

T.C.
MEF ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÖZEL HUKUK ANABİLİMDALI

**MESAFELİ SÖZLEŞMELEREDE
TÜKETİCİNİN KORUNMASI**

Hazırlayan:
HİKMET FURKAN YETİŞMİŞ

Öğrenci No:
321801004

Danışman:
Prof. Dr. Havva Karagöz

İstanbul, 2019

İçindekiler

Giriş.....	3
Tüketicinin Korunması.....	3
Türkiye’de Tüketicinin Korunması.....	4
Mesafeli Sözleşme Kavramı.....	5
Mesafeli Sözleşmenin Karakteristik Özellikleri.....	7
Mesafeli Sözleşmelere İlişkin Hükümlere Duyulan İhtiyaç.....	8
Cayma Hakkı.....	9
Cayma Hakkının Kullanılması.....	11
Ön Bilgilendirme.....	13
Sözleşmenin Şekli.....	15
Sonuç.....	16
Kaynakça.....	17

Giriş

Borçlar Hukuku içerisinde özel bir yere sahip olan Tüketici Hukuku, sosyal devlet anlayışının bir parçası olarak tüketicileri kendine has hükümlerle korumaya çalışmaktadır. Öyle ki Borçlar Hukukuna hakim sözleşme taraflarının eşitliği prensibi bu alanda tüketici lehine olmak üzere esnetilmiştir. Özellikle bir tüketici sözleşmesi türü bulunmaktadır ki hali hazırda koruma önlemleri bulunmasına rağmen kanun koyucu tarafından bu sözleşme türüne özgü olmak üzere ilave koruma önlemleri getirilmeye çalışılmıştır. Öyle ki günümüzde her geçen gün sayısı artan bu sözleşmelerde tüketiciler sadece bu sözleşme türüne has önlemlere sahip olmuştur. Bu sözleşmeler 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da (TKHK) mesafeli sözleşmeler olarak adlandırılmıştır. Bu çalışmamızda mesafeli sözleşmeler üzerinde kısaca duracak ve TKHK'nın bu tür sözleşmelere özgü tüketiciyi korumaya yönelik öngördüğü uygulamalara göz atacağız.

Tüketicinin Korunması

Günümüz dünyasında bazı devletler belli alanlarda özel hukuk alanına müdahil olarak vatandaşlarını gündelik hayatta gerçekleştirdikleri bazı hukuki işlemlerde korumayı kendilerine amaç edinmişlerdir. Bunun örnekleri özellikle Kira ve İş Hukukunda kendini gösterdiği gibi bu yazıda incelediğimiz Tüketici Hukuku da bu kapsamda adı geçen hukuk dallarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Artık ülkemizde korunmaya muhtaç sözleşme taraflarını korumak sosyal bir hukuk devleti olmanın gereği olarak kabul görmeye başlamıştır.¹ Buna karşın önemle belirtilmelidir ki ülkemizdeki tüketici hukukuna ilişkin birincil ve ikincil mevzuatları önemli ölçüde etkileyen Avrupa Birliği Hukuku çerçevesinde tüketiciler korunmaya muhtaç olarak görülmemektedir. Getirilen cayma hakkı ve bilgilendirme yükümlülüğünün amacı tüketicinin sahip olması gereken haklardan ibaret olarak görülmektedir. Bunlar dışında

¹ Hasan Seçkin Ozanoğlu, "Tüketici Sözleşmeleri Kavramı", **Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, C. 50, S. 1, 2001, s. 56-57.

tüketicinin korunmaya muhtaç olduğu düşüncesi kabul görmemekte ve sözleşme özgürlüğünün korunması esas alınmaktadır.²

Türkiye’de Tüketicinin Korunması

Batılı ülkelerde Tüketici Hukuku ülkemizden daha önce gelişim göstermeye başlayan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde Tüketici Hukukunun gelişim göstermesi adına en büyük mihenk taşı olarak 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 1995 yılında yürürlüğe girmesi olarak gösterilebilir. Bu kanun ile birlikte ülkemizde tüketiciler ayrı olarak kendilerine has bir kanun ile korunmaya başlamışlardır. Bununla birlikte çeşitli nedenlerle yakın zamanda bu kanunun değişmesi gündeme gelmiştir. Bu kanunun 6502 sayılı TKHK ile değiştirilmesinin arkasındaki temel neden olarak ise ülkemizin Avrupa Birliği (AB) ile girdiği uyum süreci gösterilmektedir. Yanı sıra öğretilerde belirtildiği üzere yeni kanun hazırlanırken sadece AB yönergeleri değil aynı zamanda bu yönergelerin çeşitli üye ülkelerdeki uygulamaları da göz önünde tutulduğu söylenmelidir.³

6502 sayılı TKHK tüketiciyi ticari veya mesleki amaçlar hareket etmeyen gerçek yahut tüzel kişi olarak tanımlamıştır. Bu tanımdan hareketle gündelik hayatta kurulan birçok sözleşmenin bir tarafında tüketicilerin yer alması vesilesi ile tüketici sözleşmesi olduğu rahatlıkla gözlemlenebilmektedir. İşte TKHK bu işlemlerde tüketicinin çıkarını gözetken hiç olmazsa tecrübeli olduğu kabul gören karşı taraftan korunmasını amaç edinen bir kanun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Mesafeli sözleşmeler bakımından ise Türk Hukukunda konunun kanunda düzenlenişi 2003 yılında gerçekleşmiştir. Eski kanununun 9/A maddesinde düzenlenen mesafeli sözleşmeler, 2013 yılında çıkartılan 6502 sayılı TKHK’da ise 48. maddede yer almaktadır.

² Zeynep Dönmez, 2011/83/EU Sayılı Tüketici Hakları Direktifi ve Bu Direktifin Mesafeli Sözleşmeler Alanında Türk Hukuku’na Yansımaları, **İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt 7, Sayı 1, 2016, s. 353.

³ Aydın Zevkliler – Çağlar Özel, **Tüketicinin Korunması Hukuku**, Ankara: Seçkin Yayınları, 2016, s. 35.

İkincil mevzuat olarak ise 2003 yılında Mesafeli Sözleşmeler Usul ve Uygulama Esasları Hakkında Yönetmelik çıkarılmış, daha sonra 2011 yılında yenilenmiştir. Daha sonra değişen kanun ile birlikte 2014 yılında Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği çıkarılmıştır. 2003 yılından beri Türkiye’de mesafeli sözleşmeler ile ilgili yapılan hukuki düzenlemelerin temeli 1997 yılına ait bir Avrupa Birliği mevzuatı olan “Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması” başlıklı direktiftir. Özellikle son çıkan yönetmelikte de 2011/83 numaralı Tüketici Hakları Yönergesi yerine bu eski 1997 tarihli direktifin temel alınması öğretilmiştir.⁴

Mesafeli Sözleşme Kavramı

İnternetin hayatımızın geri dönülemez bir şekilde parçası olduğu özellikle son yıllarda hayatımızda gerçekleştirilen hemen her şey daha hızlı bir şekilde gerçekleşir olmuştur. Buna elbette taraflar arasında kurulan hukuki ilişkiler de dahildir. Öyle ki bir yarım yüzyıl önce kurulan akitler ile günümüzde kurulan akitler arasında birçok farklılık bulunmaktadır. Özellikle sözleşmelerin kuruluş biçimleri telefon ve internetin oldukça etkin kullanılmaya başlanması ile birlikte oldukça değişiklik göstermektedir. Söz gelimi artık kişi evinden çıkmadan temel ihtiyaçlarını internet üzerinden gerçekleştirdiği sözleşmeler ile karşılayacak duruma gelmiştir. Ancak bu durum karşısında özellikle tüketici nezdinde bazı sıkıntıların da ortaya çıkmaya başladığı su götürmez bir gerçektir.

Burada öncelikle mesafeli sözleşme kavramı üzerinde durmak gerekmektedir. Mesafeli sözleşme tarafların sözleşmenin kurulması anı da dahil olmak üzere bu ana kadar geçen süre boyunca iletişimlerini uzaktan sağladığı sözleşmeler için kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada ifade edilmek istenen tarafların fiziksel olarak karşı karşıya gelmeksizin genellikle satıcı yahut sağlayıcı tarafından hazırlanan bir sistem ile konumuz bakımından tüketicilere uzaktan mal yahut hizmet sağlanmasıdır.⁵

⁴ Dilşad Kuşuoğlu - Nilhan Kalkan, “Mesafeli Sözleşmeler”, **İstanbul Barosu Dergisi**, C. 90, S.4, 2016, s. 270-271.

⁵ Zevkliler – Özel, a.g.e., s. 321.

Mesafeli sözleşme kavramının bazı kavramlardan ayırt edilmesi onu daha iyi anlayabilmek adına yararlı olacaktır. Bu bakımdan öncelikle e-ticaret sözleşmelerinden ayırmak adına söylenmesi gereken ilk şey e-ticaret sözleşmelerinde tarafların sözleşmenin kuruluş yerinin internet vb. gibi bir ortam olması yeterli görülmekteyken mesafeli sözleşmelerde aranan unsur tarafların uzaktan iletişim içerisinde olmasını ifade etmektedir.⁶ Burada e-ticaret ile sözleşmenin telefon/internet gibi bir ortam üzerinde kurulmasına önem verilirken mesafeli sözleşmelerde tarafların fiziksel olarak bir araya gelmemesine dikkat çekildiği gözlemlenmektedir.

Ayrımı yapılması gereken bir diğer kavram olarak ise iş yeri dışında kurulan sözleşmelerdir. İş yeri dışında kurulan sözleşmelerde tüketici ile karşı tarafta yer alan sağlayıcı yahut satıcı aynı anda fiziksel olarak bir aradadır. Buna karşın mesafeli sözleşmeler tarafların fiziksel olarak bir arada olmaması nedeni ile iş yeri dışında kurulan sözleşmelerden ayrıktır, taraflar mesafeli sözleşmelerde fiziken bir araya gelmezler.⁷

Öte yandan tarafların bir araya gelmemesi hususunu tarafların hazır bulunmamaları durumundan ayıran nedenlerden de bahsetmek yerinde olacaktır. Mesafeli sözleşmeler ile hazır bulunmayanlar arasında yapılan sözleşmeler sık sık aynı anlama gelecek şekilde kullanılsa da bu iki kavramın farklı olduğu söylenmelidir. Bu ayrım için öncelikle 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nun 4. maddesinde yer alan aşağıdaki hükmü incelemek gerekir.

“ Telefon, bilgisayar gibi iletişim sağlayabilen araçlarla doğrudan iletişim sırasında yapılan öneri, hazır olanlar arasında yapılmış sayılır.”

Bu hüküm incelendiğinde görülecektir ki taraflar bir arada olmasa dahi doğrudan iletişim halinde iseler ortada hazır olmayanlar arasında kurulmuş bir sözleşme yoktur. Zira taraflar burada pazarlık dahil olmak üzere sözleşme koşullarını tartışma fırsatına sahiplerdir. Her iki taraf da doğrudan iletişimde olduğundan dolayı tarafların hazır bulunduğu kabul edilmelidir. Açıklanan nedenlerden dolayı mesafeli sözleşme ile

⁶ Özge Uzun Kazmacı, “İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, **Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi**, C. 22, S. 3, 2016, s. 2793.

⁷ Zevkliler – Özel, a.g.e., s 320.

hazır bulunmayanlar arasında akdedilen sözleşmelerin de birbirinde ayrıık yönleri bulunduğu kabul edilmelidir.⁸

Yukarıda açıklananlar ile birlikte TKHK'nın 48. maddesinde yer alan mesafeli sözleşme kavramının diğer benzer kavramlardan farkını belirginleştirdikten sonra önemle üzerinde durulmalıdır ki mesafeli sözleşmeler satış sözleşmesi yahut kira sözleşmesi gibi ayrıık bir sözleşme türü olmayıp sadece sözleşmenin nasıl kurulduğu ile ilgili bilgi veren bir kavramdır.⁹

Mesafeli Sözleşmenin Karakteristik Özellikleri

Yukarıda yapılan açıklamalardan sonra mesafeli sözleşmeler hakkında özellikle onun karakteristik özelliklerinden ve neden ayrıık hükümlere tabi tutulduğundan bahsetmeye başlayabiliriz. Öncelikle belirtilmelidir ki mesafeli sözleşmelerin en önemli özelliği tarafların fiziken eş zamanlı olarak bir arada var olup sözleşme kurmamasıdır. Diğer bir anlatımla tarafların fiziksel olarak bir araya gelerek yaptıkları sözleşme mesafeli sözleşme olarak adlandırılmayacaktır.

İkinci bir özellik olarak ise tarafların sözleşmeyi var olan bir sistem üzerinden kurmalarınıdır. Bu husus 6502 sayılı TKHK'nın 48. maddesinde açıkça belirtilmiştir. Hükme göre bu sistem mal veya hizmetin uzaktan pazarlanması amacına yönelik olarak oluşturulmuş olmalıdır. Bu bakımdan dikkat edilmelidir ki sistemin satıcı tarafından oluşturulmuş olması gerekmemektedir. Dolayısı ile platform sağlayan sitelerde satılan mal veya hizmetler de bu madde kapsamında mesafeli sözleşme olarak değerlendirilecektir. Burada belirtmek yerinde olacaktır ki platformlar ancak yönetmeliğin 20. maddesinin 2. fıkrası ile kendilerine verilen verileri saklama ve gerektiğinde verme yükümlülüğu ile sorumlu tutulmuşlardır. Bununla birlikte söz konusu sistemin pazarlamaya yönelik olması özelliği önem taşımaktadır. Buna göre eğer sözleşme uzaktan iletişim araçları ile ancak gelişi güzel bir şekilde kurulduysa ortada bir mesafeli sözleşmenin varlığından bahsedilemeyecektir.¹⁰

⁸ A.g.e., s. 321.

⁹ A.g.e., s. 322.

¹⁰ A.g.e.,

Hükümde yer alan mesafeli sözleşmelere özgü bir diğer özellik ise sözleşmenin kurulduğu an da dahil olmak üzere uzaktan iletişim araçları vasıtası ile kurulmuş olmasıdır. Buradan çıkarılan sonuç şudur ki taraflar sözleşmeyi kurmadan önce bir araya gelmişler ve daha sonra uzaktan iletişim aracı ile sözleşmeyi kurmuşlarsa yahut daha önce uzaktan iletişim aracı ile müzakere gerçekleştirilip daha sonra tarafların bir araya gelmesi ile sözleşme kurulmuşsa bu durumda ortada TKHK kapsamında kalan bir mesafeli sözleşme yoktur.¹¹

Bunun dışında önemle belirtilmelidir ki mesafeli sözleşmeler için çıkartılan ikincil mevzuat konumundaki 2014 tarihli Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği'nin 2. maddesi finansal hizmetler, konut kiralama, paket turlar vb. birçok sözleşme türünü bu kapsam dışında bırakmıştır. Dolayısı ile burada sayılan sözleşme tipleri için TKHK'nın 48. maddesi uygulama alanı bulmayacaktır.

Mesafeli Sözleşmelere İlişkin Hükümlere Duyulan İhtiyaç

Yukarıda ayrıntılı olarak açıklandığı üzere tüketicinin mesafeli sözleşmelerde satıcı yahut sağlayıcı ile uzaktan iletişim araçları ile iletişim kurması ve bu sınırlı bilgi elde edebilme yönetiminde müzakere şansının var olmaması nedeni ile tüketicilerin belli nedenlerle zayıf duruma düştüğü gözlemlenebilmektedir.

Bu durumlara örnek verecek olursak tüketicilerin mesafeli sözleşmelere taraf oldukları yöntemlerden biri yazılı-görsel iletişim araçlarının kullanılmasıdır. Broşürler, ilanlar ve televizyondaki reklamları gören tüketicinin bu sınırlı inceleme imkanı ile aldatılıp iradesinin sakatlanması oldukça olasıdır.¹²

Tüketicinin iradesini sakatlayabilecek bir diğer mesafeli sözleşme türü ise telefonla gerçekleştirilen sözleşmelerdir. İnternet kullanımının yayılması ile eski etkinliğini kaybeden tele-pazarlama sonucu yapılan satışlar yine de tüketicinin aldatılması için oldukça müsait bir yöntemdir. Zira tüketicinin sınırlı bir hareket alanı bulunmaktadır. Özellikle tüketicinin bedeli önceden ödediği durumlarda kapıdan

¹¹A.g.e., s. 323.

¹² A.g.e.

ödemeli satışa göre oldukça dezavantajlı bir durumda yer aldığı kabulü gerekmektedir.¹³

Mesafeli satışlarda günümüzde en yaygın olarak kullanılan yöntem ise internet aracılığı ile kurulan sözleşmelerdir. Diğer iletişim araçlarında olduğu gibi internet aracılığı ile kurulan sözleşmelerde de yanıltıcı ve aldatıcı reklamlar söz konusu olabilmektedir. Özellikle işlemlerin çok hızlı gerçekleştirilebilmesi neticesinde tüketici çoğu zaman satın alacağı mal yahut hizmet için ikinci kez düşünme şansı bulamamaktadır. İşte sayılan bu tüketici aleyhine durumlara karşı kanun koyucu tüketiciyi korumak için çareyi mesafeli sözleşmelere özgü ilave koruma önlemleri geliştirmekte bulmuştur.

Cayma Hakkı

Mesafeli sözleşmeler söz konusu olduğunda tüketicinin elindeki en büyük silah elbette ki cayma hakkıdır. Belirtilmelidir ki tüketicilerin kanun koyucunun kapsam dışı bıraktıkları hariç olmak üzere diğer tüketici akitlerinde de cayma hakkı mevcuttur. Ancak mesafeli sözleşmelerde bu hakkın kapsamı genişletilmiştir. Söz gelimi diğer tüketici akitlerinde görülen 7 günlük cayma hakkını kullanma süresi mesafeli sözleşmelerde 14 güne çıkarılmıştır. Bu bakımdan cayma hakkını mesafeli sözleşmelerde tüketiciyi saran bir can simidi olarak ifade etmek yanlış olmayacaktır.

Cayma hakkının özellikleri üzerinde durulmadan önce bu hakkın kullanılmayacağı bazı özel durumların varlığından bahsetmek gerekecektir. Bu hususlar yönetmeliğin 15. maddesinde sayılmıştır. Buna göre aşağıdaki sözleşmelerde aksi taraflarca kararlaştırılmadığı müddetçe tüketici cayma hakkından yararlanamaz:

- a) Fiyatı finansal piyasalardaki dalgalanmalara bağlı olarak değişen ve satıcı veya sağlayıcının kontrolünde olmayan mal veya hizmetlere ilişkin sözleşmeler.
- b) Tüketicinin istekleri veya kişisel ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanan mallara ilişkin sözleşmeler.
- c) Çabuk bozulabilen veya son kullanma tarihi geçebilecek malların teslimine ilişkin sözleşmeler.

¹³ A.g.e., 324.

- ç) Tesliminden sonra ambalaj, bant, mühür, paket gibi koruyucu unsurları açılmış olan mallardan; iadesi sağlık ve hijyen açısından uygun olmayanların teslimine ilişkin sözleşmeler.
- d) Tesliminden sonra başka ürünlerle karışan ve doğası gereği ayrıştırılması mümkün olmayan mallara ilişkin sözleşmeler.
- e) Malın tesliminden sonra ambalaj, bant, mühür, paket gibi koruyucu unsurları açılmış olması halinde maddi ortamda sunulan kitap, dijital içerik ve bilgisayar sarf malzemelerine ilişkin sözleşmeler.
- f) Abonelik sözleşmesi kapsamında sağlananlar dışında, gazete ve dergi gibi süreli yayınların teslimine ilişkin sözleşmeler.
- g) Belirli bir tarihte veya dönemde yapılması gereken, konaklama, eşya taşıma, araba kiralama, yiyecek-içecek tedariki ve eğlence veya dinlenme amacıyla yapılan boş zamanın değerlendirilmesine ilişkin sözleşmeler.
- ğ) Elektronik ortamda anında ifa edilen hizmetler veya tüketiciye anında teslim edilen gayrimaddi mallara ilişkin sözleşmeler.
- h) Cayma hakkı süresi sona ermeden önce, tüketicinin onayı ile ifasına başlanan hizmetlere ilişkin sözleşmeler.

Görüldüğü üzere cayma hakkının kullanılmasının satıcı yahut sağlayıcı için makul sonuçlara yol açmayacağı bazı durumlar cayma hakkı kapsamının dışında bırakılmıştır. Örnek vermek gerekirse e) bendi çerçevesinde teslim edilen bir kitap cayma hakkı süresi içerisinde okunup o kitabın tüketici için alınma gayesi büyük ölçüde gerçekleştirilmiş olacağından cayma hakkı kullanılması satıcı için oldukça yıkıcı sonuçlara yol açabilecektir. Aksi durumda tüm kitaplar cayma süresi içerisinde iade edilebilir ve kitap satıcılarının gelir sağlamaksızın bedelsiz olarak çalışan bir kütüphaneden farkı kalmazdı. Bunun dışında ç) bendi çerçevesinde satılan iç çamaşırı için cayma hakkının kullanılması elbette ki hijyen açısından oldukça sıkıntılı sonuçlara yol açabilecektir. Bu gibi çoğaltılan örnekler kanun koyucuyu cayma hakkının kullanılmasının sınırlanması yoluna gitmeye itmiştir.

Peki cayma hakkı hukuki olarak nasıl ifade edilmektedir? Bir görüşe göre cayma hakkı kullanma hakkının süresi son bulana kadar taraflar arasındaki sözleşme askıda hükümsüzdür, ancak bu süre geçtikten sonra hüküm ifade etmeye başlar.¹⁴

¹⁴ Aydın Zevkliler – Murat Aydoğdu, **Tüketicinin Korunması Hukuku**, Ankara: Seçkin Yayınları, 2004, s. 250.

İkinci bir görüş ise mesafeli sözleşmeleri şartlı olarak kurulmuş sayar. Bu görüşe göre mesafeli sözleşme aslında şartlı olarak kurulmuştur. Eğer tüketici cayma beyanını açıklamaz ve bu hakkını kullanmaz ise sözleşme iradi olarak şartın gerçekleşmesi ile baştan itibaren hüküm doğurmaya başlar.¹⁵ Son olarak bir diğer görüş ise sözleşmenin askıda geçerli olduğunu savunur. Bu durumda sözleşme ilk görüşün aksine baştan itibaren hüküm ifade edecektir.¹⁶ Neticede belirtilmelidir ki cayma hakkının niteliği bir sözleşmeden dönme hakkıdır. Tüketicie verilen bu hak gereği sözleşme en baştan itibaren geçerli olacak ancak tüketici cayma hakkını kullanarak sözleşmeden dönmek suretiyle sözleşmeyi sonlandırabilecektir.

Cayma Hakkının Kullanılması

Peki tüketicinin mesafeli sözleşmelerdeki en büyük silahı olan cayma hakkı nasıl kullanılacaktır? Kanun koyucu cayma hakkının kullanılması için öngörülen süre içerisinde bu beyanın karşı tarafa yöneltilmiş olmasını yeterli görmektedir. Buna göre cayma hakkının kullanım süresi içerisinde karşı tarafa yöneltilen beyanlar bu süre içerisinde karşı tarafa ulaşmasa dahi sonuç doğuracak ve tüketici o sözleşme için cayma hakkını kullanmış sayılacaktır. Beyanın karşı tarafa yazılı olarak iletilmesi gerekmektedir. Yönetmeliğin 11. maddesi bu hususu hükme bağlamış ayrıca tüketiciye bu beyanı kalıcı veri saklayıcısı ile iletme imkanı da tanımıştır. 13 Haziran 2014 tarihinde Resmi Gazete’de yer alan Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu Yönetmeliği’nde kalıcı veri saklayıcısı şu şekilde tanımlanmıştır:

“Tüketicinin kendisine gönderilen bilgiyi, bu bilginin amacına uygun olarak makul bir süre incelemesine elverecek şekilde kaydedilmesini ve değiştirilmeden kopyalanmasını sağlayan ve bu bilgiye aynen ulaşılmasına imkân veren kısa mesaj, elektronik posta, internet, disk, cd, dvd, hafıza kartı ve benzeri her türlü araç veya ortamı,”

¹⁵ Savaş Bozbel – Murat Atalı, “Mesafeli Sözleşmelerde Cayma Hakkının Kullanılması ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar”, **Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi**, C. 9, S. 1-2, 2005, s. 455.

¹⁶ Zevkliler – Aydoğdu, a.g.e.

Tüketiciye bu yol ile birlikte de sözleşmeden cayma hakkı verilmiş ve yazılı olarak beyanın karşıya iletilmesi yoluna bir alternatif getirilmiştir.

Burada üzerinde durulması gereken bir diğer husus ise tüketicinin bu hakkı kullandığını ispat etmesi gerektiğidir. Öyle ki her ne kadar satıcı yahut sağlayıcıya bildirim alındığını teyit etmek gibi bir yükümlülük yüklenildiyse de neticede tüketici hakkı kullandığını ispat etmelidir. Bunun için ise en güvenilir yol olarak bildirim noter kanalı ile satıcı yahut sağlayıcıya yöneltilmesi olarak görülmektedir.

Kanunda cayma hakkı için öngörülen kullanım süresinin 14 gün olduğunu belirtmiştik. Bu konuda üzerinde durulması gereken önemli bir husus daha bulunmaktadır. Eğer söz konusu sözleşme bir mal teslimine ilişkin ise cayma hakkının kullanım süresi malın tüketiciye tesliminden sonra işlemeye başlayacaktır. Ancak belirtilmelidir ki tüketici mal kendisine teslim edilinceye kadar da cayma hakkını kullanabilecektir. Eğer sözleşme bir hizmetin alınmasına ilişkin ise 14 günlük bu süre sözleşmenin kurulduğu günden itibaren işlemeye başlayacaktır.

Cayma hakkı kullanıldıktan sonra satıcı yahut sağlayıcı tüketicinin yapmış olduğu tüm ödemeleri tek seferde iade etmelidir. Bu iade sürecinde tüketiciye herhangi ek bir yükümlülük getirilemeyeceği de söylenmelidir. Satıcı yahut sağlayıcı tüketicinin ödemeyi nasıl yaptığına dikkat ederek iade etmelidir. Örneğin kredi kartı ile satış gerçekleşmişse bedel banka aracılığı ile iade edilmeli, nakit ödeme yapılmışsa tüketiciye nakit olarak ödeme yapılmalıdır.

Bu hakkın kullanımından sonra tüketici malı 10 gün içerisinde geri göndermelidir. Önemle belirtmelidir ki tüketici mutata kullanımdan kaynaklanan herhangi değişim yahut bozulmadan sorumlu tutulamayacaktır. Mutata kullanımdan ne anlatılmak istediği yönetmeliğin 13. maddesinde açıklanmıştır. Buna göre :

“Tüketici, cayma süresi içinde malı, işleyişine, teknik özelliklerine ve kullanım talimatlarına uygun bir şekilde kullandığı takdirde meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan sorumlu değildir.”

Bir diğer bir anlatımla olağan olmayan kullanımı nedeni ile o malda bir değişiklik yahut bozulma meydana gelirse tüketicisi bunlardan sorumlu olacaktır.

Son olarak cayma hakkının yan sözleşmelere olan etkisinden bahsetmek yerinde olacaktır. Yönetmeliğin 14. maddesine göre cayma hakkının kullanılması o sözleşmeye bağlı yan sözleşmeleri de sona erdirmektedir. Tüketicisi bu sona eren sözleşme için herhangi bir masraf, tazminat ve cezai şart da ödemeyecektir. Bununla birlikte satıcı veya sağlayıcıya ek bir yükümlülük olarak sözleşmenin yan tarafı olan 3. kişiyeye cayma hakkının kullanıldığının bildirilmesi eklenmiştir.

Ön Bilgilendirme

Mesafeli sözleşmelerde tüketicisiyi cayma hakkı ile birlikte koruyan en önemli kavram belki de satıcı veya sağlayıcıya getirilen ön bilgilendirme yükümlülüğüdür. Bu yükümlülük kapsamında tüketicisiye hangi bilgilerin verilmesinin zorunlu olduğu yönetmeliğin 5. maddesinde açıkça sayılmıştır:

- a) Sözleşme konusu mal veya hizmetin temel nitelikleri,
- b) Satıcı veya sağlayıcısının adı veya unvanı, varsa MERSİS numarası,
- c) Tüketicisinin satıcı veya sağlayıcı ile hızlı bir şekilde irtibat kurmasına imkan veren, satıcı veya sağlayıcısının açık adresi, telefon numarası ve benzeri iletişim bilgileri ile varsa satıcı veya sağlayıcısının adına ya da hesabına hareket eden kimliği ve adresi,
- ç) Satıcı veya sağlayıcısının tüketicisinin şikayetlerini iletmesi için (c) bendinde belirtilenden farklı iletişim bilgileri var ise, bunlara ilişkin bilgi,
- d) Mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam fiyatı, niteliği itibariyle önceden hesaplanamıyorsa fiyatın hesaplanma usulü, varsa tüm nakliye, teslim ve benzeri ek masraflar ile bunların önceden hesaplanamaması halinde ek masrafların ödenebileceği bilgisi,
- e) Sözleşmenin kurulması aşamasında uzaktan iletişim aracının kullanım bedelinin olağan ücret tarifesi üzerinden hesaplanamadığı durumlarda, tüketicilere yüklenen ilave maliyet,

- f) Ödeme, teslimat, ifaya ilişkin bilgiler ile varsa bunlara ilişkin taahhütler ve satıcı veya sağlayıcının şikayetlere ilişkin çözüm yöntemleri,
- g) Cayma hakkının olduğu durumlarda, bu hakkın kullanılma şartları, süresi, usulü ve satıcının iade için öngördüğü taşıyıcıya ilişkin bilgiler,
- ğ) Cayma bildirimının yapılacağı açık adres, faks numarası veya elektronik posta bilgileri,
- h) 15 inci madde uyarınca cayma hakkının kullanılmadığı durumlarda, tüketicinin cayma hakkından faydalanamayacağına ya da hangi koşullarda cayma hakkını kaybedeceğine ilişkin bilgi,
- ı) Satıcı veya sağlayıcının talebi üzerine, varsa tüketici tarafından ödenmesi veya sağlanması gereken depozitolar ya da diğer mali teminatlar ve bunlara ilişkin şartlar,
- i) Varsa dijital içeriklerin işlevselliğini etkileyebilecek teknik koruma önlemleri,
- j) Satıcı veya sağlayıcının bildiği ya da makul olarak bilmesinin beklendiği, dijital içeriğin hangi donanım ya da yazılımla birlikte çalışabileceğine ilişkin bilgi,
- k) Tüketicilerin uyuşmazlık konusundaki başvurularını Tüketici Mahkemesine veya Tüketici Hakem Heyetine yapabileceklerine dair bilgi.

Yukarıda sayılanların her biri ön bilgilendirme formunda yer almak zorundadır. Bununla birlikte bu bilgilerin tüketicinin rahatlıkla anlayabileceği açık, sade ve okunaklı bir dille ve en az 12 punto büyüklüğündeki yazı ile yazılması gerekmektedir.

Cayma hakkı ile bağlantılı olarak burada üzerinde önemle belirtilmesi gereken bir husus bulunmaktadır. Öyle ki satıcı yahut sağlayıcı tüketiciye cayma hakkı ile ilgili gerekli bilgiyi vermediği durumda tüketici 14 günlük süre ile bağlı değildir. Ancak ve ancak bu bilgilendirme verildikten sonra 14 günlük süre tüketici için işlemeye başlayacaktır. Bununla birlikte cayma hakkının kullanılması için 1 yıllık bir üst sınır bulunduğu da gözlerden kaçmamalıdır. Cayma hakkı dışında diğer hususlarda bilgilendirmenin eksik yapılması durumunda herhangi bir yaptırım öngörülmemiştir.¹⁷ Yalnızca bilgilendirmenin es geçilmesi halinde bir idari para cezası mevcuttur.

¹⁷ Kazmacı, Özge Uzun, a.g.e., 2803.

Sözleşmenin Şekli

Mesafeli sözleşmelerin kuruluşu açısından açıkça bir şekil şartı öngörülmemiştir. Ancak bununla birlikte ön bilgilendirme yükümlülüğünün uzaktan iletişim aracının türüne göre yazılı olarak hazırlanması gerektiği açıktır. Neticede bir şekil şartının varlığından bahsedilmesi olanaksızdır. Bununla birlikte öğretide resmi şekil şartının söz konusu olduğu durumlarda sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak kurulamayacağı savunulmuştur.¹⁸ Bununla birlikte e-imzanın gelişmesi ve yaygınlaşması ile birlikte gelecekte birçok farklı sözleşmenin daha mesafeli sözleşme olarak kurulmasının mümkün olabileceği tahmin edilmektedir.

¹⁸ Zevkliler – Özel, a.g.e., s. 333.

Sonuç

Mesafeli sözleşmelerin kurulma sayısı her geçen gün artmaktadır. Özellikle tüketicilerin bu sözleşmeler kapsamında aldatılmasının önüne geçip onları korumak isteyen mevcut hukuk sistemi bu bakımdan ön bilgilendirme ve cayma hakkı gibi önlemler öngörmüştür. Bununla birlikte henüz yeni sayılabilecek bu alanda bazı eksikler bulunduğu da muhakkaktır. Özellikle AB direktiflerinin etkisi ile hazırlanan mevzuatların etkin bir şekilde uygulanması ve tüketicilerin bilinçlendirilmesi hem AB yolunda uyum süreci açısından ülkemize yarar sağlayacak hem de ülke içerisindeki vatandaşların mağdur edilmesinin önüne geçilecektir.

Kaynakça

Bozbel, Savaş – Atalı, Murat, Mesafeli Sözleşmelerde Cayma Hakkının Kullanılması ve Ortaya Çıkan Hukuki Sorunlar, **Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi** C. 9, S. 1-2, 2005.

Dönmez, Zeynep, “2011/83/EU Sayılı Tüketici Hakları Direktifi ve Bu Direktifin Mesafeli Sözleşmeler Alanında Türk Hukuku'na Yansımaları”, **İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, C.7, C.1, 2016.

Kuğuoğlu, Dilşad - Kalkan, Nilhan, “Mesafeli Sözleşmeler”, **İstanbul Barosu Dergisi**, C. 90, S.4, 2016.

Ozanoğlu, Hasan Seçkin, “Tüketici Sözleşmeleri Kavramı”, **Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, C. 50, S. 1, 2001.

Uzun Kazmacı, Özge, “İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, **Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi**, C. 22, S. 3, 2016.

Zevkliler, Aydın – Aydoğdu, Murat, **Tüketicinin Korunması Hukuku**, Ankara: Seçkin Yayınları, 2004.

Zevkliler, Aydın – Özel, Çağlar, **Tüketicinin Korunması Hukuku**, Ankara: Seçkin Yayınları, 2016.