

ÜNİTE 6

Tüketici Hakları

Tarihsel Gelişim ve Temel Tüketici Hakları

Tüketicinin korunmasına yönelik ilk düzenlemelere Babil ve Roma döneminde rastlanır. Tüketici kavramı, son yüzyılda ortaya çıkan bir kavramdır. Modern anlamda ilk yasal düzenlemeler, Amerika Birleşik Devletlerinde yapılmıştır. Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler nezdinde yapılan yasal düzenlemeler, ABD’de yapılan yasal düzenlemelerden etkilenmiştir. Türkiye’deki yasal düzenlemelerin kaynağını da birliklerdeki düzenlemeler oluşturmuştur. 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun hazırlanmış, daha sonra 28 Mayıs 2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kabul edilerek Avrupa Birliği düzenlemeleri ile de uyumlu yeni düzenlemelere yer verilmiştir.

Temel Tüketici Hakları

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

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

1975’te Avrupa tüketici hakları beyannamesi niteliğinde bir belge sayılan 1. Tüketici Programında tüketicinin temel beş hakkı belirlenmiştir:

1. Tüketicinin sağlığının ve güvenliğinin korunması hakkı
2. Tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması hakkı
3. Tüketicinin tazmin (zararların giderilmesi) hakkı
4. Tüketicinin bilgilendirme ve eğitim hakkı
5. Tüketicinin temsil edilme hakkı

Birleşmiş Milletler Deklarasyonunda bu beş hak geliştirilerek sekiz temel tüketici hakkı belirlenmiştir:

1. *Temel ihtiyaçları karşılama hakkı:* İnsan yaşamı için gerekli olan yeme, içme, barınma, tedavi edilme gibi gereksinimlerinin giderilmesini isteme hakkıdır.
2. *Sağlık ve güvenliğin korunması hakkı:* Sağlığa, cana veya mala zarar verebilecek olan ürünlere, üretim süreçlerine veya sunulan hizmetlere karşı korunmayı içerir.
3. *Ekonomik çıkarların korunması hakkı:* Mal ve hizmetler arasından seçim yapabilme olanağını sağlayan bir haktır.
4. *Bilgi edinme (bilgilendirilme) hakkı:* Tüketicinin bilgilenmiş bir şekilde seçim yapabilmek için, aldatıcı ve yanıltıcı reklamlara ve etiketlere karşı korunmak için, gerek duyduğu bilgilerin kendisine verilmesini içeren bir haktır.

5. *Eğitilme hakkı*: Bilinçli bir tüketici olabilmek için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip olabilmeyi içeren bir haktır.
6. *Tazmin (zararların giderilmesi) hakkı*: Satın alınan mal ya da hizmetlerin öngörülen nitelikte olmaması, yani ayıplı çıkması durumunda; ayıplı malın geri alınması, değiştirilmesi, ayıplı hizmetin yeniden görülmesi ve bunun gibi ayıpların ve neden oldukları her türlü maddi, hukuki ve ekonomik zararların karşılanmasıdır.
7. *Örgütlenme ve temsil hakkı*: Tüketicilerin örgütlenebilmeleri, hak ve çıkarları açısından kendilerini ilgilendiren yasal, idari, teknik, ticari, ekonomik, sosyal ve politik konularda düşünce ve görüşlerini belirtmeleri, kamuoyu oluşturabilmeleri ve çeşitli kuruluşlarca alınan kararlara, oluşturdukları kuruluşlar ile katılabilmelerini ifade eder.
8. *Sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı*: Yaşam kalitesini artıracak bir fiziksel çevreye sahip olma, çevreden gelecek tehlikelerden korunma, sağlıklı ve kaliteli alt yapı hizmetlerinin bulunduğu bir yaşama ortamının tüketicilere sağlanmasını ifade eder.

Tüketici Kuruluşları

Sivil Tüketici Kuruluşları

Tüketicilerin çıkarlarını korumak amacıyla, tüketiciler tarafından kurulan özel hukuk tüzel kişileridir. Sivil toplum kuruluşu niteliği taşıyan ilk tüketici kuruluşu, ABD’de, 1936 yılında Tüketiciler Birliği unvanıyla kurulmuştur. Türkiye’de ilk tüketici örgütlenmesi, 1986 yılında kurulan Tüm Tüketicileri Koruma Derneğidir.

Devlet ve Kamu Kuruluşları

Türkiye’de sivil tüketici kuruluşları, uzun yıllar tüketicilerin haklarını korumada yetersiz kalmış, bu nedenle bu görev devlet kurumlarınca üstlenilmiştir. 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanundan önce, tüketicilerin haklarını korumaya yönelik devlet kuruluşlarına şunları örnek olarak verebiliriz: Ticaret Bakanlığı bünyesinde olan Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü, Ölçüler ve Standartlar Genel Müdürlüğü, Sanayi Genel Müdürlüğü; Sağlık Bakanlığı bünyesinde bulunan, Hıfzıssıhha Enstitüsü, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, İlaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Tüketici Kuruluşları

- *Tüketici Konseyi*: Tüketicinin sorunlarının, gereksinimlerinin ve çıkarlarının korunmasına ilişkin gerekli önlemleri araştırmak, kanunun uygulanmasına yönelik tedbirlere dair görüşleri öncelikle ele almak ve ilgili mercilere iletmek gibi amaçları bulunmaktadır.
- *Reklam Konseyi*: Çağdaş iletişim uygulamalarını takip etmek, reklam sektörünün ve reklam denetim işlevinin geliştirilmesine yönelik araştırma ve çalışmalar yapmak, alana ilişkin görüş ve önerilerde bulunmak, görüş ve önerileri ilgili mercilere iletmek.
- *Tüketici Hakem Heyeti*: Ticaret Bakanlığı il ve yeterlilik şartları yönetmelikte belirlenen ilçe merkezlerinde en az bir tüketici hakem heyeti oluşturmakla görevli kılınmıştır.
- *Tüketici Mahkemeleri*: Her ilde yeterli sayıda kurulan Tüketici Mahkemeleri, tutar itibarıyla Hakem Heyetlerinin görev kapsamına girmeyen anlaşmazlıklar ile Hakem

Heyetleri tarafından verilen kararlara karşı itirazların yapıldığı ilk derece mahkemeleridir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Kapsamı, Tüketici Sözleşmelerinin Temel İlkeleri ve Tüketici Sözleşmeleri'ndeki Haksız Şartlar

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Kapsamı

Tüketicinin korunması hakkındaki kanun, her türlü tüketici işlemi ile tüketiciye yönelik uygulamaları kapsar.

Tüketici İşlemi: Mal veya hizmet piyasalarında kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketiciler arasında kurulan, eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekâlet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dâhil olmak üzere her türlü sözleşme ve hukuki işlemdir.

Tüketici Sözleşmeleri: Sözleşme ivaz (karşılık) karşılığında bir mal veya hizmetin sağlanmasına yöneliktir. Tüketici sözleşmelerinin konusunu mal ya da hizmet oluşturur.

Tüketici Kavramı: Ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayabilmek için mevcut mal ve hizmetleri alıp kullanan ve yararlanan, ürettiği malı kendi gereksinimi için kullanan veya satma ya da değişime konu etmeyen kişidir. Tüketicinin unsurları ticari veya mesleki amaçlarla hareket edilmemesi ve gerçek veya tüzel kişi olmasıdır.

Tüketici Sözleşmelerinin Temel İlkeleri

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun tüm tüketici sözleşmelerinde geçerli olan temel ilkelere yer vermiştir.

1. Tüketicilerin taraf oldukları sözleşmenin geçerlilik şartları; yazılı olması, en az on iki punto büyüklüğünde anlaşılabilir bir dilde, açık, sade ve okunabilir şekilde düzenlenmesi gibi
2. Sözleşmedeki şartların tüketici aleyhine sonradan tek taraflı olarak değiştirilemeyeceği
3. Tüketiciden; kendisine sunulan mal veya hizmet kapsamında haklı olarak yapılmasını beklediği ve sözleşmeyi düzenleyen yasal yükümlülükleri arasında yer alan edimler ile sözleşmeyi düzenleyen kendi menfaati doğrultusunda yapmış olduğu masraflar için ek bir bedelin talep edilemeyeceği,
4. Tüketicinin yapmış olduğu sözleşmelerin bir örneğinin (ve eklerinin) yazılı olarak tarafına verilmesi (uzaktan iletişim araçları ile yapılan sözleşmelerde uzaktan iletişim aracına uygun şekilde verilmesi) zorunluluğu ve sözleşmenin bir örneğinin verildiğinin ispatının düzenleyene yüklenmesi,
5. Tüketici işlemine bağlı kıymetli evrakların sadece nama yazılı senet olabilmesi,
6. Tüketici işlemlerinde (temerrüt de dâhil olmak üzere) bileşik faiz uygulanamaması,
7. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'daki hükümlerin katılım bankalarını da kapsamı.

Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar

Haksız şart; tüketiciyle müzakere edilmeden sözleşmeye dâhil edilen ve tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde dürüstlük kuralına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhine dengesizliğe neden olan sözleşme şartlarıdır. Bir şartın haksız şart kabul edilebilmesi üç koşulu bulunmaktadır:

1. Sözleşmenin, tek taraflı olarak, müzakere edilmeksizin düzenlenmesi,
2. Tüketici aleyhine dengesizliğe sebep olması,
3. Bu durumun dürüstlük kurallarına aykırı olması.

Kanunda yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen bazı tüketici sözleşmelerinin en az on iki punto ve koyu siyah harflerle düzenlenmesi gerekir.

Bir sözleşme şartının haksızlığı; sözleşme konusu olan mal veya hizmetin niteliği, sözleşmenin kuruluşunda var olan şartlar ve sözleşmenin diğer hükümleri sözleşmenin kuruluş anına göre belirlenir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre, tüketiciyle akdedilen sözleşmelerde yer alan haksız şartlar kesin olarak hükümsüzdür.

Satıştan Kaçınma ve Sipariş Edilmeyen Mal ve Hizmetler

Satıştan Kaçınma

Satıcının vitrinde, rafta, elektronik ortamda veya açıkça görülebilir herhangi bir yerde teşhir edilen malın, satılık olmadığı belirtilen bir ibareye yer verilmedikçe satışından kaçınması mümkün değildir. Aynı şekilde hizmet sağlayıcı da hizmet sağlamaktan haklı bir sebep olmaksızın kaçınamayacaktır. Belirli koşulların varlığı halinde satıcı veya sağlayıcı tüketicinin talebi halinde, sözleşme yapmaktan kaçınamayacaktır. Kanunda bu zorunluluğa uyulmaması halinde ayrıca cezai yaptırım öngörülmüştür.

Sipariş Edilmeyen Mal ve Hizmetler

Sipariş edilmeyen malların gönderilmesi ya da hizmetlerin sunulması durumunda, tüketiciye karşı herhangi bir hak ileri sürülemez. Bu hâllerde tüketicinin sessiz kalması ya da mal veya hizmeti kullanmış olması, sözleşmenin kurulmasına yönelik kabul beyanı olarak yorumlanamaz. Satıcı ya da sağlayıcı bir mal veya hizmetin sipariş edildiğini iddia ediyor ise bu iddiasını ispat etmek zorundadır.

Ayıplı Mal ve Hizmetler

Mal Kavramı

TKHK kapsamında şunlar mal olarak kabul edilir:

- Alışverişe konu olan taşınır eşya,
- Konut ve tatil amaçlı taşınmaz mallar,
- Elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri maddi olmayan mallar,

- Tarımsal ürünler, toprağı işleyerek elde edilen
- sebze ve meyve, hayvancılıkla elde edilen işlenmemiş et ve süt,
- Avlanma sonucu elde edilen şeyler,
- Bir başka taşınır ya da taşınmazın bütünleyici parçası haline gelecek şekilde onunla birleşen ya da monte edilen taşınırlar.

TKHK anlamında mal kavramına öncelikle alışverişe konu olan taşınır eşyalar girer. TKHK kapsamındaki taşınmaz mallar sadece konut ve tatil amaçlı taşınmazlardır.

Hizmet Kavramı

Hizmet, bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan ya da yapılması taahhüt edilen mal sağlama dışındaki her türlü tüketici işleminin konusunu ifade eder. Hizmet, bedenî çalışma veya fikrî çalışma şeklinde olabileceğı gibi hem bedeni hem de fikri bir çalışmayı da içerebilir.

Ayıplı Mal ve Hizmetler

Ayıplı Mal

Tüketiciye teslimi anında, taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması ya da objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşıması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan maldır. Malda bulunması gereken niteliklerdeki eksikliklerin hukuki anlamda eksiklik olarak sayılabilmesi için malın değerinde azalmaya neden olması veya kullanımından beklenen yararları azaltması gerekir. Sadece zorunlu standartlarda belirtilen nitelik veya niceliklere aykırılık ayıp sayılır. Belli bir standardı olmayan mallarda ise, malın zorunlu olarak sahip olması gereken niteliklerin bulunup bulunmadığını saptarken, malın kullanım amacı ve tüketicinin bu maldan beklediğı fayda dikkate alınacaktır.

Ayıplı Hizmet

Ayıplı hizmet, sözleşmede belirlenen süre içinde başlamaması veya taraflarca kararlaştırılmış olan ve objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşıması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan hizmettir.

Ayıp Türleri

1. Maddi Ayıp: Tüketici eşyanın fiziki yapısındaki bazı eksiklikler nedeniyle beklenen amacı gerçekleştiremiyorsa maddi ayıp söz konusu olur.
2. Hukuki Ayıp: Satılan malda ya da sunulan hizmette, maddi anlamda bir kusur ve eksik olmamasına karşın; bazı yasaklamalar ve sınırlamalar nedeniyle alıcının maldan ya da hizmetten yararlanması engellenir, azalır veya ortadan kalkarsa, hukuki ayıp söz konusudur.
3. Ekonomik Ayıp: Alıcının maldan beklediğı yararlanma ve kullanma olanağını azaltan, kullanma olanağı bulunmasına karşın malın ekonomik değerini azaltan ya da hizmetten beklediğı faydaları azaltan veya ortadan kaldıran ekonomik eksikliklerin bulunmasıdır.

Ayıplı Mal ve Hizmetten Dolayı Sorumluluk

Sorumluluk doğabilmesi için şu koşulların varlığı gerekir:

- Ortada Ayıp Sayılan Bir Eksikliğin Bulunması
- Ayıbın, Malın Yarar ve Zararının Alıcıya Geçtiği Anda Var Olması
- Tüketicinin, Malı ya da Hizmeti Ayıbın Varlığını Bilmeksizin Satın Almış Olması

Ayıplı hizmet nedeniyle sağlayıcı, hizmeti sözleşmeye uygun olarak ifa etmekle yükümlüdür.

Ayıplı Mal Nedeniyle Tüketicilere Tanınan Haklar

Tüketici, ayıplı mal nedeni ile şu haklardan dilediğini seçebilir:

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

Ayıplı Hizmet Nedeniyle Tüketicilere Tanınan Haklar

Tüketici, ayıplı hizmet nedeniyle sağlayıcıya başvurarak şu hakları kullanabilir:

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

Ayıplı Malın Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk

Ayıplı bir mal veya hizmet, başkaca mallara veya kişilere de zarar verebilir. Tüketici ayıplı malın neden olduğu zararlardan dolayı Türk Borçlar Kanunu hükümlerine dayanarak tazminat talep edebilir.

Aldatıcı Reklamlar ve Haksız Ticari Uygulamalar

Aldatıcı Reklamlar

Aldatıcı reklamlara karşı tüketicilerin korunmasını amaçlayan temel hukuk kaynağı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanundur. Ticari reklamların, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır. Reklam Kurulunca belirlenen ilkeler şunlardır:

- Tüketiciyi aldatıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve engellileri istismar edici ticari reklam yapılamaz.
- Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır.
- Aynı amaca yönelik rakip mal veya hizmetlerin karşılaştırmalı reklamı yapılabilir.

- Reklam verenler ticari reklamlarında yer alan iddiaların doğruluğunu ispatla yükümlüdür.
- Reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları bu madde hükümlerine uymakla yükümlüdür.

Aldatıcı reklam, ulaştığı kişileri yanlış yönlendiren ve reklamı yapılan ürün veya hizmetle ilgili yanıltan ya da yanıltma olasılığı olan reklamlardır. Tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliğinden yararlanarak, tüketicileri istismar eden reklamlar da yasaklanmış olduğundan, bu reklamlar da aldatıcı reklam oluşturmaktadır. Aldatıcı reklamlara karşı tüketici şu yollara başvurabilir:

- Ayıplı mal nedeniyle seçimlik tüketici haklarına dayanma,
- Reklam kuruluna şikâyet,
- Genel hükümlerden yararlanmak.

Haksız Ticari Uygulamalar

Aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.

Tüketici Kredileri, İşyeri Dışında Kurulan Sözleşmeler ve Mesafeli Sözleşmeler

Tüketici Kredileri

Tüketici kredisi sözleşmesinin yazılı olarak yapılması ve bu sözleşmenin bir nüshasının kâğıt üzerinde veya kalıcı bir veri saklayıcısı ile tüketiciye verilmesi zorunludur.

Tüketici kredisi sözleşmesi, kredi verenin tüketiciye faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında ödemenin ertelenmesi, ödünç veya benzeri finansman şekilleri aracılığıyla kredi verdiği veya kredi vermeyi taahhüt ettiği sözleşmeyi ifade eder. Belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde faiz oranı sabit olarak belirlenir. Belirli süreli kredi sözleşmesinin şartları, tüketici aleyhine değiştirilemez. Tüketici, vadesi gelmemiş bir veya birden çok taksit ödemesinde bulunabilir veya kredi borcunun tamamını erken ödeyebilir. Tüketicinin yazılı veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla açık talebi olmaksızın kredi ile ilgili sigorta yaptırılamaz. Tüketicinin açık talimatı olmaksızın, belirli süreli kredi sözleşmesi ile ilişkili bir kredili mevduat sözleşmesi yapılamaz.

Bağlı Krediler: Tüketici kredisinin münhasıran belirli bir malın veya hizmetin tedarikine ilişkin bir sözleşmenin finansmanı için verildiği ve bu iki sözleşmenin objektif açıdan ekonomik birlik oluşturduğu sözleşmedir.

Kredi Kartları: Kişilerin mal ve hizmet satın alırken, peşin para ödemeleri yerine kullandıkları geliştirilmiş bir ödeme sistemidir.

Taksitli Satışlar: Taksitle satış sözleşmesi, satıcı veya sağlayıcının malın teslimi veya hizmetin ifasını üstlendiği, tüketicinin de bedeli kısım kısım ödediği sözleşmedir.

İş Yeri Dışında Kurulan Sözleşmeler

Bu sözleşmeler, Bakanlık tarafından yetkilendirilmiş satıcı veya sağlayıcı tarafından kurulur. Tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir. İş yeri dışında kurulan sözleşmeler yazılı olarak kurulmadıkça geçerli olmaz. Tüketici, cayma süresi (14 gün) içinde malın mutata kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan sorumlu değildir. Tüketicuyu cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirmemesi durumunda, bu süre cayma süresinin bittiği tarihten itibaren bir yıl sonra sona erer.

Mesafeli Sözleşmeler

Mesafeli sözleşme, satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanılması suretiyle kurulan sözleşmelerdir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre, tüketici, internetten satın alacağı mal ve hizmetle ilgili ayrıntıları yazılı olarak onaylamadıkça sözleşme de kurulamayacak, dolayısıyla ayrıntısı ve özellikleri belirtilmeyen ürünü satın almak zorunda kalmayacaktır. Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir.