar verilmelidir".*

www.hedefaof.com

Davanın yazılı bir dilekçe ile açılması zorunludur (HMK.m.118). Tüketici mahkemelerinde görülecek davalar Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanununun Yedinci Babı, Dördüncü Faslı hükümlerine göre yürütülür (m.23/II). Bunun anlamı, bu özel mahkemelerin, basit yargılama usulüne tabi tutulup, süratli görev yapması ve adli tatilde de çalışabilmesi (HMK.m.103) imkanı getirilmesidir.

Bu yargılama usulünde, dava iki nüsha dilekçe ile açılır ve dilekçeye yazılı deliller eklenir (HMK.m.317). Mahkemece dava dilekçesinin alınmasından sonra, bir duruşma günü tespit edilerek, taraflar duruşmaya davet edilir ve bu davette taraflardan ibraz edecekleri belgeleri en geç ilk duruşmada getirmeleri istenir (HMK.m.318). Davalı, dava dilekçesini tebellüğden itibaren 10 gün içinde cevap vermek zorunda değildir. Taraflar ilk itiraz ve cevaplarını en geç ilk duruşmada esasa girmeden yazılı ve sözlü olarak verebilirler.

Bakanlık ve tüketici örgütleri, münferit tüketici sorunu olmayan ve genel olarak tüketicileri ilgilendiren hallerde, bu Kanunun ihlali nedeniyle ve kanuna aykırı durumun ortadan kaldırılması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açabilirler (m.23/IV).

Böylece, bireysel olmayan (genel) tüketici uyuşmazlıklarında, Tüketici Mahkemelerine başvurabilecek davacılar çevresi geniş tutulmuş, tüketiciler yanında Bakanlığın ve hatta tüketici örgütlerinin de dava açabilmesine imkan tanınmıştır. Bu sayede, dava açma imkanı olsa dahi başarıyla yürütme imkan ve yeteneğinden yoksun olan tüketicilerin haklarının tüketici örgütlerince savunulabilmesi sağlanmıştır.

Tüketici mahkemeleri nezdinde tüketiciler, tüketici örgütleri ve Bakanlıkça açılacak davalar her türlü resim ve harçtan muaftır (4077 m.23/II). Fakat tüketicinin açtığı dava mahkemece kabul edilirse, dava harcı davalıdan alınacaktır.

Tüketicilere yargı harçlarından muafiyet öngören 4077 m.23/II hükmünün Anayasanın eşitlik ilkesine aykırılığı gerekçesiyle açılan bir iptal davası, Anayasa Mahkemesince şu gerekçeyle reddedilmiştir:

"Mahkemelerin yargı faaliyetlerine karşılık olmak üzere bu hizmetten yararlanacak taraflardan harç alınması hukuk sistemimizde kabul edilmekle birlikte, kimi özel durumlar karşısında veya haklı nedenlere dayanarak harçların indirilmesi veya kimi kişilerin harçtan muaf tutulması yönüne gidilmektedir. Kuralda öngörülen harçtan muafiyet, Anayasa'nın 172. maddesi çerçevesinde tüketicileri korumak amacıyla onların haklarını kolaylıkla arayabilmelerine olanak sağlamaktadır. Yasa'dan yararlanan tüketicilerin kapsamının genişlemesi ise hak arama özgürlüğünün alanına sahip olanların artması anlamına gelir ki, bu da tüketicilerin haklarını korumayı hedefleyen ilgili Anayasa hükmünün amacına uygundur. Bu nedenle yasa koyucunun takdirini, tüketicilerin dava açarken harçtan muaf tutulmaları yönünde kullanması Anayasa'nın 172. maddesine uygun bir düzenlemedir".

Tüketici örgütlerince açılacak davalarda bilirkişi ücretleri, 4077/m.29'a göre kaydedilen özel ödenekten Bakanlıkça karşılanır. Davanın, davalı aleyhine sonuçlanması durumunda, bilirkişi ücreti 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine göre davalıdan tahsil olunarak 29. maddede düzenlenen esaslara göre bütçeye özel gelir kaydedilir.

Belirtmek gerekir ki, tüketici davalarındaki harç muafiyeti, sadece tüketiciler, tüketici örgütleri ve Bakanlık tarafından açılmış tüketici davaları ile sınırlıdır. Bu davalar kaybedilmiş olsa bile, tüketiciler, tüketici örgütleri ve Bakanlık harçtan sorumlu tutulamaz. Karara itiraz etmeleri halinde temyiz harcına da tabi değillerdir. Fakat davalı satıcılar için dava ve temyiz harcından sorumluluğun mevcut olduğu açıktır.

Yargıtay'ın haklı olarak vurguladığı gibi, satıcılar tarafından tüketiciler aleyhine açılacak davalar, genel mahkemelerde açılabilecek alacak davası niteliğinde olduğundan, bu tür davalarda 4077 sayılı Kanun uygulanmayacağı gibi harç muafiyeti de söz konusu olamaz.

Yargıtay'a göre, daha önce hakem heyetine başvurup ayıplı mal bedeli olarak 120 milyon lira talep eden tüketici bu talebi ile bağlı sayılacak ve tüketici mahkemesine başvurduğunda bu rakamın üzerinde bir talepte bulunamayacaktır:

13. HD., 26.03.2002, 1213/3134: *"Davacı, bu davayı açmadan önce hakem heyetine verdiği 11.12.2000 tarihli dilekçesinde ceketin bedeli olan ₺120.000.000'nin tahsiline karar verilmesini istemiş ve böylece talebini sınırlandırmıştır. Bundan sonra bu talebini aşarak ceket bedeli olarak ₺200.000.000'nin tahsilini isteyemez. Bu durumda mahkemece, ₺120.000.000'nin ödetilmesine karar verilmesi gerekirken bilirkişi raporuna dayanılarak yazılı şekilde hüküm kurulmuş olması doğru değildir, bozmayı gerektirir".*

www.hedefaof.com

Tüketici mahkemeleri, gerekli gördüklerinde belirledikleri tüketici hakkı ihlalinin tedbiren durdurulmasına karar verebilir. Tüketici Mahkemesince uygun görülen tedbir kararları, masrafı daha sonra haksız çıkan taraftan alınarak bütçeye özel gelir kaydedilmek üzere, ülke düzeyinde yayınlanan gazetelerden birinde Basın İlan Kurumunca ve ayrıca varsa davanın açıldığı yerde yayınlanan mahalli bir gazetede derhal ilân edilir (m.23/V). Kanuna aykırı durumun ortadan kaldırılmasına yönelik Tüketici Mahkemesi kararları ise masrafı davalıdan alınmak üzere aynı yöntemle derhal ilân edilir (m.23/VI).



Tüketici davalarındaki harç muafiyeti, sadece tüketiciler, tüketici örgütleri ve Bakanlık tarafından açılmış tüketici davaları ile sınırlıdır!

www.hedefaof.com

Özet

Tüketici sorunları, ihtiyaçları ve çıkarlarının korunmasına ilişkin gerekli tedbirleri araştırmak, sorunların evrensel tüketici hakları doğrultusunda çözülmesi için alınacak tedbirlerle, tüketici mevzuatının uygulanmasına yönelik tedbirlere dair görüşleri ilgili mercilere iletmek amacıyla, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın koordinatörlüğünde, Bakanlıklar, kamu tüzel kişileri, kamu meslek kuruluşları ve tüketici örgütleri temsilcilerinden oluşan 94 üyeli bir danışma organı niteliğinde Tüketici Konseyi kurulması kabul edilmiştir.

Yılda bir defa toplanması öngörülen Tüketici Konseyi'nin oluşumunda kamu kesimini temsilen gelen üyelerin, özel kesimden fazla olamaması Kurul'un sivil karakterini öne çıkarmaktadır.

Tüketici hakkı ihlali içeren tüketici uyuşmazlıklarının çözümünde zaman kayıplarını önlemek, kolaylık, pratiklik ve ucuzluk sağlamak ve tüketici mahkemelerinin iş yükünü de hafifletmek amacıyla Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri kurulmuştur.

Kamu ve sivil toplum temsilcilerinden oluşan bu kendine özgü organ, aslında alternatif bir uyuşmazlık çözümü yöntemi ve bir arabuluculuk uygulamasıdır.

Kamu görevlisi olması zorunluluğu öngörülmeyen ve hakim sıfatı bulunmayan Hakem Heyeti üyeleri, tüketici uyuşmazlıklarını çözmekte ve verdiği kararlar yargı kararı gibi icra edilebilmektedir.

Belli miktarın altındaki tüketici uyuşmazlıkları için Hakem Heyetlerine başvuru zorunluluğu öngörülmesi ve mahkemeye gitme yasağı konması, Heyetlere "zorunlu tahkim" niteliği yüklemektedir.

Sanayi ve Ticaret İl Müdürü veya görevlendireceği bir memur başkanlığında toplanacak Hakem Heyetine, Bakanlık taşra teşkilatının bulunmadığı il veya ilçelerde en büyük mülki amir ya da görevlendireceği bir memur başkanlık eder.

Heyetin diğer dört üyesi ise şunlardır:

- Belediye başkanının görevlendireceği uzman bir personel,
- Baronun mensupları arasından görevlendireceği bir avukat,
- Tüketici örgütlerinin seçecekleri bir üye,
- Ticaret, Sanayi veya Esnaf Odası temsilcisi (Her uyuşmazlıkta, şikayet edilen ticaret erbabının bağlı olduğu oda temsilcisi katılır).

Taraflar Hakem Heyeti kararlarına karşı 15 gün içinde Tüketici Mahkemesine itiraz edebilirler. İtiraz, Hakem Heyetinin verdiği kararın icrasını durdurmaz. Ancak, talep edilmesi şartıyla hakim, tüketici sorunları hakem heyeti kararının icrasını tedbir yoluyla durdurabilir. Tüketici sorunları hakem heyeti kararlarına karşı yapılan itiraz üzerine tüketici mahkemesinin vereceği karar kesin olup taraflarca temyiz edilemez.

4077 sayılı Kanun'un uygulanmasıyla ilgili çıkacak her türlü uyuşmazlığa tüketici mahkemelerinde bakılması kabul edilmiştir. 4077 sayılı Kanun, mal ve hizmet piyasalarında tüketicinin taraflardan birini oluşturduğu her türlü tüketici işlemini kapsamına aldığından; tüketici mahkemelerinin taraflardan biri tüketici olan her türlü tüketici işlemi uyuşmazlığına bakmakla görevli olduğu söylenebilecektir.

Bir hukuki uyuşmazlık, kısmen genel mahkemelerin kısmen tüketici mahkemesinin görev alanına giriyor olsa da, özel mahkemelerin önceliği ilkesi gereği davanın tümüyle tüketici mahkemesinde görülmesi gerekeceği kabul edilmektedir.

Bakanlık ve tüketici örgütleri, münferit tüketici sorunu olmayan ve genel olarak tüketicileri ilgilendiren hallerde, bu Kanunun ihlali nedeniyle ve kanuna aykırı durumun ortadan kaldırılması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açabilirler.

Tüketici mahkemeleri nezdinde tüketiciler, tüketici örgütleri ve Bakanlıkça açılacak davalar her türlü resim ve harçtan muaftır. Fakat tüketicinin açtığı dava mahkemece kabul edilirse, dava harcı davalıdan alınacaktır.

Tüketicilere yargı harçlarından muafiyet öngören 4077 m.23/II hükmünün Anayasanın eşitlik ilkesine aykırılığı gerekçesiyle açılan bir iptal davası, Anayasa Mahkemesince reddedilmiştir.

www.hedefaof.com

Kendimizi Sınayalım

1. Danışma organı niteliğinde çalışan Tüketici Konseyi kaç üyeden oluşur?

a. 21

b. 51

c. 94

d. 41

e. 61

2. İl Hakem Heyetinin Başkanı kimdir?

a. Sanayi ve Ticaret Odası Meclis Başkanı

b. Belediye Başkanı veya görevlendireceği bir memur

c. Vali veya görevlendireceği bir yardımcısı

d. Sanayi ve Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı

e. Sanayi ve Ticaret İl Müdürü veya görevlendireceği bir memur

3. Tüketici, neredeki hakem heyetine başvuru yapabilir?

a. Dilediği yerdeki

b. İkametgahının bulunduğu yerdeki

c. Davalının ikametgahının bulunduğu yerdeki

d. Mal veya hizmeti satın aldığı yerdeki

e. Nöbetçi hakem heyetine

4. Aşağıdakilerden hangisi, tüketici sorunları hakem heyetlerinin görev ve yetkileri kapsamı dışında kalır?

a. Kredi kartları

b. Konut ve tatil amaçlı taşınmazlar

c. Konut finansmanı sözleşmeleri

d. 4077/m.25'de cezai yaptırıma bağlanmış hususlar

e. Hizmet sunumundan kaynaklanan tüketici uyuşmazlıkları

5. Hakem heyeti, hangi çoğunlukla karar alabilir?

a. Yarıdan bir fazla ile

b. Üye tam sayısı ile

c. En az 3 üye ile

d. En az 4 üye ile

e. Yarıdan fazla ile

6. Hakem heyeti üyesi, aşağıdaki yakınlarından hangisini ilgilendiren bir başvuru görüşmesine katılabilir?

a. Kayınvalidesi

b. Amcasının oğlu

c. Eşinin teyzesi

d. Dedesi

e. Torunu

7. Tüketici örgütlerince açılacak davalarda bilirkişi ücretleri nasıl karşılanır?

a. Bakanlıkça özel ödenekten

b. Davacı tarafından

c. Davayı kazanan tarafından

d. Davayı kaybeden tarafından

e. Davalı tarafından

8. 4077/m.25'de düzenlenen idari para cezalarına karşı ilgililer nereye itiraz edebilirler?

a. İdare Mahkemesine

b. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına

c. İl Valiliğine

d. Tüketici Mahkemesine

e. Asliye Hukuk Mahkemesine

9. Aşağıdakilerden hangisi, münferit tüketici sorunu olmayan ve genel olarak tüketicileri ilgilendiren uyuşmazlıklarda dava açma hakkı tanınan kişilerden biri değildir?

a. Bakanlık

b. Tüketici dernekleri

c. Ticaret ve Sanayi Odaları

d. Tüketici vakıfları

e. Tüketici kooperatifleri

www.hedefaof.com

10. Hakem heyetinde görüşülen uyuşmazlıkta şikayet eden tüketicinin turist (yabancı) olması ne ölçüde etkili olur?

a. Yazılı yargılama usulü uygulanır

b. Hiç bir farklılık olmaz

c. Sadece tercüman yardımı alınır

d. Öncelikle gündeme alınarak sonuçlandırılır

e. Barodan ücretsiz avukat görevlendirilir

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. c Yanıtınız yanlış ise "Tüketici Konseyi" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

2. e Yanıtınız yanlış ise "Heyetin Yapısı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

3. b Yanıtınız yanlış ise "Hakem Heyetinin Görev Alanı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

4. d Yanıtınız yanlış ise "Hakem Heyetinin Görev Alanı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

5. e Yanıtınız yanlış ise "Heyetin Çalışma Yöntemi ve Esasları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

6. b Yanıtınız yanlış ise "Heyetin Çalışma Yöntemi ve Esasları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

7. a Yanıtınız yanlış ise "Heyetin Çalışma Yöntemi ve Esasları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

8. a Yanıtınız yanlış ise "Hakem Heyetinin Görev Alanı" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

9. c Yanıtınız yanlış ise "Başvuru ve Yargılama" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

10. d Yanıtınız yanlış ise "Heyetin Çalışma Yöntemi ve Esasları" başlıklı konuyu yeniden gözden geçiriniz.

www.hedefaof.com

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

4077-21/III'e göre, Tüketici Konseyi'nde kamu kesimini temsilen gelen üyeler, toplam üye sayısının yarısından fazla olamaz.

Sıra Sizde 2

4077-22/III'e göre, hakem heyeti oluşumunun sağlanamadığı yerlerde eksik üyelikler belediye meclislerince re'sen doldurulur.

Sıra Sizde 3

Heyet toplantıları her ayın ikinci ve dördüncü haftalarının ilk günleri, en az ayda iki defa, resmi tatil günlerine rastladığında tatilden sonraki ilk çalışma gününde olmak üzere yapılır. Gündemde görüşülecek konu bulunmadığı takdirde toplantı yapılmaz.

Sıra Sizde 4

Hukuki uyuşmazlığın bir kısmı genel mahkemelerin bir kısmı tüketici mahkemelerinin görev alanına giriyor ise, özel mahkemelerin önceliği ilkesi gereği davanın tümüyle tüketici mahkemesinde görülmesi gerekir.

Yararlanılan Kaynaklar

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

Kırmızı, Mustafa. (2011). **Tüketici Hukuku,** İstanbul, Bilge Yayınevi.

Tutumlu, M.A. (2006). **Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin Yapısı, İşleyişi, Sorunları ve Çözüm Önerileri,** Ankara, Seçkin Yayınları.

Kadıoğlu, K. (2005), **Gerekçeli Açıklamalı, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun,** Ankara, Turhan Kitabevi.

www.hedefaof.com

Sözlük

A

Ayıplı hizmet: Sağlayıcı tarafından bildirilen reklam ve ilanlarında 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 hizmetlerdir.

Ayıplı mal: Ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanma kılavuzunda ya da reklam ve ilanlarında 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 mallardır.

D

Def'i: Borçlunun, alacaklının hakkını kabul etmekle birlikte borcunu yerini getirmemek için geçerli bazı özel sebepler sürmesidir. Böylece borçlu borcunu ifa etmekten kaçınabilmektedir.

G

Garanti belgesi: İmalatçı-üretici veya ithalatçıların, sattıkları, ürettikleri ve/veya ithal ettikleri mallar için düzenlenen ve malın garanti süresi içerisinde meydana gelebilecek arızalarının en az iki yıl süreyle veya özelliği nedeniyle belirlendiği ölçü birimi içerisinde, ücretsiz olarak yenisi ile değiştirilmesinin, tamirinin, bedel iadesinin veya bedel indiriminin taahhüt edildiğini ve satıcı ile tüketicinin yükümlülüklerini gösteren belgedir.

Genel işlem şartları: Sözleşmenin taraflarından biri (kullanan) tarafından ileride yapılacak aynı türde ve çok (belirsiz) sayıda sözleşme için önceden tek yanlı olarak hazırlanan ve yine kullanan tarafından sözleşmenin içeriği haline getirilmek istenen sözleşme şartlarıdır.

Güvenli ürün: Kullanım süresi içinde, normal kullanım koşullarında risk taşımayan veya kabul edilebilir ölçülerde risk taşıyan ve temel gerekler bakımından azamî ölçüde koruma sağlayan üründür.

M

Müteselsil sorumluluk: Birden çok borçlunun her birinin, alacaklıya karşı borcun tamamından sorumlu olduğu, alacaklının borcun tamamının veya bir kısmının ifasını, dilerse borçluların hepsinden, dilerse yalnız birinden isteyebileceği sorumluluk türüdür.

S

Standart sözleşme: İçeriğini tamamen veya kısman genel işlem şartlarının oluşturduğu, karşılıklı görüşme ve pazarlık sonucu kurulmayan sözleşmeleri iade eder.

T

Tüketici işlemi: Mal veya hizmet piyasalarında tüketici ile satıcı-sağlayıcı arasında yapılan her türlü hukuki işlemidir.

Teknik düzenleme: Bir ürünün ve hizmetin, ilgili idari hükümler de dâhil olmak üzere, özellikleri, işleme ve üretim yöntemleri, bunlarla ilgili terminoloji, sembol, ambalajlama, işaretleme, etiketleme ve uygunluk değerlendirilmesi işlemleri hususlarından biri veya birkaçını belirten ilgili Bakanlık tarafından Resmi Gazetede yayımlanarak mecburi uygulamaya konulan standartlar dâhil olmak üzere uyulması zorunlu olan her türlü düzenlemedir.

Z

Zilyetlik: Bir eşya (mal) üzerinde, iradeyle fiili hâkimiyet kurma eylemine zilyetlik denir.

www.hedefaof.com