

PAPER DETAILS

TITLE: HUKUKSAL AÇIDAN TÜKETİCİNİN KORUNMASI ve TÜKETİCİNİN KORUNMA
GEREKLİLİĞİNE İLİSKİN BİR DEĞERLENDİRME

AUTHORS: Çağlar ÖZEL

PAGES: 0-0

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/303591>

HUKUKSAL AÇIDAN TÜKETİCİNİN KORUNMASI ve TÜKETİCİNİN KORUNMA GEREKLİLİĞİNE İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

Çağlar ÖZEL*

Özet

Tüketicinin korunması çağımıza özgü bir kavramdır. Ülkemizde de doğrudan ya da dolaylı olarak tüketicinin korunmasına yönelik pek çok hüküm vardır. Bunlardan en önemlisi tüketicinin korunması hakkında kanundur. Tüketicinin korunmasına yönelik olarak getirilen hükümlerin gerekliliği özellikle zayıfların korunması düşüncesi ve sosyal adalet anlayışı bağlamında ele alınmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Tüketici, tüketicinin korunması, tüketicinin temel hakları, tüketicinin korunması gerekliliği

Abstract

An Essay on the Protection of Consumers and Necessity of Protection of the Consumers in Legal Perspective

Consumer protection is a contemporary concept. There are various legal provisions regulating the protection of consumers set up directly or indirectly. The most important one among them is the Consumer Protection Law. Requirement of provisions provided for the protection of consumers is discussed in context of protection of vulnerable people and understanding of social justice.

Keywords: Consumer, consumer protection, consumer rights, requirement of consumer protection.

* Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Beytepe/ANKARA, cozel@hacettepe.edu.tr

GİRİŞ

18. Yüzyıl Batı toplumlarında, kapitalist ekonomi sisteminin üretim ve tüketim ayrılığını doğurmasının ardından tüketici sorunları da kendisini göstermeye başlamıştı. Bununla birlikte, o dönem koşulları itibariyle bir tüketici hareketinin varlığından söz etmek mümkün değildir. Ne zaman ki kapitalizm kendi yatağındaki olağan akışının dışında olağanüstü bir hız ve güçle akmaya başlar, o zamandan itibaren de tüketici sorunları kanayan bir yara haline dönüşmüştür. Bu dönemde yinelenen ekonomik krizler sıradan kişilerin var olma kaygılarını gittikçe arttırmaya başlamıştır. İşte bu koşullar altında Avrupa ve Amerika Birleşik Devletlerinde tüketici hareketleri (consumerism) yaşama geçirilmiş; II. Dünya savaşı sonrasında ise önemli bir hız kazanmaya başlamıştır (Kobayashi, 1978: 1).

Tüketicinin korunması kavramı her ne kadar uzun bir geçmişe sahip olarak görülse de, nispeten kısa bir süre önce genel hukuk politikasının isterleri arasında yerini alabilmiştir: ABD Başkanlarından John F. Kennedy'nin 1962 yılındaki ünlü açıklamasında tüketicinin sahip olduğu temel hakları vurgulamasıyla, sadece gelişmiş Batılı ülkelerde değil, aynı zamanda, Dünyanın diğer ülkelerinde de etkili sonuçlar doğuran bir yaklaşımın temelleri atılmıştır. Bu yaklaşımın sergilenmesinden sonra Türk Hukuku ve özellikle üyesi olduğumuz ve olmaya aday olduğumuz örgütlerde bu duyarlılığı yansıtan gelişmeler gerçekleşmiştir. Bu bağlamda OECD ülkelerinde ve özellikle Avrupa Kömür-Çelik Topluluğu'ndan Avrupa Birliği'ne uzanan süreç içinde AB ülkelerinde, tüketicinin korunması anlayışı, kavramsal temelde ve uygulama açısından yoğun değişimlere sahne olmuştur. Bu gün de bu gelişimin sürdüğü söylenebilir. Bu sürecin ülkemize yansımaları ise özellikle son 10-15 yıldır elde edilen kazanımlarla olmuştur. Ancak süreç, yani korunma gereksinimi, artarak sürmektedir.

Dünyanın diğer ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de, tüketiciler, üretim faaliyetlerinin giderek sayılamayacak derecede çeşitlenip karmaşıklaşmasının yarattığı üretici ve tüketici sorunları ile karşı karşıya olmanın getirdiği sıkıntılarla iç içedir. Batılı ülkelere nazaran bu konuda yapılması gereken daha pek çok şeyin varlığına karşın ülkemizde özellikle tüketicinin bilinçlenmesi açısından gerçekleşen değişimin sevindirici olduğunu söylemek abartılı olmaz.¹

1. TÜKETİCİNİN KORUNMASI POLİTİKALARI VE BU AMAÇLA GETİRİLEN DÜZENLEMELER

1.1. Ülkemizde Tüketicinin Korunması Politikaları

Her ne kadar memleketimizde birçok sanayileşmiş ülkede olduğu kadar çağdaş anlamda bir tüketici politikasına gerektiği önem verilmemişse de,

mevzuatta tüketicinin korunması ile doğrudan ya da dolaylı ilgili olan bir yığın düzenlemenin varlığı bir gerçektir.² Öncelikle Anayasa'da (AY), Ekonomik Hükümler başlığı altında, Planlama (AY. md. 166), Piyasaların Denetimi ve Dış Ticaretin Düzenlenmesi (AY. md. 167), Kooperatifçiliğin Geliştirilmesi (AY. md. 171) alt başlıkları ile tüketicinin korunması hususuna değinildikten sonra, AY. md. 172'de "Tüketicilerin Korunması" başlı başına bir hüküm olarak yer almıştır. Bu maddeye göre "Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder."

Anayasamızda yer alan bu hükmün yanında, doğrudan tüketiciyi korumaya yönelik düzenlemelerin temellerine baktığımızda, aslında diğer ülkelerden pek de farklı olmayan yakın bir tarih önümüze çıkmaktadır. Osmanlı Devleti döneminde var olan esnaf lonca örgütlenmesi,³ devletin pazar denetimi ve narh koyarak fiyatlara müdahalesi yoluyla tüketicinin korunmasına yönelik bir takım önlemlerden söz edilebilirse de, bunları modern anlamda tüketicinin korunması hareketleri (consumerizm) ile kıyaslamak olanaklı değildir (Göle, 1979: 11; Karş Demir, 2001: 14-15).

Yeni Türk Devleti açısından ise Cumhuriyetin kurulduğu dönemden 1950'li yılların başına kadar süren kalkınma öncelikli planlı ekonomi anlayışı, mevzuata koyulması gereken tüketicinin korunması amacına yönelik düzenlemeleri göz ardı etmiştir (Demir, 2001: 15).⁴ Hukuksal anlamda ilk kez, 1970 yılında, İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'na ilişkin programda tüketicinin sorunları ve örgütlenmesinden söz edilmiştir. Yine ilk defa 1971 yılında Ticaret Bakanlığı öncülüğünde yapılan bir sempozyumla "tüketicinin korunması" ele alınmıştır. Sempozyum ardından Bakanlıkta yapılan bir çalışma ile; esas itibariyle tüketicinin korunması ve aynı zamanda iç piyasanın düzenlenmesine ilişkin hükümlere yer verilen "*Tüketicinin Korunması İçin Ticaret Konusu Mal ve Hizmetlerle İlgili Faaliyetlerin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı*" hazırlanmıştır. TBMM'ye sevk edilmesine karşın kanunlaşmayan bu tasarıdan sonra Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan ikinci tasarı, 1975 tarihli "*Ticaretin Düzenlenmesi ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı*"dır. Bu tasarıda da genel olarak ticari hayatın düzenlenmesi ve tüketicinin korunmasına ilişkin hükümler yer almakta idi. Ticaret Bakanlığı tarafından 1981 yılında hazırlanan "*Ticari Faaliyetlerin Düzenlenmesi ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı*" da özü itibariyle önceki tasarıdaki hükümlere paralel düzenlemeler içermektedir. Bunların dışında Ekim 1983 ve Mart 1984 tarihli "*Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarıları*" da maalesef tasarı olmadan öteye gidememişlerdir (Müftüoğlu, 2001: 9).

Tüketicilerin gereksinim ve tercihlerine, üreticilerin de piyasaya sunduğu mal ve hizmetlerin fiyat ve kalitesine dayanan pazar ekonomisinin 1980'li

yıllarda uygulamaya konulması, buna hazırlıksız tüketicilerin bir dizi sorunla karşılaşmasına yol açmıştır. Bu bağlamda giderek artan ve güncelliğini koruyan tüketicinin korunması olgusu, çoğunlukla sorunun geçici ve köksüz uygulamalarla çözümlenmesi biçimindeki politikalar yüzünden kronikleşmesine neden olmuştur (Tandoğan, 1994: 10). Bu konuda gecikmeli de olsa “Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nın devletin tüketici politikasına temel teşkil etmesi amacıyla yönelik” Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Raporu Hazırlanmış ve Eylül 1994 yılında yayınlanmıştır. Üniversiteler, tüketicilerle ilgili dernekler, bankalar, sendikalar ile çeşitli bakanlıklar ve bunlara bağlı kamu kurum ve kuruluşlarının temsilcilerince DPT bünyesinde oluşturulan *Tüketici Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, toplumun çeşitli kesimlerinin komisyonda temsil edilmeleri açısından dikkat çekicidir.⁵

Nihayet 1971 yılındaki ilk örneğinden yıllar sonra Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanıp Meclis’e sevk edilen “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı”, 2 Şubat 1995 tarihinde Meclis tarafından kabul edilerek 8 Mart 1995 tarihi itibarı ile Resmi Gazete’de yayınlanmış ve 8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun genel gerekçesinde de belirtildiği gibi Avrupa Konseyi’nce öngörülen temel tüketici hakları kanunun hazırlanmasında göz önünde tutulmuştur.

1.2. Doğrudan Tüketicinin Korunması Amacıyla Getirilen Düzenlemeler

Tüketicinin korunmasına yönelik doğrudan düzenlemelerin gereksinimi yoğun bir biçimde duyulması nedeniyle bir takım zorlamalarla, tüketicinin korunması hukukunun yönergeler yoluyla düzenlenebileceği gibi bir yaklaşım içine girilmiş ve bu amaçla 1994 yılında Taksitli, Kampanyalı ve Kapıdan Satışlar Hakkındaki Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ⁶ yürürlüğe girmiştir. Tebliğ’de daha sonra Tüketicinin Korunması Kanunu’na alınan, “Bir veya birden fazla taksit ile satış fiyatının ödendiği ve malın sözleşmenin düzenlendiği anda teslim edildiği” taksitli satışlar “Gazete, radyo, televizyon ilanı ve sair yollarla halka duyurularak satış kampanyasına iştirakçi kabul etmek suretiyle bir veya birden fazla taksit ile satış fiyatının ödendiği ve malın gerek sözleşmenin düzenlendiği anda teslim edildiği, gerekse belli bir süre sonra teslim edilmesi vaadiyle yapılan satış türü” olan kampanyalı satışlar, ile “İşyeri, fuar, panayır gibi satış mekanları dışında, önceden mutabakat olmaksızın yapılan ve değeri 500.000,-Türk Lirası’nı aşan tecrübe ve muayene koşullu satış türü.” olan “kapıdan satış” sözleşmeleri düzenlenmiştir.⁷

1.2.1. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

Yasa koyucunun, özellikle gümrük birliği anlaşması nedeniyle Avrupa Topluluğu’nun baskısı neticesinde yürürlüğe koyduğu, başlangıçtaki haliyle 34

maddelik⁸ ve tüketicinin korunması hususunda genel bir düzenleme niteliği taşıyan bu kanun, beş kısma ayrılmıştır. Birinci kısımda kanunun amacı, kapsamı ve kanunda geçen çeşitli kavramların tanımlarına yer verilmiştir. Bu arada 2003 değişiklikleri sırasında bazı tanım değişikliklerine de gidilmiştir.

Kanunun ikinci kısmı “Tüketicinin Korunması ve Aydınlatılması” başlığını taşır. Bu kısımda ayıplı mal, ayıplı hizmet, satıştan kaçınma, sözleşmedeki haksız şartlar, taksitle satış, devre tatil, paket tur, kampanyalı satış, kapıdan satış, mesafeli satışlar, tüketici kredisi, kredi kartları, süreli yayınlar, abonelik sözleşmeleri, fiyat etiketi, garanti belgesi, tanıtma ve kullanma kılavuzu, satış sonrası hizmetler, ticari reklâm ve ilanlar, reklâm kurulu, zararlı tehlikeli mal ve hizmetler, mal ve hizmet denetimi, tüketicinin eğitilmesi konularında düzenlemeler getirilmiştir.

Üçüncü kısım tüketici kuruluşlarına ayrılmıştır. Tüketici kuruluşu olarak “Tüketici Konseyi” ve “Tüketici Sorunları Hakem Heyeti” ele alınarak çeşitli düzenlemelere yer verilmiştir.

Kanunun 4. kısmı yargılama ve cezaya ilişkin hükümler içerir. Bu kısımda Tüketici Mahkemeleri, üretimin, satışın durdurulması ve malın toplatılması, olduklarından farklı görünen mallara ilişkin düzenlemelere ve ceza hükümleri ile cezalarda yetki, itiraza ve zamanaşımına yönelik kurallar getirilmiştir.

Tüketicinin korunmasına yönelik temel kanun niteliğindeki bu kanunun 5. kısmı ise kanunun uygulanması ile ilgili gerekli kimi hususlar ile yürürlükten kaldırılan ve değiştirilen çeşitli hükümlerle, uygulamanın gerektirdiği bazı geçici maddelere ilişkindir.

1.2.2. Tüketiciiyi Korumayı Amaçlayan Diğer Düzenlemeler

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un (TKHK) yürürlüğe girmesinden sonra ve özellikle 2003 değişiklikleri sonrası bu kanunla ilgili değişik yönetmelik ve tebliğler çıkarılmıştır.⁹

Türk Ceza Kanunu hükümlerinde de, tüketicinin korunması ile dolaylı ilgili düzenlemelere rastlamak mümkündür. “Kamunun Sağlığına İlişkin Suçlar” başlığını taşıyan TCK’nın üçüncü bölümünde ve “Ekonomi Sanayi ve Ticarete İlişkin Suçlar” başlığını taşıyan 9. bölümde bu konuda getirilmiş çeşitli hükümlere yer verilmiştir.

Çeşitli eksikliklerine rağmen ülkemiz açısından önemli bir aşama olarak nitelendirilmesi gereken “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” yürürlüğe girene kadar¹⁰ ve maalesef o haliyle girmesinden sonra dahi ülkemizde

doğrudan tüketicilerin korunması amacına hizmet edebilecek en önemli kanuni düzenlemeler, Borçlar Kanunu ve kısmen de Ticaret Kanunu olmuştur (Serozan: 580). Buna karşılık uygulama ve öğretilen gelen talep ve eleştiriler doğrultusunda 2003 yılında yapılan değişiklikler yine eksiklikleri içinde barındırmakla birlikte bu sorunu bir nebze gidermiştir. Zaten tüketicinin korunması hususunda şimdiye kadar yapılan da öğretilen bu kanunun sosyal düşüncelerle getirilmiş hükümlerinin tüketici lehine yorumlanması yoluyla olmuştur. Borçlar Kanununun sömürü (gabin) hakkındaki 21. maddesi, haksız rekabetle ilgili 48. maddesi, sorumluluktan kurtulma şartlarının hükümsüzlüğüne ilişkin 99/II ve 100/II maddeleri, aşırı cezaî şartın indirilmesine ilişkin 161. maddesi, taksitli satışlarda alıcının sömürülmesini önlemeye ilişkin 223, 224. maddeleri, bileşik faizi yasaklamaya ilişkin 308. maddesi tüketicinin korunmasında uygulanabilecek (Medeni Hukuk sistemimizden çıkarılabilecek zayıfın korunması ilkesince yorumlanarak) hükümleri içermektedir (Zevkliler/Aydoğdu: 2004, 12). Türk Ticaret Kanunundaki haksız rekabetle ilgili düzenlemeler (TK. md.56-65) de bu kapsamda sayılabilir.¹¹

Ayrıca 1994 yılında Rekabetin Korunması Hakkında Kanun yürürlüğe girerek bu konudaki önemli bir boşluğun doldurulması söz konusu olmuştur.¹² Bunun yanı sıra “5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanununun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine İlişkin 4110 Sayılı Kanun”¹³, “Patent Haklarının Korunması Hakkında 551 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname” ve “Markalar Kanununun Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapan 556 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname”¹⁴, Avrupa Topluluğu’na uyum çalışmaları çerçevesinde çıkarılan ve tüketiciyi korumaya yönelik düzenlemeler sayılabilir.

Bu sayılanların dışında, belediyelerle, çeşitli bakanlıklarla ve kurum ve kuruluşlarla ilgili düzenlemelerde ya da gıda denetimi ile temizlikle, sağlıkla ilgili pek çok alanda tüketicilerin korunmasına yönelik doğrudan ya da dolaylı pek çok hükme rastlamak olasıdır

2. TÜKETİCİYİ KORUYAN HÜKÜMLERİN GEREKLİLİĞİ

2.1. Zayıfların Korunması İlkesi ve Adalet

Günümüzde serbest piyasa ekonomisinin egemen olduğu ülke hukuklarında, tüketim olgusuna bağlı olarak tüketici kesimini ön plana çıkaran yaklaşımlarda tüketiciler, korunması gerekli zayıf kişiler grubu içinde ele alınmaktadır. Bu bağlamda tüketici kesimini oluşturan kişilerin korunması, kendine özgü, bağımsız ve sosyal hukuk alanına giren temel bir konu olarak incelenmektedir (Demir, 2001: 2; Özel, 1999, 7 vd.). Bireylerin daha iyi çevre

koşullarında ve daha rahat bir biçimde yaşama arzusu, üretim ve tüketim ilişkisi içinde gerçekleşen yapısal farklılaşma nedeniyle değişime uğramıştır. Bu bağlamda tüketici devleşen karteller, haksız işlem koşulları, haksız rekabet, fahiş fiyat artışı, ağır kredi koşulları, oldubittiye getirilen işlemlerle karşı karşıyadır. Bu durum tüketicinin korunmasına yönelik olarak getirilmiş düzenlemelerin ne kadar haklı ve gerekli olduğu hususunu açıkça ortaya koymaktadır. Hukukun ve hukukçunun görevi de tüketicinin bu ortamdan çıkarılması için gerekli koşulların oluşmasını sağlamak olmalıdır.

Roma Hukukuna egemen anlayışa göre hukukun üç temel ilkesi vardır: Dürüst yaşamak, başkasına zarar vermemek ve herkese hak ettiğini vermek.¹⁵ Hukuk kurallarına egemen olan zayıfların korunması düşüncesinin yanında adaletin gerçekleşmesi de bütün hukuk kurallarının en temel amacını oluşturur. Iustinianus'un Institutiones'inin Birinci Kitabı "Adalet ve Hukuk Hakkında" başlığını taşır ve ilk cümle "Adalet, herkese kendi hakkını vermek hususunda kat'i ve devamlı bir iradedir"¹⁶ biçimindedir (Umur, 1968: 15). Adalet kavramı (Hirsch, 1996, 168 vd.) değişik dönemlerde değişik biçimlerde yorumlanmaya çalışılmış olmakla birlikte, kavramın belirginleşen anlamı eşitliğin gerçekleştirilmesi biçiminde olmuştur (Bilge, 2004: 189). Ancak adaletle bağlanan sonuçları belirlerken, sadece biçimsel eşitlikte kalmayıp, öze inerek, somut çıkarlar arasında denge sağlayacak bir eşitliğin gerçekleştirilmesine çalışmak gereklidir. Bu da sosyal adaletin sağlanması demektir. Sosyal adalet ilkesi, toplumun elinde bulunan değerlerin toplum içinde adaletli biçimde dağılımı anlamına gelir. Böylece ulusal gelirin daha iyi paylaştırılması, ulusal gelirden herkese anlamlı bir pay düşmesi sağlanmış olur (Gözübüyük, 1973: 72). Bu anlamda zayıfların korunması, sosyal adaletin gerçekleştirilmesinin bir gereği ve sonucu olarak ortaya çıkar.

2.2. Tüketicinin Korunması, Tüketicinin Korunması Hukuku ve Tüketici Hakları

Hukuksal anlamda sosyal yönden zayıf olanların korunması denildiğinde, bu soruna yönelik olarak düşünen herkesin ilk karşılaştığı konulardan birisi "tüketicinin korunması" olgusudur.¹⁷ Ancak tüketicinin korunması kavramı hukuksal alanda olduğu gibi, hukuk dışında da, sosyolojiden ilahiyata, politikadan ekonomiye, çevreden sağlığa pek çok alanı doğrudan ilgilendiren bir konu olarak ortaya çıkar. Bu anlamda belirtilen pek çok disiplinle iç içe olan bu kavramın tanımlanması kolay olmaz. Aynı zamanda hukuksal anlamda tüketicinin korunması kavramı da tek bir alana sıkıştırılıp bırakılamaz. Örneğin özellikle tüketicilerin en sık koruma gereksinimi olduğu ve günlük hayatta yoğun olarak karşılaşılan tüketim sözleşmeleri ve tüketim sözleşmesi hukuku tüketicinin korunması alanında bir alt disiplin olarak ortaya çıkar. Bunun yanında tüketicinin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi, kalite, fiyat ve reklâm

denetimi aracılığıyla tüketicinin dolaylı yollardan korunması olarak adlandırılan (Serozan, 96/4, 579) kamu hukuku kaynaklı hususlar da klasik tüketici hakları olarak sayılan diğer alanları içinde barındıran bir yapı taşır.

Tüm bunlara karşın genel anlamıyla bir tüketicinin korunması hukukundan söz edilebilir. Bu bağlamda hukuksal olarak tüketicinin korunması kavramından, tüketicinin rekabet hukukuna ilişkin kurallar yoluyla önlenemeyen, mevcut çıkarlarını zedeleyici yersiz yaklaşımlara karşı korumayı amaçlayan düzenlemelerin getirilmesi ve bu düzenlemelerin uygulanabilirliğinin sağlanmasının anlaşılması gerektiğinden söz edilir (werner: 1975: 156). Buna bağlı olarak anılan kavramdan tüketicinin korunmasını ya da tüketici çıkarlarını gerçekleştirmeyi amaç edinen veya tüketicinin özerkliğini güçlendirici, sömürülmesini veya aldatılmasını önleyici, medeni hukuk, idare hukuku ve ceza hukuku kaynaklı araçlar ve zarar meydana gelmesi halinde tazminatın gerçekleştirilmesi amacına hizmet etmeye uygun düzenlemelerin bütününe anlaşılması gerektiği kabul edilebilir (Borchert, 2003: 1).

Yukarıdaki tanımda yer verilen tüketicinin özerkliğinin güçlendirilmesi kavramında kastedilen aslında tüketicinin karar verme sürecinin güçlendirilmesi anlamındadır. Bu da tüketiciye sunulan mal ve hizmetlerin saydamlığının sağlanması ve bu yolla sözleşmelerin kurulması aşamasında tüketicilerin aydınlatılması yoluyla gerçekleşir. Bunun yanı sıra özellikle sözleşme öncesinde gerekli düşünüp taşınma sürelerinin sağlanmadığı sözleşme bağlılıklarından tüketiciyi kurtarmak, ya da tüketiciye bu düşünme taşınma fırsatını vermektir. Aynı zamanda bu kavram tüketiciyi koruyucu düzenlemeleri sadece bireysel olarak tüketicinin inisiyatifine ve kaderine bırakmayıp, tüketici kuruluşları ve kamu kurumlarının da kendiliğinden etki yapabileceği güçlendirmeleri sağlamak anlamına gelmektedir (Borchert, 2003: 1). Bu durum aslında sosyal hukuk devleti¹⁸ olmanın da bir sonucudur.

Tanımda yer verilen tüketicinin aldatılmaya ve sömürülmeye karşı korunması da ayrı bir önem taşır. Özellikle girişimcinin pazardaki egemen konumundan kaynaklanan gücünü bir takım önlemlerle dengelemek gerekmektedir. Buna bağlı olarak sözleşmelerdeki kanuni açıdan uyulması gerekli asgari insaf ve hakkaniyetliliği, en azından yaşamsal önemi olan mal ve hizmet edimlerinde sosyal klotlarla tespit edilmesinde de tüketici kuruluşları ve kamu kurumlarının görevlendirilmesi ve yetkilendirilmesi yoluyla tüketiciyi desteklemek gerekliliğidir.¹⁹

Hemen bu aşamada geçtiğimiz yüzyılda özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkıp yaygınlaşmaya başlayan ve bu gün artık hemen her kes tarafından kabul edilen tüketicinin temel haklarının altını çizmek gerekir. Bu bağlamda Uluslar arası Tüketici Birlikleri Organizasyonu tarafından

benimsenen, Birleşmiş Milletler tarafından da kabul edilerek evrensel tüketici hakları olarak ilan edilen tüketici hakları şunlardır (Hippel, 1986: 23; Demir, 2001: 22; Tuskan: <http://www.istanbulbarosu.org.tr/> 274.21.02.2007; <http://www.tupadem.hacettepe.edu.tr/manifesto.html>).

- 1- Temel gereksinimlerinin giderilmesini isteme hakkı,
- 2- Güvenlik ve güven duyma hakkı,
- 3- Mal ve hizmetlerin serbestçe seçimi hakkı,
- 4- Bilgi edinme hakkı,
- 5- Eğitilme hakkı,
- 6- Tazmin edilmesini isteme hakkı,
- 7- Sesini duyurma (temsil edilme) hakkı,
- 8- Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı,

SONUÇ: TÜKETİCİNİN TEMEL HAKLARI IŞIĞINDA BİR TÜKETİCİ TANIMI

Sosyal bir bakış açısı ile son değerlendirmede “bireyin en yüksek kâr elde etmeyi amaç bilen sermayeye karşı korunması” (Serozan, 96/4, 198) olarak nitelendirilen tüketicinin korunması olgusunda “birey”in kim olduğunun belirlenmesi de önem taşımaktadır. Bu anlamda tüketicinin kim olduğu sorusunun bakış açısına göre değişebilecek farklı yanıtları olabilir. Sosyolojik anlamda tüketici, ekonomi bilimi anlamında tüketici vs. Hukuksal anlamda baktığımızda da hukuk politikasını yürütenlerin anlayışı doğrultusunda bir takım tanımlamalar yapıldığını görmekteyiz.²⁰ Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un tanımlar başlıklı 3. maddesinin (e) bendine göre tüketici, “bir mal veya hizmeti ticari veya mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişiyi” ifade etmektedir. Tüketicinin yasal bir tanımının yapılmasının gerekli olup olmadığı konularındaki düşünceler bir yana, burada tüketicinin temel haklarından yola çıkılarak bir tanım yapmanın yararlı olacağı kanısındayız.

Buna göre tüketici, temel gereksinimlerinin giderilmesi ve sağlıklı bir çevrede yaşama gereğinin yerine getirilmesi için, seçim hakkını kullanabileceği bir ortamda, eğitilmiş ve bilgilendirilmiş olarak güvenlik içinde ekonomik faaliyetlere katılan, bu katılımı nedeniyle uğrayabileceği zararı tazmin edilen, bu haklarının korunması, sürdürülmesi ve geliştirilmesi hususundaki taleplerini oluşturacağı örgütler aracılığıyla ya da bireysel olarak kamuoyuna duyurma hakkına ve taleplerinin dikkate alınmasını isteme yetkisine sahip kabul edilen kişidir.

NOTLAR

¹ Bu konuda doğrudan yapılmış bir araştırmaya ulaşabilmiş olmamakla birlikte, özellikle medyada yer alan haberlerden ve internette yer alan tüketicinin korunmasına yönelik kuruluşların sitelerindeki açıklamalardan dolayı böyle bir kanaate varmanın yanlış olmayacağını düşünmekteyim. Bunun dışında Hacettepe Üniversitesi Tüketici Pazar Araştırma Test ve Uygulama Merkezi (TÜPADEM) yönetim kurulu üyesi olarak merkezimize yapılan tüketici şikâyetler dolayısıyla elde ettiğim kişisel deneyimler de bu durumu teyit etmektedir.

² Bu konudaki toplu mevzuat için bkz. <http://www.sanayi.gov.tr/>.

³ “Seri üretimden ziyade, el sanatına kayış ve el sanatında en yüksek mertebelere ulaşmak için belirli bir disiplin altında her türlü gelenek ve göreneğin kaidesine tam uyarak çalışan insan zihniyetinin mevcudiyeti o dönemin esnaf ve lonca ahlakını oluşturmaktadır. Pabucun dama atılması deyimi aslında bu disiplin altında türemiştir. O dönemde ayakkabı loncasında çalışan esnaf eğer ayakkabıdaki kalitede ödün verir veya hileye giderse pabucu dama atılıp yerleşim yerinden gidermiş. Esnafı arayan şahısa da onun pabucu dama atıldı sözü ile cevap verilirmiş. Bu da o dönemlerden bu günlere kadar uzayıp gelen söz bütünüdür.” (Gökdemir: 2007, 8 Mart www.sonbaski.com/haziran2005ozge.htm).

⁴ Lakin bu durum günümüzde yapılan tüketim toplumu yaratma amaçlı politikaların o dönemde yer almaması dolayısıyla aslında temel bir eksiklik olarak da nitelendirilmeyebilir. Çünkü tüketici özellikle tüketim gereksiniminin kırbaçlanması ve yapay olarak uyarılması yoluyla ortaya çıkan bozuk yapı nedeniyle korunma gereksinimini hissetmektedir (Demir, 2001, 15).

⁵ Bkz. Tüketici Politikaları, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Raporu, Ankara 1994.

⁶ RG. T. 25.5.1994 Sayı: 21940.

⁷ Taksitli, Kampanyalı ve Kapıdan Satışlar Hakkındaki Uygulama Esaslarına Dair Tebliğ, md.2.

⁸ 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun 2003 yılında 4822 Sayılı Kanunla öğretide ileri sürülen öneriler ve uygulamada ortaya çıkan gereksinimler doğrultusunda köklü değişikliklere uğramış (Bkz. Demir: 4822 Sayılı Kanun ile Tüketici Sözleşmeleri Alanında Getirilen Yenilikler, BATİDER C.XXII S.1. s. 203 vd.), bu arada 4A, 6A, 6B, 6C, 9A, 10A, 11A, 24A maddeleri eklenerek madde sayısı 42’ye çıkmıştır.

⁹ Bunlar için bkz. www.sanayi.gov.tr

¹⁰ 8 Mart 1995 tarihinde yayınlanan bu kanun, yayın tarihinden itibaren 6 ay sonra, yani 8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

¹¹ 30 Eylül 1943 tarihli İsviçre Kanunundan geniş ölçüde esinlenerek Ticaret Kanununa alınan haksız rekabete ilişkin bu düzenlemelere ilişkin olarak bkz. Tandoğan: 1977, 15 vd.)

¹² RG. T.13 12.1994, S.: 4054.

¹³ RG.12-6-1995, S.: 22311.

¹⁴ RG. 27.6.1995, S.:22326.

¹⁵ Honeste vivere, alterum non laedere, suum cuique tribuere (D. 1, 1, 10, 1)

¹⁶ Iustitia est constans et perpetua voluntasius suum cuique tribuens (D.1, 1, 10pr.)

¹⁷ Von Hippel: 1976, 513. Yazar, tüketicinin korunması kavramından çok “özel son kullanıcının korunması” kavramının daha tutarlı olduğunu ileri sürmektedirler.

¹⁸ “Sosyal hukuk devleti insan hak ve özgürlüklerine saygı gösteren ferdin huzur ve refahını gerçekleştiren ve teminat altına alan kişi ile toplum arasında denge kuran emek ve sermaye ilişkilerini dengeli olarak düzenleyen özel teşebbüsün güvenlik ve kararlılık içerisinde çalışmasını sağlayan çalışanların insanca yaşaması ve çalışma hayatının kararlılık içerisinde gelişmesi için sosyal, iktisadi ve mali önlemler olarak çalışanları koruyan işsizliği önleyici ve milli gelirin adalete uygun bir şekilde dağıtılmasını sağlayıcı tedbirler alan adaletli bir hukuk düzeni kuran bunu devam ettirmeye kendini yükümlü sayan hukuka bağlı kararlılık içinde ve gerçekçi bir özgürlük rejimini uygulayan devlet demektir.” (Anayasa Mahkemesi’nin 1986/16 E. sayılı 21.10.1986 tarihli kararından).

¹⁹ Devletin kamu kurum ve kuruluşları aracılığı ile tüketicinin korunmasının sağlanmasına katkıda bulunan en önemli kurumu Sanayi Bakanlığı’nda oluşturulan Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü’dür. Bu müdürlüğün kuruluş kanununa göre (Ek: KHK/494 – 10.8.1993) Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğünün görevleri şunlardır: a) Tüketicilerin tüketim maddeleri yönünden sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, kayıplarını giderici tedbirleri almak, gerekli düzenlemeleri yapmak, b) Tüketicilerin tüketim maddeleri yönünden çevresel tehlikelerden korunabilmesi amacıyla alınacak tedbirlerin belirlenmesinde, ilgili bakanlık ve kuruluşlarla işbirliği yapmak, c) Piyasaya sunulan mal ve hizmetlerin kalitesinin yükseltilmesi amacıyla yönelik olarak standart ve kalite denetimi yapmak, yaptırmak, kalite kontrol sistemleri kurmak, ilgili kurum ve kuruluşlara standart tespitiyle ilişkin görüş ve önerilerde bulunmak, fiyat hareketlerini izlemek, gerektiğinde ilan etmek,

d) Tüketicileri aydınlatıcı ve eğitici tedbirleri almak, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve tüketicinin korunması konusundaki politikaların oluşturulmasında bunların gönüllü örgütlenmeleri yoluyla temsil edilmelerini sağlamak, e) Mal ve hizmet piyasalarındaki faaliyetleri, özellikle fiyat hareketlerini izlemek, fiyatların serbest rekabet esaslarına göre oluşmasını önleyici hususların ortadan kaldırılmasına yönelik inceleme ve araştırmalar yapmak, f) Mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya ortadan kaldırıcı anlaşma, uygulama ve kararların yasaklanması ile piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarının önlenmesine yönelik tedbirleri almak, g) Tekelleşmeye yol açacak şekilde rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme, devralma ve ele geçirmeleri önleyecek tedbirleri almak, h) Tüketicinin korunması ve sağlıklı bir rekabet ortamının oluşturulmasına ilişkin politikaların belirlenmesinde yurt içindeki ve yurt dışındaki kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapmak, gerekli koordinasyonu sağlamak, ı) Tüketicinin sorunlarının çözümüne ve rekabetin düzenlenmesine ilişkin olarak diğer kanunlarla ve Bakanlıkça verilen görevleri yapmak. Genel Müdürlük bünyesinde, tüketicinin korunması ve sağlıklı bir rekabet ortamının oluşturulmasına yönelik çalışmalarda bulunmak üzere, gerekli hallerde devamlı ve geçici özel ihtisas komisyonları kurulabilir.”

²⁰ Tüketici tanımı için bkz. Aslan: 2004, 2 vd. Sözleşmeler hukuku açısından tüketici kavramına ilişkin yapılan açıklamalar için. bkz. Özel, 1999, 28 vd.

KAYNAKÇA

- Aslan, İ.Y. (2004) **Tüketici Hukuku**, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Bilge, N. (2004) **Hukuk Başlangıcı**, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Borchert, G. (2003) **Verbraucherschutzrecht**, 2. Aufl. Verlag C.H. Beck, München.
- Demir, M. (2004) “4822 Sayılı Kanun ile Tüketici Sözleşmeleri Alanında Getirilen Yenilikler,” **Batider**, C.XXII S.1, 203-236.
- Demir, M. (2004) **Kapıdan İşlemlerde Tüketicuyu Koruyan Geri Alma Hakkı**, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Gökdemir, Ö. (2007) **Ortaçağda Avrupa ve Osmanlı**, 8 Mart 2007 www.sonbaski.com/haziran2005ozge.htm.
- Göle, C. (1979) **Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklâmlara Karşı Tüketicinin Korunması**, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Enstitüsü.
- Gözübüyük, Ş. (1973) **Hukuka Giriş ve Hukukun Temel Kavramları**, Ankara: S Yayıncı.
- Hirsch, E. (1996) **Hukuk Felsefesi ve Sosyolojisi Dersleri**, (2. Baskı), Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Enstitüsü.
- Kobayashi, S. (1978) “Verbraucherbewegungen in Japan” (Almancaya çev.: L. Helm), in: **Gegenwartsprobleme der Verbraucherschutz**, Ed.: Kitagawa, Z/Rehbinder, M, Heymann, Köln.
- Müftüoğlu, T. (2000) “Rekabet Kanunu ve İki Yıllık Uygulaması”, Nisan-Mayıs-Haziran, **Rekabet Dergisi**, 1, 5-23.
- Özel, Ç. (1999) **Mukayeseli Hukuku Işığında Tüketicuyu Koruyan Geri Alma Hakkı**, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Serozan, R. (1996) Tüketicuyu Koruma Yasasının Sözleşme Hukuku Alanındaki Düzenlemesinin Eleştirisi, **Yasa Hukuk Dergisi**, Y. 19, 15(173), 579-598.
- Tandoğan, H. (1977) **Tüketicilerin Korunması ve Sözleşme Özgürlüğünün Bu Açıdan Sınırlanması**, Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Tuskan, A. (2007) **Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Değerlendirilmesi**, 21 Şubat 2007 <http://www.istanbulbarosu.org.tr/> .

Von Hippel, E. (1986) **Verbraucherschutz**, Mohr, Tübingen.

Werner H.K. (1975) “Rechtliche Kontrolle des Anbieterverhältnis”, in:
Verbraucherinteresse und Verbraucherpolitik, (Ed. Scherhorn, G).,
Göttingen: Verlag Otto Schwartz&Co.

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