

T.C.  
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ÖZEL HUKUK ANA BİLİM DALI

Asuman KARADAĞ

**TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'A GÖRE  
UYUŞMAZLIKLAR İÇİN ÖNGÖRÜLEN ÇÖZÜM YOLLARI**

Yüksek Lisans Tezi

**147123**

TEZ YÖNETİCİSİ

Doç. Dr. Kürşat Nuri TURANBOY

**147123**

KIRIKKALE - 2004

## ÖZET

İktisadi, sosyal ve teknolojik alandaki gelişmelere paralel olarak serbest piyasa ekonomisinin değişen ve gelişen koşulları karşısında tüketicinin; evrensel kabul görmüş hakları olan sağlık ve güvenliğinin, ekonomik çıkarlarının korunması, zararının tazmin edilmesi, aydınlatıcı ve eğitici önlemlerin alınması, çevrenin korunması, temsil edilmelerinin ve görüşlerinin bildirilmesi için örgütlenmelerinin desteklenmesi için gerekli ortamın ve buna uygun hukuksal alt yapının oluşturulması gerekli hale gelmiştir.

Tüketicinin korunması ve ortaya çıkan uyuşmazlıkların çözüm yollarının ne olacağı konusu günümüzün en önemli problemlerin birisidir. Önceden de Türk hukukunda tüketicinin korunmasıyla ilgili hükümler var olmakla birlikte, bunlar yeterli değildi. Bu nedenle 4077 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” 08.03.1995 tarihinde yürürlüğe girmiş ve daha sonra yaşanan eksiklikleri gidermek amacıyla 4822 Sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” 14.03.2003 yürürlüğe girmiştir.

Bu çalışmada, ilk olarak 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun uygulama alanı ve getirdiği yenilikleri ele alarak, tüketicinin hakları ve türlerinin neler olduğu üzerinde duracağız. İkinci olarak, söz konusu kanunla ülkemizde oluşturulan kurumsal yapıları ve düzenlemeleri inceleyeceğiz. Son olarak, tüketiciler ve satıcılar arasında ortaya çıkabilecek uyuşmazlıklar için, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da öngörülen çözüm yolları değerlendirilecektir.

Bu yasaya göre satıcılar kusurlu mal ve hizmet satmaktan dolayı sorumludur ve sorumluluğun şartları; Satıcının mal veya hizmeti teslim etmiş olması, malın veya hizmetin kusurlu (ayıplı) olması, kusurun görünmemesi, tüketicinin kusurları bilmemesi, kusurların sözleşmenin meydana geldiği anda var olması ve sorumluluğun sözleşme ile kaldırılmamış olması şeklinde yasada belirtilmiştir.

Bu şartların var olması halinde ise tüketicinin, sözleşmeyi fesih edebileceği, ücretten indirim talep edebileceği, malların onarılmasını isteyebileceği ve son olarak mal veya hizmetin değiştirilmesini isteyebileceği şeklindeki seçimlik haklara sahip olduğu, ayrıca tüketicinin zararlarının tazminini isteyebileceği ve tüketicinin bu isteklerine karşı imalatçı-üretici, satıcı, bayi, acenta, ithalatçı ve 10.maddenin beşinci fıkrasına göre kredi verenin müteselsilen sorumluluğu yasada belirtilmiştir.

## ABSTRACT

In response to free market economy's changing and progressing conditions that have been occurring in parallel to social, economic and technological advances. It is necessary to protect universally accepted basic rights of consumers. These rights include health and security, economic benefits, compensation of losses, information of products and services and protection of environment. It is also necessary to create suitable environment and legal structure so that consumers can establish organizations to represent themselves and express their ideas.

Today, protecting consumers rights and resolving disputes between consumers and sellers are one of the most important issues. Even if there were some rulings regarding the protection of consumers in Turkish law, these were not adequate. Because of this, "Law on Protection of Consumers" (Law No: 4077) was issued on 03.08.1995. However, some shortcomings in its application were experienced and "a revised law on protecting consumers" (Law No: 4822) was issued on 03.14.2003 to eliminate these shortcomings.

In this study, first it will be focused on the consumers rights and their types by examining Law on consumer protection. Second, institutions and regulations that have been created as a result of the implication of this law will be examined. Finally, solutions that this law offers to resolve potential disputes between consumers and sellers will be assessed.

According to this law, sellers are liable for selling defective product or services. For them to be liable, the following conditions must be met: the product or service must be delivered to the consumers,

The product or service must be defective, the defect must not be visible, the consumers must not know that the product or service is defective at the time of purchasing and the defect must exist at the time of the contract and the liability of the seller regarding the defect must not be waived in the contract.

When the conditions exist, the consumers may choose to cancel the contract, reduce the price, request the seller to repair the defective product and ask the seller to replace the defective product or service. The consumer may apply only one of those options. In addition, the consumers may ask the seller to compensate his or her losses. It is indicated in the law that the manufacturer, agent, branch, exporter and according to the 5th paragraph of article 10, the creditor are liable to meet the above mentioned demands of the consumer.

## KİŞİSEL KABUL / AÇIKLAMA

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırladığım “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a Göre Uyuşmazlıklar İçin Öngörülen Çözüm Yolları” konulu bu çalışmamı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazdığımı ve faydalandığım eserlerin kaynakçada gösterdiklerimden ibaret olduğunu, bunlara atıf yaparak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu şerefimle doğrularım.

..../..../2004

Asuman KARADAĞ

## ÖNSÖZ

Tüketicilerin korunması ile ilgili olarak, çağdaş anlamda haklar getiren ve sonuçta toplam kaliteye ulaşarak ekonomik kaynakların etkin ve verimli bir biçimde kullanılması yoluyla uluslararası rekabet edebilme yetenek ve gücünü sağlayacak düzenlemelerin, ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlayacağı kuşkusuzdur.

Ülkemizde son yıllardaki politik ve ekonomik gelişmelere paralel olarak hukuk alanında da yönü batıya dönük bir takım gelişmeler yaşanmaktadır. Bu gelişmelerin bireylerin yaşamlarını kolaylaştırmada eskiye oranla pozitif etkileri olacağı kuşkusuz ise de bireylerin yaşamlarındaki zorluklar en bariz şekilde "tüketici" oldukları konumda ortaya çıkmakta, üretici-tüketici ilişkilerini düzenleyen hukuksal yapıların çoğu zaman yetersiz kalması sorunun boyutlarını büyötmektedir.

Tüketicilerin korunması gereken en önemli konulardan birisi ayıplı mal ve hizmetlerdir. Tüketiciler hayatlarını devam ettirebilmek için çeşitli mal ve hizmetleri edinmek zorundadırlar. Ancak kendilerine, satıcılar tarafından sunulan mal ve hizmetler ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanım kılavuzunda yer alan, veya satıcı tarafından vaad edilen veya standardında tespit edilen niteliğe aykırı olabilir. Kullanım amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan ya da ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikleri içerebilir. Söz konusu eksiklikleri içeren mal ve hizmetler ayıplı mal ve hizmet olarak kabul edilmektedir.

Tüketicilere satılan mal veya hizmetin ayıplı olması, tüketicinin temel ve vazgeçilmez haklarından kabul edilen sağlık ve can güvenliği hakkını tehlikeye sokabilir veya ortadan kaldırabilir. Ekonomik menfaatlerini zedeleyebilir. Hatta ayıplı mal veya hizmetlerden dolayı, maddi veya manevi zararlara maruz kalabilirler.

Ülkemizde 1970'li yıllardan itibaren tüketicinin korunmasına yönelik kanun tasarılarının hazırlanması, gönüllü tüketici örgütlenmeleri şeklinde görölen ilk çabalardan sonra, 1990'lı yıllarda temel kanunların çıkartılması, önemli idari ve kurumsal düzenlemeler gündeme gelmiştir.

Anayasamızın 172. maddesi, Devleti, tüketiciyi koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik etmekle

görevlendirmiştir. Anayasamızın bu hükmünün yerine getirilmesi kapsamında yürütülen yasal düzenleme çalışmaları, 1993 yılında 494 sayılı “3143 ve 657 sayılı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” ile başlamıştır. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde tüketicinin korunması ve aydınlatılmasına yönelik çalışmalarda bulunmak üzere “Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğünün” kurulmasının ardından 4054 sayılı “Rekabetin Korunması Hakkında Kanun” ve 4077 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” ve son olarak 4822 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” yürürlüğe konmuştur. Bu kanunların uygulanmasını sağlamak amacıyla çıkartılan yönetmelikler ve tebliğler ile ülkemizde de tüketicinin korunmasına yönelik hukuki çerçeve büyük ölçüde oluşturulmuştur.

Tüketicinin Korunması Hareketi herşeyden önce bir süreçtir. Sorunların çözülmesi ve beklentilerin gerçekleşmesi zaman alacaktır. Hareket, örgütü, bina ve donanımı, kurum ve kurallarıyla Kamu Yönetimimiz içerisinde bir alt sistem olarak yerine almıştır. Kamu Yönetimimizin geleneksel, merkeziyetçi, mevzuatçı ve ağır işleyen yapısının bu sistemi etkilemesi doğaldır. Kamu Yönetimimiz içerisinde var olan herhangi bir kurum veya kuruluş ne kadar iyi çalışıyor ise bu sistem de o kadar iyi çalışacaktır. Kuralların koyulmasında kurumların işletilmesinde birlik ve sadelik esastır. O nedenle, tüketiciyi ürkütecek, ona ek külfet getirecek bürokrasiyi azaltmak ve patolojik etkilerini ortadan kaldıracak altyapıyı kurmak, ülkemiz açısından bu anlamda atılması gereken en önemli adım olacaktır.

Son söz olarak, bu tez çalışmasının öncesinde kendilerinden ders alma şansına sahip olduğum ve bilgi birikimlerinden, yol göstericiliklerinden faydalandığım saygıdeğer hocalarım Prof. Dr. Kudret GÜVEN’e, ve Yrd.Doç.Dr. İsmet SAYHAN’a içten teşekkürlerimi sunuyorum. Bu işi sonuçlandırmaya ilişkin olumsuz düşüncelere kapıldığım anlarda beni cesaretlendiren ve gerek bu tezin hazırlanmasında, gerekse akademik yaşama olan bakışında pozitif katkılarını hiçbir zaman unutamayacağım saygıdeğer hocam Doç. Dr. Kürşat Nuri TURANBOY’a en içten saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
KİŞİSEL KABUL.....	III
ÖNSÖZ.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	VI
KISALTMALAR.....	XI
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUNUN UYGULAMA ALANI VE GENEL OLARAK TÜKETİCİ HAKLARI

§ 1. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN AMACI VE UYGULAMA ALANI.....	6
§ 2. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN GETİRDİĞİ YENİLİKLER.....	9
§ 3. TÜKETİCİ KAVRAMI VE TÜKETİCİ HAKLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	16
I. TÜKETİCİ KAVRAMI.....	16
II. TÜKETİCİNİN KORUNMASINI GEREKTİREN NEDENLER.....	18
III. TÜKETİCİ HAKLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	19
A. Dünyada Tüketici Haklarının Ortaya Çıkması.....	20
B. Türkiye'de Tüketici Haklarının Ortaya Çıkması.....	24
1. Cumhuriyet Öncesi Dönem.....	24
2. Cumhuriyet Sonrası Dönem.....	26
§ 4. TÜKETİCİ HAKLARI VE TÜRLERİ.....	28
I. ASLİ NİTELİKTEKİ TÜKETİCİ HAKLARI.....	28
A. Tüketicinin Sağlık ve Can Güvenliği Hakkı.....	28
B. Tüketicinin Ekonomik Menfaatlerinin Korunması Hakkı.....	30
C. Tüketicinin Zararlarının Tazmin Edilme Hakkı.....	31

II. TALİ (YARDIMCI) NİTELİKLİ TÜKETİCİ HAKLARI .....	33
A. Tüketicilerin bilgilendirilmesi ve Eğitimi Hakkı .....	33
B. Tüketicilerin Örgütlenme ve Temsil Edilme Hakkı .....	36

## İKİNCİ BÖLÜM

### 4077 SAYILI KANUNLA OLUŞTURULAN KURUMSAL YAPILANMALAR VE DÜZENLEMELER

§ 5. 4077 SAYILI KANUNLA OLUŞTURULAN KURUMSAL YAPILANMALAR .....	40
I. 4077 SAYILI TKHK İLE KURULAN TÜKETİCİ KURULUŞLARI VE MAHKEMELER .....	40
A. Reklam Kurulu .....	41
1. Kuruluşu ve İşleyişi .....	41
2. Görev ve Yetkileri .....	41
B. Tüketici Konseyi .....	42
1. Tüketici Konseyinin Kurulma Amacı .....	42
2. Konseyin Oluşumu ve Yapısı .....	42
3. Tüketici Konseyi Tarafından Alınacak Önlemler .....	43
C. Tüketici Sorunları Hakem Heyeti .....	44
D. Tüketici Mahkemeleri .....	45
II. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİLERİN ÖRGÜTLENMESİ .....	46
A. Türkiye'de Örgütlenme .....	47
B. Ticaret ve Sanayi Odalarının Faaliyetleri .....	49
§ 6. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEMELER .....	51
I. 4077 SAYILI TKHK DIŞINDA KALAN TÜKETİCİNİN KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEMELER .....	51
A. Tüketicilerin Sağlık ve Güvenliği ile İlgili Düzenlemeler .....	52
1. Kalite ve Standardizasyon .....	52
2. Diğer Mevzuat .....	52



a. Umumi Hifzısıhha Kanunu .....	53
b. Ticarete Tağışın Men'i ve İhracatın Murakabesi ve Korunması Hakkında Kanun .....	53
c. Türk Ceza Kanunu .....	54
d. İmalatçının Sorumluluğu.....	55
B. Tüketicilerin Ekonomik Çıkarlarının Korunması.....	56
1. Tüketicilerin Haksız Sözleşmelere Karşı Korunması .....	56
2. Tüketici Kredileri .....	58
3. Taksitli ve Kampanyalı Satışlar .....	59
4. Kapıdan Satış, Posta ile Satış Yöntemleri ve Seyyar Satıcılık .....	62
5. Mesafeli Sözleşmeler .....	63
6. Devre Tatil ve Paket Tur Sözleşmeleri .....	64
7. Tüketicilerin Ekonomik Çıkarlarıyla İlgili Diğer Konulara İlişkin Uygulamalar.....	65
C. Tüketicilerin Bilgilendirilmesi .....	67
1. Satıcı Tarafından Bilgilendirme .....	67
a. Zorunlu Bilgilendirme.....	67
1) Fiyat Etiketinin Zorunluluğu .....	68
2) Ambalaj Standardı ve Diğer Mecburi Standartlar .....	69
3) Gıda Maddelerinin Etiketlenmesi .....	70
4) Sözleşme Şartları ile Bilgilendirme .....	70
b. İhtiyari Bilgilendirme.....	71
1) Reklam .....	71
2) Marka .....	74
<b>II. 4077 SAYILI TKHK'DAN SONRAKİ DÜZENLEMELER.....</b>	<b>74</b>
A. Mal ve Hizmetlerle İlgili Düzenlemeler .....	75
B. Mal ve Hizmetin Ayıplı Olması Durumunda Sorumluluk .....	75
C. Etiket, Garanti Belgesi, Tanıtma ve Kullanım Kılavuzu Düzenleme Zorunluluğu.....	78
1. Etiket, Tarife ve Fiyat Listeleri .....	79
2. Tanıtma ve Kullanım Kılavuzu.....	81

3. Garanti Belgesi.....	82
D. Hizmetlerin İfası ile İlgili Düzenlemeler .....	84
1. Hizmet İşletmelerinin Açılması ve İşletilmesi.....	85
2. Hizmet Erbabının ( Meslek Mensuplarının) Yetiştirilmesi.....	87
3. Hizmet İşletmelerinin Sınıflandırılması.....	89
E. Kalite Denetimi ve Laboratuvar Hizmetlerinin Yerine Getirilmesi .....	90
F. Cezai Müeyyideler.....	92
1. Para Cezaları .....	92
2. Üretimin, Satımın Durdurulması, Malın Toplanması ve Olduklarından Farklı Görünen Mallar .....	94

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 4077 SAYILI KANUN'A GÖRE TÜKETİCİLER VE SATICILAR ARASINDA ÇIKABİLECEK UYUŞMAZLIKLAR İÇİN ÖNGÖRÜLEN ÇÖZÜM YOLLARI

§ 7. UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜM YOLLARI.....	97
I. UYUŞMAZLIKLARIN UZLAŞMA YOLUYLA ÇÖZÜMÜ .....	98
A. Tarafların Anlaşması.....	99
B. Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Aracılığıyla Uzlaşma .....	99
1. Genel Olarak Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri.....	100
2. Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin Kuruluş Amacı .....	101
3. Tüketici Hakem Heyetlerinin Kuruluşu-Görev ve Yetki Alanı .....	103
a. Görev .....	105
1) Büyükşehir İl Hakem Heyetleri .....	106
2) İl ve İlçe Hakem Heyetleri.....	106
b. Yetki.....	107
4. Hakem Heyetlerinin Oluşumu .....	107
5. Hakem Heyetinin çalışma Yöntem ve Esasları.....	109
a. Başvuru Şekli .....	109
b. Toplantı Yapılması.....	110
c. İnceleme Şekli .....	111

d. Karar ve Etkisi .....	112
e. Hakem Heyeti Giderleri .....	112

## **II. TÜKETİCİ MAHKEMELERİ ARACILIĞIYLA-DAVA YOLUYLA UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜMÜ .....**

**113**

A. Tüketici Mahkemeleri Hakkında Genel Açıklama .....	113
B. Tüketici Mahkemelerinin Kuruluşu .....	117
C. Tüketici Mahkemelerinde Görev ve Yetki .....	123
1. Görev .....	124
2. Yetki .....	126
D. Tüketici Mahkemelerinde Yargılama Usulü .....	128
1. Başvuru Şekli .....	128
2. Yargılama Usulü .....	129
3. Tüketici Mahkemelerinde Taraflar .....	130
a. Davacı .....	130
b. Davalı .....	135
4. İspat Yükü .....	135
E. Tüketici Mahkemelerinin Kararları .....	136
1. Tüketiciler Tarafından Açılan Davalarda .....	136
2. Tüketici Örgütleri Tarafından Açılan Davalarda .....	137
F. Yargılama Giderleri .....	139
G. 4077 Sayılı Kanun'a Göre Uyuşmazlıkların Çözüm yollarının Değerlendirilmesi .....	140

**SONUÇ .....**

**147**

**KAYNAKÇA .....**

**158**

## KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
AT	: Avrupa Topluluğu
BK	: Borçlar Kanunu
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	: Dış Ticaret Müsteşar
ETFLY	: Etiket, Tarife ve Fiyat Listeleri Yönetmeliği
GBUEDY	: Garanti Belgesi Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik
HUMK	: Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu
IOCU	: Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü
İİK	: İcra İflas Kanunu
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
KHK	: Kanun Hükmünde Kararname
RG	: Resmi Gazete
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TCK	: Türk Ceza Kanunu
TES-AR	: Türkiye Esnaf-Sanatkar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü
TKHK	: Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
TKY	: Tüketici Konseyi Yönetmeliği
TSE	: Türk Standartları Enstitüsü
TSHH	: Tüketici Sorunları Hakem Heyeti
TSHHY	: Tüketici Sorunları Hakem Heyeti Yönetmeliği
TTK	: Türk Ticaret Kanunu
TUBİDER	: Tüketici Bilincini Geliştirme Derneği
TUDER	: Tüketiciler Derneği
TÜKOBİR	: Tüketiciyi Koruma ve Dayanışma Birliği Derneği
TÜKODER	: Tüketiciyi Koruma Derneği

## GİRİŞ

Yaşadığımız dönemde ülkemizde ve dünyada nüfus, hızlı bir artış sürecine girmiş bulunmakta. artan bu nüfus ise çağın sunduğu yenilikler ve ürün çeşitlemeleri ile tüketim toplumları olarak büyük pazarları ortaya çıkarmaktadır. Gerek kitlesel tüketici grubu, gerekse tüketim mallarında her gün gözlenen yenilikler, ticaret döngüsünü artırmakta ve satıcı denilen kitleyi, arzı artırma noktasında teşvik etmektedir.

Ülkelerin gelişmişlik göstergelerinden biri de, kanunlarla tüketici haklarının düzenlenmiş ve tüketicilerin de kendi haklarının bilincinde olma düzeylerinin yüksek olmasıdır. Ancak vazgeçilmez bir husus vardır ki, bu da ülke mevzuatında bu konuya ilişkin yasal altyapının çağdaş manada tamamlanmış olmasıdır. Eğer mevzuat, tüketici haklarının korunmasına uygun ortam hazırlamıyorsa, tüketicilerin bu yöndeki gayretleri şüphesiz sonuçsuz kalmaya mahkum olacaktır.

Günümüzde dünya nüfusu hızlı bir artış sürecine girmiş bulunmakta, sürekli artan nüfus ise çağın getirdiği yenilikler ve ürün çeşitlemeleri ile tüketim toplumları olarak büyük pazarlar oluşturduğu için, gerek kalabalık tüketici grubu, gerekse tüketim maddelerinde hergün yenilikler olması üretimi ve ticaret hayatını canlandırmakta, böylece daha fazla ürünün piyasaya girişini sağlamaktadır. Piyasaya sürülen mallar, seri halinde üretilmekte, teknolojinin gelişimi sonucu olarak yığınlara yönelik üretim yapılmaktadır. Bu üretim biçimi ise, mamulün yapımına ilişkin bir bozukluğun, çoğu kez tüm mamul serisini etkileyerek sonuçta yığınlara yönelik tehlikelere de yol açmaktadır. Öte yandan üretim sürecinin otomatikleşmesi, insan kusurundan kaynaklanan tehlikenin yerine salt teknik tehlikenin geçmesine neden olmaktadır. Bunun yanında kullandığımız araç ve gereçler, giderek daha karmaşık bir durum almakta, bunların kullanılması özel bir dikkat ve özeni gerekli kılmaktadır. Ayrıca endüstriyel anlamda söz konusu seri üretimde, üretim sürecine birden çok teşebbüsün katılması, hem mamulün üretiminde bozukluk olasılığını artırmakta, hem de tüketici yönünden sorumlu kişilerin belirlenmesini zorlaştırmaktadır.

Bununla birlikte tüketicilerin korunması zorunluluğunun, bir yandan, onların satın alma gücünün ulusal gelirle birlikte artması, kredi kolaylıklarının, özellikle tüketici kredisi ve taksitle satış uygulamalarının genişlemesi, çok çeşitli malların piyasaya sürülmesi, büyük mağazaların ve katalog üzerine ısmarlama sisteminin

yaygınlaşması. uluslararası ticaretin büyümesi, çeşitli reklam yollarıyla tüketimin kamçılanması sonucu tüketim toplumunun gelişmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Öte yandan, tüketicilerin piyasaya sunulan malların çokluğu ve çeşitliliği karşısında bunların kalitesi, özel şartları hakkında yeterli karşılaştırma yapma olanağından yoksun bulunmaları, telkin edici reklamların etkisiyle yanıltma tehlikesi içinde olmaları, yeni malzemeler ve karmaşık imal yöntemleri kullanılması yüzünden malların güvenlik ve sağlığa yararlılık derecesi hususunda sağlam bir yargıya varabilecek bilgilere sahip olmamaları, yine tüketicilerin hiç veya yeterince örgütlenmemiş olmaları, buna karşılık üretici ve dağıtıcı teşebbüslerin piyasaya egemen fiili tekel sahibi olacak şekilde örgütlenmeleri, kendi lehlerine hazırladıkları genel şartları tüketicilere dikte etmeleri, tüketicilerin korunması gereğini bir kat daha artırmaktadır.

Ülkemizde de bu anlamda son yıllarda yaşanan politik, ekonomik gelişmeler ve Avrupa Birliği yolunda atılan adımlarla birlikte, bunlara paralel olarak hukuk alanında da kapsamlı bir dönüşüm süreci görülmektedir. Bu gelişmelerin bireylerin yaşamlarını daha da kolaylaştırma noktasında pozitif etkilerinin olacağı kuşkusuz olmakla birlikte, bireylerin yaşamlarındaki en büyük sorunlardan bazıları “tüketici” oldukları durumlarda ortaya çıkmakta, üretici-tüketici ilişkilerini düzenleyen hukuksal alt yapının yetersiz kaldığı durumlarda yaşanan problemlerin boyutlarını büyütmektedir.

“Tüketicinin korunması” konusu çağdaş dünyanın en güncel, çok boyutlu, karmaşık, ve daima gündemde olan meselelerden birini teşkil etmektedir. Hızla gelişen ve değişen dünyamız, adeta bir “tüketim toplumu” kimliği kazanmıştır. Gittikçe zenginleşen ve karmaşıklaşan tüketici istek ve ihtiyaçları, ve bunların karşılanma çabaları, tüketicinin korunması meselesini ön plana çıkartmıştır .

Tüketicinin korunması sorunu temelde, tüketicinin, üretici ve satıcı karşısında nispeten zayıf durumda bulunmasından kaynaklanmakta olup, çözüm çabalarında, tüketici aleyhine olan güç dengesinin, devletçe, gönüllü tüketici örgütlerince ve mesleki kuruluşlar tarafından alınacak tedbirlerle düzeltilmesi amaçlanmaktadır .

Tüketicinin korunması konusunda karşımıza çıkan ilk kavram, tüketici kavramıdır. Yapılan çalışmalarla, yürürlüğe konulan yasalarla korunmaya çalışılan kişi, tüketicidir. Tüketici ise, bir toplumda yaşayan herkeştir. Belki de bütün dünya

insanlarının ırk, renk, dil, siyasal görüş ve benzeri unsurlardan bağımsız olarak taşıdıkları evrensel kimlik, paylaştıkları ortak yazgı, tüketici olmalarıdır. Bu anlamda, tüketici göz önüne alınarak yapılan düzenlemeler, en geniş muhatap kitlesine ve hukuki ilişkiler yelpazesine sahip düzenlemeler olmak durumundadır.

Çağdaş anlamda tüketicinin korunması hareketi, son yıllarda görülen sosyal, ekonomik ve teknik gelişmeler sonucu ortaya çıkmıştır. Bununla beraber tüketicileri yakından ilgilendiren bazı konularda, çok eskiden beri çeşitli kanuni düzenlemeler yapılmıştır. Ancak bu düzenlemeler günümüz ihtiyaçlarına cevap verecek nitelikte değildir. Bundan dolayı birçok ülkede, tüketicinin çağdaş anlamda korunabilmesi amacıyla çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır.

Ülkemizde de tüketici haklarının korunması ile ilgili olarak 1970'li yıllardan itibaren on bir ayrı kanun tasarısı hazırlanmıştır. Ancak bunlar kanunlaştırılmamış ve çıkarılmamıştır. Daha sonra Türkiye'nin gümrük birliğine giriş çalışmaları kapsamında tüketicinin korunması meselesi de ele alınarak 1992 yılında "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı" hazırlanmıştır. Bu tasarı TBMM Sanayi ve Teknoloji Ticaret Komisyonu tarafından görüşülerek gerekli değişiklikler yapılmış ve TBMM'de de görüşülerek 23 Şubat 1995 tarihinde kabul edilmiştir. 8.3.1995 tarih ve 22221 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Kanun, yayımı tarihinden altı ay sonra 8.9.1995 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Daha sonra kanunun içeriğine ilişkin olarak düzenleme ihtiyacı ortaya çıktığı için, sırasıyla 4226 ve 4703 sayılı kanun ve son olarak 4822 Sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" 06.03.2003 tarihinde mecliste kabul edilerek, 14.03.2003 tarih 25048 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmış ve yürürlüğe girmiştir.

Bu çalışma, üç ana bölümden oluşmaktadır. Konumuz, "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a Göre Uyuşmazlıklar İçin Öngörülen Çözüm Yolları" olduğuna göre, ilk önce kanunun uygulama alanının ne olduğu, ne gibi yenilikler getirdiği, örneğin bu anlamda; kredi kartlarına ilişkin yapılan düzenlemeler, mesafeli sözleşmelere ilişkin düzenlemeler, devre tatil ve paket tur sözleşmelerine ilişkin düzenlemeler, temerrüt faizlerine fahiş kayıtlara sınırlama getirilmesine ilişkin düzenlemeler, yapımıcının satıcı ile birlikte ayıplı malın yol açtığı her türlü zarardan müteselsil olarak sorumlu tutulmasına ilişkin düzenlemelerle, genel olarak tüketici haklarının neler olduğu ve bunların tarihsel gelişimi ele alınacaktır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, 4077 sayılı kanunla oluşturulan kurumsal yapılanmalar; Reklam Kurulu, Tüketici Konseyi, Tüketici Mahkemeleri ile diğer örgütsel yapılanmalar ve 4077 sayılı kanun öncesi ve sonrasında tüketicinin korunmasına yönelik düzenlemeler ele alınacaktır. Çağdaş anlamda tüketicinin korunması, satıcıların ayıplı mal veya hizmet ifa etmeleri halinde, tüketicilerin ihlal olunan haklarını eski haline getirmeye çalışmak, şayet zarara uğramışlarsa bunu tazmin ettirmek değildir. Aynı zamanda, tüketicilere ayıplı mal veya hizmet sunulmasını önlemek de gerekmektedir. Bu nedenle çalışmamızın bu bölümünde, ayıplı mal ve hizmetlerin tüketicilere satılmasını, hatta piyasaya arz edilmesini önleyici düzenlemelere değineceğiz. Bu bağlamda ayıplı mal veya hizmetten dolayı tüketiciye karşı satıcı, bayi, acenta, imalatçı-üretici, sağlayıcı ve ithalatçının müteselsilen sorumlu olmasını, etiket, garanti belgesi, tanıtma ve kullanım kılavuzu kullanılmasının zorunlu hale getirilmesini, hizmet işletmelerinin işletmeye açılması, hizmet erbabının yetiştirilmesi, hizmet işletmelerinin sınıflandırılması, mal ve hizmetler üzerinde kalite denetimi yapılmasını, Tüketici Konseyinin önerileri ile alınacak diğer önlemleri ve TKHK'un 25. maddesinde düzenlenmiş bulunan, Kanun hükümlerine aykırı davranılması halinde uygulanacak cezai hükümlere kısaca değineceğiz.

Tüketiciler ile, mal ve hizmet satıcıları (sağlayanları) arasında ayıplı mal ve hizmet ifalarından dolayı bir takım uyuşmazlıkların çıkması tabiidir. Bu uyuşmazlıklar, ya uzlaşma yoluyla çözüme kavuşturulabilir ya da yargı yoluna başvurulması suretiyle halledilebilir. Çalışmamızın üçüncü ve son bölümünde tüketiciler ile satıcılar arasında çıkan uyuşmazlıkların uzlaşma yoluyla çözülmesini, bu yolla sonuç alınamaması halinde konu tüketici mahkemelerine intikal edeceğinden dolayı, tüketici mahkemelerinin işleyişini, taraflarını, yargılama usulü ve vereceği kararlar üzerinde duracağız.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUNUN UYGULAMA ALANI VE GENEL OLARAK TÜKETİCİ HAKLARI

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde tüketicinin korunması olgusunun tarihçesi oldukça yenidir. Geri kalmış ülkelerde ise, böylesine bir hareketten söz etmek pek mümkün değildir. Tüketici, sözleşmenin alelade iki tarafından biri değildir. Tüketici, sözleşmede iradesini serbestçe oluşturamayan ve çeşitli şekillerde iradesi sakatlanan ve bunun farkında olmayan taraftır. Tüketici, teknolojinin ulaştığı baş döndürücü seviye nedeniyle çoğu zaman aldığı malın nasıl yapıldığını, nasıl çalıştığını, hatta hangi maddelerden yapıldığını bilmemektedir. Sadece mevcut ihtiyacını giderme düşüncesi ile malı almaktadır. Böyle bir satış sözleşmesinde tarafların serbest iradesinden söz etmek oldukça zordur. Satıcı açısından da durum benzerdir. Gerçektende satıcı malın sadece ne işe yaradığını bilmekte ve genellikle ambalajı içindeki malın tüketici üzerinde ne gibi zararlar doğurabileceğini, ya da teknolojik özelliklerini bilmemektedir. İşte bu nedenlerle tüketicinin korunması ihtiyacı tüm dünya da olduğu gibi ülkemizde de ortaya çıkmıştır.<sup>1</sup>

Türkiye’de Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun yürürlüğe girmeden önce tüketicinin korunmasıyla ilgili dağınık bir mevzuat bulunmaktaydı. 4077 sayılı kanunla dağınık haldeki bu düzenlemeler tek ve kapsamlı bir şekilde çerçeve kanun içine alınmıştır. Kanun, tüketicinin korunmasında yeni bir dönem başlatmış, konuya hukuki bir temel kazandırmıştır. Bunun yanı sıra ülkemizde tüketici politikasının uygulamaya konulması, genel gözetiminden sorumlu belirli bir kurumsal yapıyı da beraberinde getirmiştir. Bu sayede bütün tüketici işlemlerine uygulanacak genel ve ortak kurallar tanımlanmıştır. Dolayısıyla tek bir çerçeve kanun olması, hem bireylerin hem de kanunu uygulayacak olanlarında anlamasını kolaylaştırmıştır.

---

<sup>1</sup> İ. Yılmaz ASLAN, *Tüketici Hukuku*, Bursa: Ekin Yayınevi, 1996. s. 2.

## § 1. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN AMACI VE UYGULAMA ALANI

Tüketicinin korunması alanında, esasen 1962 yılında gündeme gelen ve tartışılmaya başlanan günümüz dünyasında da büyük ilerlemelerin kaydedildiği ve giderek daha üst düzeyde tüketici haklarının sağlanmasına dönük düzenleme ve uygulamalara gidildiği gelişmeleri hep birlikte izliyoruz. Bunun en yakın örneklerinden bir tanesi olan, Avrupa Birliğini kuran ve 07.02.1992'de Maastricht'te imzalanan antlaşmanın "Tüketicilerin Korunması" başlığı altında 129/a maddesinde, tüketicilerin yüksek bir seviyede korunmasının gerçekleştirilmesine dönük topluluk politikasının çerçevesi çizilmiştir.<sup>2</sup>

Ülkemizde de daha önceleri gündeme gelmekle birlikte bir türlü kanunlaşamayan tüketicinin korunmasına ilişkin düzenleme 08.09.1995 tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir. 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un kabul edilmesi ile bu alanda bir bölümü değişik mevzuatta yer alan düzenlemeler ve çeşitli kurum ve kuruluşlar arasında dağılan görev ve yetkilerin kullanımı ve yaptırımlar güncelleştirilerek günümüz ihtiyaçlarına uygun hale getirilmiştir.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın (1996-2000) "Temel Yapısal Değişim Projeleri" başlığı altında 8/c Tüketicinin Korunması bölümünde, bu alanda yapılacak düzenlemelerin önemi vurgulanarak, amaçlar, ilkeler ve politikalar ile hukuki ve kurumsal düzenlemelere yer verilmiştir. Ayrıca plan ekindeki proje listelerinde; akreditasyon sistemini oluşturmak, reklamlar, sözleşmeler-haksız kayıtlar, imalatçının sorumluluğu, hizmet sunanın sorumluluğu, kapı dibi satışlar, tüketicinin kredileri, mesafeli satışlar, seyahat sözleşmeleri ile ilgili düzenlemelerin yapılması öngörülmüştür. Bunun yanında aynı kapsamda bulunan ancak Gıda Maddeleri Tüzüğü çerçevesinde yer alacak zararlı maddeler, gıda maddelerinin denetimi, gıda maddeleri yönünden çocukların korunması, hakkında düzenlemeler de Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı kapsamına alınmıştır.

Diğer taraftan, Planın Dışa Açılma ve Dünyaya Entegrasyon (Avrupa Birliği'ne Uyum Projesi) çerçevesinde Gümrük Birliği sürecinde piyasa ekonomisinin daha iyi işleyebilmesini sağlamak amacıyla, 4077 sayılı Kanun'da

<sup>2</sup> Ayhan ÖZER, "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun", (Ed. İrfan YAZMAN) Türkiye'de Tüketicinin Korunması Sorunlar-Perspektifler, Ankara: TES-AR Yayınları No:18, 1996, s. 31.

Öngörülen Tüketici Mahkemeleri, Tüketici Konseyi, Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri ve Reklam Kurulu'nun oluşturulmasının gerekli olduğu da vurgulanmıştır.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın yukarıda özetle aktarılan bölümlerinden de anlaşılacağı üzere: gerek 8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe giren 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında gerekse bunun dışında, yine tüketicinin korunması alanında yazılan düzenlemelerin yapılması ve gerekli önlemlerin alınması Devlet politikası olarak benimsendiği söylenilebilir.

İktisadi, sosyal ve teknolojik alandaki gelişmelere paralel olarak serbest piyasa ekonomisinin değişen ve gelişen koşulları karşısında tüketicinin; evrensel kabul görmüş hakları olan sağlık ve güvenliğinin, ekonomik çıkarlarının korunması, zararının tazmin edilmesi, aydınlatıcı ve eğitici önlemlerin alınması, çevrenin korunması, temsil edilmelerinin ve görüşlerinin bildirilmesi için örgütlenmelerinin desteklenmesi için gerekli ortamın ve buna uygun hukuksal alt yapının oluşturulması gerekli hale gelmiştir.

Tüketicinin korunması ile ilgili olarak; çağdaş anlamda haklar getiren ve sonuçta toplam kaliteye ulaşarak, ekonomik kaynakların etkin ve verimli bir biçimde kullanılması yoluyla uluslararası rekabet edebilecek yetenek ve gücünü sağlayacak düzenlemelerin ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlayacağı açıktır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un amacı birinci maddede de ifadesini bulduğu gibi, en genel anlamda tüketicinin çevresel ve ekonomik değerlerinin korunmasıdır. Bu amacın gerçekleşmesi doğrultusunda gerekli tedbirlerin alınması ve tüketicilerin kendi organizasyonları aracılığıyla yürütecekleri faaliyetlerin desteklenmesi görevi Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na verilmiştir.

Kanun koyucu tüketicilerin sağlık ve güvenliğinin korunmasından, manevi değerlerden yaşanan çevrenin korunmasına kadar olan geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu yüzden de Kanun, reklam yoluyla tüketicinin manevi değerleriyle oynanması yasağını ve çevreye zarar verici tehlikeli maddelerin kontrolünü düzenleyerek, tüketicinin bu değerlerini de koruma altına almıştır. Piyasaya sürülen malların kalitesinin kontrolü de bu anlamda değerlendirilmelidir. O halde satıcıların, tüketicileri kandırıcı, onların tecrübesizliğinden yararlanıcı faaliyetleri denetlenecek, gerekirse bunlar yasaklanabilecektir.

Tüketicide zarar verici bu tür etkinliklerin sadece yasaklanması ya da kontrol edilmesi, tüketicilerin korunmasını etkin olarak sağlayamayacaktır. Bu tür etkinlikleri daha başından engellemek için tedbirler alınmalı ve bunların da yetmediği yerde, tüketicinin çıkarlarına aykırı bu tür faaliyetler cezalandırılmalıdır.

Tüketicilerin korunması yönünde politikaların geliştirilmesi de diğer bir amaçtır. Burada görev hem Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na hem de tüketicilerin kendilerine düşmektedir. Tüketiciler çıkarlarının korunması ve tüketici kuruluşlarında temsil edilmeleri için organizasyonlar kurmak ya da kurulmuş organizasyonlarda yer almak zorundadırlar. Bu organizasyonlar aracılığıyla tüketicide koruma yönünde politikalar geliştirecekler ve gerektiğinde örgütlü bir savunma sağlayacaklardır. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un bir diğer amacı da böylece, bu tür kuruluşların desteklenmesi ve özendirilmesi olmaktadır. Kanun bu görevi Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na yüklemektedir. Ancak, tüketicilerin örgütlenebilecek bilinçte olmaları da gerekmektedir. Tüketicilerin hakları konusunda bilinçlendirilmeleri de yine 4077 sayılı Kanun'un ön plana çıkan amaçlarından biridir.

Bütün alınan tedbirlere rağmen, tüketicilerin ekonomik olarak zarara uğramaları olasılığını göz önünde bulunduran kanun koyucu, bu zararların karşılanması gerektiğini de yine temel amaçlar içerisinde değerlendirmektedir.

Kanunun ikinci maddesi, birinci maddede belirtilen amaçlarla mal ve hizmet piyasalarında tüketicinin taraf olduğu bütün tüketici işlemlerinin bu kanunun kapsamı içinde yer alacağını düzenlemektedir<sup>3</sup>. O halde, kanunu uygularken ve yorumlarken tüketicinin taraf olduğu ve kanun koyucunun belirttiği amaçlar çerçevesinde değerlendirilebilecek her türlü tüketici işlemine bu Kanun'un hükümlerini öncelikle uygulamak gerekecektir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun 3'üncü maddede tanımları yaparken kamu kurum ve kuruluşlarını da satıcı kavramı altında değerlendirdiğinden, tüketicilerin taraf olduğu, örneğin elektrik veya telefon abonman sözleşmeleri de yine bu Kanunun uygulama alanı içerisine girmektedir (Değişik: 6/3/2003-4822/3).

<sup>3</sup> 4822 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun 2. maddesiyle, 4077 Sayılı Kanunun 2. maddesinde yer alan "hukuki işlem" ibaresi "tüketici işlemi" olarak değiştirilerek metne eklenmiştir.

Yine örneğin elektrik idaresi veya posta idaresi ayıplı hizmetlerinden dolayı tüketiciler tarafından dava edilebilecek veya tüketiciler 4077 sayılı Kanun'dan doğan haklarını bu kuruluşlara karşı ileri sürebileceklerdir.

## § 2. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN GETİRDİĞİ YENİLİKLER

Ülkemizde tüketici haklarının korunması ile ilgili olarak 1970'li yıllarda itibaren on bir ayrı kanun tasarısı hazırlanmıştır<sup>4</sup>. Ancak bunlar kanunlaştırılmamıştır. Türkiye'nin gümrük birliğine giriş çalışmaları kapsamında tüketicinin korunması meselesi de ele alınarak 1992 yılında "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı" hazırlanmıştır. Bu tasarı TBMM Sanayi ve Teknoloji Ticaret Komisyonu tarafından görüşülerek gerekli değişiklikler yapılmıştır. TBMM'de de görüşülerek 23 Şubat 1995 tarihinde kabul edilmiştir. 8.3.1995 tarih ve 22221 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Kanun, yayımı tarihinden altı ay sonra 8.9.1995 tarihinde yürürlüğe girmiş bulunmaktadırlar. Daha sonra sırasıyla 4226 sayılı kanun ve 4703 sayılı kanun ve son olarak 4822 Sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" 06.03.2003 tarihinde mecliste kabul edilerek, 14.03.2003 tarih 25048 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmış ve yürürlüğe girmiştir.

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki ana kanunda olduğu gibi, "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" da geçici madde ile birlikte 34 maddeden ve beş kısımdan meydana gelmektedir. Düzenlediği konuların genişliğine göre oldukça kısa ve dar hacimli bir kanun görünümündedir<sup>5</sup>. Birinci bölüm amaç, kapsam ve tanımlara ayrılmıştır. İkinci bölüm, tüketicinin korunması ve aydınlatılması, üçüncü bölüm, tüketici kuruluşları, dördüncü bölüm, yargılama ve cezaya ilişkin hükümler ve beşinci bölümde ise çeşitli hükümlere yer verilmiştir.

Türk hukukunda, daha öncede değinildiği gibi, tüketiciyi koruyucu çeşitli hükümler vardı. Ancak bu hükümlerin günümüz ihtiyaçlarını karşılaması mümkün

<sup>4</sup> Murat FERMAN, *Tüketicinin Korunması Meselesine Gelişimci Bir Yaklaşım*, İstanbul: İTO Yayınları, No: 17, 1993, s. 54.

<sup>5</sup> Ömer Adil ATASOY, "TKHK Yürürlüğe Girenken Bazı Tespit ve Düşünceler ve Taksitli Satışlarda Muacceliyet Şartı İle İlgili Bir Belirsizlik" *Kayseri Ticaret Odası Dergisi*, Sayı 5, Haziran Temmuz 1995, s. 28.

değildi. Böyle bir kanunun yürürlüğe girmesi tüketicilerin korunması bakımından büyük önem arz etmektedir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, Türkiye ile Avrupa Topluluğu arasında mevzuat uyumlaştırmaları kapsamında, AB direktifleri de göz önüne alınarak hazırlanmıştır. Gümrük birliğine giriş çalışmalarının hız kazandığı bir dönemde, biraz aceleyle getirilerek kanunlaştırılmış olması TKHK için bir şanssızlık sayılabilir. Ancak sırayla 4226, 4703 ve 4822 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile gözlemlenen eksiklikler önemli ölçüde giderilmeye çalışılmıştır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, Türk kamuoyu ve bilim adamlarının değerlendirmelerine sunulmuş<sup>6</sup> ve birkaç küçük husus dışında olumlu karşılanmıştır<sup>7</sup>. 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve önemli ölçüde değişiklikleri içeren 4822 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ana hatlarıyla şu yenilikleri getirmektedir;

\* Kanun, bakanlık, bakan, mal, hizmet, standart, tüketici, satıcı, imalatçı-üretici, sağlayıcı, tüketici işlemi, ithalatçı, kredi veren, reklam veren, reklamcı, mecrâ kuruluşu, teknik düzenleme ve tüketici örgütleri gibi kavramları tanımlanmıştır.

\* Satıştan kaçınma yasaklanmıştır.

\* Ayıplı mal ve hizmetlerle ilgili olarak açılacak davalarda zamanaşımı süresi, ayıba karşı sorumlu tutulanlar, ayıba karşı daha uzun bir süre ile sorumluluk üstlenmemişlerse, ayıplı maldan sorumluluk, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile malın tüketiciye teslimi tarihinden itibaren iki yıllık zamanaşımına tabidir. Bu süre konut ve tatil amaçlı taşınmaz mallarda beş yıldır. Ayıplı malın neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler ise üç yıllık zamanaşımına tabidir. Bu

<sup>6</sup> ATASOY, s. 28.

<sup>7</sup> Yapılan eleştirilerden birisi, TKHK'un 10. maddesinde “Banka veya finans kurumlarının tüketici kredisini belirli bir mal veya hizmetin satın alınmasını ya da belirli bir satıcı ile yapılacak hukuki işlem koşulu ile vermeleri durumunda bunlar satılan malın ayıbından ötürü tüketiciye karşı satıcı ile müştereken ve müteselsilen sorumlu olurlar.” denilmekteydi. 4822 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”da ise “Kredi verenin, tüketici kredisini, belirli marka bir mal veya hizmet satın alınması ya da belirli bir satıcı veya sağlayıcı ile yapılacak satış sözleşmesi şartı ile vermesi durumunda satılan malın veya hizmetin hiç ya da zamanında teslim veya ifa edilmemesi halinde kredi veren tüketiciye karşı satıcı veya sağlayıcı ile birlikte müteselsilen sorumlu olur.” şeklinde bir değişiklik yapılmış ise de, Türkiye Bankalar Birliğinin eleştirilerine rağmen kredi verenin sorumluluğunun kapsamı değiştirilmemiştir.

talepler zarara sebep olan malın piyasaya sürüldüğü günden başlayarak on yıl sonra ortadan kalkar. Ancak, satılan malın ayıbı, tüketiciden satıcının ağır kusuru veya hile ile gizlenmişse zamanaşımı süresinden yararlanılamaz şeklinde düzenlenmiştir. Tüketicinin haklarına sahip çıkma bilincinin pek gelişmediği ülkemizde ayıba ilbar süresinin 30 güne, ayıp haklarının kullanılması süresinin de iki yıla çıkarılması, hatta taşınmazlarda beş yıla çıkarılması yerinde bir değişiklik olmuştur<sup>8</sup>.

\* Kanun taksitli satışlarda tüketicinin, borçlandığı toplam miktarı gerekli faiz indirimini yaparak önceden ödeme imkanı getirmektedir. Ayrıca taksitli satışta satıcının, satılan mal ile ilgili malın peşin satış fiyatı, faiz miktarı ve yıllık faiz oranı ve benzeri bilgileri tüketiciye bildirmesini zorunlu kılıyor. Yine Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla, TKHK'un 6. maddesi 6/A, 6/B ve 6/C şeklinde düzenlenmiş ve 6/A'da taksitli satış, 6/B'de devre tatil ve 6/C'de ise paket tur sözleşmeleri düzenlenmiştir.

\* Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla, Kapıdan satış sözleşmelerinde, sözleşmede bulunması gereken diğer unsurlara ilave olarak mal veya hizmetin nitelik ve niceliğine ilişkin açıklayıcı bilgiler, cayma bildirimini yapılacağı açık adres ve en az on altı punto ve koyu siyah harflerle yazılmış aşağıdaki ibare yer almak zorundadır şeklinde düzenleme getirilerek, tüketicinin bu tür satışlarda korunması daha güçlü hale getirilmiştir.

\* Yine, "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 bildirimini satıcı/sağlayıcıya ulaşması tarihinden itibaren malı geri almayı taahhüt ederiz" ibaresinin eklenmesi zorunlu kılınmıştır.

\* Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un 9/A maddesinde, "Mesafeli sözleşmeler; yazılı, görsel, telefon ve elektronik ortamda veya diğer iletişim araçları kullanılarak ve tüketicilerle karşı karşıya gelinmeksizin yapılan ve malın veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi veya ifası kararlaştırılan sözleşmelerdir" denilerek, "Mesafeli satış sözleşmesinin akdinden önce, ayrıntıları Bakanlıkça çıkarılacak tebliğle belirlenecek

<sup>8</sup> Rona SEROZAN, "Tüketiciyi Koruma Kanunu Değişikliğinin artıları ve Eksileri", İ.Ü. Hukuk Fakültesi Mecmuası, Cilt: LXI, Sayı: 1-2, s. 346.

bilgilerin tüketicie verilmesi zorunludur. Tüketicie, bu bilgileri edindiğini yazılı olarak teyit etmedikçe sözleşme akdedilemez. Elektronik ortamda yapılan sözleşmelerde teyid işlemi, yine elektronik ortamda yapılır.” şeklinde ifade edilmiştir.

\* Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’un 9/A maddesinde, “Satıcı ve sağlayıcı, tüketicinin siparişi kendisine ulaştığı andan itibaren otuz gün içerisinde edimini yerine getirir. Bu süre, tüketicie daha önceden yazılı olarak bildirilmek koşuluyla en fazla on gün uzatılabilir.” denilerek, “Satıcı veya sağlayıcı elektronik ortamda tüketicie teslim edilen gayri maddi malların veya sunulan hizmetlerin teslimatının ayıpsız olarak yapıldığını ispatla yükümlüdür.” Şeklinde bir düzenleme yapılmış ve “Cayma hakkı süresince sözleşmeye konu olan mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapmasının veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesinin istenemeyeceğine ilişkin hükümler dışında kapıdan satışlara ilişkin hükümler mesafeli sözleşmelere de uygulanır.” İbaresie eklenmiş, “Satıcı veya sağlayıcı cayma bildiriminin kendisine ulaştığı tarihten itibaren on gün içinde almış olduğu bedeli, kıymetli evrakı ve tüketicie bu hukukî işlemde dolayı borç altına sokan her türlü belgeyi iade etmek ve yirmi gün içerisinde de malı geri almakla yükümlüdür.” denmiştir.

\* Kampanyalı satışlarda, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’un 7. maddesi ile, “Kampanyalı satış, gazete, radyo, televizyon ilânı ve benzeri yollarla tüketicie duyurularak düzenlenen kampanyalara iştirakçi kabul edilmesi ve malın veya hizmetin daha sonra teslim veya ifa edilmesi suretiyle yapılan satımdır.” Şeklinde tanımlanmış ve kampanyalı satışların Bakanlığın izni ile yapılabileceği ifade edilerek, Bakanlığın hangi tür satışların izne tabi olacağını, ön ödeme, taksit miktarı, teslim süresi, üretici firma garantisie, yatırılacak teminat ile kampanyalı satışlarda uyulması gereken usul ve esasları tespit edeceği belirtilmiştir.

\* Tüketicie kredilerinde banka ve finans kurumları, yazılı sözleşmeye yıllık faiz oranı, ödeme planı, kredi tutarı, toplam borç, istenecek teminatlar, akdi faiz oranının % 30 fazlasını geçmemek üzere gecikme faizi oranı, kredinin yabancı para birimi cinsinden kullandırılması durumunda geri ödemeye ilişkin taksitlerin ve



toplam kredi tutarının hesaplanmasında hangi tarihteki kurun dikkate alınacağı ve kredinin vadeden önce kapatılmasına dair hususların belirtilerek, tüketicie bildirilmesi zorunluluğu getirilmiştir. Tüketicinin, kredi borcunun bir kısmını ya da tamamını vadeden önce ödeyerek gerekli faiz ve komisyon indirimi istemesini mümkün hale getiriyor. Bakanlık ödenen miktara göre gerekli faiz ve komisyon indiriminin ne oranda yapılacağıın usul ve esaslarını belirleme yetkisine sahiptir denilmiştir. Kredi verenin, tüketici kredisini, belirli marka bir mal veya hizmet satın alınması ya da belirli bir satıcı veya sağlayıcı ile yapılacak satış sözleşmesi şartı ile vermesi durumunda satılan malın veya hizmetin hiç ya da zamanında teslim veya ifa edilmemesi halinde kredi veren tüketiciye karşı satıcı veya sağlayıcı ile birlikte müteselsilen sorumlu olacağı belirtilerek, Kredi verenin ödemeleri bir kıymetli evraka bağlaması ya da krediyi kıymetli evrak kabul etmek suretiyle teminat altına alması yasaktır. Bu yasağa rağmen tüketiciden bir kıymetli evrak alınacak olursa, tüketici bu kıymetli evrakı kredi verenden geri istemek hakkına sahiptir. Ayrıca, kredi veren kıymetli evrakın ciro edilmesi sebebiyle tüketicinin uğradığı zararı tazmin etmekle yükümlüdür denmiştir.

\* Kredi kartları ile ilgili olarak yapılan düzenlemede, kredi kartı ile mal ve hizmet alımı sonucu, nakdi krediye dönüşen, veya kredi kartı ile nakit çekim sureti ile kullanılan kredilerinde, 10. madde hükümlerine tabi olacağı, ancak bu krediler hakkında 10. maddenin 2. fıkrasının a, b, h ve ı bentleri ile 4. fıkra hükmünün uygulanamayacağı belirtilmiştir.

\* Perakende satılan mallarda, ambalaj kullanma zorunluluğu getirilmektedir. Perakende satışa arz edilen malların ambalajlarının ya da kaplarının üzerine o malla ilgili tüm vergiler dahil, fiyat, üretim yeri ve ayırıcı özelliklerini içeren etiket konulması. etiket konulması mümkün olmayan hallerde aynı bilgileri kapsayan listelerin görülebilecek şekilde, uygun yerlere asılması zorunluluğu getirilmiştir. Ayrıca imalatçı ve ithalatçılar için, belirli mal ve hizmetler bakımından tanıtma ve kullanım kılavuzu ve garanti belgesi düzenlemek zorunluluğu getiriliyor. Ayrıca etiket, fiyat ve tarife listelerinde belirtilen fiyat ile kasa fiyatı arasında fark olması durumunda, tüketici lehine olan fiyat üzerinden satış yapılacağı ifade edilmiştir.

\* Servis hizmetleri konusunda getirilen düzenlemeler ile bayi ve acentaları, menşei belirsiz, kalitesiz ve satış seması sahipsiz ithal mallar konusunda daha

dikkatli ve titiz olmaya zorluyor. Yine garanti belgesi ile satılmak zorunda olan bir sanayi malının, garanti süresi sonrasında arızalanması durumunda o malın bakanlıkça belirlenen azami tamir süresi içerisinde onarımının zorunlu olduğu belirtilmiştir.

\* Süreli yayınlarda sözleşmeye aykırı davranılması halinde tüketiciye tek taraflı olarak sözleşmeyi fesih yetkisi verilmiştir. Yine süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenen kampanyalarla ilgili olarak, 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 zorunda olduğu belirtilmiştir.

\* Yanıltıcı ticari ilan ve reklamlar üzerinde duruyor. Bu tür reklamların önlenmesi için "Reklam Kurulu" nun kurulmasını ve ticari reklam ve ilanların kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmalarının esas olacağı ifade edilmektedir.

\* Ülke düzeyinde tüketici sorunlarını çözmek, ihtiyaçlarının ve çıkarlarının korunmasına ilişkin çalışmalar yapmak üzere "Tüketici Konseyi"nin kurulması kararlaştırılmıştır.

\* Ayıplı mal ve hizmetler nedeniyle ya da 4077 Sayılı TKHK'da ve 4822 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'da getirilen diğer düzenlemelere aykırı davranılmasından dolayı çıkan uyuşmazlıkların, masrafsız ve hızlı bir şekilde çözümlenebilmesi ve zarara uğrayan tüketicilerin zararlarının tazmini için "Özel Tüketici Mahkemeleri"nin kurulması düzenlenmiştir.

\* Tüketiciler ile satıcılar arasında çıkacak uyuşmazlıkları çözmek üzere her İl ve İlçede "Tüketici Sorunları Hakem Heyet" lerinin kurulması düzenlenmiştir.

\* Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'da, "satışa sunulan bir seri malın ayıplı olduğunun mahkeme kararı ile tespit edilmesi halinde, malın satışı geçici olarak durdurulur. Mahkeme kararının tebliğ tarihinden itibaren en geç üç ay içinde malın ayıbının ortadan kaldırılması için üretici-imalatçı ve/veya ithalatçı firma uyarılır. Malın ayıbının ortadan kalkmasının imkânsız olması halinde mal, üretici-imalatçı ve/veya ithalatçı tarafından toplanır

veya toplatılır. Toplatılan mallar taşıdıkları risklere göre kısmen veya tamamen imha edilir veya ettirilir” şeklinde bir düzenleme yapılmıştır.

\* Yine 4822 Sayılı TKHK’da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’un 24/A maddesinde. “Gıda ürünü olmamalarına rağmen, sahip oldukları şekil, koku, görünüm, ambalaj, etiket, hacim veya boyutları nedeniyle olduklarından farklı görünen ve bu sebeple de tüketiciler tarafından gıda ürünleriyle karıştırılarak tüketicilerin sağlığını ve güvenliğini tehlikeye atan malların üretilmesi, pazarlanması, ithalatı ve ihracatı yasaktır” denilmiş ve devamla “ Mal piyasaya sürülmüşse, 4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun hükümleri uygulanır.” denilerek, “ Olduğundan farklı görünen malı satın alan tüketicilerin uğradıkları maddi ve manevi zararlar nedeniyle dava açma hakları saklıdır.” hükmü getirilmiştir.

\* TKHK’un 25. maddesinin 4. fıkrasına göre cezalandırılan imalatçı ve satıcıların, İstanbul, Ankara ve İzmir’de tirajı 100.000 ve üzerinde bir gazetede ve ayrıca varsa mahalli bir gazetede teşhir edilerek kamuoyuna duyurulacağı hükmü, 4822 Sayılı TKHK’da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunda yer almazken, buna karşın cezai müeyyideler artırılmıştır.

\* 4822 Sayılı TKHK’da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’da, bu Kanunun uygulamasında. Bakanlık müfettişleri ve kontrolörleri ile Bakanlıkça ve belediyelerce görevlendirilecek personel; fabrika, mağaza, dükkan, ticarethane, depo, ambar gibi her türlü mal konulan ve/veya satılan veya hizmet sunulan yerlerde denetleme, inceleme ve araştırma yapmaya yetkili olduğu ifade edilmiştir.

\* 4822 Sayılı TKHK’da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunda, geçici bir madde ile “Bu kanunun yayımından önce borçlunun temerrüdü nedeniyle ödenmeyerek icra takibi aşamasına gelen veya icra takibine konu edilen kredi kartı borçları, temerrüt tarihindeki ana paraya, yıllık yüzde elliyi geçmemek üzere gecikme faizi uygulanmak suretiyle oniki eşit taksitte ödenir.” denilerek, devamında “ Kredi kartı borçları nedeniyle gerçekleştirilen her türlü takip, yukarıda yer alan hükme göre ilk taksitin ödenmesiyle durur ve son taksitin ödenmesiyle birlikte tüm sonuçlarıyla ortadan kalkar.” denilmiş ve “ Bu madde hükümleri, tüketicinin kredi verene, Kanunun yayımı tarihinden itibaren otuz gün içinde yazılı müracaat etmesi

halinde uygulanır.” Şartına bağlanmış ve ülkemizdeki kredi kartından dolayı ortaya çıkan tüketicilerin mağduriyetine son verilmiştir.

4822 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’un, getirdiği bu yeniliklerle 08.09.1995 tarihinden itibaren uygulanmaya başlanılan TKHK’un eksik yönlerini büyük oranda tamamladığı söylenebilir.

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da ilgili olarak bu genel bilgilerden sonra, şimdi sırasıyla tüketici kavramı, tüketicinin korunmasını gerektiren nedenler, tüketici haklarının tarihsel gelişimi, tüketici hakları ve türlerini ele alacağız.

### Ş 3. TÜKETİCİ KAVRAMI VE TÜKETİCİ HAKLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu başlık altında öncelikle tüketici kavramsal boyutları ile alınarak, hukuksal ve ekonomik anlamda tanımlamaları yapılacak, ardından tüketicinin neden korunması gerektiği üzerinde durularak, sonrasında tüketici haklarının tarihsel gelişimi ele alınacaktır.

#### I. TÜKETİCİ KAVRAMI

İnsan, hayatını devam ettirebilmek için birçok şeye ihtiyaç duyan bir varlıktır. Ekonomik faaliyetlerin amacı da, insanların ihtiyaç duydukları mal ve hizmetleri üretmek ve rasyonel bir şekilde bu ihtiyaçların giderilmesini sağlamaktır. Piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin bir kısmı ticari amaçlarla talep edilirken, önemli bir kısmı da tüketim amacıyla talep edilmektedirler. Bizim konumuzu ilgilendiren kısım, bu mal ve hizmetlerin tüketim amacıyla talep edilen bölümüdür. Söz konusu mal ve hizmetleri, tüketim amacıyla edinen kişiye tüketici denir. Mal ya da hizmetin özel amaçla kullanılması ve tüketilmesi, malın aşınması, biçim değiştirmesi, tükenmesi, azalması, değerini yitirmesi sonucunu doğurabilecek bir kullanma ve yararlanma amacıyla satın alınmasını ifade eder.<sup>9</sup>

Ekonomik faaliyetlerin amacı, tüketicilerin ihtiyaçlarını giderecek mal ve hizmetlerin üretilmesi ve bu ihtiyaçların rasyonel bir dağıtım zinciriyle

<sup>9</sup> Aydın ZEVLİLER, Açıklamalı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi, 2001, s. 49.

karşılanmasıdır<sup>10</sup>. Tüketici, ticari ve mesleki olmayan, kişisel ihtiyaçları için bir mal veya hizmet sağlama sözleşmesinde taraf olan kişi şeklinde tanımlanabilir<sup>11</sup>. O halde koruma, tüm alıcılar için geçerli değildir. Ticaret yapan bir kişi veya bir sanat erbabı, bir sözleşmeye konu olan mal veya hizmeti, nihai olarak tüketmek maksadıyla değil de, mesleğin icrasına ilişkin olarak aynen veya şeklini ve vasfını değiştirerek bir başkasına satmak veya çıkar karşılığı devretmek üzere satın alacak olursa, satın alan, yani kendisi de satıcı konumuna girecek olan kişiler tüketici sayılmazlar.<sup>12</sup>

Tüketicilerin korunması konusunda, gerçek kişi tüketicilerin yararlandığı korumadan, nihai kullanım amacıyla ve mesleki bir gelir elde etmek amacı olmaksızın, sadece tüketim gayesiyle hareket eden her hangi bir tüzel kişiyi, mesela bir derneği, bir kamu tüzel kişisini ve hatta bir ticaret ortaklığını mahrum etmek doğru olmayacaktır. O halde, ticari işletmesinin bizatihi ihtiyacı için ve tüketmek amacıyla mal ve hizmet talep eden gerçek kişi tacirler ve sanat erbabı kadar, diğer tüzel kişi tacirleri de tüketici saymak gerekecektir<sup>13</sup>. Bir mal veya hizmet, karma amaçla satın alınmışsa, yani bir kısmını tüketim amacıyla kullanırken, bir kısmını ticaret amacıyla kullanılıyorsa, burada da tüketicilerin yararlandığı korumadan yararlanılamaz<sup>14</sup>.

TKHK' da ise " tüketici; bir mal veya hizmeti özel amaçlarla satın alarak nihai olarak kullanan veya tüketen gerçek veya tüzel kişiyi ifade eder" (TKHK m.3-Değişik:6/3/2003/4822/3 m.) şeklinde tanımlanmaktadır. Aslında bir toplumda bulunan herkes tüketicidir. Dayanıklı ya da dayanıksız tüketim malları satın alanların yanında, kendisine çeşitli hizmetler sunulan, kredi kullandırılan, her ortamda çeşitli reklamların etkisinde kalan kişiler de tüketicidir. Ancak tüketici, bir tüketim mukavelesine taraf olmadığı sürece, tüketicinin korunmasından doğrudan doğruya yararlanamaz<sup>15</sup>.

<sup>10</sup> Cengiz AKIN, *Türkiye'de Tüketicinin Korunması Hareketi ve Tüketicinin Korunmasına İlişkin Mevzuat*, Ankara: İçişleri Bakanlığı Yayını, 1998, s. 2.

<sup>11</sup> ZEVKLİLER, s. 49.

<sup>12</sup> ZEVKLİLER, s. 51.

<sup>13</sup> Ömer Adil ATASOY, "Tüketicinin Hukuki Yönden Korunması ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Ön Tasarısı", Kayseri: *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı 10, 1993, s. 42.; Reha POROY, "Tüketicinin Korunmasına İlişkin Bazı Hukuk Sorunları" (Halil ARSLANLI Anısına Armağan) *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, s. 524.; ZEVKLİLER, s. 22.

<sup>14</sup> ZEVKLİLER, s. 52.

<sup>15</sup> POROY, s. 523.

Tüketici, sadece gerçek kişiler değildir. Tüketici sıfatıyla hareket eden bir dernek, bir kamu tüzel kişisi hatta bir ticaret ortaklığı, hedefi insan ihtiyaçlarını karşılamak olan üreticileri, hatta devleti de bütün kuruluşları ile tüketici olarak değerlendirmek mümkündür<sup>16</sup>. Ancak ticaret ve meslek gereği olmayan, nihai amacının kullanımı olduğu mal ve hizmet alımlarında, tüketiciler gibi korumadan yararlanabilmeleri mümkün olacaktır.

O halde tüketicinin şu özellikleri bulunmaktadır;<sup>17</sup>

- \* Tüketici bir özel hukuk mukavelesi ile mal veya hizmet edinmektedir.
- \* Tüketici edindiği mal veya hizmeti ticaret maksadıyla veya mesleki faaliyeti gereği değil, kişisel veya işletmesinin ihtiyacı için ve nihai tüketim amacıyla edinmelidir.
- \* Tüketicinin gerçek kişi olması şart değildir. Ekonomik sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için mal veya hizmet edinen kişi ve kurum da tüketicidir.

## II. TÜKETİCİNİN KORUNMASINI GEREKTİREN NEDENLER

Son yıllarda görülen sosyal ekonomik ve teknik gelişmeler sonucu üretici-tüketici dengesinin bozulması, tüketicilerin satın alma gücünün artması, çok çeşitli mal ve hizmetlerin piyasaya sunulması, reklamlarla tüketimin teşvik edilmesi, buna karşılık tüketicilerin, kendilerine sunulan mal ve hizmetlerin kalitesi, özel şartları arasında yeterli karşılaştırma yapamaması, malların kalitesi, güvenlik ve sağlığa yararlılık derecesi hususunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, örgütlenme konusunda ciddi mesafelerin alınamaması tüketicilerin korunmasını zorunlu hale getirmiştir.<sup>18</sup>

Üreticilerle-tüketiciler arasındaki dengenin bozulması sürecine serbest piyasa ekonomisinin de katkısı mutlaktır<sup>19</sup>. “Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler ilkesi”

<sup>16</sup> POROY, s. 524.

<sup>17</sup> POROY, s. 525.; DPT, **Tüketicinin Korunması Alt Komisyon Raporu**, Türk-AT Mevzuat Uyumu Sürekli Özel İhtisas Komisyonu, Ankara: DPT Yayını, 1994, s. 1.

<sup>18</sup> Celal GÖLE, **Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması**, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Enstitüsü, 1983, s. 21.

<sup>19</sup> Ahmet BATTAL ve İzzet GÜMÜŞ, “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Getirdiği Yenilikler”, **Pazarlama Dünyası**, Yıl 9, Sayı 54, 1995, s. 2.; Erol ZEYTİNOĞLU, “Tüketici”, **Türkiye Ekonomisi Enstitüsü Bülteni**, Sayı, 192, 1977, s. 8.; ZEVKLİLER, s. 22.

sadece kar amacıyla, acımasız işletilmiş ve üretici-tüketici dengesi alt üst olmuştur. Bu dengenin tekrar tesis edilebilmesi için, piyasaya devletin müdahalesi kaçınılmaz bir hal almıştır. Gerçekten de günümüzde ancak devletin müdahalesi ve düzenleyiciliği ile üreticiler ve tüketiciler arasındaki denge sağlıklı bir yapıya dönüşebilir<sup>20</sup>. Ancak böyle bir müdahalenin hiçbir şekilde üreticilere zarar vermemesi de bir gerekliliktir. İşte bu nedenle tüketiciyi koruma hareketi, piyasa ekonomisine devlet müdahalesini zorunlu bir hale getirmiştir<sup>21</sup>.

Yığın halinde mal ve hizmet üretiminin bir sonucu olarak, yığın (kitle) sözleşmelerinin<sup>22</sup> ve bu sözleşmelerdeki tüketiciler aleyhine konulan haksız hükümlerin (genel işlem şartları) tüketicileri zor durumda bırakması, tüketicilerin ya bu şartları kabul ederek sözleşmeyi meydana getirmek ya da reddetmeye mecbur bırakılması, tüketicilerin korunması gereğini bir kat daha artırmıştır<sup>23</sup>.

### III. TÜKETİCİ HAKLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Tüketiciler, satın aldıkları ürünlerle ilgili olarak birçok riskle karşı karşıya kalmaktadırlar. Çok eski tarihlerden bu yana tüketicinin aldatılmasını önlemek amacıyla çeşitli hukuk sistemlerinde -Roma Hukuku da buna dahildir- bu konuya ait hükümler mevcuttur.

19.yüzyılda ve 20.yüzyılın başlarında piyasa ekonomisindeki gelişmelerin etkisiyle tüketiciler bu sistemin 'kral'ı olmuşlardır. Bilindiği üzere serbest rekabet, piyasaya olan mal arzını artırmış, malların kalitelerinin yükselmesine ve en uygun fiyatların oluşmasına imkan vermiştir. Bu durumda dürüst olmayan davranışlara karşı artık tüketicinin mevzuatla korunması ihtiyacı ortadan kalkmış gibi görünmüştür.

Ancak 1950'li yıllardan sonra tüketiciler toplumsal bir problem haline gelmişlerdir. Aslında bu dönem, tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerin çeşitlendiği ekonomik bir kalkınma dönemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte, söz

<sup>20</sup> Güngör UYSAL, "Örgütlenmiş Tüketicinin Ürün ve Hizmet Kalitesindeki Rolü", *Standart*, 1979, Sayı, 206. s. 13.

<sup>21</sup> GÖLE, s. 21.

<sup>22</sup> TANDOĞAN, s. 25. (Bu sözleşmeler, standart hükümleri içeren ve tüketicilerin olduğu gibi kabul etmesi gereken önceden tek taraflı olarak hazırlanan sözleşmelerdir.)

<sup>23</sup> Haluk TANDOĞAN, *Tüketicinin Korunması ve Sözleşme Özgürlüğünün Bu Açıdan Sınırlandırılması*, Ankara: A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları, No: 416, 1977, ss. 24-25.; POROY, s. 532.; BATTAL ve GÜMÜŞ, s. 2.; ZEVLİLER, s. 22.

konusu yıllar aynı zamanda, firma büyüklüklerinin arttığı, malların çok daha karmaşık hale geldiği, pazarlama ve reklam faaliyetlerinin daha fazla etkin olduğu bir dönemdir. Tüm bu olumlu gelişmelerle birlikte, tüketici ile satıcı arasındaki denge de bu dönemde bozulmuştur. Çünkü tüketici karşısında artık güçlü bir satıcı bulunmaktadır. Tüketiciler artık pazarlama ve reklam sihirbazlarının elle şekil verdiği birer “köle” olmuşlardır. Kısaca tüketiciler artık “kral” değil, “köle” olmuşlardır. Özellikle, maddi acıdan zayıf ve bilgisiz tüketicilerin durumu daha da kötüdür.

Tüketim toplumunun karşı karşıya kaldığı tehlikelere ilk defa ABD’de çeşitli iktisatçı ve düşünürler dikkat çekmiştir. 1962 yılında, dönemin ABD Başkanı John F. Kennedy, Amerikan Kongresi’nde yaptığı bir konuşmasında, tüketicilerin toplumda en önemli, fakat aynı zamanda en az sözü geçen ekonomik bir grup olduğunu belirtmiştir. Kennedy, tüketicinin güvenliği ve sağlığının korunması hakkı, temsil edilme hakkı, bilgilendirilmesi hakkı ve seçme hakkı olarak dört grupta topladığı tüketici haklarının kanuni düzenlemelerle güvence altına alınmasını önermiştir. Böyle başlayan tüketici hareketi yani “Consumerism” ABD’den Batı Avrupa’ya geçmiştir. Bu arada tüketiciler yoğun bir şekilde örgütlenerek haklarını aramaya başlamışlardır.<sup>24</sup>

#### A. Dünyada Tüketici Haklarının Ortaya Çıkması

Tüketicilerin korunması hareketinin geçmişi çok eski tarihlere dayanmaktadır. Babilliler’de, Eski Yunan’da ve Roma İmparatorluğu’nda, daha sonra da Osmanlı İmparatorluğu ile İngiltere ve Fransa’da çeşitli hukuki düzenlemeler ve örgütlenmeler görülmektedir.<sup>25</sup>

Batı’da Fransız Devrimi’nin yarattığı ekonomik ve sosyal değişimlerin etkisi ile ortaya çıkan “Sanayi Devrimi”nin yarattığı ortamda gelişen liberal ekonomi görüşlerinin, tüketicilerin tam rekabet koşulları içinde kendiliğinden korunabileceği düşüncesini ortaya çıkarmıştır. Ancak özellikle 19. yüzyılda liberal ekonomi adına yapılan uygulamalar bu açıdan umulan sonucu doğurmamıştır. Serbest pazar

<sup>24</sup> Barbara B. MURRAY, *Consumerism, USA*, Goodyear Publishing Company Inc., 1973, p. 11.

<sup>25</sup> İsmet MUCUK, *AT’de Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye’de Durum*, İstanbul: TÜSİAD Yayını, Nisan 1990, s. 9.



ekonomilerinde de devletin tüketicileri koruyucu tedbirler alması ihtiyacı hissedilmiştir.<sup>26</sup>

Tüketicinin korunması olgusu günümüzde birçok ülkede tüketicilerin, işletmelerin ve Devlet adamlarının üzerinde önemle durdukları bir konu olmuştur. Avrupa'da lonca düzeninin yıkılmasından sonra serbest ekonomi düzenine geçilmiş ve tüketici korunmasız kalmıştır. Bunun etkisiyle 1850'li yıllarda İngiltere'nin Roschdale kasabasında ilk tüketim kooperatifi kurulmuştur. Üyelerinin gerçek gelirlerini artırmak ve yaşam düzeyini yükseltmek amacıyla kurulan ve sayıları kısa zamanda artan bu kooperatifler fiyatlarla savaşmaya başlamışlar ve tüketicileri savunmaya çalışmışlardır. Fransa fiyatlarla savaşmada en etkili çözüm yolunu tüketim kooperatiflerinin kuruluşunda görmüştür. 1950'lerde Fransa'da 3000'e yakın olan tüketim kooperatifleri çoğu yerde bölgesel birlikler kurmuşlar ve ülke çapında da konfederasyona gitmişlerdir.<sup>27</sup>

Bazı ülkelerde ise, tüketim kooperatifleri kapitalizmin tekelci eğilimi ile karşılaşmışlar ve bunlarla savaşa girmek zorunda kalmışlardır. İsveç'te tüketim kooperatifleri 1921 yılında margarin tröstlerinin aşırı kazançlarına karşı giriştikleri savaşta, fiyatlarda % 59 indirim sağlamışlardır.<sup>28</sup>

A.B.D.'de 1890 yılında tekellere karşı çıkartılan Sherman Anti-tröst yasası, Fransa'da 1905 yılında yanıltıcı ve gerçek dışı reklamlara karşı çıkartılan kanun ve 1906 yılında A.B.D.'de çıkartılan Gıda ve İlaç Yasası tüketiciyi koruyucu çalışmalardan bazılarıdır. İlk tüketici birliği 1891 yılında New York'da kurulmuştur. Daha sonra sayıları hızla çoğalarak 1898 yılında ulusal federasyon haline dönüşmüşlerdir. İlk tüketiciyi koruma yasası ise, 1872 yılında çıkarılmıştır. Bu yasaya göre, işletmelerin posta yoluyla tüketicileri aldatmaları federal suç ilan edilmiştir. 1879 ile 1905 yılları arasında gıda maddeleri ve ilaçların üretimini ve satışını düzenlemek üzere 100'den fazla kanun tasarısı kongreye sunulmuş, fakat kongre ve tüketicilerin ilgisiz kalmasından dolayı aynı yıl sonuç alınamamış fakat bir yıl sonra Amerikan Tıp Birliği'nin de desteği ile tasarı kanun haline gelmiştir. Aynı

<sup>26</sup> MUCUK, s. 9.

<sup>27</sup> Tuncer TOKOL, "Pazarlama Açısından Tüketicinin Korunması Sorunu" *Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, 1976, s. 11.

<sup>28</sup> Harun PASTANOĞLU, "Müsthelikler Ne zaman Teşkilatlanacak", *Karınca*, Sayı 399, Mart 1970, ss. 6-9.

yıl "Et Denetim Yasası" da kongreden geçerek bir yerde tüketicilerin zaferi haline gelmiştir. Bu kanun tüketiciyi korumayı amaç edinen ilk ve en önemli kanundur. 1938 yılında "Federal Gıda Maddeleri, İlaç ve Kozmetik Yasası" çıkarılmıştır. Aynı yıl tüketiciyi korumak amacıyla çıkarılan diğer bir önemli kanun da, Wheeler-Lea yasasıdır. Bu kanun 1914'de çıkarılan Federal Ticaret Komisyonu Yasasının genişletilmiş halidir.<sup>29</sup>

Bundan sonra tüketici örgütleri sayısının artmasıyla çeşitli alanlarda tüketici hareketlenmeleri olmuştur. Bu hareketlerin sonucu olarak da, malların etiketlenmesi, gıda maddeleri ve ilaç standartları, mallarda dayanıklılık ve reklamda doğruluk gibi tüketiciyi direkt etkileyen sonuçlar ortaya çıkmıştır. 1965'de çıkarılan "Doğu Ambalajlama ve Etiketleme Yasası", 1966 yılında çıkarılan "Motorlu Araçlar Güvenlik Yasası" ve aynı yıl çıkarılan iki kanun "Çocuk Güvenlik Yasası", diğeri ise "Sigara Etiketleme Yasası" dır. Çocuk Güvenlik Yasası, çocuklar için tehlikeli olabilecek oyuncakların pazarlanmasını yasaklamaktır. Sigara Etiketleme Yasası ise, sigara üreticilerinin sigara paketlerinin üzerine "Dikkat: sigara içmek sağlığınız için tehlikeli olabilir" şeklinde bir etiket koymaya zorlamaktadır. 1968 de çıkarılan "Tüketici Kredileri Koruma Yasası" da tüketicilere açılacak kredilerde uygulanacak yıllık faiz oranları hakkında tüketicilere tam bilgi verilmesini, 1972'de çıkarılan "Tüketim Malları Güvenlik Yasası" ise garantisi olmayan malların doğuracağı kaza riskinden tüketicileri korumayı amaçlamaktadır.<sup>30</sup>

1945'lerde malların denenmesi ve deneme sonuçlarının tüketicilere iletilmesi fikri ilk defa Amerika'dan Avrupa'ya geçmiş ve bu yıllarda İngiltere, Hollanda, Belçika, Avusturya, Batı Almanya, Fransa ve İskandinav ülkelerinde tüketici korunması hareketinde devlet tarafından kurulan tüketici örgütleri ile tüketicilerin kendi aralarında kurdukları koruyucu örgütlerin rolü büyük olmuştur. Hareket daha sonra Doğu Avrupa'ya ve Macaristan ile Sovyet Rusya'ya kaymış ve buralarda tüketici enstitüleri kurulmuştur. Tüketici hareketleri kısa zamanda Avrupa'dan Japonya'ya, sonra da Avustralya ve Yeni Zelanda'ya sıçrayarak uluslararası bir şekil

---

<sup>29</sup> TOKOL, s. 14.

<sup>30</sup> TOKOL, s. 20.

almıştır. 1960 yılında “Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü (IOCU)’nun kuruluşu gerçekleştirilmiş ve 16 ülke bu örgüte üye olmuştur.<sup>31</sup>

Çağdaş anlamda tüketicilerin korunması hareketi 19. yüzyılın sonu ve onu izleyen yıllarda görülmeye başlanmıştır. 1960’lardan itibaren Avrupa Birliği ülkelerinde ve özellikle ABD’de tüketicinin korunması şeklinde bir hareket belirmiştir. Amaç, tüketicilerin çıkarlarına ters düşen gelişmelere karşı tüketicileri korumak, sunulan mal ve hizmetlerin güvenilirliğini ve kalitesini yükseltmektir. Temel hareket noktası tüketici haklarıdır.<sup>32</sup>

1962 yılında ABD başkanı J.F. Kenedy’nin, dört tüketici hakkını vurgulaması ile tüketicinin korunması hareketi meşrulaşmış ve önemli bir ilerleme kaydetmiştir<sup>33</sup>. 1985 yılında ise Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda kabul edilen “Tüketicinin Korunması İlkeleri Rehberinde” tüketici hakları belirlenmiş ve evrensel bir nitelik kazanmıştır<sup>34</sup>. AB’ de 1975 yılında ilk kez beş temel tüketici hakkı kabul edilmiştir. Söz konusu bu haklar şunlardır:<sup>35</sup>

- \* Tüketicinin sağlık ve can güvenliğinin korunması hakkı.
- \* Tüketicinin ekonomik menfaatlerinin korunması hakkı.
- \* Tüketicinin tazmin edilme hakkı.
- \* Tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitimi hakkı.
- \* Tüketicinin örgütlenme ve temsil edilme hakkı.

AB Konseyince, 19.5.1981 yılında kabul edilen “İkinci Tüketiciyi Koruma Programı” ve 23.6.1986 tarihinde kabul edilerek 5.7.1986 tarihinde yürürlüğe giren “Tüketiciyi Koruma Programına Yeni Hız Kazandırma Programı” çerçevesinde tüketici hakları, yeniden gözden geçirilerek bugün evrensel kabul gören, Uluslararası

<sup>31</sup> TOKOL, s. 21.

<sup>32</sup> GÖLE, ss.13-14.

<sup>33</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 3.; GÖLE, s. 14.

<sup>34</sup> Perran AKAN, *Tüketici ve Tüketicinin Korunması*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını, 1995, s. 1.; DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 3.

<sup>35</sup> Erdoğan TAŞKIN, “Kişisel Satış ve Tüketicilerin Korunması”, *Pazarlama Dünyası*, Sayı 23, 1990, s. 21.; ZEVKLİLER, s. 31.; FERMAN, s. 39.; DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 7.; GÖLE, s. 15.

Tüketici Birlikleri ve BM tarafından onaylanan bu sekiz maddelik “Evrensel Tüketici Hakları”;<sup>36</sup>

\* Tüketicilerin temel gereksinimlerinin karşılanması hakkı

\* Tüketicilerin sağlık ve güvenliğinin korunması hakkı

\* Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması hakkı

\* Tüketicilerin bilgilendirilmesi hakkı

\* Tüketicilerin eğitilmesi hakkı

\* Tüketicilerin tazmin edilmesi hakkı

\* Tüketicilerin temsil edilmesi hakkı

\* Tüketicilerin sağlıklı bir çevrede yaşaması hakkı, şeklinde tüm dünyaya duyurulmuştur.

## **B. Türkiye’de Tüketici Haklarının Ortaya Çıkması**

Türkiye’de tüketici haklarının ortaya çıkışını, Cumhuriyet öncesi dönem ve Cumhuriyet sonrası dönem olmak üzere iki başlık altında ele alacağız.

### **1. Cumhuriyet Öncesi Dönem**

Osmanlı İmparatorluğu döneminde tüketicinin korunması için alınmış olan önlemler oldukça kapsamlıdır ve bunların “standartlaşma ve fiyat denetimi” şeklinde iki grupta toplandığı görülmektedir. Kentsel yerleşim bölgelerinde ekonomi esnaf ve esnaf örgütlenmelerine dayalıdır. Esnaf örgütleri, yani Loncalar, kökleri Melamilik ve Ahilik’e dayanan büyük ölçüde dinsel, mistik özellikler taşıyan kuruluşlar niteliğinde olduğundan, üyeleri üzerinde etkin bir denetleme gücüne sahiptiler<sup>37</sup>. Bu örgütlerin getirdiği düzenlemeler, ticaret ve meslek erbabına bir meslek ahlakı sağlamanın yanında, üretimin gerekli kalitede olmasını da amaçlıyordu. Bu kuruluşların denetleme yetkisi var ama cezalandırma yetkisi yok idi. Bu yetki doğrudan doğruya devlete aitti.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> Ayşe AKMAN, “Tüketicinin Örgütlenmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri” , Ankara: Tebliğ, I. Tüketici Konseyi, Eylül 1996, s. 183.; DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 256.; FERMAN, s. 12.; ZEVKLİLER, s. 32.

<sup>37</sup> Tanju ÖZTÜRK, “Türkiye’de Tüketicinin Korunması: Sorunlar ve Çözümler”, Pazarlama Dergisi, Sayı 3, 1981, ss. 16-17.

<sup>38</sup> GÖLE, ss. 7-9.; FERMAN, s. 53.

Ahilik sistemi ile mamul standartlarının tanımlanması ve daima korunması sağlanabilmiş, ehliyet ve fiyatta dürüstlük ve müşteriye doğru bilgilendirme esaslarının yaşama geçirilmesi sağlanmıştır. Ayrıca, devletçe Pazar yerlerinin düzenlenmesi ve sıkı şekilde denetlenmesine yönelik uygulamalar, fiyat ve kalite kontrollerini de sağlamıştır. Satılan malların fiyatlarının belirlenmesinde (narh uygulaması) düşük gelirli tüketicilerin satın alma güçleri göz önünde bulundurulmuştur.<sup>39</sup>

İstanbul'un fethiyle birlikte, artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılayabilme için fiyat kontrolü üzerinde sıkı denetimler yapılmış ve İstanbul da Sadrazamlar, diğer şehirlerde Kadılar. İktisap Teşkilatının başı salmışlar, daha sonraları ise "İktisap Ağası" ve "İktisap Nazırı" isimleri ile bu uygulamalar devam etmiş, bu kurumun işleyişi de bugünkü "Belediyeler Yasasına" benzeyen "İktisap Ağalığı Nizamnamesi" ile sağlanmıştır. Bu sistem ile, fiyat kontrolü yanında temel ihtiyaç maddelerinin imalatından kullanılmasına kadar sağlıklı ve kaliteli olması gözetilmiş, hile ve aldatmaların önlenmesine çalışılmıştır.<sup>40</sup>

Yüzyıllar boyunca ülkenin zanaat ve ticaret hayatında önemli rol oynayan esnaf teşkilatları 17. ve 18. yüzyıllarda bozulmaya başlayarak sistemi bozmuşlardır. Ancak bu döneme kadar, tüketicinin korunması üretici-dağıtıcı-tüketici güç dengesini sağlamaya yönelik olarak pazarlama faaliyetlerini temel alan üçlü sistemle etkili bir biçimde uygulanmıştır. Üçlü sistemin temel unsurları ise kadılar ve iktisap ağaları eliyle devlet, esnaf temsilcileri olarak Loncalar ve tüketici temsilcileri olarak da şehrin ileri gelenleri olmuşlardır.<sup>41</sup>

Bu dönemde tüketicilere sunulan mal ve hizmetlerin sayı ve çeşit yönünden sınırlı olması, tüketicilerin diğer mal ve hizmetlerle karşılaştırma imkanı bulması, tüketiciler ile satıcıların birbirlerini tanımaları, tüketicilerin korunmalarını kolaylaştırıyordu<sup>42</sup>. Ayrıca birçok ülkede yeni kanunlar yürürlüğe giriyordu. Bu kanunlar esas itibariyle ticaret serbestisini temel ilke kabul ederek, haksız ticarete karşı dürüst tacirlerin korunmasını amaçlamışlardır. Ayrıca tüketicileri de yakından

<sup>39</sup> FERMAN, s. 53.

<sup>40</sup> Renan BAYKAN, *Türkiye'de Tüketicinin Korunması Tedbirleri*, İkinci Baskı, İstanbul: İTO Yayınları, No: 23, 1996, s. 121.

<sup>41</sup> MUCUK, s.113.

<sup>42</sup> GÖLE, s. 5.

ilgilendiren, onları dolaylı da olsa koruyan birçok kanun bu safhada yürürlüğe girmiştir. Ancak burada çağdaş anlamda tüketicilerin korunmasından söz etmek mümkün değildir. Bu düzenlemelerde hakim olan temel görüş tüketicilerin korunmasından ziyade “kamunun korunması” olmuştur<sup>43</sup>. Genel nitelikli bu düzenlemelerle tüketicilerin korunması yeterince sağlanamamıştır<sup>44</sup>.

## 2. Cumhuriyet Sonrası Dönem

Cumhuriyetin ilanından sonra da ülkemizde tüketicinin korunmasına yönelik, dolaylı ya da dolaysız olarak yığınla düzenlemeler yapılmıştır. Bunlar arasında, İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu (1928), Umumi Hıfzısıhha Kanunu (1930), Ölçü ve Ayarlar Kanunu (1931), Endüstriyel Mamulatin Maliyet ve Satış Fiyatlarının Kontrolü ve Tesbiti Hakkında Kanun (1936), Ticarete Tağşişin Men’i Hakkında Kanunu (1931), Pazarlıksız Satış Mecburiyetine Dair Kanunu ( 1938) ve Türk Standartları Enstitüsünün Kuruluşuna Dair Kanunu (1950) örnek gösterilebilir.<sup>45</sup>

Ülkemizde tüketicinin korunmasına ilişkin en temel mevzuat 1982 Anayasasıdır. Öncelikle Anayasa’da Ekonomik Hükümler başlığı altında, Planlama (Madde 166), Piyasaların Denetimi ve Dış Ticaretin Düzenlenmesi (Madde 167), Kooperatifçiliğin Geliştirilmesi (Madde 171) alt başlıkları ile tüketicinin korunması konusuna değinildikten sonra, Madde 172’de Tüketicilerin Korunması başlı başına bir hüküm olarak yer almıştır. Bu madde de, “devlet tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder” denilmektedir. Türk Ceza Kanununda tüketicilerin korunmasına yönelik dolaylı düzenlemelere rastlanabilir. Ticaret ve Sanayie ve Müzayedeye Hile ve Fesat Karıştırmak Cürümleri başlığını taşıyan TCK’nın beşinci faslında<sup>46</sup> ve Umumun Sıhhatine, Yenecek ve İçilecek Şeylere Müteallik Cürümler başlıklı üçüncü faslında<sup>47</sup> bu konuya ilişkin hükümler söz konusudur.

---

<sup>43</sup> GÖLE, s. 12.

<sup>44</sup> ZEVKLİLER, s. 35.

<sup>45</sup> İTO, **Tüketicinin Korunmasına İlişkin Mevzuat**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, 1987/13.

<sup>46</sup> Türk Ceza Kanunu, Madde 358-363-367.

<sup>47</sup> Türk Ceza Kanunu, Madde 394-402-584.

Çağdaş anlamda tüketicinin korunması için Türkiye’de 1970’li yıllardan bu yana ciddi çalışmalar yapılagelmıştır. 22 Kasım 1960 tarihinde TSE’nin kurulması, Türkiye’de tüketicilerin korunmasına yönelik atılmış önemli adımlardan birisidir. 15 Kasım 1971 tarihinde “ Tüketicinin Korunması İçin Ticaret Konusu Mal ve Hizmetlerle İlgili Faaliyetlerin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı” hazırlanmıştır. TBMM’ ye gelen bu kanun tasarısı benimsenmemiş ve kanun olmuştur. 1978 yılında Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan “İç ve Dış Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı” hemen arkasından 1980 yılında “Ticarette Dürüstlüğün Korunması Hakkında Kanun” hazırlanmıştır. Ancak bu kanunlar bir türlü yürürlüğe girememiştir. En son 1992 yılında hazırlanan “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı” 23 Şubat 1995 tarihinde TBMM’in de kabul edilmiş ve 8 Mart 1995 tarihinde 22221 sayılı RG’de yayınlanmışlar. Yayınlanmasından altı ay sonra yani 8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe girmiş ve son olarak, 06.03.2003 tarihinde kabul edilen “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” kabul edilmiş ve 14.03.2003 tarih, 25048 sayılı RG’de yayınlandıktan üç ay sonra yürürlüğe girmiştir.<sup>48</sup>

Kanunlaşması olumlu karşılanabilecek “Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanununa”. tüketicilerin korunması noktasında yardımcı olabilecek Borçlar Kanunu ve Ticaret Kanunu gibi önemli kanuni düzenlemelerde söz konusudur. Zaten tüketicinin korunması hususunda şimdiye kadar yapılan öğretilerde Borçlar Kanunu’nun sosyal düşüncelerle geliştirilmiş hükümlerinin tüketici lehine yorumlanması yoluyla olmuştur. Borçlar Kanunu’nun tüketiciyi korumaya yönelik emredici hükümleri arasında gabine (madde 21), iradeyi sakatlayan hallere (madde 23-27), sorumluluktan kurtulma şartlarının hükümsüzlüğüne (madde 91/I-100/III), aşırı cezai şartın indirilmesine (madde 161/III), bileşik faizi yasaklamaya (madde 308) ilişkin hükümleri sayabiliriz. Türk Ticaret Kanunundaki haksız rekabetle ilgili düzenlemeleri (madde 56-65) bu kapsamda değerlendirilebilir.<sup>49</sup>

18 Temmuz 1995 tarihli TBMM Kararı ile kabul edilen Yedinci Beş Yıllık (1996-2000) Kalkınma Planında tüketicinin korunmasının önemi şöyle vurgulanmıştır: “Devletin düzenleyici ve gözetici fonksiyonlarının ön plana çıktığı

<sup>48</sup> TAŞKIN, s. 23.; FERMAN, s. 54.

<sup>49</sup> TANDOĞAN, s. 12.

günümüzde. rekabet ortamının sağlıklı bir yapıya kavuşturulması ve tüketici haklarının korunması, ekonominin dışa açılma sürecinde geldiği noktada büyük önem kazanmıştır.”<sup>50</sup>

İktisadi, sosyal ve teknolojik alandaki gelişmelere paralel olarak ürünlerin sayısının ve çeşitliliğinin artmasıyla serbest piyasa ekonomisinin değişen şartları karşısında, tüketicinin sağlık ve güvenliğini sağlayıcı, ekonomik çıkarlarını koruyucu, tüketicileri aydınlatıcı ve eğitici önlemlerin alınması, tüketicinin zararının tazmin edilmesi, çevresel tehlikelerden korunması ve tüketicilerin kendi kendilerini korumak amacıyla kuracakları gönüllü örgütlenmelerin desteklenmesi gereği günümüzde daha da önem kazanmıştır.

#### **§ 4. TÜKETİCİ HAKLARI VE TÜRLERİ**

Ayıplı mal ve hizmet ifaları ile tüketici hakları arasındaki ilişkiyi incelerken, şu şekilde bir tasnif yapmak mümkündür. Bir kısım haklar, bizzat tüketiciyi koruyucu nitelikte haklar olarak düzenlenmiştir. Burada satıcı ile arasında kurulan hukuki ilişki dolayısıyla sömürülen, aldatılan, zarara uğrayan tüketicinin satıcıya karşı başvurabileceği yaptırımları uygulamaya yönelik haklardır. Bir kısmı ise tüketici, henüz satıcı tarafından zarara uğratılmadan, sömürülmeden, aldatılmadan korumanın sağlanabilmesine ilişkin tali nitelikte haklardır<sup>51</sup>. Asli tüketici hakları, tüketicinin sağlık ve can güvenliğinin korunması hakkı, tüketicinin ekonomik menfaatlerinin korunması hakkı, tüketicinin zararlarının tazmin edilmesi hakkı, gibi haklardır. Tali nitelikli tüketici hakları ise; örgütlenme ve temsil hakkı, bilgilendirilme ve eğitim hakkı, dava hakkı gibi haklardır. Şimdi bu hakları daha ayrıntılı olarak inceleyeceğiz.

#### **I. ASLİ NİTELİKTEKİ TÜKETİCİ HAKLARI**

##### **A. Tüketicinin Sağlık ve Can Güvenliği Hakkı**

Tüketici hayatını devam ettirebilmek için çeşitli mal ve hizmetleri satın almak durumundadır. Satın aldığı mal ve hizmetlerin kullanım öncesinde, kullanım sırasında ve kullanım sonrasında tüketicinin sağlık ve güvenliğine zarar vermemesi gerekir. Tüketici, bu konuda ilgililerden her türlü önlemin alınmasını talep etme

<sup>50</sup> DPT, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), Ankara: DPT Yayını, 1995, s, 96.

<sup>51</sup> ZEVKİLİLER, s. 38.



hakkına sahiptir. Bu durum, özellikle ileri teknolojinin olumsuz yan etkilerine karşı gereken önlemlerin alınmaması nedeniyle ortaya çıkan büyük zararlarla, daha da önemli bir hal almıştır.<sup>52</sup>

Bu nedenle, tüketicilerin yaşamlarını devam ettirebilme ve genel sağlığını korumaları bakımından tehlikeli ve zararlı etkiler meydana getirebilecek,

\* Her çeşit mal ve mamule,

\* Tüm hizmetlere,

\* Her ölçekteki imalat süreç ve yöntemlerine,

\* Aracı ve satıcı işletmelerin ve her kurumun potansiyel veya fiili tehlike doğurucu icraat ve risklerine karşı korunmaları, tüketicilerin sağlık ve can güvenliği hakkını ifade eder.<sup>53</sup>

19. yüzyılda bilim ve teknolojideki baş döndürücü gelişmeler sonucu, artan üretim ve çeşitlenen mamuller insan hayatını kolaylaştırırken, kullanıma uygun olmayan ayıplı, kusurlu ve hatalı malların riskine karşı korunmayı ve tüketicinin can güvenliğinin sağlanmasını da zorunlu hale getirmiştir.<sup>54</sup>

Tüketicilere sunulan mal ve hizmetlerin, tüketicinin hayatını ve sağlığını normal koşullar altında tehlikeye düşürmeyecek derecede güvenilir ve kaliteli olması gerekir. Mal ve hizmetlerin güvenilir ve kaliteli olmalarının sağlanamadığı hallerde, tüketici her an emniyetli olmayan bir tüketim malının kendisini veya yakınlarını zehirlenmesi, sakatlaması, yaralaması, hatta öldürmesi tehlikesi ile karşı karşıyadır. Bir araştırmada ABD’de güvenilir olmayan, hatalı tüketim mallarından dolayı her yıl 30.000 kişinin öldüğü, 10.000 kişinin ömür boyu sakat kaldığı ve 585.000 kişinin yaralandığı tespit edilmiştir . Bu rakamlar da olayın ne kadar ciddi bir boyutta ele alınması gerektiğini anlatmaktadır.<sup>55</sup>

Tüketicilerin hayatını ve sağlığını normal koşullarda tehlikeye düşüren çeşitli mal ve hizmetlerin piyasadan süratle çekilmesini sağlayacak sistemlerin

<sup>52</sup> Ahmet MAZLUM, “Tüketiciyi Nasıl Koruyabiliriz”, *Pazarlama Dünyası*, Yıl 4, Sayı 21, Mayıs / Haziran 1990, s. 13.; AKAN, s. 4.; DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 26.

<sup>53</sup> FERMAN, s. 13.

<sup>54</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 26.

<sup>55</sup> GÖL.E. s. 15.

geliştirilmesi gerekmektedir<sup>56</sup>. Hatta, tüketicinin sağlık ve can güvenliğini tehdit edebilecek ayıplı hatalı, mal ya da hizmetlerin piyasaya hiç sürülmemesi için önlemlerin alınması bir zarurettir<sup>57</sup>. Tüketicinin sağlık ve can güvenliğinin korunmasında önleyici düzenlemeler tüketiciyi daha iyi koruyacaktır.

Satın aldığı bir mal veya hizmetin ayıplı çıkması ilk bakışta tüketicinin ekonomik menfaatlerini ihlal ettiği, şayet zarara uğramış ise bu zararının tazmini gerektiği anlaşılmaktadır. Fakat, ayıplı mal veya hizmetlerin ifası, tüketicilerin sağlık ve can güvenliğini de ciddi şekilde tehdit etmektedir. 1982 Anayasasının 17. Maddesi. *"herkes yaşama, maddi ve manevi varlığını koruma ve geliştirme hakkına sahiptir ... kişinin vücut bütünlüğüne dokunulamaz"* demektedir. 56. maddesinde de, Devletin herkesin beden ve sağlığını korumak için gerekli hizmetleri planlayıp yönlendireceği belirtilmiştir. İşte tüketicinin sağlık ve can güvenliği hakkı Anayasal güvence altına alınmıştır. Tüketicilerin sağlık ve can güvenliği hakkının kağıt üzerinde kalmaması, uygulamada da yeterince korunması gerekmektedir.

### **B. Tüketicinin Ekonomik Menfaatlerinin Korunması Hakkı**

Tüketicinin yaptığı ödemenin karşılığını tam olarak alabilmesi en doğal hakkıdır. Bu da tüketicilerin imalatçı ve satıcılar karşısında haklarını koruyabilmeleri amacıyla, yetkili merciler tarafından, gerekli tedbirlerin alınmasını gerektirmektedir<sup>58</sup>.

Tüketicilerin ekonomik menfaatlerinin korunmasını talep hakkının sonucu olarak, piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin kalitelerinden emin olarak uygun fiyatlarla edinilebilmelidir. Tüketici satın aldığı malı iyi tanıdığı, bu mal veya hizmetlerle ilgili olarak doğru ve yeterli bir şekilde bilgilendirildiği takdirde bilinçli seçim yapabilir. Bu bakımdan tüketicinin bilgilendirilmesi hakkı ile, ekonomik menfaatlerinin korunması hakkı birbirine sıkı sıkıya bağlıdır.<sup>59</sup>

Tüketicilerin ekonomik menfaatlerinin korunması hakkının kapsamında şu hususları zikretmek mümkündür: Aldatıcı ve yanıltıcı reklamlar, tüketici kredileri, taksitli satışlar, ayıplı mal ve hizmetler, kapı dibi satışlarla ilgili düzenlemeler,

<sup>56</sup> GÖLE, s. 16.

<sup>57</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 233.

<sup>58</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 30.; MAZLUM, s. 13.

<sup>59</sup> GÖLE, s. 18.

hukuki ve ticari muamelelerde veri aktarımı ve benzeri hususları sayabiliriz<sup>60</sup>. Genel işlem şartlarına karşı tüketicilerin korunması, ayrıca rekabet hakkını ortadan kaldıran ya da kısıtlayan ekonomik birleşmelere karşı önlemlerin alınması da tüketicinin ekonomik menfaatlerinin korunması hakkı ile ilgili hususlardır<sup>61</sup>.

Tüketicinin yaptığı ödemenin karşılığında, faydalanmayı beklediği mal veya hizmetlerin ayıplı olması ve tüketicinin beklentisinin boşa çıkması, satıcı ile tüketici arasındaki dengeyi bozmaktadır. Satıcı, haksız bir kazanç elde ederken, tüketici zarara uğramaktadır. Tüketicilerin genellikle düşük ve sabit gelirlilerden oluştuğu, mal ve hizmeti satan kişilere göre daha zayıf durumda bulunan kimseler olduğu da dikkate alınır, bir malı alan ya da bir hizmetten yararlanan tüketicinin, bunun için ödediği bedelin karşılığını alabilmesi gerekir<sup>62</sup>. Çok defa tüketiciye mevzuatın tanıdığı haklar, özellikle meblağın küçük olduğu durumlarda tüketici tarafından kullanılmamaktadır<sup>63</sup>. Böylece tüketiciler zarara uğramaktadırlar. Bunun önlenmesi için gerekli düzenlemelerin yapılması zarureti vardır.

### **C. Tüketicinin Zararlarının Tazmin Edilme Hakkı**

Tüketicilerin satın almış oldukları bir mal veya hizmetin ayıplı çıkması, onların sağlık ve can güvenliğini her zaman ihlal etmeyebilir. Fakat ekonomik menfaatlerini her zaman ve mutlaka ihlal etmektedir. Tüketici ödediğinin karşılığında hak ettiği nitelikte bir mal veya hizmeti elde edememiştir. Verdiğinden daha azını alabilmiştir. Dolayısıyla satıcı haksız bir kazanç elde ederken tüketici de zarara uğramıştır. İşte tüketicinin böyle bir durumda uğramış olduğu zararın, süratle tazmini, edimlerin arasındaki dengenin sağlanması hakkaniyet gereği zorunludur. Bu korumanın sağlanamadığı durumlarda, tüketicinin korunduğundan bahsetmek olanaksızdır.<sup>64</sup>

Tüketicinin edindiği mal ve hizmetin ayıplı çıkması dolayısıyla tüketicinin sağlık ve can güvenliği de ihlal edilebilir. Tüketici ayıplı mal ve hizmet dolayısıyla hastalanabilir, sakatlanabilir, iş gücü kaybına uğrayabilir, hatta ölebilir. Bu

<sup>60</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 31.; MAZLUM, s. 13.

<sup>61</sup> GÖLE, s. 19.; MAZLUM, s. 13.

<sup>62</sup> ZEVKLİLER, s. 5.

<sup>63</sup> TANDOĞAN, s. 46.; POROY, s. 547.

<sup>64</sup> GÖLE, s. 19.; DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 32.; MAZLUM, s. 13.

durumlarda da tüketicinin uğradığı zararın telafi edilmesi gerekmektedir<sup>65</sup>. Zaten tüketiciler haklarını aramak için mahkemelere başvurmak istememektedirler. Bunun nedeni, ülkemizde davaların pahalı olması, kararların çok gecikmesi ve enflasyon nedeniyle tatminkar bir sonucun alınamamasıdır<sup>66</sup>. Şayet tüketici, hakkını aramak için girişimde bulunmaya kalkışsa, işletmelerin avukatlar ordusu ile karşı karşıya kalmaktadır. Bir çok zaman da elleri boş dönmektedirler<sup>67</sup>.

Burada tazmin edilmesi gereken zararın ne olduğunun tespiti de önem arz etmektedir. BK doğrudan zararların tazminini zorunlu kılmıştır. Ayrıca kendisine hiçbir kusur isnat edilmeyeceğini ispat etmedikçe alıcının diğer her türlü zararını tazmine mecburdur.(BK m.205. f.2,3) TKHK ise doğrudan-dolaylı zarar ayrımını kaldırarak satıcıları, ayıplı mal ve hizmet ifalarından dolayı, alıcıların uğradıkları her türlü zararı tazminle yükümlü kılmıştır.(TKHK m.4-Değişik:6/3/2003-4822/4 m.)

Tüketicilerin yeterince korunduğundan bahsedebilmek için, zararlarının tazmin edilmesi prosedürünün çok meşakkatli, karmaşık ve uzun olmaması da gerekmektedir. Tüketici, uğradığı zararın üretici ya da satıcı tarafından karşılanmadığı hallerde, kısa süreli ve az masraflı bir şekilde yargı yoluna başvurabilmelidir ve zararı süratle tazmin edilebilmelidir.<sup>68</sup>

Görünen bir gerçek vardır ki, yerleşmiş usul kurallarına göre tüketicilerin dava açmadıkları, özellikle küçük meblağlı ihtilaflarda açtıkları davaları yürütmedikleri görülmüştür<sup>69</sup>. Bunun çeşitli sebepleri vardır. Bunlar, yeterli hukuki bilgiye sahip olmamaları, aşağılık duygusu, mahkemelerle ve avukatlarla ilişki kurmaktan çekinme, zaman, para ve enerji harcanacağı kaygısı, adalete ve avukatlara olan güvensizlik olarak sayılabilir<sup>70</sup>. Sebep ne olursa olsun, tüketicilerin uğradıkları zararın tazmin edilmemesi, tüketicileri zor durumda bırakırken, üretici ya da satıcılar ise haksız kazanç elde etmektedirler. Tüketicilerin zararlarını tazmin etmeleri için ABD'de "toplu dava" ve "grup davası" usulü getirilmiştir. Bu usule göre tüketici

<sup>65</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 146.

<sup>66</sup> MAZLUM, s. 15.

<sup>67</sup> Hakkı ŞİBİL, "Ülkemizde Tüketiciyi Koruma Sorunları". Pazarlama Dünyası, Yıl 2, Sayı 9, Mayıs / Haziran 1988, s. 37.

<sup>68</sup> GÖLE, s. 19.

<sup>69</sup> POROY, s. 547.; TANDOĞAN, s. 46.; GÖLE, s. 20.

<sup>70</sup> TANDOĞAN, s. 46.; POROY, s. 547.

derneklerinin açtıkları davalardan, kendisi davaya taraf olmamış ya da vekaletname vererek katılmamış tüketiciler de yararlanabilmektedirler<sup>71</sup>.

Bu yöntemle tüketicilerin uğradıkları zararın herhangi bir külfete katlanmaksızın tazmin edilmekle birlikte, üreticileri ve satıcıları daha kaliteli ve dikkatli mal ve hizmet üretimine ve satışına sevk etmektedir.

## II. TALİ (YARDIMCI) NİTELİKLİ TÜKETİCİ HAKLARI

Bu haklar da tüketicilerin korunması bakımından büyük öneme sahiptir. Asli nitelikli tüketici haklarının kullanılabilmesi, uğranılan zararların giderilmesinin sağlanabilmesi bu kısımda inceleyeceğimiz tali nitelikli tüketici haklarına yeterince önem verilmesi ile yakından ilgilidir. Bu haklar, tüketicilerin eğitimi ve bilgilendirilmesi hakkı ile tüketicilerin örgütlenme ve temsil hakkıdır. Şimdi bu hakları inceleyeceğiz.

### A. Tüketicilerin bilgilendirilmesi ve Eğitimi Hakkı

Çinlilerin çok anlamlı bir atasözü vardır: “Bir insana bir öğün balık verip bir defa karnını doyuracağına, balık tutmasını öğret, ömür boyu doysun”<sup>72</sup>. Tüketicilerin ayıplı mal ya da hizmetlerden dolayı uğradıkları zararı giderebilmeleri için yardımcı olmanın yanında, onlara ne yapacaklarını, hangi haklara sahip oldukları, haklarını nasıl arayabileceklerini öğretmek, kendi ayakları üzerinde durmalarını sağlamak için gerekli bilgi ve beceriyle donatmak tüketicilerin korunmasını daha da kolay hale getirecektir<sup>73</sup>.

Tüketicilerin eğitimi ve bilgilendirilmesi hakkı, hem tüketicilerin zarara uğramalarını önlemek, hem de bilinçli bir tüketici olmalarının sağlanması bakımından önemlidir. Uzun dönemde tüketicinin korunmasında en ümit verici çözüm yolunun, tüketici eğitimi olduğu, bilgilendirilme ve koruma çabalarının toplum bireylerine daha iyi bir tüketici olma yollarının öğretilmesiyle sonuçlar vereceği kabul edilen bir görüşür<sup>74</sup>. Tüketicinin eğitimi programının temel amacı,

---

<sup>71</sup> POROY, s. 547.

<sup>72</sup> MAZLUM, s. 16.

<sup>73</sup> FERMAN, s. 11.

<sup>74</sup> ŞİBİL, s. 33.; AKAN, s. 4.

tüketicie ihtiaç duyduğu bilgieri nerede ve nasıl bulacağı, nasıl değerlendireceği konusunda becerisini geliştirmektedir<sup>75</sup>.

Tüketicilerin. bilgilendirilme ve eğitim hakkı, temel haklarından birisini oluşturmakladır<sup>76</sup>. Tüketicilerin satın aldığı mal ve hizmetin ne olduğunu, ne işe yaradığını, ne kadar dayanacağını açık seçik herhangi bir aldatılmaya meydan vermeksizin bilebilmesi, tüketicilerin bilgilendirilmesi ve eğitimi hakkını ifade eder<sup>77</sup>. Tüketici, bir yiyecek maddesinin temizlik ve beslenme derecesini, ona nelerin karıştırıldığını, bir malın garanti belgesinin kapsamını, tamir bakım ve servis olanaklarını, alım-salım işleminden önce bilmesi gerekmektedir. Tüketicinin kendisine sunulan mal ve hizmetler arasında isteğine uygun bir seçim yapabilmesi, bu bilgilere ulaşmasına ve bu bilgilerin sağlıklı olarak değerlendirebilmesine bağlıdır<sup>78</sup>. Ayrıca tarafsız bilgi kaynaklarından bilgi alma hakkında tüketicilere tanınması da gerekmektedir<sup>79</sup>.

İstanbul Ticaret Odası, bünyesindeki bazı işletmelere “gönüllü taahhütname” imzalatarak tüketicilerin satın aldıkları mal ve hizmetlerin ayıplı, bozuk olması halinde kendilerine bildirildiğinde hemen üretici ya da satıcı işletmeyi ayıplı mal veya hizmeti değiştirmesi için uyarıda bulunmaktadır. Bu uygulamaya uzun yıllar devam edilmiş, ancak İstanbul gibi bir kent için tüketicilerin şikayet sayısının oldukça düşük olduğu görülmüştür. şüphesiz bu durumun temel nedeni, tüketici bilincinin eksikliğinden kaynaklanmaktadır.<sup>80</sup>

Tüketicilere verilen bilgilerin beklenen faydayı gerçekleştirebilmesi için, mutlaka doğru ve dürüst olmaları yeterli değildir. Ayrıca mal ve hizmetin bütün özellikleri ile tüketicilere tanıtılması gerekmektedir<sup>81</sup>. Tüketicilerin bilgilendirilmesinin amacı, onların mal ve hizmetleri bilgi olarak seçebilecek güçte

<sup>75</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 35.

<sup>76</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 33.

<sup>77</sup> MAZLUM, s. 13.; FERMAN, Tüketicinin....., s. 13.

<sup>78</sup> Perran AKAN, “Tüketicinin Korunması İçin Gerekli bir Uygulama Birim Fiyatları”, *Pazarlama Dünyası*, Yıl 9, Sayı 50, Mart/Nisan 1995, s. 23.; GÖLE, s. 18.; TANDOĞAN, Tüketicinin....., s. 23.

<sup>79</sup> AKAN, Tüketici ve Tüketicinin Korunması....., s. 7.

<sup>80</sup> şIBIL, s. 33.

<sup>81</sup> GÖLE, s. 18.

kılmak ve hak ve sorumluluklarının bilincinde olan “seçici tüketiciler” haline getirmek olmalıdır<sup>82</sup>.

Tüketicilerin doğru seçim yapabilmeleri için mal ve hizmetler hakkında gerekli ve sağlıklı bilgilerin sağlanması yanında, yanıltıcı reklam, etiketleme, ambalajlama gibi uygulamalar, alışverişten doğan maddi ve manevi zararların karşılanması için yapılması gereken işlemler hakkında da aydınlatılmaları gerekmektedir<sup>83</sup>. Ayrıca mamulün birim fiyatı, içerik ve son kullanma tarihi, dayanma süresi, uyarıcı beyanlar, garanti ve servis koşulları gibi hususların açıklanması önem arz etmektedir<sup>84</sup>. Hatta bu bilgilerin kolay algılanabilmesi için renk, resim ve şekil gibi araçlardan faydalanılması gerekmektedir<sup>85</sup>.

Tüketicilerin özetle şu konularda bilgilendirilmesi gerekmektedir,<sup>86</sup>

\* Hak ve sorumluluklarının tanıtılması ve umursamazlıktan kurtarılması.

\* Mal veya hizmetlerin seçimi, satın alınması, kullanılması, tamir ve bakımı, elden çıkarılma yolları konusunda aydınlatılması.

\* Haklarını kullanma ve arama yollarının gösterilmesi.

\* Para tasarruf edici stratejilerin Öğretilmesi ve karar verme becerilerinin geliştirilmesi.

\* Tüketiciyi koruyucu örgütlerin, kanunların ve kurumların öğretilmesi ve tanıtılması.

\* Topluma, çevreye duyarlı, bilinçli tüketici tipinin geliştirilmesi .

Tüketicilerin bilgilendirilmesi hangi yollarla yapılabilir? Bu yollar çok fazla değildir. Bunlar, yazılı belgeler, görsel şemalar, ve sözel tanıtımlardır<sup>87</sup>. Ayrıca kişisel tecrübeleri ve deneyimleri, arkadaş ve akrabaların tavsiyeleri, ticari reklamlar ve satıcının tavsiyesi gibi yöntemlerle de tüketiciler bilgi sahibi olabilirler<sup>88</sup>. Ayrıca

---

<sup>82</sup> FERMAN, s. 23.

<sup>83</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 33.

<sup>84</sup> AKAN, Tüketici ve Tüketicinin Korunması....., s. 21.; DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 34.

<sup>85</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 34.

<sup>86</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 35.

<sup>87</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 33.

<sup>88</sup> GÖLE, s. 18.

mamul üzerine etiket ve işaretlerin konulması, belli standartların tespit edilmesi, bilgi edinmeyi kolaylaştırmaktadır<sup>89</sup>. Bilinçli tüketicinin yetiştirilmesinde eğitim şart olduğu için, ilk ve orta dereceli okullar yoluyla ve kamuya hitap eden yayın araçları ile tüketicinin eğitilmesi yoluna gidilmelidir<sup>90</sup>.

İşte ayıplı mal ve hizmetlerin en başta tüketiciler tarafından alınmaması, üreticiler tarafından üretilmemesi, satıcılar tarafından satılmaması için tüketicilerin bilgilendirilmesi ve eğitimi şarttır. Mal ve hizmetlerin tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına uygunluklarının, yani kalitelerinin korunmasında ve geliştirilmesinde, tüketici bilincinin rolü büyüktür<sup>91</sup>. Her nasılsa satın alınan bir mal veya hizmetin ayıplı çıkması durumunda, satıcı tarafından değiştirilmesi, eğer bu arada zarara uğramışsa bu zararın tazmini, kendisine tanınan hakların kullanılması için tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitimi son derece önem arz etmektedir. Uzun vadede tüketicilere ayıplı mal ve hizmet sunulması, piyasaya böyle mamullerin arz edilmesi tüketicilerin bilgilendirilmesi ve eğitimi ile önlenebilecektir. Böyle olmazsa her defasında ayıplı mal ve hizmetlerden dolayı birçok kişi zarara uğrayacak ve bu zararın telafisi için seferber olunacaktır. Bunları önleyici kesin çözüm, tüketici eğitimi ve bilinçli tüketicilerin varlığıdır. Bu sebeple ayıplı mal ve hizmetlerle tüketicilerin bilgilendirilmesi ve eğitimi hakkı arasında yakın bir ilişki söz konusudur.

## **B. Tüketicilerin Örgütlenme ve Temsil Edilme Hakkı**

Tüketicilerin uğramış olduğu zararın, zedelenmiş olan ekonomik menfaatinin, tehlikeye uğramış olan sağlık ve can güvenliğinin tekrar düzeltilmesi ve telafi edilmesi mutlaka gerekmektedir. Ancak olayın bu seviyeye gelmesine meydan vermeyerek önleyici tedbirlerin getirilmesi tüketicileri daha iyi koruyacaktır.

Günümüzde tüketicilerin korunmasına yönelik yapılan çalışmalar, getirilen kanuni düzenlemeler, uygulamaya konulan yönetmelikler mevcuttur. Tüketicilerin hak ve menfaatleri ile doğrudan veya dolaylı olarak ilgili, çeşitli kurum ve kuruluşlarca alınan kararlara, yapılan düzenlemelere tüketicilerin de katılmaları, bu

---

<sup>89</sup> TANDOĞAN, s. 24.

<sup>90</sup> TANDOĞAN, s. 24.; TAŞKIN, s. 23.

<sup>91</sup> UYSAL, s. 14.



grubun da bu süreçlere katılımını ve temsil edilmesini gerektirmektedir<sup>92</sup>. Tüketicilerin temsili, "tüketicileri ilgilendiren çeşitli kurum ve kuruluşlarca alınan kararlara örgütleri aracılığı ile demokratik biçimde katılmaları" olarak tanımlanabilir<sup>93</sup>.

Tüketicilerin kendileri ile ilgili alınan kararlarda ve kanun hazırlıklarında etkili bir şekilde temsil edilebilmeleri için aralarında örgütlenmeleri de bir zorunluluktur. Aynı zamanda bu husus temsil edilme hakkının bir sonucudur<sup>94</sup>. Örgütlü bir tüketici grubunun sesini ilgili mercilere duyurmadaki şansının daha fazla olacağı şüphesiz doğru bir yaklaşımdır ve tüketicilerin örgütlenerek temsili, birbirini izleyen ve tamamlayan evrelerdir<sup>95</sup>. Bilinçlenmeyen tüketiciler örgütlenemez. Örgütlenmeyen tüketiciler ise, hak ve çıkarlarını gerektiği ölçüde koruyamazlar. Tıpkı sanayi odaları, ticaret odaları, sendikalar gibi tüketiciler de kendi örgütlerini kurmalı ve bu örgütleri aracılığı ile kamuoyu oluşturmalarıdır<sup>96</sup>. Bu konuda gerekli kanuni ve ekonomik önlemlerin alınmasını sağlamalıdır.

Bir ülkede yaşayan her insanın, aynı zamanda bir tüketici olduğuna göre, bu büyük bir oy potansiyeli demektir. Bu yolla siyasi otoritelerin bu konuya eğilmeleri sağlanabilir<sup>97</sup>.

Günümüzde tüketicileri korumaya yönelik faaliyet gösteren örgütleri şu beş grup altında toplayabiliriz;<sup>98</sup>

- \* Tüketiciler tarafından kurulan örgütler.
- \* Tüketiciyi koruyucu devlet kuruluşları.
- \* Tüketiciyi koruyucu özel kesim örgütleri.
- \* Milletlerarası tüketici örgütleri.
- \* Tüketici kooperatifleri.

<sup>92</sup> GÖLE, s. 20.

<sup>93</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 36.; UYSAL, s.13.; MAZLUM, s. 13.

<sup>94</sup> GÖLE, s. 20.

<sup>95</sup> GÖLE, s. 20.

<sup>96</sup> MAZLUM, s. 19.

<sup>97</sup> MAZLUM, s. 19.; FERMAN, s. 11.

<sup>98</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 37.; FERMAN, s. 55.

Ancak bununla birlikte tüketici haklarının korunmasında ve geliştirilmesinde en etkili kurumun tüketici örgütleri olduğu düşüncesi yaygındır .

Tüketici örgütlerinin tüketicilerin haklarını yeterli şekilde koruyabilmeleri için, il ya da ilçe bazında danışma büroları, tüketici adına dava açma yetkisi ile donatılmış hukuk büroları, tüketicinin bilgilendirilmesi için yayın organlarına ihtiyaçları olacaktır. Bütün bunlar ise finansal imkanlarla orantılıdır. Tüketici örgütlerinin bu seviyeye gelebilmesi için başlangıç yıllarında devletin yardımcı olması gereği bir zorunluluk arz etmektedir.<sup>99</sup>

Tüketici örgütleri, tüketici hak ve çıkarlarına uymayan mal ve hizmetlerin test edilebilmesi görevini, kendi imkanlarının yanı sıra üniversitelerin, belediyelerin, TSE kuruluşlarının laboratuvar ve fiziki imkanlarından yararlanarak yerine getirebilir. Böylece TSE standart belirlerken, tüketici örgütleri de dolaylı olarak mal ve hizmetlerin standartlara uygunluğunu bu anlamda denetlemiş olurlar.

Ayıplı mal ve hizmet ifalarının tüketicilerin temel haklarını ihlal ettiği ve üretici-tüketici menfaat dengesini bozduğu göz önüne alınırsa, tüketicilerin temsiline ve örgütlenmesinin, söz konusu ihlalleri önleyici kanuni düzenlemelerin ve idari kararların çıkması noktasında ne derece önem arz ettiği açıktır.

Gerçek anlamda tüketiciyi korumak, tehlikeye maruz kalan, zarara uğrayan tüketicinin zararını telafi etmek değildir. Tüketicinin söz konusu zararlı ve tehlikeli durumla karşılaşmasını önlemektir. Bu nedenle tüketicilerin örgütlenme ve temsil edilme haklarının tesisinin, ayıplı mal ve hizmet ifalarının önlenmesi arasında yakın bir bağımlılığın olduğu bir gerçekliktir.

---

<sup>99</sup> MAZLUM, s. 19.; FERMAN, s. 63.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 4077 SAYILI KANUNLA OLUŞTURULAN KURUMSAL YAPILANMALAR VE DÜZENLEMELER

Ülkemizde tüketici haklarının yerleştirilmesi ve yaygınlaştırılması ile tüketicilerin korunması için çalışmalar yapmak amacıyla kurumsal yapılanmalara gidilmiştir. Bu anlamda 4077 sayılı kanunla, Reklam Kurulu, Tüketici Konseyi, Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri ve yargılama faaliyetleri içinde Tüketici Mahkemeleri kurulmuştur. Türkiye’de son yıllarda tüketicinin korunmasına yönelik olarak;

- \* Tehlikeli ve bozuk malların satışının yasaklanması,
- \* Rekabet ortamı içinde fiyat istikrarının sağlanması,
- \* Tüketici ve satıcı arasındaki sözleşmelere düzenleme getirilmesi,
- \* Yanıltıcı reklamların yasaklanması gibi, tüketicinin kişisel haklarını koruyan ve gözeten genel nitelikli yeni düzenlemeler söz konusudur.

Bununla birlikte, tüketicinin korunmasında aşırıya kaçılmasında bazı sakıncalar mevcuttur. Öncelikle çok sayıda hukuki düzenlemenin uygulanamama riski vardır. Ayrıca ekonomik faaliyetleri yavaşlatma hatta durdurma ve ticaretin akışını önleme riski mevcuttur. Her alanda bir düzenlemenin varlığı, kanunların her durumda tüketiciyi koruyacağı izleniminin uyanması, bunda tüketici üzerinde yardıma muhtaç olma ve beceriksizlik kompleksi yaratması tehlikesine dikkat çekmek gerekir. Bu sebeple, alış-veriş tarafları arasındaki ilişkileri dengelemek için oluşturulan hukuki kuralları fazlalaştırmak yerine, tüketicinin kendi davranışlarını değiştirmesi ve kendi kendini koruma yükümlülüğü olduğunun bilincine varması gerekir. Bunun temeli ise eğitim ve bilgilendirmeye dayanır. Bununla birlikte optimum dengeyi sağlayacak bir mevzuatın bulunması da şarttır. Aksi takdirde güçlü taraf olan üretici ve satıcılar karşısında tüketici savunmasız kalacaktır.

Türkiye’de tüketicinin korunması ile ilgili düzenlemeleri üç grupta toplamak mümkündür;

1. Doğrudan tüketicinin kendisi ile ilgili alınan tedbirler: Bunlara örnek olarak: Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği, Umumi Hıfzısıhha Kanunu ve 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun verilebilir.

2. Alınan tedbirlerden bir bölümünün amacı işletmeler arası ilişkilerin düzenlenmesine yöneliktir. Ancak bunlar tüketiciyi olumlu yönde etkilemektedir. Markalar Kanunu, Sigortacılık ve Bankacılık Mevzuatı, Odalar ve Borsalar Birliği Kanunu bu kapsam içindedir.

3. Üçüncü grup tedbirler ise, hem tüketicinin korunması amacıyla hem de başka nedenlerden ötürü alınmış karma tedbirlerdir. Bu tedbirlere örnek olarak; TRT Reklam Yönetmeliği ve 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun verilebilir.

## **§ 5. 4077 SAYILI KANUNLA OLUŞTURULAN KURUMSAL YAPILANMALAR**

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile oluşturulan kurumsal yapılanmalar başlığı altında ilk olarak Reklam Kurulu, Tüketici Konseyi, Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri ve Tüketici mahkemeleri ele alınacak ve sonrasında Türkiye’de tüketicilerin örgütlenme sorunları ve tüketici haklarını korumaya yönelik örgütler değerlendirilecektir.

### **I. 4077 SAYILI TKHK İLE KURULAN TÜKETİCİ KURULUŞLARI VE MAHKEMELER**

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un yürürlüğe girmesi ile birlikte, kanunun uygulanmasını sağlamak üzere Reklam Kurulu Yönetmeliği, Tüketici Konseyi Yönetmeliği, Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği, Etiket-Tarife ve Fiyat Listeleri Yönetmeliği ve çok sayıda tebliğ yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Gerek kanun, gerekse yönetmeliklerle yapılan düzenlemeler sonucu, ülkemizde tüketicinin korunmasında önemli rol ve görevi olan kurumsal yapılanmalar oluşturulmuştur. Bu yönetmelikler, 4077 Sayılı TKHK’da Değişiklik Yapılmasına Dair 4822 Sayılı Kanun’un kanunlaşması sonrasında tekrar değiştirilerek düzenlenmiştir.

## **A. Reklam Kurulu**

Kanun bir Reklam Kurulu'nun oluşmasını öngörmektedir. Kurulun görevleri, işleyişi ve sekreteryaya işlerinin nasıl yerine getirileceğine dair usul ve esaslar Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın çıkardığı bir yönetmelikle belirlenmiştir<sup>100</sup>.

### **1. Kuruluşu ve İşleyişi**

Başkanlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanı'nın görevlendireceği bir Genel Müdür tarafından yürütülecek Reklam Kurulu, Genel Müdür haricinde çeşitli kuruluşlardan seçilen 17 üyeden oluşmaktadır. Burada eleştiriye açık olan bir nokta, işveren konfederasyonlarının düşünülmemiş olmasıdır.

Komisyon üyeleri üç yıl için seçilirler. Üç yıllık sürenin dolmasından sonra yeniden seçilmek mümkündür. Üyelikler herhangi bir sebeple boşaldığı takdirde, boşalan yerlere hangi kuruluşun üyesi ayrılmış ise, yine o kuruluş tarafından en geç bir ay içerisinde yeni üye atanacaktır.

Komisyon ayda en az bir defa toplanır. Ancak kurul, gerekli görülen hallerde Başkan'ın çağrısı üzerine her zaman toplanabilir. Toplantı yeter sayısı dokuzdur. Kararlar toplantıya katılanların salt çoğunluğuyla alınır.

Kurul gerekli gördüğü hallerde, sürekli veya geçici görev yapmak üzere, alt uzman komisyonlar oluşturabilir. Bu alt uzman komisyonlarda çalışacak uzman kişiler Kurul tarafından tespit edilir. Kurulun bu komisyonlarda görev yapmasını uygun gördüğü kamu personelini, ilgili kamu kuruluşu görevlendirmek zorundadır.

### **2. Görev ve Yetkileri**

Reklam Kurulunun temel görevleri TKHK'un Değişik:6/3/2003-4822/17 maddesinde birinci fıkrasında belirlenmiştir. Kurul, ticari reklam ve ilanların genel ilkelerini belirlemek, bu ilkeler çerçevesinde ticari reklam ve ilanları incelemek ve inceleme sonucuna göre, TKHK'un Değişik:6/3/2003-4822/16 madde hükümlerine (Tehlikeli-Aldatıcı ve Zararlı Reklam ve İlanlar) aykırı hareket edenleri cezalandırmak, söz konusu reklam ve ilanları durdurmak ve/veya aynı yöntemle düzeltmek hususlarında Bakanlığa öneride bulunmakla görevlendirilmiştir.

<sup>100</sup> Reklam Kurulu Yönetmeliği, 01.08.2003 Tarih ve 25186 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

Kurul, ticari reklam ve ilanlarda uyulacak temel ilkeleri tespit ederken, ülke koşullarının yanı sıra, reklamcılık alanında evrensel kabul görmüş tanım ve kuralları da dikkate alacaktır.

## **B. Tüketici Konseyi**

### **1. Tüketici Konseyinin Kurulma Amacı**

TKHK'a ve Tüketici Konseyi Yönetmeliğine (TKY)<sup>101</sup> göre, Tüketici Konseyinin amacı, tüketici sorunlarının çözülmesine, ihtiyaçlarının karşılanmasına ve ekonomik çıkarlarının korunmasına ilişkin konuları araştırmak, sorunların tüketici lehine çözülmesi için alınacak tedbirlerle, bu Kanunun uygulamasına yönelik tedbirlere dair görüş ve önerileri Bakanlığa ve ilgili kurum ve kuruluşlara iletmektir (TKHK m.21/1; Değişik:6/3/2003-4822/28 m.) (TKY. m.4).

### **2. Konseyin Oluşumu ve Yapısı**

Yönetmeliğe göre Tüketici Konseyi, Sanayi ve Ticaret Bakanının veya görevlendireceği müsteşar veya müsteşar yardımcısının başkanlığında Yönetmeliğinin 5. maddesinde sayılan üyelerle başkan dahil toplam doksan dört kişiden oluşur. Konseye kamu kurum ve kuruluşlarından gelen üye sayısı, toplam üye sayısının % 50'sinden fazla olamaz (TKHK m.21).

Yönetmeliğe göre Tüketici Konseyi, başkanın çağrısı üzerine yılda en az bir kez olağan olarak Ankara'da yapılır. Başkanın uygun görmesi halinde toplantılar Ankara dışında da yapılabilir. Konsey başkanın gerekli görmesi veya üyelerin en az dörtte birinin başkana yapacağı gerekçeli ve yazılı başvurusu üzerine de olağanüstü toplanır. Bu tür toplantılar başvuru tarihinden itibaren en geç iki ay içinde yapılır (m. 10).

Olağan ve olağanüstü toplantıya davet, toplantı gününden en az bir ay önce üyelere yazılı olarak gündem ile birlikte gönderilir.(m.10) Konsey, üyelerin yansından bir fazlasının katılımıyla toplanır. İlk toplantıda nisab sağlanamaz ise, toplantı iki ay sonra yapılır ve nisab aranmaz (m. 11).

Toplantının gündemi başkan tarafından belirlenir. Yönetmeliğin 13. maddesinde belirlenen koşullarda üyelere gündeme madde eklettirebilirler.

<sup>101</sup> Tüketici Konseyi Yönetmeliği, 01.08.2003 Tarih ve 25186 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır.

Yönetmeliğin 13. maddesine göre Konsey, gündemdeki konuları görüşerek karara bağlar. Kararlar, oylamaya hazır bulunanların oy çokluğu ile alınır. Eşitlik halinde, başkanın oy kullandığı taraf çoğunlukta sayılır. Kararların alınması açık oylama ile yapılır. Oylama sonuçları tutanağa geçirilir.

### 3. Tüketici Konseyi Tarafından Alınacak Önlemler

Tüketici Konseyi Yönetmeliği m.6'da Konseyin görevleri sayılmıştır. Bunlar;

\* Tüketici ihtiyaçlarının ve çıkarlarının korunmasına ilişkin tedbirler konusunda araştırma ve çalışmalarda bulunmak.

\* Tüketici sorunlarının tüketici lehine çözümü için alınacak tedbirler ile Kanunun uygulamasına ilişkin Önerileri karara bağlamak ve ilgili mercilere aktarmak.

\* Tüketicilerin korunması ile ilgili kanun teklifleri, yönetmelik ve tebliğler hakkında görüş oluşturmak ve önerilerde bulunmak.

\* Tüketicilerin korunması alanındaki gelişmeleri izlemek ve değerlendirmek.

\* Tüketicilerin 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.

\* Konseye katılan tüketici örgütleri arasından reklam kuruluna gönderilecek üyeyi seçmek.

\* Kuruluş amaçları doğrultusunda diğer görevlerini yapmak.

Görüldüğü gibi Tüketici Konseyi ülkemizdeki ve dünyada ki gelişmeleri göz önüne alarak tüketicilerin korunmasına yönelik gerekli tedbirleri araştırarak, bulacak ve ilgili mercilere iletecektir. Tüketicilerin ayıplı mal ve hizmetlere karşı korunması, hem ayıplı mal ve hizmet ifasından dolayı uğranılan zararın giderilmesi şeklinde, hem de ifanın önlenmesi şeklinde olabilir. Konsey hem mevcut kurullarla tüketicilerin ayıplı mal ve hizmetlere karşı korunmasını takip ile, hem de bu konudaki gelişmeleri izleyerek yeni öneriler getirmekle görevlidir. Konsey araştırmaları ve çalışmaları sonucunda getirdiği önerilerle ayıplı mal ve hizmetlerin piyasaya sunulmasını önleyici nitelikte tedbirlerin alınmasını sağlayabilecektir.

### C. Tüketici Sorunları Hakem Heyeti

4077 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” ile tüketicilerin korunması amacıyla çağdaş sayılabilecek önemli bir düzenleme getirildi. Tüketiciler lehine getirilmiş bulunan bu hakların korunması amacıyla da bazı düzenlemeler yapılmıştır. Ancak bilinmektedir ki, tüketici lehine düzenlemeler yapılması tek başına hiçbir yarar sağlamaz. Sadece kağıt üzerinde bulunan ve hiçbir zaman gerçekleşmeyen, korunamayan veya icra edilemeyen hak, tek başına bir anlam ifade etmez. Tüketicinin durumunda yapılacak olan maddi hukuka ilişkin iyileştirmeler yanında, tüketicinin hakkını koruma yolları hakkındaki bilgi ve imkanlar kendisine sunulmalı, bu konuda bilgilendirilmeli, yargılamadan korku, kendisinden daha güçlü davalıya karşı yenilgi duygusunu kaldırmalı veya en aza indirmelidir.

Kanun koyucu tüketiciler ile satıcı ve üreticiler arasında Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında ortaya çıkabilecek her türlü uyuşmazlıkların mahkemelere intikalinden önce, bu uyuşmazlıkların “tahkim” yoluyla çözümlenmesini amaçlamıştır. Bu amaçla, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 22. maddesinde (Değişik:6/3/2003-4822/29 m.) “Tüketici Sorunları Hakem Heyeti”nin kurulması öngörülmüştür. Nitekim, tüketici sorunları hakem heyetleri tüketiciler ile satıcılar arasında çıkan uyuşmazlıkları çözümlmek ve tüketici mahkemelerinde delil olarak ileri sürülebilecek kararları almak üzere kurulur (TKHK m.22; TSHHY m.5/I)<sup>102</sup>. Tüketici sorunları ile ilgili uyuşmazlıkları çözmek üzere üçüncü bölümde ayrıntılı olarak inceleyeceğimiz şekilde “Tüketici Mahkemeleri” kurulması öngörüldüğü halde ayrıca “Tüketici Sorunları Hakem Heyeti” kurulması yoluna gidilmesi, temelde tüketicilerin korunmasında gecikmeksizin sonuca ulaşma isteğini yansıtmaktadır.<sup>103</sup>

Aslında hakem heyeti, bizim hukukumuzda henüz tartışılmamış olan medeni yargıya alternatif bir yol olarak da kabul edilebilir. Batı ülkelerinde uzun yıllardır genel mahkemelerde artan iş yükünün azaltılması için bu tür alternatif yollar tartışılmış ve kabul edilmiştir. Bu konudaki alternatif yollardan birisi de, tüketici hakem heyeti veya buna benzer kuruluşlardır. Bu nedenle hakem heyetlerinin ikinci

<sup>102</sup> Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği, 01.08.2003 Tarih, 25186 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

<sup>103</sup> ZEVKLİLER, s. 229.



derecede medeni yargıya alternatif bir yol olarak da düşünöldüğünü söyleyebiliriz. Bu yolla birçok uyuşmazlığın hakem heyeti tarafından çözümlerek, mahkemelere bu uyuşmazlıkların götürölmesi önlenabilmektedir.

Tüketici Hakem Heyetlerinin oluşumu, görev ve yetki alanları, çalışma yöntem ve esasları, başvuru toplantıları, inceleme usulleri, kararları ve bunların etkileri üçüncü bölümde detaylı olarak ele alınacaktır.

#### **D. Tüketici Mahkemeleri**

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunla, tüketicilerin sağlık, güvenlik ve ekonomik çıkarlarının korunması amaçlanmıştır. Anayasamızın 172. maddesinde de, “Devlet tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimleri teşvik eder” denilmiştir. Tüketicinin korunması denilince, tüketicinin, eğitilmesi, kendisine tanınan haklar konusunda bilgilendirilmesi, kamu ve özel tüketici örgütlerinin denetimi akla gelmektedir. Tüketicilere tanınan bu haklarının ihlal edilmesi halinde ise, bu ihlalin önlenmesi ve haklarının temini ve muhafazası da gerekmektedir. Ancak bu yolla gerçek bir koruma sağlanabilir.

Kanun koyucu TKHK'nun amacı başlığını taşıyan m.1'de, “Bu Kanunun amacı, kamu yararına uygun olarak, tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konudaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektir” hükmü ile tüketiciyi koruyucu düzenlemelere yer vermiştir. Bu bağlamda, söz konusu düzenleme karşısında tüketicilerin uğrayacağı zararları karşılamak ve ortaya çıkan uyuşmazlıkları çözümlenme konusunda ayrı bir düzenleme gereği hissetmiştir. Bu amaçla, TKHK m.23 (Değişik:6/3/2003-4822/30)'de uyuşmazlıkların çözümü konusunda “Tüketici Mahkemeleri”nin ihdasına yön vermiş bulunmaktadır.

Tüketici Mahkemelerinin kuruluşu, görev ve yetkileri, başvuru şekli, davalarda taraflar ve bu mahkemelerdeki yargılama usulleri de üçüncü bölümde detaylı olarak ele alınacaktır.

## II. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİLERİN ÖRGÜTLENMESİ

Günümüzde tüketicinin korunması ile ilgili örgütler beş grup altında toplanmaktadır<sup>104</sup>:

- \* Tüketiciler tarafından kurulan örgütler,
- \* Tüketicilerin korunması amacını taşıyan kamu kuruluşları,
- \* Tüketicinin korunması konusunda faaliyet gösteren özel sektör örgütleri,
- \* Milletlerarası tüketici örgütleri,
- \* Tüketici kooperatifleri.

Avrupa'da tüketici örgütlerinin ilk defa 1947 yılında Danimarka'da kurulduğu bilinmektedir. Tüketici örgütleri, her ülkede, o ülkenin kültürü, gelenekleri ve diğer çeşitli faktörlerin etkisiyle değişik yönde gelişmişlerdir. Mesela Danimarka'da ve diğer Kuzey Avrupa ülkelerinde devlet müdahalesi geleneği görülmektedir. Buna karşılık ABD ve bunun etkisi altında kalan İngiltere'de tüketici örgütleri, kamunun etkisiyle değil, kişisel çabalarla kurulmuştur. 1950'li yıllarda İngiltere ve Belçika'da, 1960'lı yılların başlarında Lüksemburg ve Almanya'da, daha sonra İrlanda'da ve 1970'lerde de İtalya, İspanya ve Portekiz gibi diğer ülkelerde tüketici kuruluşlarının ortaya çıktığı görülmektedir.<sup>105</sup>

Günümüzde tüketici örgütleri genelde bağımsız kuruluşlardır. Üyelik aidatları ve yayımladıkları dergilerin abonelik gelirleri ile kendilerini finanse ederler ve hükümete böylece daha etkin baskı yapabilirler.

Bugün çeşitli malların testlerini yaparak yayın organlarında tüketiciyi bilgilendiren bu kuruluşların geniş bir bütçeye sahip olmaları gerekmektedir. Dergiler tamamen abonelik sistemi ile dağıtılmakta olup, kırtasiye ve gazete bayii vb. dükkanlarda satılmamaktadır. Ancak bu dergilere, en azından orta sınıfa mensup olanlar abone olabilmekte, diğer tüketicilere ise, mahalli bazı organizasyonlarla ulaşılabilmektedir.

Tüketicinin bilinçlenmesi konusunda ise ülkeler arasında önemli farklılıklar görülmektedir. Mesela; Hollanda, Almanya, İskandinav Ülkeleri daha yüksek

<sup>104</sup> BAYKAN, s. 167.

<sup>105</sup> BAYKAN, ss. 167-168.

düzyeyde bilinçlenmiş bir tüketici toplumuna sahiptirler. Oysa İtalya, İspanya, Portekiz ve İrlanda gibi ülkelerde tüketici hareketi geç başlamış ve henüz gelişme sürecini yaşamaktadır. Bu ülkelerde tüketici dergileri ancak diğer ülkelerin tüketici örgütlerinin desteği ile yayımlanmaktadır. Yani bu ülkelerde tüketici bilinci ile örgütlenmeye gidilmemiş, tüketici örgütleri tüketicinin bilinçlenmesine katkıda bulunmuştur. 1980'lerden itibaren Avrupa'da malların nispeten homojenlik gösterdiği gözlenmiştir. Bu itibarla bir merkezde yapılan bir test diğer ülkeler için de çok defa geçerli olabilmektedir. Böylece, yapılan test sonuçları tüketici örgütleri arasında karşılıklı olarak iletilmek suretiyle rasyonellik sağlanmaktadır.<sup>106</sup>

### A. Türkiye'de Örgütlenme

Ülkemizde dernek ve vakıf şeklinde tüketiciler tarafından kurulan örgütlerin sayısı azdır. Bunların üyeleri de sınırlı sayıda olup, maddi olanakları da yetersizdir.

Türkiye'de kurulan tüketici örgütlerinin güçlü birer sivil toplum kuruluşu olması için tüketicilerin eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

Türkiye'de tüketicinin örgütlenmesini olumsuz etkileyen faktörler şöyle sıralanabilir:<sup>107</sup>

- \* Çözümü devletten bekleme,
- \* Türk kültürünün etkileri,
- \* Toplumsal baskı.

Bu nedenlerle bugün Türkiye'de güçlü bir sivil toplum örgütlenmesinden söz etmek mümkün değildir.

Bugün ülkemizde kurulmuş bulunan belli başlı tüketici dernekleri ve vakıfları şunlardır;

TÜKODER-Tüketiciyi Koruma Derneği, Tüketiciler Hakları Derneği, TÜKOBİR- Tüketiciyi Koruma ve Dayanışma Birliği Derneği, Tüketiciler Hakları Derneği, Merkezi Ankara'da bulunan tüketici örgütleridir

<sup>106</sup> BAYKAN, s. 168.

<sup>107</sup> Ayşe AKMAN, "Tüketiciyi Koruma Yasası ve Tüketiciler Örgütlenmesi", (Ed. İrfan YAZMAN), Türkiye'de Tüketicinin Korunması Sorunlar-Perspektifler, Ankara: TES-AR Yayınları No:18, 1996, s. 9.

Tüm Tüketicileri Koruma Derneği, TUBİDER-Tüketici Bilincini Geliştirme Derneği, TUDER- Tüketiciler Derneği, Tüketiciyi Koruma Derneği, Müstakil Tüketiciler Birliği, Tüketiciler Derneği merkezi İstanbul'da bulunan tüketici örgütleridir.

Yine merkezi Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde olan KKTC Tüketiciler Derneği ve merkezi Bursa'da olan Bursa Tüketiciler Dernekleri vardır.

Bunların yanında İnternet ortamında da hizmet veren;

\* [www.sikayet.com](http://www.sikayet.com)

\* [www.sikayetvar.com](http://www.sikayetvar.com)

\* [www.tuketicisikayetleri.com](http://www.tuketicisikayetleri.com)

\* [www.tuketiciyikoruma.org](http://www.tuketiciyikoruma.org)

\*[www.tuketicimagazin.com](http://www.tuketicimagazin.com) gibi siteler tüketici şikayetlerinin çözümünde yardımda bulunmaktadırlar.

Diğer taraftan, tüketicinin korunmasıyla ilgili devlet kuruluşları ise şöyle sıralanabilir;

\* Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü, Ölçüler ve Standartlar Genel Müdürlüğü, Sanayi Genel Müdürlüğü, Teşkilatlandırma Genel Müdürlüğü, İç Ticaret Genel Müdürlüğü),

\* Sağlık Bakanlığı (Hıfzısıhha Enstitüleri, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, İlaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü, Ana ve Çocuk Sağlığı Genel Müdürlüğü),

\* T.C. Turizm Bakanlığı,

\* Türk Standartları Enstitüsü (Tüketici Müdürlüğü ve diğer birimler)

\* Tarım ve Köyşleri Bakanlığı,

\* Belediyeler,

\* Devlet Planlama Teşkilatı.

Ayrıca, kamu kurumu niteliğindeki Meslek Kuruluşları arasında yer alan başta İstanbul Ticaret Odası olmak üzere Ankara, İzmir ve Eskişehir Ticaret Odaları

gibi Odalar, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu ve diğer bazı Meslek Odaları tüketicinin korunması konusunda faaliyet göstermektedir.

### **B. Ticaret ve Sanayi Odalarının Faaliyetleri**

Ülkemizdeki mesleki kuruluşların tüketicinin korunması konusundaki faaliyetlerine örnek olarak Ticaret ve Sanayi Odalarının çalışmaları verilebilir.

Tüketicinin korunması ile Ticaret ve Sanayi Odalarının faaliyet alanının birbirleri ile çeliştikleri düşünülebilir. Nitekim bazı görüşlere göre, Odaların satıcının menfaatlerini veya ticaret erbabının ekonomik haklarını korumak üzere kurulan meslek kuruluşları oldukları, bunların tüketiciyi korumaya yönelik faaliyetlerinin göstermelik olduğu veya bu alandaki suni boşluktan doğduğu ileri sürülmektedir. Oysa, Odalar Kuruluş Kanunu olan 5590 sayılı Kanunun birinci maddesinde; “Odaların, üyelerinin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, mensuplarının birbirleriyle ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak üzere meslek disiplinini ve ahlakını korumak... amacıyla kurulan kamu kurumu niteliğinde, tüzel kişiliğe sahip meslek kuruluşları” oldukları belirtilmiştir.<sup>108</sup>

Bilindiği gibi, Odaları diğer mesleki kuruluşlardan farklı kılan niteliklerden biri, Odalarda genel menfaatlerin üye menfaatinin üzerinde tutulması zorunluluğudur. Bunun yanında Oda mensuplarının halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak üzere meslek disiplinini ve ahlakını korumak, Odaların birinci görevidir. Odalar Kanunundaki bu hükümler 1982 Anayasasının “Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşları”nı düzenleyen 135’inci maddesinde de yer almaktadır. Bu sebeple, Odaların tüketiciyi koruma yönünde gösterdikleri faaliyetler, aslında anayasal bir görevin yerine getirilmesidir. Esasen Anayasadan veya kanunlardan kaynaklanan bir zorunluluk olmasa bile, bu tür kuruluşların ticarete dürüstlük ve ahlakı koruma gayreti içinde olmaları gerekir. Aksi takdirde dürüst çalışan kesim, diğerlerinin haksız rekabetine maruz kalmış olur, ticaret ve sanayinin, daha geniş tanımıyla özel sektörün saygınlığı, toplum içindeki yeri sarsılır.<sup>109</sup>

<sup>108</sup> BAYKAN, s. 170.

<sup>109</sup> BAYKAN, s. 170.

Odalar bölgeleri içindeki ticari teamülleri tespit edip, örf ve adet haline getirmek (h fıkrası), ticaret ve sanayi erbabı tarafından uyulması gereken mesleki kararları almak (ı fıkrası), ticaret mallarının vasıf ve keyfiyetinin tayinine yarayıcı laboratuvarlar kurabilmek (r/1 fıkrası), ilgililerin talebi halinde ticari ve sınai ihtilaflarda hakem olabilmekle (r/3 fıkrası) de görevlendirilmişlerdir. Mesleki kararlara uymayanlara çeşitli disiplin ve para cezaları verilebilmektedir.

Ülkemizde faaliyet gösteren önemli odalardan biri de İstanbul Ticaret Odası'dır. Bu Oda'nın faaliyetleri arasında tüketici şikayetlerinin çözümlenmesi de vardır.

Tüketici, aldığı malın kısa sürede kullanılmayacak duruma gelmesi, bozulması vs. gibi durumlarda, Oda'ya satış fişi, fatura vs. belgelerle başvurmakta ve yapılan inceleme sonucuna göre malın tamiri, iadesi değiştirilmesi veya bedelinin iadesi hususunda arabuluculuk yolu ile sorunun çözümlenmesine çalışılmaktadır.

İstanbul Ticaret Odası'nın diğer bir faaliyeti ise, uygulanmasına yine 1987 yılı sonlarında başlanmış olan "İstanbul Ticaret Odası Üyeleri Tüketiciyi Koruma Taahhütname" sistemidir. Sisteme giriş isteğe bağlıdır. Gönüllü olarak başvuran üyelere bir taahhütname imzalatılmakta ve cüzi bir depozito alınmaktadır. Bu taahhütname ile satıcı esas olarak;<sup>110</sup>

\* Tüketiciye sunduğu mal ve hizmetlerin, tüketicinin bunlardan olağan şekilde ve makul olarak beklediği kullanım ve tüketim amaçlarına elverişliliğini,

\* TSE'nin mecburi standartlarına, veya

\* Oda'nın çeşitli maddelerin kalite, vasıf ve ambalajları ile ilgili olarak tespit ettiği ve edebileceği mesleki kararlara uyacağını taahhüt etmektedir.

Tüketici ile satıcının anlaşamadığı durumlarda ise, satıcı malın Oda tarafından bir kalite kontrol laboratuvarına incelettirilmesini, konu ile ilgili her türlü belge ve bilgiyi Oda'ya vermeyi, tüm hukuki yollar açık olmak üzere anlaşmazlığın

---

<sup>110</sup> BAYKAN, s. 172.

Oda tarafından çözümlenmesini de kabul ve taahhüt etmektedir. Oda tarafından yapılacak veya yaptırılacak incelemeler sonucu, duruma göre;<sup>111</sup>

\* Tüketici ile anlaşmazlık konusu malın bozuk olmayan bir benzerinin verilmesi veya bedelinin iadesi,

\* Hizmet söz konusu ise hizmetin bir başkası tarafından görülmesi ve hizmet karşılığının taahhüt eden tarafından ödenmesi,

\* Taahhüt edenin depozitosunun Oda'ya gelir kaydı,

\* Taahhünameye aykırılığın saptanması halinde durumun ayrıca kamuoyuna duyurulması kararlaştırılabilmektedir.

## **§ 6. TÜRKİYE'DE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEMELER**

Türkiye'de tüketicinin korunmasına yönelik düzenlemeler, ilk olarak 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un çıkmasından önceki düzenlemeler ve Kanunun çıkışından sonra gerçekleştirilen düzenlemeler olarak iki temel başlık altında değerlendirilecektir.

### **I. 4077 SAYILI TKHK DIŞINDA KALAN TÜKETİCİNİN KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEMELER**

Tüketicinin korunmasıyla ilgili temel mevzuatın başında 1982 Anayasası gelmektedir. Anayasamızın 172. maddesinde "Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder" hükmü yer almaktadır.

Tüketicinin korunması ile yakından ilgili diğer bir temel mevzuat ise Borçlar Kanunu'dur. Borçlar Kanunu'nun 1 ile 66'ncı maddeleri arasında yer alan sözleşmelerle ilgili düzenlemeler bu kapsam içindedir. Yine aynı kanunun 194 ile 207'inci maddelerinde ayıp ve gizli ayıp hükümleri yer almaktadır.

Türk Ticaret Kanunu ise; tüketicinin yanıltılması konusunda önem taşıyan, 56'ncı ve takip eden maddelerinde düzenlenen "haksız rekabet"e ilişkin hükümleri kapsamaktadır.

---

<sup>111</sup> BAYKAN, s. 173.

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'dan önceki düzenlemeler, tüketicilerin sağlık ve güvenliği ile ilgili düzenlemeler, tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması ile ilgili düzenlemeler ve tüketicilerin bilgilendirilmelerine ilişkin olarak ele alınacaktır.

## **A. Tüketicilerin Sağlık ve Güvenliği ile İlgili Düzenlemeler**

### **1. Kalite ve Standardizasyon**

Tüketicinin sağlık ve güvenliği denince ilk akla gelen kavramlar “kalite ve standart” olmaktadır. Bu kavramlar aynı zamanda tüketicinin ekonomik çıkarları ile de çok yakından ilgilidir. Konuya girmeden önce kalite ve standart kavramlarını açıklamak uygun olacaktır.

“Kalite”, genel anlamda bir malın niteliğini ifade eder. “Standart” ise bir malın asgari hangi kalitede olması gerektiğini belirler. Piyasada çeşitli kalitede malların bulunması doğaldır. Bu çeşitli kalitede malların fiyatları da farklıdır ve tüketiciler gerekli araştırmayı yaparak tercihini belirler ve belirlediği malı satın alır. Ancak burada esas olan tüketicinin malın kalitesi konusunda bilgi sahibi olması gerektiğidir. Bu da malın üzerinde bilgilendirici bir etiketin olması ile mümkündür. Etiketleme ile ilgili olarak ileride açıklanacağı gibi ülkemizde çeşitli mevzuat düzenlemeleri yapılmıştır.

Ürün standardının belirlediği asgari şart ve vasıfları taşımayan mallara “kalitesiz mal” denmekle beraber, her malın standardının olmaması nedeniyle kullanım amacına elverişli olmayan mal da kalitesiz mal olarak tanımlanmakta ve algılanmaktadır. Ülkemizde refah düzeyinin yükselmesinin yanında dış ticarete liberalleşme, yabancı sermaye girişine getirilen kolaylıklar nedeniyle rekabetin artması 1980'lerden bu yana ürün kaliteleri üzerinde olumlu etki yapmıştır.

### **2. Diğer Mevzuat**

Ülkemizde tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ilgili olarak Ceza Kanunu'ndan Umumi Hıfzısıhha Kanunu'na kadar pek çok kanun ve bu kanunlara ilişkin tüzük ve yönetmelik yürürlüktedir.

Tüm bu mevzuatın özet halinde açıklanması bile bu tezin sınırlarını ve konusunu aşacağından, bu mevzuat kapsamı içine giren Umumi Hıfzısıhha Kanunu,



Ticarette Tağışın Men'i ve İhracatın Murakabesi ve Korunması Hakkında Kanun ile Türk Ceza Kanunu ele alınarak konu ile ilgili hükümleri incelenecektir.

#### **a. Umumi Hıfzısıhha Kanunu**

Bu kanuna göre;

\* Bütün yenilecek ve içilecek şeyleri, kullananın sağlığını ağır veya hafif şekilde bozacak şekilde üretmek, korumak veya karıştırmak, taklit etmek veya değiştirmek, ya da bu çeşit gıda maddelerini satışa çıkarmak, satmak üzere bulundurmamak ve satmak yasaktır.

\* Gıda maddelerinin hazırlandığı, imal edildiği ve korunduğu veya bunların ambalajının yapıldığı ve satıldığı yerler ve nakledildiği taşıtlar sağlık koşullarına uygun ve temiz olmalıdır.

\* Özel Kanunu uyarınca belediyeler tarafından idare edilen sular ile işletilmesi şirketlere bırakılan sulara ait sıhhi hususlar Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı'nın denetimine tabidir.

\* Halka satılan memba sular, mahalli belediyenin sıhhi kontrolü altında bulunur. Bütün içme suları nakliyatına ait kapların nitelikleri ve bu kaplara doldurma ve sevk işlerinin tarzı Belediyeler tarafından belirlenir.

\* Yenilecek ve içilecek şeyler satan veya verenler her üç ayda bir sağlık kontrolünden geçerek sağlık raporu almaya zorunludurlar.

Bu kanuna istinaden 1952 yılında çıkarılan ve zaman zaman yenilenen Gıda Maddeleri Tüzüğü; madde bazında, gıda ve sağlıkla ilgili maddelerin genel ve özel niteliklerini, hangi hallerde bozulmuş, taklit edilmiş ve birbirine karıştırılmış sayılacağını ve bunların kontrollerine ilişkin hükümleri içermektedir.

1988 yılında ise Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği yayınlanmış ve hangi gıda maddesine hangi katkı maddelerinin hangi oranlarda katılabileceği konusuna yeni bir düzenleme getirilmiştir.

#### **b. Ticarette Tağışın Men'i ve İhracatın Murakabesi ve Korunması Hakkında Kanun**

Tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ilgili mevzuat arasında, 1930 tarihinde kabul edilen 1705 Sayılı Ticarette Tağışın Men'i ve İhracatın Murakabesi ve

Korunması Hakkında Kanun'un önemli bir yeri vardır. Gerçekten de bu kanunla ticari mallar üzerinde taşış ve hilelere engel olmak üzere, yapısı bitkisel ve hayvansal olan bütün zorunlu ihtiyaç maddeleri ile yarı mamul ve malların hazırlanması ve üretimine, çeşitlerine ayrılmasına, ambalajlanmasına ve alım-satım, nakil ve muhafaza edilmelerine vb. maddeler için açıklama kullanılması zorunluluğu ile ilgili tedbirleri almaya Sanayi ve Ticaret Bakanlığı yetkili kılınmıştır.

Bu Kanuna dayanılarak Bakanlar Kurulu tarafından alınan kararlara aykırı davranışların ağır para cezası ile cezalandırılmaları yanında Türk Ceza Kanunu kapsamına giren eylemlere üç yıla kadar hapis cezası verileceği ve bu eylemleri yapan firmaların ayrıca Ticaret Odaları tarafından "kara liste"ye alınarak gazetelerde ilan edileceği bu kanunla hükme bağlanmıştır.

### c. Türk Ceza Kanunu

Türk Ceza Kanunu'nda 1984 yılında yapılan değişikliklerle; kamunun sağlığı, beslenmesi, tarım, sanayi ve ulaşım ile ilgili madde, araç ve gereçlerin bilimsel verilere ve kamu kurum ve kuruluşlarının öngördüğü kurallara uygun olarak üretilip tüketiciye sunulmasında daha gerçekçi ve çağdaş ceza yaptırımı ve caydırıcılık bakımından etkin hükümler getirilmiştir.

Nitekim satıcının müşterisine bir şey yerine başka şey vermesi, beyanına uymayan malı sunması (TCK m.363), yiyecek ve içecek maddelerine halkın sağlığını bozucu maddeler katılması (TCK m.394), yiyecek maddelerinin halkın sağlığını bozması, taklit edilmesi (TCK m.395), bozulmuş ve taklit edilmiş olmasa da kamunun sağlığı için tehlikeli maddelerin satışı (TCK m.396), doktor reçetesine aykırı ilaç üretimi (TCK m.397), doğal olmadığı halde gıda maddelerinin doğalmış gibi gösterilerek satılması (TCK m. 398), çeşitli ihtiyaç maddelerinin satışından kaçınılması, saklanması, belirlenen değerinden fazla değerle satılması (TCK m. 401) eylemlerinin, suçun niteliğine göre 15 yıla kadar varan hapis cezaları ve ağır para cezası ile cezalandırılması öngörülmektedir.<sup>112</sup>

Yukarıda belirtilen eylemlerin işlenmesinde kullanılan madde, araç ve gereçler sağlığa zararlı ve tehlikeli ise yok edilmesi, bu araç ve gereçlerin kullanım ve tüketiminde sakınca yoksa satılarak devlet hazinesine gelir yazılması, suç

<sup>112</sup> Nur CENTEL, *Türk Ceza Kanunu ve İlgili Mevzuat*, Genişletilmiş 4. Baskı, İstanbul, 1990, s. 163.

işleyenlerin cezalarına eşit süre de suça alet ettikleri meslek ve sanatları engellenerek işyerlerinin kapatılması ve kesinleşen karar özetlerinin işyeri önüne asılarak yargılama giderinin kendisine ödettirilmek üzere İstanbul, Ankara ve İzmir'de 100 binden fazla satan bir ve/veya iki gazetede ve suç yerinde halka duyurulması da öngörülmektedir (TCK m.402). Ayrıca Türk Ceza Kanunu hükümlerinde yer alan para cezalarının her yıl memur katsayısı artışına bağlı olarak otomatik olarak artması hükme bağlanmıştır.

#### **d. İmalatçının Sorumluluğu**

Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması ile ilgili olarak önemli bir konu da "imalatçının sorumluluğu" ilkesidir. Yakın zamana kadar ülkemizde imalatçının sorumluluğu "kusur sorumluluğu" idi. Bu da imalatçının önceden tahmin edilemeyen zararlardan sorumlu olmadığı anlamına gelmekteydi. Bu duruma göre, imalatçı önceden tahmini ve önlenmesi mümkün olan bütün üretim hatalarının, üçüncü kişilere vereceği zararlardan sorumlu tutulmaktaydı. İmalatçı ayrıca kendi işçilerinin kusurlarından dolayı da sorumlu olmaktaydı. Görüldüğü gibi, bugüne kadar hukukumuzda, imalatçının sorumluluğu kusur sorumluluğu olmakla beraber, kusurun objektifleştirilmesi yoluyla, zarar gören tüketicilerin korunmasına çalışılmıştır. Daha açık bir ifade ile, imalatçının üretim hatası meydana gelmemesi için gerekli bütün tedbirlerini almış ve yeterli organizasyonu yapmış olduğu takdirde sorumluluktan kurtulması, aksi takdirde kusurlu sayılması yoluna gidilmiştir.

Ancak kitlevi üretim sonucu piyasaya sürülen mallardaki bozukluklar toplam olarak çok büyük zararlara yol açabileceğinden ve yukarıda değinilen objektif özen yükümlülüğüne dayanan bir sorumluluğun üretici ve satıcı tarafından bir kurtuluş sebebi gibi algılanabileceğinden; üreticinin ve satıcının sorumluluğunun bir tehlike sorumluluğu olarak özel bir kanunla düzenlenmesi zorunlu görülmektedir.

Esasen, Avrupa Birliği ile ilişkilerimizin sıklaşması bizi ihraç edilen mallardan dolayı sorumluluğa doğru itmiştir. Avrupa Birliği'nde, ithalatçı, imalatçı gibi bozuk mallardan sorumlu olduğundan, ithalatçı ihracatçıya rücu edebilmektedir. Esasen bir süredir Avrupa Birliği ithalatçıları bazı mallar için ihracatçının ürün mesuliyet sigortası yaptırması şartını aramaktadır.

Öte yandan, ülkemizde 1995 yılında alınan ve 1996 yılında yenilenen "Dış Ticarete Standardizasyon Rejimi Kararı" ile ithalatçı firmaya ürün sorumluluğu

getirilmiştir. Buna göre, ithal edilen mal, kusurlu olması nedeniyle veya amacı içinde kullanılmasına rağmen bir zarar meydana getirmişse. Dış Ticaret Müsteşarlığı bu malın ilgili Türk Standardı ya da teknik düzenlemelere veya uluslararası standart veya ISO 9000 Kalite Güvencesi standardına uygun olarak üretildiğini kanıtlamasını ithalatçıdan isteyebilecektir. Firma bunu kanıtlayamazsa çeşitli yaptırımların uygulanması öngörülmüştür. Çevre kirliliğine yol açan maddelerde kusur şartı aranmamaktadır.<sup>113</sup>

Kusur aranmaksızın mali mesuliyet sigortası uygulaması ülkemizde iki alanda mevcuttur. Bunlardan biri tehlikeli maddeler diğeri de tüpgaz zorunlu sorumluluk sigortası sistemidir. Yanıcı, parlayıcı, patlayıcı ve yakıcı maddeleri üreten, depolayan, nakleden veya satanların bu mesleki faaliyetleri nedeniyle, bu maddelerin doğrudan doğruya neden olduğu olaylar sonucu, kusurları olsun ya da olmasın, üçüncü kişilere verilen bedeni ve maddi zararlara karşı sorumluluk sigortası yaptırma mecburiyeti vardır.

## **B. Tüketicilerin Ekonomik Çıkarlarının Korunması**

Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması konusu kapsamında ele alınan tüketicinin yanıltıcı reklamlara karşı korunması, etiketleme ve ambalajlama konuları “Tüketicinin Bilgilendirilmesi” ana başlığı altında, kalite ve standardizasyon, üretici sorumluluğu konuları ise “Tüketicinin Sağlık ve Güvenliğinin Korunması” başlığı altında incelenmiştir.

Burada tüketicinin haksız sözleşme hükümlerine karşı korunması, tüketici kredileri, kapıdan satışlar, posta ile satış yöntemleri ve seyyar satıcılık konuları incelenecektir.

### **1. Tüketicilerin Haksız Sözleşmelere Karşı Korunması**

Bilindiği üzere sanayileşme sürecinin gelişmesiyle, küçük işletme tipinden büyük işletme tipine, bireysel siparişe bağlı üretimden kitlesel üretime geçilmiş ve kişisel ilişkiler yerini standartlaşmaya bırakmıştır. Yani önceden karşılıklı pazarlıkla bireysel olarak yapılan sözleşmeler birçok alanda kalkmış ve önceden hazırlanmış tek tip sözleşme modeli ortaya çıkmıştır. Şüphesiz bunun ortaya çıkmasında,

<sup>113</sup> BAYKAN, s. 136.

teknolojik gelişmeler, hızlı nüfus artışı ve ekonomik ilişkilerin yoğunlaşması da önemli rol oynamıştır.

İşletmeler tarafından, genellikle uzman hukukçulara hazırlattırılan standart sözleşme modelleri, öncelikle satıcının yararınadır. Tüketiciler ise, küçük puntolarla, çok sayıda maddeler halinde yazılmış bu sözleşmeleri genellikle ya hiç okumadan kabul ederler, ya da okusalar dahi çoğu hukuki ifadeyi anlayamazlar.

Bu tip sözleşmeler ülkemizde sigorta ve bankacılık sektörü yanında, taşımacılık, turizm, kuru temizleme, bilgisayar tamir ve bakımı, özel okul, emlak ve oto komisyonculuğu, kat karşılığı inşaat, devre mülk, elektrik, su, doğalgaz, telefon, taksitli ve kampanyalı satışlar gibi alanlarda yaygın biçimde kullanılmaktadır. Bu tip sözleşmelerle ilgili kötüye kullanılan şartlar da kamuoyunun dikkatini çekmeye başlamıştır.

Kötüye kullanılan şartlar arasında ilginç olanları şöyle sıralamak mümkündür: Tüketicinin sözleşmeden doğan yükümlülüklerini alışılmışın ötesinde artıncı nitelikte hükümleri (imalatta kullanılacak hammaddenin temini gibi) sözleşmeye eklemek, satıcının yükümlülüğünü yerine getirmese bile mal veya hizmet bedelinin ödenmesi şartı, sözleşmeyi kısmen değiştirip buna yeni bir görünüm veren fiili gerçekleştirme (geziyi düzenleyen seyahat acentesinin turu sonradan üçüncü bir kişiye yaptırması gibi) türünde olabilmektedir. Haksız hükümlerle ilgili sıkça rastlanılan ve dikkati çeken bir örnek de, sözleşmede yer alan fiyatın satıcının isteğine bağlı olarak artırılması hükmüdür. Ülkemizde bu şekildeki uygulamalar, faiz hadlerini istedikleri şekilde artırmayı öngören bankaların kredi sözleşmelerinde görülmektedir. Bu hususun birçok kredi müşterisinin ödeme güçlüğüne düşmesine neden olduğu bilinmektedir. Benzeri uygulamalar, bazı perakende satış mağazalarının kredi kartı sözleşmelerinde de görülmektedir. Bu sözleşmelerde yer alan "Temerrüt faizi oranının kredi kartı veren satıcı tarafından belirleneceği" hükmü dikkati çekmektedir.

Ülkemizde tüketicinin haksız sözleşme hükümlerine karşı korunması ile ilgili olarak özel bir mevzuat bulunmamaktadır. Ancak Medeni Kanunun ikinci maddesine göre, sözleşme doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırı bir nitelik taşıyorsa iptal edilmesi mümkündür.

Medeni Kanunun yanında ayrıca, Borçlar Kanununun 9'uncu maddesi güçlü taraf karşısında sorumluluktan kurtulmayı, 20'inci maddesi hukuka, ahlâka ve genel düzene aykırı sözleşmelerin batıl sayılacağını, 21'inci maddesi dengesiz sözleşmelerde karşı tarafın geçim darlığı ve yoksulluğundan veya tecrübesizliğinden yararlanılmış ise akdin feshedilebileceğini, 28'inci maddesi ise hile durumunda sözleşmenin iptali hususlarını düzenlemiştir. Diğer taraftan bazı sözleşmeler idari makamların denetimine tabi tutulmuştur. Sigorta sözleşmeleri buna örnektir (TTK m.1266).

## 2. Tüketici Kredileri

Tüketicinin kişisel ve ailevi ihtiyacı olan mal ve hizmetleri satın almak için banka ve finansman kuruluşlarından ya da satıcıdan temin ettiği finansman türüne tüketici kredisi denmektedir. Tüketici kredisi, tüketicinin ancak belli bir süre tasarruf yapmak sureti ile ileride alabileceği mal ve hizmetleri bugünden satın alma imkanı sağlaması açısından tüketici için faydalıdır. Uygulamada konut, otomobil, mobilya, beyaz eşya alımı ve tatil yapma gibi hizmetler için tüketici kredisi alınabilmektedir. Bu tür satışlar, ciroyu artırdığından satıcıya ve kapasite kullanım oranını artırmak suretiyle birim maliyetin düşmesi suretiyle de üreticiye yarar sağlamaktadır. Genel ticari kredilerdeki durgunluk dönemlerinde bankaların tüketici kredilerine yönelmeleri, tüketici kredilerinin bu kesime olan yararını ortaya koymaktadır.

Tüketici kredilerinin sakıncaları; tüketici yönünden tüketim hırsını artırması, tüketiciyi imkanları üzerinde borçlanmaya yöneltmesi ve gelişme yolundaki ülkelerde gösteriş için tüketime yönlendirmesi, satıcı yönünden ise tahsil edilemeyen alacakların ortaya çıkması ve borçların takibinin getirdiği yük şeklinde belirtilebilir. Şüphesiz bu tür satışların ekonominin durgunluk dönemlerinde teşviki, piyasanın canlanmasının bir aracı olmakta, konjonktürün yükseliş dönemlerinde ise ters politikalarla tüketimin frenlenmesi ve enflasyonla mücadelede tüketici kredilerinin kısılması bir araç olarak kullanılmaktadır.

Ülkemizdeki tüketici kredisi uygulamasını dört başlık altında toplamak mümkündür:

- \* Taksitli ve kampanyalı satış,
- \* Tedarik kredisi,

\* Serbest kredi.

\* Satış finansmanı kredisi,

Burada bu dört başlıktan sadece konuyla daha yakından ilgisi olan “taksitli ve kampanyalı satış” türünü ele alabiliriz.

### 3.Taksitli ve Kampanyalı Satışlar

Mal ve hizmetlerin vadeli olarak tüketiciye satılması yöntemine taksitli satış denmektedir. Bu yöntemde satıcı alıcıyı finanse etmektedir, diğer bir ifadeyle vade farkını içeren mal bedelinin belirli süreler içerisinde eşit ya da değişik taksitler halinde ödenmesi hakkını tüketiciye tanımaktadır.

4822 Sayılı 4077 Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile, taksitli satışlara ilişkin düzenlemeler yapılarak, taksitle satış, “satım bedelinin en az iki taksitle ödendiği ve malın veya hizmetin sözleşmenin düzenlendiği anda teslim veya ifa edildiği satım türü” olarak tanımlanmıştır(TKHK m.6/A/I).

Yine 6/A maddesinin ikinci fıkrasında taksitle satış sözleşmesinin yazılı şekilde yapılması zorunluluğu ifade edilerek, sözleşmede bulunması gereken asgari koşullar şu şekilde sıralanmıştır.

a) Tüketicinin ve satıcı veya sağlayıcının isim, unvan, açık adresleri ve varsa erişim bilgileri,

b) Malın veya hizmetin Türk Lirası olarak vergiler dahil peşin satış fiyatı,

c) Vadeye göre faiz ile birlikte ödenecek Türk Lirası olarak toplam satış fiyatı,

d) Faiz miktarı, faizin hesaplandığı yıllık oran ve sözleşmede belirlenen faiz oranının yüzde otuz fazlasını geçmemek üzere gecikme faizi oranı,

e) Peşinat tutarı,

f) Ödeme planı,

g) Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları.

Satıcı veya sağlayıcıların, bu bilgilerin sözleşmede yer almasını sağlamak ve taraflar arasında akdedilen sözleşmenin bir nüshasını tüketiciye vermekle yükümlü

oldukları ve sözleşmeden ayrı olarak kıymetli evrak niteliğinde senet düzenlenecekse, bu senet, her bir taksit ödemesi için ayrı ayrı olacak şekilde ve sadece nama yazılı olarak düzenlenmesi gerekliliği, aksi takdirde, kambiyo senedi geçersiz olacağı ifade edilmiştir(TKHK m. 6/A/III).

Taksitle satışlarda; tüketici, borçlandığı toplam miktarı önceden ödeme hakkına sahiptir ve 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(TKHK m. 6/A/IV).

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. Sözleşme şartları tüketici aleyhine hiçbir şekilde değiştirilemez(TKHK m. 6/A/V-VI).

1980'li yıllarda taksitli satış sisteminde satıcıya zarar veren bazı uygulamaların ortaya çıktığı bilinmektedir. Gerçekten de zaman zaman bazı şebekelerin aracı alıcılar eliyle taksitle satılan malları elde edip, ucuz fiyata üçüncü kişilere peşin bedelle satarak haksız kazanç elde etme yoluna gittikleri görülmektedir. Aracı alıcılar, ya ortadan kaybolmakta veya taksitlerini ödememektedir. Bu sorunun çözümü özellikle Almanya'da "mülkiyeti muhafaza kaydıyla satış" yöntemiyle çözümlenmektedir. Birçok ülkede, son taksit ödenmeden malın mülkiyeti üçüncü kişilere geçmemekte, dolayısıyla borcunu ödemeyen alıcıdan veya malı devretmişse üçüncü kişiden malın geri alınması mümkün olabilmektedir.

Her ne kadar ülkemizde de mülkiyeti muhafaza kaydıyla satış hukuken söz konusu ise de, işlemin noter huzurunda yapılması ve tescili gibi formaliteler ticaretin akışı ile bağdaşmamakta sadece otomobil gibi değerli malların satışında bu yöntem söz konusu olabilmektedir. Bu yüzden, sistemin geliştirilmesi isteniyorsa, nispeten düşük değerli mallar için prosedürün basitleştirilmesi veya kural olarak son taksit



ödenmeden mülkiyetin satıcıda kalacağına ilişkin hukuki düzenlemeler yapılması uygun olacaktır.

İlk anda satıcının sorununun çözümüne yönelik bu tedbirin aslında tüketicinin de yararına olduğu söylenebilir. Nitekim taksitli satış yapmaktan satıcıyı caydıran bir engelin ortadan kaldırılmasının ve böylece piyasada taksitli satış yapan firma sayısının artmasının rekabeti olumlu yönde etkileyeceği ve böylece tüketicinin dolaylı olarak bundan olumlu yönde yararlanacağı söylenebilir.

Piyasada yaygın olarak uygulanan taksitli satış yöntemi, alıcının dilediği yerden mal almasına imkan vermesi açısından rahat ve rekabeti güçlendiren bir uygulamadır. Ancak tahsil edilemeyen alacaklara ilişkin risk oranının taksitli satış fiyatı üzerine konması, tüketicinin biraz daha fazla para ödemesine neden olmaktadır.

1980'li yıllarda yaygınlaşan diğer bir taksitli satış yöntemi ise "Kampanyalı Satışlar"dır. Kampanyalı satış; gazete, radyo ve televizyon ilanı vb. yollarla halka duyurularak düzenlenen kampanyalara katılımcı kabul etmek suretiyle mal ve hizmetin daha sonra teslim edilmesi veya yerine getirilmesi vaadiyle yapılan satışlar olarak tanımlanmaktadır. Bu tür satışları bayiler değil ana üretici firmalar finanse etmektedir. Malın kura yöntemiyle veya önceden belirlenen (başvuru sırası gibi) kriterlere göre belli tarihte teslimini öngören bu tür satışların suistimal edilmesi ve tüketicinin kandırılması üzerine konunun mevzuatla düzenlenmesi ihtiyacı hissedilmiştir (TKHK m.7-Değişik:6/3/2003-4822/11m.).<sup>114</sup>

Yine bu amaçla Merkez Bankası tebliğleriyle, ilan ve reklamlarda uyulması gereken asgari şartlar tespit edilmiş ve ayrıca malın sözleşmede belirtilen şartlarda tesliminden malı üreten firmanın da sorumlu olduğu kabul edilmiştir.<sup>115</sup> Merkez Bankası Kanunu'nun yeniden düzenlenmesiyle bu konudaki yetki ve sorumluluk Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na verilmiştir. Bakanlık, 13.06.2003 tarihinde yayınladığı yönetmelikle bu konuda yeni düzenlemeler yapmıştır. Bu yönetmeliğin 5. maddesinde, "Kampanyalı satışlarda, ilan ve taahhüt edilen mal veya hizmetin teslimatının veya ifasının hiç ya da gereği gibi yapılmaması durumunda satıcı,

<sup>114</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 01.05.2000 Gün ve E. 3848, K. 4028 Sayılı Kararı.

<sup>115</sup> BAYKAN, s. 148.

sağlayıcı, bayi, acente, imalatçı-üretici, ithalatçı ve kredi veren müteselsilen sorumludur” denilerek konuya ilişkin bazı sınırlamalar getirilmiştir.<sup>116</sup>

#### 4. Kapıdan Satış, Posta ile Satış Yöntemleri ve Seyyar Satıcılık

Satıcının kendi işyeri dışında, tüketicinin ikametgahında yaptığı satışlara kapıdan satış denmektedir. Bu konudaki mevzuat boşluğu 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile doldurulmuştur. Yine 4822 Sayılı Kanun ile (Değişik:6/3/2003-4822/14 m.) posta ile satış yöntemine ve kapıdan satışlar ile ilgili düzenleme mesafeli sözleşmeler başlığı altında yapılmıştır. Çünkü, özellikle günlük gazetelerin Pazar ilaveleri bu tür reklamlarla doludur (kısa sürede zayıflama, uğurlu kolyeler, yüzükler vs.). Bilindiği gibi, mektupla satış yönteminde; tüketici malı, özel olarak hazırlanmış kataloglar, dağıtılan broşürler veya daha çok ülkemizde görülen şekliyle gazete ve dergilerde yayımlanan resimli ilanlardan beğenmekte, siparişini genelde mektupla veya telefonla vermekte, mal bedelini malın teslimi sırasında ödemektedir. Sipariş edilen mallar ülkemizde daha çok PTT yoluyla ödemeli olarak gönderilmektedir. Bu satış yönteminin tüketiciye bazı avantajlar sağladığı bilinmektedir. Özetle;

\* Mektupla satış yöntemi her şeyden önce tüketiciye rahatlık sağlamaktadır. Tüketici evinden çıkmadan alışveriş imkanı elde etmektedir.

\* Ayrıca bu yöntem, satın almadan önce tüketicinin yeterince düşünmesi olanağını sağlamaktadır.

Ancak, bu yöntemin tüketici açısından getirdiği bazı riskler de söz konusudur;

\* Tüketicinin basit bir fotoğrafa veya tarife göre karar vermesi nedeniyle, teslim aldığı malın beklediği ve ümit ettiği gibi olmaması bazen mümkün olabilmektedir.

\* Sipariş anı ile malın teslim anı arasında geçen süre uzun olabilmektedir.

\* Tüketici tarafından teslim alınan mal, defolu veya nakliye sırasında hasara uğramış olabilmektedir.

<sup>116</sup> Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Esas ve Esasları Hakkında Yönetmelik, 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

Ülkemizde bu sakıncaların yanında, beğenilmediği takdirde malı geri alacakları garantisi veren firmaların, arandıklarında bir kısmının adresinde bulunmaması. daha doğrusu böyle bir firmanın olmadığı anlaşılmaması gibi sorunların da bulunduğu görülmektedir.

Tüm bu sakıncaları önlemek için; reklam veya kataloglarda yer alacak satış tekliflerinde; firma isim ve adresinin açık, net ve eksiksiz olması, birim fiyatı ve geçerlilik süresinin olması, 15 günü aşmayan bir sürede teslim edilmesi yanında, beğenilmeyen malın iadesinin mümkün hale getirilmesi, tüketici talep etmediği halde PTT aracılığı ile gönderilen malın iadesinin veya bedelinin ödenmesinin zorunlu olmadığına hükme bağlanması veya bu emrivaki mal gönderiminin tamamen yasaklanması yerinde olmuştur (TKHK m.9/A).

Yargıtay içtihatlarında konuya ilişkin olarak ... taraflar arasındaki sözleşme kapıdan satış niteliğinde olup, 4077 Sayılı Yasanın 9.maddesinde belirtilen şekilde tüketiciye haklarını gösterir belge verilmemiştir. Bu durumda alıcı, 7 günlük fesih süresine bağlı olmaksızın sözleşmeden her zaman dönebilir... denilmiştir.<sup>117</sup>

Seyyar satıcılık ve işportacılık konusunda ise; kırdan kente göç olgusunun bir sonucu olarak ortaya çıkan ve yaygınlaşan bu satış türünün kontrol altına alınmasında zorunluluk bulunmaktadır. Konunun, trafiği engelleme, turizmi olumsuz etkileme ve haksız rekabet yaratma gibi sakıncaları yanında, kalitesiz, taklit, kanun dışı yollarla temin edilen malların pazarlanmasına imkan vermesi, alınan malın değiştirilmesi imkanının zayıf olması, hijyenik olmayan yiyecek maddeleri ile halkın sağlık ve güvenliğinin tehlikeye sokulması gibi tüketiciyi ilgilendiren olumsuzlukları da mevcuttur. Bu yüzden, Belediyelerden izin almak ve bir sicil numarası altında tescil edilmek kaydıyla ve Belediyelerce oluşturulacak bölgelerde faaliyet göstermelerini sağlamak amacıyla, işportacılığın düzen altına alınması uygun olacaktır.

## 5. Mesafeli Sözleşmeler

4822 Sayılı 4077 Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile, mesafeli sözleşmelere ilişkin düzenlemeler yapılarak, "mesafeli sözleşmeler; yazılı, görsel, telefon ve elektronik ortamda veya diğer

<sup>117</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 13.10.1998 Gün ve E. 5790, K. 7735 Sayılı Kararı.

iletişim araçları kullanılarak ve tüketicilerle karşı karşıya gelinmeksizin yapılan ve malın veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi veya ifası kararlaştırılan sözleşmeler” şeklinde tanımlanmıştır(TKHK m. 9/A/I). Konuya ilişkin yönetmelik 13.06.2003 tarihinde yürürlüğe girmiştir.<sup>118</sup>

Yine mesafeli satış sözleşmesinin akdinden önce, ayrıntıları Bakanlıkça çıkarılacak tebliğle belirlenecek bilgilerin tüketiciye verilmesinin zorunlu olduğu, tüketici, bu bilgileri edindiğini yazılı olarak teyit etmedikçe sözleşme akdedilemeyeceği ve elektronik ortamda yapılan sözleşmelerde teyid işlemlerinin, yine elektronik ortamda yapılacağı yasada belirtilmiştir( TKHK m. 9/A/II).

Kanunda satıcı ve sağlayıcı, tüketicinin siparişi kendisine ulaştığı andan itibaren otuz gün içerisinde edimini yerine getirilir denilerek, bu sürenin, tüketiciye daha önceden yazılı olarak bildirilmek koşuluyla en fazla on gün uzatılabileceği ifade edilmiştir(TKHK m. 9/A/III).

Satıcı veya sağlayıcı elektronik ortamda tüketiciye teslim edilen gayri maddi malların veya sunulan hizmetlerin teslimatının ayıpsız olarak yapıldığını ispatla yükümlüdür(TKHK m. 9/A/IV).

Cayma hakkı süresince sözleşmeye konu olan mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapmasının veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesinin istenemeyeceğine ilişkin hükümler dışında kapıdan satışlara ilişkin hükümler mesafeli sözleşmelere de uygulanır(TKHK m.9/A/V).

Kanunun ilgili maddesinin son fıkrasında, satıcı veya sağlayıcı cayma bildirimünün kendisine ulaştığı tarihten itibaren on gün içinde almış olduğu bedeli, kıymetli evrakı ve tüketiciyi bu hukuki işlemde dolayı borç altına sokan her türlü belgeyi iade etmek ve yirmi gün içerisinde de malı geri almakla yükümlü olduğu belirtilmiştir (TKHK m. 9/A/VI).

## **6. Devre Tatil ve Paket Tur Sözleşmeleri**

4822 Sayılı 4077 Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile, devre tatil ve paket tur sözleşmelerine ilişkin düzenlemeler yapılmıştır.

<sup>118</sup> Mesafeli Sözleşmeler Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

TKHK'un 6/B maddesinde, 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 grubu" olarak tanımlanmıştır. Konuya ilişkin usul ve esasları belirleyen yönetmelik Bakanlık tarafından 13.06.2003 tarihinde yayımlanmıştır.<sup>119</sup>

TKHK'un 6/C maddesinde de paket tur sözleşmeleri, "ulaştırma, konaklama ve bunlara yardımcı sayılmayan diğer turistik hizmetlerin en az ikisinin birlikte, her şeyin dahil olduğu fiyatla satılan veya satış taahhüdü yapılan ve hizmeti yirmi dört saatten uzun bir süreyi kapsayan veya gecelik konaklamayı içeren ve bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunlu, önceden düzenlenmiş yazılı sözleşmeler" şeklinde tanımlanarak, paket tur sözleşmelerine ilişkin usul ve esasları Bakanlığın belirleyeceği ifade edilmiştir. Bakanlık 13.06.2003 tarihinde çıkarttığı yönetmelikle konuya ilişkin olarak düzenlemeler getirmiştir.<sup>120</sup>

## 7. Tüketicilerin Ekonomik Çıkarlarıyla İlgili Diğer Konulara İlişkin Uygulamalar

Tüketicinin ekonomik çıkarlarıyla ilgili diğer bir koruma ihtiyacı da hediyeli ve piyangolu satışlarda ortaya çıkmaktadır. Satışı artırmak amacıyla, tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerle birlikte bedelsiz olarak başka cins mal ve hizmetlerin verilmesi şeklinde olan "Hediyeli Satışlar" ile, karşılığı nakit olmayan piyangolar ve çekilişlere dayalı "Piyangolu Satışlar"a ülkemizde son yıllarda yoğun bir şekilde başvurulmaktadır. Özellikle günlük gazetelerin promosyon kampanyaları, çeşitli ev eşyaları, elektrikli ve elektronik aletler, müzik seti ve televizyon vermeye kadar varan boyutlara ulaşmıştır. Türkiye'de karşılığı nakit olmayan çekilişe dayalı mal ve hizmet dağıtımı Milli Piyango İdaresi Genel Müdürlüğü'nün Kuruluş ve Görevleri Hakkında 320 Sayılı KHK'ye tabi olarak izne bağlanmış ve tüketiciyi korumak amacıyla teminat yatırılması vs. gibi şartları içeren ayrıntılı düzenlemeler, 19 Eylül 1988 ve 11 Temmuz 1995 tarihli Yönetmeliklerle gerçekleştirilmiştir.

<sup>119</sup> Devre Tatil Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Resmî Gazetede Yayımlanmıştır.

<sup>120</sup> Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Resmî Gazetede Yayımlanmıştır.

Ancak çekilişe tabi olmayan katılımcıların hepsine ikramiye verilmesi şeklindeki organizasyonlar Milli Piyango İdaresi'nin denetimine tabi bulunmamaktadır. Oysa bu tür promosyon metotları, tüketiciler açısından birçok sakıncayı da beraberinde getirmektedir. Şöyle ki;

\* Bu yöntem bir çok tüketicinin fiyat ve kalite unsurunu göz ardı ederek, gereksiz alışveriş yapmalarına neden olabilmektedir.

\* Ayrıca bu yöntem, fiyat artışına neden olmaktadır çünkü verilen mal veya hizmetin değeri, satın alınan mal ve hizmet üzerine yansıtılmaktadır. Böylece tüketici yanıltılmış olmaktadır.

Şüphesiz promosyon ürünün daha sonra verilmesini öngören uzun vadeli pullu ve kuponlu alışverişler (gazete promosyonları gibi) tüketiciyi belli bir ürünü asgari bir sayıda veya değerinde satın almaya ittiğinden, sistemin sakıncaları daha da artmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, gazetenin kapanması, tirajın kasti olarak düşürülmesi veya gazetenin belli bölgelere gönderilmemesi ve satış fiyatının suni olarak yükseltilmesi yoluyla abone sayısının aşağı çekilmesi ihtimali her zaman mevcuttur. Kısacası yukarıdaki sakıncalara ilaveten, hediyein peşin alınmadığı durumlarda tüketicinin kandırılma ve dolandırılma tehlikesi de vardır.

Bu hususlar dikkate alınarak, tüketicinin kandırılmasını önlemek amacıyla 9 Ocak 1996 tarihli Resmi Gazete'de "Yazılı Basın Kuruluşları Tarafından Düzenlenen Promosyon Kampanyaları" ile ilgili bir Tebliğ yayımlanmıştır.

Tüketicinin ekonomik çıkarlarıyla ilgili Türkiye uygulamasını tamamlamadan önce, garanti belgesi ve diğer satış sonrası hizmetlere ilişkin bazı bilgilerin aktarılması yararlı olacaktır. Şöyle ki; Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, İmalat Sanayi Yönetmeliği'nde belirtilen sınıai mallar için garanti belgesi verme ve "Satış Sonrası Bakım, Onarım ve Servis" hizmetleri istasyonları kurma zorunluluğu getirmiştir. Ayrıca, garanti belgelerinde yer alacak bilgiler ve uyulması gereken esaslar ile dayanıklı tüketim mallarında garanti süresinin en az bir yıl olacağı belirlenmiştir. Buna ilave olarak, 1990 yılında yayınlanan 90/41-42 sayılı tebliğde; motorlu taşıt araçları, motor, makina ve cihazların Türkçe kullanım kılavuzlarıyla satılması hüküne bağlanmıştır. Servis istasyonlarıyla ilgili düzenlemede ise, imalatçı ve ithalatçı kuruluşların, ayrı bir tüzel kişilikleri olsa dahi satış, bakım ve onarım servisleriyle birlikte müteselsilen sorumlu oldukları söz konusu tebliğde yer almıştır.

### C. Tüketicilerin Bilgilendirilmesi

Tüketicinin satın alacağı mal ve hizmetler ile bu mal ve hizmetleri üreten ve satan firmalara ilişkin bilgilerin, tüketicilere doğru, tutarlı ve eksiksiz olarak zamanında verilmesine “bilgilendirme” denir.

Tüketici ile satıcı arasındaki dengesizliklerden en önemli olanı, piyasadaki mal ve hizmetler hakkındaki tarafların bilgi düzeyinde ortaya çıkmaktadır. Satıcılar piyasaya sürdükleri malların avantajlı ve dezavantajlı tarafları ile özelliklerini çok iyi bilirler. Oysa tüketici, ürünü satın almadan önce mallar hakkında seçim kararı verecek bilgiye çoğu zaman sahip değildir. Bu nedenle, bilgilendirme hakkı tüketicinin korunması politikası içinde önemli bir yer tutmaktadır.

Şüphesiz tüketicinin sağlıklı bir şekilde bilgilendirilmesi rekabetin geliştirilmesinin de önemli bir faktörüdür. Tüketicinin daha iyi bilgilendirilmesi daha iyi seçim yapmasına neden olacaktır. Böylece, tüketici en uygun kalite ve fiyat ilişkisine sahip mal ve hizmetlere yönelecektir. Bu suretle artan rekabet, ekonomik gelişme ve enflasyonla mücadelede de lehte bir durum yaratmış olacaktır.

Tüketicinin bilgilendirilmesinin iki ana kaynağı vardır. Bunlardan biri satıcılar, diğeri de tüketici örgütleri veya tüketicinin korunmasıyla ilgili kamu kuruluşlarıdır.

#### 1. Satıcı Tarafından Bilgilendirme

Tüketiciyi en iyi bilgilendirecek konumda olan kişi satıcıdır. Satıcının, tüketiciyi bilgilendirmesi aslında kendi yararına bir davranıştır. Ancak, reklam ile objektif bilgilendirmeyi karıştırmamak gerekir. Reklamın esas amacı bilgi verme değil, tüketicinin ilgisini çekmek ve satışı artırmaktır. Satıcının tüketiciyi bilgilendirmesi Zorunlu Bilgilendirme ve İhtiyari Bilgilendirme olmak üzere iki başlık altında incelenebilir.

##### a. Zorunlu Bilgilendirme

Çeşitli mevzuatla, satıcıya mallan hakkında tüketiciye bilgi verme yükümlülüğü getirilmiştir. Bunların başlıcaları aşağıda incelenmeye çalışılmıştır.

## 1) Fiyat Etiketi Zorunluluğu

24 Haziran 1938 tarih ve 3489 Sayılı “Pazarlıksız Satış Mecburiyetine Dair Kanun”, “perakende surette satış yapan dükkanlar ve mağazalarla sair satış yerlerinde satılan maddeler üzerine, bunların satış fiyatlarını ve ayırıcı vasıflarını gösteren etiket veya başka bir işaret konur” hükmünü taşımaktadır.

Malın cinsinin etiket koymaya uygun olmaması halinde halkın görebileceği bir yere liste asmak suretiyle o malın cinsi ve fiyatının halkın bilgisine sunulacağı, Kanunda ayrıca belirtilmiştir. Kanunun diğer önemli bir hükmü, etiket ve liste fiyatının altında veya üstünde satış yapılmasının yasaklanmasıdır. Aksi uygulamaların cezalandırılacağı öngörülmüştür. Kanunun uygulamasıyla ilgili olarak Belediyeler görevlendirilmişlerdir. Ancak günlük yaşamımızda da gözlemlendiği gibi, Kanunun uygulanmadığı, isteyen mağazanın vitrinine etiket koyduğu, isteyen koymadığı ifade edilebilir. Kanunun uygulanmamasının nedenleri arasında para cezasının düşük olması gösterilebilir. Ancak tekrar edilmesi durumunda önemli ve çok etkili caydırıcı iki ceza öngörülmüştür. Bunlardan biri işyerinin bir haftaya kadar kapatılması, ikincisi ise bu şekilde cezalandırılan satıcının işyerine asılacak bir hafta ve mahalli gazete ile teşhir edilmesidir. Söz konusu mevzuatın işlememesinin nedeni, Belediyelerin bu konuya gereken önemi vermemeleri veya zabitanın gerekli zamanı ayıramaması, medya ve tüketicinin de uygulayıcılar üstünde baskı kuramamış olmasıdır. Kısacası tüketicinin bilinçlenmemiş olması en önemli nedendir. Diğer bir önemli faktör de hukuki prosedürün fazlalığı ve davaların yıllar sonra sonuçlanmasıdır.

Bu arada, 3489 sayılı “Pazarlıksız Satış Mecburiyetine Dair Kanun” un en büyük eksikliklerinden biri de sadece “malların” ele alınmış olmasıdır. Bu Kanunda “hizmetler” kapsam dışı bırakılmıştır. Kanunun uygulanmasına ilişkin 1970 tarihinde yürürlüğe konulan bir Bakanlar Kurulu Kararı mevcuttur. Bu kararın en ilginç hükmü; sekizinci maddede yer alan; “Bir malın kilo, adet gibi birimler üzerinden satış fiyatı ile: düzine, çuval, teneke, sandık gibi birimler üzerinden satış fiyatları farklı olduğu takdirde, bu birimlere göre olan fiyatlar da etiket üzerinde veya listelerde gösterilir” hükmüdür. Bu madde ile, mesela 1 teneke peynir fiyatı ile bir kilo peynir fiyatı farklı ise ikisinin fiyatı etiket üzerinde gösterilmek zorundadır. Bu hükmün, ana birimden (kg, litre vs.) farklı ambalajlarda satılan (mesela 950 gr.lık



pirinç torbası gibi) maddeler için de uygulanması sağlanamamıştır. Böylece çoğu dikkatsiz tüketici, 1 kg. diye 900-950 gr.lık gıda maddelerini bakkalın kilo fiyatı ile karşılaştırarak marketlerden satın almaktadır. Oysa Avrupa Birliği, ambalaj içindeki gıda maddesinin satış fiyatı yanında, litre, kilo gibi birim fiyatının da gösterilmesini, ancak 1979 yılında zorunlu kılmış, 1988'de bu zorunluluk diğer ürünlere de uygulanmıştır.

Kısaca ifade etmek gerekirse; Türk mevzuatı tüketicinin yanılmasına yol açan söz konusu uygulamayı, başka bir açıdan zamanın şartları elverdiği ölçüde görmüş ve tedbirlerini Avrupa'dan önce almıştır. Ancak söz konusu hüküm, belirtildiği gibi, günün şartlarına adapte edilerek uygulanamamıştır. 3489 Sayılı Pazarlıksız Satış Mecburiyetine Dair Kanun, 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunla Eylül 1995 tarihi itibarıyla yürürlükten kaldırılmıştır.

## **2) Ambalaj Standardı ve Diğer Mecburi Standartlar**

1985 yılında yayımlanan ve 1990'da revize edilen "TS 433 Sayılı "Ambalajların İşaretlenmesi ve Etiketlenmesi" konusundaki standardın, tüketicinin bilgilendirilmesinde önemli bir yeri bulunmaktadır. Uyulması zorunlu olan bu standarda göre, malın ambalajında genel olarak aşağıdaki bilgilerin bulunması gerekmektedir:

- \* Firmanın ismi,
- \* Malın adı, tanımı, cinsi, sınıfı, vs.
- \* Net olarak ürünün miktarı,
- \* Parti, seri veya kod numarasından en az biri,
- \* İmal veya dolun yahut ambalajlama tarihi.

Gıda maddelerinde ise ayrıca aşağıdaki bilgiler ambalaj üzerinde gösterilmek zorundadır;

- \* Malın yapımında kullanılan maddelerin adı,
- \* Katkı maddelerinin adı ve standardı gerektiriyorsa miktarı,
- \* İlgili standardında belirtilmişse son kullanma tarihi ve dayanma süresi.

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı üzere, çeşitli maddelerin mecburi standartlarında ambalajlama ve etiketlemeye ilişkin hükümler de yer almakta olup, yukarıdaki hususlara ilave bilgilerin malın özelliğine göre ambalaj üzerinde gösterilmesi gerekmektedir. Mesela tekstil ürünlerinde elyaf yüzdesinin belirtilmesi buna örnektir.

### 3) Gıda Maddelerinin Etiketlenmesi

17 Haziran 1990 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan ve 1991 yılında revize edilen Sağlık Bakanlığı’nın “Gıda Maddelerinin Etiketlerinde Yer Alması Mecburi Olan Uyarı İfadeleri Hakkındaki Yönerge” ile, gıda maddeleri etiketlerinde; üretiminde kullanılan bazı kimyasal maddelerin ve “İçeriğindeki maddeler alerji yapabilir”, “Bebeklere önerilmez” gibi ibarelerin yer alması zorunluluğu getirilmiştir.

### 4) Sözleşme Şartları ile Bilgilendirme

Sigorta ve tüketici kredisi sözleşmeleri buna örnek olarak gösterilebilir. Türk Ticaret Kanunu’nun 1266’ıncı maddesi; sigorta poliçelerindeki genel şartların Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından (bugün Hazine Müsteşarlığı) onaylanmış, kolay okunacak biçimde yazılmış olması gerektiğini hükme bağlamış, ayrıca Kanun, poliçe ve ilmühaberinin içermesi gereken yazılı hususları tek tek belirtmiştir. Ayrıca, 26 Aralık 1994 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan Hazine Müsteşarlığı’nın “Sigorta ve Reasürans Şirketlerinin Kuruluş ve Çalışma Esaslarına İlişkin Yönetmeliği”nin 33. maddesinde; sigorta priminin taksitle ödenmesi kararlaştırıldığında, taksitlerin miktarı, kesin ödenme zamanı ve vadesinde ödenmemesinin sonuçlarının poliçe ile birlikte yazılı olarak sigorta ettirene bildirileceği hükme bağlanmıştır.

Diğer taraftan, bankalar tarafından verilen tüketici kredileri sözleşmeleri, 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 10. maddesinde (Değişik:6/3/2003-4822/15 m.) düzenlenmiştir. Bu Kanuna göre;

- \* Tüketici kredisi tutarı,
- \* Faiz ve diğer unsurlarla birlikte toplam borç tutarı,
- \* Faizin hesaplandığı yıllık oran,

\* Ödeme tarihleri, anapara, faiz, fon ve diğer masrafların ayrı ayrı belirtildiği ödeme planı,

\* İstenecek teminatlar,

\* Akdi faiz oranının % 30 fazlasını geçmemek üzere gecikme faiz oranı,

\* Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları,

\* Kredinin vadesinden önce kapatılmasına ilişkin şartlar,

\* Kredinin yabancı para birimi cinsinden kullanılması durumunda, geri ödemeye ilişkin taksitlerin ve toplam kredi tutarının hesaplanmasında hangi tarihteki kurun dikkate alınacağına ilişkin şartlar sözleşmede yer almak zorundadır.

Bu tür sözleşme hükümleriyle tüketicinin bilgilendirilmesi yöntemi yaygınlaştırılmalı, kat karşılığı inşaat sözleşmeleri, kullanılmış otomobil satış sözleşmeleri (arabanın kaza yapıp yapmadığı, muayene ve test sonuçları gibi) ve devremülk sözleşmeleri bu çerçevede ele alınmalıdır.

## **b. İhtiyari Bilgilendirme**

### **1) Reklam**

Reklam; bir ürün, marka, kurum, hizmet, ya da bir görüşün kamuoyuna iletilmesi amacıyla, çeşitli mesajların bir bedel karşılığında, reklam verenin kimliğinin belirtilerek, değişik yayın organlarında yayımlanmasıdır. Kullanılan reklam aracı ne olursa olsun, ambalaj ve etiket üzerindeki reklamlarla, satış noktalarında kullanılan malzeme de dahil olmak üzere, mallar ve hizmetler için yapılan reklamlar bu tanımlamanın kapsamındadır. Reklam; sözlü, yazılı veya görüntülü biçimde olabilmektedir.

Ülkemizde, tüketicilerin yanıltıcı reklamlara karşı korunması hususunda bugüne kadar yapılan düzenlemelerin uygulama alanı sınırlı kalmıştır. 4077 Sayılı Kanundan önce yanıltıcı reklamı yasaklayan tek mevzuat İstanbul Ticaret Odası'nın "Dürüst Reklamcılık Hakkındaki Riayeti Mecburi Mesleki Kararı"dır. Ancak bu kararın uygulaması İstanbul'daki oda üyeleri ile sınırlı kalmıştır.

Ana amaç talebi ve karı artırmak olmakla beraber, reklam objektif olduğunda, tüketici için önemli bir bilgi kaynağıdır. Yanıltıcı reklam ise hem rekabetin bozulmasına ve haksız rekabete, hem de tüketicinin aldatılmasına neden olur.

Bunun yanında TRT Reklam Yönetmeliği, dürüst reklamcılıkla ilgili ayrıntılı düzenlemeler içermektedir. 20 Kasım 1994 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun “Radyo ve Televizyon Kuruluşları Reklam Yayın İlkeleri ve Usulleri ile Reklam Gelirleri Üst Kurul Paylarının Ödenmesi Hakkındaki Yönetmelik” reklam ilkelerini belirlemiştir. Ayrıca TSE tarafından “Reklamlarda Uyulması Gereken Kurallar Standardı” Nisan 1991’de hazırlanmıştır. Bu standart da genel reklam ilke ve kurallarını düzenlemektedir.

Millîlerarası Ticaret Odası kodundan yararlanılarak hazırlanan İstanbul Ticaret Odası Kararı dışındaki diğer düzenlemeler ürün veya hizmet adı gösterilerek karşılaştırılmalı reklam yapılmasına izin vermemektedir. Ülkemizde 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun tarafından kurulması öngörülen “Reklam Kurulu” tarafından belirlenen reklam ilkeleri arasında bu konuda ileriye dönük adımlar atılması gerekmektedir. Bu sebeple 14.06.2003 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik”in<sup>121</sup> onbirinci maddesine açıklık getirilerek doğruluğu önceden ispat edilmek şartıyla, marka adının kullanılması yoluyla karşılaştırılmalı reklamlara izin verilmesi daha etkin bir rekabetin oluşmasına katkıda bulunacaktır.

Yönetmeliğin 10. maddesinde, “Reklamlar, tüketiciye sipariş etmediği malı göndererek, bunları reddetmediği ya da geri göndermediği takdirde bedelini ödemeye zorlayan ya da söz konusu malı kabul etmeye zorlanmış izlenimini veren, dürüst olmayan satış yöntemleri için kullanılamaz.” Denilmektedir. Yine “Mesafeli Sözleşmeler Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik”te<sup>122</sup>, reklam yoluyla Yazılı, görsel, telefon ve elektronik ortamda veya diğer iletişim araçları kullanılarak ve tüketicilerle karşı karşıya gelinmeksizin yapılan ve malın veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi veya ifası kararlaştırılan satış yöntemlerine ilişkin, Yönetmeliğin 5. maddesinde düzenlemeler getirilmiş ve mesafeli sözleşmenin akdinden önce aşağıdaki bilgilerin tüketiciye verilmesi zorunludur denilerek;

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

<sup>121</sup> Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik, 14.06.2003 Tarih ve 25318 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

<sup>122</sup> Mesafeli Sözleşmeler Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

- b) Sözleşme konusu mal ya da hizmetin temel özellikleri,
- c) Sözleşme konusu mal ya da hizmetin tüm vergiler dahil satış fiyatı,
- d) Satıcı veya sağlayıcının fiyat dahil tüm vaatlerinin geçerlilik süresi,
- e) Tüketicinin ödemelerinin nasıl yapılacağına dair bilgiler,
- f) Teslimat ve ifanın nasıl yapılacağına ve varsa buna ilişkin masrafların tutarı ve kimin tarafından karşılanacağına dair bilgiler,
- g) Cayma hakkı ve bu hakkın nasıl kullanılacağına dair bilgiler,
- h) Tüketicie bir maliyeti varsa kullanılan iletişim yollarının ücreti.
- i) Sözleşme konusu mal ya da hizmetin, teslim ve ifa tarihlerine ilişkin program,
- j) Tüketicinin talep ve şikayetlerini iletebileceği satıcı veya sağlayıcının açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgilerinin tüketiciye sözleşmeden önce verilmesinin zorunlu olduğu belirtilmiştir,

Yine yönetmeliğin, 6. maddesinde, “Tüketici, ön bilgileri doğru ve eksiksiz olarak edindiğini yazılı olarak teyit etmedikçe sözleşme akdedilemez. Elektronik ortamda yapılan sözleşmelerde bu teyit işlemi yine elektronik ortamda yapılır. Tüketici, mallar için sözleşme konusu mal kendisine ulaşmadan, hizmetler için de en geç sözleşmenin ifasından önce ön bilgileri içeren yazılı onayı almalıdır.” Denilerek, konuya ilişkin düzenlemeler yapılmıştır.

“Kampanyalı Satış Reklamları” denetime tabidir. 320 Sayılı Kanun Hükmünde Karamame’ye uygun olarak çıkarılan “Karşılığı (İkramiyesi) Nakit Olmayan Piyangolar ve Çekilişler Hakkındaki Yönetmelik” ve çeşitli tebliğlerde, tüketicinin korunması amacıyla, piyangolu satışlar için önceden Milli Piyango İdaresi’nin onayının alınması hükme bağlanmış, ayrıca düzenlenen piyango ve çekilişlerle ilgili olarak; İdare tarafından verilen iznin tarih ve sayısı, kampanyanın başlama ve bitiş tarihleri, katılma koşulları, katılım için son başvuru tarihi, verilecek ikramiyenin adet, cins, marka, tip ve modelleri ile ikramiyeyi tanımlayan diğer özellikler ve değerleri; çekiliş tarihi, ikramiye kazananların hangi tarihte ve ne şekilde ilan edilecekleri ile ikramiye teslim süresinin, bu düzenlemelere katılma hakkı sağlayan bilet, kupon, kart ve benzerleri üzerine kolayca okunabilecek şekilde

basılacağı; bilet kupon, kart vb. söz konusu değilse, yazılı basında yapılan reklam ve duyurularda kolayca okunabilecek şekilde yazılı olarak, telefon, televizyon ve diğer iletişim araçları ile yapılan reklam ve duyurularda da sözlü veya yazılı olarak bu hususların duyurulacağı öngörülmüştür.

Reklam konusunu bitirmeden önce, bazı reklamlara devletin müdahale ettiğini ve yayımlanmasını resmi bir izne bağladığını belirtelim. Örnek olarak; özel eğitim kurumları reklamları Milli Eğitim Müdürlüklerinin, ferdi hayat sigortası reklamları da Hazine Müsteşarlığı'nın iznine bağlanmıştır.

## 2) Marka

Tüketicinin bir malı diğerinden ayırmasına yardımcı olan ve satıcılar yönünden koruma altına alınan ferdi markalar (E.C.A. gibi) ile kolektif markalar (TSE gibi) aynı zamanda bilgi verici bir unsur olarak kabul edilebileceklerinden, tüketicinin korunması açısından da önem taşırlar.

Ülkemizde yürürlükte bulunan 03.03.1965 Tarih ve 551 Sayılı "Markalar Kanunu"nun güncelliğini kaybetmesi nedeniyle 24.06.1995 Tarihinde 556 Sayılı KHK ile yeni bir düzenleme yapılmıştır.

Bilindiği gibi uluslararası düzeyde isim yapmış, başta tekstil ürünleri olmak üzere çeşitli ürünlerle ilgili markalar ve modeller ülkemizde yaygın bir biçimde taklit edilmektedir. Bu mallardan bir bölümü marka sözleşmeleriyle ülkemizde üretilmekte ve ihraç edilmektedir. Oysa son zamanlarda taklit üretim ülkemizde yaygınlaşmış ve önlenemez boyutlara ulaşmıştır. Bu durum hem tüketicinin yanılgısına, hem de marka sahibi firmaların marka sözleşmelerini iptal etme tehditlerinin doğmasına neden olmaktadır.

## II. 4077 SAYILI TKHK'DAN SONRAKİ DÜZENLEMELER

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'dan sonraki idari ve cezai düzenlemeler ana başlığı altında, mal ve hizmetlerle ilgili düzenlemeler, etiket, garanti belgesi, tanıtma kılavuzu düzenleme zorunluluğu, hizmet ifalarına ilişkin düzenlemeler, kalite denetimi ve laboratuvar hizmetlerine ilişkin düzenlemeler ve son olarak cezai müeyyideler ele alınacaktır.

basılacağı; bilet kupon, kart vb. söz konusu değilse, yazılı basında yapılan reklam ve duyurularda kolayca okunabilecek şekilde yazılı olarak, telefon, televizyon ve diğer iletişim araçları ile yapılan reklam ve duyurularda da sözlü veya yazılı olarak bu hususların duyurulacağı öngörülmüştür.

Reklam konusunu bitirmeden önce, bazı reklamlara devletin müdahale ettiğini ve yayımlanmasını resmi bir izne bağladığını belirtelim. Örnek olarak; özel eğitim kurumları reklamları Milli Eğitim Müdürlüklerinin, ferdi hayat sigortası reklamları da Hazine Müsteşarlığı'nın iznine bağlanmıştır.

## 2) Marka

Tüketicinin bir malı diğerinden ayırmasına yardımcı olan ve satıcılar yönünden koruma altına alınan ferdi markalar (E.C.A. gibi) ile kolektif markalar (TSE gibi) aynı zamanda bilgi verici bir unsur olarak kabul edilebileceklerinden, tüketicinin korunması açısından da önem taşırlar.

Ülkemizde yürürlükte bulunan 03.03.1965 Tarih ve 551 Sayılı "Markalar Kanunu"nun güncelliğini kaybetmesi nedeniyle 24.06.1995 Tarihinde 556 Sayılı KHK ile yeni bir düzenleme yapılmıştır.

Bilindiği gibi uluslararası düzeyde isim yapmış, başta tekstil ürünleri olmak üzere çeşitli ürünlerle ilgili markalar ve modeller ülkemizde yaygın bir biçimde taklit edilmektedir. Bu mallardan bir bölümü marka sözleşmeleriyle ülkemizde üretilmekte ve ihraç edilmektedir. Oysa son zamanlarda taklit üretim ülkemizde yaygınlaşmış ve önlenemez boyutlara ulaşmıştır. Bu durum hem tüketicinin yanılgısına, hem de marka sahibi firmaların marka sözleşmelerini iptal etme tehditlerinin doğmasına neden olmaktadır.

## II. 4077 SAYILI TKHK'DAN SONRAKİ DÜZENLEMELER

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'dan sonraki idari ve cezai düzenlemeler ana başlığı altında, mal ve hizmetlerle ilgili düzenlemeler, etiket, garanti belgesi, tanıma kılavuzu düzenleme zorunluluğu, hizmet ifalarına ilişkin düzenlemeler, kalite denetimi ve laboratuvar hizmetlerine ilişkin düzenlemeler ve son olarak cezai müeyyideler ele alınacaktır.

## **A. Mal ve Hizmetlerle İlgili Düzenlemeler**

Tüketicilerin korunması için onlara ayıplı mal ve hizmet ifa edilmesi halinde seçimlik haklar tanımak veya zarara uğramışlarsa bu zararlarını tazmin etmek elbette önemlidir. Ancak tüketicinin korunması bununla sınırlı değildir. Tüketicilerin ayıplı mal ve hizmetlerle karşılaşmamları onları daha iyi koruyacaktır. Bunun için bazı caydırıcı nitelikte hükümlerle önlemler alınmalıdır. İşte bu gerekçe ile TKHK'da ayıplı mal ve hizmetlerin piyasaya arzını önleyici bazı düzenlemeler getirilmiştir. Bunlar, ayıplı mal ve hizmete karşı satıcı, bayi, acenta, imalatçı-üretici, ithalatçıların müşterek ve müteselsil sorumlu olmaları, Etiket, garanti belgesi, kullanım kılavuzu zorunluluğunun getirilmesi, Bakanlığa ve ilgili kuruluşlara mal ve hizmetleri, resmi ve özel laboratuvarlarda inceleme ve denetleme yapabilme yetkisi verilmesi, İdari bazı cezaların düzenlenmesi ve Tüketici Konseyinin önerileri ile alınacak önlemler şeklinde sıralanabilir. TKHK'da düzenlenmemiş olmakla birlikte ayıplı hizmet ifalarının önlenmesi konusunda büyük öneme sahip olduğuna inandığım hizmet işletmelerinin açılması, işletilmesi, hizmet erbabının yetiştirilmesi ve hizmet işletmelerinin sınıflandırılması hususuna da yer vermeyi gerekli buluyorum. Şimdi kısaca bu düzenlemelere değineceğiz.

## **B. Mal ve Hizmetin Ayıplı Olması Durumunda Sorumluluk**

Borçlar Kanunu'muzda ayıplı bir mal veya hizmetin ifası halinde satıcının sorumluluğu düzenlenmiştir. Ayıplı olan bir mal veya hizmetin ifa edilmiş olması halinde, alıcı lehine seçimlik haklar düzenlenmiştir. Alıcı, yani tüketici dilerse akdi feshedecek, dilerse akdi muhafaza ederek ücrette indirim talep edecek, dilerse ayıplı mal ya da hizmetin tamirini, dilerse değiştirilmesini talep edebilecektir. Bu düzenlemede imalatçı-üretici ile satıcının aynı kişi olması halinde zarar gören tüketicinin zararını BK. 205/2-3'e göre tazmin ettirebilmesi mümkün olabilecektir.

Ancak günümüzün karmaşık ticari hayatı içerisinde, üretim ve tüketim birimleri birbirinden tamamen ayrılmış durumdadır. Hatla öyle ki, bir ülkede üretilen bir mal, binlerce kilometre uzaklıktaki başka ülkelerde tüketime sunulmaktadır. Böyle bir ortamda, tüketicinin ayıplı malın üreticisine ulaşması mümkün değildir. Satıcı ise bu malı sadece alıp satmış durumdadır. Meydana gelen zarardan esas sorumlu satıcı değildir. Ancak tüketicinin başvurabileceği tek merci satıcıdır. Bu durumda satıcı, tüketicinin zararını tazmin edecek, sonrada genel hükümler



doğrultusunda ayıplı malı satın aldığı aracı tacirlere, bayi, acenta veya imalatçı-üreticiye rücu edecektir.

Fakat bu prosedür, uygulamada pek işlemeyecektir. Çünkü, günümüz ticari hayatında üretici ile tüketici arasında birçok perakendeci, toptancı, parça başı imalat yapan işletme ve benzeri araçlar yer almaktadır. Bunların hepsinin birbirine zincirleme olarak rücu etmesi hem çok zor, hem de çok masraflı olacaktır. Yine ara sözleşmelerde taraf olan kişilerden birisi, sorumluluğu sınırlayan ya da tamamen ortadan kaldıran bir şart koyarak sorumlu olmadığını ileri sürebilir. Bu durumda yine sorumlu ile zararı ödeyen farklı kişiler olacaktır<sup>123</sup>.

Bir başka problem de zamanaşımı konusunda ortaya çıkmaktadır. Satış sözleşmesinde alıcı-tüketici muayene neticesinde gördüğü ayıbı derhal satıcıya bildirecektir. Malın teslimi ile başlayan zamanaşımı süresinin tüketici ile satıcı arasındaki sözleşme için devam ederken satıcı ile bir önceki satıcı-toptancı arasındaki sözleşmenin zamanaşımı süresi dolmuş olabilecektir. Böylece satıcı veya toptancı, aracı tacirler veya imalatçının zamanaşımı defii ile karşılaşabilirler<sup>124</sup>.

İşte bu gibi problemlerin halledilebilmesi için Tüketicinin Korunması Hakkına Kanun'da ayıplı mal veya hizmet ifası sebebiyle zarara uğrayan tüketiciye karşı satıcı, bayi, acenta, imalatçı-üretici ve ithalatçının müştereken ve müteselsilen sorumlu olacağı TKHK m.4/III (Değişik:6/3/2003-4822/4 m.)'de belirlenmiştir. Bu düzenleme ile satıcının ayıba karşı tekeffül borcu bakımından birlikte ve zincirleme (müteselsil) borçluluk esası getirilmektedir. Sadece tüketicinin uğradığı zararlar bakımından değil, ayıba karşı tekeffül borcu kapsamına giren diğer edimler bakımından da müteselsil sorumluluk ortaya çıkacaktır.

Müteselsil sorumluluk; Birden çok kişinin, zarar görene karşı, ya ortaklaşa bir zarara sebebiyet vermekten ya da hukuki bazı nedenlerden dolayı, zararın tamamı diğer yükümlülerden birisi tarafından ödeninceye kadar, aynı zarardan sorumlu olmalarıdır<sup>125</sup>. Bu sorumluluk, kusur, haksız fiil, ya da sözleşme ile meydana

<sup>123</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 151.

<sup>124</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 151.

<sup>125</sup> Kenan TUNÇOMAĞ, *Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri*, C. II, İkinci Bası, İstanbul, 1974, s. 604.

gelebileceği gibi kanundan da doğabilir. Buradaki müteselsil sorumluluk kanun hükmünden ileri gelmektedir<sup>126</sup>.

Müteselsil sorumlulukta zarara uğrayan, zararın tamamını dilediği kişiden talep edebilir. Borcun tamamı ödeninceye kadar müteselsil borçluların her birinin borcu devam eder<sup>127</sup>. Alacaklı bir borçlu tarafından tatmin edilirse diğer sorumlular da sorumluluktan kurtulurlar<sup>128</sup>. Hukuki bir işlemle ya da bir kanun hükmü ile tersi kararlaştırılmadıkça müteselsil sorumluların her biri borcun eşit bir miktarından sorumludurlar<sup>129</sup>. Müşterek sorumlular arasındaki iç ilişkide, kendi payına düşenden fazla ödeme yapan müteselsil borçlu BK. 146' ya göre diğerlerine başvuracaktır<sup>130</sup>. Ancak burada zararı ödeyen kişi esas itibariyle bir başkasının zararını ödemediği için, borçtan eşit sorumluluk yoktur. Zararı ödeyen kişi örneğin satıcı, zararın tamamı için bir önceki aracı toptancıya rücu edecektir. Buradaki sorumluluğun müteselsil olarak düzenlenmesi, tüketicinin zararını daha kolay tazmin edebilmesi içindir. Ayrıca satıcıların ve aracı tacirlerin de sattıkları mal ve hizmetler konusunda daha seçici olmalarını sağlamak istenmiştir.

Sorumluluğun müşterek ve müteselsil olarak düzenlenmesi, ayıplı mal veya hizmetin meydana getirdiği zararı tazmin etmenin yanında, ayıplı mal veya hizmetin piyasaya sunulmasını önlemek amacıyla taşımaktadır. Zira ayıplı malı üreten kişinin, ayıplı malın meydana getirdiği zararlardan sorumlu olması, çeşitli sorumluluğu ortadan kaldıran tertip ve dolanmalarla engellenirse, tüketicilerin ayıplı mal ve hizmetlere karşı korunduğundan bahsedilemez. Bu düzenleme ile üretici işletmelerin ürünlerindeki hata ve ayıp oranını asgariye indirmesi ve mamullerin sıkı kalite kontrolü yapılacak piyasaya sunulması sağlanmış olacaktır<sup>131</sup>.

Ayıplı mal veya hizmetlerin piyasaya arzını önleyen bir başka hüküm ise yine TKHK m.4/III'ün son bendinde yer alan "satıcının malın ayıplı olduğunu bilmemesi bu sorumluluğu ortadan kaldırmaz" hükmüdür (Değişik:6/3/2003-4822/4 m.). Bu

<sup>126</sup> Fikret EREN, *Borçlar Hukuku-Genel Hükümler*, Cilt II, 5. Bası, Beta Yayınları, İstanbul, 1999, s. 406.

<sup>127</sup> Safa REİSOĞLU, *Borçlar Hukuku Genel hükümler*, 11. Bası, Beta Yayınları, İstanbul, 1997, s. 288.; TUNÇOMAĞ, s. 1041.

<sup>128</sup> TUNÇOMAĞ, s. 1051.

<sup>129</sup> REİSOĞLU, s. 291.; TUNÇOMAĞ, s. 1061.

<sup>130</sup> REİSOĞLU, s. 291.; TUNÇOMAĞ, s. 1060.

<sup>131</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 257.

sayede ayıplı mal ve hizmetlerin piyasaya arzını sadece tüketiciler, denetleme görevlileri ve getirilen cezai müeyyideler ile değil, aynı zamanda oto kontrol sistemi içerisinde aracı tacirler vasıtasıyla da önlenmeye çalışılmak istenmektedir. Satıcılar malı ayıplı çıkan işletmelerin mallarını almayacak ve satışa sunmayacaklardır. İthalatçı işletmeler ayıplı mal ithal etmemeye özen gösterecekler ve bu konuda daha seçici olacaklardır.

4822 sayılı kanun uygulamaya girmeden önce, taraflardan birini tüketicinin oluşturduğu sözleşmelerde satılan malın ya da hizmetin, ayıplı çıkması sebebiyle her türlü zarardan dolayı ayıp hükümlerine göre açılacak davalar, 2 yıllık zamanaşımına bağlı iken, 4077 Sayılı TKHK m.4. (Değişik:6/3/2003-4822/4 m.)'de yeni bir düzenleme yapılarak; "Ayıba karşı sorumlu tutulanlar, ayıba karşı daha uzun bir süre ile sorumluluk üstlenmemişlerse, ayıplı maldan sorumluluk, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile malın tüketiciye teslimi tarihinden itibaren iki yıllık zamanaşımına tabidir. Bu süre konut ve tatil amaçlı taşınmaz mallarda beş yıldır. Ayıplı malın neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler ise üç yıllık zamanaşımına tabidir. Bu talepler zarara sebep olan malın piyasaya sürüldüğü günden başlayarak on yıl sonra ortadan kalkar. Ancak, satılan malın ayıbı, tüketiciden satıcının ağır kusuru veya hile ile gizlenmişse zamanaşımı süresinden yararlanılamaz" şeklinde tüketici lehine bir zamanaşımı sürelerinde uzama gerçekleştirilmiştir.

### **C. Etiket, Garanti Belgesi, Tanıtma ve Kullanım Kılavuzu Düzenleme Zorunluluğu**

Tüketicilerin korunması bakımından, onların daha rahat tercih yapabilmeleri ve bir takım servis hizmetlerinden yararlanabilmeleri, kullanmak üzere aldıkları bir mamulün ne gibi özelliklerinin bulunduğunu ve bunun nasıl daha verimli ve güvenli kullanılabileceği gibi hususlarda bilgi sahibi olmaları son derece önemlidir. Ayrıca ayıplı mal ve hizmetlerin piyasaya sunulmasını önleme bakımından da önemlidir. İşte bu sebeple TKHK'da söz konusu belgelerin kullanılması, madde 12 (Değişik:6/3/2003-4822/19 m.), madde 13 (Değişik:6.3/2003-4822/20 m.), madde 14 (Değişik:6/3/2003-4822/20 m.)düzenlenmiştir. Şimdi bunları biraz daha geniş olarak inceleyeceğiz.

## 1. Etiket, Tarife ve Fiyat Listeleri

Tüketicilerin önemli haklarından birisi de hem nitelikli, hem de keşesine uygun bir malı özgürce seçebilmesi, kalite konusunda olduğu kadar fiyatlar konusunda da yanılmadan karar verebilmesidir. Bu da mal ya da hizmetin niteliği, menşei, özellikleri ve fiyatları konusunda yeterli bilgiye sahip olmakla gerçekleşebilir<sup>132</sup>. Özellikle perakende satışlarda tüketicilerin malın kalitesi, fiyatı, markası gibi bilgileri elde edebilmeleri satılan malların üzerlerinde etiketlerinin bulunmasına bağlıdır.

TKHK madde 12 (Değişik:6/3/2003-4822/19 m.)’de, etiket, tarife ve fiyat listeleri kullanmayı zorunlu hale getirmiştir. Sanayi Bakanlığının çıkardığı Etiket, Tarife ve Fiyat Listeleri Yönetmeliğinin (ETFLY)<sup>133</sup> 4. maddesindeki tanıma göre etiket, “bir malın üretim yeri, cinsi, satış fiyatı hakkında tüketicileri bilgilendirmek ve aydınlatmak üzere kullanılan çeşitli boyut ve şekillerdeki etiketi ifade eder”. Tarife ve fiyat listesi ise, “mal veya hizmetin satış fiyatı hakkında tüketicileri bilgilendirmek ve aydınlatmak üzere kullanılan listeyi ifade eder” denilmektedir.

TKHK’un 12. maddesine göre “Perakende satışa arz edilen malların veya ambalajlarının yahut kaplarının üzerine kolaylıkla görülebilir, okunabilir şekilde o malla ilgili tüm vergiler dahil fiyat, üretim yeri ve ayırıcı özelliklerini içeren etiket konulması, etiket konulması mümkün olmayan hallerde aynı bilgileri kapsayan listelerin görülebilecek şekilde uygun yerlere asılması zorunludur.”

Söz konusu yönetmeliğe (ETFLY) göre etiketlerde ve listelerde bulunması zorunlu hususlar şunlardır;

- \* Malın üretim yeri,
- \* Malın ayırıcı özelliği,
- \* Malın tüm vergiler dahil satış fiyatı,

\* Mal ithal edilmiş mallara ait etiketlerde, malın üretildiği ülke isminin veya ithal malı yabancı gibi malın ithal edildiğini gösterir bir ibarenin kullanılması zorunludur.(ETFLY m.5).

<sup>132</sup> AKAN, Tüketici ve Tüketicinin Korunması....., s. 21.

<sup>133</sup> Etiket, Tarife ve Fiyat Listeleri Yönetmeliği, 13.06.2003 Tarih ve 25137 Sayılı Resmî Gazetede yayımlanmıştır.

Etiketlerde bulunması gereken bilgilerden birisi de malın birim fiyatı olmalıyken, 4822 sayılı kanun öncesindeki Yönetmelikte buna değinilmemişti. Kanundan sonra çıkarılan ETFLY'de, tüketicilerin rasyonel bir tercih yapabilmeleri için malın birim fiyatının da bilinmesi gerekliliği dikkate alınarak düzenleme yapılarak. üretici veya satıcılar tarafından yapılarak. cam, naylon, karton ve bunlara benzer maddelerden oluşan kutu, kova vb. ambalajlar içerisinde satılan her türlü gıda. yiyecek. içecek ve temizlik maddelerinin etiketlerinde net ağırlıklarının veya hacimlerinin satış fiyatları ile birim fiyatlarının aynı boyut ve renkte görülebilir ve okunabilir şekilde yazılması zorunlu hale getirilmiştir (ETFLY m. 5). Çünkü mallar değişik boy ve miktarlarda ambalajlanmaktadır. Tüketiciler tarafından, malın paket fiyatının yanında kilogram, litre, gibi birim fiyatlarının da bilinmesinin onları daha iyi koruyacağı açıktır.

Söz konusu yönetmelik hükümlerinin uygulama alanı şöyle belirlenmiştir; ETFLY'nin 2. maddesine göre, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca Turizm Bakanlığından belgeli ve belgelendirilecek işletmeler dışında kalan büfe, dükkan, mağaza, alış-veriş merkezi, depo gibi sabit satış yerleri ile hal ve pazar yerlerinde, işportalarda seyyar satıcılar tarafından yapılan perakende satışlar ile gerçek veya tüzel kişiler tarafından tüketicilere sunulan her türlü mal ve hizmete uygulanacaktır.

Yönetmeliğe göre, tarife ve fiyat listeleri, hizmetlerin özelliğine ve tüketicilere sunulmuş biçimine göre levha, pano ve benzerleri, hizmetin sunulduğu işyerinde, tüketiciler tarafından görülebilecek ve kolaylıkla okunabilecek şekilde asılır, takılır veya konur (m.8). Yine aynı madde de, lokanta ve bunun gibi yerlerde tarife ve fiyat listelerinin işyerinin dışında da gösterilmesi, ayrıca tarife ve fiyat listelerinde gösterilen fiyatların üzerine servis ücreti veya herhangi bir isim altında başka bir ücret konulacaksa, bunun tarife ve fiyat listesinde gösterilmesi zorunludur.

Ambalajlar içinde satılan her türlü gıda yiyecek ve temizlik maddelerinin etiketlerinde, net ağırlıklarının veya hacimlerinin satış fiyatları ile aynı boyut ve renkte görülebilir ve okunabilir şekilde yazılması zorunludur (m.5).

Yönetmelikte kastedilen fiyat, etiket, fiyat listesi veya yönetmelikte yazılı diğer araçlarla tüketicilere sunulan fiyat, peşin ve tüm vergiler dahil satış fiyatıdır (m. 11). Yine aynı madde de, bu fiyat ile kasa fiyatı arasında fark olması durumunda, tüketici lehine olan fiyat uygulanır. Yönetmeliğin 12. maddesine göre; indirimli

satışlarda ayrıca malın alış fiyatı, kendi imalatı ise imalat fiyatı ve indirimli satış fiyatının açıkça gösterilmesi gerekir.

Görüldüğü gibi satışa arzedilen mal ve hizmetler arasında tüketici tarafından kendi menfaatlerine uygun, isabetli seçim yapabilmeleri, diğer mal ve hizmetlerle karşılaştırabilmeleri için o mal ile ilgili önemli bilgilerin yazılarak görülebilecek bir yerine konulması gerekiyor. Malda herhangi bir arıza veya hata var ise bu durumun belirtilerek, fiyatının gereği gibi düzenlenmesi, mal özürlü ise açıkça görülebilecek şekilde “özürlüdür” ibaresinin yazılması gerekmektedir (TKHK m.4-Değişik:6/3/2003-4822/4/VI).

Toptan ve perakende satışın birlikte yapıldığı işyerlerinde, perakende satışlara da söz konusu yönetmelik hükümleri uygulanacaktır (ETFLY m. 13).

Üzerinde veya ambalajında, etikette aranılan hususlar basılı olarak açıkça yazılı bulunan mallarla, kitap, dergi ve gazete gibi üzerinde fiyatı belirtilmiş olan mallarda ve arttırma suretiyle ya da özel kanunlara göre satışı yapılan mallarda etiket ve liste koyma zorunluluğu yoktur (ETFLY m.6).

Bu kurallara uymayanlar TKHK'un m. 25/II (Değişik:6/3/2003-4822/33 m.) hükmü gereği para cezası uygulanacaktır. Etiket kullanımı ile ilgili cezalar mülki amirle tarafından verilir. Bu cezalar idari nitelikte cezalardır. Cezaların tebliği tarihinden itibaren yedi gün içerisinde yetkili idare mahkemesine itiraz edilebilecektir. Ancak itiraz cezanın yerine getirilmesini durdurmaz (TKHK m. 26 Değişik:6/3/2003-4822/34 m.).

## **2. Tanıtma ve Kullanım Kılavuzu**

Hızlı gelişen sanayi ve teknoloji, insanlığa güzel nimetler sunarken, bunun yanında teknolojik tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Bu tehlikeler, ürünün ayıplı olmasından meydana gelebildiği gibi, tüketicilerin o ürünü kullanmak için yeterli bilgi ve deneyime sahip olmamalarından da kaynaklanmaktadır. Söz konusu malların nasıl kullanılacağı ve kullanırken nelere dikkat edileceği hususunda tüketicilerin aydınlatılmaya ihtiyaçları bulunmaktadır. İşte TKHK özellikle üretilen sanayi mamullerinin kullanımını ve bunun yanında bakım ve onarımını gösterecek belgelerin hazırlanarak tüketicilere sunulmasını zorunlu hale getirmiştir, “Yurt içinde üretilen veya ithal edilen sanayi mallarının tanıtım, kullanım, bakım ve basit onarımına ilişkin Türkçe kılavuzla ve gerektiğinde uluslararası sembol ve işaretleri

kapsayan etiketle satılması zorunludur.Bakanlık, sanayi mallarından hangilerinin tanıtma ve kullanım kılavuzu ve etiket ile satılmak zorunda bulunduğunu ve bunlarda bulunması gereken asgari unsurları Türk Standartları Enstitüsünün görüşünü alarak tespit ve ilanla görevlidir.”(TKHK m.14 Değişik: 6/3/2003-4822/21 m.).

Bu düzenlemelere ilişkin olarak çıkarılan Tanıtma ve kullanma Kılavuzu Uygulama Esaslarına Dair yönetmelik Çıkarılarak<sup>134</sup>, malların kullanımı, bakım ve onarımı konusunda tüketicinin maruz kalabileceği tehlikeler önlenirken, diğer taraftan da ayıplı ve hatalı malların piyasaya sunulması önlenmeye çalışılacaktır.

### 3. Garanti Belgesi

TKHK belirli mallar için garanti belgesi kullanımını zorunlu kılmıştır. Bu mallar Bakanlıkça ve Türk Standartları Enstitüsünün görüşü alınarak belirlenecektir. Yönetmeliğe göre<sup>135</sup>, Garanti belgesi, “imalatçı-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 bir belgedir” (GBUEDY m.4)

TKHK’un 13 maddesine (Değişik:6/3/2003-4822/20) göre. “İmalatçı veya ithalatçılar ithal ettikleri veya ürettikleri sanayi malları için Bakanlıkça onaylı garanti belgesi düzenlemek zorundadır. Mala ilişkin faturanın tarih ve sayısını içeren garanti belgesinin tekemmül ettirilerek tüketiciye verilmesi sorumluluğu satıcı, bayi veya acenteye aittir. 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.”.

Kanun’un 13. maddesinin 2. fıkrasında ise “satıcı garanti belgesi kapsamındaki malların, garanti süresi içerisinde, gerek malzeme ve işçilik, gerekse montaj hatalarından dolayı imzalanması halinde malı işçilik masrafı, değiştirilen parça bedeli ya da başka herhangi bir ad altında hiçbir ücret talep etmeksizin tamir ile yükümlüdür” denilmektedir.

<sup>134</sup> Tanıtma ve kullanma Kılavuzu Uygulama Esaslarına Dair yönetmelik, 14.06.2003 Tarih ve 25318 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

<sup>135</sup> Garanti Belgesi Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik, 14.06.2003 Tarih ve 25 318 sayılı R.G.

“Tüketici onarım hakkını kullanmışsa, garanti süresi içerisinde sık sık arızalanması nedeniyle maldan yararlanamamanın süreklilik arzemesi veya tamiri için gereken azami sürenin aşılması veya tamirinin mümkün bulunmadığının anlaşılması hallerinde 4. madde de yer alan diğer seçimlik haklarını kullanabilir. Satıcı bu talebi reddedemez. Tüketicinin bu talebinin yerine getirilmemesi durumunda satıcı, bayi, acenta, imalatçı-üretici ve ithalatçı müteselsilen sorumludurlar” (TKHK m.13/III).

Görüldüğü gibi bu düzenleme de tüketicinin ayıplı bir mal satın alması durumunda bu malın tamir ve değiştirilmesi konusunda kolaylık sağlamaktadır. Bunun yanında ayıplı malların piyasaya arz edilerek bu yola başvurulmasını da önleyecek yapıda bir düzenlemedir. Zira bir yönüyle garanti taahhüdü satın alınan malda herhangi bir ayıbın bulunmadığı, şayet ayıp çıkarsa derhal giderileceği taahhüt edilmektedir. Bu şartlar altında üretici-imalatçı veya ithalatçı piyasaya malı sürerken daha dikkatli olmak zorunda kalacaktır.

“Tüketicinin malı kullanım kılavuzunda yer alan hususlara aykırı kullanmasından kaynaklanan arızalar, 2. ve 3. fıkra hükümleri kapsamı dışındadır” (TKHK m. 13/IV).

TKHK 13. maddesinin (Değişik:6/3/2003-4822/20 m.) 5. fıkrasında ise hangi sanayi mallarının garanti belgeli olarak satılması gerektiği ve arızalanma durumunda azami tamir sürelerinin belirlenmesi konusunda Bakanlık ve TSE'nin görüşünü alarak tespit ve ilanla görevlendirilmiştir.<sup>136</sup>

Burada garanti belgesi ile yapılan satışların, garanti sözleşmesi niteliğinde olup olmadığı konusuna da kısaca değinmekte fayda görüyoruz. Garanti sözleşmesi, bir kimsenin bir başkasını belli bir hareket tarzına yönlendirmek amacıyla bu hareket tarzından o kişi için doğabilecek tehlikeleri kısmen veya tamamen üzerine alması borcunu doğuran bağımsız nitelikte bir sözleşme olarak tanımlanmaktadır<sup>137</sup>. Böyle bir teminatı veren genellikle diğer tarafı, sonucu üçüncü kişinin eylemine ya da başka

<sup>136</sup> Garanti Belgesi Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik, 14.06.2003 Tarih ve 25318 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

<sup>137</sup> TANDOĞAN, Garanti Mukavelesi, s. 12.



olaylara bağılı bir teşebbüse girişmeye yöneltmek ister. Örneğın, bir belediye, kasabada eczane açan kişiye yıllık yüz milyon kar garanti etmesi<sup>138</sup>.

Bazı malların garanti belgesi düzenlenerek satılması halinde meydana getirilen sözleşme, normal satım sözleşmesidir. Kanun satıcının malı teslim ve mülkiyeti nakil borcunun yanında asıl borca bağılı, tali bir borç daha düzenlemiştir. Bu borç, satılan malın belirli süre içinde, belirli konularda arızalanması ve hatalı çıkması halinde satıcı, söz konusu arızaları giderme yükümlülüğü altına girmektedir. Ticari işletmeler ürettikleri ve tüketicilere sattıkları dayanıklı tüketim malları için tüketiciye, malın standardında yer alan niteliklerini temin ve garanti eden ve belli bir süre için satılan maldan teknik tarifnamesinde belirtilen şartlara uygun şekilde arızasız ve fasilasız bir şekilde yararlanmasını garanti etmektedir<sup>139</sup>. Söz konusu sözleşme normal satım sözleşmesidir.

#### **D. Hizmetlerin İfası ile İlgili Düzenlemeler**

4822 sayılı kanundan önce ayıplı hizmet ifalarına ilişkin herhangi bir düzenleme söz konusu değildi. Ancak söz konusu kanun değişikliği ile, bu eksiklik giderilmeye çalışılmıştır. (TKHK m 4/A-Ek:6/3/2003-4822/5 m.)

Kanunda yapılan düzenleme ile öncelikle ayıplı hizmet “Sağlayıcı tarafından bildirilen reklam ve ilânlarında veya standardında veya teknik kuralında tespit edilen nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan ya da yararlanma amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren hizmetler, ayıplı hizmet olarak kabul edilir” şeklinde tanımlanmıştır (m. 4/A/I).

Ayıplı hizmetin söz konusu olması durumunda kanun, “Tüketici, hizmetin ifa edildiği tarihten itibaren otuz gün içerisinde bu ayıbı sağlayıcıya bildirmekle yükümlüdür. Tüketici bu durumda, sözleşmeden dönme, hizmetin yeniden görülmesi veya ayıp oranında bedel indirimi haklarına sahiptir. Tüketicinin sözleşmeyi sona erdirmesi, durumun gereği olarak haklı görülemiyorsa, bedelden indirim ile yetinilir. Tüketici, bu seçimlik haklarından biri ile birlikte 4 üncü maddede belirtilen şartlar

<sup>138</sup> Haluk TANDOĞAN, *Borçlar Hukuku-Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1, İstanbul, 1988, s. 61.

<sup>139</sup> ATASOY, “Tüketicinin Hukuki Yönden Korunması.....”, s. 55.

çerçevesinde tazminat da isteyebilir. Sağlayıcı, tüketicinin seçtiği bu talebi yerine getirmekle yükümlüdür” şeklinde bir düzenleme getirmiştir (m. 4/A/II).

Yine Kanun madde 4/A'nın 3. bendinde, “Sağlayıcı, bayi, acente ve 10 uncu maddenin beşinci fıkrasına göre kredi veren, ayıplı hizmetten ve ayıplı hizmetin neden olduğu her türlü zarardan ve tüketicinin bu maddede yer alan seçimlik haklarından dolayı müteselsilen sorumludur. Sunulan hizmetin ayıplı olduğunun bilinmemesi bu sorumluluğu ortadan kaldırmaz” hükmünü getirmiştir.

Ayıplı hizmetlerden dolayı söz konusu zamanaşımı süreleri ise, aynı maddenin 4. bendinde “Daha uzun bir süre için garanti verilmemiş ise, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile ayıplı hizmetten dolayı yapılacak talepler hizmetin ifasından itibaren iki yıllık zamanaşımına tabidir. Ayıplı hizmetin neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler ise üç yıllık zamanaşımına tabidir. Ancak, sunulan hizmetin ayıbı, tüketiciden sağlayıcının ağır kusuru veya hile ile gizlenmişse zamanaşımı süresinden yararlanılamaz.” şeklinde düzenlenmiştir.

Şüphesiz tüketiciler, nihai tüketim amacıyla malların yanında önemli oranda hizmetler de edinirler. Mallar bakımından getirilen korumaların, hizmetler bakımından da getirilmesi yerinde olmuştur. Tüketiciler için mallar ne kadar tehlikeli olabiliyorsa, yerine göre hizmetlerde aynı şekilde tehlikeli olabilmektedir. Bu nedenle hizmet işletmelerinin açılması ve işletilmesi, hizmet sunan kişilerin yetiştirilmesi, işletmelerde bulunması gereken asgari nitelikler bakımından hizmet işletmelerinin sınırlandırılması hususları büyük önem kazanmıştır. Kanundaki düzenlemeleri tamamlar nitelikteki ayıplı hizmetleri önleyici düzenlemelerin geliştirilerek kanunla uyumlaştırılması gerekmektedir. Şimdi kısaca söz konusu mevzuatı alt başlıklar halinde incelemeye çalışacağız.

### **1. Hizmet İşletmelerinin Açılması ve İşletilmesi**

Tüketicilere hizmet sunmak üzere açılacak işletmelerin, kanuni düzenlemelerle belirli şartlara haiz olması aranmaktadır. İşletmenin açılabilmesi, kanunlarda belirlenen şartların yerine getirilmesine bağlıdır. Gerekli şartları taşımayan işletmelere işyeri açma izni ve işletme ruhsatı verilmemektedir.

507 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Kanunu'nun 121. maddesine göre herhangi bir sanat kolunda işyeri açmak için o sanatta ustalık niteliğini alan bir kimsenin,

sorumlu sanatkar sıfatı ile işyerinde yürütülecek hizmetlerin sorumluluğunu üzerine alması gerekmektedir. Ayrıca söz konusu işletmelerin faaliyette bulunabilmeleri için söz konusu kanunun 119. maddesinin 3. fıkrasına göre sicile kaydedilmeleri gerekmektedir. İşletmelerin açılması ve işletme ruhsatının verilmesi 1580 sayılı Belediye Kanunu'nda belediyelerin görevleri arasında sayılmıştır. Söz konusu Kanunun 15. Maddesinin 3. fıkrasına göre "...umumun yiyip içmesine, yatıp kalkmasına, taranıp temizlenmesine, eğlenmesine mahsus lokanta, birahane, gazino, kahvehane, kiraathane, meyhane, han, otel, hamam, sinema, tiyatro, bar, dansing ve emsali yerlerin, kanun ve talimatname mucibince bu gibi yerlerin işletilmeleri için gece ve gündüz açık kalmalarına ve inzibati sebeplere nazaran zabıtaca verilecek ruhsat üzerine sınıflarına ve tariflerine göre bunlar için ruhsatname vermek...bu gibi yerlerde işi çeviren ve çalışanların ehliyet ve sıhhatleri müsait olup olmadığına göre işlemlerine izin vermek veya men etmek" görevi belediyelere verilmiştir.

Bundan başka kanunun madde 15/8'e göre "mürebbiye, hizmetçi,berber ve emsali gibi halk ile temas eden hizmet erbabı işçilerin sıhhi ve fenni muayenelerini yaptırmak, ehliyet ve sıhhat vesikaları olanların işlemelerine izin vermek", belediyelerin yetkisi içerisinde dir.

Belediyeler, belediye sınırı içerisinde ya da belediye ile köyler arasında yük ve yolcu taşıma işi yapan araçların sağlamlığını, temizliğini, sınıflarını, derecelerini, ücretlerini belirlemekle görevlidir.

Belediyeler, "umumun sıhhat selamet huzur ve istirahatine tesiri melhuz olan imalat, istihalat, müddehharat ve tesisatın yerlerini, mevkilerini ve şartlarını evvelden tespit ve ilan etmek ve ona göre ruhsata bağlamakla görevlidir.

İçkili yerlerin açılması ve işletilmesi<sup>140</sup> için ve özel ve resmi kombinaların açılması ve işletilmesi<sup>141</sup> için ayrı yönetmelikler tanzim edilmiştir. Söz konusu yerlerin ilgili yönetmeliklere göre açılması ve işletilmesinin denetimi belediyelerin görevleri arasındadır.

1593 sayılı Umumi Hıfzısıhha Kanunu ise 258-261. Maddeleri arasında hanlar, oteller ve umumi mahallerin işletilmesi için belirli şartlar aranacağını ve

<sup>140</sup> İçkili Yerlere Verilecek İzinlerde Gözönünde Bulundurulacak Esaslara Dair Yönetmelik, 09.07.1984 Tarih ve 18453 Sayılı R.G.

<sup>141</sup> Özel ve Resmi Kombinaların Kuruluş ve İşleyişini Gösterir Yönetmelik, 12.12.1982 Tarih ve 17896 Sayılı R.G.

denetleneceğini belirtmiştir. 268. maddesinde ise, civarında ikamet eden halkın sıhhatini ihlal eden müesseseler ve atölyelerin resmi izin ile açılabilmesi belirlenmiştir.

Turizm işletmelerinin insan ve çevre sağlığı ile, belgelerinde esas olan vasıfların, tarifelerin, temizlik, intizam, servis, idare ve işletme tarzları ile diğer hususların denetlenmesi ile ilgili olarak ayrı bir yönetmelik düzenlenmiştir<sup>142</sup>.

Gerekli nitelikleri taşıyan işletmeler, gerekli belgelerin tanzim edilmesi ve sicile kaydedilmesi ile açılır ve işlemeye başlar. Bu işletmelerde çalışan kişiler (çırak, kalfa, usta) tarafından yapılan işler ve icra edilen hizmetler sonucunda imal ve tamir olunan malların ayıp ve kusurlarından dolayı Esnaf ve Sanatkarlar Kanunu'nun 124. maddesinin 2. fıkrasına göre, mali sorumluluk işletme sahibine, mesleki sorumluluk ise sorumlu olan sanatkara aittir. Ama sorumlu sanatkar 3. fıkraya göre diğerlerine karşı rücu hakkına sahiptir.

Hizmet işletmelerinin açılışı sırasında bulunması gereken nitelikler, daha sonraki dönemlerde de belirli aralıklarla denetlenmektedir.

## **2. Hizmet Erbabının ( Meslek Mensuplarının) Yetiştirilmesi**

Hizmetlerin istenilen nitelik ve kalitede sunulabilmesi, hizmet sunanların eğitimi ile yakından ilgili bir meseledir. Helkesin belirli işletmeler açarak tüketicilere hizmet sunmaları mümkün değildir. Bu nedenle hizmet sunan işletmelerde çalışan personelin belirli bir eğitimden geçmesi gerekmektedir. Söz konusu eğitimi almayan ve başarılı olamayan kişilerin hizmet işletmelerinde görev almaları mümkün değildir.

Hizmet sunan kişilerin eğitimi, 3308 sayılı Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu<sup>143</sup> ile düzenlenmiştir. Kanunun amacı, "çırak, kalfa ve ustalarının eğitimi ile ilgili okullarda ve işletmelerde yapılacak mesleki eğitime ilişkin esasları düzenlemek" olarak belirtilmiştir. Kanunun kapsamı ise 507 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Kanunu ve bu kanunda değişiklik yapan 3153 sayılı kanun ile, 8 Mart 1950 tarih ve 5590 sayılı Ticaret ve Sanayi Odaları, Ticaret Odaları, Deniz ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği kanunu ve bu kanunda değişiklik yapan 2587 sayılı kanuna göre kurulmuş mesleki kuruluşlar ile bu kuruluşlara üye işyerlerini,

<sup>142</sup> Turizm, Yatırım İşletme ve Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Yönetmelik, 19.04.1983 Tarih ve 18023 Sayılı R.G.

<sup>143</sup> Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu, 19.06.1986 Tarih ve 19139 Sayılı R.G.

mal ve hizmet üreten kamu kuruluşlarını, döner sermaye işletmelerini, bu işyerlerinde çalışan çırak kalfa ve ustaları kapsamaktadır.

Söz konusu Kanununun 10. maddesinde çıraklığın şartlarını belirtmiştir. 12. maddeye göre ise, çıraklar, pratik eğitimlerini işyerlerinde, teorik eğitimlerini ise eğitim kurumlarında ya da Bakanlıkça uygun görülen eğitime elverişli işyerlerindeki eğitim ünitelerinde yapacaklardır. Bu iki eğitim birbirlerini tamamlayacak şekilde planlanır. Pratik eğitim, hazırlanmış eğitim programlarına göre, işyerinin ve mesleğin özelliklerine uygun olarak usta öğreticilerin gözetiminde yapılacağı belirtilmiştir.

Çıraklık süresi 14. maddeye göre 3-4 yıldır. 16. maddeye göre çıraklık süresi bitiminde kalfa adayının mesleği ile ilgili, beceri ve iş alışkanlıklarına, iş hayatınca kabul edilebilir seviyede sahip olup olmadığı kalfalık imtihanı ile tespit edilir. İmtihanı kazananlara kalfalık belgesi verilir.

Kalfalık yeterliliğini kazanmış olan adayların mesleki yönden gelişmeleri ve bağımsız işyeri açabilmelerini temin için gerekli yeterlilikleri kazandırmak gayesiyle mesleğinde en az üç yıl çalıştıktan sonra ustalık eğitimi kursları düzenlenir.

Kursun sonunda adayın, kendi mesleğinde usta olarak çalışabilmesi için gerekli bilgi, beceri ve iş alışkanlıklarını, mal ve hizmet üretiminde iş hayatında kabul edilebilir standartlara göre bağımsız olarak uygulayıp uygulayamayacağını ölçmek amacıyla ustalık imtihanı yapılır. Bu imtihanı başarı ile tamamlayanlara ustalık belgesi verilir.

Bunun yanında meslek liselerinde eğitim gören öğrenciler, işletmelerde beceri eğitimi almak zorundadırlar. Hangi iş kollarında ve hangi illerde işletmelerin bu eğitim uygulamasına alınacağı Bakanlıkça belirlenir. Bu öğrenciler de ustalık kurslarına katılabilecekleri gibi, doğrudan ustalık imtihanlarına katılabilirler. Ancak bu durumda mesleklerinde en az bir yıl çalışmış olmaları gerekir. Ustalık imtihanını kazanan adaylara ustalık belgesi verilir. Bu belge ile ustalar kendilerine ait işyeri açabilirler.

Görüldüğü gibi tüketicilere sunulan hizmetleri icra eden kişiler belirli bir eğitimden geçmektedirler. Tüketicilere ayıplı hizmetlerin sunulması, mallara oranla telafisi daha güç zararlar açabilmektedir. Bu nedenle ayıplı hizmet ifasının önlenmesi için hizmet sunanlara verilecek eğitimin büyük önemi vardır.

### 3. Hizmet İşletmelerinin Sınıflandırılması

Hizmetler, özellikleri gereği mallar gibi standartlaştırılamazlar. Ancak hizmet işletmelerinde bulunması gereken asgari nitelikler belirlenerek, bu nitelikleri taşıyan işletmeler belirli bir sınıfta yer alırken, söz konusu nitelikleri taşımayan işletmeler ise daha alt bir sınıfta yer almaktadırlar. Hizmetlerin sınırlandırılması, Özellikle turizm işletmelerinde önem kazanmaktadır. Bu nedenle turizm işletmelerinin sınıflandırılma esasları bir yönetmelik ile tanzim edilmiştir<sup>144</sup>. Bundan başka seyahat acentalarının yaptıkları hizmetlerin niteliklerine göre sınıflandırma ise 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu ile düzenlenmiştir<sup>145</sup>. Bir örnek olması bakımından Turizm Yatırım ve İşletmelerini Nitelikleri Yönetmeliği ile getirilen esasları şu şekilde özetlemek mümkündür.

Söz konusu yönetmelikte, belge verilecek tesis türleri sayılmıştır, işletmelerin sınırlandırılması işini yapmak üzere bir heyet kurulması düzenlenmiştir. İşletmelerin sınıflandırma işlerinin yapılışı ise 22. maddede düzenlenmektedir. Söz konusu esaslara göre işletmelere belirli puanlar verilmekte, bu puanların ortalamasına göre sınıflandırma yapılmaktadır. Zaman zaman işletmelerde, yeniden değerlendirme ve yeniden sınıflandırılma yapılmaktadır.

Yönetmeliğin 24-59. maddeleri arasında çeşitli tesis türleri ve bu tesislerde aranacak asgari bölümler ve özellikleri düzenlenmiştir.

Otellerin sınıflandırılması 61. maddede düzenlenmiştir. Buna göre oteller, bir, iki, üç, dört ve beş yıldızlı olmak üzere sınıflandırılmaktadır. Hangi yıldızlı otelde, hangi özelliklerin bulunacağı ise 62-66. maddelerde sayılmıştır.

Aynı yönetmelikte; motellerde bulunması gereken asgari nitelikler belirlenmiştir. Moteller ise birinci ve ikinci sınıf motel olabilmektedirler.

Tatil köyleri birinci ve ikinci sınıf olabilir.

Pansiyonlarda bulunması gereken asgari nitelikler belirtilmiştir.

Lokantalar bir, iki ve üçüncü sınıf olabilirler.

<sup>144</sup> Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği, 14.10.1993 Tarih ve 21728 Sayılı R.G.

<sup>145</sup> Seyahat Acentalığı ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, 28.09.1972 Tarih ve 14320 Sayılı R.G. Bu kanuna göre seyahat acentaları A, B, C, grubu seyahat acentaları olmak üzere sınıflandırılmıştır. Bu konuda daha geniş bilgi için bkz. Ömer Adil ATASOY, *Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentalığı Hizmetleri*, Kayseri: Erciyes Üniversitesi İİBF Yayınları, 1992, s. 63.

Eğlence yerlerinde ve plaj tesislerinde bulunması gereken asgari nitelikler sayılmıştır.

Belirli hizmet işletmelerinin sınıflandırılması ile bu işletmelerde bulunması gereken asgari nitelikler belirlenmekte ve söz konusu hizmetler için belirli standartlar getirilmektedir. Böylece tüketicilere daha kaliteli ve güvenli hizmet sunulmaktadır.

### **E. Kalite Denetimi ve Laboratuvar Hizmetlerinin Yerine Getirilmesi**

Tüketicilerin korunması bakımından mal ve hizmetlerin belirli standartlarda olması büyük önem taşımaktadır. Standardizasyonun ana amacı homojenliğin ve kalitenin sağlanarak, tüketicilerin daha iyi korunmasıdır<sup>146</sup>. Yetkili kurum tarafından bir mal veya hizmetin kağıt üzerinde standardının belirlenmiş olması yetmez. İşletmelerin piyasaya sundukları mal ve hizmetlerin belirlenen standartlara uygun kalitede olduğunun denetlenmesi gerekecektir.

Günümüzde kalite, bir ürün veya hizmetin, tüketicinin istek ve ihtiyaçlarına uygunluk derecesi olarak tanımlanmaktadır. Tüketicinin istek ve ihtiyacına en uygun ürün veya hizmetin verilmesi için yapılan çalışmalara da kalite kontrol adı verilmektedir<sup>147</sup>. Kalite kontrolü, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının en iyi şekilde belirlenmesi, buna göre program ve proje yapılması, üretim, ürün, pazarlama ve satış sonrası servis hizmetlerinin kontrolüne varıncaya kadar uzun bir süreci kapsamaktadır<sup>148</sup>. Aslında kalitenin korunması ve iyileştirilmesi serbest rekabetin bir sonucu imiş gibi görünse de, asıl güdüleyici öge devlettir. Devlet standarda uygunluğu sağlamak için bir yandan kalite denetimi yaparken, diğer yandan da yaptırdığı ya da satın aldığı mal ve hizmetlerde standardı arayarak kalitenin korunmasına ve yükseltilmesine katkıda bulunmaktadır<sup>149</sup>.

Ülkemizde standartların belirlenmesi konusunda TSE'nin çalışmaları vardır. Şimdiye kadar yüzlerce mal ve hizmetin standardını tespit etmiştir. Ancak bunun kağıt üzerinde kalmaması için kalite denetiminin önemi büyüktür. Bu sebeple TKHK

---

<sup>146</sup> UYSAL, s. 14.

<sup>147</sup> UYSAL, s. 14.

<sup>148</sup> UYSAL, s. 14.

<sup>149</sup> Muzaffer C. KÜLÜR, "Amerika Birleşik Devletlerinde Tüketicinin korunması", *Standart*, Yıl 1984, Sayı 269, s. 11.

mal ve hizmetlerin belirlenen standartlara uygunluğunu denetlemekle Sanayi ve Ticaret Bakanlığını görevlendirmiştir.

Daha önce 1593 sayılı Umumi Hıfzısıhha Kanunu'nun 181. maddesine göre çevre sağlığı ve gıda kontrol görevleri belediyelere verilmişti. Ama belediyelerin elinde yeterli sağlık personeli olmadığı için gereken denetim yapılamıyordu. Ayrıca belediyelerin yeterli denetim yapabilmeleri için laboratuvar kurmaları gerekmekteydi. Birçok belediyenin buna imkanı olmadığı için sadece büyük şehir belediyeleri laboratuvar kurabiliyorlardı. Bu nedenle hileli kalitesiz, standardına aykırı olarak mal üretilabiliyordu<sup>150</sup>.

Tüketicilerin ayıplı mal ve hizmetler nedeniyle can güvenlikleri, ekonomik menfaatleri ve diğer tanınan haklarının ihlal edilmemesi için Bakanlık ve ilgili kuruluşlar üretimin herhangi bir safhasında malların ve hizmetlerin kalite denetimini yapabileceklerdi. TKHK'un 27. maddesinde "bu kanunun uygulanmasında Bakanlık müfettişleri ve kontrolörleri ile Bakanlıkça ve belediyece görevlendirilecek personel, fabrika, mağaza, dükkan, ticarethane, depo, ambar gibi her türlü mal konulan ve/veya satılan veya hizmet sunulan yerlerde denetleme, inceleme ve araştırma yapmaya yetkilidir. Bu kanunun kapsamına giren hususlarda yetkili ve görevli kişi ve kuruluşlara her türlü bilgi ve belgelerin doğru olarak gösterilmesi ve asıl ve onaylı kopyalarının verilmesi zorunludur." denilmektedir.

TKHK 19. maddesinde (Değişik: 6/3/2003-4822/26 m.) ise, "Tüketicie 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 ilân edilir." Görüldüğü gibi mal ve hizmetlerde kalite denetimi yapılması, mal ve hizmetlerin belgelendirilmesi ve bunun bir standarda bağlanması hususunda ilgili bakanlıklar görevlendirilmiştir.

Yine TKHK'nun uygulanması için bakanlığın ilaç, müstahzar, kozmetik ve gıda maddeleri analizleri hariç olmak üzere, bu kanunun uygulanması için resmi

---

<sup>150</sup> ŞİBİL, s. 33.



ve özel kuruluşların kurulu bulunan laboratuvarlarından yararlanabileceği belirtilmiştir (m. 28-Değişik: 6/3/2003-4822/35 md.).

## F. Cezai Müeyyideler

Hukuk kuralları, kişi davranış ve ilişkilerinin maddi bir müeyyide altında düzenlenmesini amaçlayan kurallardır. Bu yönü ile her yönetim yürürlüğe konulan kanun hükümlerine aykırı davrananlara çeşitli yaptırımlar uygulamaktadır. TKHK'da da tüketicilerin korunmalarına ilişkin kurallar belirlenmiştir ve ilgili tarafların bu kurallara uymaları istenmektedir. Ancak bu kurallara uymayanlar için de çeşitli müeyyideler öngörülmüştür. Bu müeyyideler, para cezaları, ilan ve reklamlarla ilgili olarak durdurma ve düzeltme, standartlara uymayan malların üretim ve satışının engellenmesi, dağıtılan malın müsaderesi ve toplatılması, verilen cezaların kamuoyuna ilan edilmesi şeklinde sıralanabilir (TKHK 24 ve 25'inci maddeler-Değişik:6/3/2003-4822-31, 32 ve 33 m.). Şimdi bu cezaların muhtevasını ve hangi hallerde uygulanacağını kısaca inceleyeceğiz.

### 1. Para Cezaları

Para cezası, bir miktar paranın suçludan alınarak devlet hazinesine ödenmesi sonucunu doğuran cezadır<sup>151</sup>. TKHK'da da belirlenen kurallara uymayanlar için çeşitli para cezaları hükme bağlanmıştır. TKHK'da düzenlenen her türlü para cezası idari nitelikte cezalardır. Bu cezalara karşı tebliğ tarihinden itibaren en geç yedi gün içerisinde yetkili idare mahkemelerinde itiraz edilebilir. İtiraz idarece verilen cezanın yerine getirilmesini durdurmaz. Yapılan itirazlar zaruret görülmeyen hallerde evrak üzerinde inceleme yapılarak en kısa sürede sonuçlandırılır. İtiraz üzerine idare mahkemelerince verilen kararlar kesindir (TKHKm.26-Değişik:6/3/2003-4822/34 m.).

TKHK'un 6'ncı maddesinin yedinci fıkrası uyarınca, Bakanlıkça belirlenen usul ve esaslara aykırılığı tespit edilen her bir sözleşme için 50.000.000 lira para cezası uygulanır.

TKHK'un 4'üncü maddesinin yedinci fıkrasında, 5'inci maddesinde, 6'ncı maddesinin altıncı fıkrasında, 6/A maddesinde, 6/B, 6/C maddeleri uyarınca Bakanlıkça belirlenen usul ve esaslarda, 7'nci maddenin beşinci fıkrasında, 9'uncu maddesinde, 9/A maddesinde, 10'uncu maddesinde, 10/A maddesinde, 11/A

<sup>151</sup> Ejder YILMAZ. *Hukuk Sözlüğü*, Genişletilmiş 5. Bası, Ankara: Yetkin yayınları, 1996, s. 654.

maddesinin ikinci ve dördüncü fıkralarına, 12, 13, 14, 15 ve 27'nci maddelerde belirtilen yükümlülöklere aykırı hareket edenler hakkında 100.000.000 lira para cezası uygulanır.

TKHK'un 7'nci maddesinin dördüncü ve altıncı fıkraları ile 8'inci maddesinde belirtilen yükümlülöklere aykırı hareket edenler hakkında 250.000.000 lira para cezası uygulanır.

TKHK'un 20'nci maddesinin ikinci fıkrası uyarınca Bakanlıkça tespit ve ilan olunan usul ve esaslara aykırılığa 500.000.000 lira para cezası uygulanır. Aykırılık öлке düzeyinde yayın yapan radyo ve televizyonlarca gerçekleştirilmişse cezanın on katı uygulanır.

TKHK'un 18'inci maddesine aykırı hareket eden üretici-imalatçı ve ithalatçı hakkında 1.000.000.000 lira para cezası, satıcı-sağlayıcı hakkında ise bu cezanın beşte biri uygulanır. Yine 19'uncu maddenin birinci fıkrasına aykırı hareket edenler hakkında 2.000.000.000 lira para cezası uygulanır.

TKHK'un 11'inci maddesine aykırı hareket edenler hakkında 5.000.000.000 lira para cezası uygulanır. Aykırılık öлке düzeyinde yayım yapan süreli yayın ile gerçekleşmişse cezanın yirmi katı uygulanır. Bakanlık, ayrıca süreli yayın kuruluşundan kampanyanın ve kampanyaya ilişkin her türlü reklam ve ilanın durdurulmasını ister. Bu isteğe rağmen aykırılığın devamı halinde, reklam ve ilanın durdurma zorunluluğunun doğduğu tarihten itibaren her sayı-gün için 100.000.000.000 lira para cezası uygulanır. Bakanlık, kampanyanın ve kampanyaya ilişkin her türlü reklam ve ilanın durdurulması talebi ile Tüketici Mahkemesine başvurur.

Kanunun 16'nci maddesine aykırı hareket edenler hakkında üç aya kadar tedbiren durdurma ve/veya durdurma ve/veya düzeltme ve/veya 3.500.000.000 lira para cezası uygulanır. Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre bu cezaları birlikte veya ayrı ayrı verebilir. 16'nci maddeye aykırılık, öлке düzeyinde yayın yapan yazılı, sözlü, görsel ve sair araçlar ile gerçekleşmiş ise, para cezası on katı olarak uygulanır.

Kanun'un 7'nci maddesinin yedinci ve sekizinci fıkralarına aykırı hareket edenlere, kampanya konusu mal veya hizmetin fatura bedeli oranında para cezası uygulanır. Kampanyayı düzenleyen, tüketici kampanyadan ayrıldığında, para

iyadesinde bulunursa bu ceza uygulanmaz. Yine 7'nci maddenin ikinci fıkrasına aykırı hareket edenlere, 7'nci madde hükümlerine uygun kampanya düzenlemeleri için bir hafta süre tanınır. Bu sürenin bitiminde aykırılığın devam ettiğinin tespiti halinde, bu hükmeye aykırı hareket edenlerle 24 ve 24/A maddelerinde belirtilen yükümlülüklerle aykırı hareket edenlere 50.000.000.000 lira para cezası uygulanır.

Yukarıdaki fıkralarda belirtilen para cezaları, fiilin bir yıl içerisinde tekrarı halinde iki misli olarak uygulanır. Para cezaları her yıl başında 765 sayılı Türk Ceza Kanununun ek 2'nci maddesinde zikredilen hükümler uyarınca artırılır.

Bu Kanunda yazılı fiiller hakkında diğer kanunlarda da para cezası öngörülmüşse ağır olan ceza uygulanır.

## **2. Üretimin, Satımın Durdurulması, Malın Toplatılması ve Olduklarından Farklı Görünen Mallar**

TKHK 24'üncü maddesine göre, Satışa sunulan bir seri malın ayıplı olması durumunda Bakanlık, tüketiciler veya tüketici örgütleri, ayıplı seri malın üretiminin ve satışının durdurulması ve satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılması için dava açabilir.

Yine 24'üncü madde hükümlerine göre, satışa sunulan bir seri malın ayıplı olduğunun mahkeme kararı ile tespit edilmesi halinde, malın satışı geçici olarak durdurulur. Mahkeme kararının tebliğ tarihinden itibaren en geç üç ay içinde malın ayıbının ortadan kaldırılması için üretici-imalatçı ve/veya ithalatçı firma uyarılır. Malın ayıbının ortadan kalkmasının imkânsız olması halinde mal, üretici-imalatçı ve/veya ithalatçı tarafından toplanır veya toplattırılır. Toplatılan mallar taşıdıkları risklere göre kısmen veya tamamen imha edilir veya ettirilir.

Ayrıca satışa sunulan bir seri malın, tüketicinin güvenliğini tehlikeye sokan ayıp taşıması durumunda, 4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun hükümleri saklı olup, ayıplı malları satın alan tüketicilerin uğradıkları maddi ve manevi zararlar nedeniyle dava açma hakları saklıdır.

TKHK'un 4'üncü maddesinin altıncı fıkrası hükümlerine tabi bir seri ayıplı malın satışa arz edilmesi durumunda bu madde hükümleri uygulanmaz.

Yine 4822 Sayılı Kanun ile, 4077 sayılı kanunda önceden yer almayan ancak tüketici açısından ciddi problemler yaratan, olduklarından farklı görünen mallar konusu da düzenlenmiştir. Bu düzenlemeye göre, gıda ürünü olmamalarına rağmen, sahip oldukları şekil, koku, görünüm, ambalaj, etiket, hacim veya boyutları nedeniyle olduklarından farklı görünen ve bu sebeple de tüketiciler tarafından gıda ürünleriyle karıştırılarak tüketicilerin sağlığını ve güvenliğini tehlikeye atan malların üretilmesi, pazarlanması, ithalatı ve ihracatı yasaklanmıştır.

Eğer mal piyasaya sürülmüşse, 4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun hükümleri uygulanır ve olduğundan farklı görünen malı satın alan tüketicilerin uğradıkları maddi ve manevi zararlar nedeniyle dava açma hakları saklıdır.

Görüldüğü gibi TKHK'da hükme bağlanan cezai müeyyidelerle de üretici-imalatçı ve ithalatçılar ile diğer satıcılar tarafından ayıplı mal ve hizmetlerin üretilmesini, piyasaya sunulmasını ve tüketicilere satılması önlenmeye çalışılmaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 4077 SAYILI KANUN'A GÖRE TÜKETİCİLER VE SATICILAR ARASINDA ÇIKABİLECEK UYUŞMAZLIKLAR İÇİN ÖNGÖRÜLEN ÇÖZÜM YOLLARI

4077 sayılı TKHK ile düzenlenen hususlarda tüketicilerle satıcılar arasında uyuşmazlıkların çıkması normaldir. Bu uyuşmazlıklar tüketici kredileri, taksitli satışlar, kapıdan ve kampanyalı satışlar, süreli yayınlar, garanti belgeleri gibi konularda çıkabileceği gibi ayıplı mal ve hizmet ifasından da kaynaklanabilir. Tüketicilerin, satın aldıkları bir mal veya hizmetin ayıplı çıkması sonucu satıcılara başvurmaları, ayıplı malın değiştirilmesini talep etmeleri, şayet bir zarar söz konusu olmuşsa bu zararın tazminini talep etmeleri, malın değiştirilmesi, onarımı, geri verilip ödenen paranın istenmesi konularında satıcılarla aralarında bazı problemler yaşanmaktadır.

Bu problemlerin çözümü konusunda tüketicilerin başvurabilecekleri merciler sınırlıdır. TKHK'da satıcı ve tüketiciler arasında çıkan uyuşmazlıkların çözümünde iki yol gösterilmiştir. Bunlardan birincisi, tüketiciler ile satıcıların gerek kendileri gerekse, kanunda öngörülen kuruluşların yardımı ile uzlaşmalarının sağlanmasıdır. İkinci yöntem ise yargı yoluna başvurulmasıdır (m.22-23-Değişik:6/3/2003-4822/29 ve 30 m.).

Son yıllardaki tüketici bilincindeki gelişmeler sonucu işletmeler modern pazarlama ilkelerine daha fazla rağbet eder hale gelmişlerdir. Tüketicilere rağmen, tüketici tatmin ve beklentilerini dikkate almadan, sadece kar elde etme ilkesi günden güne geçerliliğini yitirmektedir. Buna karşılık tüketicileri tatmin etmek, onların arzu ve eğilimlerini dikkate alarak kar sağlamanın daha avantajlı olduğu anlayışı yaygınlaşmıştır. Artık günümüzde birçok alanda satış öncesi, satış sırasında ve satış sonrasında tüketici istek ve eğilimleri hakim düşünce tarzı olarak kabul edilmektedir. Hiç şüphesiz bu gelişmeler tüketicilerle satıcılara arasındaki problemlerin çözümünü kolaylaştırmıştır. Ancak bu yeterli değildir. Tüketicilerle satıcılar arasında hala birçok problem yaşanmaktadır. Gazeteler "tüketici" sayfaları hazırlamakta,

televizyonlar “tüketici programları” düzenlemektedirler. Büyük işletmeler mağazalarında tüketici müracaat ve şikayet birimleri açmakta ve tüketici sorunlarını çözmeyi amaçlamaktadırlar. Gelişmiş ülkelerde, tüketici sorunlarını bu modern pazarlama anlayışı büyük ölçüde çözerken, gelişmekte olan ülkelerde konu ilgili kamu kuruluşlarının aracılığı ile ya da olağan yargılama mekanizmaları tarafından çözülmeye çalışılmaktadır<sup>152</sup>. Ülkemizde ise, tüketici sorunlarının işletmeler tarafından çözümlenememesi halinde, uzlaştırıcı kuruluşların devreye girmesi ya da yargı yoluyla çözüm aranmaktadır.

## § 7. UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜM YOLLARI

Kanun koyucu TKHK'nun amacı başlığını taşıyan m.1'de. “Bu Kanunun amacı kamu yararına uygun olarak, tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik<sup>153</sup> çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini hızlandırmak ve bu konudaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektir” hükmü ile tüketiciyi koruyucu düzenlemelere yer vermiştir. Bu bağlamda, söz konusu düzenleme karşısında tüketicilerin uğrayacağı zararları karşılamak ve ortaya çıkan uyuşmazlıkları çözümlenmesi konusunda ayrıca bir düzenleme konusu yapıldığı görülmektedir, Buradaki incelememizde, bu Kanun kapsamında tüketici ile satıcı veya üretici arasında çıkacak uyuşmazlıkların nerede, hangi prosedür altında ve nasıl çözümleneceğine ilişkin hususlar üzerinde durulacaktır. Derhal ifade etmek gerekirse, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun tüketiciler ile satıcı ve üreticiler arasında ortaya çıkabilecek uyuşmazlıkların çözümünde iki önemli müesseseye yer vermiş bulunmaktadır. Bunlar: Tüketici Sorunları Hakem Heyeti (TKHK m. 22-

<sup>152</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 225.

<sup>153</sup> Bir hak üzerinde uyuşmazlığa düşmüş olan iki tarafın, anlaşarak bu uyuşmazlığın çözümünü özel kişilere bırakmalarına ve uyuşmazlığın bunlar tarafından incelenip karara bağlanmasına tahkim denir. Uyuşmazlığın çözümünün kendilerine bırakıldığı bu kimselere ise hakem denir. Tahkim, taraflar arasındaki uyuşmazlığın Devletin yargı organları aracılığıyla çözümleneceğine ilişkin tek istisnasını oluşturmaktadır. Tahkim, düzenleniş itibariyle mecburi ve ihtiyari tahkim olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Gerek mecburi gerek ihtiyari tahkimde olsun, hakem ya da hakem kurulunun verdikleri kararlar tıpkı mahkeme kararları gibi maddi anlamda kesin hüküm teşkil ederler. Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz.; Baki KURU, **Hukuk Muhakemeleri Usulü**, C. IV. B. 5, İstanbul 1991, s. 3965 vd.; Baki KURU, **Hukuk Muhakemeleri Usulü El kitabı**, İstanbul 1995, s. 1083 vd.; Baki KURU/Ramazan ARSLAN, ve Ejder YILMAZ, **Medeni Usul Hukuku**, Ders Kitabı. B. 7. Ankara 1995, s. 724 vd.; Saim ÜSTÜNDAĞ, **Medeni Yargılama Hukuku**, C. I-II, B. 5. İstanbul 1992, s. 913 vd.

Değişik:6/3/2003-4822/29 m.) ile Tüketici Mahkemeleri (TKHK m.23-Değişik:6/3/2003-4822/30 m.)'dir. Şimdi 4077 sayılı TKHK çerçevesinde tüketiciler ve satıcılar arasında ortaya çıkabilecek uyuşmazlıklara ilişkin çözüm yollarını ele alacağız.

## I. UYUŞMAZLIKLARIN UZLAŞMA YOLUYLA ÇÖZÜMÜ

Tüketici haklarının korunması her şeyden önce sorunların, mahkemeye intikalinden önce çözülmesini gerekli kılmaktadır. Bu çözüm hem daha hızlı, hem de daha az masraflı olacaktır. Sorunların bu şekilde çözülebilmesi için, tarafların uzlaşmaları gerekmektedir. Uzlaşma ise üç şekilde olabilir. Birisi, tarafların kendi aralarında anlaşmalarıdır. İkincisi, bazı tüketici örgütleri ya da bazı kuruluşlar aracılığı ile tarafların uzlaştırılmasıdır. Üçüncü yöntem ise kanunda özel bir organ olarak düzenlenmiş bulunan Tüketici Sorunları Hakem Heyetinin uzlaştırma çalışmaları çerçevesinde sonuç alabilmeleridir.

Burada şunu da ilave etmek gerekir ki, birtakım tüketici örgütlerinin ya da bazı kuruluşların aracılığı ile tüketiciler ile satıcılar arasında çıkan uyuşmazlıklar, uzlaşma yoluyla çözümlenebilmektedir. Bunlara İstanbul Ticaret Odası ve TSE'yi örnek gösterebiliriz<sup>154</sup>. Konuyu biraz açacak olursak, TSE mallar ve hizmetler için belirli standartlar hazırlamaktadır. Bu standartlara uygun olarak mal ve hizmet üreten işletmelere ve söz konusu ürünlere TSE belgesi verilmektedir. Bu mal ve hizmetlerden dolayı gelen şikayetleri inceleyerek ilgili işletme ile tüketici arasındaki uyuşmazlık çözüme kavuşturulmaktadır<sup>155</sup>.

İstanbul ticaret Odası da, bünyesinde bir tüketici şikayetleri masası oluşturarak, tüketicilerin şikayetlerini dinlemekte ve "gönüllü taahhütnamesi" imzalatırdığı işletmelerle tüketiciler arasında çıkan uyuşmazlıklara çözüm bulmak için arabuluculuk faaliyetinde bulunmaktadır<sup>156</sup>.

Ancak 4077 Sayılı TKHK yürürlüğe girdikten sonra, tüketicilerin mal ve hizmetlerin ayıplı çıkmasından dolayı yaptıkları şikayetler, Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri tarafından ya da Tüketici Mahkemeleri tarafından çözüme kavuşturulmaya başlanmıştır. Bununla birlikte TKHK ile Tüketici örgütlerinin ya da

<sup>154</sup> FERMAN, s. 57.

<sup>155</sup> MAZLUM, s. 16.

<sup>156</sup> FERMAN, s. 57.

kuruluşlarının, arabuluculuk çalışmaları engellenmiş değildir. Bu örgütlerin ve kuruluşların arabuluculuk faaliyetlerine devam etmelerinin, tüketicilerin korunması bakımından faydalı olacağı kanısındayız.

#### **A. Tarafların Anlaşması**

Tüketici ile satıcı veya diğer sorumlu aracı tacirler arasında, ayıplı mal veya hizmet ifası nedeniyle çıkan uyuşmazlıkları Kanunda öngörülen esaslar çerçevesinde kendi aralarında anlaşarak çözebilirler. Ayıplı mal veya hizmeti satın alan tüketici, ayıplı malın satıcısına gelerek, malın ayıplı çıktığını bildirir, satıcıda, satılanı inceleyerek tüketicinin şikayetinin doğruluğunu tespit etmiş olabilir. Bu durumda satıcı, tüketicinin seçimine uygun olarak yöneltile taleplerden birini yerine getirecektir. Tüketici, akli feshederek satılanın ayıpsız misli ile değiştirilmesini istiyorsa, ayıplı satılanı ayıpsız misli ile, ayıplı satılana ödediği parayı geri istiyorsa, satıcı bunu yerine getirebilir. Tüketici satılanın tamirini istiyorsa bunu yerine getirebilir veya ücretten indirim yapabilir. Ayrıca tüketicinin ayıplı mal veya hizmet dolayısıyla ortaya çıkan başkaca bir zararı varsa bunu tazmin ederek sorunu çözebilirler.

Tüketicinin sorunlarını, işletmelerin bu maksatla oluşturdukları tüketici danışma ve şikayet birimleri de çözebilir. Tüketici şikayet birimleri de, sözleşmenin tarafı kabul edilerek, bu servislerin çözdüğü sorunları da tarafların anlaşmaları ile çözümlenme şeklinde nitelendirmek gerekmektedir.

#### **B. Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Aracılığıyla Uzlaşma**

Kanun koyucu tüketiciler ile satıcı ve üreticiler arasında Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında ortaya çıkabilecek her türlü uyuşmazlıkların mahkemelere intikalinden önce, bu uyuşmazlıkların "tahkim" yoluyla çözümlenmesini amaçlamıştır. Bu amaçla, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 22. maddesinde "Tüketici Sorunları Hakem Heyeti"nin kurulması öngörülmüştür. Nitekim, tüketici sorunları hakem heyetleri tüketiciler ile satıcılar ve sağlayıcılar arasında çıkan uyuşmazlıkları çözümlenmek ve tüketici mahkemelerinde delil olarak ileri sürülebilecek kararları almak üzere kurulur (TKHKm.22;



TSHHY<sup>157</sup>.m.5/I). Tüketici sorunları ile ilgili uyuşmazlıkları çözmek üzere aşağıda ayrıntılı olarak inceleyeceğimiz şekilde “Tüketici Mahkemeleri” kurulması öngörüldüğü halde ayrıca “Tüketici Sorunları Hakem Heyeti” kurulması yoluna gidilmesi, Zevkliler’in de belirttiği gibi temelde tüketicilerin korunmasında gecikmeksizin sonuca ulaşma isteğini yansıtmaktadır.<sup>158</sup>

### 1. Genel Olarak Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile tüketicilerin korunması amacıyla çağdaş sayılabilecek önemli bir düzenleme getirilmiştir. Tüketiciler lehine getirilmiş bulunan bu hakların korunması amacıyla da bazı düzenlemeler yapılmıştır. Ancak bilinmektedir ki, tüketici lehine düzenlemeler yapılması tek başına hiçbir yarar sağlamaz. Sadece kağıt üzerinde bulunan ve hiçbir zaman gerçekleşmeyen, korunamayan veya icra edilemeyen hak, tek başına bir anlam ifade etmez. Tüketicinin durumunda yapılacak olan maddi hukuka ilişkin iyileştirmeler yanında, tüketicinin hakkını koruma yolları hakkındaki bilgi ve imkanlar kendisine sunulmalı, bu konuda bilgilendirilmeli, yargılamadan korkması engellenmeli ve kendisinden daha güçlü davalıya karşı yenilgi korkusu ortadan kaldırmalı veya en aza indirmelidir.

Burada en önemli adım, tüketicinin haklarına, usul subjesi olarak kendisine sunulan olanaklara başvuru imkanını sağlamaktır. Kişinin haklarını bilmesi tek başına hiçbir başarı sağlamaz. Tüketicinin haklarının sağlanması ve temini için, tüketicinin haklarını kolaylıkla ileri sürebileceği sistemin kurulabilmesi gerekir. Tüketicinin haklarını normal bir prosedüre nazaran daha basit, çabuk, ucuz ve hatta parasız şekilde sağlanabilmesi gerekir.

Bu sebeple sadece tüketicinin korunmasıyla ilgili mahkemeler yanında, hakem heyetleri ve buna benzer daireler kurulmuştur. Satıcı tüketicinin talebi doğrultusunda davranmaz ve bu yöndeki talebi yerine getirmezse tek çare bu konuda hakkının temini için bir hukuki koruma sağlanmasıdır.

<sup>157</sup> Tüketici Sorunları Hakem Heyeti Yönetmeliği, 01.08.2003 Tarih ve 25186 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanmıştır.

<sup>158</sup> ZEVKLİLER, s. 229.

## 2. Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin Kuruluş Amacı

Tüketici sorunları hakem heyeti, tüketici ile satıcı arasında Ortaya çıkan uyuşmazlıkların gecikmeksizin çözümlenmesi konusunda kabul edilmiş bir müessesedir. Tüketici ile satıcı arasında çıkabilecek uyuşmazlıkların mahkemeye intikalinden önce tüketici hakem heyetine başvurarak uyuşmazlığın çözümlenmesini istemek, usul ekonomisinin bir gereğidir<sup>159</sup>. Zira, bu yolla hem mahkemelerin yükü azaltılmakta hem de (bugün mahkemelerimizin içinde bulunduğu yoğun iş yükü karşısında davaların uzaması gerçeği ortada iken) taraflar bakımından zaman kaybı önlenerek, tüketicinin zararının süratle tazmin edilebilmesi sağlanabilmektedir<sup>160</sup>. Öte yandan, hakem heyetine götürülen uyuşmazlık da, mahkeme yargılamasının bürokratik etkilerinden kurtarma amacı da taşımaktadır<sup>161</sup>.

Tüketici mahkemelerinin işleyişi açısından tüketici sorunları hakem heyetinin işlevi önem taşımaktadır. Zira, TKHK m. 22/V'e göre, değeri beşyüz milyon liranın altında bulunan uyuşmazlıklarda tüketici sorunları hakem heyetlerine başvuru zorunludur. Bu uyuşmazlıklarda heyetin vereceği kararlar tarafları bağlar. Bu kararlar İcra ve İflas Kanununun ilamların yerine getirilmesi hakkındaki hükümlerine göre yerine getirilir. Taraflar bu kararlara karşı onbeş gün içinde tüketici mahkemesine itiraz edebilirler. İtiraz, tüketici sorunları hakem heyeti kararının 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 kesindir.

TKHK m. 22/VI'e göre, değeri beşyüz milyon lira ve üstündeki uyuşmazlıklarda tüketici sorunları hakem heyetlerinin verecekleri kararlar, tüketici mahkemelerinde delil olarak ileri sürülebilir.

<sup>159</sup> Bundan amaç, taraflar arasındaki uyuşmazlığın zaman, emek ve masraftan tasarruf sağlayarak çözümlenmesidir. Bugün hemen hemen her ülke kanunlarında bu ilkeye yer verildiğini görmekteyiz. Nitekim, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu m. 77'de, "Hakim tahkikat ve muhakemenin mümkün olduğu derecede sürat ve intizam dairesinde cereyanına ve beyhude masrafa meydan verilmemesine dikkatle mükelleftir" hükmüyle bu hususu teyit etmektedir.

<sup>160</sup> Kanımızca, satıcılar ve tüketiciler arasında çıkabilecek hukuki uyuşmazlıkların mahkemelere intikalinden önce, kamu temsilcisinin başkanlığında, satıcı ve tüketici örgütlerinden gelen temsilcilerinden oluşan ve kararları bağlayıcı olmayan bir hakem heyetinin önüne gelmesi, hem mahkemelerimizin yükünü hafifletecek, hem de taraflar açısından zaman kaybını önlemektedir.

<sup>161</sup> ZEVLİLER, s. 229.

Hakem heyetlerinin beşyüz milyon ve üzerindeki uyuşmazlıklarda verecekleri kararlar, uyuşmazlığı kesin olarak çözmeyip, uyuşmazlığın çözümünde esas olacak tüketici mahkemelerinde delil olarak kullanılabilceği hükme bağlanmıştır. Bu da göstermektedir ki, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde oluşturulan Tüketici Sorunları Hakem Heyeti, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu kapsamında (HUMK m 516-538) gerçek bir tahkim kurulu değildir<sup>162</sup>. Bunların verdikleri kararlar sadece beşyüz milyon TL'ye kadar olan uyuşmazlıklarda tarafları bağlayıcı nitelikte olup, bu kararlar İİK'nun ilamları yerine getirilmesi hakkındaki hükümlerine göre yerine getirilir. Ancak, taraflar bu kararlara karşı, 15 gün içerisinde Tüketici Mahkemesinde itiraz edebilirler.

Yeni getirilen düzenleme ile beşyüz milyon TL'ye kadar olan uyuşmazlıklar için, tüketici hakem heyetlerinin tahkim görevini üstlendiği, ancak beşyüz milyon ve üstündeki uyuşmazlıklarda bir "arabulucu" ya da "sulha teşvik edici kurul"<sup>163</sup> olarak nitelendirmek daha doğru olacaktır. Böylece, tüketici hakem heyetinin uyuşmazlıklar hakkında verecekleri kararlarını "bağlayıcı ve delil niteliğinde karar" olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür.

Tüketici sorunları hakem heyetinin kararının bağlayıcı olmayan kararları karşısında verilen kararı kabul etmeyen tarafın, tüketici mahkemesine başvurmadan başka bir çözüm yolu bulunmamaktadır. Bu şekildeki bir çözüm uyuşmazlıkları uzatıcı bir nitelik arz etmektedir. Halbuki, uyuşmazlık halinde tarafların doğrudan mahkemeye başvurmaları halinde, hakem heyetine başvurulması ile verilecek karar arasındaki zamandan ve yapılacak masraftan tasarruf sağlanmış olacaktır. Özellikle, aşağıda görüleceği üzere hakem heyetine başvuruların en geç üç ay içinde çözüme bağlanacağı (TSHHY. m. 12/I) ve hakem heyetinin de, resmi tatile rastlamadıkça, her ayın ikinci ve dördüncü haftalarının ilk günlerinde (yani, onbeş günde bir) toplanacağı (TSHHY.m. 13/I) göz önüne alınırsa, prosedürün gecikmesine sebep olacaktır ki, bu da kanun koyucunun beklediği amacın gerçekleşmemesine yol açacaktır. Bu nedenle, olması gereken Hukuk açısından, mevcut düzenlemenin bu sakıncalı yönünün göz önüne alınarak, tüketici sorunları hakem heyetlerine gerçek

<sup>162</sup> Aynı görüş için bkz.. ZEVKLİLER, s. 229.

<sup>163</sup> Sulh, (iç hukukta) iki tarafın karşılıklı istekleriyle, varolan bir çekişmeyi ortadan kaldırmaları veya çekişmenin ortaya çıkmasına engel olmaları, hukuk yargılamasında sulh. Tarafların serbestçe üzerinde tasarruf edebilecekleri konularda olur. (Bkz. Yılmaz, s. 745)

anlamda tahkim kurulu hüviyeti kazandırılarak, beşyüz milyonu geçen uyuşmazlıklar içinde verdikleri kararların bir mahkeme kararı gibi kesin hüküm oluşturabilmesi sağlanmalıdır<sup>164</sup>.

Öte yandan, kanun koyucunun tüketici hakem heyetlerinin bakmakla yükümlü olduğu işlere yönelik görev alanını sınırlı tuttuğu da söylenebilir. Nitekim TKHK, m. 22/VII'e göre, "25. maddede cezai yaptırıma bağlanmış hususlara ilişkin uyuşmazlıklar, tüketici sorunları hakem heyetlerinin görev ve yetkisi kapsamı dışındadır". Bu bağlamda, söz konusu hükümle ceza yaptırımına bağlanmış hususlara ilişkin uyuşmazlıklar, hakem heyetlerinin görev ve yetki alanı dışında kalmaktadır ki bunlar, tüketici sorunlarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır.<sup>165</sup>

### 3. Tüketici Hakem Heyetlerinin Kuruluşu-Görev ve Yetki Alanı

Ayıplı mal veya hizmet ifasından dolayı ortaya çıkan sorunlar tarafların kendi anlaşmaları ile çözülemeyebilir. Tüketici ayıplı satılanı geri götürdüğünde "satılan mal geri alınmaz" denilebilir. Bu malın üreticisi biz değiliz denilebilir. Bir takım sorumsuzluk kayıtları ileri sürülebilir. Her ne sebeple olursa olsun tüketici, haklı şikayetinin çözülmediği durumlarda TKHK'a göre Tüketici Sorunları Hakem Heyetine başvurabilmek hakkına sahiptir. Tüketici Sorunları Hakem Heyeti, TKHK çerçevesinde kurulmuş ve görev yapan özel yetkili bir organdır.

Tüketici Sorunları Hakem Heyeti, Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca il ve ilçe merkezlerinde, tüketiciler ile satıcılar arasında çıkan uyuşmazlıklara çözüm bulmak amacıyla kurulmuş, belediyelerle koordineli olarak çalışacak kuruluşlardır. Her il ve ilçede en az bir Tüketici Sorunları Hakem Heyeti kurulacaktır (TKHKm.22). Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliğine (TSHHY)<sup>166</sup> göre Bakanlık, büyük şehir statüsünde bulunan illerde ve ayrıca ihtiyaç halinde diğer il ve ilçelerde il müdürlüklerinin görüşü alınarak birden fazla hakem heyeti kurabilir (TSHHY.m.6). Bugün itibariyle Türkiye genelinde, illerde 81, İlçelerde 851 olmak

<sup>164</sup> Aynı görüş için bkz., ZEVKLİLER, s. 230.

<sup>165</sup> ZEVKLİLER, s. 230.

<sup>166</sup> Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği, 01.08.2003 Tarih 25186 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

üzere toplam 932 Tüketici Sorunları Hakem Heyeti kurulmuş ve faaliyete geçmiş durumdadır.<sup>167</sup>

İl hakem heyetleri, il merkezleri sınırları içinde, ilçe hakem heyetleri ise ilçe sınırları içinde görevli ve yetkilidir. Başvurular, tüketicinin mal ve hizmeti satın aldığı satıcının bulunduğu yerlerdeki hakem heyetine yapılır. Kapıdan satışlarla ilgili uyuşmazlıklarda tüketicinin bulunduğu yerdeki hakem heyetine başvurulur.

Tüketicinin ikametgahı ile, satıcının bulunduğu yerin farklı yerler olması halinde, tüketici, başvurusunu ilgili hakem heyetine intikal ettirmek üzere, ikametgâhının bulunduğu yer hakem heyetine de yapabilir.

TSHH'ne başvurmak zorunlu değildir. Ancak tüketici mahkemelerine başvurmak isteyen tüketicinin uyuşmazlık konusu mal ya da hizmetin maddi değerinin beşyüz milyon lirayı aşmadığı durumlarda TSHH'ne başvurmaları zorunludur. Söz konusu uyuşmazlıklar için TSHH'nce verilmiş bir karar olmadıkça tüketici mahkemelerine başvurmaları mümkün değildir (TKHK m.22).

Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin yetkileri dışında kalan hususlar TKHK'un 25. maddesinde cezai yaptırıma bağlanan fiillerle, satıcılarla kamu arasındaki ilişkilerden kaynaklanan ve emredici hükümlerle düzenlenmiş bulunan fiillerdir. TKHK'un 25. maddesinde düzenlenmiş bulunan fiiller, Kanunun emredici hükümlerinin yerine getirilmemesi hallerinde, bu hükümleri ihlal eden kişi ve kuruluşlara verilecek olan idari nitelikli para cezalarıdır. Bu konuda Kanun hangi ihlallere ne kadar para cezası verileceğini açıkça düzenlemiştir. Verilecek para cezaları, TKHK'un 25 inci maddenin bir, dört, yedi, sekiz, dokuz ve onuncu fıkralarındaki cezalar Bakanlık tarafından, diğer fıkralarındaki cezalar o yerin mülki amiri tarafından uygulanır. Ayrıca belirli suçların işlenmesi halinde malın toplatılması, suçlu işletmenin gazetede ilan edilmesi gibi cezalar da düzenlenmiştir. Bu cezaları vermekle tüketici mahkemeleri yetkilidir. Bu nedenle söz konusu hükümlerin ihlal edilmesi hallerinde cezalandırma işlemi yapacak merciler Kanunda açıkça belirtilmiştir. Bu nedenle Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin görev ve yetki kapsamı dışında bırakılmıştır (TKHK m.22 ve TSHHY m.2).

<sup>167</sup> DPT, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Tüketicinin Korunması, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 2001, s. 55.

Büyükşehir statüsünde bulunan illerde kurulan İl Hakem Heyetleri, mal ve hizmet bedeli Bakanlıkça her yıl Aralık ayı içerisinde belirlenecek tutarın üzerindeki uyuşmazlıklara bakmakla görevli ve yetkilidir. Bu bedelin altındaki uyuşmazlıklara Büyükşehir belediyesi sınırları dahilinde kurulu ilçelerdeki Hakem Heyetlerince bakılır (TSHHY m. 5/III). Hakem Heyetleri görev, yetki ve çalışma kapsamı dışında kalan başvuruları doğrudan ilgili kuruluşlara veya hakem heyetlerine intikal ettirirler (TSHHY.m.5/IV).

#### **a. Görev**

Hakem heyetleri, tüketiciler ile satıcı ve sağlayıcılar arasındaki uyuşmazlıkları çözüme bağlamak üzere kurulmuş kuruluşlardır. Aslında tüketiciler açısından uyuşmazlık tüketici ile satıcı ya da sağlayıcı arasında çıkmakta ise de, aslında uyuşmazlık bunlar yanında, bayi, acenta, temsilci, imalatçı-üretici ve ithalatçı bulunmaktadır. Çoğu kez yapımcı-üretici ile tüketici karşı karşıya gelmemektedir. Bunlarla satıcı arasına toptancı, pazarlama şirketi girmektedir. Özellikle rücu ilişkisi açısından bunlarla ilgili uyuşmazlıklar hakem heyetlerinin görevi içinde düzenlenmemiştir. Bu düzenlemenin bu yönde oluşu, tüketici hakem heyetlerindeki uyuşmazlıkların kısa sürede sonuçlanması ve rücu ilişkisi ile ilgili karmaşık sorunların mahkemelere bırakılması düşüncesiyle yapılmış olabilir.

Hakem heyetleri, uyuşmazlık konusunun miktar veya değeri göz önünde tutulmaksızın 4077 sayılı Kanunun 25. maddesi ile ceza yaptırımına bağlanmamış hususlar dışında uyuşmazlıklar hakkında görevli kabul edilmiştir. Bu düzenleme ile kanun koyucu ceza yaptırımına bağlanmış hususlarda mahkeme niteliğine sahip olmayan hakem heyetlerini görevli kılmak istememiştir. Yine verdiği kararlar taraflar arasında bağlayıcı olmayan hakem heyetlerinin ceza yaptırımını konusunda karar vermesi mümkün olmazdı. Bu sebeple kanun bu uyuşmazlıklar hakkında tüketici mahkemelerini görevli saymıştır. Ancak tüketici mahkemesinin görevine giren bir konuda il veya ilçe hakem heyetine başvurulmuşsa, hakem heyeti bu başvuruyu kendiliğinden tüketici mahkemesine intikal ettirir.

Tüketici hakem heyetlerinin görevi dışında kalan uyuşmazlıklar, 4077 sayılı Kanunun; 4/VII. maddesine göre, ayıplı mal üzerine "özürlüdür" ibaresi yazılmamasından; 5/I maddesine göre, vitrin raf ya da açıkça görülebilecek yerde teşhir edilen malı satmaktan kaçınma dolayısıyla; 6/VI fıkrasına göre, yine 6/A, 6/B

ve 6/C maddelerine göre, bakanlıkça belirlenen usul ve esaslarda aykırılık olması durumunda; 7/V. maddesine göre kampanyalı satışlarda satıcının, gerekli bilgileri taşıyan belgeyi vermemesinden; 9/I'e göre, kapıdan satışlarda satıcının, gerekli bilgileri içeren belgeyi vermemesinden; 9/A maddesine göre, mesafeli sözleşmelerde bakanlıkça çıkarılacak tebliğ ile belirlenecek bilgilerin tüketiciye verilmemesi halinde; 10. maddeye göre, tüketici kredisi ile ilgili yükümlülüklere uyulmaması halinde; 10/A maddesine göre, kredi kartı ile ilgili satıcı ve sağlayıcı yükümlülüklerine aykırı davranışları halinde; 11/A maddesine göre, abonelik sözleşmelerine satıcının aykırı davranması halinde; 12.I ve II. maddesi gereğince, etiket ve fiyat listesi koymamaktan; 8/II. maddesine göre, kapıdan satışlardan cayma halinde tüketicinin parasını süresi içinde geri vermemekten ve malı geri almamaktan dolayı; 13/I ve II. maddesi gereğince, garanti belgesi vermemek ve garanti süresi içindeki arızalanmada malı ücretsiz olarak onarmamaktan; 14/ I. maddesine göre, sanayi mallarında kullanma kılavuzu vermemekten; 15/I. maddesine göre, bakım, onarım ve yedek parça hizmetlerini vermemekten; 27/II maddesindeki, yetkili ve görevli kişilerle kuruluşlara gerekli bilgi ve belgelerin gösterilmemesi ve kopyalarının verilmemesinden; 16. madde gereğince yasak ilan ve reklamlarla ilgili hükümlere uymamaktan; 18. maddesine göre, zararlı ve tehlikeli mal ve hizmetlerde bu konudaki açıklayıcı bilgi ve uyarıları koymamaktan; 19. madde gereğince standardına uygun mal satma yükümlülüğüne uymamaktan doğan uyuşmazlıklardır.(m. 25).

Yukarıda sayılan uyuşmazlıklar dışında kalan uyuşmazlıklar hakkında hakem heyetleri görevlidir. Ancak hakem heyetlerinin görevli oldukları konularda da uyuşmazlığın miktarı açısından büyükşehir statüsünde bulunan illerde kurulan il hakem heyetleri ve bunun dışında kalan il ve ilçe hakem heyetleri olarak görevli kılınmıştır (TSHHY m.5).

### **1) Büyükşehir İl Hakem Heyetleri**

Büyükşehir statüsünde bulunan illerde kurulan il hakem heyetleri, uyuşmazlık konusu mal ve hizmetlerin değerine göre, Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca her yıl başında belirlenecek tutarın üzerindeki uyuşmazlıklara bakmakla görevlidir (TSHHY m.5/IV).

## 2) İl ve İlçe Hakem Heyetleri

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.

### b. Yetki

İl hakem heyetleri il merkezi sınırları içinde, ilçe hakem heyetleri ise ilçe sınırları içinde yetkilidir(TSHHY m.5/II). Başvurular tüketicinin mal veya hizmeti satın aldığı veya tüketicinin ikametgahının bulunduğu yerdeki hakem heyetine yapılmalıdır.

Buradaki ikametgahı Medeni Kanun anlamında değil, tüketicinin bulunduğu yer olarak anlamak doğru olur. Kanımızca bir kişi geçici olarak oturduğu yer hakem heyeti aracılığıyla da bu başvurusunu yapabilmelidir.

Tüketici yetkili olmayan bir hakem heyetine başvurursa, yetkisiz hakem heyeti bu başvuruyu yetkili olan hakem heyetine kendiliğinden gönderir (Yönetmelik m.5/IV).

## 4. Hakem Heyetlerinin Oluşumu

Hakem heyetleri bir başkan ve dört üyeden oluşur (TKHK m.22/II). Hakem heyeti başkanlığını, illerde sanayi ve ticaret il müdürü veya görevlendireceği memur, ilçelerde kaymakam veya görevlendireceği bir memur tarafından yürütülür (TSHHY m.7). İllerde sanayi ve ticaret il müdürleri ile, ilçelerde kaymakamlar, il ve ilçe hakem heyetleri başkanı olarak görevlendirdikleri memurları değiştirebilirler. Bunun gibi geçici görev, hastalık ve izin gibi, geçici olarak bu başkanların görev yapamayacak durumda olmaları halinde, bunların yerine geçici olarak atama yapabilirler, Bunun gibi istifa, ölüm, altı aydan fazla sürekli hastalık ve diğer nedenlerle görevine son verilenlerin yerlerine, yenileri atanabilir. Ancak bu suretle atanan kişiler, atandığı üyenin kalan süresi kadar görev yapar (Yönetmelik m.7/VI).

Diğer üyeler,

- a) Belediye başkanının görevlendireceği uzman bir personel,
- b) Baronun mensupları arasından görevlendireceği bir avukat,
- c) Tüketici örgütlerinin seçecekleri bir üye,



d) Satıcının tacir olduğu uyuşmazlıklarda ticaret ve sanayi odasının ya da bunların ayrı ayrı örgütlendiği yerlerde ticaret odasının, satıcının esnaf ve sanatkar olduğu uyuşmazlıklarda illerde esnaf ve sanatkarlar odaları birliğinin, ilçelerde esnaf ve sanatkarlar odalarının görevlendireceği bir üye,

Her il ve ilçede faaliyet gösteren tüketici örgütlerinin tamamı kendi aralarında seçecekleri temsilciyi, o il yada ilçenin hakem heyeti üyesi olarak illerde sanayi ve ticaret il müdürlüğüne, ilçelerde kaymakamlığa bildirir.(TSHHY m.9/I)

Hakem heyetlerinde temsil edilecek tüketici örgütleri; illerde il müdürlükleri, ilçelerde kaymakamlıklar tarafından tespit edilir ve durum bu tüketici örgütüne bildirilir (Yönetmelik, m.9/I).

Yönetmeliğin yayımı tarihinden itibaren en geç bir ay zarfında bu bildirim 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 kimlikleri ve üyesi oldukları örgütlerinin ünvanları il müdürlüklerince toplu halde, 15 gün içerisinde Genel Müdürlüğe bildirilir.

Kanımızca hakem heyetinin beş kişiden oluşması gerekli değildir. Bu beş kişinin bir araya gelmesi genellikle mümkün olamayacaktır Ayrıca kararın yazılması ve imzalanması da zor olabilecektir. Yine hakem heyetinin oluşumu bakımından başkanın hukukçu olmaması eleştirilebilir. Çünkü, hakem heyeti kararlarının bir kısmı kesin hüküm olarak kabul edildiği ve bir kısmının da tüketici mahkemesinde delil olarak kabul edilmesi nedeniyle, bu kararların yazılması ve gerekçelendirilmesi

gecikecektir. Bunun ise hukukçu olmayan başkan tarafından yapılması beklide gereksiz görülebilecektir. Nitekim uygulamada bazı hakem heyeti kararları, hiçbir gerekçe içermeyen taraflara yeteri kadar iddia ve savunma hakkı tanınmadan ve gösterilen deliller titizce incelenmeden verilmektedir.

Buna göre hakem heyetinin oluşumu sağlanamazsa, hakem heyeti başkanı eksik olan üyeyi yazılı olarak bildirir ve bu üye, belediye meclisi tarafından resen doldurulur (TSHHY m.7/IV). Bu şekilde seçilen üyelerin ismi, yapılacak ilk toplantıda belirlenerek başkana bildirilir. Hakem heyetinin kuruluşu, sırasında tüketici örgütü bulunmayan il ve ilçede tüketici örgütlerinden sonradan kurulması halinde, belediye meclisi tarafından tespit edilen üyenin görevi sona erer ve yerine tüketici örgütü temsilcisi görev yapar.

Hakem heyetlerinde görev yapacak olan üyelerin aşağıdaki koşulları taşıması gerekir;

- a) Türk vatandaşı olmak,
- b) 18 yaşından küçük, 70 yaşından büyük olmamak,
- c) 657 sayılı devlet memurları kanununu 48. 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,

## **5. Hakem Heyetinin çalışma Yöntem ve Esasları**

### **a. Başvuru Şekli**

Uyuşmazlıklarla ilgili başvuru, uyuşmazlık konusunu içeren dilekçenin, delil oluşturan ilgili belgelerle birlikte hakem heyetine verilmesiyle yapılır(TSHHY m. 11/I).

Tüketici aynı uyuşmazlık konusu ile ilgili olarak birden çok hakem heyetine başvuramaz. Aksi takdirde diğer taraf lehine derdestlik itirazında bulunma hakkı doğar. Yine tüketicinin uyuşmazlık konusu ile ilgili olarak aynı hakem heyetine birden fazla başvuru yapması durumunda da ikinci fıkra hükümleri uygulanır.

Tüketicinin ayıplı mal nedeniyle somut bir talepte bulunmasının gerekli olmadığı kanısındayım. Tüketicinin satın aldığı maldaki ayıp konusunda yeteri kadar açıklama yapması yeterli olmalıdır. Tüketici, Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun 4. maddesinin ikinci fıkrasındaki seçimlik haklarından birisini kullanarak talepte bulursa bile, hakem heyeti bu taleple bağlı olmamalıdır. Tüketicinin yeteri kadar bilgisi olmaması ve korunması ancak bu şekilde sağlanabilir.

#### **b. Toplantı Yapılması**

Hakem heyeti her ayın ikinci ve dördüncü haftalarının ilk günleri, en az ayda iki defa, bu günlerin tatile rastlaması halinde tatilden sonraki ilk çalışma gününde toplanır. Ancak gündemde görüşülecek bir uyuşmazlık bulunmadığı takdirde toplantı yapılmaz (TSHHY m. 13).

Ayrıca başkanın çağrısı üzerine, öncelikle görüşülmesi gereken konuları görüşmek üzere hakem heyetleri olağanüstü toplanabilir. Bu tür bir toplantı üyelere iki gün önce yazılı olarak bildirilir.

Hakem heyeti bu toplantılarını Bakanlık taşra teşkilatının bulunduğu yerlerde il müdürlüğü veya kaymakamlık binasında yapar.

İllerde il müdürü tarafından, il müdürlüğü personeli arasından, ilçelerde Kaymakam tarafından ilçede görevli devlet memurları arasından en az bir asil 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.

Raportör, hakem heyetinin çalışmalarına ve kararlarına esas olacak;

- a) Dosya ve raporu hazırlamak,
- b) Toplantı gündemini düzenlemek,
- c) Toplantılarda hazır bulunmak,

d) Toplantı tutanaklarını tutmak, karar defterine kaydetmek,

e) Evrak ve arşiv işlerini yürütmek,

f) Başkanın ve hakem heyetinin uygun gördüğü diğer işleri yapmak ile görevlidir. Toplantılarda raportörün oy hakkı yoktur.

Toplantı gündemi başkan tarafından belirlenerek üyelere dağıtılır (TSHHY m. 15/II). Üyeler mazereti olmadıkça toplantıya katılmak zorundadırlar. Mazereti bulunan üyeler ise mazeretlerini toplantıdan önce başkana bildirir (TSHHY m. 17). Birbiri ardına toplam dört toplantıya katılmayan kişinin üyeliği düşer. Mazeretlide olsa, üç aylık süre içinde yapılan toplantıların hiç birine katılmayan üyelerin de üyeliği düşer.

Yönetmelikte hakem heyeti üyelerinin tarafsız kalmalarını sağlamak ve objektif karar verebilmelerini temin etmek üzere, üyelerin kendileri, usul ve furuu ile eşi ve üçüncü dereceye kadar (bu derece dahil) kan ve sihri hısımlarının uyuşmazlıklarının görüşülmesine ve bu uyuşmazlıklar hakkındaki oylamaya katılamayacakları düzenlenmiştir (Yönetmelik, m. 18).

Hakem heyeti en az üç üye ile toplanır ve oturuma katılanların çoğunluğu ile karar verir. Üyelerin çekimser oy kullanması mümkün değildir. Eğer oylar eşit ise, başkanın oy kullandığı taraf çoğunlukta sayılır (TSHHY m. 16).

### **c. İnceleme Şekli**

Hakem heyeti incelemesini, raportör tarafından hazırlanan rapor ve ilgili belgelerin yer aldığı dosya üzerinden yapar. Ancak hakem heyeti gerekli görürse iki tarafı davet ederek dinleyebilir (TSHHY m. 19/I). Çözümü bilirkişi incelemesini gerektiren uyuşmazlık konularında, bağlayıcı olmayan hakem heyeti kararları için bir, bağlayıcı hakem heyeti kararları için birden fazla bilirkişi görevlendirebilir.

Uyuşmazlıkla ilgili olmak şartı ile hakem heyeti her türlü bilgi ve belgeyi taraflardan, ilgili kurum ve kuruluşlardan isteyebilir (TSHHY m. 21).

Hakem heyetine yapılan başvurular başvuru tarih ve sırasına göre en geç üç ay içinde hakem heyetince görüşülür ve karara bağlanır. Buradaki üç aylık sürenin de tavsiye niteliğinde bir süre olduğu ve bu süre içinde karar verilmemişse bunun bir etkisinin olmadığı bilinmelidir. Taraflar gerekçeli olarak talep eder ve bu gerekçe

kabul edilirse, inceleme daha önce gündeme alınarak yapılabilir. Özellikle turistlerin tüketici olarak yaptıkları başvuru üzerine bu başvuruları öncelikle incelenir. Bunun sebebi, bu kişilerin uzun süre Türkiye’de kalmayacak olmasıdır (TSHHY m. 12).

#### **d. Karar ve Etkisi**

Toplantıda görüşülen konular ve alınan kararlar en az iki nüsha olarak toplantı sırasında tutanakla tespit edilir. Tutanak, başkan ve toplantıya katılan üyeler tarafından imzalanır. Bu nüshalardan biri büroda diğeri ise karar defterine yapıştırılarak il müdürlüğü veya kaymakamlık mührü ile köşeleri mühürlenir.

Kararlar beş gün içinde taraflara yazılı olarak bildirilir (TSHHY m. 23). Bu kararlar ayrıca taraf ve sonuçlarını gösterir biçimde illerde il müdürlükleri, ilçelerde ise kaymakamlıklarda duyuru panolarında aylık olarak ilan edilir (TSHHY m. 24).

Hakem heyetlerinin verdiği kararlar, bağlayıcı ve bağlayıcı olmayan kararlar olmak üzere ikili bir yapı arzeder. Hakem heyetinin beşyüz milyona kadar almış olduğu kararlar bağlayıcı olup, bu kararlar için cebri icra yoluna başvurulması mümkündür. Beşyüz milyon ve üzerindeki kararları ise, bağlayıcı olmayıp, Tüketici Mahkemelerinde delil olarak kullanılmaktadır.

Hakem heyetinin verdiği kararda, tarafların adı ve soyadı yanında, istemin özeti, yapılan inceleme, alınan karar ile dayandırıldığı mevzuat hükümleri ve deliller değerlendirilerek gerekçeli olarak yazılmalıdır. (TSHHY m. 22/II)

Hakem heyetlerinin verdikleri kararlar benzer uyuşmazlıklar için emsal oluşturmaz. Sadece verildikleri uyuşmazlıklar hakkında hüküm ifade eder (TSHHY m.20). Kanımızca bu düzenleme isabetli değildir. Zira hakem heyeti aynı tür ayıplı malı satın almış bir tüketiciden birisi lehine, diğerrinin aleyhine karar verebilecektir. Halbuki hakem heyeti kararlarına güvenin sağlanabilmesi için, bu kararların istikrarlı ve yeknesak biçimde uygulanması gerekir. Zira Hakem Heyeti kararlarının bir kısmı yukarıda da ifade edildiği gibi bağlayıcı nitelikte kararlardır. Bağlayıcı olmayan kararların özelliği ise, tüketici mahkemesinde delil olarak kullanılabilmesidir.

#### **e. Hakem Heyeti Giderleri**

Hakem Heyetleri, dörder aylık dönem sonunda hazırladıkları faaliyet raporlarını, dönem bitiminden itibaren 15 gün içinde İl Sanayi ve Ticaret Müdürlüklerine göndermek zorundadırlar (TSHHY m. 25/I). İl Müdürlükleri bu

raporla kendine ulaşan bilgileri. 15 gün içinde Genel Müdürlüğe yazılı olarak bildirir (TSHHY m. 25/II).

Hakem heyeti başkan ve üyeleri ile raportörlere, huzur hakkı veya huzur ücreti olarak, her ay 2000 gösterge rakamının memur aylık katsayısı ile çarpımı sonucu bulunacak miktarı geçmemek üzere Maliye Bakanlığının uygun görüşü alınarak Bakanlıkça belirlenen miktarlarda ödeme yapılır. Gündemde görüşülecek uyuşmazlık konusu olmadığı için toplantı yapılmayan aylarda ücret tahakkuk ettirilmez. Hakem heyeti başkan, üye ve raportörlerinin alacakları huzur hakkı ve ücretinin hesaplanmasında, ay içinde yapılan toplantılardan katıldıkları toplantı sayısı dikkate alınır. (TSHHY m. 26)

Hakem heyetlerinin kuruluş ve çalışmalarına ilişkin tüm giderler, 4077 sayılı kanunun 29. maddesi hükümlerine göre karşılanır. (TSHHY m. 27)

## II. TÜKETİCİ MAHKEMELERİ ARACILIĞIYLA-DAVA YOLUYLA UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜMÜ

### A. Tüketici Mahkemeleri Hakkında Genel Açıklama

Hak aramanın üç temel ilkesi vardır. Ucuzluk, çabukluk ve adalet<sup>168</sup>. Ülkemizdeki mevcut adli sistem içerisinde tüketicilerin sorunlarının çözüme kavuşturulabilmesi hem çok zahmetli ve masraflı, hem de çok uzun sürmektedir. Ayrıca, söz konusu uyuşmazlıkların çözümü bir uzmanlık gerektirmektedir<sup>169</sup>. Kanun koyucu ülkemizin bu durumunu göz önüne alarak, THKK ile tüketicilerin satıcılarla aralarında çıkan uyuşmazlıkları çözüme kavuşturmak amacıyla, Tüketici Mahkemelerinin kurulmasını hükme bağlamıştır (TKHK m.23-Değişik:6/3/2003-4822/30 m.). Tüketici mahkemeleri özel mahkemelerdir. Belirli kişiler arasında çıkan veya belirli uyuşmazlıklara bakmak için özel kanunlarla kurulmuş olan mahkemelere, özel mahkemeler denir. Söz konusu mahkemeler, yalnızca özel kanunlarında gösterilmiş olan işlere ve davalara bakarlar<sup>170</sup>.

Avrupa Topluluğu Bakanlar Konseyince 1975 yılında kabul edilen temel tüketici haklarından birisi, zararının "tazmin edilmesini isteme" hakkıdır. Bu hak

<sup>168</sup> ŞİBİL, s. 31.

<sup>169</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 262.; ŞİBİL, s. 33.

<sup>170</sup> Hakan PEKCANİTEZ, Oğuz ATALAY ve Muhammet ÖZEKES, *Medeni Usul Hukuku*, 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi, 2001, s. 71.; KURU, ARSLAN ve YILMAZ, s. 71.

daha sonra Avrupa Konseyinin 1981 yılı “2. Tüketiciyi Bilgilendirme ve Koruma Programı” ve 1986 tarihli “Tüketiciyi Koruma Politikasını Hızlandırma Programı” içinde de kabul edilmiştir<sup>171</sup>. Temel tüketici hakları arasında kabul edilen bu hakkın temini yargı yolu ile sağlanacaktır. Bu hakkın tüketiciye, basit, çabuk ve ucuz bir şekilde sağlanması gerekir.

Tüketici haklarının düzenlenmesi kadar bu hakların temini ve yerine getirilmesi de önem taşır<sup>172</sup>. Bu amaçla, öncelikle, tüketicinin satın aldığı bir mal ve hizmetle ilgili çıkan uyuşmazlığın çözümü için başvuracağı tüketici hakem heyetleri kurulmuştur (TKHK m.22- Değişik:6/3/2003-4822/29 m.). Tüketici hakem heyetlerinin vermiş olduğu kararları beşyüz milyona kadar bağlayıcı olup, bu kararlara karşı taraflar 15 gün içinde Tüketici Mahkemesine itiraz edebilirler. Bu kararlara karşı yapılan itiraz üzerine, Tüketici Mahkemesinin vereceği karar kesindir. Değeri Beşyüz milyon ve üzeri uyuşmazlıklarda ise, uyuşmazlığın tarafları için karar bağlayıcı olmadığından, bu karar yerine getirilmezse, tüketici mahkemeye başvurabilecektir. Bu konuda bazı ülkelerde özel tüketici mahkemeleri kurulmuş, bazı ülkelerde ise, genel mahkemeler tüketiciler için de görevli olarak kabul edilmiştir.(TKHK m. 22)

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunla, bu Kanunun uygulanmasıyla ilgili çıkacak uyuşmazlıklara bakmakla görevli “Tüketici Mahkemeleri” kurulması öngörülmüştür (TKHK m.23/I-Değişik:6/3/2003-4822/30 m.) Böylelikle medeni yargı örgütü içinde özel mahkemeler arasında yeni bir mahkeme dahil edilmiştir.

Tüketici mahkemeleri bugün için hakim açığı ve ekonomik sebeplerle ayrı mahkeme olarak kurulamamıştır.Tüketici mahkemelerinin hemen kurulabilmesindeki güçlük nedeniyle, 4077 sayılı Kanunun Geçici 1. maddesi ile, tüketici mahkemeleri kuruluncaya kadar bu mahkemelerde görülmesi gereken davalara bakacak mahkemeleri Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu belirler denilmiştir. Bu özel mahkemelerin kısa sürede ayrı mahkeme olarak kurulmasını beklemek hayalcilik olur. Nitekim ülkemizde aslında çok hakimli olarak kurulması öngörülen Asliye

<sup>171</sup> ZEVKLİLER, s. 37.

<sup>172</sup> Hakan PEKCANITEZ, “Tüketici Mahkemeleri”, İstanbul Barosu Dergisi, Cilt 70, Sayı, 4-5-6, 1996, s. 142.

Mahkemeleri hala 469 sayılı Kanunun geçici maddesine dayanarak tek hakimli olarak çalışmaktadır. Yine Asliye Ticaret Mahkemeleri sadece altı ilimizde kurulabilmiştir<sup>173</sup>.

Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu 22.6.1995 tarih ve 437-2 sayılı kararı ile Tüketici Mahkemeleri kurulana değin, 4077 sayılı Kanunun uygulanmasından doğan uyuşmazlıklara değeri ne kadar olursa olsun, ticaret mahkemesi bulunan yerlerde ticaret mahkemelerinin<sup>174</sup>, ticaret mahkemesi bulunmayan yerlerde ise, üç veya daha fazla Asliye Hukuk Mahkemesi varsa, üç numaralı Asliye Hukuk Mahkemesinin, asliye hukuk mahkemesi üçten az ise, bir numaralı Asliye Hukuk Mahkemesi'nin bakması kabul edilmiştir.<sup>175</sup>

Tüketici mahkemelerinin yargı çevresi Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu tarafından belirlenecektir (TKHK m.23- Değişik:6/3/2003-4822/30-I m). Tüketici mahkemelerinin yerine Ticaret ve Asliye Hukuk Mahkemeleri görevli olduğundan, tüketici mahkemelerinin yargı çevresi de Ticaret ve Asliye Hukuk Mahkemelerinin yargı çevresi olacaktır.<sup>176</sup>

Mahkemelere dava açma konusunda tüketiciler üzerinde caydırıcı rolü olan resim ve harçlar da tüketici mahkemelerinde tüketicilerin, tüketici örgütlerinin ve bakanlığın açacağı davalarda uygulanmayacaktır<sup>177</sup> (TKHK m.23/II).

Yargıtay 13. Hukuk Dairesi vermiş olduğu kararlarla "her türlü resim ve harçtan muafliğa" açıklık getirmiştir. Yargıtay'a göre, 4077 Sayılı Kanunun 23. maddesinin ikinci fıkrasında "tüketiciler, tüketici örgütleri ve Bakanlıkça açılacak davalar her türlü resim ve harçtan muafdir" hükmü tüketicilerin, tüketici örgütlerinin, Bakanlığın kolaylıkla dava açmalarına sağlama amacına yöneliktir. Bu nedenle davanın reddi halinde, bunlardan harç alınmaması gerekir. Ancak davanın kabulü

<sup>173</sup> 01.02.2001 Tarih, 24305 Sayılı Resmî Gazetede Yayımlanan Hakim ve Savcılar Yüksek Kurulu Kararı ile, üç büyük ilde (İstanbul, İzmir ve Ankara) Tüketici mahkemelerinin yargı alanı belirlenmiştir.

<sup>174</sup> Ticaret Mahkemelerinin sayısı ne olursa olsun, o yerdeki tüm Ticaret Mahkemeleri Tüketici Mahkemesi sıfatıyla açılan davalara bakmakla görevlidir.

<sup>175</sup> PEKCANITEZ, ATALAY VE ÖZEKES, s. 76. Baki KURU, Medeni Usul Hukuku, Cilt VI, **TARİH**, s. 5740.

<sup>176</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 16.03.1998 Gün ve E. 2021, K. 2371 Sayılı Kararı.; Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 11.06.1996 Gün ve E. 5334, K. 5952 Sayılı Kararı.

<sup>177</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 262.



halinde davalı taraftan harç alınması gerekir.<sup>178</sup>

Yine Yargıtay 13. Hukuk Dairesi bir kararında, .... 4077 Sayılı TKHK'un 23. maddesi İkinci fıkrasında tüketici mahkemeleri nezdinde tüketiciler, tüketici örgütleri ve Bakanlıkça açılacak davaların her türlü resim ve harçtan muaf olduğu belirtilmiştir.... Bu hüküm yukarıda da ifade edildiği gibi, tüketicilerin ve tüketici örgütlerinin kolaylıkla dava açmalarını sağlama amacına yönelik olup, bu nedenle dava açarken bunlar harçtan sorumlu tutulmayacaklardır.<sup>179</sup>

TKHK'un 22. maddesinin 4. fıkrasına göre, uyuşmazlık konusunun 500.000.000 TL'yi geçmediği hallerde, Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerine başvurulmaksızın Tüketici Mahkemelerinde dava açılmaz, fakat Hakem Heyetinin vermiş olduğu karara karşı taraflar Tüketici Mahkemesinde itiraz edebilirler. Bu düzenlemenin nedeni, yeni kurulacak olan Tüketici Mahkemelerinin yükünü hafifleterek tüketicilerin sorunlarının çözümünü hızlandırmaktır<sup>180</sup>.

Tüketici mahkemeleri kuruluncaya değin, bu mahkemelerin görevini Ticaret Mahkemelerinin, Ticaret Mahkemesi bulunmayan yerlerde ise Asliye Hukuk Mahkemelerinin yerine getirmesi doğru bir tercih olmamıştır<sup>181</sup>. Gerçektende bu mahkemeler zaten yoğun iş yükü yanında, tüketici sorunlarına ilişkin uyuşmazlıkları da çözmek zorunda kalacaktır. Bu ise, hem tüketicinin korunmasıyla ilgili kısa sürede sonuçlanması çok önemli uyuşmazlıkların uzun sürmesine neden olacak, hem de tüketicinin korunması dışında kalan uyuşmazlıkların çözümünün de uzamasına neden olabilecektir. Bu açıdan ilk bakışta, tüketici mahkemelerinin ayrı mahkeme olarak kurulmadıkça kuruluşuyla ilgili beklenen yararı sağlayamayacağını söyleyebiliriz.

<sup>178</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 16.03.1998 Gün ve E. 1853, K. 2367 Sayılı Kararı.; Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 19.03.1998 Gün ve E. 477, K. 2521 Sayılı Kararı.; Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 23.03.1998 Gün ve E. 2117, K. 2640 Sayılı Kararı.

<sup>179</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 08.03.1999 Gün ve E. 528, K. 1657 Sayılı Kararı.; Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 06.10.1998 Gün ve E. 7169, K. 8229 Sayılı Kararı.

<sup>180</sup> DPT, Alt Komisyon Raporu, s. 262.

<sup>181</sup> Sabih ARKAN, tüketici kredilerinden kaynaklanan uyuşmazlıkların tüketici mahkemelerinde çözümünün isabetli olduğu hususunun tartışmaya açık olduğunu belirtmektedir. Yazara göre bu yolla, bankalar ve ödünç para verme işleri kanunlarından doğan uyuşmazlıklara bakma konusunda uzmanlaşmış ticaret mahkemeleri devreden çıkarılmış olmaktadır. ("Tüketici Kredileri", Batıder, C. XVIII, S.1-2, s.40) Kanımızca bu endişe ayrı tüketici mahkemeleri kuruluncaya kadar geçerli değildir. Ancak ayrı tüketici mahkemeleri kurulsaydı bile, bu mahkemede görev yapacak hakimlerin uzman hakimler arasından seçilmesi gerekir.

## B. Tüketici Mahkemelerinin Kuruluşu

Hukuk yargılamamızda tüketici mahkemeleri, yargı örgütü içerisinde yer alan genel hüküm mahkemeleri<sup>182</sup> yanında özel konumdaki mahkemelerdir<sup>183</sup>. Bilindiği üzere özel mahkemeler, belli kişi veya meslek grupları arasında ortaya çıkan uyuşmazlıklar ile kapsamı ve alanı kanunla çizilmiş belli uyuşmazlıklara bakmak için özel kanunlarla kurulmuş mahkemelerdir<sup>184</sup>. Bu mahkemelerin görevi genel mahkemelere nazaran istisnai nitelikte bulunduğundan bunlara "istisnai mahkemeler" de denilmektedir. Özel mahkemeler de hüküm mahkemeleri arasında yer almaktadır. Bu mahkemeler, ihtisas isteyen ya da sosyo-politik amaçların ağır bastığı alanlarda kurulan mahkemelerdir<sup>185</sup>. İşte, yargı örgütü içerisinde. Tüketicinin Korunması

<sup>182</sup> Ülkemizde, hüküm mahkemelerinin yapılanması, "469 Sayılı Mekahimi Şer'iyenin Ilgasına ve Mahakim Teşkilatına Ait Ahkamı Muaddil Kanun'a dayanmaktadır. Bu Kanunla, medeni yargı alanında sulh ve asliye mahkemeleri kurulmuştur. Bu mahkemeler, aksi özel bir hükümlerle düzenlenmedikçe, Hukuk yargılanmasına ilişkin bütün dava ve işlere bakmaktadır. Söz konusu mahkemelere bu özelliklerinden dolayı "genel mahkemeler" adı verilmektedir, (bkz. KURU, Usul C. I, s. 41; KURU, Usul El Kitabı, s. 50; ÜSTÜNDAĞ, Usul, s. 47; KURU/ARSLAN/YILMAZ, Usul, s. 74)

<sup>183</sup> Genel mahkemelerin yanında ayrı özel mahkemeler kurulması, Anayasa'nın 37. maddesindeki "kanuni hakim güvencesi" (tabii hakim) ilkesine aykırı değildir. Çünkü, Yargıtay'ında belirttiği gibi, Anayasa m. 37 hükmü, belli bir tür davayı görmek üzere kurulmuş mahkemeler varken, bu davalardan bir veya birkaç kişiye ilişkin belli davaları görmek üzere özel mahkeme kurulmasını kanunlamak için konulmuştur. Yoksa, belli türden olan davalar için, mesala iş davaları için özel mahkeme kurulmasını önlemek üzere değil. (bu konu için bkz. Baki KURU, Ramazan ARSLAN ve Ejder YILMAZ, Medeni Usul Hukuku, 14. Baskı, Ankara: Yetkin Yayınları, 2003, s.89.)

<sup>184</sup> Ülkemizde özel mahkemelere örnek olarak iş mahkemeleri, kadastro mahkemeleri ve fikri ve sınai haklar hukuk mahkemeleri gösterilebilir. Bunun yanında, icra tetkik mercii özel bir yargı organı olarak kabul edilmektedir. (bkz. KURU, ARSLAN ve YILMAZ Medeni Usul Hukuku, s. 89.)

<sup>185</sup> Bugün için özel mahkemelerin kurulmasına yönelik olumlu ve olumsuz olmak üzere iki farklı görüş bulunmaktadır. Öğretide ağır basan ve bizim de katıldığımız görüşe göre, özel mahkemeler kurulmalıdır. Bu görüşün dayanaklarını bir kaç noktada toplamak mümkündür. Öncelikle, özel mahkemelerin kurulması kural olarak genel mahkemelerin yükünü hafiflettiğinden, iş yükü nedeniyle ağır işleyen yargılama faaliyetlerini hızlandırır ve davaların süratle sona ermesini sağlayabilir. Bu da usul ekonomisi (HUMK,m.77) ilkesine hizmet etmektedir. Özel mahkemelerin bakacakları iş ve davalar belirli kişi yahut iş gruplarına göre sınırlandırılması nedeniyle, mahkemelerin yargılama faaliyeti belli alanla sınırlandırılmış olmaktadır. Öte yandan, özel mahkemelerde görülecek davalara genellikle konuyla ilgili ihtisas olan hakimlerin seçilmesi ya da en azından bu alanda belli bir süre tecrübe sahibi olması karşısında verdikleri kararların daha isabetli olması sonucunu doğurabilmektedir. Buna karşılık, öğretideki karşı görüşe göre ise, özel mahkemelerin kurulmasının ardındaki politik, sosyal ve teknik mülahazalar dikkate alındığında bu mahkemelerin gereksizliği vurgulanabilmektedir. Şöyle ki, öncelikle teorik bakımdan özel mahkemelerde görev alan hakimlerin o alanda ihtisas sahibi oldukları ve bu nedenle kararlarının daha isabetli olacağı düşüncesi gerçeği yansıtmamaktadır. Zira, ihtisaslaşmış hakimler ihtisas alanları içinde olan işlerden ziyade mevcut ve yerleşmiş kuralların çerçevesinde hareket ettiklerinden mesleğin gerektirdiği gerçek sorunlarıyla meşgul olmaları kolay değildir. Uyuşmazlıkların çözümünde, devletin genel menfaatlerini dikkate alma yerine, ait olunan uyuşmazlık alanlarına yönelik menfaatlerin ön planda göz önüne alınmasına neden olabilmektedir. Burada hakimlerin halledecekleri iş ve uyuşmazlıklarda ihtisas sahibi olmalarından ziyade genel bilgi ve derin bir hukuk nosyonuna sahip olmaları gerekmektedir. Özel mahkemelerde görev yapacak hakimlerin belli

Hakkında Kanun'un uygulanması ile ilgili olarak çıkacak her türlü uyuşmazlıklara bakmak üzere özel yetkili "Tüketici Mahkemeleri" kurulması öngörülmüştür. Bu bağlamda tüketici mahkemeleri, TKHK m.23 hükmü uyarınca, bu Kanunun uygulamasından doğacak her türlü uyuşmazlığa bakmak üzere kurulmuş mahkeme konumundadırlar. Bu mahkemelerin kurulması, tüketici sorunlarıyla ilgili uyuşmazlıkların elden geldiğince çabuk ve basit bir yoldan çözüme kavuşturulması ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Bugün için ülkemizde genel mahkemelerin iş yükünün fazla olması ve buna tüketici davalarının da eklenmesi durumunda varolan iş yükünün daha da ağırlaşmasına ve bunun da davaların uzamasına neden olacağı bir gerçektir. Ayrıca, genel mahkemelerde kural olarak uygulanan yazılı yargılama usulü de yargılamanın uzamasına neden olabilmektedir. Bu açıdan tüketici uyuşmazlıklarının basit ve hızlı bir şekilde çözümlenmesi amaçlanmaktadır<sup>186</sup>. Öte yandan, satıcılar ile tüketiciler arasında çıkan uyuşmazlıkların yaygınlığı ile çözümün uzmanlık gerektirmesi dikkate alındığında tüketici mahkemelerin kurulması kaçınılmaz bir sonuçtur. Bu gerçek ülkemiz açısından söz konusu olduğu gibi aynı gerekçelerle Avrupa Topluluğu ülkelerinde uzun süreden beri dile getirilmektedir. Nitekim, Avrupa Topluluğu ülkelerinde tüketicinin uğradığı zararların tazmini ile ilgili olarak; yapılacak işlemler, mahkemelerin yapısı, olaya ilişkin özellikli kararların alınması, olayın yönetilmesi, hakimin rolü siyasi partilerin temsil edilmesi, başvurma hakkı, tahkim ve dava açma konuları ele alınmaktadır<sup>187</sup>. Bu bağlamda, Avrupa Topluluğu ülkelerinin tümünde genel mahkemeler yanında özel tüketici mahkemeleri kurulmuş da değildir. Ancak, tüketici uyuşmazlıklarının hızlı bir şekilde çözümlenmesi için çeşitli müesseselere yer verilmiş bulunmaktadır<sup>188</sup>. Nitekim, üye ülkelerin uygulamaları yönünden Fransa'da "hızlı

---

bir alanda ihtisas sahibi olmaları verdikleri kararların her zaman için isabetli olacağı varsayımdan öteye gitmeyeceği gibi, genel mahkemelerde görev yapan hakimlerin de ihtisas isteyen bir alana ilişkin uyuşmazlıkta bilirkişi deliline başvurarak bilgi sahibi olması ve kararını buna dayanak yapması ihtimal dahilindedir. Öte yandan, özel kanunlarla kurulan ve bakacakları işler belirli kişi ya da iş gruplarına göre sınırlandırılan mahkemeler çoğaldıkça, bu mahkemeler arasında da içinden çıkılamayacak derecede görev uyuşmazlıklarının ortaya çıkmasına neden olabilecektir. (Bkz. Ömer ULUKAPI, "Tüketicinin korunması Hakkında Kanun Çerçevesinde Uyuşmazlıkların Çözüm Yolları", Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 5, Sayı 1-2, 1996, ss. 86-87.)

<sup>186</sup> Bkz. ZEVKLİLER, s. 229.

<sup>187</sup> Mete OKTAV, Rezzan TATLIDİL ve Mustafa TANYERİ, Avrupa Topluluğu'nda Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'nin Uyumu, Ankara:TOBB Yayını, 1989, s. 52.

<sup>188</sup> Avrupa Topluluğu ülkelerinde uyuşmazlıkların mahkemeler eliyle çözümü dışında, özellikle Almanya, Lüksemburg, Danimarka ve Hollanda'da tüketici örgütleri bu konuda çok aktiftir. Ayrıca, sulh ve tahkim konusunda üye ülkelerde faaliyette bulunan kuruluşlar, bürolar, özel ve kamunun

mahkemeler”, İrlanda’da “bölge mahkemeleri”, Hollanda’da kişinin tek başına başvurabileceği “basit mahkemeler”, İngiltere’de Ulusal Tüketici Konseyi’nde çözülemeyen konuların aksettiği “basit mahkemeler” sorunları çözmektedir. İspanya dışında diğer Avrupa Topluluğu ülkelerinde normal mahkemeler tüketici uyuşmazlıklarını çözmektedirler<sup>189</sup>. Avrupa Topluluğu ülkelerinden İspanya’da ise, satıcı ile tüketici arasındaki uyuşmazlığı çözmek amacıyla “hakem mahkemeleri” oluşturulmuş olup, bu hakem mahkemelerinin kararları bağlayıcıdır. Söz konusu bu düzenleme, ülkemizdeki düzenlemenin aksine gerçek anlamda bir tahkim oluşturmaktadır. Avrupa Topluluğu ülkeleri dışında, İskandinav ülkelerinde bu alanda önemli düzenlemelere rastlanmaktadır. Nitekim, İsveç’te “Tüketici Ombudsmanlarının verdikleri kararlara, satıcıların uymaması halinde, başvurulabilen ve “piyasa mahkemesi” denilen özel tüketici mahkemeleri kurulmuştur<sup>190</sup>.

Ülkemizde Tüketici Mahkemelerinin teşkilatının belirlenmesi hususunda, TKHK m.23/I’de “Tüketici mahkemelerinin yargı çevresi Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulunca belirlenir” hükmü yer almaktadır<sup>191</sup>. Buna göre, mevcut düzenleme karşısında, tüketici mahkemelerinin yargı çevresi Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulunca belirlenecektir. Aynı bir tüketici mahkemesinin kurulmadığı yerlerde, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’dan doğacak uyuşmazlıklar müddeabihin değerine bakılmaksızın Ticaret veya Asliye Hukuk Mahkemeleri tarafından görülecektir. Uyuşmazlığı giderecek olan mahkemenin kanun koyucu tarafından tayin ve yetkisinin gösterilmesi gerekirken<sup>192</sup>, bunu Hakimler ve Savcılar

---

kurduğu tüketici danışma büroları bulunmaktadır. Bu tüketici danışma büroları, tüketicilerin nereye, nasıl şikayette bulunacakları, yararlanacakları kanuniprocedür gibi konularda aydınlatıcı bilgi vermektedirler. Ayrıca, meslek grupları da benzer yapıda birimlere sahiptir. (bkz. OKTAY, TATLİDİL ve TANYERİ, s. 52.)

<sup>189</sup> Bkz. OKTAV, TATLİDİL ve TANYERİ, s. 52 ; ZEVKLİLER, s. 241.

<sup>190</sup> Bkz. ZEVKLİLER, s. 242.

<sup>191</sup> Bu düzenlemenin mahkemelerin yetkisinin kanunla belirleneceği (Anayasa m.142) hükmüne açıkça aykırı bir nitelik taşıdığı ortadadır. Bu hüküm karşısında, uyuşmazlığı sona erdirecek bir mahkemenin yetkisini kanun koyucunun belirlemesi gerekirken, bunu Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu’na bırakmak kanun yapma yetkisinin hukuka uygun olmayan bir surette devri anlamına gelebilir. (bkz. ZEVKLİLER, s. 242)

<sup>192</sup> Ülkemizde mahkemelerin kuruluşu, Anayasanın m. 142’deki “mahkemelerin kuruluşu kanunla belirlenir” hükmü gereğince, gerek mahkemelerin görevini gerek yetkisini tespit bu kural mutlak bir nitelik taşır. Nitekim, bu husus Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu m.1’de görev açısından “Mahkemelerin görevi kanunla belirlenir”, m.9’da yetki açısından, “Her dava kanunda aksine hüküm bulunmadıkça, açıldığı tarihte Türk Kanunu Medenisi gereğince ikametgâhı sayılan yer mahkemesinde görülür” hükmüyle ifade edilmiştir.

Yüksek Kurulu'na bırakmak kanun koyma hakkının hiçe sayılmasıdır<sup>193</sup>. Kuruluşu kanunla düzenlenen ve özel bir mahkeme konumunda bulunan tüketici mahkemelerinin yargı çevresi de kanunla düzenlenmelidir (AY.m.142; HUMK.m.9). Tüketici mahkemelerinin yargı çevresinin (yetki), fonksiyonu itibariyle idari bir organ olan Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu'na bırakılması ne Anayasanın m. 142 hükmü, ne de Hukuk Usulü Mahkemeleri Kanunu m. 9 hükmü ile bağdaşır nitelikte bir düzenlemedir.

Mevcut durum karşısında tüketici mahkemeleri henüz kurulmamış ve Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu, tüketici mahkemelerinin yargı alanını henüz kesin olarak belirlememiştir. Göreve ilişkin tek düzenlemeye TKHKm.22'de düzenlenen "Tüketici sorunları hakem heyetleri"ne ilişkin hükümde yer vermiştir. Buna göre, tüketici mahkemeleri uyuşmazlık konusunun değeri (2003 Yılı için) 500.000.000 TL'yi aşmadığı durumlarda, tüketici sorunları hakem heyetince bir karar olmaksızın tüketici mahkemelerine başvurulamaz. Değeri (2003 yılı için) 500.000.000 TL'yi aşan uyuşmazlıklar için doğrudan tüketici mahkemelerine başvurulabilir (TKHK m. 22/V).

Özel mahkeme konumunda bulunan tüketici mahkemeleri ile genel mahkemeler arasında nasıl bir ilişki bulunduğu sorulabilir. Bu konuda öğretilerdeki hakim görüşüne göre, özel mahkemelerin buldukları yargı çevrelerinde bu mahkemelerle (dolayısıyla tüketici mahkemeleriyle) genel mahkemeler arasındaki ilişki bir görev ilişkisidir<sup>194</sup>. Azınlıkta kalan diğer görüşe göre ise<sup>195</sup>, bu ilişkinin, asliye Hukuk mahkemeleri ile ticaret mahkemeleri arasındaki iş bölümü ilişkisinin (TTK.m.4: m.5) kıyasen burada da geçerli olmasının ülkemiz gerçeklerine ve Teşkilat Kanunu'na<sup>196</sup> daha uygun olacağı ileri sürülmüştür. Kanımızca, öğretilerdeki

<sup>193</sup> Öğretilerde Zevkliler, bu yetkinin belirli oranda sikanuniiktidarın etkisi altında kalmaya elverişli olan Hakimler ve Savcılar Yüksek Kuruluna verilmiş olmasını, "tabii hakim" ilkesine aykırılık taşıyacağını haklı olarak dile getirmektedir, (bkz. ZEVKLİLER, s. 242).

<sup>194</sup> Görev, belirli bir davaya o yargı yolundaki hüküm (genel ve özel) mahkemelerinden hangisi tarafından bakılacağını gösteren kurallardır. Anayasa m. 142'ye göre. "mahkemelerin görev ve yetkileri kanunla belirlenir". Görev kuralları niteliği gereği kamu düzenine ilişkindir. Taraflar mahkemelerin görevi konusunda görev sözleşmesi yapamazlar Bu sebeple, mahkeme, davanın her safhasında görevli olup olmadığını kendiliğinden göz önüne alır. (ÜSTÜNDAĞ, Usul, s 48; KURU, Usul C. I. s 466; KURU, Usul El Kitabı, s. 209; KURU, ARSLAN ve YILMAZ, Usul, s. 155.)

<sup>195</sup> Necip BİLGE ve Ergun ÖNEN, Medeni Yargılama Hukuku Dersleri, B. 3, İstanbul, 1978, s. 146.

<sup>196</sup> 8.4.1924 tarih ve 469 sayılı Mehakimi Şer'iyenin İlgasına ve Mehakim Teşkilatına Ait Ahkamı Muaddil Kanun.

baskın görüş, bu mahkemelerin kuruluş amaçları ve uyguladıkları yargılama usullerindeki önemli farklılıklar dikkate alındığında görev ilişkisi olarak kabul etmek daha isabetli bulunmaktadır. Bu çerçevede, tüketici mahkemelerinde görülmesi gereken bir dava genel veya özel mahkemelerde ya da genel mahkemelerde görülmesi gereken bir dava tüketici mahkemelerinde açılırsa, ilgili mahkeme gerek tarafların itirazı üzerine gerek kendiliğinden dikkate alarak görevsizlik kararı vermek zorundadır<sup>197</sup>. Görev kurallarına uyulmamış olması bir temyiz sebebi oluşturur (HUMK.m.428/1,2). Görev kuralları dikkate alınmaksızın, görevsiz mahkemenin verdiği (kesinleşmiş) hüküm batıl sayılamaz ve bu nedenle yargılamanın yenilenmesi yoluna başvurulamaz. Öte yandan, ayrı bir tüketici mahkemesi kurulmayan yerlerde, bu mahkemelerin görev alanına giren davalar genel mahkemelerde bakılır. Genel mahkeme, bu davalara tüketici mahkemesi sıfatıyla bakar. Bu durumda kural olarak, davanın genel mahkemede özel mahkeme sıfatıyla açılmış ve mahkemenin de davaya bu sıfatla bakarak karar vermiş olması gerekir. Ancak, ayrı özel mahkeme bulunmayan yerlerde, özel mahkemenin görevine giren bir davanın genel mahkemede bu sıfatla (genel mahkeme sıfatıyla) açılmış olması durumunda (genel mahkemenin, davaya özel mahkeme sıfatıyla baktığını belirtmesi gerekirse de, buna aykırılık bir temyiz (bozma) nedeni oluşturmaz<sup>198</sup>. Bu çerçevede, Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu'nun 22.6.1995 tarih ve 437-2 sayılı kararı<sup>199</sup> ile tüketici mahkemeleri kuruluncaya kadar, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'dan doğan uyuşmazlıklar Asliye Ticaret Mahkemelerinde ya da ayrı bir Asliye Ticaret Mahkemesi kurulmamış olduğu yerlerde ise, söz konusu kararda belirtilen ilgili Asliye Hukuk Mahkemesinde tüketici mahkemesi sıfatıyla dava açılması ve bu sıfatla mahkemelerin davaya bakması gerekmektedir. Adı geçen bu mahkemelerde, tüketici mahkemesi sıfatıyla bu dava açılmamış olsa bile, söz konusu mahkeme tüketici mahkemesi sıfatıyla bu davaya bakmalıdır. Her halükarda mahkeme, görev ilişkisini göz önüne almalıdır. Ayrı bir tüketici mahkemesi kurulmadığı, Asliye

<sup>197</sup> Görev kurallarına aykırılık hüküm kesinleşinceye kadar gerek mahkeme, gerek Yargıtay tarafından kendiliğinden göz önüne alınır. Hüküm kesinleştikten sonra ileri sürülmez. ( Bkz. KURU, ARSLAN ve YILMAZ, Usul, s. 155.) Mahkeme, görevsizlik kararında (HUMK.m.7/1) görevli mahkemeyi bildirmeli ve dava dosyasını bu (görevli) mahkemeye gönderilmesine karar vermelidir (HUMK.m.27; m 193). Görevsizlik kararı bir nihai karar olduğundan temyiz yolu açık olan kararlar bakımından (HUMK.m.427/II) bu görevsizlik kararı tek başına temyiz edilebilir.

<sup>198</sup> KURU, Usul, C. I. s. 467.

<sup>199</sup> Resmi Gazete, 01.02.2001 Tarih, Sayı 24305.

Hukuk Mahkemesinin birden çok daireye ayrıldığı yargı çevrelerinde, yukarıda anılan Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu kararı gereği (Asliye Hukuk Mahkemelerinin) tüketici uyuşmazlıklarına görev ilişkisi içerisinde bakması durumunda, bu mahkemeye (daireyle) diğer asliye Hukuk mahkemeleri (daireleri) arasındaki ilişki de bir görev ilişkisidir<sup>200</sup>.

Burada diğer bir sorun, ayrı bir Asliye Ticaret Mahkemesi bulunan yerlerde tüketici uyuşmazlıklarının görev ilişkisi çerçevesinde çözümleneceği belirlenmekle beraber, o yerde Asliye Ticaret Mahkemesinin birden çok daireye ayrıldığı durumlarda<sup>201</sup> hangi mahkemenin (dairenin) bu uyuşmazlığa bakacağı düzenlenmemiştir. Bu bir eksikliklerdir. Kanunca, genel hükümlerin kıyasen burada uygulanması suretiyle bir sonuca varmak uygun olur. Bu durumda, aynı yargı çevresinde bulunan mahkemelerden her birinin hangi davalara bakacağını düzenleyen bir hüküm mevcut değildir. Bu mahkemeler (daireler) arasındaki iş dağılımının Adalet Bakanlığı tarafından yapılmasını öngören Teşkilat Kanunu m.3, c.3 hükmü de Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiştir<sup>202</sup>. Bu iptal kararından sonra, konuya ilişkin bir düzenleme de getirilmiş değildir. Bu konuda öğretilerde<sup>203</sup> azınlıkta kalan görüş, söz konusu mahkemeler arasındaki iş dağılımının Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu tarafından yapılması gerektiği yönündedir. Ancak, uygulamada bu iş dağılımının nöbetçi mahkemeler tarafından yapılması yöntemi öğretinin çoğunluğu tarafından da benimsenmiş bulunmaktadır<sup>204</sup>. Bu yöntemin, mevcut boşluk karşısında Asliye Ticaret Mahkemelerinde açılacak tüketici uyuşmazlıkları açısından da geçerli olacağı kabul edilebilir. Bu durumda, tüketici uyuşmazlıklarına özel mahkeme (tüketici mahkemesi) sıfatıyla bakacak olan Asliye Ticaret Mahkemesi ile o yerdeki aynı konumdaki mahkemeler ile diğer mahkemeler (örneğin, Asliye Hukuk Mahkemesi, Sulh Hukuk Mahkemesi, İş Mahkemesi gibi) arasındaki ilişki bir görev ilişkisi olarak telakki etmek gerekecektir<sup>205</sup>. Netice

<sup>200</sup> KURU, Usul, C. I, s. 468.

<sup>201</sup> Ülkemizde bugün için ayrı ticaret mahkemesi yalnız Ankara, İstanbul, İzmir, Mersin, Bursa ve Kadıköy gibi bazı yerlerde bulunmaktadır.

<sup>202</sup> Bkz. Anayasa Mahkemesi Kararı, 7.4.1977. 5/45 (RG., 11.6.1977, S. 15963).

<sup>203</sup> BİLGE ve ÖNEN, s. 34.

<sup>204</sup> Bkz. KURU, Usul, C. I, s. 45; ÜSTÜNDAĞ, Usul, s. 49.

<sup>205</sup> Oysa, bir yerdeki birden fazla ticaret mahkemelerinin kendi aralarındaki ilişki bir "adi (basit) işbölümü" ilişkisidir. Başka bir deyişle, yalnız bir iç ilişki olup, bu durumda bir yerde birden fazla ticaret mahkemesi arasındaki iş dağılımı oradaki nöbetçi ticaret mahkemesi tarafından yapılır. Bu iş

itibariyle tüketici mahkemelerinin görevi konusunda kanun koyucunun getirdiği hükümlerle, buna istinaden Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu'nun yukarıda incelediğimiz düzenlemesi bir çok noktada yetersiz kalmaktadır.

Ayrıca, tüketici mahkemelerinin tek hakimle görev yapan mahkemeler mi, yoksa toplu mahkeme mi olacağı konusunda Kanunda açık bir hüküm bulunmamaktadır<sup>206</sup>. Bu konuda hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu da henüz bir karar almamıştır. Oysa, tüketici mahkemelerinin bulunduğu İsveç'te bu mahkemeler birer toplu mahkeme niteliğinde olup, üyelerinin üçte biri hukukçulardan, üçte biri tüketici temsilcilerinden, üçte biri de sanayi ve ticaret kuruluşlarının temsilcilerinden oluşmaktadır<sup>207</sup>.

### C. Tüketici Mahkemelerinde Görev ve Yetki

Tüketici mahkemeleri, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un uygulaması ile ilgili olarak ortaya çıkacak her türlü uyuşmazlığa bakarlar (TKHK m.23/I). Buna göre; örneğin, ayıplı bir mal veya hizmet karşısında tüketicinin satıcıya karşı talep hakları değiştirme talebi, bedelin ödenmesi, ücretsiz tamir hakkı, tazminat talebi dava konusu yapılabilecektir. TKHK m.24/I gereğince, satışa sunulan bir seri ayıplı malın üretiminin ve satışının durdurulması, satış amacıyla elinde bulundurulardan toplatılması için açılacak davalar ile TKHK m.16 hükmü çerçevesinde Sanayi ve Ticaret Bakanlığının ticari reklam ve ilanının durdurulması ve/veya aynı yöntemle düzeltilmesini ilgililerden istemesine rağmen bu aykırılığın sürmesi halinde, bu ticari reklam ve ilanının durdurulması ve/veya aynı yöntemle düzeltilmesi talepleri tüketici mahkemelerinin görevine girer. Bunun gibi, satışa sunulan seri malı satın alarak ayıplı olmasından dolayı zarar gören tüketicilerin uğradıkları maddi ve manevi zararlar nedeniyle tek tek dava açma hakları da vardır. (TKHK m.24/IV). Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un uygulaması ile ilgili

---

bölümüne taraflar itiraz edemezler. Buna karşılık, asliye ticaret mahkemeleri ile asliye hukuk mahkemeleri arasındaki ilişki bir iş bölümü ilişkisi olup, bu iş bölümü ilişkisi doğrudan Kanuna (TTK.m.5/II;m.4) dayanmaktadır. Burada taraflar iş bölümü itirazında bulunabilirler (TTK.m.5/III). (Konu ile ilgili olarak bkz. KURU, ARSLAN ve YILMAZ, Usul, s. 216 vd. ; PEKCANITEZ, ATALAY VE ÖZEKES, S. 111 vd.)

<sup>206</sup> Ülkemizde bugün için, toplu mahkeme sistemi Teşkilat Kanunu'nda öngörüldüğü şekilde sadece Asliye Ticaret Mahkemelerinde uygulanmaktadır. Buna göre ticaret mahkemeleri, tamamı meslekten olan, bir başkan ve iki üye hakimden oluşan birer toplu mahkeme konumundadır (Teşkilat Kanunu m. 1/I).

<sup>207</sup> Bkz. ZEVKLİLER, s. 244.; Fakat PEKCANITEZ, ATALAY ve ÖZEKES, s. 76'da, tüketici mahkemelerinin tek hakimle kurulacağını öngörüldüğünü ifade etmektedirler.



olarak, ihtiyati tedbir (HUMK.ni.101 vd.) talepleri hakkında karar vermek de tüketici mahkemelerinin görev alanına girer.<sup>208</sup>

## 1. Görev

4077 sayılı Kanununun 23. maddesine göre, tüketici mahkemeleri, Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun uygulanmasıyla ilgili uyuşmazlıklara bakmakla görevlidir. Böylelikle tüketici mahkemelerinin görevi Tüketicinin Korunmasıyla Hakkındaki Kanunla çizilmiştir.

Uyuşmazlık konusu mal veya hizmetin 500.000.000 liradan daha az olması halinde, hakem heyetince verilmiş bir karar olmaksızın, tüketici mahkemesine başvurulamaz. 5000.000.000 liranın altındaki uyuşmazlıklar için öncelikle hakem heyetine başvurulmuş olması zorunludur. Bu bir özel dava koşuludur. Bu koşulun gerçekleşip gerçekleşmediğini mahkeme kendiliğinden araştıracaktır. Kararların bağlayıcı veya delil olacağına ilişkin 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. (TKHK m. 22/VI).

Buradaki miktar her yıl arttırıldığı için, mahkemenin hangi tarihteki değeri göz önünde tutması gerekir. Bu konuda iki ayrı süre akla gelebilir. Birincisi, başvuru nedeni uyuşmazlıkla ilgili tüketici ile satıcı arasındaki hukuki işlemin veya haksız fiilin vuku bulduğu tarihte geçerli olan miktar, ikincisi, uyuşmazlığın mahkeme önüne götürüldüğü tarihte geçerli olan miktar. Örneğin, tüketicinin satın aldığı malla ilgili uyuşmazlık hakkında, tüketici mahkemesine başvurmak istediğinde, hakem heyetine gitmesini gerektiriyor, fakat mahkemeye başvuru tarihinde bu miktarın altında kalıyor olabilir. Kanımca hakem heyetine başvuruyu zorunlu kılan miktar arttığına dahi, bu yeni miktara göre değil, satın alma sırasındaki değere göre hakem heyetine başvurunun zorunlu olup olmadığı belirlenmelidir. Aksi takdirde, tüketici belli bir süre bekleyerek hakem heyetine başvurmadan tüketici mahkemesine başvurabilir. Bu ise, hem özel dava şartının yerine getirilmemesi, hem de öncelikle hakem heyetine başvurarak uyuşmazlığın mahkeme önüne götürülmeden daha basit daha ucuz ve daha kısa sürede çözümlenmesindeki faydanın göz ardı edilmesi olur.

<sup>208</sup> Konu ile ilgili ayrıntı için bakınız, KURU, Usul, Cilt VI, s. 5741 vd.

Birden fazla maddi tazminat talep ediliyorsa veya maddi ve manevi tazminat birlikte talep ediliyorsa, miktar, zararın toplamına göre belirlenir, 500.000.000 liranın altındaki bir uyuşmazlık hakkında hakem heyetine başvurulmuş ve daha sonra mahkemeye müracaat edilmek isteniyorsa, uyuşmazlık 400.000.000 liranın altında olsa bile görevli mahkeme, asliye veya varsa asliye ticaret mahkemesi olacaktır. Bir başka ifade ile, asliye ve varsa asliye ticaret mahkemeleri uyuşmazlığın miktarına bakılmaksızın görevli kabul edilmiştir. Konuya ilişkin Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 05.12.1998 Gün ve E. 10401, K. 980 Sayılı Kararında ....durum böyle olunca, davaya miktara bakılmaksızın ticaret Mahkemesinde bakılması gerekirken Sulh Hukuk Mahkemesinin görevine girdiğinden bahisle dava dilekçesinin görev yönünden reddine karar verilmesi usul ve yasaya aykırı olup bozma nedenidir... denilmiştir.<sup>209</sup>

Tüketici mahkemelerinin yerine görev yapacak asliye ticaret veya asliye hukuk mahkemeleri, kendi yargı çevreleri içindeki uyuşmazlıkları çözümleneceklerdir<sup>210</sup>.

Tüketici mahkemelerine başvurabilmek için, illerde 500.000.000 TL'nin altındaki uyuşmazlıklarda tüketiciler Tüketici Hakem Heyetlerine başvurmak zorundadırlar. Ancak, taraflar bu kararlara karşı 15 gün içerisinde Tüketici Mahkemesine başvurabilirler. Değeri 500.000.000 TL ve üzerindeki uyuşmazlıklarda ise, tüketiciler Hakem Heyetine başvurmaksızın Tüketici Mahkemelerine başvurabilirler.<sup>211</sup>

<sup>209</sup> Nazif KAÇAK, *Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu*, Ankara: Seçkin Yayınları, 2002, s. 263.

<sup>210</sup> 4077 sayılı kanunun 23. maddesinin ikinci fıkrasına göre, tüketici mahkemelerinin yargı çevresi, Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulunca belirlenir. Zevkliler, bu düzenlemenin Hukuk Usulü Muhakemeleri kanununun 1. maddesindeki "Mahkemelerin görevi kanunla belirlenir" hükmüne ve 9. maddesindeki "Her dava, kanunda aksine hüküm bulunmadıkça, açıldığı tarihte davalının Türk kanunun Medenisi gereğince ikametgahı sayılan yer mahkemesinde görülür" hükmüne aykırı olduğu görüşündedir. (ZEVKLİLER, ss. 242-243) Mahkemelerin yargı çevresi ile mahkemelerin görevi farklıdır. Görev, mahkemelerin miktar itibariyle bir davaya bakma yetkisidir. Yargı çevresi ise, yer itibariyle yetki ile ilgilidir. (Baki KURU, *Hukuk Muhakemeleri Usulü El Kitabı*, İstanbul 1995. s. 129).

<sup>211</sup> 13 Aralık 2003 Tarih ve 25315 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 4822 sayılı Kanun ile Değişik 22 nci ve Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği'nin 5 inci Maddelerinde Yer Alan Parasal Sınırların Artırılmasına İlişkin Tebliğ (TRKGM-2003/04) gereğince, 4077 sayılı Kanunun; değişik 22 nci maddesinin altıncı fıkrasında, tüketici sorunları hakem heyetlerinin kararlarının bağlayıcı olacağına ilişkin üst veya tüketici mahkemelerinde delil olacağına ilişkin alt parasal sınır, 580.500.000,- (beşyüzseksenmilyonbeşyüzbin) TL.. Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri Yönetmeliği'nin 5 inci maddesinin üçüncü fıkrasında, büyükşehir statüsünde bulunan illerde faaliyet gösteren il hakem

## 2.Yetki

Tüketici mahkemelerinin yetkisi konusunda 4077 sayılı Kanun ile özel bir düzenleme getirilmemiştir. Bunun anlamı, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu'ndaki genel ve özel yetki kurallarının bu davalarda da geçerli olacaktır.<sup>212</sup>

Yetkili mahkeme konusunda özel bir yetki kuralı düzenlenmediğine göre, öncelikle davalının ikametgahı mahkemesi (HUMK m.9) yetkili olacaktır<sup>213</sup>. Bu konuda özel bir yetki kuralı düzenlenerek, Tüketicinin kendi ikametgahında da dava açabileceği düzenlenmiştir (m. 23/III). Böylece satıcıya karşı çoğu kez güçsüz olan tüketicinin, satıcının ikametgahında dava açmak zorunda bırakılmasının önüne geçilerek, tüketicinin korunması sağlanmıştır.

Bununla Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanununun 1. maddesindeki, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimleri özendirilmiş ve ekonomik çıkarları korunmuştur. Çünkü, tüketici çoğu kez satıcının ikametgahında dava açmayı, masraflar nedeniyle göze almayabilecektir. Kanımca tüketicinin korunabilmesi, bu konuda sadece hak tanımakla değil, bu hakkına kavuşması için önüne çıkan maddi ve şekli hukuka ilişkin engellerin kaldırılmasıyla sağlanabilir. Bu engellerden birisi de 4822 sayılı kanun çıkarılmadan önce, tüketicinin kendisine nazaran daha güçlü olan satıcının ikametgahında dava açmak zorunda kalması idi, kanun ile bu engel ortadan kaldırılmıştır.

Ayıplı maldan ve/veya ayıplı malın neden olduğu her türlü zarardan dolayı tüketiciye karşı satıcı, bayi, acenta, imalatçı-üretici ve ithalatçı ve 10. maddenin 5. fıkrasına göre, kredi veren ayıplı maldan ve tüketicinin bu madde de yer alan seçimlik haklarından dolayı müteselsilen sorumlu tutulmuştur(TKHK m. 4/III). Yargıtay'ın içtihatlarında da ... ayıplı malın satışından dolayı tüketiciye karşı satıcı, bayii, acenta, imalatçı, üretici ve ithalatçı müştereken ve müteselsilen sorumludurlar... denilmiştir<sup>214</sup>. Bu tür birden fazla kişinin sorumlu olması halinde

---

heyetlerinin uyuşmazlıklara bakmakla görevli ve yetkili olmalarına ilişkin parasal sınır, 1.500.000.000,- (birmilyarbeşyüzmilyon)TL olarak 01/01/2004 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere tespit edilmiştir.

<sup>212</sup> PEKCANITEZ, s. 147.

<sup>213</sup> Davacı davalının bulunduğu yere gidecektir (actor sequitur rei).

<sup>214</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 11.12.1997 Gün ve E. 9164, K. 10305 Sayılı Kararı.

dava açılması halinde, dava, davalılardan birisinin ikametgahı mahkemesinde açılabilir(HUMK m.9/II)<sup>215</sup>.

Tüketici örgütleri, ayıplı malın üretiminin, satışının durdurulması ve satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılması için dava açabilecektir. Üretimini durdurulması için açılacak dava, bu malı üreten gerçek kişi veya tüzel kişinin ikametgahı mahkemesinde açabilecektir. Satışının durdurulmasını ise, satışın yapıldığı her yerden isteyebilmelidir. Bu davaların da mutlaka gerçek veya tüzel kişinin ikametgahında açılması gerekli değildir. Yeni kanuni düzenleme ile, tüketici davalarının ikametgahı mahkemesinde de açılacağı ifade edilmiştir. (TKHK m.23/III)

Tüketiciler tarafından açılacak bu davalar ya sözleşmeden ya da haksız fiilden doğacaktır. Sözleşmeden doğan davalarda, HUMK m.10'a göre, taraflarca aksi kararlaştırılmamışsa, akdin ifa edileceği yer veya akdin vuku bulunduğu yer mahkemesi yetkilidir<sup>216</sup>.

İfa yeri iki taraflı sözleşmelerde her taraf için farklı olacaktır. İfa yeri sözleşmede dava açan tarafa göre belirlenecektir. Bunun yanında ifa yeri bazı hallerde açık olmayabilir ya da birden fazla yer düşünülebilir. Örneğin, ayıplı bir malın tamir edilmesiyle ilgili açılacak davada, ifa yeri, tamir edilecek malın bulunduğu yerde yapılabilecek ise, farklı; Buna karşılık başka bir yerdeki atölyede veya merkezde yapılması halinde farklı olacaktır. Bu gibi durumlarda ifa yeri her somut olay bakımından ayrıca tespit edilmelidir<sup>217</sup>.

Sözleşmeden doğan davalarda, ifa yeri mahkemesinin geçerli olabilmesi için, dayanılan geçerli bir sözleşmenin bulunması gerekir. Sözleşmenin batıl olması veya feshinden sonra tazminat talep edilmesi halinde, ifa yeri mahkemesinin yetkisi uygulanmaz. Çünkü bu durumda ortada geçerli bir sözleşme yoktur. Ancak sözleşme feshedilmeden, sözleşmedeki edimin ifasıyla birlikte gecikme sebebiyle oluşan zarar

<sup>215</sup> Davacının sırf davalılardan birisini kendi ikametgahına getirmek amacıyla açtığı belirtiler veya başka delillerle anlaşılırsa, mahkemenin onun hakkındaki davayı ayırarak yetkisizlik kararı vermesi gerekir (HUMK. m.9/III). Bu durumu ancak davalının süresi içinde ileri süreceği ilk itirazı üzerine inceler.

<sup>216</sup> Geçersiz bir sözleşme varsa bu durumda sözleşmeden doğan davalarla ilgili yetkili mahkemede dava açılmaz. Bu davalar sebepsiz iktisap davası olduğundan, genel yetkili mahkeme olan davalının ikametgahı mahkemesinde açılmalıdır. (KURU, s. 147)

<sup>217</sup> ÜSTÜNDAĞ, s. 216.; KURU, ARSLAN ve YILMAZ, Usul. ss. 176-177.; PEKCANİTEZ, ATALAY ve ÖZEKES, ss. 103-104.

talep edilir ya da borcun ifa edilememesi sebebiyle müsbet zarar istenirse, sözleşmenin ifa edileceği yerde davanın açılabilmesi mümkündür<sup>218</sup>.

Akdin vuku bulunduğu yer mahkemesinde dava açılabilmesi için, davalı veya vekilinin davanın açılması sırasında orada bulunması gerekmektedir(HMUK m. 10)<sup>219</sup>. Eğer açılacak dava haksız fiil niteliğinde ise, haksız fiilin vuku bulunduğu yer mahkemesinde açılabilir. Bu durumda tüketici kendi ikametgahında dahi bu davayı açabilecektir.

Gerekli hallerde tüketici mahkemeleri ihlalin tedbiren durdurulmasına karar verebilir. Tüketici Mahkemesince uygun görülen tedbir kararları, masrafı daha sonra haksız çıkan taraftan alınmak ve 29 uncu maddede düzenlenen esaslara göre 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 (TKHK m. 23/ V). Yine, değeri beşyüz milyon liranın altında bulunan uyuşmazlıklarda tüketici sorunları hakem heyetlerine başvuru zorunludur. Bu uyuşmazlıklarda heyetin vereceği kararlar tarafları bağlar. Bu kararlar İcra ve İflas Kanununun ilamların yerine getirilmesi hakkındaki hükümlerine göre yerine getirilir. Taraflar bu kararlara karşı onbeş gün içinde tüketici mahkemesine itiraz edebilirler. İtiraz, tüketici sorunları hakem heyeti kararının icrasını durdurmaz. Ancak, talep edilmesi şartıyla hakim, tüketici sorunları hakem heyeti kararının icrasını tedbir yoluyla durdurabilir (TKHK m. 22/III). Görüldüğü gibi 4822 sayılı Kanun ile birlikte, ihtiyati tedbirler konusunda 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki ana Kanuna özel düzenlemeler getirilmiştir.

#### **D. Tüketici Mahkemelerinde Yargılama Usulü**

Tüketici Mahkemelerinde yargılama usulünü, başvuru şekli, yargılama usulü, tüketici mahkemesinde taraflar ve ispat yükü başlıkları altında değerlendirebiliriz.

##### **1. Başvuru Şekli**

Tüketici mahkemelerine başvuru yazılı dilekçe ile olmalıdır. Zira basit yargılama usulünde de dava dilekçe ile açılır. Basit yargılama usulünde dava dilekçesinden sonra taraflar davet edilirler. Davacının cevaplarını ilk duruşmadan

<sup>218</sup> ÜSTÜNDAĞ, s. 217.

<sup>219</sup> Ayrıca bkz. KURU, ARSLAN ve YILMAZ, Usul, s. 177.

önce vermek zorunluluğu yoktur. Taraflar bütün delillerini ilk duruşmada göstermek zorundadırlar. Karar davalının yokluğunda da verilebilmektedir. Dava adli tatilde de açılabilir ve yürütülebilir. Dilekçe iki nüsha olarak mahkemeye verilir (HMUK.m.508). Dilekçeye davacı delillerini de eklemelidir. Davalı ise esasa cevabını ilk oturumda yazılı veya sözlü olarak mahkemeye bildirebilir.<sup>220</sup>

İsveç'teki düzenlemeye göre tüketici ile satıcı arasındaki yargılama gerçek bir muhakeme şeklinde yürütülmektedir. Buna karşılık normal yargılamaya nazaran hakimnin yani mahkemenin önemli araştırma yükümlülüğünü arttırarak avukat ihtiyacı gereksiz hale getirilmiştir.<sup>221</sup>

İsveç hukukundaki düzenlemeye göre, mahkeme taraflara yargılamayla ilgili yardımda bulunacak ve gerektiğinde açıklamalar yapacaktır. Bu amaçla küçük miktardaki uyuşmazlıklarda her mahkeme görevlisi dava dilekçesi, iddia ve savunmanın hazırlanmasında yardımcı olacaktır. Dilekçeler form şekline getirilmiş ve burada soru formları ile hukukî yardım arayan kişiye yardım edilmekte ve bu şekilde olayın ve kendisinin talebinin açıkça ortaya konulmasını amaçlanmaktadır. Bundan sonra yargıç da olayın aydınlanması için taraflar iddia ve delillerini getirmekte yardımcı olmaktadır<sup>222</sup>.

## 2. Yargılama Usulü

Tüketici mahkemelerinde görülecek davalar, Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'un 23. maddesinin üçüncü fıkrasına göre Hukuk Usulü Muhakemeleri Yedinci babı, Dördüncü Faslı (m. 507- 511) hükümlerine göre yürütülür. Böylece tüketici mahkemelerinde basit yargılama usulünün uygulanması kabul edilmiştir. Basit yargılama usulü, asliye mahkemelerinde uygulanan yazılı yargılama usulüne nazaran daha basit bir usuldür. Ancak bu usulün bugün için uygulamada yazılı yargılama usulünden önemli bir farkı uygulamada kalmamıştır. Hemen hemen her iki yargılama usulü de ayrı biçimde uygulanmaktadır.

Basit yargılama usulünün yazılı yargılama usulüne nazaran en önemli farkı, bu yargılama usulünde, davalının cevaplarını ilk duruşmada verebilmesidir. Bu ise

<sup>220</sup> Mehmet KÖKSAL, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi, İstanbul: TÜKODER Yayını, No: 2, 1995, s. 348.

<sup>221</sup> PEKCANITEZ, s. 149.

<sup>222</sup> PEKCANITEZ, s. 149.

tüketici lehine bir düzenleme değil, genellikle davalı durumunda olan satıcı lehine getirilmiş bir kolaylıktır. Yine de basit yargılama usulünün yazılı yargılama usulüne nazaran en önemli farkı, basit yargılama usulüne ait davaların adli tatilde de görülmesidir.<sup>223</sup>

Delillerin mahkemeye ibrazı açısından basit yargılama usulünde yazılı yargılama usulüne nazaran önemli bir fark bulunmamaktadır. Hakim yargılamanın gecikmesini önlemek için bu yargılama usulünde de duruşmada ibraz edilmeyen deliller için, tarafların delillerin vermelerini her zaman emredebilir. (HMUK m.511/11).

Basit yargılama usulü hakkında düzenlenmiş olan özel hükümler dışında, yazılı yargılama usulüne ilişkin kurallar, basit yargılama usulüne tabi işler hakkında da uygulanır (HUMK m.511/1).

### **3. Tüketici Mahkemelerinde Taraflar**

Tüketici mahkemelerinde tarafları, davacı ve davalı olmak üzere iki ayrı başlık altında ele alabiliriz.

#### **a. Davacı**

Tüketici mahkemesinde Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanuna dayanarak hukuki korunma talep edebilecek herkes davacı olabilir. Ancak asıl olarak davacı olarak tüketiciler, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ve tüketici örgütleri davacı olarak yer alacaktır.

Tüketiciler bireysel olarak satın aldıkları ayıplı mallar nedeniyle uğradıkları maddi ve manevi zararlar nedeniyle dava açabilirler. Buradaki maddi zarar, öncelikle ayıplı malın sebep olduğu ek zararlar şeklinde de oluşabilir. Örneğin, satın alınan ayıplı tüpün, patlaması sonucu alıcının zararı bu yöndedir. Yine ayıplı otomobilin frenlerinin tutmaması, elektrik sistemindeki bozukluk nedeniyle yanarak garajın yanmasına neden olması, ayıplı (bozuk) zeytinyağı nedeniyle hastalanarak uzun süre hastanede tedavi görmesi nedeniyle oluşan zarar gibi. Bu zararı tüketici yanında,

<sup>223</sup> KURU, ARSLAN ve YILMAZ, Usul, s. 889.

satın alınan ayıplı mal nedeniyle zarar gören, birlikte oturduğu kimseler, yanında çalışanlar ve hatta tesadüfen bu mal sebebiyle zarar görenler de talep edebilirler.<sup>224</sup>

Manevi zarar için ise, ayıpla mal nedeniyle manevi tazminatın koşullarının gerçekleşmesi gerekir. Örneğin, göz altındaki kırışıklıkları gidermek amacıyla göz altı kremi alan kişi, bu kremi kullandıktan sonra, yüzünde oluşan lekeler nedeniyle manevi tazminat davası açabilecektir.

Tüketicilerin bireysel olarak açabileceği davalardan birisi de, 25. maddenin dördüncü fıkrası sebebiyle tüketici mahkemesinin tüketicinin satın aldığı bir malı, bu malın toplatılmasına karar vermesi sebebiyle olabilir. Bu şekilde ayıplı olarak satın aldığı bir malı iade etmek zorunda olan bir tüketicinin, bu sebeple uğradığı zarar için satıcıya dava açma hakkı saklıdır (TKHK m.23/IV).

Yine tüketiciler, 4077 sayılı Kanun'un 4. maddesinde belirlenmiş olan, ayıplı malın geri alınarak ödediği bedelin geri verilmesini; ayıbın neden olduğu değer kaybının bedelden indirilmesini ya da ücretsiz tamirini isteyebilirler.

Tüketicinin yanında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile tüketici örgütleri de dava açabilir (m.24/I). Bakanlık, ayıplı seri malın üretiminin ve satışının durdurulması ve satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılması için dava açabilir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Kanun'da kendisine verilen yetkiler çerçevesinde ve özellikle Reklam Kurulu'nun (TKHK m.17) ve Tüketici Konseyi'nin (TKHK m.21)<sup>225</sup> başvuruda bulunduğu durumlarda dava açabilir. Bakanlık ayrıca ticari reklam ve ilanının durdurulması ve/veya ayrı yöntemle düzeltilmesini ilgililerden istemesi halinde, bu istemi yerine getirilmezse, ticari reklam ve ilanının durdurulması ve/veya ayrı yöntemle düzeltilmesi için tüketici mahkemesine başvurabilir (TKHK m.25/VII).

<sup>224</sup> Tüketiciler, Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanuna göre açabileceği bu davalar yanında genel hükümlere göre satın aldığı ayıplı mal nedeniyle, satıcıya karşı genel hükümlere göre çeşitli taleplerde bulunabilirler. Nitekim, alıcı sözleşmeden dönerek ödediği satım parası ile faizini talep edebilir. (BK. m.202 vd.) Buna karşılık alıcıda satılanı elde ettiği yararlarla birlikte geri vermek zorundadır. Yine alıcı dilerse, satım parasının indirilmesini isteyebilir. Alıcının sözleşmeden dönme iradesini açıklamasına karşılık, satıcı buna karşı koyarsa, hakim takdir hakkını kullanarak, satım parasının indirilmesine karar verebilir (B.K.m.202/II). Özellikle sözleşmeden dönme üzerine, bu durum alıcıya sağladığı çıkarla orantılı olmayacak ölçüde zarar doğuracak ise, hakim satış parasının indirilmesine karar verebilir. (Mustafa Reşit KARAHASAN, *Sorumluluk Hukuku*, İstanbul: Beta Yayınları, 1995, s. 251.)

<sup>225</sup> Tüketici Konseyinin tek başına dava açma yetkisi bulunmamaktadır. Buna karşılık İsveç'te tüketici konseyinin karşılığı olan Tüketici Ombudsmanının tek başına dava açma yetkisi bulunmaktadır. (ZEVKLİLER, s. 246)



Tüketici mahkemelerinde dava açabilecek olan diğer bir grup, tüketici örgütleridir. 4077 sayılı Kanun'un 3. maddesinin (p) bendine göre, tüketici örgütleri, tüketicinin korunması amacıyla kurulan dernek, vakıf veya bunların üst kuruluşlarını ifade eder<sup>226</sup>. Tüketici örgütlerine dava açma yetkisinin tanınması iki açıdan önemlidir. Birincisi tüketicinin korunması hakkında daha fazla bilgi, eleman ve tecrübeye sahip olan örgütlerin bu konudaki başarı oranının daha yüksek oluşudur. İkincisi ise, tüketiciler tarafından açılacak münferit ve çok sayıdaki davaların sayısının azaltılabilesidir<sup>227</sup>.

Tüketici örgütleri üyeleri kişisel ve özel yararlarını ilgilendiren konularda dava açma hakkına sahip değildirler. Örneğin, tüketici derneği, kendi üyesi olsun veya olmasın, bir tüketicinin satın aldığı bir mal nedeniyle uğradığı zarar için dava açamaz. Bunun gibi dernek üyeleri de tüketici derneğinin açabileceği bir davayı açabilme hakkına sahip değildirler<sup>228</sup>. Tüketici örgütleri kolektif yararların korunmasıyla amacıyla dava açabilmektedir.

Örgütler tarafından dava açılmasının hukuki niteliği tartışmalıdır. Bir görüşe göre, örgüt kamu yararıyla kendi adına talepte bulunmaktadır. Buna karşı olan görüşe göre ise, örgüt tarafından dava açılması, özel davayı takip yetkisi sayesinde başkasına -tüketiciye- ait bir hakkın ileri sürülmesidir<sup>229</sup>.

Tüketici örgütleri tarafından açılacak davalarda, örgütün dava açma yetkisi, öncelikle dernek veya vakfın tüzüğündeki amaçla sınırlanmış olacaktır. Bu dernek tüzüğünde, genel olarak tüketicilerin menfaatlerinin korunması amaçlanmış olabilir. Bu durumda tüketici derneğinin dava açabilme imkânı daha geniştir. Bir de dernek

<sup>226</sup> Alman Genel İşlem Koşulları Kanununun 13. paragrafında; sanayi, ticaret ve sanatkar odalarına da örgüt olarak dava açma yetkisi tanınmıştır. Bunlardan özellikle el sanatlarıyla ilgili olarak, sanatkarlar odası aktif davalar açmıştır. Özellikle tüketici örgütleri sadece dış görünüş itibarıyla tüketicilerin menfaatlerini koruyan davalar açmakta, odalar ise belli grupların menfaatlerini değil, genel olarak dürüst bir tacir ya da ticari ahlak açısından dava açabilir. (PEKCANITEZ, s. 152)

<sup>227</sup> Almanya'da tüketici örgütlerinin dava açması, haksız rekabetle ilgili olarak 1965, genel işlem koşulları ile yönünden ise, 1977 yılından beri kabul edilmektedir. Fransız hukukunda tüketici örgütleri tarafından önleme davası açılması ilk olarak 1973 yılında kabul edilmiştir. Örgüt davasının kabul edilmesiyle üç problem ortaya çıktı: Birincisi hangi tüketici örgütü veya örgütlerinin dava açabileceği, ikincisi örgütlerin açabileceği davalar ve üçüncüsü kolektif zararın belirlenmesi. Hangi örgütlerin tüketici ile ilgili dava açabileceği hakkında üç kriter kabul edildi, Yaşı (en az bir yıl önce kurulmuş olmalı), Etkisi gücü (yayınlarının sayısı ve diğer çalışmaları), üçüncüsü ise, Üye sayısıdır. 1987 yılında bu anlamda 18 milli örgüte bu konuda dava açma hakkı tanınmıştır. (PEKCANITEZ, s. 152)

<sup>228</sup> Baki KURU, Hukuk Muhakemeleri Usulü, Cilt 1, İstanbul, 1990, s. 762.

<sup>229</sup> PEKCANITEZ, ss. 152-153.

bu amacını sadece belli bir alanda sınırlamış olabilir. Örneğin, sadece kira, sigorta ve kredi gibi konularda tüketicilerin menfaatlerinin korunması gibi. Bu durumda tüketici örgütü olarak sadece konuyla ilgili olarak dava açabilecektir<sup>230</sup>.

Ancak asıl sınırlama 24. maddenin birinci fıkrasında getirilmiştir. Buna göre tüketici örgütleri sadece ayıplı seri malın üretiminin ve satışının durdurulması ve satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılması amacıyla dava açabilecektir. Bunun dışında tüketicilerin uğramış oldukları maddi ve manevi tazminat davası açma yetkileri saklı tutulmuştur.

Bakanlık ve tüketici örgütleri tarafından;

\*Üretimin, imalatın durdurulması;

\*Satışın durdurulması,

\*Satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılması amacıyla dava açılabilir.

Bakanlık ve tüketici örgütleri somut olaya göre, açtıkları davada yukarıdaki üç istemi birlikte talep edebilecekleri gibi, birisini veya birkaçını da isteyebilirler. Örneğin, tüketici örgütü ayıplı bir malın hem üretiminin durdurulması ve hem de satışının durdurulmasını isteyebilir. Buna karşılık söz konusu malın eğer üretim ve imalatı yapılmıyorsa, sadece satışının durdurulmasını talep edebilir. Bu davalar ile bu davalar sonunda verilecek kararlar tüketicilerin bireysel olarak açacağı davalardan farklıdır ve bu davalar sonunda verilen kararlardan bireysel olarak tüketiciler etkilenmemektedir. Bu nedenle, 4077 sayılı Kanun'un 4. maddesine göre, tüketicinin satıcının sorumluluğu yoluna başvurduğu durumlarda verilecek kararlar (ki bu kararlar, malın ayıpsız ile değiştirilmesi; ödenen bedelin alıcıya iadesi ve malın satıcıya geri verilmesi; ayıp dolayısıyla alıcının zararının giderilmesi olabilir) tüketici örgütleri tarafından açılacak davalardan etkilenmez.<sup>231</sup>

Bakanlık ile tüketici örgütleri tarafından dava açılabilmesi, seri mal şeklinde bir ayıplı mal için geçerlidir (TKHK m.24/I). Buna karşılık tüketicilerin bireysel dava açmaları halinde, ayıplı malın seri biçimde satışa sunulan bir mal olması gerekmez.(TKHK m.24/IV)

<sup>230</sup> PEKCANITEZ, s. 153.

<sup>231</sup> ZEVKLİLER, s. 247.

Seri mal denilince üzerinde üretim imalat seri numarası yazılı biçimde satışa sunulan mallar anlaşılır. Ancak üzerinde seri numarası bulunmasa bile ayrı çeşit ve cinsten çok sayıda üretilerek piyasaya sürülen mallar da bu kapsama girer. Buna karşılık stoğu bulunmayan ve bir ya da birkaç adet üretilerek piyasaya sunulan bir malın "seri mal" olarak kabul edilmesi mümkün değildir. Örneğin, bir kilim veya bir masa ya da dikilen takım elbise gibi.<sup>232</sup>

Tüketici örgütlerinin dava açabilmesi için, seri malın ayrıca ayıplı olması gerekir. Malın ayıplı olması, maddi ayıplar kadar, hukuki ve ekonomik ayıpları da kapsar.<sup>233</sup>

Hukukumuzda tüketici örgütlerinin tazminat talep etmesi mümkün değildir. Bu konuda tazminat davasını sadece tüketiciler bireysel olarak açabilirler. Bu konudaki kollektif zararın tazminine örnek olarak Fransa verilebilir. Kollektif zararın tüketici örgütleri tarafından talep edilmesinin aslında çok önemli zorlukları vardır. Zira öncelikle zararın tespiti oldukça zordur. Bu konuda, dava açılan somut olaydaki zarar, zarar verici işlemin oluşturduğu kazanç tüketici için zarar verici üretimin anlamı gibi ölçüler esas alınabilir. Ancak uygulamada kollektif zararın tazmini amacıyla açılan davalar genellikle düşük miktarda kalmıştır. Bu miktar genellikle 20.000 Fransız Frangı'nın altında kalmıştır ki bu miktar genellikle yargılama gideri olarak avukatlık ücretinin karşılanması ya da hükmün ilanı veya düzeltici ilanının masraflarını karşılamaya ancak yetecek ölçü içinde kalmıştır<sup>234</sup>.

Aslında kollektif zararın önemi büyüktür. Bu konuda Fransa'daki şu örnek verilebilir. Örneğin, bir şarap fabrikası sattığı şarapları 150 el yerine 148.6 el doldurmakta idi. Bu suretle tüketicilerin uğradıkları zarar şişe başına çok küçük bir miktarda olması sebebiyle bunun tazminini istemek düşünülemezdi. Ancak yılda 50.000.000 şişe şarap üreten bir fabrika için, bu yolla elde edilen haksız kazanç 13.800.000 Fransız Frangı tutmaktaydı<sup>235</sup>.

---

<sup>232</sup> ZEVKLİLER, s. 248.

<sup>233</sup> Alıcının maldan yararlanmasını engelleyen ya da bu olanağı azaltan veya ortadan kaldıran bazı yasaklama ve sınırlamalar söz konusu ise buna hukuki ayıp denir. Alıcının maldan beklediği yararlanma ve kullanma olanağını azaltan, kullanma olanağı bulunsa da malın ekonomik değerini düşüren özelliklere ekonomik kayıp denir. (bkz. ZEVKLİLER, s. 249.)

<sup>234</sup> PEKCANİTEZ, s. 154.

<sup>235</sup> PEKCANİTEZ, s. 154.

Tüketici örgütleri 24. maddenin ilk fıkrasında sayılan davalar dışında dava açamazlar. Örneğin, Bakanlık veya tüketici örgütü tüketicinin satın aldığı bir malın değiştirilmesi, onarılması ya da satış bedelinden indirim yapılmasını talep edemez(TKHK m.24/I).

#### **b.Davalı**

Tüketici veya tüketici örgütleri tarafından açılacak davalarda davalı tarafta ayıplı malı satan. üreten kişi veya kişiler olabilir. Tüketicinin bireysel olarak ayıplı mal ve/veya ayıplı malın neden olduğu her türlü zarardan dolayı tüketiciye karşı satıcı, bayi, acenta, imalatçı-üretici, ithalatçı ve kredi veren müteselsilen sorumlu tutulmuştur. Bu kişilerce ayıplı olduğunun bilinmemesi bu sorumluluklarını ortadan kaldırmaz (TKHK m. 4/III).

Bu kişiler müteselsilen sorumlu tutulduklarından, tüketici bu kişilere karşı birlikte veya içlerinden birisine karşı dava açabilir. Satılan malın ayıplı olduğunun bilinmemesi bu kişilerin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz (TKHK m. 4/III). Bu müteselsilen sorumlu tutulan kişiler arasında ihtiyari dava arkadaşlığı vardır. Çünkü dava konusu borç, bu kişiler arasında ortaktır (HUMK m 43/I). Yine bu kişilerden sadece birisine karşı dava açılması halinde, üçüncü kişiler, davalı taraf yanına ihbar üzerine veya kendiliğinden fer'i müdahil olarak katılabilirler (HUMK m. 53).

Tüketici mahkemelerinde açılacak davalarda davacı tarafta her zaman tüketici yer almayabilir. Bazı uyuşmazlıkta davacı tarafta satıcı da yer alabilir. Örneğin, tüketicinin edimini yerine getirmemesi sebebiyle açılacak davada davalı tarafta tüketici yer alabilir.

#### **4. İspat Yükü**

Tüketicinin korunmasıyla ilgili özel bir ispat yükü düzenlenmemiştir. Bunun sonucu olarak tüketici lehine, gerek ispat yükü gerekse bu ispat yükünün yerine getirilmesinde başvurulacak deliller konusunda bir hüküm bulunmamaktadır. Bu sebeple, bu konuda da genel hükümler geçerli olacaktır. Ancak uyuşmazlıkta birçok ispatı gereken sorun bulunabilir. Örneğin, uyuşmazlık konusu yiyecek maddesinin son kullanma tarihinden önce satın alınıp alınmadığı, temizleyiciye verilen paltonun hatalı olup olmadığı, bu soruların yanında cevaplanması gereken bir diğer soru da, tüketicinin korunmasında kim hangi delillerle bu ispat yükünü yerine getirecektir.

İspat yükü hakkında genel kurala göre, bir vakiyadan kendi lehine haklar çıkaran taraf, o vakiayı ispat etmelidir. Tüketicinin mahkemesinde de ispat yükü özel hükümler dışında bu genel kurala göre belirlenecektir.<sup>236</sup>

Tüketicinin satın aldığı bir malın ayıplı olması sebebiyle açtığı tazminat davasında, malın bozuk olduğunu kanıtlaması gerekmektedir. Zira malın bozuk olması vakiasına dayanarak buradan hareketle tazminat talep eden kendisidir. Yine tüketici uğradığı zararı ve miktarını kendisi ispatlamalıdır. Buna karşılık satıcı eğer tüketicinin malı ayıplı olduğunu bilerek satın aldığını ileri sürüyorsa, bu savunmasını ispat yükü kendisindedir<sup>237</sup>. Yine zamanaşımı gibi maddi hukuka ilişkin savunmaları ispat yükü borçluya ait olacaktır<sup>238</sup>.

Tüketici örgütü olarak bir derneğin dava açması halinde, dernek tüzel kişiliğini ve dolayısıyla dava ehliyetini ispat etmelidir.

Yine bir sözleşmenin ifası talep ediliyorsa, bunu talep eden taraf öncelikle sözleşmeyi ispat etmelidir.

İspat yükünü taşıyan taraf, bu ispat yükünü Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanununa göre göstereceği delillerle ispat edecektir. Eğer ispat yükü üzerine düşen taraf, 40.000.000 liranın üzerinde bir hukuki sözleşmeye dayanarak talepte bulunuyorsa, bu iddiasını ancak kesin delillerle ispat edebilecektir (HUMK m. 288). Eğer meblağ 40.000.000 TL'nin altında ise, senetle ispat zorunluluğunun dışında takdiri delillerle de ispat yükü yerine getirilebilecektir.

## **E. Tüketici Mahkemelerinin Kararları**

Tüketici mahkemeleri tarafından verilecek karar bu davanın tüketiciler ile tüketici örgütleri tarafından açılmasına göre farklı olacaktır. Bu nedenle davanın tüketiciler tarafından bireysel olarak ve tüketici örgütleri tarafından açılmasına göre ayrı ayrı incelemek gerekir.

### **1. Tüketiciler Tarafından Açılan Davalarda**

Tüketiciler tarafından bireysel olarak açılan davanın sonunda mahkeme

<sup>236</sup> Saim ÜSTÜNDAĞ, *Medeni Yargılama Hukuku*, Baskı 6, Cilt I-II, İstanbul, 1997, s. 613.; KURU, ARSLAN ve YILMAZ, s.425.; PEKCANİTEZ, ATALAY ve ÖZEKES, s. 369.

<sup>237</sup> KARAHASAN, s. 276.

<sup>238</sup> PEKCANİTEZ, s. 95.

tüketicinin talebini doğru bulmazsa bu talebi reddedecektir. Bu karar sadece tüketici ile aleyhine dava açtığı kişi hakkında geçerlidir. Tüketicinin talebi kabul edilirse, talebe göre mal bedelinin indirilmesi, ayıplı mal yerine yenisinin verilmesi, ayıplı malın geri alınarak bedelinin geri ödenmesi ve ayrıca talep edilmişse ayıplı mal sebebiyle uğranılan zararın giderilmesine karar verilir. Yargıtay'ın bu konudaki bir içtihadında ... Garanti Belgesi ve Kullanma Kılavuzunun Uygulama Esaslarına Dair Tebliğin 12. Maddesinde öngörülen hususlarda rapor alınarak davacının, güneş enerjisi sistemini yenisi ile değiştirilmesini isteme hakkını kullanıp kullanamayacağı, şayet yenisi ile değiştirme hakkının bulunmadığı anlaşılıyor ise, çoğun içinde azda vardır kuralı uyarınca, dava konusu sistemin davalı tarafından, ücretsiz olarak tamir edilmesine karar verilmelidir... denilmektedir.<sup>239</sup> Bu zarar maddi zarar olabileceği gibi eğer koşulları varsa manevi zarar da olabilir. Örneğin kullandığı bir göz altı kremi nedeniyle göz altındaki kırışıkların yok olması yerine daha da artarak cilt bozukluğunun yol açtığı, ya da zayıflama aletinin kullanılması sonucu omurgalarındaki tahribat nedeniyle dik olarak yürüyemeyen tüketici lehine, manevi tazminata da hükmedilebilir.<sup>240</sup>

## 2. Tüketici Örgütleri Tarafından Açılan Davalarda

Tüketici örgütleri açtığı davada, seri biçimde üretilen ayıplı malın üretiminin durdurulmasını veya satışının durdurulmasını ya da satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılmasını talep etmiş olabilir. Bu talebin reddi halinde diğer tüketici örgütlerinin bu davayı açabilmesi mümkündür. Zira bu davada verilen hüküm sadece dava açan tüketici örgütü hakkında kesin hüküm niteliğine sahiptir.

Davanın kazanılması halinde ise mahkeme tüketici örgütünün talebine göre değişik karar verebilecektir. Zira tüketici örgütü sadece ayıplı seri malın üretiminin durdurulmasını talep etmiş olabileceği gibi, bu malın ayrı zamanda satışın durdurulması ya da toplatılmasını da talep etmiş olabilir. Malın üretimi devam etmiyorsa, mahkeme sadece satışın durdurulmasına karar verebilir. Buna karşılık malın tümü satılmış ise, yeni üretimin durdurulmasına karar verilebilir.

<sup>239</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 08.03.1999 Gün ve E. 528, K. 1657 Sayılı Kararı.

<sup>240</sup> PEKCANITEZ, s. 156.

Satışa sunulan bir seri malın, tüketicinin güvenliğini tehlikeye sokan ayıplı taşınması durumunda, 4703 sayılı Ürünlere İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun hükümleri saklıdır (TKHK m. 23/III).

Satışa sunulan bir seri malın ayıplı olduğunun mahkeme kararı ile tespit edilmesi halinde, malın satışı geçici olarak durdurulur. Mahkeme kararının tebliğ tarihinden itibaren en geç üç ay içinde malın ayıbının ortadan kaldırılması için üretici-imalatçı ve/veya ithalatçı firma uyarılır. Malın ayıbının ortadan kalkmasının imkânsız olması halinde mal, üretici-imalatçı ve/veya ithalatçı tarafından toplanır veya toplattırılır. Toplatılan mallar taşıdıkları risklere göre kısmen veya tamamen imha edilir veya ettirilir (TKHK m. 24/II).

Malın toplanmasına karar veren mahkeme, toplatılan bu malların satıcıya geri verilip verilmeyeceğine de karar verir. Mahkeme bunun için ayıplı malın niteliğinin ve ayıbın niteliğini göz önünde tutar. Toplatılan mallar, taşıdıkları risklere göre kısmen veya tamamen imha edilir veya ettirilir (TKHK m. 24/II).

Mahkeme iadesine karar verdiği bir malı, bu malın toplatılması için yapılan her türlü giderler ödendikten sonra, iade edecektir. Başka bir ifade ile, iadesine karar verilen mallar için yapılan masraflar ödenmezse, bu malların iadesine karar verilemez.

Gerekli hallerde tüketici mahkemeleri ihlalin tedbiren durdurulmasına karar verebilir. Tüketici Mahkemesince uygun görülen tedbir kararları, masrafı daha sonra haksız çıkan taraftan alınmak ve 29 uncu maddede düzenlenen esaslara göre bütçeye özel gelir kaydedilmek üzere, ülke düzeyinde yayınlanan gazetelerden birinde Basın İlan Kurumunca ve ayrıca varsa davanın açıldığı yerde yayınlanan mahalli bir gazetede derhal ilan edilir (TKHK m. 23/V). Yine Kanuna aykırı durumun ortadan kaldırılmasına yönelik Tüketici Mahkemesi kararları ise masrafı davalıdan alınmak üzere aynı yöntemle derhal ilan edilir (TKHK m. 23/VI).

Tüketici örgütleri tarafından açılan ve tüketici örgütlerinin lehine sonuçlanan davalarda verilen kesin hükmün sadece davanın tarafları arasında kesin hüküm etkisini göstermesi gerekecektir. Zira bu konuda 4077 sayılı Kanunla bir düzenleme getirilmemiştir. Bu ise birçok durumda tüketiciler aleyhine kötü niyetli davranışlara neden olabilecektir. Örneğin, ayıplı bir mal üreten bir şirkete karşı açılan davanın kazanılması ve bu malın üretiminin durdurulması kararının kesinleşmesinden sonra,

bu firma veya başka kişi veya firmalar kötü niyetli olarak bu malı başka bir şirket adıyla üretmeye devam edebilecektir. Bu durumda daha önce verilen karar yeni şirkete karşı etkili olmayacaktır. Çünkü kesin hüküm sadece taraflar arasında geçerli olacak ve bunun neticesi olarak yeni şirket bu karardan etkilenmeyecektir<sup>241</sup>.

Bu durumlarda olsa olsa daha önce verilen kesin hükmün ve malın niteliği ile yeni üretilenin ayrı olduğu konusunda hakimde kanaat oluşturularak ihtiyati tedbir kararı ile bu olumsuz durum önlenebilecektir.

Kesin hükmün subjektif etkisi Almanya'da Genel İşlem Koşulları Kanununun 20. paragrafında özel olarak düzenlenmiştir. Tüketici bu paragrafa göre daha önce verilmiş kesin hükmün etkisinden yararlanmak isteyebilir. Aslında kesin hüküm sadece davanın tarafları arasında etkili iken, burada kesin hükmün etkisi genişletilmiştir. Bunun sağlanabilmesi için tüm örgüt davalarının Kartel Dairesine tescili zorunlu kılınmıştır. Mahkeme Genel İşlem Koşulları Kanununun 13 ve 19. paragrafına göre bir davanın açılması üzerine kendiliğinden bu davanın açıldığını ve dava sonunda verilen kararı Federal Kartel Dairesine bildirmektedir. Bu daire herkese dava sonunda verilen hükümlerle ilgili talep üzerine bilgi vermektedir.<sup>242</sup>

## F. Yargılama Giderleri

Tüketici mahkemelerinde tüketiciler Bakanlık ve tüketici örgütleri tarafından açılacak davalar her türlü resim ve harçtan muaf tutulmuştur(m. 23/III). Konuya ilişkin Yargıtay içtihadında ...Tüketici örgütleri, Bakanlık ve tüketiciler tüketici mahkemeleri nezdinde açtıkları davalarda her türlü resim ve harçtan muafır... denilmektedir.<sup>243</sup>

Bu sebeple davanın sonunda davayı kaybeden aleyhine yargılama gideri olarak başvurma ve karar ve ilam harcına mahkumiyet söz konusu olmaz. Harç dışında kalan yargılama giderleri davayı kaybedene ait olacaktır. Özellikle bu konuda vekalet ücreti büyük bir miktar tutabilecektir. Yine yargılama sırasındaki oluşan keşif, bilirkişi, delil tespiti, ihtiyati tedbir giderleri ve tebligat giderleri ile HUMK m. 423. maddesinde sayılan yargılama giderleri davayı kaybeden tarafa ait olacaktır.

<sup>241</sup> PEKCANITEZ, s. 159.

<sup>242</sup> PEKCANITEZ, s. 159.

<sup>243</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 05.10.1998 Gün ve E. 6159, K. 7359 Sayılı Kararı.; Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin 05.10.1998 Gün ve E. 6964, K. 7369 Sayılı Kararı.



Hukukumuzda adli yardım konusundaki düzenlemelerin oldukça eski ve yetersiz olduğu açıktır. Bu yetersiz düzenlemelerden de sadece gerçek kişiler yararlanabilmektedir<sup>244</sup>. Tüzel kişiler adli yardımdan yararlanamaz. Tüketicilerin korunması açısından önemi büyük olan tüketici örgütlerinin adli yardımdan yararlanamayışı kanımızca önemli bir eksikliktir. Her ne kadar açılacak davalarda tüketici örgütleri de harçtan muaf olarak dava açacak ise de, tüketici örgütlerinin bu tür davaları açmaktan kaçınması söz konusu olabilecektir.

İsveç hukukunda, küçük miktardaki uyuşmazlıklarda bilirkişi mahkeme tarafından seçilmekte ve masrafları devlet tarafından ödenmektedir. Tanıklar için masraflar normal yargılamaya nazaran sınırlıdır yine davanın kaybedilmesi halinde oldukça sınırlıdır. Avukat masrafları, dava masrafı oldukça sınırlıdır. Alman hukukunda da mahkemenin hukuki yardım talebinde bulunan tüketicinin masrafları karşılayamaması söz konusu ise, hukuki yardımdan yararlanma söz konusudur<sup>245</sup>.

#### **G. 4077 Sayılı Kanun'a Göre Uyuşmazlıkların Çözüm yollarının Değerlendirilmesi**

4077 sayılı Kanunla ortaya çıkan Tüketici Sorunları Hakem Heyetine ilişkin düzenleme tam anlamıyla alternatif bir çözüm olmasa bile ülkemizde ilk örnek olması bakımından önemli bir kurumdur.<sup>246</sup> Bu gelişme dava öncesi uzlaştırma çözüm yollarının olmadığı ülkemizde özellikle usul hukukumuz açısından teorik ve tarihsel olarak önemli bir aşamadır.

Kanunda belirli bir değerin altındaki tüketici uyuşmazlıkları söz konusu olduğunda Tüketici Mahkemesine başvurmadan önce Hakem Heyetlerine başvurma zorunluluğunun getirilmesiyle küçük meblağların söz konusu olduğu tüketici ihlallerinde gecikmeksizin sonuca ulaşılması istenmiştir. Bunun yanı sıra Hakem Heyetlerine başvurarak uyuşmazlığın çözümü yoluna gitmek, mahkemelerin iş yükünü azaltacağı ve davaların daha çabuk çözülmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

<sup>244</sup> Adli yardım konusunda bkz. KURU, ARSLAN ve YILMAZ, Usul, s. 857 vd. ; PEKCANITEZ, ATALAY ve ÖZEKES, s. 536.

<sup>245</sup> PEKCANITEZ, s. 160.

<sup>246</sup> Hakan PEKCANITEZ, "Tüketici Sorunları Hakem Heyeti", İzmir Barosu Dergisi, Sayı 3, Temmuz 1996, s. 41.

Ancak Hakem Heyetleri ile ilgili düzenlemeler bu faydaları amaçlamakla birlikte uygulamada görünüm biraz farklı olmuştur. Hakem Heyetlerinin hukuk sisteminde yer almasına rağmen bağlayıcı ve kesin karar verememesi ve ancak Tüketici Mahkemelerine gidilerek kesin karara ulaşılmasının çözüm için süreyi uzattığı eleştirileri yapılmaktadır. Hakem Heyetlerinin kanunun hazırlanmasındaki hedefleri yakalamak yerine, geciktirici ve korumanın kapsamını daraltıcı olduğu düşünülmektedir. Ancak Heyetlerin ayda en az iki defa toplandığı göz önüne alındığında, karar süresinin mahkemelerde kaybedilecek süreyle karşılaştırıldığında çok da fazla bir süre olmadığı görülmektedir<sup>247</sup>. Ayrıca böyle bir uygulama AB’de de mevcuttur. Birlik üyesi devletlerin çoğunda, genelde davayı mahkemeye götürmeden önce başlangıçta uzlaşmanın sağlanabilmesi amacıyla basitleştirilmiş yöntemlerin denenmesi zorunludur. Eğer uzlaşma sağlanamazsa dava mahkemeye götürülür.<sup>248</sup>

Değeri belli bir sınırı aşmayan uyuşmazlıklarda, Hakem Heyetine gitmeksizin Tüketici Mahkemesine gidilmeyeceği düzenlemesi yerine belli değer sınırına kadar olan uyuşmazlıklarda Hakem Heyeti kararlarının kesin olması daha yerinde olabilirdi. Ya da Hakem Heyetlerinin kararlarının mahkeme kararları gibi bağlayıcı ve yaptırımı olan kararlar olması ve gerekirse temyiz edilmesi gibi bir sistemin kurulması halinde hukuk sistemine daha az yüklenileceğini savunmak da mümkündür. Buna karşılık hukuk sistemimiz içinde, hakim olmayan kimselere bu tip bir yetki verilmesinin yerinde olmayacağı ve sisteme aykırı düşeceği düşünülebilir.<sup>249</sup> Bu tür eleştiriler 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair 4822 sayılı Kanunda göz ardı edilmemiş bu konuda düzenleme yapılmıştır. 4822 Sayılı Kanun ile, 580.500.000 TL altında olan uyuşmazlıklarda Hakem Heyetlerine başvuru zorunlu hale getirilmiş ve Hakem Heyetleri kararlarının yargı ilamları gibi icra edilebilmesine olanak tanıyan hüküm getirilmiştir(TKHK m. 22/V).

<sup>247</sup> ZEVKLİLER, s. 230.

<sup>248</sup> Fatma ÇAĞLAR, 4077 Sayılı Kanunla Ortaya Çıkan Tüketicinin Hak Arama Yolları, Tüketicinin Korunması ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü Genel Müdürlüğü, Ankara, 2002, s. 77.

<sup>249</sup> İsmail DOĞANAY, “Tüketicinin Korunması Hakkındaki 4077 Sayılı Kanun, Gerçekten Tüketiciyi Koruyabiliyor mu?”. Batıder. C. XVIII, S. 4, Aralık 1996, s. 61.

Hakem Heyetlerinin dosya üzerinden inceleme yapmak suretiyle karara varması ve ilk basamakta tarafları bir araya getirmemesi nedeniyle "uzlaştırma kurulu" olarak işlev görmemesi ve böylece sorunun mahkemeye taşınmasına engel olamaması eleştirilebilir. Heyetler, dosya üzerinden inceleme ile yetinmeden tarafların bir araya getirilmesi ve dinlenmesini sağlamış olsaydı bir uzlaştırma işlevi gerçekleştirebilir veya mahkemeye gitmeksizin taraflara diyalog ortamı sağlayabilirdi. Avrupa ülkelerindeki örnekler genellikle ilk basamakta uzlaştırma ile görevli kuruluşlardır. Çünkü amaç sorun çıktığı anda başlangıçta çözümlenektir. Hakem Heyetleri çalışma usulleri nedeniyle bu işlevden uzak bir durumdadır.<sup>250</sup>

Hakem Heyeti kararlarının Tüketici Mahkemeleri için "delil" olması konusu da hukuk sistemimize yeni giren bir oluşumdur. Buradaki delil kavramının ne olduğu ve nasıl anlaşılacağı hususu mevcut uygulamalar dikkate alınarak karar verilmelidir. Yargıtay 13. Hukuk Dairesinin Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un uygulanması hakkında aldığı bir kararda "Hakem Heyetlerinin alacağı kararların taraflar yönünden "kuvvetli bir delil" oluşturacağına amaçlandığında kuşku ve duraksamaya yer olmaması" gerektiğini belirtir.<sup>251</sup> 13. Hukuk Dairesi, davacı lehine karar alan Hakem Heyetinin bu kararın mahkemede delil olarak ele alınmamasını ve davalının Mahkemede bu delili hüküm ve kuvvetten düşürecek bir delil sunamamasına rağmen davanın reddedilmesini usul ve kanuna aykırı bularak kararı temyiz eden davacı lehine bozmuştur.

Kanunun 25 nci maddesi ile ceza yaptırımına bağlanmış hususlara ilişkin uyuşmazlıklar Hakem Heyetlerinin görev ve yetki alanı dışında tutulmuştur. Ancak bunlar tüketici sorunları içinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu noktada Hakem Heyetlerinin kurulmasındaki amaçlara ulaşmada bir engel oluşturulduğu savunulmaktadır.<sup>252</sup>

Hakem Heyetlerinde görev alacak üyelerin illerde en az lise, ilçelerde en az ortaokul mezunu olması şartı özellikle meslek örgütlerinin eleştirisi ile karşılaşmaktadır. Daha alt öğrenim düzeylerinin kabulü istenmektedir ve ancak

<sup>250</sup> Nezahat DOĞAN, "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Uyarınca Örgüt ve yargıda Yeni Yapılanmalar", Türkiye'de Tüketicinin Korunması Sorunlar-Perspektifler, TES-AR yayınları, No: 18, 1996, s. 61.

<sup>251</sup> Yargıtay 13. Hukuk Dairesi, E.1996/5334.K.1996-5952. K.T.11.06.1996, Kanun Hukuk Dergisi Ağustos 1996, S. 7., ss. 1230-1231.

<sup>252</sup> ZEVKLİLER, s. 230.

böylece Heyetlere iş hayatında tecrübeli temsilcilerin gönderilebileceği savunulmaktadır. Bizimde paylaştığımız bir görüşe göre ise, Heyet toplantılarında hukuki tartışmaların olacağı ve üyelerin bunlara katılmaları ve rahat anlamaları için belirli bir öğrenimin gerekli olduğu şeklindedir.<sup>253</sup>

Türkiye'deki düzenlemede Hakem Heyetinin başına bir hukukçu getirilmemiştir. Bu durum hukuku bilmeyen insanlardan oluşan heyetin alacağı kararların sağlıklı olup olmayacağı konusunda tartışmalara sebep olmaktadır. Bu kararların Tüketici Mahkemeleri için "delil" niteliğinde olması bu tartışmaları daha da anlamlı kılmaktadır.<sup>254</sup> Bu eleştiriler dikkate alınarak sorunun ortadan kaldırılması amacıyla Tasarıda raportör kadrosu ihdas edilmesine dair hüküm konulmuştur. Ancak sorunun bertaraf edilmesinde bu kadronun yeterli olamayacağı düşünülmektedir. Bunun nedeni de, raportörün sadece dosyaları hazırlayacak ve sonuçları düzenleyecek olması, karar alma sürecinde ve oylamada herhangi bir müdahalede bulunamamasıdır.

Hakem Heyetleri Yönetmeliğinin 7'inci maddesine göre, Hakem Heyetlerinin kuruluşu sırasında tüketici örgütü olmayan İl ve İlçelerde bu nedenle eksik olan üyelikler, belediye meclislerince resen doldurulacaktır. Bu heyetlerin gerçek anlamda oluşması zamanla gerçekleşecektir. Özel tüketici örgütlerinin örgütlenme yoğunluklarının artması ile bu sorun çözümlenebilecektir.<sup>255</sup> Bu sorun dikkate alınarak tasarıda tüketici örgütlerinin bulunmadığı yerlerde tüketicilerin, tüketim kooperatifleri tarafından temsil edilebileceği hükmü yer almaktadır.

Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin birtakım eksiklikleri olmasına rağmen, görev yapmaya başladığı 1995 yılından itibaren yaptığı çalışmalar dikkate alındığında, ülkemizdeki tüketicilerin hak aramaları konusuyla ilgili olarak büyük bir boşluğu doldurduğu yadsınamaz bir gerçektir. 1995 yılında 4077 sayılı kanunun yürürlüğe girmesiyle beraber 79 İl ve 847 İlçede olmak üzere toplam 926 Hakem Heyeti faaliyete geçmiştir. Bugün ise, 81 İl ve 851 İlçede olmak üzere toplam 932 merkezde faaliyette bulunmaktadır.

<sup>253</sup> TES-AR, Türkiye'de Tüketicinin Korunması Sorunlar-Perspektifler, (Ed. İrfan YAZMAN), Tartışma Notları, Tes-Ar Yayınları No:18, 1996, ss. 75-105.

<sup>254</sup> DOĞAN, s. 71.

<sup>255</sup> DOĞAN, s. 71.

Her geçen gün başvuruların yıllar itibariyle hızla arttığı Hakem Heyetleri, tüketicilerin hak arama konusunda herhangi bir ücret ödemedi ve herhangi bir külfete katlanmadan başvurabildikleri, ülkemiz açısından önemli bir oluşumdur. Bazı düzenlemelerle özellikle kararlarının bağlayıcı olmasıyla bu Heyetler, tüketicilerin hak arama konusunda başvurabilecekleri etkin kurumlardan biri olacaktır.

Tüketici Mahkemeleri kurulana dek onların yerine Ticaret Mahkemeleri, Ticaret Mahkemelerinin olmadığı yerlerde Asliye Hukuk Mahkemeleri bakmaktadır. 1 Şubat 2001 tarih ve 24305 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu Başkanlığı’nın 25 Ocak 2001 tarih ve 60 sayılı kararı ile ilk aşamada Ankara, İstanbul ve İzmir’de olmak üzere üç ilde Tüketici Mahkemelerine hakimler atanmıştır. Diğer illerde ise, Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu’na kendisine tevdi edilen Ticaret Mahkemesi veya Asliye Hukuk Mahkemesi, Tüketici Mahkemesi sıfatıyla görev yapmaya devam etmektedir.

Zevkliler, 4077 sayılı Kanununun 23/II fıkrasına göre Tüketici Mahkemelerinin yargı çevresinin Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulunca belirlenecek olmasının HUMK’un 5 ve 9’uncu maddelerine ve mahkemelerin görev ve yetki çevresinin mutlaka kanunla belirlenmesi gereğine aykırı olduğunu savunmaktadır. Bu yetkinin siyasi iktidarın etkisi altında kalma olasılığı bulunan Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu’na bırakılmasının “doğal yargıç” yani bir kimsenin yargılanacağı mahkemenin önceden kanunlarla belirlenmesi zorunluluğu ilkesine de aykırı olduğunu ileri sürmektedir.

Tüketici Mahkemelerinin hakim sayısı hakkında Kanunda açık bir hüküm bulunmamakla beraber Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu, üç ilde kurulmuş olan Tüketici Mahkemelerine birer hakim atanmıştır. Bunun da basit yargılama usulüne göre yürütülen davalar için büyük kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir. Zevkliler’in ilk tüketici mahkemeleri olarak değerlendirdiği İsveç’teki Piyasa Mahkemeleri toplu mahkeme niteliğinde olup, üyelerinin üçte biri hukukçulardan, üçte biri tüketici temsilcilerinden, üçte biride sanayi ve ticari kuruluş temsilcilerinden oluşmaktadır.<sup>256</sup>

Basit yargılama usulü ve Asliye Hukuk Mahkemelerimizde uygulanan yazılı yargılama usulü arasında uygulamada bir fark olmamakla birlikte, basit yargılama

<sup>256</sup> ZEVKLİLER, ss. 243-244.

usulünde yazılı yargılamanın aksine davalı cevaplarını ilk duruşmada sözlü olarak da verebilmekte ve basit yargılama usulüne ait davalar adli tatilde de görülebilmektedir. Bu düzenlemeyle davalar açısından zaman kaybı önlenmek istenmiştir.

4077 sayılı Kanun, Tüketici Mahkemelerinde açılan davaları her türlü resim ve harçtan muaf tutarak başvuruları kolaylaştırmıştır. Bu düzenlemeyle tüketiciler haklarını aramak konusunda teşvik edilmek istenmiştir. 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair 4822 Sayılı Kanun ile, tüketici örgütlerince açılacak davalarda bilirkişi ücretlerinin Bakanlıkça karşılanması hükmü getirilmiştir. Bu hüküm, maddi yönden zayıf olan tüketici örgütlerini dava açabilmeleri konusunda cesaretlendirecektir. Öte yandan Kanunda Mahkemeye başvuruların nasıl yapılacağı konusunda bir hüküm yer almamaktadır. Bu konuda hüküm olmadığı için başvurular Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanununun 178'inci maddesi gereği yazılı başvuru şeklinde yapılmaktadır. Davacının hiçbir harç ve resim ödemeksizin vereceği yazılı başvurusu ile davanın açılması mümkün olmaktadır. Bazı Avrupa ülkelerinde sözlü başvuruların da kabul edildiği görülmektedir.<sup>257</sup> Kanunda böyle bir hüküm yer almış olsaydı, ülkemizin şartları dikkate alındığında tüketiciler açısından büyük kolaylık sağlanmış olurdu.

4077 sayılı Kanunda tüketicilerin bir sorunla karşılaştıklarında kendi ikametgahlarındakine mi yoksa satıcının bulunduğu yerdeki Tüketici Mahkemesine mi başvuracağı konusuna bir düzenleme getirilerek, tüketicinin ikametgahında da dava açabileceği belirtilmiştir. Bu hüküm tüketici açısından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir.

Kanunun 23 üncü maddesinin dördüncü fıkrasında yapılan bir düzenlemeyle tüketicinin mahkemede, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ve tüketici örgütlerince temsil edilmesi sağlanmıştır. Ancak bu temsil yalnızca ayıplı seri malın üretiminin ve satışının durdurulması ve satış amacıyla elinde bulunduranlardan toplatılması için açılacak davalarla sınırlı tutulmuştur.

Bakanlık ve tüketici örgütleri münferit tüketici sorunu olmayan ve genel olarak tüketicileri ilgilendiren hallerde bu Kanunun ihlali nedeniyle kanuna aykırı

---

<sup>257</sup> ZEVKLİLER, s. 244.

durumun ortadan kaldırılması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açabilirler.(TKHK m. 23/IV)

Gerekli hallerde tüketici mahkemeleri ihlalin tedbiren durdurulmasına karar verebilir. Tüketici Mahkemesince uygun görülen tedbir kararları, masrafı daha sonra haksız çıkan taraftan alınmak ve 29 uncu maddede düzenlenen esaslara göre bütçeye özel gelir kaydedilmek üzere, ülke düzeyinde yayınlanan gazetelerden birinde Basın İlan Kurumunca ve ayrıca varsa davanın açıldığı yerde yayınlanan mahalli bir gazetede derhal ilan edilir (TKHK m. 23/V)

Kanuna aykırı durumun ortadan kaldırılmasına yönelik Tüketici Mahkemesi kararları ise masrafı davalıdan alınmak üzere aynı yöntemle derhal ilan edilir (TKHK m. 23/VI)

Sonuç olarak, Tüketici Mahkemeleri, AB ülkelerindeki Küçük Uyuşmazlık Mahkemeleri veya Küçük Uyuşmazlık Planları ile oluşturulan basitleştirilmiş yargı prosedürlerinden esinlenilerek kurulmuş olan mahkemelerdir. Ancak hiçbir destek yapılmadan mevcut hukuk sistemimizin böyle bir yükü kaldırması mümkün gözükmemektedir. Çünkü ülkemizdeki mahkemelerin iş yükünün yoğun olması ve hakim eksikliği nedeniyle zaten tıkanmış olan sistem daha da artan bir iş yoğunluğuyla karşı karşıya kalmıştır.

## SONUÇ

Zamanın dinamizmi ve insanoğlunun sınır tanımaz mücadelesi hayata yepyeni anlamlar kazandırmaya devam ediyor. Amansız rekabet ortamında şekillenen yeni kavramlar bireyin yaşam tarzını değiştirmekle kalmayıp onu daha önceleri hayali bile kurulamayan modern hak ve yükümlülüklerle de donatıyor. İşte bu anlamda XX. yüzyılda toplumların hukuk ve ekonomi hayatına damgasını vuran güçlü akım, “Tüketicinin Korunması” hareketidir. Kavram olarak tüketicinin korunması, ilk defa XIX. yüzyılda ABD’de telaffuz edilmeye başlanmış, konunun toplumsal bir problem olarak ortaya çıkışı 1950-60’lı yılları bulmuştur. Önce ABD’de filizlenen tüketici hareketi, 1960-70 arasında Avrupa’ya, hemen ardından ülkemize ulaşmıştır.

XX.Yüzyılın üçüncü çeyreğini kapsayan söz konusu dönem, ekonomik özellikleri itibariyle tüketim toplumunun uç vermeye başladığı, serbest rekabetin piyasaları yönlendirdiği bir zaman dilimini ifade eder. Bu çerçevede serbest pazar ekonomisinin etkisiyle dünya piyasalarına mal arzı artmış, kalite yükselerek orta-uzun vadede en uygun fiyatın teşekkülü gerçekleşmiştir. Tüketicie sunulan mal ve hizmet miktarı çeşitlenerek artarken, ekonomik kalkınma ve tüketim patlaması olguları dünya gündemine girmiştir. Ancak, bir yandan toplumların refah düzeyini yükselten bu gelişmeler, öte yandan satıcı-tüketici dengesini tepe taklak etmiştir. Zira; artık maddi bakımdan güçsüz, bilgice yetersiz, örgütlenme bilincinden uzak tüketici kitleleri karşısında; organize, örgütlü, maddi güce egemen, hatta siyasal iktidarı bile etkileyebilen profesyonelleşmiş satıcılar ortaya çıkmıştır.

Böylece özel hukukta geçerli sözleşme serbestisi prensibinin dayanağı olan “ taraflar arası eşitlik” gerçekte rafa kalkmış, artık bu serbesti ilkesi sözleşmenin sadece satıcı tarafına yontar olmuştur. İşte bu noktada liberal ekonomi görüşlerinin tam rekabet şartları içinde tüketicinin kendiliğinden korunabileceği tezleri sarsılmış ve pazar ekonomilerinde de devletin tüketicieyi koruyucu tedbirler alması gereği kabul edilmiştir. Bu akım doğrultusunda önce ABD’de, ardından Batı Avrupa ülkelerinde tüketicinin korunması ile ilgili temel prensip ve kurallar kanunlaştırılarak, Avrupa Topluluğu politikaları arasında da yerini alan söz konusu ilkeler 1993’te yürürlüğe giren Maastricht Anlaşması ile birincil mevzuat olarak nitelenen anlaşma metinlerine girmiştir.



Doğal olarak Batıda yaşanan bu gelişmelere Türkiye de kayıtsız kalmamış ve Avrupa Topluluğu'na giriş hedefi gözetilerek yetmişli yıllarda başlayan çalışmalar 1995'te Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un kabulü ile meyvesini vermiş, konu hukuki zemine kavuşturulmuştur. 1980'li yılların başına kadar tüketicilerin korunmasına yönelik hizmetleri mahkemeler ve diğer görevli kamu kuruluşları yürütmüşlerdir. Bu konu 1982 Anayasası ile daha geniş bir şekilde ele alınmış ve Anayasanın 172. maddesi; 'Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder' hükmünü getirmiştir. Böylece 1982 sonrası dönemde tüketici haklarının korunması ile ilgili faaliyetlere odalar, dernekler, vakıflar, diğer meslek kuruluşları ve gönüllü kuruluşlar da katılmışlardır. 1996 tüketicilerin eğitimi ve bilgilendirilmesi, örgütlenmelerinin teşviki ve mevzuat uyumlaştırılması gibi konularda çalışmalar yapmak üzere Tüketici Konseyi oluşturulmuştur.

Yine 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile tüketicilerin korunmasına yönelik olarak tüm il ve ilçe merkezlerinde hakem heyetleri kurulmuştur. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un uygulanmasından doğacak anlaşmazlıkların çözümü için Türkiye'nin her noktasında görev alabilecek Tüketici Mahkemelerinin kurulması çalışmaları ise devam etmektedir.

Şimdi bu anlamda ilk olarak, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'u artı ve eksileri ile değerlendirdikten sonra, tüketicilerin hak arama yolları olarak çalışmada konu edindiğimiz Tüketici Hakem Heyetleri ve Tüketici Mahkemelerini değerlendirebiliriz. 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun tüketici hukuku açısından ortaya koyduğu pozitif yönleri şu şekilde sıralayabiliriz;

1. "Tüketici işlemi", "mal" ve "hizmet" kavramlarının ve bu kavramlarla birlikte yasanın uygulanma alanının tüketicinin korunmasının kapsamının adanıklı genişletilmesi olumlu noktaların ilkidir. (TKHK m. 2) Bu bağlamda konut ve tatil amaçlı "Taşınmaz" eşyanın, elektronik ortamda alışveriş konusu "maddi olmayan malın" ve mal sağlama dışındaki her çeşit "etkinliğin" (senisin) yasanın koruma kapsamına alınması yerinde olmuştur. Bunun gibi, eski yasadaki "hizmet satımı" kavramı ve bu edim konusundaki tutarsız düzenlemenin kaldırılmış olması ve hizmet sağlamanın (servisin) mal satmanın yanısıra, kendine özgü yapısına uygun biçimde

ayrıca ve özel olarak düzenlenmiş olması da yerinde olmuştur, (TKHK m. 4/A ve 5). Aynı olumlu yaklaşım, iletişim ve bilişim araçları kullanılarak, tüketicilerle yüz yüze gelinmeksizin oluşturulan sakıncalı (riskli) “mesafeli sözleşmelerin” özel olarak düzenlenip, kapıdan satışlara ilişkin rejime bağlanmasında da göze çarpmaktadır (TKHK m. 9/A).

Yine kredi kartlarının özel bir düzenlemeye tabi tutulmaları da, bu anlamda ortaya çıkan bir çok sıkıntıyı azaltacağına benzemektedir (TKHK m. 10/A). Öte yandan, “devre tatil” ve “paket tur” sözleşmelerinin özel olarak tanımlanmaları yararlı olmasına karşın (TKHK m. 6/B ve 6/C), bu sözleşmelerin kendilerine özgü sorunlarının ve bu sorunların çözümlerinin açık olarak öngörülmemesi problemlere yol açabilecektir.

2. Satıcı veya sağlayıcıların tüketiciyle müzakere etmeden, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu, tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde iyi niyet kuralına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme koşullarının haksız şart olarak kabul edilmesi ve bu haksız genel işlem koşullarının tüketiciyi bağlamazlığının öngörülmesi en önemli yeniliklerdendir. (TKHK m.6)

3. Tüketiciyi kambiyo senetleriyle borçlandırma yasağı yeni yasada rastlanan en çarpıcı yeniliklerdendir. (TKHK m. 6 /III ve 10/VI)

4. Tüketicilere dayatılan “muacceliyet kayıtları”na ilişkin sınırlamaların BK m. 224 kuralındaki klasik sınırlamalara uydurulması, bu sınırlamalara bir de bir haftalık uyarı süresinin eklenmesi ve bu sınırlamaların hem taksitle satımda (TKHK m. 6/A) hem de (yüzde on sınırlaması dışında) tüketici kredisinde (TKHK m.10/III) benimsenmesi de olumlu bir değişikliktir. Böylece eski yasa dönemindeki uyumsuzluklar ve tereddütlerin ortadan kaldırıldığı söylenebilir.

5. Temerrüt faizine ilişkin fahiş kayıtlara sınırlama getirilmesi en fazla dikkat çeken değişikliklerden biridir ( TKHK m. 6 A/I/d). Yeni düzenlemeye göre, temerrüt faizi sözleşmede belirlenen kredi faiz oranının yüzde otuzunu aşamaz.

6. Kredi kartında sözleşmesel kredi faizinin sonradan tek yanlı olarak artırılması halinde, tüketiciye iki ay içinde tüm borcu ödeyip kredi kartı sözleşmesine son verme hakkının tanınması, tüketici yararına geliştirilen en olumlu

değişikliklerden bir başkasıdır (TKHK m. 10/A/III). Yine olağan tüketici kredilerinde, tüketici yararına bundan da ileri gidilmiş ve sözleşmede öngörülen kredi koşullarının sonradan tüketici aleyhine hiç değiştirilememesi hükme bağlanmıştır (TKHK m. 10/I).

7. Tüketici kredisi verenin asıl borçluya başvurmadan kefile başvuramaması uygulamada kural olarak iradeleri dışında kefil olmaya zorlanan kişileri koruyucu bir önlem olarak değerlendirilebilir (TKHK m. 10/III).

Bu düzenleme ile yasa koyucu, tüketici kredisi sözleşmesiyle kredi kartı sözleşmesi arasında tam bir paralellik yaratmıştır. Yani bu defiden kredi kartından doğma borç için kefil olan kişi de yararlanabilecektir (TKHK m. 10/A/I).

8. Kimden kaynaklanırsa kaynaklansın, mala ilişkin reklamların satıcının nitelik vaadinden sayılması, ayıplı ifadan sorumluluk alanında önemli bir aşamadır (TKHK m.4/I ve 4/A/I). Önceden malını överek alıcıyı bizzat şartlandıran ve bu nedenle bireysel nitelik vaadinde bulunmuş sayılan satıcının bugün sırf sahnenin arkasına çekilip bu işi profesyonel reklamcılara havale etmesiyle nitelik vaadinde bulunmuş sayılmaktan sıyrılması, öteden beri adaletsiz bulunmaktaydı. Yeni düzenleme sayesinde, reklamları satıcının nitelik vaadinin kapsamına alma konusundaki tüm zorlamalar, bu yeni düzenlemeyle artık gereksiz hale gelmiş sayılabilir. Ancak, hizmet (servis) sağlamada reklamın nitelik vaadine dahil sayılabilmesi için mutlaka bizzat sağlayıcı tarafından yapılması koşulunun varlığı izlenimini uyandıran TKHK m. 4/A/I kuralının söylemi bir eksiklik olarak değerlendirilebilir.

9. Mal ve hizmetlerin ayıplı olması durumunda, ayıp haklarını kullanma sürelerinin uzatılması da olumlu bir yenilik olarak değerlendirilebilir (TKHK m.4 ve m.13). Bu anlamda, tüketicilerin haklarına sahip çıkma bilincinin pek gelişmediği ülkemizde, ayıbı ihbar süresinin otuz güne, ayıp haklarının kullanılma süresinin de iki yıla (hatta taşınmazlarda beş yıla) çıkarılmasının olumlu bir düzenleme olduğu söylenilebilir. Bu sayede, aynı zamanda değişiklikten önceki on beş günlük sürenin malı muayene ve ihbar süresi mi, yoksa ayıp haklarını kullanma süresi mi olduğu yönündeki tereddütlerde giderilmiştir. Öte yandan, yapımcının bağımsız ek garanti süresi de bir yıldan iki yıla çıkarılmıştır. ve bununda tüketici yanlısı bir gelişme olduğu söylenebilir. Bununla birlikte ayıp haklarını kullanma süreleri tüketiciden

yana uzatılırken, kapıdan satışlar için geçerli yetersiz 7 günlük serbest geri alma süresinde 15 güne çıkarılabilmesi yerinde bir düzenleme olabilirdi.

10. Yine ön ödemeli (kampanyalı) satışlarda ön ödeme tutarının satış bedelinin % 40'ından fazla olamamasının, malın teslim süresinin on iki ayı aşamamasının ve müteselsil sorumluluk zincirinin halkalarına "kredi veren halkası"nın da katılmasının tüketici için yararı tartışmasızdır (TKHK m. 7).

11. Kapıdan satışlarda yedi günlük geri alma hakkının eylemli olarak kullanılmasının satıcının tarih çarpıtmalarını engelleyerek güvenceye bağlanması övgüyü hak eden bir başka yeniliktir (TKHK m. 9). Bilindiği gibi, uygulamada satıcılar tüketicinin sözleşmenin imzalanmasından yürümeye başlayan yedi günlük süre içinde kullanılması gerekli geri alma hakkını, imza tarihini çarpıtarak fiilen kağıt üstünde bırakmaktaydılar. Şimdi bu kritik tarihin de tüketicinin kendi el yazısıyla yazılması gereği öngörülerek bu çarpıtmaların önünün alınmasına çalışılmaktadır.

12. Önceden bir tebliğ eliyle kapıdan satış rejimine bağlanmış olan mesafeli (uzaktan) satışın şimdi özel olarak düzenlenmiş olması, satıcının malı teslimi geciktirmesini önlemek üzere sıkı süre koşullarının öngörülmesi ve tüketiciye aynen kapıdan satışlarda olduğu gibi, mesafeli satışlarda da serbest geri alma hakkının tanınması yararlı değişikliklerden bir başkasıdır. (TKHK m. 9/A)

13. Yapımcının ürettiği üründen (ayıp sonucu refakat zararlarından) tehlike sorumluluğunun öngörülmesi belki de tüm değişikliklerin en önemlisidir (TKHK m. 4/III).

14. Eski yasada madde 10/son kuralında sadece ayıplı ifa olgusuna inhisar ettirilen "kredi verenin" müteselsil sorumluluğu değişik bir nitelendirmeye, tüketicinin borçlu satıcının üstünden hem savunma (itiraz ve def'i) hem de atak (istem ve yenilik doğuran hak) planında kredi verene uzanan haklar, tüm sözleşmeye aykırılıklara yaydırılmıştır. (m. 4/IV ve 10/V) Bu da olumlu bir yeniliktir.

Buna karşılık, asıl önemli ve olumlu yenilik şudur: Müteselsil sorumluluğun ya da borçlunun üstünden uzanan alacağın bu sefer başka bir açıdan geliştirilerek, kredi kartı kurumuna karşı da işletilebilmesi yolu yeni yasada açılmış gözükmektedir. Şöyle ki, TKHK m. 10/A/1 kuralı, sadece tüketici kredisi

sözleşmesinde yer alması zorunlu belirli kayıtları (2'nci fıkranın a, b, h ve i bentlerini) ve bir de bankadan alınan krediyi önceden geri ödeme hakkını (4'üncü fıkrayı) kredi kartına uygulanamayacak tüketici kredisi kuralları arasında anmıştır. Bu durumda kredi verenin müteselsil sorumluluğunu öngören V. fıkrası kredi kartına pekala uygulanabilecektir.

4077 sayılı Kanunun negatif yönlerini de şu şekilde sıralayabiliriz;

1. Tüketici yanlısı kuralların buyuruculuğu vurgulanmamış, özellikle tüketicinin haklarından feragatlerine ve girişimcinin, yani mal satıcısının ve hizmet sağlayıcısının sorumsuzluğuna ilişkin kayıtların hükümsüzlüğü kurala bağlanmamıştır. Bu noktada sadece taksitle satım konusundaki sözleşme şartlarının tüketici aleyhine değiştirilemeyeceğini belirtmek (TKHK m.6/A son kuralı) şüphesiz tek başına yeterli olmayacaktır.

Tüketiciyi koruyucu kuralların her türlü tereddüdü giderecek biçimde genel bir kuralla açıkça düzenlenmemesi, özellikle tüketicinin temel haklarının, bu arada takas yetkisinden feragatinin geçersiz sayılmaması önemli bir boşluktur. Yapılacak iş, tüketici yararına tüm kuralların gözden çıkarılamaz nitelikte ve buyurucu güçte olduklarını, karşılaştırmalı hukuktan ve özellikle AB yönergelerinden de yararlanarak yorum yoluyla kabul etmektir.

2. Serbest geri alma hakkı tüm tüketim sözleşmelerinde değil de, salt kapıdan satışlarda ve mesafeli satımda tanınmıştır. Oysa bu hakkın tüm tüketim sözleşmelerinde, özellikle tüm kredili alışverişlerde ve tüketici kredisi sözleşmelerinde tüketiciye tanınması gerekirdi. Bu arada geri alma hakkının kullanılması üzerine oluşan tasfiye (iade) ilişkisinde "hasar, tazminat ve zenginleşme" sorunlarına çözüm getirilmesi de yerinde olurdu.

3. Erken ödemeyi anaparaya saydırma şansı tanınmamıştır. Bu bakımdan tüketicinin taksit borcunu önceden kapatıp faiz borcunu düşürme şansı (TKHK m.6/A/IV) güdük kalmıştır.

4. Taksitle satımda, tüketici kredisinde ve kredi kartında tüketiciyi bilgilendirme ve uyarma amacıyla öngörülmüş olan şekil gereklerine aykırılığın yaptırımını belirsizdir. (TKHK m. 6/A/, 10 ve 10/A). Sağlık (geçerlilik) şekli mi yoksa ispat şekli mi oluşturduğu bile anlaşılamayan bu şekle aykırılığın yaptırımını, görünen

o ki salt simgesel, göstermelik bir para cezasıdır (TKHK m. 25). Oysa amaca uygun bir şekilde aykırılık yaptırımını salt tüketicinin istencine bağlı olabilirdi.

5. Ülkemizde dövizzedelerin yakın geçmişte karşılaştıkları trajediden dolayı yasa koyucu, tüketicinin belirsizlik riski nedeniyle taksit borcunu dövize bağlamasına veya dövize endekslemesine izin vermemeli ve kambiyo senediyle borçlanma yasağına dövizle borçlanma yasağı da bu anlamda eklenmeliydi. Tüketicinin borcu dövize bağlanabildiği sürece TKHK'un m. 6/II/2'de ifade edilen "baştan kararlaştırılmış fiyatın sonradan artırılmayacağı" yolundaki hüküm de ister istemez kağıt üstünde kalacaktır. Yine tıpkı tüketici kredisinde kredi şartlarının tüketici aleyhine değiştirilemeyeceği hükmü de (TKHK m. 10/I) kredinin dövize bağlanarak veya endekslenerek kağıt üstünde bırakılabilecektir.

6. Taksitle satımda borcu erteleme (tecil) olanağı tüketiciye tanınmamıştır. Oysa kredi kartı borçları için geçici madde 1 kuralıyla sağlanan taksitlendirme olanağı kalıcı bir kuralla tüm kredi sözleşmelerinde ve taksitle satım sözleşmelerinde tanınması uygun olabilirdi.

7. Turistik gezi (paket tur) sözleşmelerinin özgül sorunlarına çözüm getirilmemiş ve TKHK m. 6/c'de sadece sözleşmenin tanımıyla yetinilmiştir. Oysa bu kendine özgü tüketim sözleşmesi özel olarak bir dizi kuralla tüketici yanlısı bir yaklaşımla ele alınabilir ve bu anlamda seyahat acentesinin yükümleri, özellikle ayıplı ifadan ötürü sorumluluğu, yolcunun geri alma ve sözleşmede değişiklik yapma hakları, ona tanınacak ödeme kolaylıkları ve özel tazminat hakları ayrıntılı biçimde düzenlenebilirdi. Benzer durum devre tatil sözleşmelerine ilişkin olarak da söz konusu olup, yasanın m. 6/B'de yine sözleşmeye yönelik salt tanımla yetinilmiş, özel sorunlara için çözümler getirilmemiştir. Yine internette sanal pazarda tüketicinin özel koruması dikkate alınmamış olup, mesafeli sözleşmeler bağlamında, elektronik alışverişlere ilişkin sorunlara da çözüm getirilebilirdi.

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un geneline ilişkin yaptığımız bu değerlendirmeden sonra, kanunda hak arama yolları olarak ifadesini bulan Tüketici Hakem Heyetleri ve Tüketici Mahkemelerini değerlendirebiliriz;

İktisadi ve sosyal alanlardaki genişleme ve gelişmeler ile serbest piyasa ekonomisinin değişen şartları karşısında tüketici ile satıcı arasında ortaya çıkan sorunların süratle çözülmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, satıcı ve üretici

karşısında daha güçsüz durumda bulunan ve bu yüzden korunmaya değer görülen tüketicilerin uğrayacağı zararları karşılamak ve ortaya çıkacak uyuşmazlıkların hangi mercilerde ve nasıl çözümleneceği sorunu büyük önem taşımaktadır. Bu gerçekten hareketle, tüketiciler ile satıcı ve üreticiler arasında ortaya çıkabilecek uyuşmazlıkların çözümlenmesinde, 4077 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” iki önemli müesseseye yer vermiş bulunmaktadır. Bunlar: “Tüketici Sorunları Hakem Heyeti” (TKHK.m.22) ile “Tüketici Mahkemeleri” (TKHK.m.23)’dir.

Tüketici hakları açısından temel haklardan birisi olan, tüketicinin zararının hızla giderilmesi yollarından biriside yukarıda ifade edildiği gibi, tüketici hakem heyetleridir. Hakem heyetleri, uyuşmazlıkların çözümü için basit, ucuz ve çabuk işlediği takdirde, tüketicinin korunması açısından önemli bir kurumdur.

Tüketici hakem heyetlerinin verdiği kararların taraflar için bağlayıcı olmaması, uyuşmazlığın tüketici mahkemesine götürülmesi için bir zaman kaybı şekline dönüşebilir. Bu nedenle hakem heyetlerinin en azından, illerde 580.500.000 TL’ye kadar, Büyükşehirlerde 1.500.000.000 TL’ye kadar verdikleri kararların kesin hüküm taşıması önemlidir.

Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri, tüketici ile satıcı arasında çıkabilecek uyuşmazlıkların dava yoluyla mahkemeye intikalinden önce tarafların başvurusu halinde, söz konusu uyuşmazlığın zaman kaybı önlenerek süratle çözülmesini sağlama ve bu arada mahkemelerin bürokratik etkilerinden kurtarma amacı taşımaktadır.

Kanun koyucunun gerçek iradesi bu olmakla birlikte, 4822 sayılı yasadan önceki düzenlemede, yukarıda da işaret edildiği gibi kanun koyucu, tüketici ile satıcı arasında ortaya çıkabilecek uyuşmazlıkların “tahkim” yoluyla çözümlenmesini amaçlamış; ancak, bu müessesenin niteliğine uygun verilecek kararların kesin bir bağlayıcılığını öngörmemiş ve bu husustaki mevcut düzenleme, hakem heyetlerinin verecekleri kararlar, uyuşmazlığı kesin olarak çözmeyip, uyuşmazlığın çözümünde esas olacak tüketici mahkemelerinde delil olarak ileri sürülebileceğini (TKHK.m.22/IV) hükme bağlıyordu. Bu durumda da ihtimal dahilinde hakem heyetinin kararını kabul etmeyen tarafın (tüketicinin) tüketici mahkemelerine başvurmaktan başka bir çözüm yolu da bulunmamakta idi. Dolayısıyla böyle bir

çözüm, uyuşmazlıkları uzatıcı bir nitelik arz ediyordu. Kanımızca olması gereken hukuk açısından “hakem heyetleri”nin başvuru alan uyuşmazlıklar konusunda verecekleri kararların aynı bir yargı (mahkeme) kararı şeklinde kesinliğini kabul etmek, bu müesseseden beklenen amaca uygun düşecektir.

4822 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına ilişkin kanunla, hakem heyetlerinin 580.500.000 TL.’ye kadar vereceği kararların bağlayıcı olduğunu ve bunun üzerindeki kararlarının ise, tüketici mahkemelerinde delil niteliğinde olduğu şeklinde bir düzenleme ile, kısmende olsa hakem heyetlerini ön plana çıkartmıştır. Bu düzenleme ile kanun koyucu, her ne kadar hakem heyetlerine başvuruda meblağ sınırının toptan eşya fiyatlarına göre her yıl için yeniden belirleneceğini kabul etmişse de başlangıçta bu miktarın günümüz şartlarında 500.000.000 TL. gibi yüksek olmayan bir rakam olarak belirlenmiş olması ve artışında aynı değer üzerinden belirleneceği gözönüne alınırsa, uyuşmazlıkların çözümünde hakem heyetlerine intikal edecek işlerin azalmasına neden olmasına karşılık, bu ölçüde mahkemelerin yükünü artıracak da bir gerçektir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da uyuşmazlıkların çözümüne ilişkin diğer bir yol olarak “Tüketici Mahkemelerine” yer vermiştir, tüketici mahkemeleri, yargı örgütü içerisinde yer alan genel hüküm mahkemeleri yanında özel konumdaki mahkemelerdir. Bu mahkemeler, TKHK m.23 hükmü uyarınca, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanundan doğacak her türlü uyuşmazlığa bakmak üzere kurulmuş mahkemelerdir. Söz konusu mahkemelerin ihdasıyla, bugün için ülkemizde genel mahkemelerin gerek iş yüklerinin fazla olması ve davaların uzaması karşısında gerek ihtisas isteyen bir alana yönelik olması hasabıyla, tüketici uyuşmazlıklarının çözümünde yararlı olacağı kaçınılmazdır. Ayrıca, tüketici mahkemelerinde uygulanacak prosedürün “basit yargılama usulü” (TKHK m. 23/II)’nin kabul edilmiş olması, davaların basit ve hızlı bir şekilde sonuçlandırılması amacına yöneliktir.

Mamafih kanun koyucunun amaçladığı düşünce bu olmasına karşılık, tüketici mahkemelerinin yargı teşkilatının belirlenmesinde kanunla yapılması gereken bir düzenlemenin TKHK.m.23/I gereğince, Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu’na bırakılması, “mahkemelerin görev ve yetkisinin kanunla belirleneceği” (AY.m. 142) anayasa kuralına açıkça aykırı bir hüküm taşımaktadır. Bu itibarla, kuruluşu kanunla



düzenlenen ve özel bir mahkeme konumunda bulunan tüketici mahkemelerinin görev ve yargı çevresi kanunla düzenlenmeli ve belirtilmelidir.

Mevcut durum karşısında tüketici mahkemeleri birkaç büyük il dışında henüz kurulmadığı gibi, Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu da yargı alanını henüz kesin olarak belirlememiştir. Özel mahkeme konumunda bulunan tüketici mahkemeleri ile genel mahkemeler arasındaki ilişki bir görev ilişkisidir. Öte yandan, ayrı bir tüketici mahkemesi kurulmayan yerlerde, bu mahkemelerin görev alanına giren davalar genel mahkemelerde bakılır. Genel mahkemeler, bu tür davalara tüketici mahkemesi sıfatıyla bakar. Kanun koyucu tüketici mahkemelerinin tek hakimle görev yapan mahkemeler mi, yoksa toplu nitelikteki mahkemeler mi, olacağı konusunda açık bir hüküm de getirmiş değildir.

Bugünkü haliyle tüketici mahkemeleri yerine görev yapacak olan asliye ticaret veya asliye hukuk mahkemelerinden, tüketicilerle ilgili uyuşmazlıklarda, olumlu bir gelişme beklemek hayali olur. Zira zaten yoğun bir iş yükü içinde bulunan mahkemelerin bu iş yüküne bir de tüketici sorunlarının çözümü eklenmiştir. Asliye ticaret mahkemeleri tüketici sorunlarıyla ilgili açılan davalarda çok uzun sürelerle duruşma günü verebilmektedirler.

Tüketicilerin yargı yolunda korunmasındaki en önemli husus, yargıya başvurulmasındaki maddi ve bilgisizliğin getirdiği zorlukları ortadan kaldırmaktır. Devlet harçtan fedakarlık ederek bu konuda önemli bir düzenleme getirmekte ise de, diğer giderler nedeniyle bu konudaki koruma yeterli olmamıştır.

Tüketicilerin bizzat dava açıp yürütmelerindeki güçlük ve bu konuda başarılı sonuç almaları, kendilerinden çok daha güçlü olan satıcıya karşı çoğu kez güç olacaktır. Bunun aşılması ile tüketicilerin yeteri kadar korunması sağlanabilir. Bu nedenle eğer avukat yardımı konusunda bir düzenleme yapılmayacaksa, bu konuda hakimin davadaki yetkileri artırılarak bu eksiklik giderilebilir. Tüketici ile satıcı arasında bu tür uyuşmazlıklarda hakkın temini için danışma hizmeti önemlidir. Bu tür danışma hizmeti hakkında iki ayrı model düşünülebilir;

\* Birincisi, devlet tarafından bu tür danışma hizmetlerinin düzenlenmesi.

\* İkincisi ise, avukat yardımının sağlanmasıdır.

Sonuç olarak, mevcut eksikliklerine rağmen Tüketicinin Korunması Hakkında Kanundan doğan uyuşmazlıkların birer ihtisas mahkemesi konumunda bulunan “Tüketici Mahkemeleri” eliyle çözümlenmesi taraf ve kamunun menfaatine hizmet edeceği kuşkusuzdur. Kanun koyucunun, yukarıda tespit ettiğimiz doğrultuda eksiklikleri giderecek, sakıncalı yönleri bertaraf edecek bir düzenlemeye gitmesi beklenen sonuçtur. Öte yandan, bugünkü yargı sistemimizde mahkemelerin iş yükünün oldukça fazla olması ve hakim azlığı gibi nedenlerle davaların uzaması karşısında, “Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri”ne gerçek anlamda tahkim kurulu hüviyeti kazandırılarak, verdikleri kararların bir mahkeme kararı şeklinde maddi anlamda kesin hüküm oluşturabilmesi yerinde bir uygulama olacaktır.



## KAYNAKÇA

- AKAN, Perran. "Tüketicinin Korunması İçin Gerekli bir Uygulama Birim Fiyatları", **Pazarlama Dünyası**, Yıl 9, Sayı 50, Mart/Nisan 1995.
- AKIN, Cengiz. **Türkiye'de Tüketicinin Korunması Hareketi ve Tüketicinin Korunmasına İlişkin Mevzuât**, Ankara: İçişleri Bakanlığı Yayını, 1998.
- AKMAN, Ayşe. "Tüketicinin Örgütlenmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri" , Ankara: Tebliğ, **I. Tüketici Konseyi**, Eylül 1996.
- AKMAN, Ayşe. "Tüketiciyi Koruma Yasası ve Tüketici Örgütlenmesi", (Ed. İrfan YAZMAN), **Türkiye'de Tüketicinin Korunması Sorunlar-Perspektifler**, Ankara: TES-AR Yayınları No:18, 1996.
- ARKAN, Sabih. "Tüketici Kredileri", **Batıder**, C. XVIII, S.1-2.
- ASLAN, İ. Yılmaz. **Tüketici Hukuku**, Bursa: Ekin Yayınevi, 1996.
- ATASOY, Ömer Adil. "TKHK Yürürlüğe Girerken Bazı Tespit ve Düşünceler ve Taksitli Satışlarda Muacceliyet Şartı İle İlgili Bir Belirsizlik" **Kayseri Ticaret Odası Dergisi**, Sayı 5, Haziran/ Temmuz 1995.
- ATASOY, Ömer Adil. "Tüketicinin Hukuki Yönden Korunması ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Ön Tasarısı", Kayseri: **Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi**, Sayı 10, 1993.
- ATASOY, Ömer Adil. **Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentalığı Hizmetleri**, Kayseri: Erciyes Üniversitesi İİBF Yayınları, 1992.
- BATTAL, Ahmet ve İzzet GÜMÜŞ. "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Getirdiği Yenilikler", **Pazarlama Dünyası**, Yıl 9, Sayı 54, 1995.
- BAYKAN, Renan. **Türkiye'de Tüketicinin Korunması Tedbirleri**, İkinci Baskı, İstanbul: İTO Yayınları, No: 23, 1996.
- BİLGE, Necip ve Ergun ÖNEN, **Medeni Yargılama Hukuku Dersleri**, B. 3, İstanbul, 1978, s. 146.
- CENTEL, Nur. **Türk Ceza Kanunu ve İlgili Mevzuat**, Genişletilmiş 4. Baskı, İstanbul, 1990.
- ÇAĞLAR, Fatma. **4077 Sayılı Kanunla Ortaya Çıkan Tüketicinin Hak Arama Yolları**, Tüketicinin Korunması ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü Genel Müdürlüğü, Ankara, 2002.

DOĞAN, Nezahat. "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Uyarınca Örgüt ve yargıda Yeni Yapılanmalar", **Türkiye'de Tüketicinin Korunması Sorunlar-Perspektifler**, TES-AR yayınları, No: 18, 1996.

DOĞANAY, İsmail. "Tüketicinin Korunması Hakkındaki 4077 Sayılı Kanun, Gerçekten Tüketiciyi Koruyabiliyor mu ?", **Batıder**, C. XVIII, S. 4, Aralık 1996.

DPT, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, **Tüketicinin Korunması**, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 2001.

DPT, **Tüketicinin Korunması Alt Komisyon Raporu**, Türk-AT Mevzuat Uyumu Sürekli Özel İhtisas Komisyonu, Ankara: DPT Yayını, 1994.

DPT, **Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)**, Ankara: DPT Yayını, 1995.

EREN, Fikret. **Borçlar Hukuku-Genel Hükümler**, Cilt II, 5. Bası, Beta Yayınları, İstanbul, 1999.

FERMAN, Murat. **Tüketicinin Korunması Meselesine Gelişimci Bir Yaklaşım**, İstanbul: İTO Yayınları, No: 17, 1993.

GÖLE, Celal. **Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması**, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Enstitüsü, 1983.

İTO, **Tüketicinin Korunmasına İlişkin Mevzuat**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, 1987/13.

KAÇAK, Nazif. **Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu**, Ankara: Seçkin Yayınları, 2002.

KARAHASAN, Mustafa Reşit. **Sorumluluk Hukuku**, İstanbul: Beta Yayınları, 1995, s. 251.)

KÖKSAL, Mehmet. **Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi**, İstanbul: TÜKODER Yayını, No: 2, 1995.

KURU, Baki. **Hukuk Muhakemeleri Usulü El kitabı**, İstanbul 1995.

KURU, Baki. **Hukuk Muhakemeleri Usulü**, C. IV. B. 5, İstanbul 1991.

KURU, Baki. **Hukuk Muhakemeleri Usulü**, Cilt 1, İstanbul. 1990.

KURU, Baki. Ramazan ARSLAN, ve Ejder YILMAZ. **Medeni Usul Hukuku**, Ders Kitabı. B. 7. Ankara 1995.

- KURU, Baki., Ramazan ARSLAN ve Ejder YILMAZ, **Medeni Usul Hukuku**, 14. Baskı, Ankara: Yetkin Yayınları, 2003.
- KÜLÜR, Muzaffer C. "Amerika Birleşik Devletlerinde Tüketicinin korunması", **Standart**, Yıl 1984, Sayı 269.
- MAZLUM, Ahmet. "Tüketiciyi Nasıl Koruyabiliriz", **Pazarlama Dünyası**, Yıl 4, Sayı 21, Mayıs / Haziran 1990.
- MUCUK, İsmet. **AT'de Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'de Durum**, İstanbul: TÜSİAD Yayını, Nisan 1990.
- MURRAY, Barbara B. **Consumerism, USA**, Goodyear Publishing Company Inc., 1973.
- OKTAV, Mete. Rezzan TATLIDİL ve Mustafa TANYERİ, **Avrupa Topluluğu'nda Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'nin Uyumunu**, Ankara: TOBB Yayını, 1989.
- ÖZER, Ayhan. "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun", (Ed. İrfan YAZMAN) **Türkiye'de Tüketicinin Korunması Sorunlar-Perspektifler**, Ankara: TES-AR Yayınları No:18, 1996.
- ÖZTÜRK, Tanju. "Türkiye'de Tüketicinin Korunması: Sorunlar ve Çözümler", **Pazarlama Dergisi**, Sayı 3, 1981.
- PASTANOĞLU, Harun. "Müستهlikler Ne zaman Teşkilatlanacak", **Karınca**, Sayı 399, Mart 1970.
- PEKCANITEZ, Hakan. "Tüketici Mahkemeleri", **İstanbul Barosu Dergisi**, Cilt 70, Sayı, 4-5-6, 1996.
- PEKCANITEZ, Hakan. "Tüketici Sorunları Hakem Heyeti", **İzmir Barosu Dergisi**, Sayı 3, Temmuz 1996.
- PEKCANITEZ, Hakan., Oğuz ATALAY ve Muhammet ÖZEKES, **Medeni Usul Hukuku**, 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi, 2001.
- Perran AKAN, **Tüketici ve Tüketicinin Korunması**, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını, 1995.
- POROY, Reha. "Tüketicinin Korunmasına İlişkin Bazı Hukuk Sorunları" (Halil ARSLANLI Anısına Armağan) **İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, s. 524.

REİSOĞLU, Safa. **Borçlar Hukuku Genel hükümler**, 11. Bası, Beta Yayınları, İstanbul, 1997.

SEROZAN, Rona. "Tüketiciyi Koruma Kanunu Değişikliğinin artıları ve Eksileri", **İ.Ü. Hukuk Fakültesi Mecmuası**, Cilt: LXI, Sayı: 1-2, 2003.

ŞİBİL, Hakkı. "Ülkemizde Tüketiciyi Koruma Sorunları", **Pazarlama Dünyası**, Yıl 2, Sayı 9, Mayıs / Haziran 1988.

TANDOĞAN, Haluk. **Borçlar Hukuku-Özel Borç İlişkileri**, Cilt I/I, İstanbul, 1988.

TANDOĞAN, Haluk. **Tüketicinin Korunması ve Sözleşme Özgürlüğünün Bu Açıdan sınırlandırılması**, Ankara: A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayınları, No: 416, 1977.

TAŞKIN, Erdoğan. "Kişisel Satış ve Tüketicilerin Korunması", **Pazarlama Dünyası**, Sayı 23, 1990.

TES-AR, **Türkiye'de Tüketicinin Korunması Sorunlar-Perspektifler**, (Ed.İrfan YAZMAN), Tartışma Notları, Tes-Ar Yayınları No:18, 1996.

TOKOL, Tuncer. "Pazarlama Açısından Tüketicinin Korunması Sorunu" **Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi**, 1976.

TRKGM, **4077 Sayılı Tüketicinin Torunması Hakkında Kanun ve Uygulama Yönetmelikleri**, Ankara: Yayın No: 125, Aralık 2003.

TUNÇOMAĞ, Kenan. **Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri**, C. II, İkinci Bası, İstanbul, 1974.

ULUKAPI, Ömer. "Tüketicinin korunması Hakkında Kanun Çerçevesinde Uyuşmazlıkların Çözüm Yolları", **Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt 5, Sayı 1-2, 1996.

UYSAL, Güngör. "Örgütlenmiş Tüketicinin Ürün ve Hizmet Kalitesindeki Rolü", **Standart**, 1979, Sayı, 206.

ÜSTÜNDAĞ, Saim. **Medeni Yargılama Hukuku**, Baskı 6, Cilt I-II, İstanbul, 1997.

YILMAZ, Ejder. **Hukuk Sözlüğü**, Genişletilmiş 5. Bası, Ankara: Yetkin yayınları, 1996.

ZEVKLİLER, Aydın. **Açıklamalı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun**, 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi, 2001.

ZEYTİNOĞLU, Erol. "Tüketici", **Türkiye Ekonomisi Enstitüsü Bülteni**, Sayı, 192, 1977.

## ÖZGEÇMİŞ

30.07.1967 tarihinde Sivas'ta doğdu. İlk ve orta öğrenimimi Sivas'ta, lisans öğrenimimi Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesinde 1989'da tamamladı. Avukatlık stajını Sivas Barosunda tamamladıktan sonra 1990 yılından beri Sivas Barosuna kayıtlı olarak serbest Avukatlık yapmaktadır.

1998 yılından beri Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Ticaret Hukuku Anabilim Dalı Başkanlığına bağlı olarak, Ticaret Hukuku, Borçlar Hukuku ve Medeni Hukuk derslerini dışardan yürütmektedir. 2003 Yılında Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Etkinlikleri Kapsamında gerçekleştirilen Yeni Medeni Yasa Tanıtım Seminerlerine ilişkin olarak Sivas Valiliğinin gerçekleştirdiği çeşitli konferanslara konuşmacı olarak katıldı.

Türk Ticaret Bankası, Türkiye Elektrik Üretim Anonim Şirketi ve Botaş ile sözleşmeli Avukat olarak çalıştı. Halen Koç Holding bünyesinde yer alan Aygaz Anonim Şirketi ile sekiz yıldır sözleşmeli bölge Avukatı olarak, yine T.C. Ziraat Bankası Sivas-Zara ilçesi Şubesi Avukatı olarak çalışmaktadır.