



**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ÖZEL HUKUK ANABİLİM DALI
ÖZEL HUKUK PROGRAMI**

**ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE
TÜKETİCİNİN KORUNMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

FATİMA ÇAKMAK

İSTANBUL, 2024



FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ÖZEL HUKUK ANABİLİM DALI
ÖZEL HUKUK PROGRAMI

ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE
TÜKETİCİNİN KORUNMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

FATİMA ÇAKMAK
(210161014)

Danışman
(Prof. Dr. Nejat Aday)

DÜZELTİLMİŞ TEZ

İSTANBUL, 2024



FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ
TEZ ONAY FORMU

15/04/2024

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Özel Hukuk Anabilim Dalı Özel Hukuk Tezli YL programı öğrencisi 210161014 numaralı Fatıma ÇAKMAK ın hazırladığı "Elektronik Satış Sözleşmesinde Tüketicinin Korunması" konulu Yüksek Lisans tezi ile ilgili Tez Savunma Sınavı, 15/04/2024 Pazartesi günü saat 10:00'da yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **Kabulüne** ~~Çalıştırma/Oy Birliği~~ ile karar verilmiştir.

Tez adı değişikliği yapılması halinde: Tez adının
.....
şeklinde değiştirilmesi uygundur.

Jüri Üyesi	Karar
1. Prof. Dr. Nejat ADAY (Danışman)	Kabul
2. Prof. Dr. Cumhuri ÖZAKMAN	KABUL
3. Prof. Dr. Halil AKKANAT	Kabul
4.
5.
6. (İkinci Danışman)*

*2. Danışman varsa doldurulması gerekmektedir.

ETİK BİLDİRİM

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bağlı olduğum üniversite veya bir başka üniversitedeki başka bir çalışma olarak sunulmadığını beyan ederim.

Fatıma Çakmak

DÜZELTME METNİ

- Tezin ismi değiştirilerek kapsama alanı elektronik satış sözleşmeleriyle sınırlı olacak şekilde daraltıldı.
- Elektronik satış sözleşmesinin hukuki niteliğine ilişkin açıklamalar genişletildi.
- Elektronik satışlar bakımından elektronik ticaretin düzenlenmesi dair mevzuat ile tüketicinin korunmasına dair mevzuat hükümleri çerçevesinde meydana gelebilecek farklı uygulama ve yaptırımlar ele alındı.

ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI

Fatıma Çakmak

ÖZET

Elektronik satış sözleşmeleri, elektronik ortamda mal satışını konu edinen, tarafların anlaşarak karşılıklı borç altına girdiği, internet veya elektronik iletişim araçları kullanılarak akdedilen sözleşmelerdir. Elektronik satış sözleşmesi esasen klasik satış sözleşmesi ile aynı nitelikleri haizdir. Farkı, sözleşmeyi meydana getirilen iradelerin karşı tarafa yöneltildiği araçlardır. Türk Borçlar Kanunu (TBK) m. 1 vd. uyarınca taraf iradelerinin karşılıklı ve birbirine uygun şekilde açıklanmasıyla sözleşme kurulacaktır. Elektronik sözleşmelerin kuruluşu bilgisayar aracılığıyla internet üzerinden olabileceği gibi, elektronik iletişim araçlarının kullanılması suretiyle de gerçekleşebilir. Burada dikkat edilmesi gereken husus, sözleşmenin kurulacağı, hüküm ve sonuçlarını doğuracağı zamanın tespitidir. Söz konusu zamanlar sözleşmenin hazır olanlar ve hazır olmayanlar arasında akdedilmesine göre farklılık gösterecektir.

Tüketicinin tarafı olduğu satış sözleşmesinin elektronik ortama taşınmasıyla birlikte, meydana gelecek her uyuşmazlıkta TBK ile tüketici hukuku mevzuatı ve elektronik ticarete ilişkin mevzuat birlikte ele alınmalıdır. Çalışmamızda, geçerli olarak kurulan elektronik satış sözleşmesi, sözleşme taraflarının sahip olduğu hak ve yükümlülükleri, uyuşmazlık çözüm yöntemleri mevzuata dayalı olarak ele alınmış; söz konusu açıklamalar mahkeme, tüketici hakem heyeti ve reklam kurulu gibi mercilerin güncel kararları ile de desteklenerek uygulamadaki durum ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Satış Sözleşmesi, Elektronik Satış Sözleşmesi, Elektronik İrade Beyanı, Sözleşmenin Hüküm ve Sonuç Doğurması, Tüketici, Tüketicinin Korunması

CONSUMER PROTECTION IN ELECTRONIC SALES

CONTRACT

Fatıma akmak

ABSTRACT

Electronic commerce contracts are agreements made via the internet or electronic communication tools for the sale of goods in an electronic environment, where the parties enter into mutual obligations by agreement. The electronic sales contract has essentially the same qualifications as the classical sales contract. The difference is the way in which the agreements are shared with the other party. According to the Turkish Code of Obligations (TBK), a contract is concluded by the mutual and appropriate expression of the will of the parties. Electronic contracts can be formed via the internet or electronic communication tools. The key issue is determining the time at which the contract is concluded and when its provisions and consequences will take effect. This timing varies depending on whether the parties are ready or not.

By transferring the sales contract to the electronic environment in which the consumer is a party, the TBK, consumer law legislation and electronic commerce legislation should be considered together in any dispute that may arise. In this study, the valid electronic sales contract, the rights and obligations of the parties and the methods of dispute resolution are discussed on the basis of the legislation. It is supported by recent decisions of authorities such as courts, consumer arbitration boards and advertising boards and attempts to reveal the situation in practice.

Keywords: Sales Contract, Electronic Sales Contract, Electronic Declaration Of Will, Effect And Conclusion of The Contract, Consumer, Consumer Protection

ÖN SÖZ

Teknolojinin de gelişmesiyle ticaret, finans, bankacılık ve hukuk gibi birçok sektör ve alanda yer edinen ve tüketici işlemlerine sıklıkla konu olan elektronik ticaretin yasal altyapısının oluşturulması ve toplumsal dinamiklere uyarlanması kurulacak hukuki ilişkiler bakımından elzemdir. Gündelik hayatta sıklıkla akdedilen satış sözleşmeleri elektronik ticaretin gelişimi ile elektronik ortamda sıklıkla akdedilmeye başlanmış, dolayısıyla sözleşme tarafı olan tüketicilerin hak ve menfaatlerinin korunması ihtiyacı doğmuştur. Bu kapsamda çalışmamızda, başta genel hükümleri ihtiva eden 6098 sayılı “Türk Borçlar Kanunu”, tüketiciler hakkında hükümleri ihtiva eden 6502 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun”, elektronik ticaret hakkında hükümleri ihtiva eden 6563 sayılı “Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun”, 01.07.2022 tarihinde kabul edilen 7416 sayılı “Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ve yönetmeliklerinin ilgili hükümleri ele alınmıştır. Mevzuat ve öğretilerdeki görüşlerin yanı sıra güncel hakem heyeti kararları ile de çalışmamız desteklenmiştir.

Çalışmanın başından itibaren danıştığım her hususta vakit ayırıp sorularımı cevaplandıran ve her görüşmemizde icra ettiğimiz avukatlık mesleğinde bana farklı ufuklar kazandıran kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Nejat Aday’a teşekkürlerimi sunarım. Tezin hazırlanış sürecinde her türlü sorumu samimiyetle cevaplandıran, desteklerini sürekli hissettiğim değerli hocalarım Esra Gültekin ve Ömer Faruk Çelik’e de ne kadar teşekkür etsem azdır.

Tez savunması esnasında yapıcı eleştirileri ile çalışmanın hukuki manada olgunluk kazanmasına katkıda bulunan saygıdeğer hocalarım Prof. Dr. Cumhur Özakman ve Prof. Dr. Halil Akkanat’ a da şükranlarımı sunarım.

Son olarak, maddi manevi desteklerini her zaman hissettiğim, varlıkları benim için güç kaynağı olan başta sevgili annem ve babam olmak üzere aileme ve dostlarıma teşekkür eder, çalışmanın tüm okuyuculara faydalı olmasını temenni ederim.

Nisan 2024

Fatıma Çakmak

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖN SÖZ	vi
KISALTMALAR	x
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
1. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER .	3
1.1. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TANIMI	4
1.2. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TARAFLARI VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ.....	5
1.2.1. Tüketicinin Yükümlülükleri	6
1.2.2. Satıcı/ Sağlayıcının Yükümlülükleri	7
1.3. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ.....	9
1.4. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN KONUSU VE ŞEKLİ.....	12
1.5. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİ BAKIMINDAN ÖNEM TAŞIYAN BAZI KAVRAMLAR	13
1.5.1. Elektronik Ticaret (E- Ticaret)	13
1.5.2. Ticari İletişim	14
1.5.3. Ticari Elektronik İleti.....	14
1.5.4. Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcı.....	15
1.5.5. Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı.....	15
1.5.6. Elektronik Ticaret Ortamı.....	16
1.5.7. Elektronik Ticaret Pazaryeri.....	16
1.5.8. Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS).....	17
1.6. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN KURULMASI VE HÜKÜM DOĞURMASI.....	18
1.6.1. Hazır Olanlar Arası Elektronik Sözleşmeler Bakımından	21
1.6.2. Hazır Olmayanlar Arası Elektronik Sözleşmeler Bakımından	22
İKİNCİ BÖLÜM.....	24
2. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA İLİŞKİN ÖZEL DÜZENLEMELER.....	24
2.1. MEVZUATTA “TÜKETİCİ” KAVRAMININ DEĞERLENDİRİLMESİ	24
2.1.1. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun	24

2.1.2. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun.....	24
2.1.3. Diğer İlgili Kanunlar Bakımından Değerlendirme.....	25
2.1.3.1.6698 S. Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Kanun (KVKK) 25	
2.1.3.2.5651 S. İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun 25	
2.1.3.3.5070 S. Elektronik İmza Kanunu	25
2.2. TÜKETİCİ İLE AKDEDİLEN SÖZLEŞMELERDE HAKSIZ ŞARTLAR	26
2.3. TÜKETİCİNİN BİLGİLENDİRİLMESİ	31
2.3.1. Genel olarak	31
2.3.2. Fiyat Etiketi	35
2.3.3. Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu	36
2.3.4. Garanti Belgesi	37
2.4. AYIPLI MAL/ HİZMET	38
2.4.1. Ayıplı Mal ve Ayıplı Hizmet	38
2.4.2. Ayıbın Koşulları.....	43
2.4.3. İspat 44	
2.4.4. Tüketicinin Sahip Olduğu Seçimlik Haklar	45
2.4.5. Hakların Kullanılacağı Kişi/Kurumlar	50
2.4.5.1. Aracı Olmadan Akdedilen Sözleşmeler	50
2.4.5.2. Üçüncü Kişinin Kurduğu Sistem Aracılığıyla Akdedilen Sözleşmeler	51
2.4.6. Zamanaşımı Süreleri	51
2.5. TÜKETİCİYİ ALDATICI REKLAMLAR	53
2.5.1. Genel Olarak	53
2.5.2. Tüketicinin Aldatıcı Reklamlara Karşı Korunması	58
2.6. HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR	59
2.7. CAYMA HAKKI.....	62
2.7.1. Hukuki Niteliği.....	63
2.7.2. Mesafeli Sözleşmelerde Cayma Hakkı	64
2.7.3. Taraf Yükümlülükleri	66
2.7.4. Sonuçları.....	67
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	68

3. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜMÜ	68
3.1. YABANCILIK UNSURU TAŞIYAN UYUŞMAZLIKLARDA UYGULANACAK HUKUK.....	68
3.2. SÖZLEŞMEDEN KAYNAKLANAN UYUŞMAZLIKLARDA GENEL ESASLAR	69
3.2.1. Başvurulacak Mevzuat	70
3.2.2. Görevli ve Yetkili Mahkeme	70
3.2.3. İspat ve Deliller	72
3.3. UYUŞMAZLIKLARDA BAŞVURULABİLECEK ALTERNATİF ÇÖZÜM YOLLARI.....	72
3.3.1. Tahkim.....	73
3.3.2. Arabuluculuk	74
3.3.3. Tüketici Hakem Heyetine Başvuru	76
3.3.4. Ticari Reklam Uyuşmazlıklarının Çözümü	80
3.3.5. Güven Damgası	81
3.3.6. Uyuşmazlık Çözüm Birimleri	82
SONUÇ	84
KAYNAKÇA.....	87

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
A.Ş.	: Anonim Şirket
AY	: T.C. Anayasası
AYM	: Anayasa Mahkemesi
BATİDER	: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Dergisi
Bkz.	: Bakınız
C.	: Cilt
CISG	: Milletlerarası Menkul Mal Satışları Hakkında Birleşmiş Milletler Viyana Sözleşmesi
DEUHFD	: Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
dn.	: Dipnot
HD	: Hukuk Dairesi
HGK	: Hukuk Genel Kurulu
HMK	: 6100 Sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu
HKIAC	: Hong Kong Tahkim Merkezi
HUAK	: 6325 sayılı Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu
Ed.	: Editör
EDI	: Elektronik Veri Değişimi
ETBİS	: Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi
ETHS	: Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı
ETAHS	: Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı
ETDHK	: 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun
EÜHFD	: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
E-Ticaret Yönetmeliği	: Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik

FSEK	: 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
İİK	: 2004 Sayılı İcra İflas Kanunu
K.	: Karar
KVKK	: 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu
m.	: Madde
MÖHUK	: 5718 Sayılı Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun
MSY	: Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği
S.	: Sayı
s.	: Sayfa
s.e.t.	: Sayfa Erişim Tarihi
SMK	: 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu
SÜHFD	: Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
THHY	: Tüketici Hakem Heyeti Yönetmeliği
TBK	: 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu
TKHK	: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
TL	: Türk Lirası
TMK	: 4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TTK	: 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu
TOKİ	: Toplu Konut İdaresi
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü
URL	: Uniform Resource Locator
vb.	: Ve benzeri
vd.	: Ve devamı
vs.	: Vesaire
YÜHFD	: Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi

GİRİŞ

İnternet¹, teknolojinin gelişmesiyle birlikte günlük yaşamın her alanında yaygın hale gelmiş, internet kullanıcıları için bir yaşam tarzı haline gelerek basit ev ihtiyaçlarından büyük alışverişlere kadar elektronik satış sözleşmesi kurulması suretiyle elektronik ticaret faaliyetine başlanmıştır². Fiziken karşı karşıya gelmeksizin elektronik ortamda satış sözleşmelerinin akdedilmeye başlanmasıyla birlikte, sözleşme tarafı tüketicinin korunması ihtiyacı doğmuştur. Elektronik ticaretin ülke hukuklarında sürdürülebilir gelişimi mevzuatta gerekli teknik ve hukuki alt yapının kurulması ile mümkün olacaktır³. Ülkemiz tüketici hukukunda klasik veya elektronik ortamda akdedilen satış sözleşmelerinde AB Direktifleri ve bu çerçevede hazırlanmış mevzuat ile bu kapsamda tüketiciyi koruyucu hükümler getirilmiştir⁴.

Birleşmiş Milletler Teşkilatı tarafından uluslararası hukuk bünyesinde 1985 yılında kabul edilen “*Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar Deklarasyonu*” uyarınca tüketicinin temel hakları şu şekilde sayılmıştır: “*Temel Gereksinimlerin Karşılansısı Hakkı, Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı, Bilgilendirilme Hakkı, Eğitilme Hakkı, Zararların Tazmin Edilmesi Hakkı, Temsil Edilme Hakkı*”⁵. Bu haklara sonrasında *şikâyet hakkı* eklenmiştir⁶. Uyumlaştırma çalışmaları kapsamında tüketicilerin hak ve menfaatlerini koruyucu düzenlemeler hukukumuzda, Türk Borçlar

¹ İnternet, tüm dünya genelinde taraflar arasında bilgi değiş- tokuşu imkânı sağlayan açık elektronik bilişim ağıdır. Detaylı açıklama için bkz.: Gezder, Ü., “**Erzurumlu Şerhi**”, Mesafeli Sözleşmeler (İnternet, Televizyon, Telefon, Faks vs. Mesafeli İletişim Araçlarıyla Yapılan Sözleşmeler), İstanbul 2006, s. 36.

² Mou, J., Cui, Y./ Kurcz, K., “**Bibliometric and Visualized Analysis of Research on Major E-Commerce Journals Using Citespace, Journal of Electronic Commerce Research**”, Vol: 20(4), s. 219 (çevrimiçi) (http://www.jecr.org/sites/default/files/2019vol20no4_Paper2.pdf), s.e.t. 30.11.2022.

³ Akan, M., “**Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması**” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya 2003, s. 41.

⁴ Yılmaz Aslan İ., “**Tüketici Hukuku Dersleri**”, 9. Baskı, İstanbul 2022, s. 2.

⁵ İlgili haklar hakkında açıklamalar için bkz.: Özel, Ç., “**Tüketicinin Korunması Hukuku**”, 7. Baskı, Ankara 2021, s. 51 vd.

⁶ Şikâyet hakkı, Uluslararası Tüketici Birlikleri Örgütü (ICU) tarafından ilan edilen tüketici hakları arasında sayılmıştır. İlgili açıklama için bkz.: Özel, s. 55.

Kanunu (TBK) ve Türk Ticaret Kanunu (TTK) genel hükümlerinin yanı sıra, tüketicilerin korunmasına yönelik hükümleri ihtiva eden Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK) ve elektronik ticaret usullerine yönelik düzenlemeleri ihtiva eden Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (ETDHK) ile de getirilmiştir. Tüketici hukukunun dinamik yapısı ve güncel AB Direktifleri ile uyumlaştırma çalışmaları çerçevesinde de gelişimi ve değişimi sürekli devam etmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ticari faaliyetlerin elektronik ortama taşınması ile satış sözleşmeleri de elektronik ortama taşınmıştır. Elektronik satış ile klasik satış arasındaki farkı satış sözleşmesinin elektronik vasıtalarla akdedilmesi oluşturur⁷. Bu yönüyle kuruluşu ve hukuki niteliği itibarıyla elektronik satışın alelade satıştan bir farkı bulunmamaktadır. Satıcı, satış sözleşmesi hükümlerine uygun olarak malı tüketiciye teslim etmek suretiyle ticari faaliyet gerçekleştirir. Mevzuatta sözleşme taraflarının hak ve menfaatlerine ilişkin klasik satış sözleşmelerinde esas alınan tüm hususlar, elektronik ortamda gerçekleştirilen elektronik satış sözleşmelerinde de aynen geçerli olacaktır. Mevzuatta yasal altyapının mevcudiyeti halinde, sadece elektronik ortam sebebiyle elektronik satış sözleşmesinin mahkemece veya resmi makamlarca geçersizliği ileri sürülemeyecektir⁸.

Tüketici hukukunda satış sözleşmeleri oldukça önemli bir yer tutar. 97/7/EC sayılı AB Direktifi⁹ uyarınca internet aracılığıyla akdedilen elektronik sözleşmelerde tüketicilere yeterli korumanın sağlanması teşvik edilmiştir¹⁰. Yine, 2000/31/EC sayılı AB Direktifi ile elektronik sözleşmeler işlerlik kazanmış ve “*söz konusu direktifin üye devletler arasında servis sağlayıcıları ve ticari iletişim oluşturulması yanında elektronik sözleşmeler yapılmasını da amaçladığı*” belirtilmiştir¹¹. Anayasa m. 172 uyarınca Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler almak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik etmekle yükümlü kılınmıştır. Tüketici

⁷ Yücer Aktürk Z. İ., “**Elektronik Sözleşmelerin Kurulması, Hüküm ve Sonuç Doğurması**”, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. XXVII, 2023, S. 4, s. 7.

⁸ Gürpınar B., “**Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu Üzerine**”, Akademik Bilişim, Kütahya 2007, s. 5, (çevrimiçi) (<https://ab.org.tr/ab07/bildiri/217.doc>), s.e.t. 25.11.2022.

⁹ Mesafeli Satış Sözleşmelerinde Tüketici Haklarının Korunması Direktifi (97/7/EC) için bkz.: (çevrimiçi) (https://www.ab.gov.tr/files/ceb/Fasil%2028%20Tuketicin%20ve%20Sagligin%20Korunmasi/3199710007_tr.pdf), s.e.t. 26.11.2023.

¹⁰ Sağlam, İ., “**Elektronik Sözleşmeler**”, 1. Baskı, İstanbul 2007, s. 53; Gezder, Ü., “**Mukayeseli Hukuk Açısından İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**”, 1. Baskı, İstanbul 2004, s. 31.

¹¹ Yücer Aktürk, s. 10.

hukukunun anayasal temellerini, sosyal devlet ilkesi (AY m. 2), hak arama hürriyeti ilkesi (AY m. 36), temel hak ve hürriyetlerin korunması ilkesi (AY m. 40) oluşturmaktadır. Sayılan bu ilkeler ışığında tüketici, hak menfaatlerinin korunması amacıyla yürürlüğe konulan başta 6502 sayılı TKHK olmak üzere, sair tüketici hukuku mevzuatı sayesinde güçlü bir koruma altına alınmıştır.

1.1. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TANIMI

Satış sözleşmesi esas olarak TBK m. 207’de düzenlenmiş, hukuka ve ahlaka aykırı olmayacak şekilde serbestçe belirlenen, sözleşme konusu mal karşılığında bir para belirlenmesi suretiyle tarafların edimlerini değiş tokuş ettiği sözleşmedir¹². TBK hükümlerine göre klasik yollarla akdedilen satış sözleşmesi, taraflardan birinin tüketici olması neticesinde tüketici işlemi niteliğini haiz olur. TKHK m. 3/1’de tüketici işlemi barındıran sözleşmeler arasında satış sözleşmesinin sayılmaması, satış sözleşmesinin zaten ana tüketici işlemi olmasından kaynaklanmaktadır¹³.

Elektronik sözleşmelerin kurulmasında, aynı klasik sözleşmelerde olduğu gibi karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanlarının varlığı yeterlidir. Sözleşmenin kuruluşunda kullanılan araçlar farklı ise de tabi olunan usul ve esaslar klasik sözleşmelerle aynıdır¹⁴. Dijital ortamda karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanı niteliğindeki yazı, görüntü ve ses gibi verilerin sayısallaştırılarak uzaktan iletişim araçları aracılığı ile karşı tarafa yöneltilmesi ile sözleşme geçerli olarak kurulur¹⁵.

İrade beyanlarının hangi vasıtayla karşı tarafa yöneltildiğinin sözleşme geçerliliğine etkisi yoktur. Elektronik sözleşmelerin kurulmasında aracı olan mesafeli iletişim araçları 97/7/EC sayılı Direktif m. 2/4’te tanımlanmıştır¹⁶. Uyumlaştırma çalışmaları kapsamında mesafeli sözleşmelerin uzaktan iletişim araçları kullanılarak

¹² Oğuzman, M. Kemal, Öz, M. Turgut, “**Borçlar Hukuku Genel Hükümler**”, C.1, 20. Baskı, İstanbul 2022, s. 51; Serozan, R., “**Borçlar Hukuku Özel Bölüm**”, 4. Baskı, İstanbul 2019, s. 124; Nomer, H. N./ Engin, B. İ., “**Türk Borçlar Kanunu Şerhi Özel Borç İlişkileri**” 7. Baskı, Ankara 2023, s. 50; Yavuz, N., “**Satış Sözleşmeleri**”, Ankara 2016, s. 76; Kaplan, İ., “**Özel Hükümler Sözleşmeler TBK Madde 207-647**” Ankara 2021, s. 3.

¹³ Yılmaz Aslan, s. 9-10.

¹⁴ Savaş, A., “**İnternet Ortamında Yapılan Sözleşmeler ve Bunların Hukuki Sonuçları**”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya 2005, s. 49.

¹⁵ Sağlam, s. 71; Gezder, s. 24 vd. (Erzurumlu); Yavuz, s. 16-17; Uzun Kazmacı, Ö., “**Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna Disiplinler Arası Yaklaşım**”, Ankara 2016, s. 27; Yücer Aktürk, s. 8.

¹⁶ Sağlam, s. 88.

akdedileceğine dair hüküm TKHK m. 48'de düzenlenmiştir¹⁷. TKHK hükümleri, ETDHK'ya göre özel kanun kabul edilmekte ve öncelikli olarak uygulanmaktadır. Ancak TKHK hükümlerinden yararlanılabilmesi için taraflardan birinin tüketici olması gerektiğine dikkat edilmelidir. TKHK'da sayılan mesafeli sözleşme şartlarını sağlamayan elektronik sözleşme tarafı tüketiciler, Kanun'da öngörülen korumalardan, bilgilendirme ve cayma gibi temel haklardan faydalanamayacaktır¹⁸.

1.2. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TARAFLARI VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ

Klasik satış sözleşmesinin tarafları satıcı ve alıcıdır. Kural olarak, alıcı ve satıcı borçlarını aynı anda ifa etmekle yükümlüdür¹⁹. Elektronik ortamda gerçekleştirilen satış sözleşmesinin tarafları ise tüketici ile satıcı/sağlayıcı olacaktır. Kamu tüzel kişileri Yargıtay tarafından tüketici kabul edilmemekte ve sözleşme tarafı olamamaktadır²⁰. Elektronik sözleşme tarafı satıcı/sağlayıcı elektronik ticaretin düzenlenmesine dair mevzuat uyarınca farklı şekilde isimlendirilebilir. Temelde kastedilen satıcı/sağlayıcı taraf olsa da somut olaya göre taraflara "hizmet sağlayıcı, aracı hizmet sağlayıcı, elektronik ticaret hizmet sağlayıcı ve elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı" şeklinde nitelendirmeler yapılabilmektedir (ETDHK m. 2).

¹⁷ Gezder, s. 47 vd.

¹⁸ Bilgin Yüce, s. 232.

¹⁹ "Dava çekten dolayı borçlu bulunulmadığının tespitine ilişkindir. TBK 207/2 maddesi gereğince-sözleşme ile aksi kararlaştırılmadıkça aksine bir adet bulunmadıkça, satıcı ve alıcı borçlarını aynı gün ifa etmekle yükümlüdürler. Mahkemece söz konusu madde dikkate alınmaksızın çek tutarı kadar mal teslim edildiğini ispat yükümlülüğünün davalıya ait olduğu yönünde ispat külfetinde yanılıya düşülerek yazılı şekilde karar verilmesi yerinde olmayıp, davacının söz konusu çek nedeniyle borçlu olmadığını ispatla yükümlü olduğu gözetilerek tüm deliller değerlendirilip sonuca göre karar verilmesi gerektiğinden, yanılığın gerekçe ile eksik inceleme sonucu yazılı şekle hüküm kurulması bozmayı gerektirmiştir." Yargıtay 19. HD. 22.05.2014 tarihli, 2014/6700 E., 2014/9688 K. sayılı kararı; Yavuz, s. 84.

²⁰ "...Somut olayda, davacının Resmi Daire (sosyal tesisi) tipinde abone olduğu anlaşıldığından, davacının 6502 ve 4077 sayılı Kanun kapsamındaki tüketici tanımına uymadığı ve tüketici olmadığı açıktır. Uyuşmazlığın çözümü genel mahkemelerin görevi içerisindedir. Görevle ilgili düzenlemeler kamu düzenine dair olup taraflar ileri sürmese dahi yargılamanın her aşamasında resen gözetilir..." Yargıtay 3. HD., 27.09.2017 Tarihli, 2016/2299 E., 2017/12743 K. sayılı kararı, s.e.t. 29.01.2024 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>); Öğretide TKHK m. 3/k kapsamında yer alan kamu tüzel kişilerinin tüketici sayılması gerektiği hakkında karşı görüş için bkz. Çabri, S., "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi", 2. Baskı, Ankara 2021, s. 146-147.

Elektronik ticaret, çok taraflı platformlarda gerçekleştirilecek her tür ticari faaliyet olabileceği gibi²¹; iki taraflı, tüketicilerin çevrimiçi ortamlardan mal ve hizmet satın alması ile de gerçekleştirilebilir²². İlk ihtimalde “geniş anlamda elektronik ticaret”, ikinci ihtimalde ise “dar anlamda elektronik ticaret” meydana gelmekte; çalışma konumuzu dar anlamda elektronik ticarete akdedilen satış sözleşmeleri oluşturmaktadır²³.

1.2.1. Tüketicinin Yükümlülükleri

Satış sözleşmesi tarafı olan alıcının asli yükümlülüğü, satış bedelini ödemek ve sözleşme konusu malı durumun gerektirdiği şekilde devralmaktır (TBK m. 232). Elektronik satış sözleşmesi tarafı olan tüketici de elektronik ortamın niteliğine uygun şekilde, aynı yükümlülüklerle tabi olacaktır. Satıcı/sağlayıcı için aracılık edip ticaret konusu mal ve hizmetin bedelini tahsil eden kimseler de satıcı/sağlayıcı ile müteselsil olarak sorumlu tutulacaktır²⁴.

Tüketici, ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişidir (TKHK m. 3/k). Bu amaç dahilinde faaliyet göstermekle yükümlü olan tüketicinin mal ve hizmeti edindikten sonra edinim amacının değişmesi, TKHK hükümlerinden yararlanmasına engel olmayacaktır²⁵. Kanun’da düzenlenen ticari ve mesleki amaç gütmeme şartı satıcı/sağlayıcı için değil, tüketici için aranacaktır²⁶. Zira, ticaret şirketlerin tüm işleri ticari iş sayıldığından tüketici olarak kabul edilmeleri mümkün değildir²⁷.

²¹ Çok taraflı platformlarda gerçekleştirilen elektronik ticarete Amazon üzerinden akdedilen sözleşmeler örnek olarak verilebilir.

²² Ekingen, E./ Özer Deniz, M., “7392 ve 7416 Sayılı Kanunlarla Yapılan Değişikliklerin Aracı Hizmet Sağlayıcı Olarak Çevrimiçi Çok Taraflı Platformların Sorumluluklarına ve Tüketicilere Etkileri”, Adalet Dergisi 2022/2, S.69, s. 437-438.

²³ Ekingen/ Özer Deniz, s. 431 vd.

²⁴ Akipek Öcal, s. 46 (e-sözleşme).

²⁵ Çabri, s. 158; Arslan M., “Elektronik Ticaret ve Mesafeli Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, 1. Baskı, Ankara 2021, s. 121.

²⁶ Yılmaz Aslan, s. 3.

²⁷ Akipek Ş., “Milli Şerh”, 1. Baskı, İstanbul 2016, s. 56 (Milli Şerh); Çabri, s. 143.

1.2.2. Satıcı/ Sağlayıcının Yükümlülükleri

Borçlunun satış sözleşmelerinde asli borcu sözleşme konusu malın zilyetlik veya mülkiyetini alıcıya devretmektir²⁸. Yan yükümlülüklere ise sözleşme konusu malı saklama ve koruma, tüketiciye gönderme, teslim ve taşıma masraflarını ödeme örnek olarak verilebilir. Bu kapsamda elektronik sözleşme konusu mal hakkında gerekli bilgilendirmeler yapılmalı ve taahhüt edildiği şekilde eksiksiz teslim gerçekleştirilmelidir. Eğer mülkiyeti devir borcu hiç veya gereği gibi yerine getirilmezse TBK m. 112’de yer alan borcun yerine getirilmemesi hükümlerine dayanmak olanaklıdır²⁹.

Satıcı/sağlayıcının bir diğer asli yükümlülüğü ise zapta karşı tekeffüldür (TBK m. 214). Satıcı/sağlayıcı, sözleşme konusu malın üzerinde üçüncü kişinin iddia ettiği üstün hak sebebiyle tüketiciden alınmasından veya mülkiyeti gereği gibi kullanamamasından sorumludur. Uygulamada tüketiciler üçüncü kişilerin söz konusu iddialarına karşı dürüstlük ilkesi ile korunmaktadır³⁰.

Teslim süresi siparişin satıcı/sağlayıcıya ulaşmasından itibaren 30 gündür (TKHK m. 48/3). Tüketici bu süre içinde teslim borcunun yerine getirilmemesi halinde sözleşmeyi haklı nedenle feshetme hakkına sahip olacaktır³¹.

Mesafeli sözleşmelere ilişkin olarak tüketicilerin korunması hakkında 97/7/EC sayılı AB Direktifi uyarınca, akdedilen satış sözleşmesinde karşı tarafı aydınlatma yükümlülüğü kapsamında, satıcının ilgili web sayfasında mal hakkında açıklayıcı ve aydınlatıcı ibareleri bulundurması gerekir³². Malın niteliğine göre kullanım amacı, işlevleri, şekli ve boyutu bu özelliklere örnek olarak verilebilir. Yine, ETDHK’da sözleşme tarafı hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcılara elektronik ticarete güvenli ticari platform oluşturulabilmesi için düzenlemeler yapılmıştır. İki noktada toplanan bu düzenlemeler ilk olarak elektronik ticaret hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet

²⁸ Nomer/Engin, s. 70.

²⁹ Yavuz, s. 161.

³⁰ Yavuz, s. 168.

³¹ Topaloğlu, M., “**Milli Şerh**”, 1. Baskı, İstanbul 2016, s. 782-783 (Milli Şerh).

³² 97/7/EC sayılı AB Direktifi, m. 4 ve m. 5; Sağlam, s. 98.

sağlayıcıların sorumluluklarına, ikinci olarak ise elektronik sözleşmelerde tüketicilerin bilgilendirilmesi yükümlülüğüne ve yaptırımlara ilişkindir³³.

Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişi, elektronik sözleşme kurulması öncesinde ve kurulması esnasında tüketiciyi sözleşme hakkında açık ve anlaşılır biçimde bilgilendirmelidir. Bu duruma örnek olarak, siparişte ödeme bilgilerinin girilmesinden önce ödenecek toplam bedel ile sözleşmenin şartları tüketiciye sunulması veya siparişin alındığı bilgisi gecikmeksizin elektronik iletişim araçlarıyla teyit edilmesi örnek olarak verilebilir³⁴. Tüketiciden talep edilen her türlü ücret ve masrafın tüketiciye sözleşme ekinde yazılı şekilde verilmesi gerekir. Söz konusu bilgilerin e-posta, faks, kısa mesaj gibi yollarla gönderilmesi de mümkündür³⁵. Sözleşmenin yazılı veya veri şeklinde saklanabilir bir nüshasının tüketiciye verilmesi kanaatimizce Kanun'un amacına daha uygun olacaktır³⁶. Tüketiciler için getirilmiş bir başka düzenleme ise bilgi ve belgelerin belli bir süre saklanmasına yöneliktir. Elektronik sözleşme tarafı satıcı/sağlayıcı, Kanun kapsamındaki iş ve işlemlerine ilişkin bilgi, belge, defter ve elektronik kayıtlarını, akit gerçekleştirdikten itibaren on yıl süreyle saklamakla yükümlüdür (E-Ticaret Yönetmeliği m. 33/6). Tüketicinin bilgilendirildiğine dair ispat yükünün sözleşmeyi düzenleyen satıcı/sağlayıcıda olması dolayısıyla bilgi ve belgelerin saklanmasının esasen satıcı/sağlayıcının lehine olduğu söylenebilir³⁷.

Uygulamada, sözleşmeye taraf olmadığı halde kredi kuruluşları gibi üçüncü kimselerin de çeşitli sebeplerle tüketiciye karşı sorumlu tutulduğu görülmektedir³⁸. Dolayısıyla sorumluluk sadece sözleşme tarafı olma hasebiyle değil, tüketicinin hak

³³ Kaya, F., "E-Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları", 5. Baskı, Ankara 2023, s. 125.

³⁴ Detaylı açıklama için bkz.: Gezder, s. 187 vd.; Gezder, s. 72 (Erzurumlu); Sert Sütçü, S., "6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun Hükümlerine Göre Tüketici Hukuku Uygulamalarında Tüketicinin Korunması", Antalya 2019, s. 18 (Uygulama).

³⁵ Çabri, s. 193; Kaya, s. 302.

³⁶ Kaya, s. 302; Sert Sütçü, s. 18 (Uygulama).

³⁷ Çabri, s. 194.

³⁸ Sözleşme tarafı olmayan üçüncü kişinin sorumlu tutulması hakkında Yargıtay'ın verdiği bir kararda, yapılan konut projesinin reklam ve ilanlarında TOKİ'nin adının geçmesine güvenerek daire satın alan ve peşinatını ödeyen davacının davasını kabul etmiştir. Tüketicinin satın alma kararını etkilemesi sebebiyle TOKİ, taşınmazın teslim edilmemesinden sorumlu kabul edilmiştir. Kararın tamamı için bkz.: Yargıtay 13. HD., 26.01.2012 Tarihli, 2011/16549 E., 2012/1177 K., s.e.t. 30.01.2024 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

ve menfaatlerine ilişkin ihlaller sebebiyle de doğabilecektir. Bu halde sözleşmeden değil, Kanun'dan doğan yükümlülük söz konusudur.

1.3. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ

Satış sözleşmesi, sözleşme serbestisi uyarınca karşılıklı ve ortak irade beyanlarının yöneltmesi ile kurulur³⁹. İki taraflı, rızaya dayalı ve ivazlı bir sözleşmedir. Ani edimli veya satılanın niteliğine göre sürekli edimli olarak ifa edilebilir⁴⁰.

Satış sözleşmesi, TBK m. 207 uyarınca borçlandırıcı bir hukuki işlemdir⁴¹. Sözleşmenin kurulması, satılanı doğrudan tüketicinin malvarlığına geçirmeyecek, sadece zilyetlik ve mülkiyeti devir borcunu doğuracaktır⁴². Satıcı/sağlayıcı, elektronik satış sözleşmesinin akdedilmesiyle birlikte satılan malın zilyetliğini ve mülkiyetini tüketiciye devir borcu altına girecektir.

Elektronik sözleşmeler genelde internet üzerinden akdedilse de yazılı yahut sözlü şekilde iletişime imkân veren elektronik iletişim araçlarıyla kurulması da mümkündür⁴³. Tarafların elektronik ortamda bilgisayar aracılığıyla sundukları irade beyanları, sözlü olarak doğrudan sunulan irade beyanlarıyla aynı hukuki niteliğe sahiptir⁴⁴. Öğretide elektronik sözleşmelerde irade beyanları iki kategoriye ayrılmıştır⁴⁵: Sözleşme tarafı gerçek kişinin bilgisayarda meydana getirip internet üzerinden muhataba gönderdiği beyanlar “*elektronik olarak bildirilen irade beyanları*”; bilgisayarda mevcut program ile otomatik şekilde oluşturularak muhataba gönderilen irade beyanları ise “*elektronik olarak oluşturulan irade beyanları*” olarak isimlendirilmektedir⁴⁶.

³⁹ Serozan, s. 7; Nomer, H. N., “**Borçlar Hukuku Genel Hükümler**”, 19. Baskı, İstanbul 2023, s. 48; Nomer/Engin, s. 53.

⁴⁰ Nomer/ Engin, s. 52; Kaplan, s. 3-4.

⁴¹ Kaplan, s. 2-3.

⁴² Nomer/ Engin, s. 52.

⁴³ Kırcı, Ç., “**İnternette Sözleşme Kurulması**”, BATİDER, C, 20, Aralık 2000, S. 4, s. 100 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr/>); Uyumaz, A., “**Elektronik Sözleşmelerin Web Siteleri Aracılığıyla Kurulması ve Bu Sözleşmelerin İfası**”, DEUHFD, Temmuz 2007, C. 9, s. 908. (<https://dergipark.org.tr/>); Yücer Aktürk, s. 7.

⁴⁴ Gezder, s. 111 (Erzurumlu).

⁴⁵ Yücer Aktürk, s. 12.

⁴⁶ Sağlam, s. 112; Yücer Aktürk, s. 12.

Elektronik olarak bildirilen irade beyanları, hukuki sonuç doğurmaya yönelik sözlü, yazılı veya görsel yollarla açıklanabileceği gibi; web sitesinde internet aracılığıyla yapılan aleni önerilerin veya tüketiciye elektronik posta yolu ile iletilen önerilerin fareyi tıklamak suretiyle aynen kabulü ile de beyan edilebilir⁴⁷. Elektronik olarak oluşturulan irade beyanında ise, iradesini doğrudan beyan etmekte olan tüketicinin karşısında standart cevaplar vermek üzere yetkilendirilmiş bir bilgisayar programı bulunmaktadır⁴⁸. Tüketici, kendine sunulan çerçeve sözleşme hükümlerine müdahale etmeksizin sözleşmeyi akdetmek mecburiyetindedir⁴⁹. Söz konusu hukuki ilişkinin niteliği gereği, standart cevapların dışında satıcının serbest iradesine başvurulamaması öğretide tartışmalara sebep olmuştur: Bir görüş, bilgisayar tarafından otomatik oluşturulan iradenin insan iradesi sayılamayacağından hareketle hukuki sonuç doğurmasının mümkün olmadığını ileri sürerken⁵⁰; bir diğer görüş ise hukuk sisteminin toplumsal gelişmelere uyum sağlaması gerektiğinden hareketle elektronik yollarla gerçekleştirilen hukuki işlemlerde belli koşulları sağlaması halinde sözleşmelerin geçerli şekilde kurulması gerektiğini savunmaktadır⁵¹. Öğretide hâkim olan ve katıldığımız görüş uyarınca, elektronik ortamda oluşturulan irade beyanları kaynağını insan iradesinden almakta, söz konusu programlama ve yetkilendirme ile sözleşmenin kurulması amaçlandığından karşılıklı iradelerin geçerli sayılması gerekmektedir⁵².

Açık ağ ortamında gerçekleştirilen elektronik işlemlerin güvenilirlik ve belirliliğinin sağlanması için yapılan iş ve işlemlerin kayıt altına alınması önemlidir⁵³. Öğretide bir görüş, çözülmesi gereken ilk problemin elektronik ortamda yapılan işlemlere hukukilik vasfı kazandırılması olduğunu belirtmiş ve bu noktada elektronik imzaya dikkat çekmiştir⁵⁴. Elektronik imzanın kullanımı hukuk güvenliğinin yanı sıra,

⁴⁷ “Elektronik irade beyanı, bir veri tabanı veya World Wide Web gibi elektronik hizmetlerden yararlanmak suretiyle ya da internet üzerinden chat, internet üzerinden sesli görüşme, video konferans vb. araçların kullanılmasıyla iletilebilir.” Yücer Aktürk, s. 12-14.

⁴⁸ Uyumaz, s. 914; Yücer Aktürk, s. 14-15.

⁴⁹ Uyumaz, s. 914; Yücer Aktürk, s. 15.

⁵⁰ Yücer Aktürk, s. 15.

⁵¹ Uyumaz, s. 914.

⁵² Yücer Aktürk, s. 16-17.

⁵³ Gürpınar, s. 4; Yücer Aktürk, s. 10.

⁵⁴ Gürpınar, s. 4.

ispat kolaylığı da sağlayacaktır. Uygulamada elektronik imza zorunlu tutulmamakta, sipariş aşamasında tüketicinin bilgisine sunulan genel bilgilendirme formu ve kişisel verilerin işlenmesine dair bilgilendirme formlarının onaylanması akabinde sözleşme geçerli şekilde kurulmaktadır⁵⁵.

Elektronik sözleşme, kanunlarda düzenlenmiş bir sözleşme türü değildir. Kurulduğu ortam ve kullanılan araçlar dolayısıyla “elektronik sözleşme” olarak adlandırılır. Öğretide, elektronik sözleşmelerin mesafeli sözleşmeler kapsamında yer aldığı ileri sürülmektedir⁵⁶. Zira çevrimiçi platform aracılığıyla mal satın alınmasına yönelik tüketici ve satıcı arasında akdedilen elektronik sözleşmeler, mesafeli sözleşme kapsamında değerlendirilmelidir⁵⁷. Elektronik sözleşmelerin kuruluşunda, mesafeli sözleşmeler için öngörülen geçerlilik şartları aranmaz⁵⁸. Bununla birlikte, kural olarak herhangi bir şekil kuralına da tabi tutulmamıştır⁵⁹. Mesafeli sözleşmelerde satıcı/sağlayıcı ile tüketicinin fiziken bir araya gelmemesi esastır ki, elektronik satış sözleşmesinde de aynı usul izlenir⁶⁰. Mevzuatta sözleşmenin kuruluşunda hangi iletişim araçlarının kullanılması gerektiği hakkında bir belirleme yapılmamıştır⁶¹.

Satıcı/sağlayıcı, internet sitesinde sahip olduğu mal ve hizmetleri satışa sunar. Tüketiciler de internet üzerinden söz konusu mal ve hizmetlerden haberdar olarak, ihtiyaca istinaden sipariş formu doldurmak suretiyle satış sözleşmesi akdetmektedir⁶². Bu duruma, trendyol uygulamasından tüketicilerin sipariş formu doldurmak suretiyle elektronik satış sözleşmesi akdetmesi örnek olarak verilebilir.

Uzaktan pazarlama sistemi içermeyen, birkaç defa akdedilmek üzere yapılan sözleşmeler mesafeli sözleşme sayılmazken; elektronik sözleşmelerde pazarlama sistemi kurulması gerekmektedir. Uzaktan iletişim aracı kullanılması bakımından

⁵⁵ Kanun tarafından irade beyanın şekil aranmaması sebebiyle öğretide Gezder, tek tık ile sözleşme akdinin hukuki bağlayıcılığı olduğunu kabul etmektedir. Detaylı açıklama için bkz.: Gezder, s. 148 (Erzurumlu).

⁵⁶ Vardar Hamamcıoğlu G., “**Elektronik Sözleşme Mesafeli Sözleşme Ayrımı**”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s. 62- 67; Akipek Öcal, s. 43 (e-sözleşme); Uzun Kazmacı, s. 28.

⁵⁷ Ekingen/Özer Deniz, s. 433.

⁵⁸ Vardar Hamamcıoğlu, s. 68- 69; Kumkale R., “**100 Soruda Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Uygulamasında Öne Çıkan Noktalar, Yönetmelikler**” Ankara 2014, s. 64.

⁵⁹ Sağlam, s. 86.

⁶⁰ Akipek Öcal, s. 45 (e-sözleşme)

⁶¹ Topaloğlu, s. 765 (Milli Şerh).

⁶² Gezder, s. 42; Topaloğlu, s. 768.

ise mesafeli sözleşmelerle benzerlik göstermektedir⁶³. Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği (MSY)'nde uzaktan iletişim araçları; mektup, katalog, telefon, faks, radyo, televizyon, elektronik posta mesajı, kısa mesaj, internet olarak sayılmıştır (MSY m. 4/1-h). Söz konusu araçlar sayılı olmamakla birlikte, somut olaya göre çoğaltılabilir. Teknolojinin gelişmesiyle elektronik satış sözleşmelerinin kullanımı yaygınlaşmış ve çeşitli yollarla elektronik sözleşmeler akdedilmeye başlanmıştır⁶⁴.

1.4. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN KONUSU VE ŞEKLİ

Satış sözleşmelerinin konusunu taşınır ve taşınmaz malların yanı sıra haklar ve edinmeye elverişli doğal kuvvetlerin oluşturması mümkündür⁶⁵. Tüketici hukukunda mal, taşınır eşya, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallar ile elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri her türlü gayri maddi mallar olarak tanımlanmıştır. Tüketicinin ticari veya mesleki olmayan amaçlarla satın almak istediği her türlü taşınır sözleşmeye konu edilebilir⁶⁶. Taşınmaz mallar için ise farklı bir durum söz konusudur. TBK m. 237 uyarınca taşınmaz satışları için resmi şekil şartı öngörülmüştür. Söz konusu şartın sağlanmaması halinde sözleşme geçerli olarak kurulamayacaktır⁶⁷. Resmi şekil şartı elektronik ortamda sağlanamayacağından, elektronik satış sözleşmesi ile taşınmaz satışı da gerçekleştirilemeyecektir⁶⁸.

Gayri maddi mallar ile fiziksel ve sayısal içerikli mallar da satış sözleşmesinin konusunu oluşturabilir⁶⁹. Dijital kitap ve müzik albümleri, uygulama ve oyun içi satın almalar gayri maddi mallara örnek olarak verilebilir. Sayısal içerikli veya bilgisayar yazılımı gibi malların ticaretinde tanıtımdan sevkiyata kadar her aşama ağlar üzerinden gerçekleştirilir⁷⁰. Elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanmış yazılım, ses, görüntü gibi veriler hizmet değil, “mal” olarak nitelendirilmelidir⁷¹. Zira Kanun'daki

⁶³ Topaloğlu, s. 765- 766 (Milli Şerh); Arat A./ Endes Selvi, N., “**Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (Gereçeli-Yargı kararları ile birlikte)**”, Ankara 2022, s. 203; Çabri, s. 867, dn 1.

⁶⁴ Sağlam, s. 89 vd.; Yılmaz Aslan, s. 277 vd.; Topaloğlu, s. 768 (Milli Şerh).

⁶⁵ Kaplan, s. 4.

⁶⁶ Yavuz, s. 76.

⁶⁷ Sağlam, s. 96; Akan, s. 47.

⁶⁸ Topaloğlu, s. 771 (Milli Şerh).

⁶⁹ Erdem, O. A./Efiloğlu Kurt, Ö. “**Bilgi Çağında E-Ticaret**”, Uluslararası İnternet Etkinlikleri, İstanbul 2002, s. 3, s.e.t. 09.12.2023 (çevrimiçi) (<https://docplayer.biz.tr/1124885-Bilgi-caginda-elektronik-ticaret-o-ayhan-erdem-ozlem-efiloglu.html>).

⁷⁰ Sağlam, s. 62; Gürpınar, s. 6; Erdem/ Efiloğlu Kurt, s. 3.

⁷¹ Gezder, s. 44- 45 (Erzurumlu).

ifadesiyle “gayri maddi mal” kabul edilen bu verilerin hizmet olduğu ileri sürülemeyecektir. O halde, müzik akış hizmetleri (Spotify, Apple Music), video akış hizmetleri (Netflix, Amazon Prime Video) veya dijital gazete ve dergiler elektronik satış sözleşmesine konu edilebilecektir.

Elektronik sözleşmelerin geçerli şekilde kurulması kural olarak herhangi bir şekil şartına bağlanmamıştır⁷². Aynı şekilde, TKHK m. 48’de hüküm altına alınan mesafeli sözleşmeler için de herhangi bir şekil şartı öngörülmemiştir. Borçlar hukukunda geçerli sözleşme serbestisi uyarınca, elektronik ortamda iradelerin beyan edilmesi suretiyle sözleşmeler geçerli şekilde kurulabilir⁷³.

1.5. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİ BAKIMINDAN ÖNEM TAŞIYAN BAZI KAVRAMLAR

1.5.1. Elektronik Ticaret (E- Ticaret)

Elektronik ticaret, fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrimiçi iktisadi ve ticari her türlü faaliyeti ifade eder (ETDHK m. 2/1-a). Klasik yollarla gerçekleştirilen ticaretin alternatifi değil, bir sistem ve organizasyon çerçevesinde, elektronik sözleşmeler aracılığıyla hüküm ve sonuç doğuran ticari işlemlerdir⁷⁴.

Öğretide, söz konusu kavram, dolaylı ve doğrudan elektronik ticaret olmak üzere 2 başlık altında incelenmektedir: Dolaylı elektronik ticaret, internet üzerinden siparişi verilen maddi mal ve niteliğine uygun düşmesi halinde hizmetlerin dağıtımının elektronik olmayan yollarla, yani işletmeler veya kara, hava ve deniz yolu ile ulaşımda lojistik destek veren firmalar eliyle gerçekleştirilmesidir⁷⁵. Doğrudan elektronik ticaret ise fotoğraflar, elektronik postalar, kişisel sosyal medya hesapları gibi dijital malların ticaretidir⁷⁶. Örneğin, elektronik posta ekinde gönderilmesi yoluyla satılan dijital malların mülkiyetinin devri gerçekleşmiş olacaktır. Dolayısıyla ifanın da dijital

⁷² FSEK m. 52 gibi, özel kanunlarda getirilen yazılı şekil kurallarına dikkat edilmelidir.

⁷³ Topaloğlu, s. 771 (Milli Şerh).

⁷⁴ Sariakçalı, T, “İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler”, 2. Baskı, Ankara 2021, s. 20.

⁷⁵ Sağlam İ., “Elektronik Sözleşmeler”, 1. Baskı, İstanbul 2007, s. 63; Gürpınar, s. 3; Aslanova, K., “E- Ticaret Hakkında Genel Açıklamalar, Kavram ve Tanımlar”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s. 6.

⁷⁶ Aslanova, s. 6.

ortamda gerçekleşmesiyle birlikte her iki taraf da borcunu dijital ortamda yerine getirmiş olur. Bu sayede yapılan faaliyet doğrudan ticaret olarak adlandırılır.

1.5.2. Ticari İletişim

ETDHK’da elektronik ticarete yönelik her türlü iletişim ticari iletişim olarak ifade edilir. Dolayısıyla ticari iletişimi gerçekleştiren gerçek veya tüzel kişinin açıkça belirlenebilir olması gerekmektedir. Elektronik satış sözleşmesinde satıcı/sağlayıcı gerçek veya tüzel kişiye ait işletme adı, ticari unvanı, MERSİS numarası, merkez adresi, telefon ve faks numarası, tebligata elverişli elektronik posta ve KEP adresinin tüketicinin ulaşabileceği şekilde “iletişim” başlığı altında tüketicinin bilgisine sunulmalıdır (E-Ticaret Yönetmeliği m.5)⁷⁷. Bu sayede yaşanan herhangi bir olumsuzlukta sözleşme tarafı satıcı/sağlayıcıya ulaşılması mümkün olacaktır.

1.5.3. Ticari Elektronik İletim

Ticari elektronik iletiler, tüketicilerin yeni mal ve hizmetlerden haberdar olmasını sağlayan, zaman zaman başlatılan kampanyalar ve kişiye özel indirimlerden haberdar olmasını sağlayan iletilerdir. Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletimler Hakkında Yönetmelik kapsamında ticari iletişime dair esaslar düzenlenmiştir. Sms, elektronik posta, telefon araması gibi yöntemlerle mesleki veya ticari faaliyet kapsamında kazanç sağlamaya yönelik gönderilen iletiler hakkında tüketiciyi koruyucu kısıtlamalara yer verilmiştir.

Ticari elektronik iletiler ancak tüketiciden alınacak onay akabinde gönderilebilir (ETDHK m. 6). Onay, yazılı olarak veya her türlü elektronik iletişim aracıyla alınabilecektir. Haberleşmenin türüne bağlı olarak iletinin amacı, konusu ve başkası için yapılması halinde, kimin için yapıldığının belirtilmesi şarttır. Ticari elektronik iletinin içeriği alıcıdan alınan onaya uygun olmalı ve iletiyi gönderen hizmet sağlayıcının tanınmasını sağlayan bilgilerin iletide yer alması gerekmektedir (ETDHK m. 7).

⁷⁷ Kaya, s. 128.

Tüketiciler diledikleri zaman, hiçbir gerekçe belirtmeksizin ticari elektronik ileti almayı reddedebilirler (ETDHK m. 8). Ret bildiriminde bulunmaları halinde bu kimselere ticari elektronik ileti gönderilemeyecektir⁷⁸.

1.5.4. Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcı

Hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcı, ETDHK uyarınca elektronik sözleşmede tüketicinin muhatabı olan satıcı/sağlayıcıdır. Hizmet sağlayıcı, elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişi iken (ETDHK m. 2/1-ç); aracı hizmet sağlayıcı ise başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişidir (ETDHK m. 2/1-d). Yani mevcut mal ve hizmetleri tüketici ile buluşturan kişidir.

Elektronik ticarete hizmet sağlayıcılar, bir işletmenin çevrimiçi mağazasını, elektronik ticaret platformunu veya diğer çevrimiçi hizmetleri sağlayan kuruluşlardır. Yani klasik satış sözleşmelerinde satıcı olarak nitelendirilen kimselerdir. Aracı hizmet sağlayıcılar ise çevrimiçi platformlar veya elektronik pazar yerleri olarak hizmet verirler. Tüketici ve hizmet sağlayıcı arasında köprü gibi hareket ederler. Amazon, Alibaba gibi büyük elektronik ticaret siteleri aracı hizmet sağlayıcı olarak kabul edilmektedir. Sözleşme konusu mallar elektronik ortamda satışa sunulmakta ve tüketicilerin bu ürünlere erişmesine olanak sağlanmaktadır. Bu platformlar aracılığıyla satış sözleşmesine altyapıyı sağlanmasıyla birlikte, tüketiciye müşteri hizmetleri sunulmakta, ödeme işlemleri de kolaylaştırılmaktadır.

1.5.5. Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı

ETDHK'da Temmuz 2022'de yapılan değişiklik ile mevzuata "Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı" ve "Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı" kavramları eklenmiştir. Öğretide, değişiklikle birlikte elektronik ticaret mevzuatına eklenen kavramların "dar anlamda elektronik ticaret" üzerinden hareket edildiği; hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcı kavramlarının ise "geniş anlamda e-ticaret" 'e ilişkin olduğu ileri sürülmüştür⁷⁹.

⁷⁸ Kaya, s.130.

⁷⁹ Ekingen/Özer Deniz, s. 437-438.

Elektronik ticaret hizmet sağlayıcı, elektronik ticaret pazar yerinde ya da kendine ait elektronik ticaret ortamında mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapan ya da sipariş alan hizmet sağlayıcı (ETDHK m. 2/g); Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı ise elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcıdır (ETDHK m. 2/f).

“Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcısı” kavramı, Temmuz 2022’de yapılan değişiklik öncesinde duyulan ihtiyaç sebebiyle “*elektronik ticaret pazar yerlerini işleten aracı hizmet sağlayıcılar*” olarak ifade edilmekteydi (E-Ticaret Yönetmeliği m. 6).

Elektronik ortamda gerçekleşen satış sözleşmesi tarafları “satıcı/sağlayıcı” ’nın yerine “Hizmet Sağlayıcı/Aracı Hizmet Sağlayıcı” veya Temmuz 2022 değişikliği ile Kanun’a eklenen “Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı (ETHS)/Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı (ETAHS)” olarak nitelendirilebilir. Anlam karmaşası oluşturmaması amacıyla çalışmamızda, elektronik satış sözleşmesinde tüketicinin muhatabı olarak “satıcı/sağlayıcı” kavramı kullanılacaktır.

1.5.6. Elektronik Ticaret Ortamı

Elektronik ticaretin var olabilmesi için elektronik ortamın gerekliliği izahtan varestedir. Elektronik ticaret ortamı son değişiklikle birlikte mevzuatta tanımlanmış, elektronik ticaret faaliyetinde bulunan internet sitesi, mobil site veya mobil uygulama gibi platformlar olarak ifade edilmiştir (ETDHK m. 2/ğ).

Öğretide, ETDHK’deki tanımından hareketle elektronik ticaretin 2 unsurundan bahsedilmiş ve bu unsurlar “*elektronik ortam*” ve “*ticari işlem*” olarak sayılmıştır⁸⁰. Kanaatimizce yapılan tespit doğru olup elektronik ortam, elektronik hukuki işlemlerin de temelinde yer almaktadır.

1.5.7. Elektronik Ticaret Pazaryeri

Elektronik ticaret pazaryerleri, sanal ortama uyarlanan ticaret ortamının bel kemiğini oluşturmaktadır. Elektronik ticaret konusu olabilecek tüm mal ve hizmetler

⁸⁰ Kaya, s. 24.

bu platformlarda tüketiciye sunulabilir. Daha öncesinde kanuni düzenlemeye sahip olmayan elektronik ticaret pazaryerleri Temmuz 2022 değişiklikleri ile kanuni düzenlemeye kavuşmuş ve “*elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının aracılık hizmetlerini sunduğu elektronik ticaret ortamı*” olarak tanımlanmıştır (ETDHK m. 2/h). Kanun koyucu esasen, bu kavramları mevzuata ekleyerek uygulamada meydana gelen uyuşmazlık ve hak kayıplarının önüne geçilmesini amaçlamıştır.

Birçok kategoride, birden fazla satıcıdan her çeşit mal ve hizmete yer verilen elektronik ticaret pazaryerleri aracılığıyla tüketiciler, herhangi bir fiziksel çaba göstermeden oturdukları yerden fiyat araştırması yapabilmekte, mal ve hizmete dair diğer tüketici yorumları sayesinde bilgi sahibi olabilmektedir. Yine, sosyal medya fenomenleriyle reklam anlaşmaları yapılması, bu kapsamda mal ve hizmet reklamlarının yapılarak link paylaşılması yoluyla takipçilerin elektronik ticaret pazaryerlerine yönlendirilmesi ile uygulamada sıklıkla karşılaşılmaktadır. Bu kapsamda elektronik pazaryerleri, reklamın satışa döndüğü bir platform olarak nitelendirilebilir⁸¹. Elektronik ticaret pazaryerleri uygulamada karşımıza “*Amazon, Trendyol, hepsi burada, n11.com*” olarak çıkan internet alışveriş siteleridir.

1.5.8. Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS)

Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS), Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliği uyarınca Ticaret Bakanlığı tarafından elektronik ticarete güveni sağlamak ve tüketici haklarını korumak amacıyla kurulmuştur. Elektronik ticaret hizmet sağlayıcı ve elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıların kayıt altına alınması, elektronik ticaret verilerinin toplanması, bu verilerin işlenerek Kanun kapsamında kayıt ve bildirim yapılabilmesine imkân sağlayan bilgi sistemidir (ETDHK m. 2/1).

ETBİS ile elektronik ticaret yapan işletmelerin kayıt altına alınması ve elde edilen verilerin sağlıklı bir şekilde takip edilmesi amaçlanır. Tebliğ m. 5 uyarınca ETBİS’e zorunlu kayıt ve internet sitesinde ETBİS karekodun bulunması şart koşulmuştur. İşletmenin ETBİS’e kayıtlı olması⁸² ve internet sitesinde ETBİS

⁸¹ Erdem/ Efiloğlu Kurt, s. 3.

⁸² Kayıt için başvurulacak site için bkz.: (çevrimiçi) (www.e-ticaret.gov.tr), s.e.t. 21.11.2023.

karekodun bulunması, bu işletmenin ve alışveriş web sitesinin güvenli olduğunu ve hukuka aykırı faaliyetlerde bulunmayacağına dair internet sitesine giriş yapmadan ön bilgilendirme sağlanmaktadır⁸³.

1.6. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN KURULMASI VE HÜKÜM DOĞURMASI

Satış sözleşmesinde genel kural, tarafların karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanlarını birbirine yöneltmesidir. Taraflarca sözleşme yapma amacıyla yöneltilen ilk irade beyanı “öneri⁸⁴”, öneriye uygun şekilde sözleşme akdetmeye yönelik beyan ise “kabul” olarak adlandırılır⁸⁵. Satış sözleşmesi kurmaya yönelik iradenin öneri teşkil edebilmesi için doğrudan sözleşme yapma niyetiyle beyan edilmesi gerekir. Sözleşme yapma niyeti olmaksızın, yalnızca müzakere etme ve bilgi almaya yönelik beyan öneri değil, “öneriye davet” olacaktır⁸⁶. Öneriye davetin söz konusu olduğu halde taraflar öneriyle bağlı olmayacaktır. TBK ve TKHK’da somut olaya istinaden taraflarca yöneltilen beyanların öneri kabul edilip edilmeyeceği noktasında belli düzenlemeler getirilmiştir. Çalışmamızda söz konusu düzenlemelere de yer verilmiştir.

TBK m. 8/2 uyarınca, bir malın veya hizmetin fiyatının gösterilerek sergilenmesi veya fiyat listesi ya da benzerlerinin gönderilmesi aksi açıkça ve kolaylıkla anlaşılmadıkça öneri sayılacaktır. Söz konusu hükümle esasen, mal üzerine fiyat koyulması veya fiyat listesi gönderilmesinin aksi açıkça ve kolaylıkla anlaşılmadıkça öneri sayılacağına karine koyulmuştur⁸⁷. Dolayısıyla mal üzerine fiyat konulması yahut fiyat listesi gönderilmesinde öneride bulunmak niyetinin bulunmadığı ispat edilirse, söz konusu davranışlar öneri sayılmayacaktır. Öğretide bir web sitesi üzerinden tüketiciye katalog yollanması suretiyle web sitesindeki malların tüketiciye sunulmasının öneri niteliğini haiz olduğu ileri sürülmektedir⁸⁸. Örneğin satıcı, sözleşme akdetme amacı olmaksızın, sadece tüketiciyi haberdar etmek amacıyla

⁸³ETBİS’e kayıtlı firmaları sorgulamak için bkz.:(çevrimiçi) (<https://www.eticaret.gov.tr/SirketSorgula/>), s.e.t. 21.11.2023.

⁸⁴ Oğuzman/Öz, s. 52; Reisoğlu, S., “**Türk Borçlar Hukuku Genel Hükümler**”, 25. Baskı, İstanbul 2014, s. 65.

⁸⁵ Oğuzman/Öz, s. 67; Kırca, s. 101; Reisoğlu, s. 64.

⁸⁶ Oğuzman/Öz, s. 54; Savaş, s. 129; Reisoğlu, s. 65.

⁸⁷ Oğuzman/Öz, s. 54.

⁸⁸ Savaş, s. 144

web sitesinde mallarının tanıtımını yaparken, tüketici, dürüstlük kuralına uygun şekilde malların satışa sunulduğunu anlamaktaysa bu durumda önerinin varlığı kabul edilecektir⁸⁹. Satıcının, satış sözleşmesi akdetme iradesi bulunmadığını ispat etmesi gerekir⁹⁰. Öğretide bu görüşün aksine, satıcının öneride bulunmadan önce muhatabının samimiyetini denetleme amacıyla web sitesi üzerinden mallarını satışa sunduğunun kabul edilmesi, sözleşme kurma niyetinin bulunmadığından hareketle kural olarak icaba davet sayılması gerektiği ileri sürülmektedir⁹¹.

Tarafların her ikisinin de sözleşme teklifinde bulunabilmesi mümkün olduğundan, öneri, tüketici tarafından yöneltilebilir. Bu kapsamda reklam ve ilanlar yoluyla maldan haberdar olan tüketicinin web sitesini ziyaret ederek malı satın almaya yönelik davranışı öneri sayılacak, satıcının öneriye karşılık “siparişiniz onaylandı” veya “işlem başarılı” şeklinde beyanları yahut bedel tahsil etme davranışı ise kabul beyanı sayılarak sözleşme kurulacaktır⁹².

Web sitesinde satışa sunulan malların öneri olduğunun kabulünde, tüketicinin, web sitesi üzerinden sipariş formu doldurulup “onaylıyorum” veya “kabul et” tuşuna basılması suretiyle kabul beyanı gönderilir⁹³. Hukuki sonuç doğmasına elverişli olması sebebiyle “fareyi tıklama” ‘nın tam bir hukuki bağlayıcılık sağladığı kabul edilmelidir⁹⁴. Öğretide hükme paralel olarak, web sayfası üzerinden mal sunulması durumunda bu sayfalara giren tüketicilere aleni bir öneri yapılacağını kabul eden bir görüş mevcuttur⁹⁵. Görüşün sebebi ise elektronik sözleşmelerin hukuki niteliklerinden birinin iltihaki sözleşme olduğunun kabulüdür. Zira iltihaki sözleşmeler müzakereye kapalı olduğundan, öneriye davet olarak nitelendirilemeyeceklerdir.

Değiniilmesi gereken bir başka hüküm ise TKHK m. 6’da yer almaktadır: “Vitrinde, rafta, elektronik ortamda veya açıkça görülebilir herhangi bir yerde teşhir edilen malın, satılık olmadığı belirtilen bir ibareye yer verilmedikçe satışından kaçınılamaz.” Maddede elektronik ortamda teşhir edilen maldan söz edilmiştir.

⁸⁹ Topaloğlu, s. 770 (Milli Şerh).

⁹⁰ Gezder, s. 122 (Erzurumlu).

⁹¹ Kırca, s. 103-104.

⁹² Oğuzman/Öz, s. 56.

⁹³ Kırca, s. 99.

⁹⁴ Gezder, s. 148-149; Yücer Aktürk, s. 8.

⁹⁵ Sağlam, s. 119-120.

Normal şartlarda elektronik ortamda niteliği gereği, geleneksel mağaza sistemindeki gibi malın teşhir ürünü olarak sunulması mümkün değildir. Hüküm ile kastedilen, web sitesinde satışa sunulan malın satışından kaçınılamayacağıdır⁹⁶. Uygulamada elektronik ticaretin sınır tanımaması sebebiyle satıcı, web sitesinde satışa sunduğu malı konu alan sayısız siparişle karşı karşıya kalabilir⁹⁷. Tüm bu siparişlere stok da yetişmeyeceğinden satıcının farklı uygulamalara gitmesinde fayda vardır. Örneğin web sitesi üzerinden stok durumunun güncel halini gösterir ibare eklenebilecek veya malın sağlanamama/teslim edilememe ihtimali saklı tutulabilecektir⁹⁸.

Yapılan öneriye karşılık susma, kural olarak irade beyanı sayılmaz, dolayısıyla öneriye karşı susan kişi öneriyi kabul etmiş sayılmayacaktır⁹⁹. Ancak zorunlu ret bildirimini yapılması gerekirken susulmuşsa, bu davranış zımni kabul teşkil edecek ve sözleşme kurulacaktır¹⁰⁰. İnternet üzerinden akdedilen sözleşmeler de de aynı hukuki sonuç doğacak, önerinin açık bir kabul beyanını gerektirmemesi ve makul süre içinde reddedilmemesi halinde susma yoluyla sözleşme kurulacaktır¹⁰¹.

İrade beyanlarının hukuki sonuç doğurabilmesi ve sözleşmenin kurulabilmesi için muhataba varması gerekir¹⁰². TBK’da sözleşme kuruluşu ile hüküm ve sonuçlarını doğurması gözetilen husus, sözleşmenin hazır arasında veya hazır olmayanlar arasında kurulmasıdır¹⁰³. Sözleşmelerin kurulması ile hüküm ve sonuçlarını doğurma anı ya da önerinin bağlayıcılığı gibi hususlar, sözleşmenin hazırlar arası veya hazır olmayanlar arasında kurulup kurulmadığına göre belirlenecektir¹⁰⁴. Dolayısıyla elektronik sözleşmelerin kurulması ile hüküm ve sonuçlarını doğurması hazır olanlar ve hazır olmayanlar arasında akdedilmesine göre ayrı ayrı incelenmelidir.

⁹⁶ Gezder, s. 126 (Erzurumlu).

⁹⁷ Kırca, s. 102-103.

⁹⁸ Gezder, s. 126 (Erzurumlu).

⁹⁹ Nomer, H. N., “**Borçlar Hukuku Genel Hükümler**”, 19. Baskı, İstanbul 2023, s. 47; Benzer görüş için bkz.: Oğuzman/ Öz, s. 69; Gezder, s. 140. (Erzurumlu); Savaş, s. 181.

¹⁰⁰ Oğuzman, s. 69; Yavuz, s. 17.

¹⁰¹ Kırca, s. 113; Yücer Aktürk, s 18.

¹⁰² Kırca, s. 106.

¹⁰³ TBK m. 3, m. 4, m. 5 ve m. 11’den bu durum açıkça anlaşılmaktadır.

¹⁰⁴ Yücer Aktürk, s. 23.

1.6.1. Hazır Olanlar Arası Elektronik Sözleşmeler Bakımından

“Hazır” deyimi ile kastedilen, öneriden yapıldığı anda haberdar olacak kişidir¹⁰⁵. Hazır olanlar arası sözleşmenin kurulması ile hüküm ve sonuçlarını doğurması aynı anda gerçekleşir¹⁰⁶. Hazır olanlar arasında kurulan sözleşmelerde önerinin muhataba yöneltildiği anda öğrenilmesi sebebiyle karşı tarafça hemen kabul edilmesi gerekir¹⁰⁷. Çalışmamız kapsamında elektronik sözleşmelerin bilgisayar aracılığıyla internet üzerinden veya elektronik iletişim araçları ile akdedilebileceğinden bahsetmiştik. Eğer sözleşmenin akdinde kullanılan yöntem önerinin açıklandığı anda, karşı tarafın öğrenmesine imkân sağlıyorsa hazır olanlar arası akdedilen sözleşmeden bahsedilebilecektir¹⁰⁸. Elektronik ortamda hazırlar arası sözleşmelere *Whatsapp*, *Zoom*, *Microsoft Teams* gibi yazılım programları ile yapılan sesli ve görüntülü görüşme esnasında akdedilen sözleşmeler örnek olarak verilebilir¹⁰⁹. Yine, eşzamanlı çevrimiçi şekilde *Instagram* ve *Messenger* üzerinden yazılı irade açıklamasında bulunulması halinde de hazırlar arası sözleşme söz konusu olacaktır¹¹⁰. Kabul için eğer bir süre belirlenmişse, kabulün bu süre içinde önerene ulaşmaması halinde öneren, önerisiyle bağılıktan kurtulur (TBK m. 3). Önerinin süresiz olması halinde ise, hazır olan kişiye yapılan önerinin hemen kabul edilmesi gerekir (TBK m. 4)¹¹¹. Aksi halde, yapılan öneri geçerliliğini yitirecektir¹¹². Hazır olana gönderilen kabul beyanının geri alınması da mümkün olmayacaktır¹¹³.

TBK, m. 4 uyarınca telefon, bilgisayar gibi iletişim araçlarıyla doğrudan iletişim sırasında yapılan öneriler hazırlar arasında yapılmış sayılacaktır. Öğretide, söz konusu hükme karşı yönde bilgisayar veya uzaktan iletişim araçlarıyla yapılan önerilerden hemen haberdar olunması beklenemeyeceğinden hareketle, bu şekilde

¹⁰⁵ Oğuzman/ Öz, s. 63; Kırca, s. 107.

¹⁰⁶ Sağlam, s. 73; Yücer Aktürk, s. 25-26.

¹⁰⁷ Sağlam, s. 73.

¹⁰⁸ Çabri, s. 869; Savaş, s. 170.

¹⁰⁹ Yücer Aktürk, s. 24.

¹¹⁰ Yücer Aktürk, s. 25.

¹¹¹ Oğuzman/ Öz, s. 76; Nomer, s. 53- 54; Gezder, s. 111; Gürpınar, s. 6; Akan, s. 43; Sağlam, s. 73.

¹¹² Gezder, s. 116.

¹¹³ Oğuzman/Öz, s. 70.

akdedilen sözleşmelerin hazır olmayanlara yönelik hükümlere tabi tutulması gerektiği savunulmaktadır¹¹⁴.

Sözleşme tarafları arasında elektronik iletişim, iki taraflı olarak ya bilgisayar ile bilgisayar arasında ya da bilgisayar ile kişi arasında meydana gelir¹¹⁵. Eş zamanlı olarak internet üzerinden yapılan işlemler hazır olanlar arasında yapılan işlemlerden kabul edilmektedir¹¹⁶. Dolayısıyla tarafların doğrudan iletişimde olmaları, irade beyanları arasında herhangi bir kesinti olmaması için önemlidir¹¹⁷.

1.6.2. Hazır Olmayanlar Arası Elektronik Sözleşmeler Bakımından

“Hazır olmayan” kişi, kendisiyle doğrudan iletişim kurulamayan kişidir¹¹⁸. Hazır olmayanlar arasında kurulan sözleşmelerde kurulma ile hüküm ve sonuçların doğması anlarının ayırt edilmesi gerekir. Sözleşmenin kurulma anının takdirinde TBK m. 1 uyarınca değerlendirme yapılacaktır. Hazır olmayan kişiye süre belirlenmeksizin yapılan öneri, usulüne uygun olarak gönderilmiş bir cevabın ulaşmasının gerçekleşeceği zamana kadar önereni bağlayacaktır¹¹⁹. Kabul beyanının hazır olmayana ulaşması ile kurulacak; hükümlerini ise kabul beyanının önerene gönderildiği an dahil olmak üzere, geriye etkili olarak doğuracaktır¹²⁰. TBK uyarınca hazır olmayana gönderilen öneriden olunması ve dolayısıyla sözleşmenin kurulma anının belirlenmesinde varma teorisi esas alınmaktadır¹²¹. Varma teorisi uyarınca önerinin dürüstlük kuralına uygun şekilde öğrenilmesi beklenen an, önerinin hazır olmayana ulaştığı an kabul edilecektir¹²².

Hazır olmayanla akdedilen sözleşmenin hüküm ve sonuçlarını doğurma anı TBK m. 11’de düzenlenmiştir. Hüküm uyarınca sözleşme, açık kabulün gerekli olduğu durumda önerinin ulaşma anından başlayarak hüküm doğururken; açık kabulün gerekmediği durumda ise kabulün gönderildiği andan başlayarak hüküm doğuracaktır

¹¹⁴ Sağlam, s. 75.

¹¹⁵ Kırca, s. 108.

¹¹⁶ Savaş, s. 92; Nomer, s. 53; Vardar Hamamcıoğlu, s. 62-63.

¹¹⁷ Sağlam, s. 74; Gezder, s. 132 (Erzurumlu).

¹¹⁸ Oğuzman/ Öz, s. 64.

¹¹⁹ Oğuzman/ Öz, s. 64.

¹²⁰ Oğuzman/ Öz, s. 76- 77; Gürpınar, s. 6.

¹²¹ Yücer Aktürk, s. 26.

¹²² Sağlam, s. 73-74; Yücer Aktürk, s. 26.

(TBK m. 11). Sözleşmenin kurulmamış olması halinde, hüküm ve sonuç doğurması da mümkün olmayacağından, açık kabulün gerekli olmadığı durumlarda sözleşmenin kurulma anı, önerinin muhataba ulaşma anı olarak kabul edilecektir¹²³.

Elektronik sözleşmenin hazır olmayan ile akdedilmesinde kullanılacak elektronik iletişim aracına göre değerlendirme yapılacaktır. Hazır olmayanlar arasında en sık kullanılan sözleşme akit yöntemi elektronik posta gönderilmesidir¹²⁴. İrade beyanını içerir elektronik posta öneri olarak nitelendirilmeli, kabul beyanı ile taraflar arasında sözleşme kurulmuş sayılmalıdır¹²⁵. Elektronik posta aracılığıyla elektronik veri aktarımı gerçekleşir¹²⁶. Söz konusu elektronik veri, mal veya hizmet sunan bir kuruma elektronik posta ile siparişte bulunulması talebini içerir. Bu şekilde akdedilen sözleşmede öneri, elektronik postanın gönderilmesi tuşuna basıldığı an yöneltmiş sayılmalıdır¹²⁷. Gönderilen elektronik veri posta programları (mailserver) aracılığıyla satıcının posta kutusuna aktarılır ve satıcı görüntüleyene kadar orada saklanır¹²⁸. Öğretide elektronik posta yoluyla gönderilen öneride dikkate alınacak süre, önerinin muhataba ulaşmasında gerekli süre, ulaşma sonrası makul düşünme süresi ve kabul beyanının önerene ulaşması için gerekli sürenin toplamı olarak ifade edilmiştir¹²⁹. Dolayısıyla söz konusu sürelerin somut olay koşullarına göre değerlendirilerek belirlenen süre boyunca önerenin önerisi ile bağlı kalacağı söylenebilir¹³⁰. Öğretide web sitesi üzerinden doldurulan sipariş formlarının da tüketici ile satıcı arasında doğrudan iletişim sağlamaması sebebiyle hazır olmayanlar arasında sözleşme akdinin gerekeceğini ileri süren görüşler mevcuttur¹³¹.

¹²³ Yücer Aktürk, s. 29.

¹²⁴ Sağlam, s. 143- 144; Yücer Aktürk, s. 27.

¹²⁵ Sağlam, s. 93 vd.; Topaloğlu, s. 768.

¹²⁶ Kırca, s. 100; Savaş, s. 155.

¹²⁷ Kırca, s. 100.

¹²⁸ Kırca, s. 100.

¹²⁹ Sağlam, s. 143.

¹³⁰ Gezder, s. 116.

¹³¹ Gezder, s. 137.

İKİNCİ BÖLÜM

2. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA İLİŞKİN ÖZEL DÜZENLEMELER

2.1. MEVZUATTA “TÜKETİCİ” KAVRAMININ DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1.1. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

Tüketici hukuku dinamik bir hukuktur. Gelişen teknolojiyle birlikte tüketicilerin korunması ihtiyacı paralel olarak artmaktadır. Hukukumuzda tüketici haklarına dair getirilen hak ve yükümlülükler AB mevzuatına uyumlu şekilde ilerlemektedir. TBK ve TTK’da yer alan genel hükümlerin yanı sıra, tüketiciyi koruyucu hükümler içeren 6502 sayılı TKHK öngörülmuş ve genel gerekçesinde AB mevzuatına uyum sağlanması amacıyla getirildiğine yer verilmiştir¹³².

Yine, Kanun’un gerekçesinde Anayasa’da yer alan Devlet’in tüketiciyi koruma görevinden hareketle hazırladığı ve evrensel tüketici haklarının esas alındığı belirtilmektedir¹³³. Tüketici sıfatını haiz olmayanlar Kanun’da belirtilen hakları kullanamayacak, korumalardan yararlanamayacaktır.

2.1.2. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

Mevzuatımızda elektronik ticaret hukukunun gelişimi AB Direktifleri ile gerçekleştirilmiş ve halen de gerçekleştirilmeye devam etmektedir. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’da ve diğer yardımcı mevzuatı olan Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik (E-Ticaret Yönetmeliği)’te tüketici tanımı yapılmamıştır. Dolayısıyla TKHK’daki hükümler kıyasen uygulanacaktır.

¹³² Yılmaz Aslan, s. 17.

¹³³ Arat/ Endes Selvi, s. 25-26.

2.1.3. Diğer İlgili Kanunlar Bakımından Değerlendirme

2.1.3.1. 6698 S. Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Kanun (KVKK)

ETDHK m. 10 uyarınca elektronik ticarete kişisel verilerin korunmasına ilişkin hüküm getirilmiş, daha sonra KVKK'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte, yürürlükten kaldırılmıştır¹³⁴. Kanun kapsamında hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcılar, objektif özen yükümlülüğüne uygun faaliyet göstermekle sorumlu tutulmuştur¹³⁵.

2.1.3.2. 5651 S. İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun

5651 sayılı Kanun'un dayanağını Anayasa m. 41 ve m. 58 oluşturmaktadır¹³⁶. 5651 sayılı Kanun bu esaslar üzerine kurulmuş ve Devlet, ailenin ve gençliğin korunması kapsamında gerekli tedbirleri almakla yükümlü kılınmıştır. İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" ile de bu Kanun'a ilişkin usul ve esaslar düzenlenmiştir.

Kanun kapsamında tüketiciye verilecek zarar, internet ortamında yahut elektronik iletişim araçları vasıtasıyla bilgisayar sistemlerine girilmesi ve verilerinin sızdırılması şeklinde veya elde edilen verilerden kaynaklı dolandırıcılık, şantaj tehdit şeklinde olabilmektedir¹³⁷. Bu kapsamda, 5651 sayılı Kanun'da da tüketicinin korunması amacıyla bilgilendirme yükümlülüğü öngörülmüştür. Yapılacak bilgilendirme neticesinde tüketicinin önüne gelen kötü niyetli uygulamalara karşı dikkatli olması gerekmektedir.

2.1.3.3. 5070 S. Elektronik İmza Kanunu

Elektronik imza, elektronik ticaretin önemli bir bileşenidir ve işlemlerin güvenilir, hızlı ve verimli şekilde ilerlemesinde oldukça önem taşır. Tarafların birbirlerini görmediği elektronik sözleşme akitlerinde kimlik doğrulama, satın alma

¹³⁴ Genel- özel kanun çatışması sebebiyle söz konusu düzenleme yürürlükten kaldırılmıştır.

¹³⁵ Kaya, s. 153-154.

¹³⁶ Kaya, s. 166-167.

¹³⁷ Kaya, s. 167.

işlemlerinin yasal hale getirilmesi, bankacılık işlemleri ve hukuki geçerlilikte temel unsurdur.

Güvenli elektronik imza, elle atılan imza ile aynı hukuki sonuçları doğurmaktadır (Elektronik İmza Kanunu m. 5). Hukuk Muhakemeleri Kanunu (HMK) uyarınca da elektronik imza kesin delildir ve el ile atılmış imzanın doğurduğu bütün sonuçları doğurur¹³⁸. Elektronik imzanın hukuki ve teknik esasları 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu ile düzenlenmiştir. Genel hüküm olarak ise TBK m. 14'e başvurulacaktır.

2.2. TÜKETİCİ İLE AKDEDİLEN SÖZLEŞMELERDE HAKSIZ ŞARTLAR

TBK m. 1 uyarınca sözleşme, tarafların iradelerini karşılıklı ve birbirine uygun olarak açıklamalarıyla kurulur¹³⁹. Taraflardan birinin sözleşmedeki menfaat dengesini bozucu, tek taraflı standart sözleşme hazırlaması veya mevcut bireysel sözleşmeye hüküm eklemesi bu kurala aykırılık meydana getirir. Bu hususa ilişkin TBK'da genel işlem koşulları, TKHK'da ise haksız şart hükümleri düzenlenmiştir. Haksız şartlar ile genel işlem koşulları arasındaki ilişki öğretide tartışmalıdır. Bir görüş, haksız şartlara standart sözleşmelerin yanı sıra bireysel sözleşmelerde yer verilebilirken; genel işlem koşullarının ise yalnızca standart sözleşmelerde olabileceğinden hareketle haksız şartların genel işlem koşullarından daha geniş kapsamlı olduğunu ileri sürmektedir¹⁴⁰. Diğer görüş ise, ancak bir tarafını tüketicinin oluşturduğu genel işlem koşulu içeren sözleşmelere haksız şart hükümlerinin uygulanacağını, hüküm bulunmaması halinde TBK m. 20-25 hükümlerine başvurulacağını ileri sürmektedir¹⁴¹. Kanaatimizce de haksız şartlar, genel işlem koşullarından ayrı değerlendirilmeli, genel işlem koşulu niteliği taşıması beklenmemelidir¹⁴². Zira genel işlem şartlarının haksız nitelik taşımayan halleri de mevcuttur¹⁴³.

¹³⁸ Kaya, s. 191; Akipek Öcal Ş., "E-Sözleşmelerin Hukuki Niteliği", E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s. 44 (e-sözleşme); Arslan, s. 144; Yücer Aktürk, s. 10.

¹³⁹ Akipek/Aydoğdu, s. 123 (Milli Şerh).

¹⁴⁰ Gümüş, M. A., "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi", C. 1, İstanbul 2014, s. 60; Çabri, s. 212; Yılmaz Aslan, s. 38.

¹⁴¹ Akipek/Aydoğdu, s. 125-126.

¹⁴² Gümüş, s. 61.

¹⁴³ Akipek/Aydoğdu, s. 140 (Milli Şerh).

Haksız şartlar, dürüstlük kuralına aykırı olan ve sözleşmeyi tüketici aleyhine güçleştiren şartlardır¹⁴⁴. Ancak sadece tüketici aleyhine şartlar haksız şart olarak kabul edilmektedir¹⁴⁵. Uygulamada sözleşme tarafı hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcılar, birden fazla tüketiciyle akdedilmek üzere herhangi bir yaptırıma karşı kendilerini korumak için standart sözleşmeler hazırlamaktadır. Tüketiciler de önlerine konan standart sözleşmeyi zaman bulamadığı veya işlemleri bir an önce tamamlamak için detaylı incelemeden imzalamaktadırlar. Bunun sebebi kimi zaman satıcı/sağlayıcının *ya kabul et ya vazgeç* mantığıyla hareket etmesi olabilmektedir¹⁴⁶. Bu hallerde tüketicinin dikkatsizliği veya ihmali durumunda büyük hak ve menfaat kayıpları söz konusu olabilmektedir¹⁴⁷.

Tüketiciyle akdedilen sözleşmelerde müzakere edilmemiş, dürüstlük kuralına aykırı sözleşme hükümleri “haksız şart” olarak adlandırılır. TKHK’da yer alan haksız şart düzenlemesinde, TBK m. 25’teki genel işlem şartı düzenlemesinden farklı olarak müzakere edilme şartı getirilmiştir. Sözleşme şartlarının açık ve anlaşılır dille yazılıp yazılmadığı, sözleşmeden doğan asli edim yükümlülüklerinin dengeli olup olmadığı haksız şartların tespitinde önemlidir¹⁴⁸. Gerek dürüstlük kuralına aykırılık gerekse müzakere edilmeden sözleşmeye eklenmesi haksız şartın unsurlarını oluşturmaktadır¹⁴⁹. Buna karşın öğretide, dürüstlük kuralına uygun ve tüketici aleyhine dengesizliğe sebep olmayan sözleşme şartlarının müzakere edilmemiş olsa bile haksız şart kabul edilmemesi gerektiği savunulmaktadır¹⁵⁰. Yine, bu görüşe paralel bir başka görüş uyarınca çıkan dengesizliklerin hâkim müdahalesini gerektirmeyecek seviyede küçük olması halinde, önemli olanın doğruluk ve dürüstlük kuralları açısından durumun makul karşılanıp karşılanmayacağı olduğu ileri sürülmektedir¹⁵¹. Öğretide katıldığımız bir görüşe göre, haksız şartların önceden hazırlanarak standart sözleşmede yer almasının tüketiciyle müzakere edilmediğine bir karine getirdiği ileri

¹⁴⁴ Çabri, s. 220; Akipek/Aydoğdu, s. 140 (Milli Şerh).

¹⁴⁵ Çabri, s. 221.

¹⁴⁶ Akipek/ Aydoğdu, s. 145 (Milli Şerh).

¹⁴⁷ Kaya, s. 302-303.

¹⁴⁸ Akipek/Aydoğdu, s. 123 vd. (Milli Şerh).

¹⁴⁹ Gümüş, s. 57-58; Çabri, s. 219.

¹⁵⁰ Akipek Ş./Aydoğdu M., “**Milli Şerh**”, 1. Baskı, İstanbul 2016, s. 139.

¹⁵¹ Yılmaz Aslan, s. 41.

sürülmektedir¹⁵². TKHK m. 5/3'e dayanan bu karine uyarınca tüketici, sözleşmede yer alan haksız şartı ispat yükünden kurtulacak, sözleşmeyi hazırlayan taraf söz konusu standart şartın müzakere edildiğini ispatla yükümlü olacaktır¹⁵³.

Madde gerekçesinde tüketici ile akdedilmek üzere hazırlanan standart sözleşmelerin¹⁵⁴ tüketici tarafından aynen kabul edileceği düşüncesiyle hazırlandığı belirtilmektedir¹⁵⁵. Bir sözleşmenin haksız şart içerip içermediğinin tespiti kuruluş aşamasındaki şartlara bağlı olarak gerek ilgili sözleşmenin diğer maddeleri gerekse haksız şartın ilgili olduğu bir diğer sözleşmenin maddeleri birlikte dikkate alınarak belirlenecektir.

Akdedilen sözleşmenin münferit bir maddesinin tüketiciyle müzakere edilmesi, tüm sözleşmede haksız şart şartlarının sağlandığı anlamına gelmez, müzakere edilmeyen diğer maddeler için haksız şart denetimi yapılabilir¹⁵⁶. Yine, sözleşmenin diğer hükümleri veya haksız şartın ilgili olduğu diğer bir sözleşmenin hükümlerinin dikkate alınarak haksız şart değerlendirmesi yapılmalıdır. Haksız şartın tespit edilmesi durumunda ilgili hüküm daha öncesinde de belirtildiği üzere doğrudan geçersiz sayılacaktır¹⁵⁷. Bu durumda sözleşmeyi düzenleyen, kesin olarak hükümsüz sayılan şartlar olmasaydı diğer hükümlerle sözleşmeyi yapmayacak olduğunu ileri süremeyecektir (TKHK m. 5/2). Elektronik sözleşmelerde de durum değişmeyecek, sözleşmede yer alan haksız şartlar kesin hükümsüz sayılırken, diğer şartlar geçerliliğini koruyacaktır¹⁵⁸.

Tüketici, dürüstlük kuralına aykırı şekilde iradesini ortaya koyamadığı durumlarda TKHK m. 5'teki haksız şart korumasından faydalanacaktır¹⁵⁹. Tüketiciyle akdedilen sözleşmedeki haksız şartlar kesin olarak hükümsüzdür. Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmelik'te belirtilen ve haksız şart

¹⁵² Gümüş, s. 62.

¹⁵³ Çabri, s. 215.

¹⁵⁴ Madde gerekçesi ve öğretide "standart sözleşmeler" ile birlikte bazı Yargıtay kararlarında "*iltihaki sözleşmeler*" kavramı da kullanılmaktadır. Detaylı bilgi için bkz.: Yılmaz Aslan, s. 35- 36; Sağlam, s. 77 dn. 152; Arat/ Endes Selvi, s. 54.

¹⁵⁵ Çabri, s. 209, dn. 1; Gerekçenin tamamı için bkz.: Arat/ Endes Selvi, s. 54.

¹⁵⁶ Akipek/ Aydoğdu, s. 146 (Milli Şerh).

¹⁵⁷ Kaya, s. 303.

¹⁵⁸ Kaya, s. 306.

¹⁵⁹ Çabri, s. 217.

olduğu Bakanlıkça ilan edilen durumların da tüketicisiyle müzakere edilip edilmediğine bakılmaksızın geçersiz kabul edilir¹⁶⁰.

Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmelik m. 8/3 uyarınca, haksız şart olarak tespit edilen sözleşme şartlarının tüketiciler açısından hükümsüz olduğunun, sözleşmeyi düzenleyen tarafından tüketicilere açık ve anlaşılır biçimde yazılı veya elektronik ortamda bildirilmesi durumunda; tespit tarihinden önce kurulan ve halen geçerli olan sözleşme metinlerinden bu şartların çıkarıldığı kabul edilmelidir¹⁶¹. Yani haksız şart içeren hükmün yazılı olarak veya elektronik ortamda tüketicilere bildirilmesi halinde hükümsüzlük, geçmiş tarihli sözleşmeler için de uygulanacaktır. Söz konusu bildirim süresi içinde yine elektronik ortamda, satıcı/sağlayıcı tarafından tüketiciye bildirilmesi halinde öngörülen idari yaptırımın da uygulanmaması gerekir¹⁶².

Yargıtay uygulamasında “tüketici aleyhine kararlaştırılan tek taraflı cezai şart¹⁶³” ve “kuru temizleme emanet fişi üzerindeki sorumsuzluk kayıtları¹⁶⁴” haksız şart olarak kabul edilmiştir¹⁶⁵. Sözleşmeyi düzenleyen taraf söz konusu hükmün müzakere edildiğini iddia ediyorsa bunu ispatlamalıdır¹⁶⁶.

Öğretide, sözleşmede yer alan haksız şart maddelerine örnek olarak: “Sözleşmeden ve/veya uygulanmasından doğabilecek her türlü uyuşmazlığın çözümünde satıcı kayıtları (bilgisayar-ses kayıtları gibi manyetik ortamdaki kayıtlar dahil) kesin delil oluşturur.” veya “Satıcı tarafından yapılan bu sözleşme kapsamındaki tüm bildirimler yollanmasından 1 (bir) gün sonra müşteriye ulaştığı kabul edilecektir.” ibareleri örnek olarak verilebilecektir¹⁶⁷. TKHK m. 48/3’te yer alan 30 günlük azami teslim süresi hakkında “Mezkûr 30 günlük süre, tüketiciye daha önceden yazılı olarak

¹⁶⁰ Çabri, s. 209, dn. 1.

¹⁶¹ Aydoğdu, M., “**Türk Borçlar Hukukunda Genel İşlem Koşullarının ve Tüketici Hukukunda Haksız Şartların Denetimi**”, Ankara 2014, s. 194; Kumkale, s. 32.

¹⁶² Aydoğdu, s. 194.

¹⁶³ Yargıtay 13. HD., 02.07.2010 tarihli, 2009/10480 E., 2010/9823 K. sayılı kararı, s.e.t. 29.03.2024 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

¹⁶⁴ Yargıtay 13. HD., 03.04.2013 tarihli, 2013/3231 E., 2013/8572 K. sayılı kararı, s.e.t. 29.03.2024 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

¹⁶⁵ Gümüş, s. 67.

¹⁶⁶ Kaya, s. 304.

¹⁶⁷ Şahin T., “**E-Sözleşmelerde Tüketicinin Karşılaştığı Yaygın Haksız Şart Uygulamaları**”, E-Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s. 189-190.

bildirilmek koşuluyla azami 10 gün daha uzatılabilir.” ifadesi haksız şart kabul edilmektedir¹⁶⁸. Yine, “saticının lehine sorumluluktan kolayca kurtulmaya veya sözleşmenin kolayca sona erdirilmesine, her türlü aşırı masrafın tek taraflı olarak tüketiciye yükletilmesine, tek taraflı fiyat arttırılması veya kısmi ödemelerin yapılmaması halinde alacağın tamamının istenebilir olması” halleri haksız şart örnekleri olarak öğretide sayılmıştır¹⁶⁹.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, haksız şartların denetiminde tespit edilen haksız şartların sözleşme metinlerinden çıkarılması veya kullanılmasının önlenmesi için gerekli tedbirleri alacaktır. Haksız şartların sözleşme metninden çıkarılması için sözleşmeyi düzenleyene Bakanlıkça otuz gün süre verilecek, gerekli görülen hallerde bu süre doksan güne kadar uzatabilecektir (Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmeliği m. 8/2). Verilen sürenin bitimine kadar haksız şartların sözleşme metninden çıkarılmaması halinde, aykırılığın tespit edildiği her bir sözleşme için düzenleyen tarafa idari para cezası uygulanacaktır (Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmeliği m. 8/2). Tüketiciler, akdettikleri sözleşmede haksız şart olduğunu düşündükleri hususlar varsa tüketici mahkemesinde dava açarak bunların tespitini talep edebilir¹⁷⁰. Hâkim, kural olarak haksız şartın ilgili olduğu diğer bir sözleşmenin hükümleri dikkate alınmak suretiyle sözleşmenin kuruluş anına göre dürüstlük kuralına aykırı hüküm olup olmadığını araştırmalıdır (TKHK m. 5/6).

Somut olayda genel işlem şartının haksız olup olmadığının iyi ayırt edilmesi gerekmektedir¹⁷¹. Sözleşme hükmünün açık ve anlaşılır olmaması, birden çok anlama gelmesi halinde tüketici lehine değerlendirme yapılmalıdır. Tüketicinin hukukunda tüketicinin korunması esas alınmış ve mevzuatta bu şekilde düzenlemeler

¹⁶⁸ Şahin, s. 189-190.

¹⁶⁹ Akipek/Aydoğdu, s. 160 (Milli Şerh).

¹⁷⁰ Kaya, s. 308; “Davacının bankadan aldığı kredi borcunu sözleşme şartlarına uygun olarak ödemesi gerekir. Ödememesi halinde kredi borcunun teminatı olarak bankaya sözleşmelerin 15 ve 16. maddesi gereğince yetki vermesinin haksız şart olarak nitelendirilmesi mümkün değildir. Zira davacı sözleşmenin her sayfasını ayrı ayrı imzalamış olup, serbest iradesi ile sözleşme şartlarına uygun olarak kredi borcu taksitlerinin bankadan aldığı maaştan ödenmesi için otomatik ödeme talimatı verdiği göre artık sözleşmenin söz konusu hükmünün müzakere edilerek kararlaştırılmadığı söylenemez.” Yargıtay 13. HD., 3.11.2015 Tarihli, 2015/20217 E., 2015/31674 K. sayılı kararı, s.e.t. 29.03.2024 (çevrimiçi)(<https://www.lexpera.com.tr>).

¹⁷¹ Akipek/Aydoğdu, s. 140 (Milli Şerh).

öngörülmüştür. Öğretide bu durum “tüketici lehine yorum ilkesi” olarak adlandırılmıştır¹⁷². Somut olayda akdedilen elektronik sözleşmeyle satıcı/sağlayıcıya tarafa tek taraflı değişiklik yapma yetkisi tanınabilir. Kanun koyucu tarafından söz konusu yetkinin tüketicinin aleyhine kullanılmaması için söz konusu ilke kapsamında “sözleşmenin tüketici aleyhine değiştirilmemesi yasağı” düzenlenmiştir (TKHK m. 4)¹⁷³. Tek taraflı değiştirme yetkisi uyarınca satıcı/sağlayıcı, sözleşmeyi ancak tüketici lehine değiştirebilir, aleyhe değişiklik yapamaz¹⁷⁴. Aksi halde, söz konusu kayıt hükümsüz sayılacaktır¹⁷⁵. Öğretide, karşılıklı anlaşmayla tüketici aleyhine sözleşmede değişiklik yapılamaması, yapılması halinde geçersiz sayılacağı kuralının sözleşme özgürlüğüne müdahale olduğu ileri sürülmektedir¹⁷⁶.

Haksız şartların yaptırımında yürürlük denetiminden geçilmemesi ve sözleşmede haksız şarta yer verilmesine göre ayrı yaptırım uygulanmaktadır. Yürürlük denetimiyle amaçlanan haksızlık içeren genel işlem şartının tüketici tarafından kabul edilip edilmediği, tüketicinin iradesinin buna yönelik olup olmadığının araştırılmasıdır¹⁷⁷. Tüketicisiyle müzakere edilmeden dürüstlük kuralına aykırı olarak sözleşmeye konulan haksız şartların yaptırımı için ise TKHK m. 5/2’ye başvurulacak ve tespit edilen haksız şartlar kesin hükümsüz kabul edilecektir¹⁷⁸.

2.3. TÜKETİCİNİN BİLGİLENDİRİLMESİ

2.3.1. Genel olarak

Tüketici, siparişin onaylandığı andan itibaren sorumlu tutulacağı ve ödeme yükümlülüğü altına gireceği hakkında sözleşmenin anlam ve mahiyetini anlayıp değerlendireceği makul bir zaman aralığında açık ve anlaşılır şekilde

¹⁷² Tüketici lehine yorum ilkesi, Tüketici Sözleşmelerinde Haksız Kayıtlar Hakkında Yönetmeliği m. 6 uyarınca mevzuata da girmiştir.

¹⁷³ Özen, B., “**Milli Şerh**”, 1. Baskı, İstanbul 2016, s. 74.

¹⁷⁴ Yılmaz Aslan, s. 31; Tüketici ile akdedilen sözleşmelerde taraflar arasında akdedilen değiştirme sözleşmesi olsa dahi tüketici aleyhine değişiklik yapamayacağı hakkında görüş için bkz.: Gümüş, s. 37.

¹⁷⁵ Özen, s. 74.

¹⁷⁶ Özen, s. 75; Akipek Öcal, s. 44 (e-sözleşme).

¹⁷⁷ Çabri, s. 226.

¹⁷⁸ Çabri, s. 231-232.

bilgilendirilmelidir (TKHK m. 48/2)¹⁷⁹. Sözleşmelerde bilgilendirme hususu, tarafların iradelerinin uyuşmasında etkili olması sebebiyle oldukça önemlidir.

Elektronik ticarete tüketicinin bilgilendirilmesi hususu öncelikle, 97/7/EC sayılı AB Direktifi m. 10 uyarınca *elektronik sözleşmelerde şeffaflık* olarak öngörülmüştür¹⁸⁰. Hukukumuzda ise dayanağını TBK m. 2'deki dürüstlük kuralı ve TKHK'dan almaktadır (TKHK m. 59)¹⁸¹. TKHK'nın tüketicilerin hak ve menfaatlerini korumak için getirilmiş bir Kanun olmasından ötürü, 6563 sayılı ETDHK'dan öncelikli olarak uygulanacağından çalışmamız kapsamında bahsedilmiştir¹⁸². TKHK'da tüketicinin bilgilendirilmesine yönelik ilk düzenleme m. 4'te yer alan genel bilgilendirme kuralıdır. Sonrasında tüketici kredisi sözleşmeleri (m. 23), konut finansmanı sözleşmeleri (m. 33), ön ödemeli konut satışı sözleşmeleri (m. 40) hakkında bilgilendirmeye dair hükümler getirilmiştir.

Elektronik sözleşmelerde tüketicinin bilgilendirme yükümlülüğü sözleşme öncesinde başlar¹⁸³. Bununla birlikte, öğretide bir görüş bilgilendirme yapılması gereken zamanın kabul beyanının öncesi olduğunu ileri sürmektedir¹⁸⁴. Bilgilendirme noktasında ispat yükü satıcı/sağlayıcıda iken; bilgi formunu okumadan sözleşmeye onay verdiğinin ispat yükü tüketicide olacaktır¹⁸⁵. Kanun hükümlerine aykırılık halinde ise TKHK m. 16'da yer alan haksız rekabete ilişkin hükümlerin kıyasen uygulanabileceği ileri sürülmektedir¹⁸⁶.

Tüketiciler sözleşme akdi sonrasında ödenecek ücretin sözleşmenin bütününe kapsadığını düşünerek ödeme yaparlar. Kural olarak, tüketiciden sözleşme başında

¹⁷⁹ Çabri, s. 876; Gezder, Ü., “**Mesafeli Sözleşmelerde Bilgi Verme Yükümlülüğü**”, 2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri (Düzenleyenler Hakan Tokbaş, Fehim Üçışık), Ankara 2013, s. 619 (sempozyum).

¹⁸⁰ Gezder, s. 171-172.

¹⁸¹ Bellican, C., “**Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Bilgilendirilmesi**”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s.103-105; Sert Sütçü, s. 16 (Uygulama).

¹⁸² Topaloğlu, s. 764.

¹⁸³ MSY m. 5 uyarınca, tüketiciyle mesafeli sözleşme akdedilmeden önce ön bilgilendirme yapılması gerektiği düzenlenmiştir. Telefon gibi sözlü veya görüntülü iletişim araçlarının kullanılması durumunda satıcı/sağlayıcının kimliğinin ve görüşmenin ticari amacının her görüşmenin başında açık şekilde bildirilmesi zorunludur.

¹⁸⁴ Gezder, s. 617 (sempozyum).

¹⁸⁵ Çabri, s. 876.

¹⁸⁶ Gezder, s. 621 (sempozyum).

belirtilen miktardan fazlası talep edilemeyecektir¹⁸⁷. Bu kurala “ek bedel isteme yasağı” denir¹⁸⁸. 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 tüketiciden ek bir bedel talep edilemeyecektir (TKHK m. 4/3).

Tüketiciden istenecek ücret ve masraflar varsa bunların yazılı olarak sözleşme ekinde verilmesi gerekir. TKHK m. 4/4 uyarınca mesafeli sözleşmelerde olduğu gibi, elektronik sözleşmelerde de tüketiciden talep edilecek her türlü ücret ve masrafa ilişkin bilgilerin sözleşmenin eki olarak kâğıt üzerinde yazılı şekilde tüketiciye verilmesi zorunludur¹⁸⁹. Elektronik ticaret kapsamında uzaktan iletişim aracıyla kurulan sözleşmelerde ise, bu bilgiler kullanılan uzaktan iletişim aracına uygun şekilde verilir. Yine, Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m. 19’da sözleşme esas bedeli dışında herhangi bir ek bedel talep edilebilmesi için tüketicinin açık onayının alınması gerektiği düzenlenmiştir (TKHK m. 4/4). Bu bilgilerin tüketiciye verildiğinin ispatı sözleşmeyi düzenleyene ait olacaktır. Sunulan mal ve hizmet karşılığında sözleşme akdedilmemesi durumunda tüketici, hizmet veren yahut aracı hizmet verene karşı ifa davası açabilecektir¹⁹⁰. Uyuşmazlıklarda ispat hususuna dikkat edilmeli, elektronik ortam verileri ve buna istinaden kaydedilmiş belgeler yazılı delil başlangıcı kabul edilmelidir¹⁹¹.

Satıcı/sağlayıcı en geç tüketici siparişini vermeden önce herhangi bir gönderim kısıtlamasının uygulanıp uygulanmadığı ve hangi ödeme araçlarının kabul edildiği hakkında açık ve anlaşılır şekilde bilgi vermek zorundadır (MSY m. 6/2). Yine, bilgilendirmenin yapıldığına ve anlaşıldığına yönelik tüketiciden teyit alınmalıdır. Aksi halde tüketici ile akdedilen sözleşme hüküm ifade etmeyecektir¹⁹². Geçersiz

¹⁸⁷ Yılmaz Aslan, s. 31-32.

¹⁸⁸ TKHK m. 4/3 bu duruma örnek oluşturur.

¹⁸⁹ İnternet aracılığıyla akdedilen elektronik sözleşmelerde bahsi geçen bilgi ve belgelerin tüketicinin her an ulaşacağı şekilde kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla tüketiciye iletilmesi de mümkündür. Detaylı açıklama için bkz.: Özel, s. 257.

¹⁹⁰ Bellican, s. 106.

¹⁹¹ Aydoğdu, M. “**Milli Şerh**”, 1. Baskı, İstanbul 2016, s. 190 vd.; Bilgin Yüce, M., “**E- Ticarete Ayıplı Mal/Hizmet Alan Tüketicinin Hakları ve Bu Hakların Yöneltileceği Muhataflar**”, E-Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s. 60; Akan, s. 47.

¹⁹² Çabri, s. 880; Topaloğlu, s. 774 (Milli Şerh).

olarak kurulmuş sözleşme kapsamında tarafların edim ifa etmesi durumunda, sebepsiz zenginleşme hükümleri uyarınca iade talep edilebilecektir¹⁹³.

Tüketici, 14 gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin cayma hakkına sahip olduğu hakkında bilgilendirilmelidir¹⁹⁴. Aksi takdirde cayma süresi başlamayacaktır¹⁹⁵. Bilgilendirme yükümlülüğü ihlali yalnızca tüketici tarafından ileri sürülebilir. Satıcı/sağlayıcı tarafından söz konusu ihlal sebebiyle sözleşmenin geçersizliği ileri sürülemeyecektir¹⁹⁶.

Tüketici ile yapılacak elektronik sözleşmede bilgilendirme yükümlülüğü kapsamında; akdedilecek sözleşmede yazı karakterleri en az on iki punto olmalı, sözleşme metninin de anlaşılabilir, açık ve sade şekilde kaleme alınması gerekmektedir (TKHK m. 4/1). İnternet aracılığıyla gerçekleştirilen elektronik ticarete bu kuralın web sitesinde yer alan açıklamalar için geçerli olacağı söylenebilir. Bilgilendirme tüketiciye form ile yapılabileceği gibi, bağlantısı verilen linke tıklanmak suretiyle yapılması da mümkündür¹⁹⁷.

Bilgilendirme yükümüne aykırı şekilde metnin on iki puntodan küçük harflerle yazılması veya sözleşmenin bir nüshasının tüketiciye verilmemesi hallerinde sözleşme geçerli olarak kurulsa da bilgilendirme yükümlülüğüne aykırılıktan yaptırıma tabi tutulacaktır¹⁹⁸. Biz de bu görüşe katılmaktayız. Zira bilgilendirme yükümlülüğünün amacı dikkate alındığında; şekil kurallarına aykırı olsa bile tüketicinin anlayacağı şekilde açık, anlaşılır sözleşme metnine sahip, yazılı veya resmi olarak öngörülen geçerlilik kurallarına uygun olarak akdedilen sözleşmelerin geçerli olarak kurulduğu kabul edilmelidir. Esas olan tarafların iradesidir, dolayısıyla taraf imzalarının tek bir sözleşme nüshasında bulunmaması, yazı karakterlerinin belirtilenden küçük olması ve sözleşme metninin açık olmaması gibi hususlar sözleşmeyi geçersiz kılmaz ancak şekle aykırılık oluşturabilecektir¹⁹⁹. Bilgilendirme yükümlülüğüne şeklen aykırılığın

¹⁹³ Topaloğlu, s. 774 (Milli Şerh).

¹⁹⁴ Akipek Öcal, s. 45- 46 (e-sözleşme).

¹⁹⁵ Reyhani Yüksel S., “**Elektronik Sözleşmelerde Cayma Hakkı**”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s. 135.

¹⁹⁶ Çabri, s. 880.

¹⁹⁷ Sağlam, s. 81.

¹⁹⁸ Özen, s. 72.

¹⁹⁹ Özen, s. 72, dn. 183 (Milli Şerh).

kabulü durumunda sözleşme geçerli olarak kurulur ancak ihlale sebebiyet veren taraf aleyhine TKHK m. 77/1 uyarınca para cezasına hükmedilecektir. Burada dikkat edilmesi gereken husus sözleşmenin esaslı noktalarına şekil kapsamında yer verilip verilmediğidir. Eğer esaslı noktalara şekil kapsamına dahil edilmemişse sözleşme geçersiz olacak ve bu geçersizliğin sonradan giderilmesi de mümkün olmayacaktır²⁰⁰.

Öğretide bir görüşe göre sözleşmenin kurulmasından sonra bilgi formunda eksiklik bulunup bulunmaması yahut eksikliklerin tamamlanıp tamamlanmaması önemsizdir ve sözleşmenin geçerliliğine etki etmez²⁰¹. Kanaatimizce burada somut olay dikkate alınmalıdır. Bilgilendirme formunda eksik bırakılan bilginin mahiyeti nedir, kötü niyetli olarak mı eksik bırakılmıştır? Bu soruların cevaplanması akabinde değerlendirmede bulunmak daha doğru olacaktır. Tüketici haklarının periyodik olarak alışveriş tamamlanana kadar web sitesinde tekrarlanması bu soruna çözüm olarak sunulmaktadır²⁰².

Son aşama olan siparişin kesinleştirilmesinden sonra, siparişin alındığı hususunda vakit kaybetmeksizin tüketiciye bilgilendirme yapılması gerekir²⁰³. Sözleşme tarafı hizmet sağlayıcı ve hizmet sağlayıcılar bu kapsamda belli yükümlülüklerle tabi tutulmuşlar ve aykırı davranışta ETDHK uyarınca idari para cezası yaptırımını öngörülmüştür (TKHK m. 4/b). Öğretide, öngörülen idari para cezasının söz konusu eksikliklerin ancak sözleşmenin objektif ve subjektif esaslı noktalarına temas etmesi halinde uygulanabilecek olduğunu ileri sürülmektedir²⁰⁴.

2.3.2. Fiyat Etiketleri

TKHK ve Fiyat Etiketleri Yönetmeliği uyarınca satışa sunulan mal ve hizmetlerin ambalajlarında veya kolaylıkla görünen herhangi bir yerinde, mal ve hizmete ilişkin ödenecek satış ve birim fiyatının tüm vergiler dahil ayrı ayrı belirtilmesi gerekmektedir²⁰⁵.

²⁰⁰ Özen, s. 73.

²⁰¹ Çabri, s. 167.

²⁰² Turan N., “Elektronik Ticarete Uyuşmazlıkların Çözümü”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü, İstanbul 2018, s. 90 (çevrimiçi) (<https://dergipark.org.tr>).

²⁰³ Bellican, s. 100-101.

²⁰⁴ Gümüş, s. 36.

²⁰⁵ Özel, s. 289.

98/6/EC sayılı AB Direktifiyle fiyat etiketi düzenlemesi getirilmiş ve fiyatlar hakkında bilgi sahibi olabilmek ve fiyat karşılaştırması yapabilmek için tüketiciye sunulan tüm mallarda satış fiyatı ve birim fiyatının fiyat etiketinde gösterilmesi öngörülmüştür²⁰⁶. Önceki fiyatın, fiyat indiriminin uygulanmasından en az 30 gün öncesine kadar uygulanan en düşük fiyat anlamına gelmektedir (Direktif m. 6a/ 2); fiyat indirimi duyurusu kapsamında, fiyat indiriminin uygulanmasından önce uygulanan önceki fiyatın da belirli bir süre boyunca gösterilmesi gerektiği belirtilmiştir (Direktif m. 6a/ 1). Mevzuatımızda aynı düzenleme, malın indirim öncesi satış fiyatıyla birlikte görülebilir ve okunabilir şekilde gösterilmesinin zorunlu olduğu şeklinde Fiyat Etiketleri Yönetmeliği m. 11/2’de düzenlenmiştir. İlgili hükümlerin uygulamada sıklıkla görülen “*black friday, happy friday*” gibi büyük kampanya yapıldığından hareketle, cüzi fiyat indirimlerinin yapıldığı yanıltıcı uygulamalara karşı tüketicileri koruma amacı ile öngörüldüğü söylenebilir. Elektronik ortamda satışa sunulan mallar için söz konusu hüküm aynı amaçla, farklı şekillerde uygulanmalıdır. Zira tüketici, satın alacağı malı ve fiyat etiketini fiziken görme imkanına sahip değildir. Fiyat etiketinde yer alması gerekli bilgilere web sayfasında tüketicilerin açıkça görüp okuyabileceği şekilde yer verilmesi gerekmektedir. Söz konusu düzenlemelere aykırı davranılması halinde Bakanlık tarafından idari yaptırım kararı verilecektir (TKHK m. 54)²⁰⁷.

2.3.3. Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu

Tüketici sözleşmesinin konusunu oluşturan mal ve hizmet hakkında tüketicinin bilgilendirileceği en önemli ve gerçek kaynak tanıtma ve kullanma kılavuzlarıdır²⁰⁸. Kanun’da genel hatlarıyla bilgilendirme yükümlülüğü düzenlenmiş olsa da her somut sözleşmenin niteliğine göre bilgilendirme yükümlülüğünün kapsamı değişecektir. Keza elektronik ticaretin uluslararası kapsamda gerçekleştirilmesi durumunda kılavuzda kullanılan dil de önemli olup TKHK m. 55/ 2 uyarınca malların güvenli kullanımına ilişkin hususların malın üzerinde yer alması hâlinde yazılı ve sesli

²⁰⁶ Yılmaz Aslan, s. 20.

²⁰⁷ Cezalarda yetki ve itiraz düzenlemesi için bkz.: TKHK m. 78.

²⁰⁸ Yılmaz Aslan, s. 54.

ifadelerin Türkçe olması zorunlu tutulmuştur. Aksi halde TKHK m. 77 ve m. 78 uyarınca idari para cezası söz konusu olabilecektir²⁰⁹.

Tüketicinin kullanımına sunulan malların tanıtım, kullanım, kurulum, bakım ve basit onarımına ilişkin “Türkçe” olarak hazırlanan tanıtma ve kullanma kılavuzunun, gerektiğinde uluslararası sembol ve işaretleri kapsayan etiketle satışa sunulması zorunludur (TKHK m. 55). Kural olarak, tüketicilere sunulan tüm mal ve hizmetler için kılavuz hazırlanmalıdır (Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu Yönetmeliği m. 2). Bu durum istisnasını Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu Yönetmeliği m. 6 oluşturmaktadır.

Taraflar sözleşmede bilgilendirme yükümlülüğü kapsamında özel düzenlemeler yapabilirler²¹⁰. Bilgilendirme yapılacak hususların başında, sözleşme akdedilen şahıs veya tüzel kişinin kimliği gelir. Sonrasında ise sözleşmenin kurulması için gerekli teknik aşamalar ve gizlilik kuralları hakkında bilgilendirme yapılmalıdır.

Satın alınan mal veya hizmetin nasıl kullanılması, nasıl kullanılmaması ve ne gibi önlemler alınması gerektiği hakkında da bilgilendirme yapılması önemlidir²¹¹. Olası tehlikeler belirtilmeli ve tehlike durumunda ne şekilde müdahale edilmesi gerektiği bildirilmelidir. Bu duruma örnek olarak şampuan ambalajları verilmekte, şampuanın gözle temas etmesi halinde bol suyla durulanması gerektiği belirtilmektedir. Elektronik sözleşme konusu mal ve hizmetlerde bu durumun örnekleri mevcuttur. Tüketicilere internet üzerinden yapacağı alışveriş kapsamında gönderilen kısa mesaj ve ticari elektronik iletilere karşı dikkatli olması gerektiği, bu iletilerle gönderilen bağlantıların güvenliğini kontrol ettikten sonra alışverişine devam etmesi gerektiğinin belirtilmesi bu duruma örnek olarak verilebilir.

2.3.4. Garanti Belgesi

Hukukumuzda 1999/44/EC sayılı AB Direktifi'ne uygun olarak sözleşme konusu mallara ilişkin garanti belgesi düzenlenmesi gerektiği hüküm altına alınmış; buna istinaden mevzuatta tüketiciye yönelik üretilen veya ithal edilen mallar için içeriği yönetmelikle belirlenen bir garanti belgesi düzenlenmesi zorunlu tutulmuştur

²⁰⁹ Yılmaz Aslan, s. 54.

²¹⁰ Bellican, s. 92-97.

²¹¹ Bellican, s. 107.

(TKHK m. 56). Garanti belgesi kapsamında, satın alınan malın ayıplı çıkması üzerine tüketicinin seçimlik haklarından ücretsiz onarım hakkını seçmesi durumunda satıcı, işçilik masrafı, değiştirilen parça bedeli ya da başka herhangi bir ad altında hiçbir ücret talep etmeksizin malın onarımını yapmak veya yaptırmakla yükümlü olacaktır (Garanti Belgesi Yönetmeliği m. 8/1). Bu hak üretici veya ithalatçıya karşı da kullanılabilir (Garanti Belgesi Yönetmeliği m. 8/2). Ücretsiz onarım hakkını kullanması sonrasında garanti süresi içinde tekrar arızalanma, tamir için gereken azami sürenin aşılması veya tamirinin mümkün olmadığı, yetkili servis istasyonu, satıcı, üretici veya ithalatçı tarafından bir raporla belirlenmesi durumlarında tüketici, malın bedel iadesini, ayıp oranında bedel indirimini veya imkân varsa malın ayıpsız misli ile değiştirilmesini satıcıdan talep edebilecektir (Garanti Belgesi Yönetmeliği m. 9).

Tüketici, malın değiştirilmesi halinde garanti uygulaması kapsamında, satın alınan malın kalan garanti süresi ile sınırlı süreye sahip olacaktır (Garanti Belgesi Yönetmeliği m. 10). Garanti belgesi, koruyucu işlevinin yanı sıra aynı zamanda tüketiciyi bilgilendirici nitelik taşımaktadır²¹². Garanti süresi malın teslim tarihinden itibaren başlamak üzere asgari iki yıldır (TKHK m. 56/2)²¹³. Bu kapsamda, aldatıcı reklamlardaki tüketiciyi yanıltıcı garanti sürelerine dikkat edilmelidir²¹⁴.

Kanun'da tüketicinin korunması amacıyla getirilen garanti düzenlemeleri garanti belgesiyle sınırlı kalmamış; tüketicinin yasal hakları saklı kalmak kaydıyla, mal veya hizmetle ilgili değişim, onarım, bakım, bedel iadesi ve benzeri hususlarda satıcı/sağlayıcı, üretici veya ithalatçı tarafından verilen ilave taahhüt olan ihtiyari garantiyi öngörülmüştür (TKHK m. 58)²¹⁵.

2.4. AYIPLI MAL/ HİZMET

2.4.1. Ayıplı Mal ve Ayıplı Hizmet

Ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanım kılavuzu gibi malın özelliklerini açıklayıcı bilgi ve belgeler ile birlikte; internet ortamında yahut elektronik pazar

²¹² Yılmaz Aslan, s. 54.

²¹³ Özel, s. 295.

²¹⁴ Detaylı açıklama için bkz.: Göle, C., “Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması”, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara 1983, s. 106-107.

²¹⁵ Yılmaz Aslan, s. 54; Özel, s. 298.

yerlerinde yer alan reklam ve ilanlarında belirtilen özellikleri taşımayan veya tüketicilerin beklentilerini karşılamayan mallara ayıplı mal denir (TKHK m. 8)²¹⁶. Satıcı/sağlayıcı, sözleşme konusu ayıplı mal ve hizmetten kusursuz sorumlu tutulacaktır²¹⁷. Ayıba karşı sorumluluk hükümleri öncelikle tüketici işlemi niteliğindeki satış sözleşmelerini kapsayacaktır²¹⁸. Satış sözleşmelerinde asli borç satılanın mülkiyetini karşı taraf olan tüketiciye geçirmektir. Söz konusu sorumluluk satıcı/sağlayıcının mülkiyeti geçirme borcunun tamamlayıcı borcu niteliğinde kabul edilmelidir²¹⁹.

Çalışmamız kapsamında daha önce de bahsedildiği üzere, tüketiciler hakkında TKHK hükümleri özel düzenleme niteliğinde olduğundan ETDHK hükümlerinden öncelikli olarak uygulanacak, hüküm bulunmayan hallerde TBK’da yer alan genel hükümlere başvurulacaktır²²⁰. Söz konusu Kanunlarda yer alan ayıp hükümleri, elektronik ortamda kurulan ve hüküm doğurmaya başlayan sözleşmeler için de aynen geçerli olacaktır²²¹. Ayıplı mal mevzuatta hem TBK hem de TKHK’da düzenlenmiştir. Düzenlemelerde aynı hususlar gözetilmişse de TKHK’da, TBK’dan daha sistemli düzenleme yapılmıştır²²². TKHK’da 2 tür ayıptan bahsedilmiştir (TKHK m. 8)²²³: “Subjektif Ayıp” ve “Objektif Ayıp”. Esasında bu ayırım milletlerarası mal satımına ilişkin uluslararası geçerliliğe sahip “Milletlerarası Mal Satımına İlişkin Sözleşmeler Hakkında Birleşmiş Milletler Antlaşması (CISG)” sözleşmesi ile getirilmiştir. CISG sisteminde bildirilen niteliklerde meydana gelen ayıba istinaden geliştirilmiş bir kavram olan *subjektif ayıp*, Kanun’da ve öğretilerde malın bulunması gereken durumun sözleşmede kararlaştırılmış biçimine aykırı olması halinde meydana gelen ayıptır²²⁴. Aynı şekilde, niteliklerde meydana gelen ayıp ise *objektif ayıp* olarak

²¹⁶ Kırca, Ç., “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanuna Göre Ayıplı Mal”, Tüketici Hukuku Konferansı (Ed: Hüseyin Can Aksoy), Ankara, 2016, s. 150 (Konferans); Özel, s. 116 vd.; Kumkale, s. 37.

²¹⁷ Çabri, s. 278.

²¹⁸ Öz, T., “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanuna Göre Ayıplı Mal”, Tüketici Hukuku Konferansı (Ed: Hüseyin Can Aksoy), Ankara 2016, s. 175.

²¹⁹ Çabri, s. 277.

²²⁰ Bilgin Yüce, s. 231.

²²¹ Sert Sütçü, s. 21 (Uygulama).

²²² Çabri, s. 266.

²²³; Kırca, s. 150- 151 (Konferans).

²²⁴ Ayrıntılı bilgilendirme için bkz. Aydoğdu, s. 201 vd. (Milli Şerh).

kavramsallaştırılmış, Kanun ve öğretilerde malın bulunması gereken durum yahut beklenen kalitenin Kanun'daki düzenlemelere ya da genel anlayışa aykırı olması halinde ortaya çıkan ayıp olarak tanımlanmıştır²²⁵.

Ne AB mevzuatında ne de TKHK'da ayıptan sorumlulukta önemli ayıbın varlığı aranmıştır²²⁶. Öğretilerde de aynı görüş hakimdir²²⁷. Bir görüş uyarınca, genel hükümleri ihtiva eden TBK m. 219'a uygun olarak tüketiciler tarafından akdedilen ve tüketici işlemi niteliği taşıyan sözleşmelerde meydana gelen ayıpların önemli olması gerektiğini belirlemekteyse de²²⁸; diğer bir görüş, maldaki ayıbın önemli olmasının satıcı/sağlayıcının ayıptan sorumlu olmasında etkisinin olmadığını, hatta söz konusu ayıptan satıcı/sağlayıcının haberdar olmasının dahi gerekmediğini ileri sürmektedir²²⁹. Ayıbın önemli olması gerektiğini söyleyen görüş uyarınca, satın alınan mal veya hizmetten beklenen faydanın azalması veya ortadan kalkması gibi esaslı ayıplarda ancak ayıptan sorumluluk söz konusu olabilir²³⁰.

Tüketici işlemlerinde daha önce de belirtildiği üzere ayıbın önemli olması aranmamış, önemli ve önemsiz her iki ayıp türünde de ayıptan sorumluluk hükümlerine başvuru yolu açık tutulmuştur. Ancak mal veya hizmetteki ayıbın somut olaya göre değerlendirilmesi gerektiğinin altı çizilmelidir. Örneğin, bir aracın sıfır satışı ile ikinci el satışında yapılacak değerlendirme aynı olmayacak, ikinci el araçtaki bazı ayıplar makul kabul edilebilecektir²³¹. Yine, uygulamada "defolu" olarak nitelendirilen malların satışının yapıldığı yerlerde tüketicinin bundan zaten haberdar olacağı, dolayısıyla ayıplı olduğuna istinaden etiket koyulmasına ihtiyaç olmadığı ileri sürülmektedir²³². Durum böyle dahi olsa, madde gerekçesi uyarınca tüketiciye verilecek fatura ve fişte malın ayıplı olduğunun gösterilmesi gerekir. Burada "güvenli

²²⁵ Aydoğdu, s. 201 (Milli Şerh).

²²⁶ Çabri, s. 293.

²²⁷ Gümüş, s. 134; Çabri, s. 293.

²²⁸ Bilgin Yüce, s. 236- 237.

²²⁹ Aydoğdu, s. 216 (Milli Şerh).

²³⁰ Gümüş, s. 90.

²³¹ Yargıtay 13. HD, 12.07.2011 tarihli, 2011/2119 E, 2011/11546 K. sayılı kararı, s.e.t. 29.10.2023 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>); Çabri, s. 304, dn. 1; Aydoğdu, s. 222 (Milli Şerh).

²³² Akan, s. 87.

olmayan mallar” ayırt edilmeli, bu malların etiketle dahi piyasaya sunulmayacağına dikkat edilmelidir²³³.

Sözleşme kapsamında meydana gelen ayıpta, TBK m. 112’de yer alan genel hükümlere göre sorumluluk ve ayıptan sorumluluk hükümlerinden hangisinin tercih edileceği sorusu akıllara gelebilir. Öğretide bu hükümlerin birbiriyle yarışabileceği ileri sürülmektedir²³⁴. Kanun ve uygulamada ayıp, satın alınan mal veya temin edilen hizmette satıcı/sağlayıcı tarafından vaat edilen özelliklerde farklılık veya eksiklik bulunması; bu farklılık ve eksikliklerin beklenen yararı azaltması yahut yok etmesi olarak karşımıza çıkmaktadır²³⁵. Öğretide, ayıp kavramının altında yatan olgunun ifanın gereği gibi yerine getirilmemesi olduğu belirtilmektedir. Satıcının ayıptan doğan sorumluluğu sözleşme ile kaldırılamayacaktır²³⁶. Gereği gibi ifa etmeme durumunda satıcı/sağlayıcı kusur sorumluluğu uyarınca kendisine hiçbir kusurun yüklenemeyeceğini ispat edecektir. İspat edilememesi halinde borcun gereği gibi ifa edilmemesinden doğan zararın tazmin edilmesi gerekir²³⁷. Ayıptan sorumlulukta ise kusursuz sorumluluk söz konusu olacak; tüketici, malın onarılması, bedelde indirim, ayıpsız benzeriyle değişim veya sözleşmeden dönme gibi seçimlik hakların yanı sıra uğramış olduğu zararının tazminini de talep edebilecektir²³⁸.

Satış sözleşmesine konu mal hakkında somut olaya özgü taahhütlerde bulunulabilir. Sözleşmede taahhüt edilene aykırı bir mal veya hizmet sunulması halinde ayıptan söz edilebilecekken, tarafların kararlaştırmadıkları hususları sanki kararlaştırmışlar gibi sorumlu tutulmaları mümkün değildir²³⁹.

TKHK uyarınca sözleşme konusu mal ve hizmetin teslimi için süre kararlaştırılmışsa, belirlenen süre içinde teslim gerçekleşmezse ayıplı mal ve hizmet söz konusu olacaktır. Dolayısıyla peşin satışlarda veya belirsiz vadenin geçerli olduğu satışlarda herhangi bir zamanın belirlenmemesi sebebiyle ayıptan sorumluluk söz

²³³ Çabri, s. 304, dn. 1; Akan, s. 87; Ticaret Bakanlığı’nın ürün güvenliği hakkında bilgilendirmesi için bkz.: s.e.t. 05.03.2024 (çevrimiçi)(<https://tuketici.ticaret.gov.tr/yayinlar/tuketici-bilgi-rehberi/urun-guvenligi-hakkinda-bilgilendirme>).

²³⁴ Detaylı açıklama için bkz.: Çabri, s. 279.

²³⁵ Aydoğdu, s. 227; Özel, s. 114 vd.

²³⁶ Tandoğan, H., “**Borçlar Hukuku- Özel Borç İlişkileri**”, C. I/ 1, 6. Baskı, İstanbul 2008, s. 175.

²³⁷ Çabri, s. 279.

²³⁸ Çabri, s. 279.

²³⁹ Kırca, s. 151-152 (Konferans).

konusu olmayacaktır²⁴⁰. Yine, montajının satıcı tarafından veya onun sorumluluğu altında gerçekleştirildiği durumlarda gereği gibi monte edilmemesi yahut malın montajının tüketici tarafından yapılmasının öngörüldüğü hâllerde montaj talimatındaki yanlışlık veya eksiklik nedeniyle montajın hatalı yapılması sözleşmeye aykırı ifa teşkil eder (TKHK m. 8/3)²⁴¹. Tüketicinin satın alacağı mal veya hizmet hakkında bilgisi satıcı/sağlayıcının kendisine açıkladığı kadar olacaktır. Dolayısıyla, sözleşme konusu malı görmeden satın alan tüketiciden ayıbı bilmesi beklenemez²⁴². Yapılacak ispatta da bu esasların gözetilmesi gerekir²⁴³.

İstanbul ili Çekmeköy İlçesi Tüketici Hakem Heyetinin 14.04.2023 tarihli, 062220230001571 numaralı kararı uyarınca; Perde satışını konu alan bir elektronik satış sözleşmesinde indirim ve kampanyalardan yararlanılarak yapılan alışverişte satıcı, tüketiciye haber vermeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin ikinci gün siparişleri iptal etmiştir. Bu süreçte satın alınan kimi malların internet sitesinde yer alan fiyatlarında oynamalar olmuş, kimisi satıştan kaldırılmıştır. Somut olayda tüketici, hakem heyetine ürünleri tekrar aynı fiyattan alma talebi ile başvurmuştur. Heyet tarafından 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği'nin İfası ve Teslimat başlıklı 16/4 maddesi gerekçe gösterilerek; *“Yapılan inceleme ve değerlendirme sonucu ilgili firmanın üründe fiyat hatası yaptığı hizmet ediminin yerine getirilmesinin imkansızlaştığı bu nedenle tüketiciye ücretin iadesi yapıldığı anlaşılmış, bu nedenle tarafımızca dosya üzerinde yapılan incelemede şikayetçinin sipariş ettiği ürünün şikayet edilen firmaca sehven piyasa değerinin çok altında bir bedelle internetten satışa sunulduğu, şikayetçinin sipariş ettiği ürünün şikayet edilen firmaca sehven piyasa değerinin çok altında bir bedelle internetten satışa sunulduğu, şikayetçinin bu ürünlerden toplam 19 adet sipariş ettiği, şikayet edilen firma tarafından siparişin iptal edildiği değerlendirilerek şikayetçinin talebinin reddi..”* kararı verilmiştir.

²⁴⁰ Gümüş, s. 91; Çabri, s. 276.

²⁴¹ Gümüş, s. 92; Montajın gereği gibi yapılmaması yahut montaj talimatının yanlış olması hakkında detaylı bilgi için bkz.: Çabri, s. 272 vd.

²⁴² Kahveci, A., “**Milli Şerh**”, 1. Baskı, İstanbul 2016, s. 246 vd. (Milli Şerh).

²⁴³ Bilgin Yüce, s 240-241.

Söz konusu kararda satıcı, ediminin imkansızlaşması sebebiyle ücret iadesi yapıldığını belirtilmiş ve tüketiciye seçimlik hakları kullandırmamıştır. Oysa elektronik ortam üzerinden gerçekleştirilen satışta esas alınan ücretler tüketicinin iradesine etki etmiş ve sözleşme iradesi olurken saikte yanılma meydana gelmiştir. Yanılmanın esaslı sayılması halinde, tüketici, TBK m.30 uyarınca sözleşme ile bağlılıktan kurtulabilecektir.

2.4.2. Ayıbın Koşulları

Ayıp ve ayıptan sorumluluğa ilişkin TBK ve TKHK hükümlerinin birlikte değerlendirilmesi gerekir²⁴⁴. TKHK’da hüküm bulunmayan hususlarda, niteliğine aykırı düşmedikçe TBK hükümlerine başvurulacaktır²⁴⁵. TBK ve 4077 sayılı TKHK’nın aksine, 6502 sayılı TKHK’da tüketicinin ayıp hükümlerinden faydalanabilmesi için TBK’da olduğu gibi gözden geçirme ve bildirim külfeti öngörülmemiştir²⁴⁶. Ancak burada dürüstlük kuralına riayet edilmesi esastır. Öğretide bir görüş, tüketicinin malı gözden geçirmesi ve ayıplı olduğunu anladığı halde bildirimde bulunmaması halinde de malın tesliminden itibaren iki yıl içinde dürüstlük kuralına aykırı olmayacak şekilde ayıptan doğan haklarını kullanabileceğini ileri sürmektedir²⁴⁷.

Meydana gelen ayıbın tespitinde “maddi koşullar²⁴⁸” ve “şekli koşullar²⁴⁹” gündeme gelecektir²⁵⁰. Maddi koşulların sağlanması durumunda satıcı/sağlayıcının ayıptan sorumluluğu doğacakken; şekli koşulların var olması halinde tüketici seçimlik haklardan yararlanma hakkına sahip olacaktır²⁵¹. Öğretide maddi koşullar; “*Malın*

²⁴⁴ Bilgin Yüce, s. 233.

²⁴⁵ İlgili hüküm için bkz.: TKHK m. 83/1.

²⁴⁶ Aydoğdu, s. 217 vd. (Milli Şerh); Çabri, s. 264; Bilgin Yüce, s. 239; Gültekin, E., “**Aldatıcı Reklamlara Karşı 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Ayıp Hükümlerine Başvurulması**”, YÜHFD, C.XVIII, 2021/2, s. 1193.

²⁴⁷ Çabri, s. 296.

²⁴⁸ Bilgin Yüce, s. 234.

²⁴⁹ Bilgin Yüce, s. 234.

²⁵⁰ TKHK’da muayene ve ihbar külfetinin kaldırılması sebebiyle şekli koşulların artık aranmayacağı, yalnızca maddi koşulların gerçekleşmesinin yeterli olacağı hakkında detaylı açıklama için bkz.: Aydoğdu, s. 216 vd. (Milli Şerh).

²⁵¹ Çelik, Ö. F., “**Türk Borçlar Kanunu Bakımından Taşınır Satışında Alıcının Ücretsiz Onarım (Ayıbın Giderilmesini) İsteme Hakkı**”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2018, s. 38-39.

teslimi”, “*malın ayıplı olması*”, “*maldaki ayıbın önemli olması*²⁵²”, “*maldaki ayıbın, en geç sözleşmede hasarın alıcıya geçmesi anında satılarda bulunması*²⁵³” olarak sayılmıştır.

Madde gerekçesinde de açıkça belirtildiği üzere, satın alınan mal veya hizmetin ayıplı kabul edilebilmesi için söz konusu ayıbın en geç teslim anında var olması gerekmektedir²⁵⁴. Bu kapsamda hasar ve yararın geçişinde taşınır ve taşınmazlar için farklı zamanlar öngörülmüş; taşınırlarda zilyetliğin devri, taşınmazlarda ise tescil²⁵⁵ ile yarar ve hasarın alıcıya devredileceği kabul edilmiştir²⁵⁶. Keza Yargıtay da bu görüştedir²⁵⁷. Bu kapsamda elektronik ticaret faaliyeti çerçevesinde akdedilen elektronik sözleşme konusu mal ve hizmetlerin de satıcı/sağlayıcıdan tüketiciye teslimine kadar olan süreçte hasar, satıcı sağlayıcıda kabul edilecektir²⁵⁸. Hizmetler bakımından *teslim anı* kavramının olmaması sebebiyle sözleşme akdi esnasında olmasa da sonradan meydana gelen ayıplar hakkında tüketicilerin Kanun’da tanınan haklardan yararlanması gerekmektedir²⁵⁹.

2.4.3. İspat

TKHK m. 10 ile getirilen ispat kuralları tüketici işlemi niteliğindeki satış sözleşmelerinde uygulanacaktır. İlk fıkra uyarınca, ilk altı ay içinde ortaya çıkan ayıpların teslim anında malda mevcut olduğu karine olarak kabul edilir²⁶⁰. Aksinin

²⁵² TKHK uyarınca maldaki ayıbın önemli olmadığının kabulünün gerektiği görüşü hakkında bkz.: Aydoğdu, s. 222 vd. (Milli Şerh).

²⁵³ Tandoğan, s. 175; Aydoğdu, s. 225 (Milli Şerh).

²⁵⁴ Çabri, s. 262, dn. 1; Arat/ Endes Selvi, s. 69-70.

²⁵⁵ Detaylı açıklama için bkz.: Çabri, 380 vd.

²⁵⁶ Çabri, s. 286.

²⁵⁷ “*Hemen burada somut olaya baktığımızda; davalılar tarafından üretimi yapıp, ithal ve satışı sunulan araçtaki, dava dışı üçüncü kişi tarafından satın alındığı 26.12.1997 ve ardından davacıya satıldığı 03.09.1998 tarihleri itibarıyla, arızaların varlığı davacının müracaatı üzerine davalı tarafın yetkili servisince tespit edilmiştir. Parça değişiklikleri, yağlama, tamir gibi geçici tedbirlerle sorunun giderilmeye çalışıldığı, ancak yapılan tamir ve işlemlerden sonra da aynı tür arızaların ortaya çıktığı, böylece davacının araçtan beklediği verimi almasını önleyecek ölçüde arızaların tekrarlandığı, hatta özel olarak ve uzun süre için garanti edilmesine karşın kaporta ve metal aksamlarda paslanma ve çürümeler tespit edildiği, davacının yaptırdığı inceleme ve tespitlerde araçta üretim hatası ve arızalarının bulunduğu belirlendiği, mahkemece yapılan incelemenin de aynı sonucu ortaya koyduğu, anlaşılmaktadır.*” İlgili karar için bkz. HGK., T. 5.10.2005 tarihli, E. 2005/4-487, K. 2005/553, sayılı kararı, s.e.t. 29.10.2023 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

²⁵⁸ Aydoğdu, s. 225 (Milli Şerh); Bilgin Yüce, s. 238.

²⁵⁹ Bilgin Yüce, s. 257.

²⁶⁰ Çabri, s. 306.

satıcı/sağlayıcı tarafından ispatlanması mümkündür. Keza, bildirilen niteliklerin satım konusu malda bulunmadığının ispat yükü tüketicide olacaktır²⁶¹.

2.4.4. Tüketicinin Sahip Olduğu Seçimlik Haklar

Şartların oluşması halinde tüketici, kural olarak dilediği seçimlik hakkını kullanabilecektir²⁶². Seçimlik haklar ile ayıptan doğan olumsuz etkinin ortadan kaldırılması amaçlanır²⁶³. Seçimlik hakkın kullanılmasında satıcı/sağlayıcı onayı veya mahkeme kararı gerekmeyecek, doğrudan hukuki sonuç doğacaktır²⁶⁴. Zorunlu olmasa da seçimlik hakkın dava yoluyla kullanılması da mümkün olup verilecek karar da tespit niteliğinde olacaktır²⁶⁵.

Ayıplı mal sebebiyle tüketicinin satıcıya yöneltme hakkına sahip olduğu seçimlik haklar şöyledir (TKHK m. 11):

- a) *Satılanı geri vermeye hazır olduğunu bildirerek sözleşmeden dönme*²⁶⁶,
- b) *Satılanı alıkoyup ayıp oranında satış bedelinden indirim isteme,*
- c) *Aşırı bir masraf gerektirmediği takdirde, bütün masrafları satıcıya ait olmak üzere satılanın ücretsiz onarılmasını isteme,*
- ç) *İmkân varsa, satılanın ayıpsız bir misli ile değiştirilmesini isteme* olarak düzenlenmiştir²⁶⁷.

Tüketicinin seçimlik haklarından birini kullanma iradesi muhatabına ulaştığında, satıcı/sağlayıcının iradesine bakılmaksızın ve şekle bağlanmaksızın hukuki sonuç doğacaktır²⁶⁸. Sözleşme tarafı tüketicinin seçimlik hakkını kullandıktan sonra tek taraflı beyanı ile hakkın kullanımını geri almasının mümkün olup olmadığı sorusu iki ayrımda incelenmelidir. Eğer tüketici seçimlik hakkını kullanmayı talep etmiş ama satıcı söz konusu hakkın kullanılmasına itiraz etmişse, tüketicinin tercih

²⁶¹ Detaylı açıklama için bkz.: Çabri, s. 307.

²⁶² Aydoğdu, s. 258 (Milli Şerh).

²⁶³ Çelik, s. 32.

²⁶⁴ Çabri, s. 320.

²⁶⁵ Çabri, s. 321.

²⁶⁶ Sözleşmeden dönmenin kapsamı hakkında TKHK'da açık hüküm olmadığı için genel hükümler, özellikle satın mallar bakımından TBK m.227 vd.; eser sözleşmesi kapsamındaki eserler açısından TBK m. 475 hükmü uygulama alanı bulacaktır.

²⁶⁷ Detaylı açıklama için bkz.: Tandoğan, s. 186 vd.

²⁶⁸ Bilgin Yüce, s. 242.

etmiş olduğu hakkın kullanımından geri dönerek başka bir seçimlik hak talep etmesi mümkün olmalıdır²⁶⁹. Satıcının seçimlik hakkın kullanımına itiraz etmemesi halinde ise, tüketicinin söz konusu hakkın kullanımından geri dönmesi ancak satıcının hakkın kullanımına yönelik hazırlıklara başlamamış olması halinde mümkün olabilir²⁷⁰.

İzmir İli Bayraklı İlçesi Tüketici Hakem Heyeti'nin 26.10.2023 tarihli, 058620230002060 numaralı cayma hakkının kullandırılmamasına ilişkin kararında; Tüketici tarafından alınan cep telefonunun kamerasının ayıplı çıkması üzerine satıcı ile iletişime geçilmiş, ayıplı mal sebebiyle seçimlik haktan yararlanma talebinde bulunulmuştur. Satıcı tarafından tüketicinin talebi dikkate alınmayarak malın onarılması yoluna gidilmiş ve tüketici mağdur edilmiştir. Tüketici, söz konusu olay sebebiyle tüketici hakem heyetine şikâyetinde bulunmuştur. Alınan bilirkişi raporu dahilinde yapılan değerlendirme neticesinde hatanın ürün kaynaklı olduğu anlaşılmış ve şikâyetin kabulü ile bedel iadesine karar verilmiştir. Dolayısıyla karara konu olayda satıcının dürüstlük kuralına açıkça aykırı hareket edilmiş, tüketiciyi oyalama yoluna gidilmişse de tüketicinin bilinçli tavrı ve takibi ile olumlu sonuç alınabilmiştir²⁷¹.

Gerek TBK gerekse TKHK sisteminin her ikisinde de ayıplı çıkan satılana karşı seçimlik hakların yanı sıra tüketiciler, bu ayıplardan kaynaklanan zararlarının tazminini her zaman talep edebileceklerdir²⁷². Bu kapsamda maddi veya manevi

²⁶⁹ Çelik, s. 76.

²⁷⁰ Detaylı açıklama için bkz. Çelik, s. 77-78.

²⁷¹ "İstanbul İli Çekmeköy İlçesi Tüketici Hakem Heyeti 24.02.2023 tarihli, 062220230000723 numaralı kararı: "28 Oca 2021 tarihinde ... internet sitesinden almış olduğum Samsung marka 43 inch televizyonum 7 Ekim 2022 tarihinde arızalanmıştır...11 Ekim tarihinde servis tarafından televizyonum alındı. 3 Kasım tarihinde yurtdışından parça temin edilmediği bilgisi verilerek tv tarafıma bozuk bir şekilde iade edilmiştir. Firmayı aradığımda benden iban talep edilmiş, aldığım ücret üzerinden iade yapılması teklif edilmiştir. Ben bu durumu kabul etmiyorum. Zira almış olduğum tvnin şu anki satış fiyatı 9000 TL ve üzeri fiyattadır. Söz konusu malın ayıplı olduğu açık olup tarafıma misli ile değiştirilmesi mümkün değil ise denkleştirici adalet ilkesi gereğince güncel bedelinin faizi ile birlikte ödenmesi gereklidir. Almış olduğum malın ayıplı olması ve tamirinin mümkün olmaması nedeni ile malın ayıpsız misli ile değiştirilmesi ve misli ile değiştirilmesi mümkün değil ise denkleştirici adalet ilkesi gereğince güncel ücretinin faizi ile birlikte tarafıma ödenmesini talep ederim." şeklinde şikâyet başvurusunda bulunulmuştur. Tüketici hakem heyeti tarafından yapılan değerlendirme neticesinde; "Yapılan teknik inceleme sonrasında, oluşan arızanın üretici kaynaklı olduğunun tespit edilmesi ve yedek parça temin edilmediği gerekçesi ile ürüne garanti kapsamında onarım hizmeti sunulmadığına kanaat edilmesinden ötürü tüketicinin seçimlik hakkının doğduğu değerlendirilmiş, tüketiciye seçimlik hakkının kullandırılmaması nedeniyle ürün ile servis hizmetinin de ayıplı olduğu kanaatine varılmıştır." tespitinde bulunularak, şikâyetin kabulü ve malın ayıpsız misli ile değişimine karar verilmiştir.

²⁷² Bilgin Yüce, s. 252-253.

tazminat istenebileceği noktasında bir kısıtlama getirilmemiştir²⁷³. Kanun'un lafzı uyarınca satıcı/sağlayıcı, kullandığı seçimlik haklar için tüketiciden herhangi bir masraf veya ücret talep edemez²⁷⁴. Hatta öğretide, garanti kapsamında yapılan periyodik bakımlarda dahi işçilik ücretinin alınmaması gerektiği savunulmaktadır²⁷⁵.

Satın alınan malın ücretsiz onarım veya ayıpsız misli ile değiştirilmesi hakları sözleşmenin tarafı olmasa bile üretici veya ithalatçıya karşı ileri sürülebilir (TKHK m. 11/2). Söz konusu seçimlik hakların yerine getirilmesinde satıcı, üretici ve ithalatçı müteselsilen sorumlu olacaktır. Tüketici seçimlik haklarından ancak birini kullanabilir. Kural olarak herhangi bir seçimlik hakkın tercih edilerek kullanılması, diğer seçimlik hakları sona erdirecektir. Ancak öğretide, tercih edilen seçimlik hakkın gereği gibi yerine getirilmemesi halinde diğer seçimlik hakların kullanılmasının mümkün olması gerektiği ileri sürülmektedir²⁷⁶. Yargıtay da bu görüşe paralel olarak, onarım hakkını kullanmış olan tüketicinin, sonradan malın ayıpsız benzeri ile değiştirilmesi talebinin kabul edilemeyeceğini kabul etmiştir²⁷⁷.

TKHK'da seçimlik hakların kullanımıyla ilgili TBK'dan farklı bir usul öngörülmüştür. TBK uyarınca tüketicilere tanınan seçimlik haklar bir defaya mahsus olarak kullanılabilirken; TKHK m. 11/4 uyarınca "ücretsiz onarım" veya "malın ayıpsız misli ile değiştirilmesi" haklarının kullanılması halinde, taşınırlarda 30 gün, taşınmazlarda ise 60 gün içinde söz konusu talep yerine getirilmezse tüketici diğer seçimlik haklarını yeniden kullanabilecektir²⁷⁸.

Seçimlik hakkın kullanılması sonrasında aynı ayıbın tekrarlama halinde, tüketicinin sahip olduğu seçimlik haklar yeni ayıba dayalı olarak tekrar

²⁷³ Aydoğdu, s. 302 (Milli Şerh).

²⁷⁴ Çabri, s. 322.

²⁷⁵ Aydoğdu, s. 259 (Milli Şerh).

²⁷⁶ Çabri, s. 320.

²⁷⁷ "Davacı 6502 sayılı yasanın 11. maddesi uyarınca ücretsiz onarım hakkını talep etmiş ve kullanmış olup hükme esas alınan bilirkişi raporunda da vasıtada herhangi bir arızanın olmadığı test sürüşü ile anlaşılmıştır. Hal böyle olunca; davacı onarım hakkını kullandığına ve seçimlik hakkını bu şekilde tükettiğine göre sonradan aracın ayıpsız misli ile değiştirilmesine yönelik bir diğer seçimlik hakkını kullanamaz. Açıklanan bu hususlar dikkate alınmadan yazılı şekilde hüküm kurulması usul ve yasaya aykırı olup, bozmayı gerektirir." Yargıtay 3. HD., T. 23.10.2017 tarihli, 2015/22767 E. 2017/10057 K. sayılı kararı, s.e.t. 09.11.2023 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

²⁷⁸ Çabri, s. 320.

kullanılabilecektir²⁷⁹. Seçimlik hakkını kullanılması sonrasında, başka bir gizli ayıbı daha ortaya çıkan mal için tüketici herhangi bir seçimlik hakkını kullanabilmelidir.²⁸⁰ Hatta Yargıtay'a göre bu konuda ıslaha bile gerek görülmemelidir²⁸¹.

Taşınmaz satışının resmi şarta bağlı olması nedeniyle, TKHK kapsamında seçimlik hakların yeniden kullanımında yeniden satış yapılamayacağından söz konusu süreler ancak taşınırlar bakımından geçerli olacaktır²⁸².

Tartışmalı olan bir diğer konu, tüketiciye tanınan bu hakların terditli olarak kullanılıp kullanılmayacağıdır. TKHK'da seçimlik hakların yeniden kullanılması için şartlar öngörülmüş ve ancak bu şartların sağlanması ile seçimlik hakların yeniden kullanılmasına imkân tanınmıştır. Dolayısıyla Kanun'daki şartlar oluşmadan hakların terditli kullanımı da mümkün olmayacaktır²⁸³.

Ayıptan doğan seçimlik haklar bakımından TBK ve TKHK'da öngörülmüş düzenlemelerden yukarıda bahsettik. Tüm bunların yanı sıra kanun koyucu, seçimlik hakların kullanılmasında bazı özel durumlar öngörmüştür²⁸⁴:

- TKHK m. 11/3 uyarınca; ücretsiz onarım veya malın ayıpsız misli ile değiştirilmesinin satıcı için orantısız güçlükleri beraberinde getirecek olması hâlinde tüketici, sözleşmeden dönme veya ayıp oranında bedelden indirim haklarından birini kullanabilir. Orantısızlığın tayininde malın ayıpsız değeri,

²⁷⁹ Bilgin Yüce, s. 243; Aynı durumun ayıplı hizmet bakımından açıklaması için bkz.: Aydoğdu, s. 374 (Milli Şerh).

²⁸⁰ “Davacı, davalıdan satın almış olduğu ürünün ayıplı olduğunun tespiti üzerine 6502 sayılı TKHK'nun 8, 9, 10 maddelerinde belirtilen süreler içerisinde ayıbı belirleyip, satıcıya yasal süre içinde ayıp ihbarında bulunduğu, davalı satıcının ayıbı gidermemesi nedeniyle 6502 sayılı Kanun'un 11. Maddesindeki seçimlik haklardan satılanı geri vermek hakkını kullanmak suretiyle sözleşmeden dönme hakkını kullandığı anlaşılmaktadır./ Davacının onarım hakkını kullandıktan sonra sözleşmeden dönme hakkını kullanamayacağı iddia edilmiş ise de, davacının ihbarı üzerine onarım seçimlik hakkını kullandığı, ancak ayıbın giderilemediği anlaşıldığından, davacının sözleşmeden dönme hakkı devam ettiğinden gizli ayıp nedeniyle davacının sözleşmeden döndüğü, bu nedenle ilk derece mahkeme kararının usul ve yasaya uygun olduğu, ancak dava konusu ürünün yatak odası takımı olup, faturadaki değerinin 3.996,61 TL olduğu, hükümde alacak miktarının 4.715,00-TL olarak belirlenerek talepten fazlaya ilişkin hüküm kurulması usul ve yasaya aykırıdır./ Bu itibarla; davalının istinaf başvurusunun HMK m. 353/1-b-2 uyarınca oybirliği ile kabulüne...” İstanbul BAM, 18. HD., 21.1.2020 tarihli, 2018/13 E. 2020/124 K. sayılı kararı, s.e.t. 01.12.2023 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

²⁸¹ Aydoğdu, s. 300 (Milli Şerh).

²⁸² Resmi şekil şartından kastedilen, görevli memurların Kanun'da belirtilen usullerle resmi işlem gerçekleştirmesi yahut Kanun'da noter veya tapu memurluklarında yapılması öngörülen işlemlerin bu mercilerce yapılmasıdır. Detaylı bilgilendirme için bkz.: Sağlam, s. 147; Bilgin Yüce, s. 250.

²⁸³ Bilgin Yüce, s. 244; Aksi görüş için bkz.: Aydoğdu, s. 263 (Milli Şerh).

²⁸⁴ Aydoğdu, s. 265 vd. (Milli Şerh).

ayıbın önemi ve diğer seçimlik haklara başvurunun tüketici açısından sorun teşkil edip etmeyeceği gibi hususlar dikkate alınacaktır. Yine, aynı düzenleme uyarınca ücretsiz onarım aşırı masrafı gerektirmemeli ve ücretsiz değişime olanak sağlamalıdır²⁸⁵.

- TKHK m. 56/3 uyarınca; tüketici, seçimlik haklarından onarım hakkını kullanmışsa, malın garanti süresi içinde tekrar arızalanması veya tamiri için gereken azami sürenin aşılması veya tamirinin mümkün bulunmadığının anlaşılması hâllerinde Kanun'da yer alan diğer seçimlik haklarını kullanabilir. Satıcı tüketicinin talebini reddedemez. Bu talebin yerine getirilmemesi durumunda satıcı, üretici ve ithalatçı müteselsilen sorumlu tutulacaktır.
- TBK m. 227/4 uyarınca; tüketicinin, sözleşmeden dönme hakkını kullanması hâlinde, durum bunu haklı göstermiyorsa hâkim, satılanın onarılmasına veya satış bedelinin indirilmesine karar verebilir. Dolayısıyla hâkim eğer gerekli görüyorsa tüketicinin talep ettiği farklı seçimlik hak kullanabilir.
- TBK m. 227/4 uyarınca; satılanın değerindeki eksiklik satış bedeline çok yakın ise tüketici, ancak sözleşmeden dönme veya satılanın ayıpsız bir benzeriyle değiştirilmesini isteme haklarından birini kullanabilecektir.

²⁸⁵ Gerekçede bu durumun istenmesinin anlamlı olduğu, zira elinde yeni malın bulunduğu veya gereği gibi o malı onaracak kişi üretici veya ithalatçı olduğu belirtilmiştir. Çabri, s. 316, dn. 1; Çekmeköy İlçe Tüketici Hakem Heyeti'nin verdiği 24.02.2023 tarihli, 062220230000722 numaralı kararında; tüketicinin internet sitesinden alınan orijinal bir televizyon satın alınmış, ailevi sağlık sorunları nedeniyle birkaç ay kutuda beklemiştir. Yetkili servis tarafından montajının ardından ekranında dikey şekilde görüntü bozukluklarının olduğunu fark edilmiştir. Montaj için gelen personeller konu hakkında rapor tutacaklarını bildirip ayrılrsa da tüketiciye ayıplı mal hakkında herhangi bir dönüş yapılmamıştır. Yetkili mercilerin sorunu çözmemesi üzerine tüketici hakem heyetine şikâyetle bulunulmuştur. Satıcı tarafından yapılan savunmada ürünün teslimi sırasında ayıba ilişkin herhangi bir tutanak tutulmadığı, tüketicinin kusurlu olduğundan hareketle sözlü beyanlara itibar edilemeyeceğini bildirmiştir. Tüketici hakem heyeti tarafından yapılan değerlendirmede; *“Üründe oluşan arızanın fiziksel hasara bağlı bir ekran kırığı olmasından ötürü herhangi bir üretici ayıbı görülmemiş, ilgili kırığın satış esnasında, kargo süresince, tüketici tarafından ürünün muhafaza edildiği süre içinde ya da montaj esnasında oluşmuş olabileceği, ancak şu aşamada bunun tespitinin mümkün olmadığı değerlendirilmiştir...yaklaşık 6 aylık süre içinde tüketici tarafından ürünün muhafaza edilmesinden ve bu süre sonrasında şikayetin oluşmasından ve ürün kutusunda herhangi bir hasar olmasa dahi yüz üstü düşmesi durumunda dahi cihaz ekranının kırılabilir olmasından ötürü bu aşamada satıcının sorumlu tutulamayacağı ve tüketicinin ürünü teslim alırken kontrol etmesi gerektiği...”* belirtilerek onarım hakkı dahi kullanılmadan şikayetin reddine karar verilmiştir. Kanaatimizce söz konusu karar tüketici hakkını ihlal etmekte ve mağduriyetine sebep olmaktadır. Zira bilirkişi incelemesi dahi yapılmadan, yalnızca soyut verilerle zararın niteliğinin tespit edilmesi mümkün olmayacaktır.

- TBK m. 228/2 uyarınca; satılan tüketiciye yüklenebilen bir sebep yüzünden yok olmuşsa veya alıcı onu başkasına devretmişse ya da biçimini değiştirmişse alıcı, ancak değerindeki eksiklik karşılığının satış bedelinden indirilmesini isteyebilecektir.

2.4.5. Hakların Kullanılacağı Kişi/Kurumlar

2.4.5.1. Aracı Olmadan Akdedilen Sözleşmeler

Satıcı/sağlayıcı ile tüketicinin akdettiği elektronik sözleşmelerde herhangi bir aracı bulunmaması halinde, satıcı/sağlayıcı olan taraf, aynı zamanda hizmet sağlayıcı kabul edilecektir²⁸⁶. Bu halde tüketicinin satın aldığı mal veya hizmette meydana gelen ayıpta, mağazadan gidip alma ile aynı sonuçlar doğacaktır²⁸⁷.

Üretici ve ithalatçılar tüketiciye satış sözleşmesi tarihinden itibaren ayıbın en çok ortaya çıktığı iki yıllık süre içerisinde satılan malın onarımı konusunda azami önem göstermelidir²⁸⁸. Satıcıyla birlikte üretici ve ithalatçının ayıptan sorumluluğu TKHK m. 11/2’de düzenlenmiştir. Ücretsiz onarım ve malın ayıpsız misli ile değiştirilmesi hakları üretici ve ithalatçıya karşı da kullanılabilir. Satıcı/sağlayıcı ile üretici ve ithalatçı meydana gelen ayıptan müteselsilen sorumlu olacak, malın kendisi tarafından piyasaya sürülmesinden sonra ayıbın doğduğunu ispatlayan üretici ve ithalatçı sorumluluktan kurtulabilecektir. Örneğin, *“fakir marka süpürge alan tüketici, süpürgeyi yeterince iyi çekmemesi üzerine seçimlik haklardan onarım hakkını kullandığında elektronik ticaret sistemi bakımından “hizmet sağlayıcı” olan satıcısına ve markanın ithalatçısına karşı bu hakkını kullanabilecektir*²⁸⁹”. Burada dikkat edilmesi gereken husus, tazminat taleplerinin üretici veya ithalatçıya yöneltilmeyeceğidir. Zira TKHK m. 11/6 uyarınca tazminat talepleri bakımından TBK’ya atıf yapılmış olup Kanun uyarınca üretici ya da ithalatçıyı tazminattan sorumlu tutan bir ayıp düzenlemesi bulunmamaktadır²⁹⁰. Dolayısıyla elektronik

²⁸⁶ Bilgin Yüce, s. 260.

²⁸⁷ Bilgin Yüce, s. 260-261.

²⁸⁸ Yılmaz Aslan, s. 115.

²⁸⁹ Bilgin Yüce, s. 262.

²⁹⁰ Bilgin Yüce, s. 263.

sözleşme tarafı tüketiciler tarafından üretici veya ithalatçıya seçimlik hakları kullanma talebi yöneltilebilecekken, tazminat talebinde ise bulunulamayacaktır.

2.4.5.2. Üçüncü Kişinin Kurduğu Sistem Aracılığıyla Akdedilen Sözleşmeler

Üçüncü kişi olarak bahsedilen kişiler, Kanun'daki ifadesiyle “aracı hizmet sağlayıcılar” ve “elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar” dır. Aracı hizmet sağlayıcılar, sözleşmenin tarafı olmamakla birlikte elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek veya tüzel kişilerdir (ETDHK m. 2-d). Aracı hizmet sağlayıcılar uygulamada “hepsiburada” ve “trendyol” gibi elektronik pazar yerleri olarak sayılabilir.

Sözleşmenin tarafı olmamasından dolayı aracı hizmet sağlayıcıların ayıptan sorumluluğu doğmayacak, seçimlik haklara ilişkin talepler yalnızca satıcı/sağlayıcıya yöneltilebilecektir. Elektronik satış sözleşmesi akdeden satıcı/sağlayıcı karşımıza hizmet sağlayıcı ya da elektronik ticaret hizmet sağlayıcı olarak da çıkabilir. Seçimlik hak taleplerini yöneltebilmesi için aracı hizmet sağlayıcılarının bilgilendirme yükümlülüğü kapsamında satıcı/sağlayıcı bilgisini tüketiciye vermesi gerekmektedir.

Üretici ve ithalatçıların sorumluluğunda ise önceki bölümde bahsedilen hususlar aynen geçerli olacaktır. Öğretide, üretici ve ithalatçının sorumluluğuna kıyasen, aracı hizmet sağlayıcıların da satıcı/sağlayıcı ile tüketicilerin dönme veya indirim seçimlik hakkı taleplerinden müteselsil olarak sorumlu tutulması gerektiği ileri sürülmektedir²⁹¹. Bu kapsamda tüketicilerin aracı hizmet sağlayıcıların kurduğu sisteme güvenerek elektronik ticaret faaliyetinde bulunmuş olduğunun kabulünde, kanaatimizce de ayıp nedeniyle meydana gelen zarardan sorumlu tutulmaları gereklidir.

2.4.6. Zamanaşımı Süreleri

Elektronik sözleşmelerde mal veya hizmetin ayıplı çıkması halinde farklı bir zamanaşımı süresi öngörülmemiştir²⁹². Dolayısıyla zamanaşımı sürelerinde TBK ve TKHK'da öngörülen hükümler uygulanacaktır. Taraflardan birini tüketicinin oluşturduğu sözleşmelerde, satılan malın ya da sunulan hizmetin ayıplı çıkması

²⁹¹ Bilgin Yüce, s. 268.

²⁹² Aydoğdu, s. 328- 329 (Milli Şerh).

dolayısıyla açılacak davalar kural olarak 2 yıllık zamanaşımına tabidir²⁹³. Kanun'da ayıplı ifa durumunda iki yıldan daha uzun süreli zamanaşımı sürelerinin düzenlenmiş olması halinde, bu uzun sürelerin dikkate alınması gerekmektedir²⁹⁴.

Ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile, bu süre malın teslimi veya hizmetin sunulması tarihinden itibaren işlemeye başlayacaktır. Malın tesliminden anlaşılması gereken zaman öğretide tartışmalıdır. Öğretide bir görüş, iki yıllık zamanaşımı süresinin başlangıç anının, malın dolaysız zilyetliği dahil olacak şekilde devredilmesinden sonra gerçekleşeceğini kabul etmektedir²⁹⁵. Diğer bir görüş ise dolaylı zilyetliğinin tüketiciye geçmesi akabinde zamanaşımı süresinin başlaması gerektiğini, zira bu halde satıcı/sağlayıcının mal üzerindeki zilyetliğinin tamamen sona erdiğini ileri sürmektedir²⁹⁶.

İki yıllık süre zamanaşımı niteliğindedir. Yani bu sürelerin geçmesi halinde ayıptan doğan haklar talep edilebilse de karşı tarafın zamanaşımı def'inin ileri sürmesi halinde hakların kullanımı engellenebilecektir²⁹⁷. Dava süresi içinde sunulan ve kanuni sürelerde yerine getirilmeyen seçimlik hak talebine yönelik dava zamanaşımı süresi içinde dava açılabilir²⁹⁸. Zamanaşımı sürelerine riayet edilmemesi halinde karşı taraf zamanaşımı def'ini ileri sürerek davanın usulden reddini talep edebilecektir.

TKHK'da yer alan zamanaşımı süreleri nispi emredici niteliktedir. Sözleşmeyle tüketici aleyhine kısaltılamaz ki, kısaltılması halinde ilgili hüküm kesin hükümsüz kabul edilecektir²⁹⁹. Öğretide zamanaşımı süresinin sözleşme hükmüyle uzatılabilmesi hakkında tartışma mevcuttur. Bir görüş bu sürenin en fazla genel hükümlerde geçerli olan on yıllık süreyle sınırlı olması gerektiğini savunurken³⁰⁰; katıldığımız diğer bir görüş uyarınca, hukuki temeli bulunmaması sebebiyle böyle bir

²⁹³ Aydoğdu, s. 328 (Milli Şerh).

²⁹⁴ Gümüş, s. 126.

²⁹⁵ Gümüş, s. 126.

²⁹⁶ Çabri, s. 376.

²⁹⁷ Çabri, s. 376.

²⁹⁸ Aydoğdu, s. 330 (Milli Şerh).

²⁹⁹ Gümüş, s. 125-126; Çabri, s. 377.

³⁰⁰ Gümüş, s. 125-126.

sınırlama yapılamaz³⁰¹. TBK m. 148 uyarınca genel zamanaşımı süresi olan 10 yıllık süreye ilişkin düzenleme emredici niteliktedir³⁰².

İkinci el satışlarda satıcı/sağlayıcının ayıplı maldan sorumluluğu bir yıldan, ikinci el konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallarda ise üç yıldan az olamayacaktır. Taşınırlara ilişkin zamanaşımı süresi ilk satış ve ikinci el satışlar bakımından ayrı ayrı düzenlenmiş olup somut olaya göre değerlendirme yapılması gerekmektedir.

Tazminat talebi hakkında geçerli olan zamanaşımı süresinde genel hükümler uyarınca 10 yıllık süre dikkate alınacaktır. TBK m. 147 uyarınca özel zamanaşımı içeren süreler bu genellemenin dışındadır³⁰³.

Satıcının maldaki ayıbı ağır kusur ya da hile ile gizlemesi durumunda zamanaşımı hükümleri uygulanmayacaktır³⁰⁴. Buna karşın öğretilde, borca aykırılığın gerçekleştiği andan itibaren geçerli olan genel hükümlere göre on yıllık sürenin uygulanması gerektiği ileri sürülmektedir³⁰⁵. Yargıtay 10 yıllık genel süre içinde tüketicinin oyalanması durumunda Türk Medeni Kanunu (TMK) m. 2 uyarınca genel zamanaşımı süresinden faydalanılamayacağını kabul etmektedir³⁰⁶.

2.5. TÜKETİCİYİ ALDATICI REKLAMLAR

2.5.1. Genel Olarak

Reklam yapılmasındaki başlıca amaç, bir ürün veya hizmetin ilgi çekici şekilde tanıtılması ve tüketicide o ürüne ihtiyacı olduğu fikri uyandırmasıdır. Teknolojinin gelişmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması neticesinde internet üzerinden yapılan reklamlar oldukça artmıştır. Reklamlarda mal ve hizmetlerin tüketicilere

³⁰¹ Çabri, s. 377-378.

³⁰² Aydoğdu, s. 335 (Milli Şerh).

³⁰³ Aydoğdu, s. 329 (Milli Şerh).

³⁰⁴ Bu yöndeki görüş için bkz.: Gümüş, s. 126; Akan, s. 88.

³⁰⁵ Aydoğdu, s. 329 (Milli Şerh).

³⁰⁶ “Deneme yanılma ile bilgisayar tamire çalışan ve parça değişikliği yoluna giden servis çalışanlarının serviste bulundurulmasının sonuçları, tüketiciye mal edilemez. Üretim hatasının varlığını rahatlıkla tespit edebilecek nitelikte olması gereken servisin, tüketiciye sonuç alınamayan tamirlerle oyalanması ve arızanın belli periyotlarla tekrarlanması karşısında, davada zamanaşımının varlığından da söz edilemeyecektir. (HGK'nun 2004/4-84 esas, 2004/99 karar sayılı ilamı) Mahkemece eksik incelemeyle yazılı şekilde zamanaşımı nedeniyle davanın reddi usul ve yasaya aykırı olup, bozma nedenidir.” 13. HD., 4.2.2010 tarihli, 2009/11209 E., 2010/ 1189 K. sayılı kararı, s.e.t. 31.10.2023 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

tanıtılmasının ardında daha fazla kazanç sağlama amacının bulunması aldatıcı reklamlara sebebiyet vermektedir³⁰⁷.

Öğretide bir görüş aydınlatıcı reklamlardan ziyade, ikna edici reklamlara tüketicilerin daha fazla itibar ettiğini belirtmektedir³⁰⁸. Yani mal ve hizmet hakkında detaylı bilgi almak yerine, reklam konusu mal ve hizmetin ihtiyacını karşılayacağı noktasında tüketicinin ikna edilmesi daha önemlidir. Daha fazla tüketiciye, daha fazla içerik sunulmasının mümkün olduğu internet ortamında reklam verilmesi bu sebeple daha çok tercih edilmektedir. Reklam Kurulu³⁰⁹ da bu hususa dayalı olarak, tüketici haklarının korunması amacıyla internet üzerinden yapılan reklamlarda diğerlerine nazaran daha katı tutum sergilemektedir³¹⁰. Öğretide bir görüş, tüketicinin korunmasının esas alındığı hukuklarda *alıcı dikkatli olsun* değil, *satıcı dikkatli olsun* kuralının esas olduğunu belirtmektedir³¹¹.

Aldatıcı reklamlar, sözleşme konusu mal ve hizmetler için gerçeğe aykırı taahhütlerde bulunarak doğrudan tüketicinin iradesine etki ederek mal ve hizmetin satın alınmasına sebep olan reklamlardır³¹². Tüketicinin doğrudan sözleşmeyi akdetme iradesine etki edilmesinin TBK m. 32 uyarınca saik yanılmasına yol açacağı da söylenebilir³¹³. Bu yanlış ve yanıltıcı reklamlar sebebiyle mal ve hizmeti satın alan tüketici, kendisine sunulan mal veya hizmetin reklamlarında belirtilen özellikleri taşımadığını ileri sürerek sözleşmeyle bağlı kalmaktan kurtulabilecektir³¹⁴. Satışa sunulan mal ve hizmetler aldatıcı reklamlar vasıtasıyla tüketicilerde o mal veya

³⁰⁷ 13.07.2010 tarihli Reklam Kurulu kararında; “*www.beyzapilic.com* adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlarda; “*GİMDES- Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalandırma Araştırmaları Derneği tarafından verilen belgenin Türkiye'nin helal gıda sertifikasına sahip iki entegre tavukçuluk firmasından biri olduklarını...*” ifadesine yer verildiği ancak ülkemizde gıda mevzuatının gıda güvenilirliği konularını kapsadığı ve helal gıda konusunda bir yasal mevzuat bulunmadığı, bu nedenle GİMDES tarafından verilen belgenin resmi bir niteliği ve geçerli olmadığı tespit edilmiş olup...A.Ş. hakkında anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.” Kararın tamamı için bkz.: Şahin, s. 45.

³⁰⁸ Göle, s. 12- 13.

³⁰⁹ 2006/114/EC sayılı AB Direktifi. 5/5 uyarınca idari kurullar hakkında düzenleme yapılmıştır. Açıklama için bkz.: Üçışık, G., “**İnternet Üzerinden Yapılan Karşılaştırmalı Reklamlarda Tüketicinin Korunması**”, 2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri (Ed: Hakan Tokbaş, Fehim Üçışık), Ankara 2013, s. 584; Kaya, s. 593.

³¹⁰ Şahin, s. 46.

³¹¹ Göle, s. 30.

³¹² Gültekin, s. 1177.

³¹³ Oğuzman/Öz, s. 102 vd.

³¹⁴ Bellican, s. 124.

hizmeti alma iradesi oluşturmakta yahut kuvvetlendirmekte; sonrasında ise hüsrana uğratmaktadır. Öğretide bir görüş, aldatıcı reklamların hitap ettikleri tüketici kesimine doğrudan malı satmaktan ziyade, satın alma fikrini oluşturmada etkili olduğunu belirtmektedir³¹⁵. Satıcı/sağlayıcı, aldatıcı reklamın tüketici iradesini etkilemediğini veya sözleşme kurma kararının reklamla nedensellik bağı olmadığını ispatlarsa sorumluluktan kurtulacaktır³¹⁶. Eğer gerçekten satıcı/sağlayıcının haberdar olmadığı bir reklam söz konusuysa, satış sözleşmesi kurulması sırasında tüketiciye durum açıklanarak yanlış anlaşılmanın düzeltilmesi gerekmektedir.

Aldatıcı reklamın oluşmasında rol oynayan kişiler reklam veren, reklamcı ve mecra kuruluşudur³¹⁷. TKHK m. 9/2'ye paralel olarak getirilen m. 61/6 uyarınca reklam verenler, ticari reklamlarında yer alan iddiaların doğruluğunu ispatla yükümlüdür. Aksi halde aldatıcı reklamdaki dolaylı sorumluluk gündeme gelecek ve TKHK uyarınca idari para cezasına çarptırılacaklardır³¹⁸.

Aldatıcı reklamlar internet siteleri aracılığıyla yapılabileceği gibi, elektronik posta gönderilmesi yoluyla da yapılabilir³¹⁹. 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 yapılması yasaktır (TKHK m. 61/3). Buradan hareketle, tüketicinin 5 temel hakkı öğretide şu şekilde saymıştır: “1) Sağlık ve can güvenliğinin korunması hakkı, 2) Aydınlatılma hakkı, 3) İktisadi menfaatlerinin korunmasını talep hakkı, 4) Zararının süratle tazminini talep hakkı, 5) Örgütlenme ve çeşitli kurullarda temsil edilme hakkı”³²⁰. Görüldüğü üzere Kanun uyarınca tüketiciye çok yönlü bir koruma sağlanmıştır.

³¹⁵ Akan, s. 64.

³¹⁶ Sert Sütçü S., “E- Ticaret Uygulamalarında Tüketiciyi Aldatıcı Reklamlar”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s. 299.

³¹⁷ Bu kişiler Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği m. 4'te tanımlanmıştır: Reklam verenler, ürünün reklam ve tanıtımını yapıp pazarlayan kimselerdir. Reklamcı ise reklam veren için reklamın yayınlanmasına aracılık eden kimsedir. Mecra, reklamın yayınlanarak hedef kitlesine ulaştığı yerdir.

³¹⁸ Aydoğdu, s. 239 (Milli Şerh).

³¹⁹ Akan, s. 64.

³²⁰ Göle, s. 14.

Öğretide, reklamın hitap ettiği tüketiciye karşı 2 tür ölçütten bahsedilmiştir: “Ortalama Tüketici Ölçütü” ve “Hitap Ettiği Tüketici Ölçütü”³²¹. Ortalama tüketici ölçütünde ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden, tüketici işlemi ya da tüketiciye yönelik uygulamaların her aşamasında makul düzeyde bilgiye sahip olan gerçek veya tüzel kişi kastedilir (Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği m. 4/1-j). Hitap edilen tüketici ölçütünde ise, reklam konusu mal ve hitap edilen tüketici kitlesi somut olaya göre değerlendirilmelidir³²². Herkese hitap eden mal ve hizmetler için yapılan reklamlarda aldatıcılık unsurunun tespitinde ortalama tüketici ölçütü, özel nitelikler taşıyan ve belli tüketici kesimine hitap eden mal ve hizmetlere ilişkin yapılan reklamlarda ise hitap edilen tüketici ölçütü esas alınmalıdır³²³. Bu noktada abartılı reklam ve aldatıcı reklamı ayırt etmek gerekir.

Reklamlar bir ürünün piyasaya sunulması ve topluma tanıtılmasında en etkili faktörlerdendir. Tüketicileri yanılgıya düşürmemek için mal ve hizmetin amacına yönelik, gerçeğe uygun reklamların yapılması gerekmektedir. Zira Reklam Kurulu’nun ana vaatle uyumsuzluk ve çelişki içerecek şekilde ifadeler kullanılmasını aldatıcı reklam kabul ettiği kararları mevcuttur³²⁴

³²¹ Sert Sütçü, s. 284.

³²² Gültekin, s. 1185.

³²³ Sert Sütçü, s. 284-285.

³²⁴ Reklam Kurulu, 2022/4089 sayılı kararı; “... isimli mobil uygulamada yer verilen reklam ve tanıtımlarda, “Müdavim ile yedikçe 40 TL Hediye. Detaylar için tıklayın” ifadelerine ve “Detaylar için tıklayın” sekmesine tıkladığında yönlendirilen “Duyuru Detayı” başlıklı sayfada “5 siparişe 1 sipariş hediye! Restoran Getirsin seçeneği bulunan seçili restoranlardan hediye siparişler sizi bekliyor!” şeklinde kampanyanın ana vaadine yer verildiği, sayfanın alt kısmında ise kampanya katılım koşullarının açıklandığı; kampanyanın ana vaadinin “...’ten 5 siparişe 1 sipariş hediye” ve “Restoran Getirsin seçeneği bulunan seçili restoranlardan hediye siparişler sizi bekliyor!” olarak belirtildiği tespit edilmiştir./ Kurul, (i) kampanya ana vaadinde sunulan hediye sipariş hakkının, kampanya katılım koşullarında ana vaadin sağladığı avantajı tamamen ortadan kaldıracak ve ana vaatle uyumsuzluk ve çelişki içerecek şekilde “restoran indirim”, “kazanılan indirim”, “indirim tutarı” ve “indirimli sipariş kazanımı” şeklinde ifadelerle nitelendirildiği, (ii) “Bu kampanya kapsamında kazanacağımız indirim tutarı, vereceğiniz 5 siparişte ödeyeceğiniz toplam tutarın ortalaması kadar olup, bu tutar en fazla 40 TL olabilir.” şeklindeki katılım şartıyla da hediye sipariş hakkı kapsamında sağlanan faydanın, sipariş bedelinin ... tarafından karşılanarak hediye edilmesi şeklinde değil önceki 5 siparişte ödenen toplam tutarın ortalaması kadar olup bu tutarın da en fazla 40 TL ile sınırlandırıldığı, (iii) ... tarafından tüketicilere reklamlarda vaat edildiği şekilde yemek siparişi hediye edilmediği ancak 5 siparişin ardından verilen altıncı siparişin 40 TL indirimli olarak satın alınabildiği, dolayısıyla söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve (iv) tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiştir.” (çevrimiçi) (<https://dlc.law/reklam-kurulu-kararlari/>), s.e.t. 23.10.2023; Bir başka reklam kurulu kararında; “Reklam Kurulu’nun 2022/5191 sayılı kararında, şikayete konu firmaya ait olan www.appleturkiye.com adlı internet sitesi görsellerinde Apple

Tüketiciyi yanıltıcı her reklam aldatıcı reklam olarak kabul edilmemektedir. Ancak ortalama tüketici ölçütünü sağlayanların anlayacağı ve ciddiye almayacağı şekilde abartılı ifadeler içeren reklamlar söz konusuysa, bu halde aldatıcı reklamdan bahsedilemeyecektir³²⁵. Reklamın aldatıcılığının tespitinde hitap ettiği tüketici kesimi dikkate alınmalıdır. Ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal ve hizmete ilişkin davranış biçiminin esas alınacağı söylene de bu durum her zaman doğru sonuca ulaştırmayabilir. Hedef alınan kesimin algılama seviyesi reklamın aldatıcılığında farklı sonuç doğurabilir³²⁶. Örneğin, çocuklara yönelik yapılan aldatıcı reklamın yetişkin tüketiciler için aldatıcı reklam niteliği taşıdığından bahsedilemez³²⁷. Bu kapsamda öğretilerde, bir içecek markasına ait “... kanatlandırır” gibi açıkça abartılı ifadelerin aldatıcı reklam oluşturmayacağı kabul edilmektedir³²⁸. Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği m. 29/2’de aldatıcı olabilecek reklam türleri sayılmış ancak bu sayılanlarla sınırlandırılmamıştır, çoğaltılabilir. Aldatıcı reklamların tespitinde yukarıda belirtildiği üzere birçok unsur göz önüne alınmaktadır.

Öğretilerde katıldığımız bir görüşe göre, fiyat bilgisi olarak “-den başlayan fiyatlarla” ifadesi aldatıcı reklam olarak kabul edilmelidir³²⁹. Büyük puntolarla yazılan fiyat bilgisinin yanında, oldukça küçük punto ile yer verilen “-den başlayan fiyatlarla” ifadesi ile tüketicilerin dikkati mal veya hizmete çekilmekte ve satın alma kararına etki edilmektedir. Benzer şekilde, indirim reklamlarında tüketicinin yanıltılmasının önüne

Teknoloji ve Satış Limited Şirketi logosunun ve isminin kullanıldığı tespit edilmiştir./ Kurul, (i) firma ile Apple Teknoloji ve Satış Limited Şirketi arasında herhangi bir ticari ilişki bulunmamasına rağmen yapılan tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile firmanın anılan firmanın şubesi olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu, (ii) firmaya ait olan www.appleturkiye.com adlı internet sitesi görsellerinde ve arama motoru reklamlarında adı geçen firmanın ismini ve logosunu kullanarak hizmet verildiği, (iii) ancak firmanın söz konusu firma ile herhangi bir bağlantısının, distribütörlük, yetkili servis veya bayilik anlaşmasının bulunmadığı, (iv) firma unvanının haksız yere kullanıldığı ve tüketicilerin aldatıldığı ve (v) bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu tanıtımların Kanun, Yönetmelik hükümlerine aykırı olduğuna ve Yusuf İslam Bayazıt hakkında anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.” (çevrimiçi) (<https://dlc.law/reklam-kurulu-kararlari/>), (Reklam Kurulu, 2022/5191 sayılı kararı), s.e.t. 23.10.2023.

³²⁵ Gültekin, s. 1183-1184.

³²⁶ Göle, s. 74- 75.

³²⁷ Göle, s. 75.

³²⁸ Çabri, s. 1086.

³²⁹ Çabri, s. 1095.

geçmek için esas alınan değer mal veya hizmetin bir önceki fiyatıdır³³⁰. Uygulamada sıklıkla karşılaşıldığı üzere, mal ve hizmetlerin fiyatının öncelikle fahiş artırılması ve bu yüksek fiyat üzerinden tekrar önceki fiyata, belki de daha yüksek bir fiyata tekrar indirilmesi tüketiciye indirim olarak sunulmaktadır. Bu halde TMK m. 2’de yer alan dürüstlük kuralını ihlal ve tüketiciyi aldatma kastı sebebiyle aldatıcı reklamın varlığı kabul edilmelidir.

2.5.2. Tüketicinin Aldatıcı Reklamlara Karşı Korunması

Tüketicinin aldatıcı reklamlara karşı korunmasında TBK, TTK, Reklam Kurulu Denetimi ile Koruma ve TKHK’da çeşitli koruma sistemleri öngörülmüştür. TBK kapsamında koruma için m. 36’da yer alan “hile” şartlarının sağlanıp sağlanmadığına bakılmalıdır³³¹. Ancak burada reklamın etkisi sözleşme öncesi aşamada aranacakken; hilenin varlığı ancak sözleşmeni kurulma süreci ve sonrasında söz konusu olacaktır³³². Sözleşme taraflarından birinin diğerini kasten aldatması neticesinde yanılma esaslı olmasa dahi tüketici sözleşmeyle bağlı olmayacaktır³³³. Şartların sağlanması halinde aldatıcı reklam sebebiyle m. 36’ya dayanarak iptal talebinde bulunup bulunulamayacağı değerlendirilir³³⁴. TTK kapsamında koruma kapsamında haksız rekabete ilişkin m. 55 hükmü uyarınca, tüketicilerden ziyade tacirler arası dürüst rekabet ortamının temini amaçlanmıştır³³⁵.

Tüketiciler için hukuka uygun olmayan reklamlar hakkında idari denetime başvuru yolu Reklam Kurulu Denetimi ile Koruma’dır. İdare teşkilatı içinde kurulan Reklam Kurulu ile hukuka uygun olmayan reklamların idari denetimini sağlamaktadır. TKHK m. 63 uyarınca Reklam Kurulu tanımı ve yetkileri belirtilmiş; m. 61 uyarınca Reklam Kurulu’nun belirlediği ilkelere uygun şekilde reklam yapılması gerektiği düzenlenmiştir. Diğer bir koruma türü olan TKHK korumasında ise aldatıcı reklamların m. 8 vd. ’da yer alan ayıplı mal ve hizmete ilişkin hükümlere tabi olacağı

³³⁰ Çabri, s. 1097.

³³¹ Gültekin, s. 1188.

³³² Gültekin, s. 1188.

³³³ Tandoğan, s. 176; Çabri, s. 1106- 1107.

³³⁴ TBK m. 36’ya dayanarak iptal talebinde bulunulmasında değerlendirilecek hususlara ilişkin açıklama için bkz.: Gültekin, s. 1188-1189.

³³⁵ Gültekin, s. 1190.

kabul edilmektedir³³⁶. TKHK'nın ayıplı mal ve hizmete ilişkin hükümlerinden yararlanılabilecek ve seçimlik hak talebinde bulunulabileceği gibi, genel hükümler uyarınca zararının tazmini de istenebilecektir³³⁷. Mal veya hizmetlerin satıcı/sağlayıcı yahut üçüncü kişiler aracılığıyla tüketiciye tanıtılması faaliyeti çoğunlukla *öneri* mahiyetinde olup *öneriye davet* olarak da nitelendirilebilmektedir³³⁸. Satıcı/sağlayıcının reklamlarda mal ve hizmetlerin belli nitelikler taşıdığını vurgulaması nitelik bildirim niteliğindedir ve satın alınan mal ve hizmette bildirilen niteliklerin bulunmaması sebebiyle ayıptan sorumluluk söz konusu olmaktadır³³⁹. Söz konusu reklamların tüketicinin mal ve hizmeti almasında etkili olması gerekmekte olduğu, aksi halde ayıp hükümlerinden yararlanılamayacağına altı çizilmelidir³⁴⁰. Dolayısıyla önceki bölümde ayıplı mal ve hizmetler için bahsettiğimiz hususlar aldatıcı reklamlar için de geçerli olacaktır. Ancak burada mal ve hizmetin tüm ayıpları değil, yalnızca yapılan tanıtım ve reklamlardaki ayıplar dikkate alınacaktır.

TKHK m. 63 uyarınca Reklam Kurulu, ticari reklamlarda uyulması gereken ilkeleri belirleme ve haksız ticari uygulamalara karşı tüketiciyi korumaya yönelik düzenlemeleri yapma, bu hususlar çerçevesinde inceleme ve gerektiğinde denetim yapma yetkisine sahip, tüketicilerin başvurma olanağına sahip olduğu bir kuruluştur. Başvuru elektronik ortam üzerinden yapılabilir. Aldatıcı reklama karşı Reklam Kurulu'na tüketici tarafından yapılmış başvuruda reklamın incelenmesi ve gerekli görülen hallerde TKHK m. 77/12'de yer alan yaptırımların uygulanması söz konusu olacaktır³⁴¹.

2.6. HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR

Mesleki özenin gereklerine uyulmaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin mal ve hizmete ilişkin ekonomik davranışını bozmasına sebep olan uygulamalar haksız ticari

³³⁶ Gültekin, s. 1191.

³³⁷ Bellican, s. 125; Gültekin, s. 1193.

³³⁸ Sert Sütçü S., "E- Ticaret Uygulamalarında Tüketicuyu Aldatıcı Reklamlar", E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul 2017, s. 274-275; Kundak, O., "6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Çerçevesinde Elektronik Ticarete Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması", (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul 2022, s. 36.

³³⁹ Çabri, s. 1106; Sert Sütçü, s. 295- 296.

³⁴⁰ Gültekin, s. 1191.

³⁴¹ Sert Sütçü, s. 302.

uygulama olarak adlandırılır (TKHK m. 62). Sözleşmede tüketicinin karşı tarafı olan satıcı/sağlayıcı tarafından tüketicinin kararını etkileyecek her türlü haksız ticari uygulamada bulunulması yasaktır (E-Ticaret Yönetmeliği m. 11). Bunun sebebi hukuki işlem gerçekleştiren tüketicinin özgür iradesini kullanarak karar verebilmesini temin etmektir³⁴². Haksız ticari uygulamanın reklam yoluyla gerçekleştirilmesi halinde TKHK'nın ilgili hükümlerine başvurulacaktır.

Öğretide, tüketiciye yönelik olarak gerçekleştirilen haksız ticari uygulama unsurları şu şekilde sayılmıştır³⁴³:

- *Ticari Uygulamanın Mesleki Özenin Gereklerine Uymaması*

Mesleki özen yükümlülüğü ile kastedilen, TMK m. 2'de düzenlenen dürüstlük kuralı çerçevesinde her meslek grubunda geçerli iş koşullarında satıcı/sağlayıcının göstermesi gereken özen yükümlülüğüdür³⁴⁴. Burada kastedilen tüketicinin iradesini etkileyecek gerekli, yeterli ve doğru şekilde yapılacak bilgilendirmedir.

- *Ticari Uygulamanın Tüketicinin Ekonomik Davranış Biçimini Bozması veya Bozma İhtimalinin Bulunması*

Yapılan haksız ticari uygulama neticesinde tüketicinin iradesini etkilemesi veya etkilemesi ihtimalinin bulunması aranacaktır³⁴⁵. Haksız ticari uygulamanın muhatabı olarak “ortalama tüketici” veya “mal veya hizmetin yöneldiği tüketici grubunun ortama üyesi” ele alınmaktadır³⁴⁶. Ortalama tüketici, daha önce de ifade edildiği üzere tüketiciye yönelik uygulamaların her aşamasında makul düzeyde bilgi sahibi olan kişidir. Dolayısıyla ticari uygulamanın haksızlığının takdirinde her tüketicinin değil, ortalama tüketicinin iradesinin etkilenip etkilenmediği dikkate alınacaktır.

- *Ticari Uygulamanın Tüketicinin Davranışını Etkileyecek Nitelikte Olması*

³⁴² Madde Gereğesi. Tüm metin için bkz.: Çabri, s. 1108, dn. 1.

³⁴³ Çabri, s. 1110 vd.

³⁴⁴ Topçuoğlu M., “Türk Ticaret Kanunu ve Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Açısından Haksız Ticari Uygulamalar”, TAAD, 2016, Y.7, S. 24, s. 28-29, (çevrimiçi) (<https://www.jurix.com.tr>); Çabri, s. 1110.

³⁴⁵ Topçuoğlu, s. 31.

³⁴⁶ Çabri, s. 1110-1111; Topçuoğlu, s. 31.

Gerçekleştirilen haksız ticari uygulama tüketicinin akdettiği sözleşmede önemli etki yapmalı ve bu etki sebebiyle işlem gerçekleştirilmelidir³⁴⁷. Zira TKHK m. 62 uyarınca tüketicilere karşı haksız ticari uygulama yapılmasının temel sebebinin iradelerin etkilenmesi olduğunun altını çizmiştir³⁴⁸. Haksız ticari uygulama ile tüketici

³⁴⁷ Çabri, s. 1111; Topçuoğlu, s. 31.

³⁴⁸ Çabri, s. 1111- 1112; İstanbul İli Bağcılar İlçe Tüketici Hakem Heyeti'nin 30.09.2021 tarihli, 052120210005033 numaralı kararı uyarınca; "... firması ile 23.06.2020 tarihinde internet sitesi üzerinden beğendiğim masa takımının satışı ile ilgili bir mesafeli sözleşme imzaladık. Sözleşme imzalamadan önce satıcı ile görüşüp evlenme hazırlığında olduğumu, 15.08.2020 tarihinde düğünümün olacağını ve bu tarihten en geç iki hafta içinde ürünü teslim almam gerektiğini ilettim. Sözleşme konusu masa ... linkinde gözüktüğü şekilde beğenimi kazanmıştır. Keza bench ve sandalyeler de yine internet sitenizdeki görsellerdeki şekliyle satın almama dayanak oluşturmuştur. Ancak satıcının ilk teslimatında gönderdiği ürünler ile internet sitesindeki ürünler birbirine benzememekteydi... Bunun üzerine firma ile yaptığım konuşmalarda görsellerdeki ürünleri talep ettiğimizi ileterek ürünleri iade ettik. Firma sahibi ... da bu talebimizi haklı gördü ve üründe istediğimiz değişiklikleri yapma taahhüdünde bulundu... Yine masa ve sandalyelerdeki aypların giderilmesini, internet sitesindeki görselin birebir aynısını istediğimi belirttim. Bunun üzerine satıcı firma sahibi... ürünlerdeki hataların düzeltilerek, istediğimiz şekle getireceğini ve ürünleri 09.08.2020 (düğünümünden bir hafta önce) teslim edeceğini açıkça taahhüt etti...09.08.2020 tarihinde teslimatı yapılmadı...Yapmış olduğum sözleşmede bir tüketici olarak tek, asgari ve haklı beklentim, internet sitesinde gösterilen teşhir edilen görseldeki ürünü satın almaktır. Zira bir tüketici olarak muadillerini yarı fiyatından daha düşük bir fiyata alabileceğim ürünleri, firma sahibi tasarımcı olduğu için daha fazla bir fiyat ödemeyi kabul etmiştim...Netice itibarıyla, satıcı firma ile imzaladığım sözleşmeye satıcının iki türlü aykırılığı söz konusudur; a. İlk teslimatta satıcının gönderdiği ürün ve daha sonra revize ettiği ürünün fotoğrafları ile ... linkinde mevcut (fotoğrafları ekledim) görsellerdeki ürün birbirine benzememektedir. Hususiyetle masanın tablası, görseldekiyle aynı değildir. / b. İkinci teslimatta satıcı firma taahhüt ettiği 09.08.2020 teslimat tarihine uymamıştır. Firma zamanında teslim edemediği için mağduriyetimize sebep oldu. Bu mağduriyetimiz de devam etmektedir. Bu doğrultuda önce Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği uyarınca cayma hakkımı kullandığımı, 26.08.2020 tarihinde kendilerinin resmi mail adreslerine ilettim. Terditli olarak ise firma ürünü zamanında ve görsellerdekine uygun olarak göndermemiş olduğu için bu durum ürünün ayıplı olduğu anlamına gelmektedir...Bu gerekçelerle cayma hakkım kabul edilmese bile firma sözleşmeye aykırı ifa (ayıplı ifa) gerçekleştirdiği için, 6502 sayılı TKHK m.11/f.1-a hükmüne göre ayıp nedeniyle sözleşmeden dönme seçiminlik hakkımı kullandığımı firmaya gönderdiğim 26.08.2020 tarihli e-mailde bildirdim. Kullandığım hakka istinaden 6502 sayılı TKHK m.11/f.5 hükmüne göre firmaya ödemiş bulunduğum 1.400-TL'yi banka hesabıma derhal iade etmeleri gerektiğini, bu maili 26.08.2020 tarihinde gönderdiğimi, ödemiş olduğum bedeli 14 gün içerisinde, bir diğer ifadeyle 09.09.2020 tarihine kadar iade etmelerini talep ettim. Buna rağmen firma ödemiş olduğum 1.400-TL'yi tarafıma iade etmedi. Ayrıca bana fatura bile kesmedi. Cayma hakkımı, bu kabul edilmese bile ayıptan doğan sözleşmeden dönme hakkımı kullandığımın kabulü ile firmaya ödemiş olduğum 1.400-TL'nin tarafıma yasal faiziyle birlikte iadesini talep etmekteyim. Mağduriyetimin giderilmesini istemekteyim." şeklinde başvurusunda bulunulmuştur. Şikâyet üzerine satıcı, sipariş edilen ürünlerin kendi istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanmış olduğundan hareketle cayma hakkının istisnaları kapsamında olduğu ve cayma hakkını kullanamayacağını ileri sürmüştür. Tüketici hakem heyeti tarafından yapılan değerlendirme sonucunda; "yapılan siparişle ilgili olarak farklı renk veya ölçü gibi tek başına basit değişiklik özel üretim olarak değerlendirilemeyeceğinden cayma hakkı istisnaları kapsamına alınamayacağı kanaatine varılmıştır...Tüketicinin hakem heyetine sunmuş olduğu dilekçesi incelendiğinde yasal süre olan on dört gün içinde cayma hakkını kullandığı tespit edilmiştir..." sonucuna ulaşılarak başvuru kabul edilmiş ve para iadesine karar verilmiştir.

davranışı arasında illiyet bağı bulunmalı, yalnızca teşvik edilmesi bu kapsamda değerlendirilmemelidir³⁴⁹.

Haksız ticari uygulamalar aldatıcı reklamlar aracılığıyla da gerçekleştirilebilir (TKHK m. 62/3). Keza yukarıda bahsi geçen karar da aldatıcı reklama istinaden gerçekleştirilmek istenen bir elektronik ticaret faaliyetine ilişkindir. O halde reklamlarla yapılan haksız ticari uygulamalara karşı Reklam Kurulu tarafından denetim yapılmasını yanı sıra, TKHK m. 61 uyarınca ticari reklamlara ilişkin yaptırımların uygulanmasının mümkün olacağını da belirtmek isteriz³⁵⁰.

TKHK m. 62/2'de haksız ticari uygulamalara ilişkin karine öngörülmüştür. Karine uyarınca meydana gelen uyuşmazlıkta mevcut ticari uygulama haksız kabul edilecek ve ticari uygulamada bulunan, uygulamasının haksız ticari uygulama olmadığını ispatla yükümlü olacaktır³⁵¹. Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği uyarınca haksız ticari uygulama sayılan hallerin aksinin ispat edilmesi mümkün olmasa da yönetmelikte sayılmamış olanların aksinin ispatı mümkündür³⁵².

Haksız ticari uygulamalara karşı TKHK m. 77/13 uyarınca haksız ticari uygulamanın üç aya kadar durdurulması yahut idari para cezası yaptırımı uygulanabilir. Hatta koşulları bulunması halinde ayıplı mal ve hizmete ilişkin hükümlere başvuru da mümkündür, zira haksız ticari uygulama oluşturan haller satıcı/sağlayıcının mal ve hizmette bulunduğunu taahhüt ettiği nitelik bildirimini niteliğinde kabul edilmektedir³⁵³.

Tüketiciler tarafından haksız ticari uygulamalara karşı başvurulacak bir başka yol ise aldatma kastının bulunması durumunda TBK m. 36'dır. Tüketici bu halde sözleşmenin iptali ile zararının tazminini isteyebileceği gibi, iptal talebinde bulunmadan yalnızca uğradığı zararın tazminini de isteyebilecektir.

2.7. CAYMA HAKKI

Tüketiciler, elektronik satış sözleşmesi akdedilmesi sırasında sözleşme konusu mal hizmeti görme ve deneyimleme şansına sahip değildir. Kanun koyucu, tüketiciyi

³⁴⁹ Topçuoğlu, s. 32.

³⁵⁰ Çabri, s. 1112.

³⁵¹ Detaylı bilgilendirme için bkz.: Topçuoğlu, s. 32; Çabri, s. 1112- 1113.

³⁵² Çabri, s. 1112-1113.

³⁵³ Çabri, s. 1113.

yalnızca satıcı/sağlayıcının beyanını esas alarak satın aldığı mal ve hizmetler dolayısıyla nasıl bir sorumluluk altına girdiğini fark etmesi ve doğabilecek zararların önüne geçmek amacıyla cayma hakkını öngörmüştür. Cayma hakkı tüketici lehine getirilen, kullanılması haklı sebebe bağlanmayan, mal veya hizmeti satın aldıktan sonraki 14 günlük kanuni süre boyunca tüketiciye mal ve hizmet üzerinde tekrar düşünme ve deneyimleme fırsatı veren bir hak³⁵⁴. Amaçlanan, durumu sözleşme önceki haline getirmektir³⁵⁵.

Cayma hakkı uyarınca sözleşme, kurulduğu andan itibaren 14 günlük süre içinde *askıda geçerli* kabul edilecektir (TKHK m. 43)³⁵⁶. Öğretide 14 günlük cayma süresinin hak düşürücü olduğu kabul edilmektedir³⁵⁷. Tüketici, satın aldığı mal ve hizmeti cayma süresi içinde mutad şekilde kullanabilecek ve memnun kalmaması halinde hiçbir gerekçe göstermeksizin ve cezai şartta bağlanmaksızın sözleşmeden cayabilecektir³⁵⁸. Bu süre, 6502 sayılı Kanun öncesi ilgili yönetmelikte 7 gün olarak belirtilmişse de 6502 sayılı Kanun ile beraber 14 günlük kanuni süre belirlenmiştir³⁵⁹.

2.7.1. Hukuki Niteliği

Cayma hakkı nispi emredici niteliktedir³⁶⁰. Sözleşmeyle kaldırılamayacağı gibi, genel işlem koşulu ile de bertaraf edilemez³⁶¹. Tüketici aleyhine sınırlandırılmayacak, kısmen ya da tamamen kaldıran yahut kullanımını zorlaştıran sözleşme hükümleri kesin hükümsüz kabul edilecektir³⁶². Cayma hakkı tek taraflı olarak kullanılabilen bozucu yenilik doğuran haktır ve kullanılması ile sözleşme geriye etkili olarak sona erer³⁶³. Cayma beyanı karşı tarafa ulaştıktan sonra bundan dönülmesi mümkün olmayacaktır³⁶⁴. Süresi içinde kullanılmayan cayma hakkı sonrasında kullanılmayacak, kullanılmamış kabul edilecektir³⁶⁵. Cayma sürenin başlangıcında

³⁵⁴ Çabri, s. 881; Reyhani Yüksel, s. 132.

³⁵⁵ Reyhani Yüksel, s. 133.

³⁵⁶ Gezder, s. 180 (Erzurumlu).

³⁵⁷ Topaloğlu, s. 787 (Milli Şerh); Arslan, s. 159.

³⁵⁸ Reyhani Yüksel, s. 136- 137.

³⁵⁹ Uzun Kazmacı, s. 29.

³⁶⁰ Çabri, s. 882.

³⁶¹ Çabri, s. 882; Gezder, s. 178- 179 (Erzurumlu).

³⁶² Çabri, s. 882.

³⁶³ Çabri, s. 883; Gezder, s. 181 (Erzurumlu).

³⁶⁴ Çabri, s. 883; Gezder, s. 180 (Erzurumlu).

³⁶⁵ Gezder, s. 207; Reyhani Yüksel, s. 134.

somut olay bazında değerlendirme yapmak gerekmektedir³⁶⁶. Bununla birlikte, mal teslimi ve hizmet ifasının birlikte yapıldığı tüketici sözleşmelerinde mal teslimine ilişkin cayma hakkı hükümlerine başvurulması gerektiğinin altı çizilmelidir³⁶⁷.

Cayma hakkının kullanılmasıyla asıl sözleşmeye bağlı olarak kurulan yan sözleşmeler de kendiliğinden sona erecektir³⁶⁸. Öğretide, tüketici işlemlerinde cayma hakkının TKHK uyarınca teknik anlamından yani yenilik doğuran hak niteliğinden farklı kabul edildiği, TBK m. 255 uyarınca geri alma hakkı gibi kullanıldığı ileri sürülmektedir³⁶⁹.

2.7.2. Mesafeli Sözleşmelerde Cayma Hakkı

Elektronik satış sözleşmesi akdeden tüketici, eş zamanlı fiziksel varlık göstermeden satın aldığı mal ve hizmetler hakkında sadece satıcı/sağlayıcının yapmış olduğu tanıtım ve reklamlarla bilgi sahibi olur. Kural olarak, önceki bölümde açıklanan hususlar mesafeli sözleşmeler için de geçerlidir³⁷⁰. Bu durumun istisnasını mesafeli sözleşmeler yönetmeliğinde cayma hakkının kullanılmayacağına dair hüküm altına alınan haller oluşturmaktadır³⁷¹.

Cayma süresinin başlama zamanı akdedilen sözleşmenin mal satımına veya hizmet ifası olmasına göre değişkenlik gösterecektir (MSY m. 9). Hizmet ifasında cayma süresi sözleşmenin kurulduğu gün başlarken, mal satımına ilişkin sözleşmelerde ise malın teslim alındığı gün başlayacaktır³⁷². Öğretide bir görüş, cayma hakkının başlangıcının tüketicinin tüm hususlarda bilgilendirildiği an olduğunu kabul

³⁶⁶ MSY m. 9/3 uyarınca Cayma hakkı süresinin başlamasında farklı durumlar öngörülmüştür:

“a) Tek sipariş konusu olup ayrı ayrı teslim edilen mallarda, tüketicinin veya tüketici tarafından belirlenen üçüncü kişinin son malı teslim aldığı gün,

b) Birden fazla parçadan oluşan mallarda, tüketicinin veya tüketici tarafından belirlenen üçüncü kişinin son parçayı teslim aldığı gün,

c) Belirli bir süre boyunca malın düzenli tesliminin yapıldığı sözleşmelerde, tüketicinin veya tüketici tarafından belirlenen üçüncü kişinin ilk malı teslim aldığı gün esas alınır.”

³⁶⁷ Çabri, s. 884; Topaloğlu, s. 789 (Milli Şerh).

³⁶⁸ Detaylı açıklama için bkz.: Arslan, s. 164.

³⁶⁹ Uzun Kazmacı, s. 30; Çabri, s. 882.

³⁷⁰ Detaylı açıklama için bkz.: Gezder, s. 182 vd. (Erzurumlu).

³⁷¹ MSY m. 15’te cayma hakkının kullanılmayacağı bazı istisnai haller düzenlenmiştir.

³⁷² Topaloğlu, s. 788 (Milli Şerh); Uzun Kazmacı, s. 31.

etmektedir³⁷³. Esas alınan zaman malın taşıyıcıya değil, tüketiciye teslim edildiği zamandır³⁷⁴.

Satıcı/sağlayıcı, cayma hakkının kullanılması hususunda tüketiciyi bilgilendirmekle yükümlüdür (TKHK m. 48/4). Tüketicie sözleşmenin başında cayma hakkı ve MSY'de Bakanlık tarafından belirtilen şekli hususlar hakkında bilgilendirme yapılmaması durumunda yaptırım uygulanacak ve 1 yıllık süre içinde tüketici tarafından cayma hakkının kullanılması mümkün olacaktır³⁷⁵. Tüketicie 1 yıllık süre içinde gerekli bilgilendirme yapılabilecek, cayma süresi de bu bilgilendirmenin yapıldığı günden itibaren işleyecek şekilde 14 gün olacaktır (MSY m. 10/2)³⁷⁶. Burada cayma süresinin bilgilendirmenin yapıldığı günden itibaren işlemeye başlayacağına dikkat edilmelidir³⁷⁷.

Tüketicie yanlış veya eksik bilgilendirme yapılması durumunda 14 günlük sürenin dolması akabinde 1 yıllık cayma süresi işlemeye başlayacaktır³⁷⁸. Tüketici lehine yorum yapma ilkesinin hâkim olduğu tüketici hukukunda tüketicinin bilgilendirildiğinin ispat yükü satıcı/sağlayıcıdadır. Tüketici lehine getirilen bu karine uyarınca satıcının sorumluluğu söz konusu olacaktır³⁷⁹.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m. 13/1 uyarınca malın teknik özelliklerine ve kullanım talimatlarına uyarak kullanılması halinde meydana gelen değişiklik ve bozulmadan sorumlu tutulamayacak, cayma hakkını kolaylıkla kullanabilecektir (TKHK m. 48/4-6)³⁸⁰. Kanuni düzenlemelerde yer alan 1 yıllık yaptırım süresi içerisinde, aynı 14 günlük cayma süresinde olduğu gibi TMK m. 2 çerçevesinde malın teknik özelliklerine ve kullanım talimatlarına uygun kullanım sonucu ortaya çıkan değişiklik ve bozulmalardan tüketici sorumlu olmayacaktır³⁸¹. Dolayısıyla cayma hakkı ile tüketicinin sanki mağazadan alışveriş yapıyormuş gibi ürünü inceleyip

³⁷³ Uzun Kazmacı, s. 32.

³⁷⁴ Topaloğlu, s. 789 (Milli Şerh).

³⁷⁵ Çabri, s. 868, dn. 1.; Topaloğlu, s. 789 (Milli Şerh); Arslan, s. 155; Arat/ Endes Selvi, s. 204.

³⁷⁶ Topaloğlu, s. 789- 790 (Milli Şerh).

³⁷⁷ Reyhani Yüksel, s. 135- 136.

³⁷⁸ Topaloğlu, s. 789 (Milli Şerh).

³⁷⁹ Topaloğlu, s. 790 (Milli Şerh).

³⁸⁰ Reyhani Yüksel, s. 140- 141.

³⁸¹ Şahin, s. 169; Topaloğlu, s. 788 (Milli Şerh).

deneme fırsatı verilmişse de bunun kötüye kullanılmaması gerekmektedir³⁸². Tüketicilerin dürüstlük kurallarına uymayan, hor kullanım içeren davranışlarında ise cayma hakkı kullanılamayacaktır.

2.7.3. Taraf Yükümlülükleri

Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirim süresi içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması cayma hakkının hüküm ve sonuç doğurması için yeterlidir (TKHK m. 48/4; MSY m. 11/1). Yani hakkın kullanılabilmesi için bildirim bu süre içinde satıcıya varması aranmaz³⁸³. Bildirim için herhangi bir şekli şart aranmamış olsa da ispat açısından yazılı veya güvenli elektronik imza ile bildirilmesinde fayda vardır³⁸⁴. Cayma hakkı bildirişi noter veya iadeli taahhütlü posta ile yapılabilmektedir (MSY m. 12)³⁸⁵.

Satıcı/sağlayıcı, cayma beyanının kendisine ulaştığı tarihten itibaren, yine 14 günlük süre tahsil ettiği tüm ödemeleri tüketiciye iade etmekle yükümlüdür. İade için yaptığı masraflar tüketiciden talep edilemeyecektir (MSY m. 12/1)³⁸⁶. Cayma beyanının tüketiciye ulaşmasıyla birlikte, satıcı/sağlayıcı tarafından teslim masrafları da dahil olmak üzere, tüketiciden tahsil edilen tüm bakiyenin satın alınan sırada kullanılan ödeme şekline uygun olarak tek seferde iade edilmesi gerekir³⁸⁷.

Tüketici, taraflar arasında farklı şekilde kararlaştırmamışlarsa, cayma beyanını yönelttiği günden itibaren 10 gün içinde malı satıcı/sağlayıcıya iade etmek zorundadır (MSY m. 13). 10 günlük süre cayma hakkının satıcı/sağlayıcıya yöneltilmesiyle başlayacak, bu süre sonunda ihtar gerekmesizin tüketici temerrüde düşmüş sayılacaktır³⁸⁸. Bununla birlikte, ödemenin kredi kartı veya benzer elektronik ödeme biçimleriyle yapılması halinde tüketici, kartın onayı dışında hukuka aykırı şekilde kullanıldığı gerekçesiyle ödeme işleminin iptalini talep edebilecektir. Bu itirazın

³⁸² Reyhani Yüksel, s. 141.

³⁸³ Gümüş, s. 263; Çabri, s. 884; Reyhani Yüksel, s. 136.

³⁸⁴ Topaloğlu, s. 788 (Milli Şerh).

³⁸⁵ Reyhani Yüksel, s. 137.

³⁸⁶ Topaloğlu, s. 791 (Milli Şerh); Gezder, s. 229; Reyhani Yüksel, s. 138.

³⁸⁷ Topaloğlu, s. 791 (Milli Şerh).

³⁸⁸ Çabri, s. 889.

bildirilmesi halinde satıcının 10 gün içinde tahsil ettiği bedeli tüketiciye iadesi gerekmektedir³⁸⁹.

Tüketici sözleşmesine konu mal veya hizmet ifasının imkânsız hale gelmesi halinde, satıcı/sağlayıcının bu durumu öğrendiği tarihten itibaren üç gün içinde tüketiciyi kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla veya yazılı olarak bilgilendirmesi gerekmektedir³⁹⁰. Sonrasında ise teslimat masrafları dahil olmak üzere tüketiciden tahsil edilen tüm ödemelerin bildirim tarihinden itibaren azami on dört gün içinde iade edilmesi gerekmektedir (MSY m. 16/4).

2.7.4. Sonuçları

Cayma beyanının muhataba ulaşması ile sözleşme kurulduğu andan itibaren ortadan kalkacaktır³⁹¹. Yine, beyanın muhataba ulaşması ile asıl sözleşmeye bağlı yan sözleşmeler de kendiliğinden sona erecektir (MSY m. 14).

Bunun istisnasını TKHK m. 30'da yer alan bağlı kredi sözleşmeleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda mal ve hizmet alım sözleşmesinden cayma beyanını satıcı/sağlayıcıya yönelten tüketici, kredi veren kuruluşa da süresi içinde cayma beyanını yöneltmelidir. Aksi halde asıl sözleşmeden cayılmış olursa da bağlı kredi sözleşmesi geçerliliğini sürdürmeye devam edecektir³⁹².

³⁸⁹ Akan, s. 98.

³⁹⁰ Çabri, s. 895.

³⁹¹ Topaloğlu, s. 792 (Milli Şerh).

³⁹² Reyhani Yüksel, s. 143- 144.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ELEKTRONİK SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE UYUŞMAZLIKLARIN ÇÖZÜMÜ

3.1. YABANCILIK UNSURU TAŞIYAN UYUŞMAZLIKLARDA UYGULANACAK HUKUK

Elektronik ticaretin teknolojinin gelişmesiyle kendine has uygulamaları artmış ve sınır ötesi faaliyetlerle birlikte gerek ulusal gerekse uluslararası düzlemde tüketicinin korunması zorlaşmıştır. Elektronik ticaretin sınır ötesi alışverişlerde söz konusu olması halinde meydana gelen uyuşmazlıklarda hangi ülkenin hukukunun uygulanacağı da cevaplanması gereken önemli bir sorudur.

Yabancılık unsuru taşıyan sözleşmelerde veya tüketicinin taraf olduğu sözleşme dışı hukuki ilişkilerde hangi ülke hukukunun uygulanacağına *kanunlar ihtilafı hukuku* çözüm getirmektedir³⁹³. Taraflar akdedilen sözleşmede meydana gelen uyuşmazlıkta hangi ülke hukukunun uygulanacağını kararlaştırmamışlarsa, Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun (MÖHUK) uyarınca sözleşmeyle en sıkı ilişkili olan hukuk uygulanacaktır (MÖHUK m. 24/4).

Tüketici sözleşmesi tarafları, tüketicinin mutat mesken hukuku emredici hükümlerinin asgari koruma hükümleri saklı kalmak kaydıyla hukuk seçimi yapabilir (MÖHUK m. 26)³⁹⁴. Hukuk seçimi yapılmamış olması halinde ise m. 26/2’de sayılan şartların sağlanması kaydıyla tüketicinin mutat mesken hukuku uygulanacaktır. İlgili hükümde Kanun’da sayılan diğer sözleşmelerde farklı sınırlamalar getirilmiş ve tüketici lehine düzenleme yapılmıştır³⁹⁵. Bu kapsamda MÖHUK m. 26/3 uyarınca tüketici sözleşmelerinin şekline ilişkin özel düzenleme getirilmiş ve hukuk seçimi yapılıp yapılmamasına bakılmaksızın tüketicinin mutat mesken hukukunun uygulanacağı hüküm altına alınmıştır³⁹⁶.

³⁹³ Turan, s. 83.

³⁹⁴ Turan, s. 86.

³⁹⁵ Tarman Z. D., “Milletlerarası Özel Hukukta Tüketicinin Korunması”, 39(1) PPIL 325, İstanbul 2019, s. 339, (çevrimiçi) (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/744623>), s.e.t. 11.11.2023.

³⁹⁶ Tarman, s. 340.

Yetki anlaşması dolayısıyla yabancı mahkeme tarafından verilen kararın ülkemizde hüküm ve sonuçlarını doğurabilmesi için tanıma ve tenfizi şarttır³⁹⁷. Tanıma ve tenfizde kararın tüketici lehine olup olmadığı değil, sınırlı tenfiz engelleri bulunup bulunmayacağı incelenecektir³⁹⁸.

3.2. SÖZLEŞMEDEN KAYNAKLANAN UYUŞMAZLIKLARDA GENEL ESASLAR

Taraflar arasında meydana gelen uyuşmazlıkta genellikle müzakere yolu tercih edilir. Taraflar karşılıklı bir araya gelip karşılıklı olarak bir çözüm yolu üzerinde anlaşabilirler. Anlaşmanın mümkün olmadığı yerde alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinden yararlanabilirler. Bu sayede dava açılmaksızın daha hızlı ve daha az maliyetli yoldan uyuşmazlığın çözümü gerçekleştirilir.

Sözleşme tarafı olan tüketici ve satıcı/sağlayıcı son çare olarak tüm bu yolları denemesi ve başarısız olunması halinde yahut hiç bu yollara başvurmaksızın, kural olarak doğrudan mahkemeye başvurabilir. Bu halde hâkim, sözleşme şartları ve kanunlara dayalı olarak uyuşmazlığı çözecektir.

Tüketici uyuşmazlıklarının çözümünde uyuşmazlığın niteliğine göre çeşitli yollara başvurulması mümkündür. TKHK uyarınca Tüketici Hakem Heyetleri veya Mahkemelerine başvuru uygulamada en sık başvuru olan çözüm yollarıdır. Tüketici uyuşmazlıklarının çözümü için özel olarak kurulmuş tüketici hakem heyetleri, tüketici haklarını korumada ve uyuşmazlıkları dava yoluna başvurmadan çözüme önemli rol oynamaktadır. Tüketici hukukunda uyuşmazlıkların çözümünde tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri arasında aşamalı bir başvuru yolu kabul edilmiştir. Tüketici hakem heyetlerine 2024 yılı için yapılacak başvurularda değeri 104.000 TL Türk lirasının altında bulunan uyuşmazlıkların çözümünde, İl veya İlçe Tüketici Hakem Heyetleri görevlendirilmiştir³⁹⁹. Dolayısıyla görevli mercilere başvuruda bulunmadan, uyuşmazlık çözümü için doğrudan tüketici mahkemesine

³⁹⁷ MÖHUK m. 50 ve m. 54'te yer alan şartların yerine getirilmesi gerekmektedir.

³⁹⁸ Tarman, s. 353.

³⁹⁹ Bakanlık bilgilendirme sayfası için bkz.: s.e.t. 16.03.2024 (çevrimiçi)(<https://tuketici.ticaret.gov.tr/yayinlar/tuketici-bilgi-rehberi/tuketici-hakem-heyetleri-hakinda-bilgilendirme>).

başvurulamayacaktır. Tüketici hakem heyetleri ve mahkemeler bahsi geçen kanuni değerlerle bağlı olup sınırlar dışında karar veremez⁴⁰⁰.

Uyuşmazlıkların çözümünde tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemelerine başvuru dışında çözüm yolları da mevcuttur. Sözleşme tarafı tüketiciler sahip olduğu hakları öğrenmek için Ticaret Bakanlığı tarafından kurulan “Alo 175” Tüketici Danışma Hattını arayabilir veya tüketiciyi koruyucu derneklerle irtibata geçebilirler⁴⁰¹.

3.2.1. Başvurulacak Mevzuat

Türk hukukuna tabi elektronik satış sözleşmelerinde meydana gelen uyuşmazlıkta taraflarca başvurulacak mevzuat öncelikle tüketiciyi koruyucu TKHK, ETDHK, 5651 Sayılı Kanun'dur. Özel kanunlarda hüküm bulunmaması halinde genel hükümleri ihtiva eden TBK, TTK gibi kanun ve yönetmelik hükümlerine gidilebilecektir.

Meydana gelen uyuşmazlıkta öncelikle, ihlal edilen hakkın niteliği göz önüne alınacak ve başvurulacak mevzuat belirlenecektir. Dolayısıyla tüketicinin elektronik satış sözleşmesi akdinden meydana gelecek uyuşmazlıklar sebebiyle TKHK ve ETDHK, kusurlu olarak hukuka aykırı davranış ile sözleşme dışı uyuşmazlığa sebebiyet verilmesi halinde ise özel kanunlarda hüküm bulunmuyorsa genel hükümlere yani TBK hükümlerine başvurulması gerekecektir.

3.2.2. Görevli ve Yetkili Mahkeme

Hukukumuzda tüketici işlemleri ve tüketiciye yönelik uygulamalardan, dolayısıyla tüketicinin taraf olduğu sözleşmelerden doğan uyuşmazlıklarda görevli mahkemeler kural olarak tüketici mahkemeleridir⁴⁰². Tüketici mahkemesinin

⁴⁰⁰ İlgili internet sayfası için bkz.: (çevrimiçi) <https://tuketicisikayeti.gtb.gov.tr/Tuketici/SikayetBasvuru>, s.e.t. 19.11.2023; Çabri, s. 1145- 1146.

⁴⁰¹ Tüketiciyi koruyucu kuruluşların web sitesine ulaşmak için bkz.: Tüketici Hakları Derneği (<https://www.tuketicihaklari.org.tr>), Tüketiciyi Koruma Derneği (<https://www.tukoder.org.tr/hakkimizda>).

⁴⁰² “4822 sayılı Kanun ile değişik 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (4077 sayılı TKHK)'nun “Amaç” başlıklı 1. maddesinde; kanunun amacı açıklandıktan sonra, kapsam başlıklı 2. maddesinde; “Bu kanun, birinci maddesinde belirtilen amaçlarla mal ve hizmet piyasalarında tüketicinin taraflardan birini oluşturduğu her türlü tüketici işlemi kapsar” hükmüne yer verilmiştir. /

bulunmadığı yerlerde genel görevli asliye hukuk mahkemeleri görevli sayılacaktır. Elektronik ortamda olası kişilik haklı ihlalleri yahut kişisel veri ihlallerinden kaynaklanan tazminat davalarında ise asliye hukuk mahkemeleri görevlidir⁴⁰³.

HMK m. 6 uyarınca genel yetkili mahkeme, davalı gerçek veya tüzel kişinin davanın açıldığı tarihteki yerleşim yeri mahkemesidir. Klasik ve elektronik satış sözleşmelerinde aynı yetki kuralı geçerlidir. TKHK’da yetkiye ilişkin hususlar m. 73/5’te düzenlenmiştir. Genel yetki kuralının yanı sıra tüketici davaları, tüketicinin yerleşim yerinin bulunduğu yerdeki tüketici mahkemesinde de açılabilir.

Yabancılık unsuru içeren tüketici sözleşmelerinden doğan uyuşmazlıklarda yetkili mahkeme tüketicinin seçimine göre belirlenecektir; tüketicinin yerleşim yeri veya mutad meskeni ya da karşı tarafın işyeri, yerleşim yeri veya mutad meskeninin bulunduğu Türk mahkemeleri yetkili kabul edilecektir (MÖHUK m. 45). Tüketici, TMK m. 25 uyarınca kişilik haklarının korunması için kendi yerleşim yeri veya davalının yerleşim yeri mahkemesinde dava açabilir. Tüketicie karşı açılacak davalarda ise yetkili mahkeme, tüketicinin Türkiye’deki mutad meskeni mahkemesi olacaktır (MÖHUK m. 45).

Bir hukuki işlemin 4077 sayılı TKHK kapsamında kaldığının kabul edilmesi için yasanın amacı içerisinde yukarıda tanımları verilen taraflar arasında mal ve hizmet satışına ilişkin bir hukuki işlemin olması gerekir. / 4077 sayılı TKHK’nun 23. maddesi bu kanunu uygulanması ile ilgili her türlü ihtilafa tüketici mahkemelerinde bakılacağını öngörmüştür. Davacı ile davalıMot. Araç. Truz. İnş. Ltd. Şti. arasındaki uyuşmazlık satış öncesi ekspertiz hizmetinden kaynaklanmakta olup, TKHK kapsamında kaldığına göre davaya bakmaya Tüketici Mahkemesi görevlidir. Diğer davalıların sıfatları dikkate alınarak kural olarak genel mahkemenin görevli olduğu düşünülebilir ise de; genel mahkeme ile özel mahkemede davaların birlikte görülmesi gereken hallerde özel mahkemede davaya devam olunması gerektiğinden, bu davalılar yönünden de davaya Tüketici Mahkemesinde bakılması gerekir.” İlgili Karar için bkz.: Yargıtay HGK, 02.04.2014 tarihli, 2013/1203 E., 2014/442 K. sayılı kararı, s.e.t. 25.02.2024 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>); “4077 sayılı yasanın 23. maddesi bu kanunu uygulanması ile ilgili her türlü ihtilafa tüketici mahkemelerinde bakılacağını öngörmüştür. Görevle ilgili düzenlemeler kamu düzenine ilişkin olup taraflar ileri sürmese dahi yargılamanın her aşamasında resen gözetilir. Görevle ilgili hususlarda kazanılmış hak söz konusu olmaz. Mahkemece açıklanan hususlar doğrultusunda, görevsizlik kararı verilmesi gerekirken yazılı şekilde esas hakkında hüküm tesisi usul ve yasaya aykırı olup, bozma nedenidir.” Yargıtay 13. HD, 14.03.2013 tarihli, 2012/27616 E., 2013/6298 K. sayılı kararı, s.e.t. 17.11.2023 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

⁴⁰³ Turan, s. 92; “Yayın yoluyla kişilik haklarına saldırı nedeniyle açılan davalar şahıs varlığına yönelik davalar olup, HMK 2. maddesine göre miktara bakılmaksızın tüm mal varlığı ve şahıs varlığına ilişkin davalara bakmaya Asliye Hukuk Mahkemeleri görevlidir.” Yargıtay 4.HD, 22.01.2013 tarihli, 2012 / 13597 E., 2013 / 688 K. sayılı kararı, s.e.t. 17.11.2023 (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).

3.2.3. İspat ve Deliller

Tüketici hukukunda ispat ve deliller, tüketicilerin haklarını korumaya ve muhatabı olan satıcı/sağlayıcıyla aralarındaki uyuşmazlığın çözümüne yöneliktir. İspatın konusu, tarafların üzerinde anlaşamadıkları ve uyuşmazlığın çözümünde etkili vakıalardır ve bu vakıaların ispatı için delil gösterilmesi şarttır (HMK m. 187). HMK uyarınca iddia eden, iddiasını ispatla yükümlüdür. Tüketici hukuku mevzuatında ispat hususu genel kuraldan farklı olarak tüketici lehine düzenlenmiştir. Örneğin, TKHK, m. 48 uyarınca tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü, bilgilendirdiğini iddia eden satıcı veya sağlayıcıda olacaktır. Yine, TKHK m. 10 uyarınca sözleşme konusu malın ayıplı olmadığına ispatı satıcıya aittir.

Senetle ispat zorunluluğunun öngörüldüğü hallerde elektronik postalar, kısa mesajlar, sabit disklerde yer alan veriler, WhatsApp ve diğer internet ortamında gerçekleştirilen yazışmalar delil başlangıcı kabul edilir⁴⁰⁴. Yine, tarafların gerçekleştirilen elektronik ticaret faaliyetinden elde ettikleri ve delil olduğunu iddia ettikleri tüm belgeleri incelemeye elverişli şekilde elektronik ortama kaydetmesi ve belgenin çıktısı olarak mahkemeye sunması gerekmektedir (HMK m. 219). Güvenli elektronik imza ile imzalanan senetler de aksi ispat edilene kadar kesin delil teşkil edecektir⁴⁰⁵.

3.3. UYUŞMAZLIKLARDA BAŞVURULABİLECEK ALTERNATİF ÇÖZÜM YOLLARI

Alternatif çözüm yolları mahkeme dışı uyuşmazlık çözüm yollarını ifade eder⁴⁰⁶. Mahkemelerde süregelen yargı sisteminden daha hızlı, daha az maliyetli,

⁴⁰⁴ Turan, s. 106.

⁴⁰⁵ Güvenli elektronik imzanın kesin delil teşkil etmesinin nedeni hakkında HMK m. 210'un gerekçesinde açıklamada bulunulmuştur; “Güvenli elektronik imzayla oluşturulan verinin inkârı hâlinde, bu iddianın incelenmesi, diğer belgelerdeki sahtelik incelemesinden farklılık gösterecektir. Zira güvenli elektronik imzayla oluşturulan verinin doğruluğu konusundaki tereddüdün giderilmesi, ancak teknik bir incelemeyle mümkündür. Bu sebeple, güvenli elektronik imzalar konusundaki iddialar, konunun uzman bilirkişilerin yapacağı inceleme ile açıklığa kavuşturulabilir. Ancak, bu inceleme yapılmadan önce, inkârda bulunan tarafın dinlenmesi uygun bulunmuştur. İnkâr eden tarafın yapacağı açıklama mahkemede bir kanaat uyandırırorsa, bilirkişi incelemesine başvurulmaz; tarafın dinlenmesinden sonra da kanaat oluşmazsa, bu takdirde bilirkişi incelemesine başvurulması zorunludur.”, Turan, s. 105, dn. 163.

⁴⁰⁶ Börü, L., “Tahkim Sözleşmesinin Varlığı Durumunda Dava Şartı Arabuluculuk Hükümlerinin Uygulanıp Uygulanamayacağı Üzerine Değerlendirmeler (HUAk m.18/A,18)”, SÜHFD, C. 31, S. 1, 2023, s. 69.

teknolojinin gelişmesiyle birlikte erişimin de kolaylaştığı çözüm yollarıdır⁴⁰⁷. Adil yargılanmanın yanı sıra ve makul sürede yargılanma ilkesinin temini için mevzuatta tahkim ve arabuluculuk gibi alternatif yöntemler öngörülmüş; mevzuat dışında elektronik çözüm yöntemleri geliştirilmiş ve geliştirilmeye devam etmektedir⁴⁰⁸.

3.3.1. Tahkim

Tahkim, adil bir yargılama çerçevesinde hakemlerce hukuk kurallarına uygun şekilde verilecek kararlarla bağlı olunacağını kabul edildiği bir sözleşmeye dayanılan alternatif çözüm yöntemidir⁴⁰⁹. Tahkim sözleşmesi iki veya daha fazla taraf arasında yazılı şekilde yapılmalıdır. Taraflarca imzalanmış yazılı bir belge, taraflar arasında teati edilen mektup, telgraf, teleks, faks gibi bir iletişim aracına veya elektronik ortama geçirilmiş olması sözleşmenin yazılılık şartının sağlanmasında yeterlidir (HMK m. 412/3). Yargılama süreci mahkemeye başvurulması suretiyle uyuşmazlık çözümü ile oldukça benzerdir. Davacı, sözleşmede kararlaştırılan veya hakem tarafından belirlenecek süre içinde, tahkim şartını veya sözleşmesiyle birlikte varsa esas sözleşme ile iddiasını dayandırdığı vakıaları ve talebini; davalı ise savunmasını ve dayandığı vakıaları karşı dilekçeyle hakem veya hakem kuruluna sunacaktır (HMK m. 428/1).

Tahkim yargılaması yapısı itibariyle mahkemelerde yapılan yargılama ile alternatif uyuşmazlık yöntemlerinin her ikisine de benzerlik göstermektedir. Tarafların karşılıklı anlaşması ile başvuru tahkim yargılaması sonucunda tarafları bağlayıcı kesin hüküm niteliğinde karar verilmektedir⁴¹⁰. Hukukumuzda tahkime ilişkin mevzuat hükümleri yabancılık unsuru içeren ve içermeyen uyuşmazlıklara göre değişkenlik gösterecektir. Yabancı nitelikteki uyuşmazlıklar 21.06.2001 yürürlük tarihli 4686 sayılı Milletlerarası Tahkim Kanunu; yabancı nitelikte olmayan uyuşmazlıklarda ise 01.10.2011 yürürlük tarihli 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu hükümleri uygulama alanı bulacaktır.

⁴⁰⁷ Gezder, s. 14.

⁴⁰⁸ Özbay, İ., “Alternatif Uyuşmazlık Çözüm Yöntemleri”, EÜHFD, C. X, S. 3-4, Erzincan 2006, s. 459, (çevrimiçi) (<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1859664>), s.e.t. 04.11.2023; Akan, s. 110.

⁴⁰⁹ Börü, s. 72.

⁴¹⁰ Göksu, s. 130; Turan, s. 109.

3.3.2. Arabuluculuk

Arabuluculuk, 6325 sayılı Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu (HUAK)'nın 07.06.2012 tarihinde kabul edilmesi ve 22.06.2012 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmesi ile ülkemizde ilk defa uygulanmaya başlamıştır⁴¹¹. Bu sayede meydana gelen uyuşmazlıkların daha hızlı ve daha az masrafla çözümlenmesi amaçlanmıştır⁴¹². İlk zamanlarda tarafların rızası ile ihtiyari başvuru yapılması öngörülen arabuluculuk yöntemi, ilerleyen zamanlarda kanun koyucu tarafından bazı hukuki ilişkilerden kaynaklanan uyuşmazlıklar bakımından başvurulması zorunlu dava şartı haline getirilmiştir. Tüketici uyuşmazlıkları bakımından dava şartı olan arabuluculuk 7251 sayılı Kanunla getirilen değişiklikler çerçevesinde TKHK m. 73/A maddesinde düzenlenerek yürürlüğe girmiştir. Tahkim sözleşmesinin varlığı halinde taraflardan birinin dava şartı arabuluculuğa başvurması halinde sürecin nasıl işleyeceği sorusu akıllara gelebilir. Bu halde, taraflardan birinin tahkim itirazında bulunmaması durumunda arabulucunun söz konusu tahkim sözleşmesinden haberdar olması beklenemez⁴¹³. HMK m. 413/1 ve 422/1 uyarınca tahkim sözleşmesinin hükümsüzlüğüne karar verme yetkisi yalnızca mahkemelere ve hakemlere tanınmıştır. Dolayısıyla arabulucu tarafların rızasını alarak süreci ihtiyari arabuluculuğa dönüştürmesi ve son tutanakta bu durumu açıklaması mümkün iken; taraflarca sürecin ihtiyari olarak devam etmesine rıza gösterilmemesi halinde arabulucu, dava şartı arabuluculuk sürecini tutanakta belirterek sona erdirmelidir⁴¹⁴.

Arabuluculuk, görüşmek ve müzakerelerde bulunmak amacıyla tarafları bir araya getiren, onların birbirlerini anlamalarını ve bu suretle çözümlerini kendilerinin üretmesini sağlayan, tarafların anlaşmaya varamadığı yerde çözüm önerisi sunan, uzman, tarafsız ve bağımsız bir üçüncü kişinin katılımıyla yürütülen alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemidir (HUAK m. 2 ve m. 15/7). Yabancılık unsuru taşıyanlar da dâhil olmak üzere, üzerinde serbestçe tasarruf edebilecek iş veya işlemlerden doğan

⁴¹¹ Kanun'a ilişkin usul ve esaslar Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu Yönetmeliği ile düzenlenmiştir.

⁴¹² Börü, s. 67.

⁴¹³ Börü, s. 75.

⁴¹⁴ Börü, s. 75- 76.

özel hukuk uyuşmazlıklarının çözümlenmesinde arabuluculuk yöntemi uygulanabilecektir (HUAK m. 1/2).

Dava açılmadan önce veya davanın görülmesi sırasında taraflarca arabulucuya başvurulabilir. Mahkeme de tarafları arabulucuya başvurmak konusunda teşvik edebilir (HUAK m. 13). Klasik yollarla akdedilen sözleşmelerde olduğu gibi, elektronik sözleşmelerden meydana gelen uyuşmazlıklarda da arabuluculuk yöntemine başvurulması mümkündür⁴¹⁵.

Emredici hukuk kurallarına aykırı olmamak kaydıyla arabuluculuk usulü serbestçe kararlaştırılabilir (HUAK m. 15). Görüşmede her türlü iletişim aracı kullanılabilir. Zira uygulamada arabulucular, farklı yerlerde bulunan uyuşmazlık tarafları ile telekonferans yöntemiyle müzakere gerçekleştirebilmektedir⁴¹⁶.

HUAK m. 17’de arabuluculuğun sona ereceği haller düzenlenmiştir. Bu kapsamda tarafların anlaşmaya varması, taraflara danışıldıktan sonra arabuluculuk için daha fazla çaba sarf edilmesinin gereksiz olduğunun arabulucu tarafından tespit edilmesi, taraflardan birinin karşı tarafa veya arabulucuya, arabuluculuk faaliyetinden çekildiğini bildirmesi, tarafların anlaşarak arabuluculuk faaliyetini sona erdirmesi veya uyuşmazlığın arabuluculuğa elverişli olmadığı tespit edilmesi halinde arabuluculuk sona erecektir. Arabuluculuk faaliyeti sonunda anlaşmanın kapsamı taraflarca belirlenir ve anlaşma belgesi taraflar ile arabulucu tarafından imzalanır (HUAK m. 18/ 1). Kanunlarda icra edilebilirlik şerhi alınmasının zorunlu kılındığı haller hariç olmak üzere, taraflar ve avukatları ile arabulucunun birlikte imzaladıkları anlaşma belgesi icra edilebilirlik şerhi aranmaksızın ilam niteliğinde belge sayılır (HUAK m. 18/ 4). Arabuluculuk sonunda anlaşmaya varılması hâlinde üzerinde anlaşılan hususlar hakkında dava açılmayacaktır (HUAK m. 18/ 5). Anlaşmazlık taraflar anlaşmaya varamazsa, tüketici dava yoluna başvurma hakkına sahiptir.

Dava şartı zorunlu arabuluculuk ile tüketici hakem heyetine başvurunun da iyi ayırt edilmesi gerekmektedir. Zorunlu arabuluculuğa başvuru, tüketici mahkemesine başvuruda bulunulması halinde mecburi tutulmuştur. Dolayısıyla tüketici hakem heyetlerine başvuruda böyle bir şart aranmamaktadır. Uyuşmazlık tarafları arzu

⁴¹⁵ Turan, s. 115.

⁴¹⁶ Turan, s. 115.

etmeleri halinde ayrı alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemi olan tüketici hakem heyetine başvurabileceği gibi; tüketici mahkemesinde dava açmak amacıyla, öncesinde zorunlu arabuluculuğa başvuruda bulunabilirler.

3.3.3. Tüketici Hakem Heyetine Başvuru

Tüketici hakem heyetleri, tüketici uyuşmazlıklarının çözümüne yönelik oluşturulan ve sıklıkla uygulanan bir başka alternatif çözüm yöntemidir. Tüketici hakem heyetleri hakkında usul ve esaslar TKHK m. 66 ve devamında öngörülmüştür. Kanun hükümlerine dayalı usul ve esaslar ise Tüketici Hakem Heyetleri Yönetmeliği ile düzenlenmiştir. Tüketici hakem heyetleri, tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalardan doğabilecek uyuşmazlıklara çözüm bulmak amacıyla Ticaret Bakanlığı tarafından kurulur (TKHK m. 66/1). Tüketici Hakem Heyetleri Yönetmeliği m. 6 uyarınca ise tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalardan doğabilecek uyuşmazlıklara ilişkin başvuruları karara bağlamakla görevlidir. Başvurunun hangi tarafça yapıldığının önemi yoktur ancak tarafı tüketici olmayan başvurularda heyete başvuru mümkün olmayacaktır⁴¹⁷.

Yetkili tüketici hakem heyetinin seçilmesinde tüketiciye seçim hakkı tanınmıştır. Bu kapsamda tüketicinin yerleşim yeri veya tüketici işleminin yapıldığı yerdeki tüketici hakem heyetine başvuru yapılabilir⁴¹⁸. Tüketici hakem heyetine yapılan başvurular şahsen veya avukat aracılığıyla yapılabileceği gibi, elden, posta yoluyla veya elektronik ortamda e-Devlet kapısı üzerinden Tüketici Bilgi Sistemi (TUBİS) ile de yapılabilir (TKHK m. 68, THHY m. 11)⁴¹⁹. Tüketici hakem heyetine yapılan başvurular, başvuru tarih ve sırasına göre en geç altı ay içinde görüşülür ve karara bağlanır (THHY m. 21).

Uygulamada yaşanan sorunlar dikkate alındığında, öğretide, gerekli bilgi ve teknik donanım sahibi ön bürolar aracılığıyla başvuruların alınmasının süreci kolaylaştıracağı ileri sürülmektedir⁴²⁰. Gerçekten de uygulamada sıklıkla karşılaşıldığı üzere, tüketicilerin hazırlıksız ve evraklarını temin etmeden gelmesi halinde ön bürolar

⁴¹⁷ Çabri, s. 1134.

⁴¹⁸ Özel, s. 334.

⁴¹⁹ Çabri, s. 1149.

⁴²⁰ Şahin Mccarthy, O., “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna Disiplinler Arası Yaklaşım”, Ankara 2016, s. 78.

tarafından gerekli yönlendirmeler sağlanacak ve başvuru işlemleri kolayca gerçekleştirilecektir. Elektronik ortamda gerçekleştirilen başvurularda eksiksiz olarak doldurulmuş başvuru formunun güvenli elektronik imza veya mobil imza ile imzalanması şart koşulmuştur⁴²¹. Bunun mümkün olmaması halinde, elektronik ortamda doldurulmuş formun çıktısı alınarak ıslak imza ile imzalanarak on beş gün içinde eldeki delil ve belgelerle birlikte tüketici hakem heyetine posta yoluyla veya elden ulaştırılabilir⁴²². Taraf vekili avukatların Ulusal Yargı Ağı Portalı (UYAP) ve TUBİS üzerinden tüketici hakem heyetlerine başvuru yapmaları halen mümkün olmaması sistemin büyük bir eksikliğini oluşturmaktadır⁴²³.

Tüketici hakem heyetleri, uyuşmazlık konusuna ilişkin her türlü bilgi ve belgeyi tarafların yanı sıra ilgili kurum veya kuruluşlardan isteme yetkisine sahiptir (TKHK m. 69). Ancak söz konusu yetkiye dayanarak talep edilen bilgi ve belgelerin verilmemesi hiçbir yaptırıma bağlanmamıştır⁴²⁴. Dolayısıyla talep edilen bilgi ve belgelerin temininde bu sebeple kimi zaman aksamalar yaşanabilmektedir.

Tüketici tarafından yapılan başvuru her halükârda kabul edilerek inceleme başlatılmalıdır, herhangi bir bilgi veya belge ibrazı zorunlu tutularak başvuru reddedilemez⁴²⁵. Ancak eldeki delil ve belgeler verilmeden başvuru yapılabilse de uygulamada iddiasını ispatlayamaması sebebiyle yapılan başvurular reddedilmektedir⁴²⁶. Dolayısıyla tüketicinin gerçekleştirdiği elektronik ticaret faaliyetine ilişkin elinde bulunan bilgi ve belgeleri başvuru ekinde sunmasında fayda vardır⁴²⁷.

⁴²¹ Çabri, s. 1149.

⁴²² Bakanlık tarafından örnek olarak hazırlanmış başvuru formu için bkz.: s.e.t. 17. 03. 2023 (çevrimiçi) (<https://ticaret.gov.tr/tuketici/tuketici-hakem-heyetleri/basvuru-formlari>); Çabri, s. 1149.

⁴²³ Şahin Mccarthy, s. 79.

⁴²⁴ Şahin Mccarthy, s. 79.

⁴²⁵ Çabri, s. 1144.

⁴²⁶ Çabri, s. 1149.

⁴²⁷ İstanbul ili Çekmeköy İlçe Tüketici Hakem Heyeti'nin 28.09.2022 tarih, 062220230000681 numaralı, ayıplı malı konu alan kararında; "*İkinci el satış sitesi olan ... üzerinden satışını yaptığım genç kız odası takımının ödemesi yapılmamıştır. Firmaya e-posta üzerinden ulaşabilmekteyim ve sürekli oyalıyorlar. Şikâyet sitelerinde son zamanlarda aynı şekilde birçok şikâyet mevcut. Gerekli incelemenin yapıp satışı yapılan ürünümün bedelinin tarafıma ödenmesini talep ederim.*" şeklinde, ekte delil oluşturan herhangi bir belge sunulmaksızın yapılan bir tüketici başvurusuna karşılık; tüketici hakem heyeti tarafından "*Tüketici Hakem Heyetleri Yönetmeliği 11. maddesinin 2'nci fıkrasındaki: 'Uyuşmazlıklarla ilgili başvuru, uyuşmazlık konusunu içeren dilekçenin, varsa delil oluşturan ilgili*

Konusu, sebebi ve tarafları aynı olan uyuşmazlık ile ilgili olarak birden çok tüketici hakem heyetine veya aynı tüketici hakem heyetine birden fazla başvuruda bulunulamaz (THHY m. 11/6). Aksi takdirde tüketici hakem heyeti, re'sen ya da taraflardan birinin itirazı üzerine derdestliği her zaman dikkate alacaktır. Yine, bir uyuşmazlığa ilişkin olarak tüketici hakem heyetince verilen kararın kesinleşmesinin ardından; konusu, sebebi ve tarafları kesinleşen kararlar aynı olan yeni bir başvuru yapılamaz. Aksi takdirde tüketici hakem heyeti re'sen ya da taraflardan birinin itirazı üzerine her zaman kesinleşen karar ile kesin hükmü dikkate alacaktır.

Tüketici hakem heyeti, uyuşmazlık ile ilgili karar verirken tarafların talebiyle bağlıdır (THHY m. 20). Talep sonucunun tüketici tarafından net bir şekilde belirtilmesi gerekir⁴²⁸. Yine, tüketici hakem heyeti tarafından tanık dinlenemez ve yemin deliline başvurulamaz⁴²⁹.

Tüketici hakem heyeti kararında uyuşmazlık bedelinin ve başvuru sahibinin talebinin Türk lirası cinsinden belirtilmesi zorunludur ancak uyuşmazlık bedeli döviz cinsinden olursa, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankasının belirlediği başvuru tarihindeki efektif döviz satış kuru esas alınarak Türk lirasına çevirme yapılacaktır⁴³⁰.

Tüketici hakem heyeti kararları ilam niteliğini haizdir. Tarafları bağlar ve yalnızca verildiği uyuşmazlık için hüküm ifade eder⁴³¹. Teşkilat şeması içinde yer almayan ve merci olarak mahkeme vasfı bulunmayan tüketici hakem heyetlerinin kararları, teknik anlamda idari işlem sayılmamaktadır⁴³². Kararların icra edilmesinde

belgelerle birlikte tüketici hakem heyetine verilmesiyle yapılır. Başvuru formu kullanılmadan yapılan başvurularda; başvuru sahibinin adı, soyadı veya unvanı, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları için T.C. kimlik numarası, adresi ve varsa diğer iletişim bilgileri, talebi ve Türk Lirası cinsinden uyuşmazlık değeri ile şikayet edilene ilişkin bilgilere yer verilmesi zorunludur. ' hükmü gereği, tüketicinin iddiasını ispatlayacak herhangi bilgi belgeyi dilekçe ekine sunmadığı, eldeki belgelerle sağlıklı karar verilemeyeceği anlaşıldığından tüketici talebinin bilgi/ belge eksikliğinden reddi yönünde...' şeklinde usulden ret kararı verilmiştir. Söz konusu kararın uyuşmazlık bedeli 3.750 TL'dir. Görüleceği üzere başvuru konusu yüksek bir bedel dahi olsa, yapılan başvurularda tüketicinin elinde bulunan bilgi ve belgeleri sunmaması halinde, esasa dahi girilmeden usulden ret kararları verilebilmektedir. Bu halde tüketicilerin aleyhine sonuçlar doğması oldukça muhtemeldir. Söz konusu uygulama tüketici lehine yorum ilkesinin hâkim olduğu tüketici hukukuna aykırılık teşkil etmektedir.

⁴²⁸ Şahin Mccarthy, s. 79.

⁴²⁹ Şahin Mccarthy, s. 79

⁴³⁰ Çabri, s. 1167.

⁴³¹ Çabri, s. 1168; Özel, s. 334.

⁴³² Yılmaz E./ Yardım E., "Milli Şerh", 1. Baskı, İstanbul 2016, s. 1105- 1106 (Milli Şerh).

İcra İflas Kanunu (İİK)'nin ilamlı icraya ilişkin hükümleri uygulanacaktır⁴³³. Kararlar kesinleşmeden icraya konulabilir⁴³⁴. Mahkeme kararları, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ve Adalet Bakanlığı'nın iş birliği çerçevesinde paylaşılacak ve elektronik ortamlarda yayımlanabilecektir (TKHK m. 73/8). Bu sayede hakem heyetleri tarafından bu kararlara rahatça erişim sağlanabilecek ve somut olaylarla karşılaştırma yapılarak değerlendirme yapılabilecektir⁴³⁵.

Tüketici aleyhine verilen heyet kararlarına karşı itiraz yoluna başvuru mümkündür. Bu kapsamda taraflar, tüketici hakem heyetinin kararlarına karşı tebliğ tarihinden itibaren on beş gün içinde tüketici hakem heyetinin veya tüketicinin yerleşim yerinin bulunduğu yerdeki tüketici mahkemesine itirazda bulunabilir. Süresi içinde itirazda bulunulmaması halinde karar kesinleşecektir⁴³⁶.

Uygulamada, tüketici mahkemelerinin hakem heyeti kararlarına karşı yapılan itiraz neticesinde verdiği bozma kararlarında gerekçelendirme yapılmadığı ve bu sebeple tüketicinin mağdur edildiği ileri sürülmektedir⁴³⁷. AY, m. 141/3 uyarınca tüm mahkeme kararlarının gerekçeli olması gerektiği kabul edilmiştir. Dolayısıyla söz konusu uygulama Anayasa'ya ihlal teşkil etmektedir.

⁴³³ Yılmaz/ Yardım, s. 1108 (Milli Şerh).

⁴³⁴ Şahin Mccarthy, s. 82.

⁴³⁵ Aydoğdu, s. 244.

⁴³⁶ Çabri, s. 1170.

⁴³⁷ Tanrıverdi, N., “Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin Güncel Hukuki Sorunları”, 2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri (Düzenleyenler Hakan Tokbaş, Fehim Üçışık), Ankara 2013, s. 471.

3.3.4. Ticari Reklam Uyuşmazlıklarının Çözümü

Ticari reklam uyuşmazlıklarda TBK m. 36 uyarınca hile, TTK m. 55 uyarınca haksız rekabet veya TKHK'da yer alan ayıplı mal ve hizmetlere yönelik hükümler esas alınarak mahkemeye başvuruda bulunulabilir. Mahkemeye başvurunun yanı sıra, idari denetime başvuru yoluyla ticari reklam uyuşmazlıklarının çözümü mümkün olup başvurulacak idari merci Reklam Kurulu'dur⁴³⁸.

Kurula başvurular yazılı olarak veya elektronik ortamda yapılır⁴³⁹. Başvuru sahibi gerçek kişinin adı, soyadı ile T.C. kimlik numarası ve adresini, tüzel kişinin ise unvanı ve adresini içermeyen başvurular kurulca değerlendirmeye alınmaz (Reklam Kurulu Yönetmeliği m. 8).

Şikâyet edilen reklamın, yazılı ya da basılı olanlarının asılları dilekçesine eklenir. Eklenecek nitelikte olmayanların görüntüleri başvuru sahibi tarafından sağlanır. İnternet ortamında gerçekleştirilen reklamlarda, şikâyet edilen internet adresi uzantısı (URL ve benzeri şekilde) ve tarih bilgisinin yer aldığı reklam örnekleri dilekçesine eklenmesi ispat açısından önemlidir (Reklam Kurulu Yönetmeliği m. 8/3).

⁴³⁸ Reklam Kurulu Yönetmeliği, m. 7; "Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren tarafından "GigaFiber" adıyla sunulan sabit internet hizmetine ilişkin internet sitesi üzerinden potansiyel abonelerin yaptıkları altyapı sorgulamaları sonucunda çıkan 6-8 hafta veya 20 hafta içerisinde adreslerinde bu hizmeti alabileceklerine dair duyurunun devamında "Harika 1000 Mbps hız yakında adresinizde", "Bu fırsatı kaçırmamak için şu an size sunduğumuz hız ile hemen abone olun" gibi ifadelerle sunulduğu, Reklam Kurulu İletişim Hizmetleri Sektörel İhtisas Komisyonu Raporunda da yer verildiği gibi söz konusu vaadin teknik kapasite, talep yoğunluğu ya da finansal duruma bağlı olarak değişkenlik gösterebileceğine dair herhangi bir koşul ve çekinceye yer verilmediği, dolayısıyla altyapı sorgulaması yapan tüketiciler nezdinde haklı bir beklenti oluşturduğu ve az önce de yer verilen beyanlarla sunulmasının tüketicileri mevcut normal hız ile aboneliklerini başlatmaları ve belirtilen 6-8 haftalık sürenin sonunda da GigaFiber internet hizmetine kavuşacakları yönünde yeni abonelik tesisine teşvik ettiği, diğer taraftan söz konusu duyurulara rağmen hemen abone olmayan tüketiciler bulunmakla birlikte anılan vaatlere istinaden abone olan tüketicilerin sadece yaklaşık % 26'sına "GigaFiber" isimli hizmetin fiilen sunulabildiği, kaldı ki fiilen kullanabilen tüketiciler dışında altyapısı uygun hale getirilenler dikkate alınsa dahi en fazla yaklaşık % 63'lük bir orana ulaşabildiği/ Dolayısıyla, anılan reklamların ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurulduğunda yanıltıcı olduğu, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş...Buna göre reklam veren/ticari uygulamada bulunan ...A.Ş. hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca 347.128-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamlar ile haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir." İlgili karar için bkz. 10.10.2023 tarihli 338 Sayılı Reklam Kurulu Toplantısı Basın Bülteni, Dosya No: 2023/1633, (çevrimiçi) (https://ticaret.gov.tr/data/5d1c9edd13b87615344cd4c8/338_Reklam_Kurulu_Basin_Bulteni.pdf), s.e.t. 19.11.2023.

⁴³⁹ Şikâyet başvuru ekranı için bkz.: (çevrimiçi) (<https://ereklam.gtb.gov.tr/Sikayet/Index>), s.e.t. 19.11.2023.

3.3.5. Güven Damgası

Güven Damgası, elektronik ticaret sitesinde tüketicilere sunulan bilgilerin, asgari güvenlik ve hizmet kalitesi standartlarının garantisini niteliğindedir⁴⁴⁰. Ticaret Bakanlığı tarafından internet üzerinden yapılan alışverişlerde en önemli çekincenin gizlilik ve güven olduğu belirtilerek güven damgası uygulamasına gidilmiş, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) güven damgası sağlayıcı olarak yetkilendirilmiştir⁴⁴¹.

Güven damgasına sahip satıcı/sağlayıcı, elektronik ticarete konu malın stok bilgisi, içeriği, malzemesi, ölçüleri gibi özelliklerine, kullanımına ve varsa garantisine, teknik desteğine ve bunların kim tarafından sağlanacağına ilişkin detaylar ile gerçek boyutlarının anlaşılmasını mümkün kılan görselleri, tedarik, kargo ve teslimat süresi gibi hususları tüketiciye sunmalıdır (Elektronik Ticarete Güven Damgası Hakkında Tebliğ m. 5/1-d). Yine, tüketicinin siparişi hakkında bilgi alabilmeli, talep ve şikâyetlerini internet tabanlı iletişim yöntemlerinden en az biri ve telefon aracılığıyla iletebilmesi için müşteri hizmetleriyle iletişim imkânı sunulmalı, talep ve şikâyetler etkin bir şekilde yönetilerek sonuçlandırılmalı ve konuya ilişkin alıcının bilgilendirilmesi sağlanmalıdır (Elektronik Ticarete Güven Damgası Hakkında Tebliğ m. 5/1-g).

Güven damgası esasları oldukça nettir. Örneğin, güven damgası almak isteyen hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcı iflas etmiş ise itibarın iadesinin sağlanmış olması gerekmektedir (Elektronik Ticarete Güven Damgası Hakkında Tebliğ m. 5/3). Elektronik ticaret sitelerinde bir amblem olarak bulunan ve üzerine tıklandığında sitenin güvenilir olduğunu belirten güven damgasıyla elektronik sözleşme kullanım oranının ikiye katlanması beklenmektedir⁴⁴². Uygulamada güven damgası almış internet alışveriş sitelerine www.eptavm.com, www.sigortam.net, www.sahibinden.com, www.modanisa.com, www.arcelik.com.tr örnek olarak

⁴⁴⁰ Elektronik Ticarete Güven Damgası Hakkında Tebliğ ile 6 Haziran 2017 tarihli Resmî Gazete ile yeni sisteme geçilmiştir. İnternet bilgilendirme sayfası için bkz.: s.e.t. 17.03.2024 (çevrimiçi) (<https://www.guvendamgasi.org.tr/index.php>).

⁴⁴¹ İlgili haber için bkz.: (çevrimiçi) (<https://www.gazeteduvar.com.tr/ekonomi/2018/07/08/alisveris-sitelerine-guven-damgasi-geliyor>), s.e.t. 21.11.2023; Turan, s. 150.

⁴⁴² (çevrimiçi) (<https://www.gazeteduvar.com.tr/ekonomi/2018/07/08/alisveris-sitelerine-guven-damgasi-geliyor>), s.e.t. 21.11.2023.

verilebilir⁴⁴³. Kayıt ve bildirim sorumluluklarını yerine getirmeyen işletmelere Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından 5.000 TL'den 20.000 TL'ye kadar idari para cezasının uygulanmaktadır⁴⁴⁴.

3.3.6. Uyuşmazlık Çözüm Birimleri

Elektronik ticaret gerçekleştirilen internet sitelerinde akdedilen sözleşmelere aykırı durumlara karşı uyuşmazlık çözüm birimleri oluşturulmuştur. Bu sayede sözleşmeye aykırı bir durum meydana geldiğinde tüketici, ETHS veya ETAHS ile doğrudan iletişime geçmekte ve sorun çözülebilmektedir.

Uyuşmazlık çözüm birimlerine uygulamada, toplumun büyük çoğunluğu tarafından bilinen bir elektronik ticaret sitesi olan *Alibaba.com* örnek olarak verilebilir. Söz konusu elektronik ticaret sitesinde, tüketiciyle akdedilen satış sözleşmesinden meydana gelecek uyuşmazlıklarda başvurulacak alternatif uyuşmazlık yöntemi, yine tüketici ile akdedilen sözleşmede kararlaştırılmaktadır⁴⁴⁵. Bu kapsamda, taraflar arasında akdedilen elektronik sözleşme kapsamında meydana gelen uyuşmazlıklar ilk olarak dostane şekilde çözümlenmeye çalışılmaktadır. Çözümlememesi durumunda ise söz konusu uyuşmazlığın *Alibaba.com* tarafından çözümlenmek üzere internet sitesine bildirilmesi gerekir. *Alibaba.com* tarafından yapılan değerlendirme sonucu verilen karardan tarafların hoşnut olmaması durumunda, 20 gün içinde Hong Kong Tahkim Merkezi (HKIAC)'ne başvurulması gerekir. Bu süreçte farklı bir çözüm yöntemine başvurulamayacaktır. HKIAC tarafından yapılan İngilizce gerçekleştirilen tahkim yargılamasında başvuru tarihinde yürürlükte olan hükümler uygulanacaktır. HKIAC tarafından verilen karar nihai ve bağlayıcıdır. Yargılama masraflarını kaybeden taraf üstlenecektir. Eğer 20 günlük sürede tahkim merkezine başvuru yapılmazsa *Alibaba.com* tarafından verilen kararın nihai ve bağlayıcı olduğu kabul edilecektir⁴⁴⁶. Söz konusu örnekte olduğu gibi tahkim, uluslararası elektronik ticaret

⁴⁴³ (çevrimiçi) (<https://eticaretyardim.com/e-ticaret-guven-damgasi-nedir-nasil-alinir/>), s.e.t. 21.11.2023.

⁴⁴⁴ (çevrimiçi) (yengec.co/blog/etbis-e-ticaret-bilgi-sistemi-rehberi), s.e.t. 21.11.2023.

⁴⁴⁵ İlgili elektronik sözleşme için bkz.: (çevrimiçi) (<https://rulechannel.alibaba.com/icbu?type=detail&ruleId=2054&cId=1304#/rule/detail?cId=1304&ruleId=2054>), s.e.t. 18.11.2023.

⁴⁴⁶ Turan, s. 110.

faaliyeti sırasında meydana gelen uyuşmazlıklarda kolaylık ve kesin çözüm sağlaması sebebiyle oldukça kullanışlıdır.

SONUÇ

Dünyada gelişen teknoloji ile bilgi teknolojilerinin gelişmesi neticesinde bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşması kaçınılmaz olmuştur. Geleneksel ticaretin elektronik ortama taşınmasıyla birlikte, elektronik ticaret tarafları akdedecekleri sözleşmeleri de elektronik ortama taşımıştır. Ticaret faaliyetlerinde akdedilen satış sözleşmelerinin elektronik ortama taşınması elektronik satış sözleşmelerinin önem kazanmasına yol açmıştır. Sıklıkla akdedilmeye başlanan elektronik satış sözleşmelerinde gerek teori gerekse uygulamada meydana gelen aksaklıklar nedeniyle hukuksal alt yapı oluşturulması çalışmaları da hızlanmıştır.

Elektronik sözleşmelerin hukukumuzda ayrı bir sözleşme türü olarak düzenlenmediğine dikkat edilmelidir. Çalışma konumuzu oluşturan elektronik satış sözleşmeleri, klasik yollarla akdedilen satış sözleşmeleriyle nitelik itibariyle aynı özelliklere sahiptir. Yalnızca meydana getirilirken kullanılan araçlar sebebiyle elektronik sözleşmeler olarak nitelendirilmiştir. Satış sözleşmeleri tüketici işlemlerinin de temelinde yer alan sözleşmelerdir. Bu sebeple tüketici hukukundaki tüketicinin korunması prensibi gereği, geçerli olan kuralların elektronik ortama ve haliyle elektronik sözleşmelere de uygulanması bir ihtiyaç haline gelmiştir.

Çalışmamızda elektronik sözleşmeler tüketici işlemlerinin konu olduğu birçok hukuk alanıyla birlikte ele alınarak incelenmiştir. Medeni usul hukuku, borçlar hukuku, ticaret hukuku, kişisel verilerin korunması hukuku ve idare hukukuna ilişkin kanun ve yönetmelik maddelerine atıflarda bulunulmuştur. Elektronik satış sözleşmesinde tüketicinin korunmasında tüketicinin korunması mevzuatıyla birlikte, elektronik ticarete ilişkin mevzuatın da birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir.

Kanun koyucu tarafından, çoğunlukla TKHK'da olmak üzere tüketici korunmasına yönelik özel düzenlemeler öngörülmüştür. TBK uyarınca tüketicinin korunmasına yönelik iki yerde düzenleme yapılmıştır. Bu düzenlemelerin ilki, tüketicinin kullandığı uzaktan iletişim araçlarıyla sözleşme akdedilmesi halinde, sözleşmenin ne zaman kurulmuş sayılacağı ve hükümlerini doğurmaya başlayacağı hakkındadır. Satıcı/sağlayıcı tarafından gönderilen öneriye karşılık, tüketicinin kullandığı uzaktan iletişim aracı vasıtasıyla gönderdiği kabul beyanının hüküm ve

sonuçları somut olaya göre değerlendirilmeli; sözleşmenin hazır olanlar veya hazır olmayanlar arasında kurulup kurulmadığına işbu genel hükümler uyarınca dikkat edilmelidir.

Diğer düzenleme genel hatlarıyla tüketicinin bilgilendirilmesine yöneliktir. Tüketici hukukunda tüketicinin bilgilendirilmesi önemli hususların başında gelmekte, Kanun'da yapılan neredeyse tüm özel düzenlemelerde söz konusu olmaktadır. Tüketiciler, elektronik ticarete konu mal ve hizmetlere istinaden sözleşme öncesinde, sözleşme sırasında ve sözleşme sonrasında bilgilendirilmelidirler. Fiyat etiketi, tanıtma ve kullanma kılavuzu, garanti belgesi bu kapsamda değerlendirilen bilgilendirici belgelerdir. Elektronik sözleşme tarafı, genel manada satıcı/sağlayıcı olarak ifade ettiğimiz kimselere belli yükümlülükler getirilmiştir.

Elektronik ticaret faaliyetinde gerek satıcı/sağlayıcıların gerekse tüketicilerin tüm süreç boyunca karşılıklı olarak dürüstlük kuralına uygun hareket etmesi gerekmektedir. İşbu kurala aykırı faaliyette bulunulması durumunda, Kanun'da özel düzenleme konusu olan haksız şartlar, ayıplı mal ve hizmet, aldatıcı reklam, haksız ticari uygulama gibi hallerle karşı karşıya kalmaktadır. Tüketici, internet ortamında söz konusu risklerle daha fazla karşı karşıya kalmaktadır. Örneğin, akdedilen elektronik sözleşmelerin sipariş formu doldurulduktan ancak ödeme işlemi öncesinde tüketicinin bilgisine bir link aracılığıyla sunulan sözleşmelerdeki haksız şartların tüketici tarafından fark edilmesi olağan şartlarda oldukça zordur. Aynı şekilde, satın alınan mal ve hizmet hakkında sadece satıcı/sağlayıcının sunduğu bilgilere sahip olan, fiziken malı görmeden belki de aldatıcı reklamlara istinaden gerçekleştirilen elektronik ticaret faaliyetlerinde tüketicilerin mağdur olması kaçınılmazdır. Tüketicinin korunması ilkesi çerçevesinde kanun koyucu tarafından düzenlemeler getirilse de tüketicilerin de işbu kötü niyetli uygulamalara karşı dikkatli olması önem arz etmektedir.

Cayma hakkı, sadece tüketicinin korunması düşüncesiyle ilk önce AB Direktifleri aracılığıyla, sonrasında kanuni düzenlemelerle hukukumuzda yerini alan bir haktır. Bu hak kapsamında, cayma süresinin başlaması akabinde 14 günlük sürede taraflar arasında akdedilen sözleşme askıda hükümsüz kabul edilecektir. Bu süre içinde cayma beyanını karşı tarafa ileten tüketici herhangi bir gerekçe göstermeksizin

ve cezai şart öngörülmesizin sözleşmeden cayabilecektir. Söz konusu beyan elektronik ortamda da gönderilebilecektir. Ancak yukarıda bahsedilen dürüstlük kuralı işbu hakta da önemli kabul edilmekte ve tüketicinin de dürüstlük kuralına uygun biçimde cayma hakkını kullanması gerektiği belirtilmektedir.

Çalışmamızın en başından beri, tüketici hukukunda geçerli olan ilkenin tüketicinin korunması olduğunu belirttik. Hukuki boyutta tüketicilere sağlanan bu güvencelerin getirilmesinde tüketicilerin de söz sahibi olabilmesi ve etkiye bulunabilmesi adına tüketici örgütleri oluşturulmuş ve oluşturulmaya da devam edilmektedir. Burada tüketicinin temsil hakkı dayanak alınarak ulusal ve uluslararası düzeyde korumaya sahip olunması amaçlanmaktadır. Zira, bu kapsamda fayda da elde edilmektedir.

Tüm bu anlatılanlar çerçevesinde meydana gelen hak ihlalleri ve uyuşmazlıkların çözümü uyuşmazlık çözüm yöntemleri vasıtasıyla çözüme ulaştırılmaktadır. İşbu çözüm Devlet eliyle bağımsız mahkemelerce sağlanabileceği gibi, alternatif uyuşmazlık yöntemlerinin tercih edilmesi de mümkündür. 2024 yılı verilerine göre, tüketici mahkemelerine başvuru için uyuşmazlık değeri 104.000 TL ve üzeri olması gerektiği kabul edilmiş, bu değer altındaki uyuşmazlıkların tüketici hakem heyetleri tarafından görüleceği düzenlenmiştir. Tüketici hakem heyeti kararına karşı, tüketici mahkemesine karşı itiraz yolu da açık tutulmuştur. Bununla birlikte, uyuşmazlık değerinin 104.000 TL ve üzerinde olsa da doğrudan tüketici mahkemelerine başvurulamayacaktır. Tüketici uyuşmazlıklarında zorunlu arabuluculuğa uygulamasıyla birlikte tarafların öncelikle arabulucuya başvurması gerekecek, anlaşamama halinde ancak tüketici mahkemesine başvuru mümkün olacaktır. Arabuluculuk yönteminde tarafların online katılımı ile süreç işletilebilmektedir. Bu sayede genişleyen dünyada, tarafların uluslararası faaliyet gerçekleştirmesi halinde de rahatça süreç işletilebilmekte ve sonuç alınabilmektedir. Kanaatimizce arabuluculuk için geçerli olan bu sistem tüm uyuşmazlık çözüm yöntemleri için geçerli kabul edilmeli, verimli işleyişin sağlanması için ise söz konusu uyuşmazlık çözüm yöntemlerine elverişli elektronik çözüm yolları arayışına girilmelidir.

KAYNAKÇA

- Akan, M., (2003)** “Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Akipek Öcal Ş., (2017)** “E-Sözleşmelerin Hukuki Niteliği”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul, s. 35-49. (e-sözleşme)
- Akipek Ş., (2016)** “Milli Şerh”, 1. Baskı, İstanbul, s. 40-61. (Milli Şerh)
- Akipek Ş./Aydoğdu M., (2016)** “Milli Şerh”, 1. Baskı, İstanbul, s. 122-165.
- Arat A./ Endes Selvi, N., (2022)** “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (Gerekçeli-Yargı kararları ile birlikte)”, Ankara.
- Arslan, M., (2021)** “Elektronik Ticaret ve Mesafeli Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, 1. Baskı, Ankara.
- Aslanova, K. (2017)** “E-ticaret Hakkında Genel Açıklamalar, Kavram ve Tanımlar.” E-ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları. (Ed: Hakan Tokbaş ve Ali Suphi Kurşun). İstanbul, 3-15.
- Aydoğdu, M., (2014)** “Türk Borçlar Hukukunda Genel İşlem Koşullarının ve Tüketici Hukukunda Haksız Şartların Denetimi”, Ankara.
- Bellican, C. (2017)** “Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Bilgilendirilmesi”, E-Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul. s. 91-129.
- Börü, L. (2023)** “Tahkim Sözleşmesinin Varlığı Durumunda Dava Şartı Arabuluculuk Hükümlerinin Uygulanıp Uygulanamayacağı Üzerine Değerlendirmeler (HUAK m.18/A,18)”, SÜHFD, C. 31, S. 1, s. 65-89.
- Çabri, S., (2021)** “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi”, 2. Baskı, Ankara.
- Çelik, Ö. F. (2018)** “Türk Borçlar Kanunu Bakımından Taşınır Satışında Alıcının Ücretsiz Onarım (Ayıbın Giderilmesini) İsteme Hakkı”, İstanbul

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi),
İstanbul. (<https://tez.yok.gov.tr/>)

Erdem, O. A./Efiloğlu Kurt, Ö. (2002) "Bilgi Çağında e ticaret, "Uluslararası İnternet Etkinlikleri, İstanbul, Türkiye, (çevrimiçi) (<https://docplayer.biz.tr/1124885-Bilgi-caginda-elektronik-ticaret-o-ayhan-erdem-ozlem-efiloglu.html>).

Ekingen, E./ Özer Deniz, M., (2022) "7392 ve 7416 Sayılı Kanunlarla Yapılan Değişikliklerin Aracı Hizmet Sağlayıcı Olarak Çevrimiçi Çok Taraflı Platformların Sorumluluklarına ve Tüketicilere Etkileri", Adalet Dergisi, S.69, s. 429-467, s.e.t. 22.03.2024 (çevrimiçi)(<https://doi.org/10.57083/adaletdergisi.1217838>).

Gezder, Ü., (2006) "Erzurumlu Şerhi", Mesafeli Sözleşmeler (İnternet, Televizyon, Telefon, Faks vs. Mesafeli İletişim Araçlarıyla yapılan Sözleşmeler), İstanbul, (Erzurumlu)

Gezder, Ü., (2004) "Mukayeseli Hukuk Açısından İnternet'te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması", 1. Baskı, İstanbul.

Gezder, Ü., (2013) "Mesafeli Sözleşmelerde Bilgi Verme Yükümlülüğü", 2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri (Düzenleyenler Hakan Tokbaş, Fehim Üçışık), Ankara. (**sempozyum**)

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

Gümüş, M. A., (2014) "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi", C. 1, İstanbul.

Gürpınar B., (2007) "Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu Üzerine", Akademik Bilişim-2007, Kütahya, (<https://ab.org.tr>).

Gültekin, E., (2021) "Aldatıcı Reklamlara Karşı 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Ayıp Hükümlerine Başvurulması", YÜHFD, C.XVIII, 2021/2, s. 1177-1198.

Kahveci, A., (2016) "Milli Şerh", 1. Baskı, İstanbul, s. 240-252.

- Kaplan, İ., (2021)** “Özel Hükümler Sözleşmeler TBK Madde 207-647” Ankara.
- Kaya, F., (2023)** “E-Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları”, 5. Baskı, Ankara.
- Kırca, Ç., (2016)** “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun’a Göre Ayıplı Mal”, Tüketici Hukuku Konferansı. (Ed: Hüseyin Can Aksoy) Ankara, s. 149-175. **(Konferans)**
- Kırca, Ç., (2000)** “İnternette Sözleşme Kurulması”, BATİDER, C, 20, Aralık, S. 4. (çevrimiçi) (<https://www.lexpera.com.tr>).
- Kumkale R., (2014)** “100 Soruda Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Uygulamasında Öne Çıkan Noktalar, Yönetmelikler” Ankara.
- Kundak, O., (2022)** “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Çerçevesinde Elektronik Ticarete Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Mou, J., Cui, Y. ve Kurcz, K., (2019)** “Bibliometric and Visualized Analysis of Research on Major E-Commerce Journals Using Citespace, Journal of Electronic Commerce Research, Vol: 20(4), 219-237. (<http://www.jecr.org>) **(Mou vd.)**
- Nomer, H. N., (2023)** “Borçlar Hukuku Genel Hükümler”, 19. Baskı, İstanbul.
- Nomer, H. N./ Engin, B. İ, (2023)** “Türk Borçlar Kanunu Şerhi Özel Borç İlişkileri” 7. Baskı, Ankara.
- OECD, (2011)** OECD Guide to Measuring The Information Society 2011, OECD (<https://www.oecd.org>).
- Oğuzman, M. Kemal, Öz, M. Turgut, (2022)** “Borçlar Hukuku Genel Hükümler”, C.1, 20. Baskı, İstanbul.
- Öz, T., (2016)** “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun’a Göre Ayıplı Mal”, Tüketici Hukuku Konferansı. (Ed: Hüseyin Can Aksoy). Ankara, s. 175-197.

- Özel, Ç., (2021)** Tüketicinin Korunması Hukuku, 7. Baskı, Ankara.
- Özen, B., (2016)** “Milli Şerh”, 1. Baskı, İstanbul, s. 61-122.
- Reisoğlu, S. (2014)** “Türk Borçlar Hukuku Genel Hükümler”, 25. Baskı, İstanbul.
- Reyhani Yüksel S., (2016)** “Elektronik Sözleşmelerde Cayma Hakkı”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul, s. 129-155.
- Sağlam, İ., (2007)** “Elektronik Sözleşmeler”, 1. Baskı, İstanbul.
- Sarıakçalı, T, (2021)** “İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler”, 2. Baskı, Ankara.
- Savaş, A., (2005)** “İnternet Ortamında Yapılan Sözleşmeler ve Bunların Hukuki Sonuçları”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.
- Şahin, T., (2017)** “E-Sözleşmelerde Tüketicinin Karşılaştığı Yaygın Haksız Şart Uygulamaları”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul, s. 155-199.
- Serozan, R., (2019)** “Borçlar Hukuku Özel Bölüm”, 4. Baskı, İstanbul.
- Sert Sütçü S., (2017)** “E- Ticaret Uygulamalarında Tüketiciyi Aldatıcı Reklamlar”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul, s. 269-305.
- Sert Sütçü, S., (2019)** “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun Hükümlerine Göre Tüketici Hukuku Uygulamalarında Tüketicinin Korunması”, Antalya. **(Uygulama)**
- Şahin Mccarthy, O., (2016)** “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna Disiplinler Arası Yaklaşım”, Ankara.
- Tandoğan, H., (2008)** “Borçlar Hukuku- Özel Borç İlişkileri”, C. I/ 1, 6. Baskı, İstanbul.
- Tanrıverdi, N., (2013)** “Tüketici Sorunları Hakem Heyetlerinin Güncel Hukuki Sorunları”, 2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri (Düzenleyenler Hakan Tokbaş, Fehim Üçışık), Ankara.
- Tarman Z. D., (2019)** “Milletlerarası Özel Hukukta Tüketicinin Korunması”, 39(1) PPIL 325, İstanbul, s. 339, (<https://dergipark.org.tr>).
- Topaloğlu, M., (2016)** “Milli Şerh”, 1. Baskı, İstanbul, s. 759-795.

Topçuoğlu M., (2016) “Türk Ticaret Kanunu ve Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Açısından Haksız Ticari Uygulamalar”, TAAD, Y.7, S. 24, s. 15-57, (<https://www.jurix.com.tr>).

Turan N., (2018) “Elektronik Ticarete Uyuşmazlıkların Çözümü”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü, İstanbul, (<https://dergipark.org.tr>).

Uyumaz, A., (2007) “Elektronik Sözleşmelerin Web Siteleri Aracılığıyla Kurulması ve Bu Sözleşmelerin İfası”, DEUHFD, Temmuz, C. 9, s. 907-30. (<https://dergipark.org.tr/>)

Üçışık, G., (2013) “İnternet Üzerinden Yapılan Karşılaştırmalı Reklamlarda Tüketicinin Korunması”, 2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri (Düzenleyenler Hakan Tokbaş, Fehim Üçışık), Ankara.

Vardar Hamamcıoğlu G., (2017) “Elektronik Sözleşme Mesafeli Sözleşme Ayrımı”, E- Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları (Ed: Hakan Tokbaş, Ali Suphi Kurşun), İstanbul, s. 49-70.

Yavuz, N., (2016) “Satış Sözleşmeleri”, Ankara.

Yılmaz E./ Yardım E., (2016) “Milli Şerh”, 1. Baskı, İstanbul, s. 1082-1121.

Yılmaz Aslan İ., (2022) “Tüketici Hukuku Dersleri”, 9. Baskı, İstanbul.

Yücer Aktürk Z. İ., (2023) “Elektronik Sözleşmelerin Kurulması, Hüküm ve Sonuç Doğurması”, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. XXVII, S. 4, s. 3-37. (<https://dergipark.org.tr/>)

Elektronik Kaynaklar

<https://acikbilim.yok.gov.tr/>

<https://dergipark.org.tr/>

<https://dlc.law/reklam-kurulu-kararlari/>

<https://www.jurix.com.tr/>

<https://lexpera.com/>

<https://www.turcademy.com/tr>