

**T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE’DE TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞMELERİ
BAKIMINDAN FİNANSAL TÜKETİCİNİN KORUNMASI VE
SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ ÇERÇEVESİNDE BİR
TÜRKİYE DEĞERLENDİRMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Barış SANCAK

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Tuba AKÇURA KARAMAN

EKİM 2017

**T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE’DE TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞMELERİ
BAKIMINDAN FİNANSAL TÜKETİCİNİN KORUNMASI VE
SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ ÇERÇEVESİNDE BİR
TÜRKİYE DEĞERLENDİRMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Barış SANCAK

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Tuba AKÇURA KARAMAN

EKİM 2017

ÖNSÖZ

Bu tezin ortaya çıkış sürecindeki katkılarından ötürü; Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu Başkan Yardımcısı Sn. Mehmet Ali İSLAMOĞLU'na, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu İştirakler Birimi Grup Koordinatörü Sn. Başar BAŞARAN'a, anabilim dalı başkanım Sn. Prof. Dr. Sahir KARAKAYA'ya, tez danışmanım Sn. Doç. Dr. Tuba AKÇURA KARAMAN'a, Sn. Doç. Dr. Ebru CEYLAN'a, Sn. Doç. Dr. Zelha ALTINKAYA'ya, bütün anabilim dalı hocalarıma ve desteklerini daima yanımda hissettiğim aileme teşekkürü borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR	vii
RESUME.....	viii
ABSTRACT	x
ÖZET.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

FINANSAL TÜKETİCİNİN KORUNMASI KAVRAMI

I. GENEL OLARAK TÜKETİCİNİN KORUNMASI.....	5
A. Tüketim Kavramı.....	5
1. Tüketici.....	6
2. İhtiyaç.....	10
3. Fayda.....	11
4. Mal ve Hizmet.....	12
5. Üretim ve üretici.....	13
B. Tüketicinin Korunması Kavramı.....	14
1. Tüketicinin Korunması Gerekliliğinin Dayanakları.....	14
2. Tüketicinin Korunmasının Amaçları	18
3. Tüketicinin Korunmasının Araçları	20
a. Tüketiciler.....	20
b. Devlet.....	20
c. Medya	21

d. Bilim İnsanları.....	22
e. Üreticiler ve Piyasa	23
f. Tüketici Kuruluşları	23
4. Tüketicinin Korunması Kavramının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	25
a. Tüketicinin Korunması Kavramının Dünya Geneline Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	25
b. Tüketicinin Korunması Kavramının Türkiye Geneline Ortaya Çıkışı ve Gelişimi.....	30
II. KAVRAMLAR	33
A. Finansal Tüketici	33
1. Tanım ve Kapsamı	33
2. Kavramın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi.....	34
3. Finansal Tüketici Kavramının Önemi	38
B. Finansal Hizmet.....	40
C. Kredi Kuruluşu.....	40
D. Tüketici Kredisi	42
1. Tanım ve Kapsamı	42
2. Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	44
3. Türleri.....	46
a. Nakit Tüketici Kredileri	46
b. Kredili Mevduat Hesabı.....	47
c. Kredi Kartı.....	47
d. Taksitli Nakit Avans Kredisi	49
e. Finansman Şirketlerine Özgü Tüketici Finansmanı	50
f. Katılım Bankacılığına Özgü Tüketici Finansmanı Sözleşmeleri.....	51

İKİNCİ BÖLÜM

FINANSAL TÜKETİCİNİN TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞMELERİ BAKIMINDAN KORUNMASI

I. SÖZLEŞMENİN KURULMASINDAN ÖNCEKİ AŞAMADA KORUMA....	53
A. Efektif Yıllık Faiz Oranı	54
B. Reklamların Zorunlu İçeriği	55
C. Sözleşme Öncesinde Tüketiciciyi Bilgilendirme Yükümlülüğü.....	56
D. Sözleşme Öncesinde Tüketiciciyi Aydınlatma Yükümlülüğü	62
E. Tüketicinin Borca Batmasını Önleyecek Tedbirlerin Alınması	63
1. Tüketici İşlemlerinde Bileşik Faizin Yasak Olması.....	64
2. Tüketici Kredilerinin Miktar Bakımından Sınırlandırılması	65

3. Tüketici Kredilerinin Süre Bakımından Sınırlandırılması	66
II. SÖZLEŞMENİN KURULMASI AŞAMASINDA KORUMA	67
A. Sözleşmede Uyulması Gereken Şekil Şartları Bakımından Koruma	67
B. Sözleşmede Yer Alması Gereken Bilgilere İlişkin Emredici Hükümler Bakımından Koruma	69
C. Cayma Hakkının Kullanımı	72
III. SÖZLEŞMENİN İFASI AŞAMASINDA KORUMA	74
A. Faiz Oranına ve Faiz Oranında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Sınırlamalar	74
B. Krediyle İlişkili Açılacak Hesaplara İlişkin Sınırlamalar	77
C. Tüketiciden Talep Edilebilecek Ücretlere İlişkin Sınırlamalar	77
1. Ücretlendirilebilecek Ürün ve Hizmetler	78
2. Ücretlendirilebilecek Ürün ve Hizmetlere İlişkin Miktar Sınırlamaları	84
3. Ücretlendirilebilecek Ürün ve Hizmetlere İlişkin Süre Sınırlamaları	84
D. Sözleşmede Değişiklik Yapılmasına İlişkin Sınırlamalar	85
E. Sözleşme İlişkisi Devam Ederken Bilgilendirme Yükümlülüğü	87
F. Tüketicinin Erken Ödeme Yapabilme İmkânı	88
G. Sigorta Yaptırılmasına İlişkin Sınırlamalar	91
IV. SÖZLEŞMENİN SONA ERDİRİLMESİ AŞAMASINDA KORUMA	93
A. Belirli Süreli Tüketici Kredisi Sözleşmelerinin Sona Erdirilmesine İlişkin Sınırlamalar	93
1. Tüketicinin Temerrüdü Dolayısıyla Sözleşmenin Sona Erdirilmesi	93
2. Haklı Sebep Dolayısıyla Sözleşmenin Sona Erdirilmesi	96
B. Belirsiz Süreli Tüketici Kredisi Sözleşmelerinin Sona Erdirilmesine İlişkin Sınırlamalar	97

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ KAVRAMI VE TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞMELERİ BAKIMINDAN TÜKETİCİYİ KORUYAN HÜKÜMLERİN SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

I. SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ KAVRAMI	99
A. Freiburg Okulu	99
1. Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	99
2. Temel İlkeleri	101

B. Tanımsal Çerçeve	102
C. Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	102
D. Temel İlkeleri	105
II. SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ VE TÜKETİCİNİN KORUNMASI KAVRAMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ	107
III. TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞMELERİ BAKIMINDAN TÜKETİCİYİ KORUYAN HÜKÜMLERİN SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ.....	108
A. Sözleşmenin Kurulmasından Önceki Aşamadaki Korumanın Değerlendirilmesi	108
B. Sözleşmenin Kurulması Aşamasındaki Korumanın Değerlendirilmesi	115
C. Sözleşmenin İfası Aşamasındaki Korumanın Değerlendirilmesi	119
D. Sözleşmenin Sona Erdirilmesi Aşamasındaki Korumanın Değerlendirilmesi	127
SONUÇ.....	128
KAYNAKÇA.....	136

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

BDDK: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu

BK: 5411 sayılı Bankacılık Kanunu

BKİİY: 26333 RG sayılı Bankaların Kredi İşlemlerine İlişkin Yönetmelik

BKKKK: 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu

c: Cümle

EEC: European Economic Community

EC: European Community

EFT: Elektronik Fon Transferi

eTKHK: Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

f: Fıkra

FFFK: 6361 sayılı Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketleri Kanunu

m: Madde

RG: Resmi Gazete

TBK: 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu

TCMB: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

TKHK: 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

TKSY: 29363 RG sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği

TMK: 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu

TRHTUY: 29232 RG sayılı Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği

RESUME

Malgré la longue histoire des services financiers, l'histoire de la consommation financière à échelle de masse est plutôt assez courte. La consommation financière, dont nous avons connue d'abord les exemples initiaux avec l'émergence des crédits à la consommation, au début du 20^{ème} siècle dans une conjoncture de tendance croissante des taux d'intérêt libéralisés et où on a commencé à fournir les biens de consommation durables en masse, est parvenue avec le temps à de grandes ampleurs en raison de la croissance économique, du développement technologique, des souhaits et demandes du consommateur ainsi que de la hausse de la variété des produits liée à ces changements. Toutefois, le développement de la consommation financière a également causé certains problèmes. Dans le processus de consommation financière, surtout les pratiques injustes causées par le déséquilibre de puissance et l'asymétrie d'information entre les agences d'évaluation du crédit et les consommateurs, ont affecté les consommateurs de masse de manière négative et ont engendré la nécessité de la protection du consommateur dans le domaine des services financiers.

L'économie de marché social est une conception d'économie de marché qui se base sur la liberté de marché mais qui intègre également des éléments de l'ordre social. L'idée de l'économie de marché social, différent de l'économie de marché libre classique, s'approprie la réalisation des objectifs sociaux comme le but essentiel, en dépit des objectifs de marché. Prenant en compte l'aspect de la politique sociale de la protection établie aux consommateurs par le biais des dispositions légales, on note la présence de l'idée de l'économie de marché social dans la base des économies de marché libre où les dispositions protégeant le consommateur sont en vigueur.

En tant qu'une perspective de la relation entre les termes de l'économie de marché social et la protection du consommateur, le thème principal de notre thèse se compose de la recherche sur le niveau de la compatibilité de la protection assurée aux consommateurs financiers au sujet des contrats de crédits à la consommation et de l'économie de marché social, à la lumière des dispositions prévues par la législation. Dans la première partie de notre thèse, nous avons abordé le sujet de la protection du consommateur financier de manière conceptuelle, dans ce cadre nous avons d'abord étudié les processus de la consommation et de la protection du consommateur dans leur ensemble, par la suite nous avons analysé les termes concernant directement le processus de la protection du consommateur financier. Dans la deuxième partie, nous avons pris en compte le sujet de la protection du consommateur financier concernant les contrats de crédits à la consommation avec une classification basée sur les différentes étapes du contrat, à la lumière des dispositions légales en Turquie. Dans l'étude de cette problématique, nous avons également recourue au droit de la consommation de l'UE et parfois aux droits internes des Etats européens. Dans la

troisième partie, nous avons examiné dans quelle mesure la protection assurée au consommateur financier selon les phases du contrat offert dans la deuxième partie, est compatible avec les nécessités de l'économie de marché social. Dans la conclusion, en réalisant une évaluation générale, nous avons analysé combien la Turquie est proche de devenir une économie de marché social dans le contexte de la protection assurée au consommateur au sujet des contrats de crédit de consommation et nous avons avancé nos points de vue dans cette perspective.



ABSTRACT

Although financial services has a long history, financial consumption on a mass scale relatively has a newer history. At the beginning of the 19th century, in an environment where consumer durables were started to be supplied in massive sizes and liberalized interest rates evolved in the direction of increase, financial consumption the primary examples of which we witnessed for the first time along with issuing consumer credits, has reached to large sizes in time as a result of economic growth, technological improvements, the desire and demand of the consumer and accordingly, the increase in product variety. However, while financial consumption has been improving on the one hand, it has brought along some problems on the other. During the financial consumption process, unfair practices caused by the power imbalance and the asymmetrical information between the credit institutions and the consumer caused a broad range of consumer group to be adversely affected, and led to the need for consumer protection in the field of financial services.

The social market economy is a market economy idea based on free market conception, but also an idea contains elements concerning social order within itself. The social market economy idea, as distinct from classical free market economy, adopts realizing social targets as main purposes alongside market targets. Taking into account social aspects of the protection provided consumers via legislative regulations, it can be concluded that the social market economy idea lies behind at the heart of the free market economies in which consumer protective regulations are in action.

As a picture of the relation between the social market economy and consumer protection concepts, analyzing the compatibility level of the protection provided financial consumers in terms of consumer credit agreements in consideration of the regulations in our laws constitutes our thesis main theme. In the first part of the thesis, financial consumer protection issue is conceptually handled in this context and within this framework consumption and consumer protection processes are handled as a whole, then the concepts regarding the direct financial consumer protection are included. In the second part, the issue of financial consumer protection is put forth in the light of the regulations in Turkish law in terms of consumer credit agreements, with a dissection based on the various phases of the arrangement. While analyzing the issue, EU consumer law and partly the domestic laws of European countries are also utilized. In the third part, it is assessed that how compatible the protection provided financial consumers with reference to the various phases of the arrangement which was referred in the second part with the requirements of the social market economy. At the end of the study, by making an overall assessment, it is tried to exhibit how close Turkey to be a social market economy in the context of the protection provided financial consumers in terms of consumer credit arrangements, and in this context our opinions are taken place.

ÖZET

Finansal hizmetlerin geçmişi oldukça eski olmasına rağmen, kitlesel boyutlardaki finansal tüketimin geçmişi nispeten oldukça yenidir. 20'nci yüzyılın başlarında, dayanıklı tüketim mallarının kitlesel boyutlarda arz edilmeye başlandığı ve liberalize edilmiş faiz oranlarının artış yönünde evrildiği bir ortamda ilk defa tüketici kredilerinin sunulmaya başlanması ile birlikte öncül örneklerine şahit olduğumuz finansal tüketim, zaman içerisinde, ekonomik büyüme, teknolojik ilerlemeler, tüketicinin istek ve talepleri ile bunlara bağlı olarak ürün çeşitliliğinde meydana gelen artışın bir sonucu olarak geniş boyutlara ulaşmıştır. Ancak, finansal tüketim bir taraftan büyüyüp gelişirken, diğer taraftan da, bir takım problemleri beraberinde getirmiştir. Finansal tüketim sürecinde, özellikle, kredi kuruluşları ile tüketiciler arasındaki güç dengesizliği ve bilgi asimetrisinin neden olduğu haksız uygulamalar geniş tüketici kitlelerinin olumsuz etkilenmesine ve finansal hizmetler alanında tüketicinin korunması ihtiyacının doğmasına yol açmıştır.

Sosyal piyasa ekonomisi, piyasa serbestisi esasına dayanan fakat aynı zamanda sosyal düzene ilişkin elementleri bünyesinde barındıran bir piyasa ekonomisi fikridir. Sosyal piyasa ekonomisi fikri, klasik serbest piyasa ekonomisinden farklı olarak, piyasa hedeflerinin yanısıra, sosyal hedeflerin de gerçekleştirilmesini temel amaç olarak benimser. Tüketicilere yasal düzenlemeler aracılığıyla sağlanan korumanın sosyal politika boyutu göz önünde bulundurulduğunda, tüketiciyi koruyucu düzenlemelerin yürürlükte bulunduğu serbest piyasa ekonomilerinin özünde sosyal piyasa ekonomisi fikrinin yattığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Sosyal piyasa ekonomisi ile tüketicinin korunması kavramları arasındaki ilişkinin bir görünümü olarak, mevzuatımızda yer alan düzenlemeler ışığında finansal tüketicilere tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından sağlanan korumanın sosyal piyasa ekonomisi ile uyumluluk düzeyinin araştırılması tezimizin ana temasını oluşturmaktadır. Tezimizin ilk bölümünde, finansal tüketicinin korunması kavramsal olarak ele alınmış, bu çerçevede, öncelikle, tüketim ve tüketicinin korunması süreçleri bir bütün olarak işlenmiş, ardından, doğrudan finansal tüketicinin korunması süreciyle ilişkili kavramlara yer verilmiştir. İkinci bölümde, finansal tüketicinin Türk hukukundaki düzenlemeler ışığında tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından korunması meselesi sözleşmenin farklı aşamalarının esas alındığı bir tasnif ile ortaya konulmuştur. Meselenin incelenmesinde yer yer AB tüketici mevzuatından ve Avrupa ülkelerinin iç mevzuatlarından da yararlanılmıştır. Üçüncü bölümde, ikinci bölümde yer verilen sözleşmenin aşamalarına göre finansal tüketiciye sağlanan korumanın sosyal piyasa ekonomisinin gereklerine ne denli uyumlu olduğu değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise, genel bir değerlendirme yapılarak, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından finansal tüketicilere sağlanan koruma bağlamında Türkiye'nin bir sosyal piyasa ekonomisi olmaya ne kadar yakın olduğu ortaya konulmaya çalışılmış ve bu bağlamda görüşlerimize yer verilmiştir.

GİRİŞ

Tüketicinin korunması kavramı, ekonomik ve sosyal anlamda güçsüz olanın korunması sorununun önemli bir görünümünü ifade eder¹. Taraflardan birinin diğerine göre daha güçsüz olduğu ve buna bağlı olarak özel hukuki korumaya muhtaç olan kişiler (yaşlılar, çocuklar, kadınlar, engelliler, yoksullar vb.) arasında tüketicilerin de bulunduğu görüşü hakimdir². Dolayısıyla, tüketiciler, ideal hukuk bağlamında değerlendirildiğinde, kendilerine hukuk düzeni tarafından koruma sağlanması gereken kişiler arasında yer almaktadır.

J.F. Kennedy, “Tüketiciler hepimizden oluşmaktadır.” sözleriyle başladığı 15 Mart 1962 tarihli Amerikan Kongresi’ne seslendiği konuşmasının devamında, tüketicilerin neredeyse kamu ve özel sektöre ilişkin karar süreçlerinin tümüne etki eden ve bu kararlardan etkilenen ekonomideki en büyük grup olduğunu, ekonomideki harcamaların üçte ikisinin tüketiciler tarafından gerçekleştirildiğini ve fakat ekonomik sistem içerisinde etkin biçimde organize olamamış ve sesini duyuramamış tek önemli grubun da tüketiciler olduğunu ifade etmiştir³.

Tüketicinin korunması meselesinin arz ettiği önemin büyüklüğünün yanında, finansal hizmet satın alan tüketicilerin (finansal tüketicilerin) korunması apayrı bir önem arz etmektedir. Elizabeth Warren Demokrasi Dergisi’nin Yaz 2007 baskısı için kaleme aldığı yazısında bu durumu şöyle açıklamaktadır: “Beşte bir olasılıkla evinizi alevler içerisinde bırakarak yakıp kül edecek bir tost makinasını satın almanız mümkün değildir. Fakat, mevcut bir evin mortgage ile ipotek ettirilerek aynı beşte birlik olasılıkla bir ailenin sokağa atılması ihtimali mümkündür –ve dahi mortgage bu gerçeği ev sahibine ifşa etmez. Benzer şekilde, bir tost makinasının fiyatını satın alındığı andan itibaren değiştirmek mümkün değildir. Fakat, sözleşmenin imzalanmasından çok sonraları bile, tüketicinin sözleşmeden doğan kredi

¹ Ayşe Havutçu, **Tüketicinin Genel İşlem Şartlarına Karşı Korunması**, İzmir 2003, s.19; Aydın Zevkliler, **Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun**, İzmir 1996, s.8.

² Zevkliler, **a.g.e.**, s.8.

³ <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108>

yükümlülüklerini tam ve zamanında yerini getirmiş olması halinde dahi, satın alınan şeyin finansmanı için kullanılan kredinin maliyetinin üçe katlanması mümkündür. Neden tüketiciler elle tutulabilir ürünleri nakit kullanarak satın aldıklarında güvende olurlarken, mortgage ve kredi kartı gibi olağan finansal hizmetleri satın aldıklarında kreditorün merhametine muhtaç hale gelirler? İki piyasa arasındaki fark ‘düzenleme’dir”⁴. Finansal tüketicinin korunmaya muhtaç oluşunu belki de en iyi özetleyen ifade, bir Alman-Amerikan ev hanımı tarafından 1882 yılında *New Yorker Volks-Zeitung* gazetesine yazılan mektupta yer alan şu ifadelerdir: “Her şeyi krediyle alıyorum, ta ki limitim dolana kadar. Ardından başka bir mağazaya gidiyorum ve orada da aynısını yapıyorum.”⁵.

20’nci yüzyılın başlarında ilk modern örneklerinin görüldüğü tüketici kredileri⁶, özellikle 80’li yılların ikinci yarısından itibaren tüm dünyada kredi piyasasındaki regülasyonun azalması ve elverişli makroekonomik atmosferin etkisiyle hızlı bir büyüme ve yayılma gerçekleştirmiştir⁷. Tüketici kredilerinin Türkiye’de yaygınlaşması da aynı döneme tekabül etmektedir. 1988 yılında açıklanan ekonomik paketin faiz oranlarını artırmasıyla birlikte firmaların kendi öz kaynaklarına yönelmeleri ve ticari kredi talebinin azalması bankaların ellerinde atıl fonların oluşmasına neden olmuştur. Yeni arayışlar içerisine giren bankalar, tüketici kredileri vasıtasıyla ellerinde bulunan atıl fonları yatırıma dönüştürerek risklerini dağıtmayı ve karlılıklarını artırmayı amaçlamışlardır⁸.

Tüketici kredilerinin yaygınlaştığı ve kredi piyasalarında regülasyon eksikliği olduğu bir ortamda, kredi kuruluşları ile tüketiciler arasındaki güç dengesizlikleri ve bilgi asimetrileri finansal tüketicinin korunmasını zorunlu kılarak kamu müdahalelerine ve düzenlemelerine gerekçe oluşturmaktadır⁹. Bu bakımdan, finansal tüketicinin, bankalar ile tüketiciler arasındaki ilişkinin temel vasıtalarından olan tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından yasalar ve yasaların öngördüğü biçimde idari

⁴ Elizabeth Warren, “Unsafe At Any Rate”, <http://democracyjournal.org/magazine/5/unsafe-at-any-rate/>, 15 Aralık 2016.

⁵ Lendon Calder, **Financing the American Dream: A Cultural History of Consumer Credit**, Princeton University Press, New Jersey 1999, s.41.

⁶ Rosa-Maria Gelpi, François Julien-Labruyère, **The History of Consumer Credit**, Macmillan Press, 2000, s.99.

⁷ Nuria Diez Guardia, “Consumer Credit In The European Union”, **ECRI Research Report**, No. 1 February 2002, s.10.

⁸ Arda Tekirdağ, “Türkiye’de Bireysel Kredi Artışı ve Risk Analizi”, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlilik Tezi, s.6.

⁹ BDDK, **Finansal Tüketicinin Korunması Eylem Planı**, Kasım 2014, s.14.

düzenleyici işlemler aracılığıyla korunması tüketicinin korunması amacının gerçekleştirilebilmesi açısından bir zorunluluktur.

Sosyal piyasa ekonomisi, sosyal eşitlik ile serbest girişimin bağdaştırılması fikri temelinde kendini gösteren, serbest piyasa esasına dayanan, fakat aynı zamanda sosyal elementleri bünyesinde barındıran bir piyasa ekonomisi fikridir¹⁰. Özgürlük, rekabet ve sosyallik ilkeleri üzerine inşa edilen sosyal piyasa ekonomisi fikri, bu ilkelerin gerçekleştirilmesi amacına yönelik olarak devlete aktif-yapıcı ve yönlendirici bir rol yükler¹¹. Tüketicuyu koruyucu önlemlerin alınması, gerek sosyal, gerekse de ekonomik boyutlarıyla sosyal piyasa ekonomisinin vasıfları arasındadır¹².

1982 Anayasası'nın, "Devlet, tüketicileri aydınlatıcı ve koruyucu tedbirleri alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder." şeklindeki 172'nci maddesi ile birlikte tüketicinin korunmasına yönelik olarak başlatılan anayasal koruma süreci, doğal olarak, finansal tüketicinin korunması bakımından da bir milat niteliği taşımaktadır. Takip eden süreçte 23 Şubat 1995 tarihinde çıkarılan 4077 sayılı eTKHK'nın genel anlamda tüketicuyu (dolayısıyla finansal tüketicuyu) koruyucu hükümlerinin yanı sıra, tüketici kredileri, kredi kartları ve konut finansmanı sözleşmeleri konularını düzenlemiş olması Türkiye'de finansal tüketicinin kanun bazlı korunmasının ilk örneklerini teşkil etmektedir.

4077 sayılı eTKHK'nın kabul edilmesinden on bir yıl sonra Şubat 2006'da kabul edilen 5464 sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu da, kart çıkaran kuruluşların¹³ kart hamiline¹⁴ karşı yükümlülüklerine ilişkin hükümler içermesi bağlamında, finansal tüketicuyu koruyucu düzenlemeler barındırmaktadır.

Devam eden süreçte, tüketici mevzuatının AB mevzuatı ile uyumlaştırılması gereksiniminin ortaya çıkmasıyla beraber, Kasım 2013'te 6502 sayılı TKHK

¹⁰ Klaus Dieter John, "The German Social Market Economy – (Still) a Model for the European Union?", **Theoretical and Applied Economics**, No:3/2007, s.4; Coşkun Can Aktan, **Anayasal İktisat**, İstanbul 1997, s.214; Werner Bonefeld, "Freedom, Crisis and the Strong State: On German Ordoliberalism"

¹¹ Aktan, **a.g.e.**, s.230 vd.

¹² KAS, "Sosyal Piyasa Ekonomisi ve İslam'daki Algılanışı", Ankara 2010, http://www.kas.de/wf/doc/kas_23417-1522-12-30.pdf?1108161446, 2 Ekim 2017, s.16

¹³ 5464 sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu, kart çıkaran kuruluşları, banka kartı veya kredi kartı düzenleme yetkisini haiz bankalar ile diğer kuruluşlar olarak tanımlamaktadır. <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5464.pdf>

¹⁴ 5464 sayılı Banka ve Kredi Kartları Kanunu, kart hamilini, banka kartı veya kredi kartı hizmetlerinden yararlanan gerçek veya tüzel kişiler olarak tanımlamaktadır. <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5464.pdf>

yasalaştırılmıştır. Böylece, 1995 tarih 4077 sayılı eTKHK’da düzenlenen tüketiciyi koruyucu hükümler 2013 tarih 6502 sayılı TKHK ile birlikte tekrardan ele alınarak, tüketiciler hukuku alanındaki güncel uluslararası düzenlemeler i hukukumuzda aktarılmıřtır¹⁵. Tüketiciyi koruyucu düzenlemelerin güncellenmiş olması finansal tüketicinin korunması alanına da yansımıştır. Bu yansımanın bir görünümü olarak, finansal tüketicinin korunmasına yönelik bir takım idari düzenleyici işlemler yapılmıştır. 6502 sayılı TKHK’nın dayanağını oluşturduğu bu düzenleyici işlemler arasında Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından çıkartılan 29138 RG sayılı Finansal Tüketicilerden Alınacak cretlere İlişkin Usl ve Esaslar Hakkında Yönetmelik ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından çıkartılan 29363 RG sayılı Tüketiciler Kredisiz Sözleşmeleri Yönetmeliği, 29188 RG sayılı n demeli Konut Satışları Hakkında Yönetmelik, 29369 RG sayılı Konut Finansmanı Sözleşmeleri Yönetmeliği, 29033 sayılı Tüketiciler Sözleşmelerindeki Haksız şartlar Hakkında Yönetmelik, 29188 RG sayılı Tüketiciler Hakem Heyetleri Yönetmeliği ve 29051 sayılı Tüketiciler Konseyi Yönetmeliği bulunmaktadır.

Bu bağlamda, Türkiye’de tüketiciler kredisiz sözleşmeleri bakımından tüketiciyi koruyan düzenlemelerin, geldikleri son nokta itibarıyla, bir sosyal piyasa ekonomisinin ihtiyaçlarına ne derece cevap verebildiğinin tespiti tezimizin amacını oluşturmaktadır.

¹⁵ Bkz. 6502 sayılı TKHK Gerekeesi

BİRİNCİ BÖLÜM

FİNANSAL TÜKETİCİNİN KORUNMASI KAVRAMI

I. Genel Olarak Tüketicinin Korunması

A. Tüketim Kavramı

Neoklasik iktisatçılar, tüketimi, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak maksadıyla ortaya koydukları bir davranış biçimi olarak nitelendirmektedirler¹⁶. İnsanların, ihtiyaçları (en azından zorunlu ihtiyaçları) ile birlikte var oldukları göz önünde bulundurulduğunda, tüketim olgusunun insanlığın ortaya çıkışı kadar eski olduğu söylenebilir.

Diğer bir tanıma göre tüketim, firmalar tarafından üretilmiş mal veya hizmetler ile bu mal veya hizmetlere yönelmiş taleplerin birleşmesi sonucu ortaya çıkan olgudur¹⁷.

Bir diğer tanıma göre tüketim, herhangi bir amacı olmaksızın, bir mal veya hizmetten yararlanan kişi açısından ortaya bir tatmin duygusu çıkaran olgudur¹⁸.

Başka bir tanıma göre ise tüketim, malların, arzuların karşılanması amacına yönelik olarak doğrudan doğruya kullanılmasını ifade eder¹⁹.

Yapılan farklı tanımların ortak özelliği ortada bir tüketicinin var olduğu gerçeğidir. Diğer taraftan, ihtiyaç, fayda, mal veya hizmet ile satıcı kavramları “tüketim” olgusunun tanımlanmasında karşılaşılan diğer kavramlardır.

¹⁶ Ömer Faruk Çolak, “Tüketim Üzerine”, **İktisat ve Toplum Dergisi**, Aralık 2011, s.32

¹⁷ Akipek, **a.g.e.**, s.63

¹⁸ Sam Adian, **İslam İktisat Teorisi ve Refah Toplumuna Geçiş**, Hong Kong 2014, s.576

¹⁹ Erdal M. Ünsal, **Mikro İktisat**, BigBang Yayınları, 10. Baskı, Ankara 2014, s.7

1. Tüketici

Tüketici tanımına ilk olarak 18'inci yy'da İngiltere'de tüketicinin korunması amacıyla düzenlenen Molony Komisyonu raporunda yer verildiği görülmektedir. Bu raporda tüketici, “kendi özel tüketimi için bir malı alan kişi” olarak tanımlanmıştır. Zaman içinde bu tanımın tüketici kavramının karşılanmasında eksik kaldığından hareketle 1932 yılındaki Donoghue v. Stevenson davasında, tüketici tanımı genişletilerek üretim zinciri sonunda bir mal veya hizmeti nihai olarak kullanan her kişinin tüketici olarak kabul edilmesi gerektiği benimsenmiştir²⁰.

Günümüze gelindiğinde tüketici tanımı daha kapsamlı bir hale gelmiştir. Buna göre, tüketicinin, ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayabilmek amacıyla, üretilen mal ve hizmetleri satın alarak kullanan, bunlardan yararlanan veya kendi kendine üretilip kendisi kullanan ve hiçbir mübadeleye sokmayan kişi, kurum ve aile şeklinde tanımlanması kabul görmektedir²¹.

Tüketici tanımı, geçmişten bugüne artan bir şekilde, konu, amaç ve kişi yönünden geniş sınırlara dayanmış bulunmaktadır. Yapılan nihai tanımlar, genellikle, konu denildiğinde tüketilen tüm mal ve hizmetleri, amaç denildiğinde doğrudan veya dolaylı kullanım ile bunlardan yararlanma amacını, kişi yönünden ise hem gerçek, hem de tüzel kişi olabilme özelliğini bünyesinde barındırmaktadır²².

Hukukumuzda, bugün yer alan ve geçmişte yer almış olan “tüketici” tanımlarına bakıldığında tüketici tanımının amaç yönünden genişleyen seyrini gözlemlemek mümkündür. 4077 sayılı eski Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un ilk halinde, “Bir mal veya hizmeti özel amaçlarla satın alarak nihai olarak kullanan veya tüketen gerçek veya tüzel kişi” olarak tanımlanan tüketici, aynı kanunda 4822 sayılı Kanunla yapılan değişiklikle, “Bir mal veya hizmeti ticari olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişi” olarak tanımlanmıştır. eTKHK'nın ilk halinde yer alan “özel amaçlarla satın alarak nihai olarak kullanan veya tüketen” ifadesi yerini 4822 sayılı Kanunla değişik eTKHK'da yer alan, “ticari olmayan amaçlarla edinen,

²⁰ Hakan Topbaş, Özlem Tüzüner, **Milli Şerh**, Aristo Yayınevi, 1.Baskı, İstanbul 2016, s.56

²¹ Akipek, **a.g.e.**, s.56

²² Akipek, **a.g.e.**, s.64

kullanan veya yararlanan” ifadesine bırakmıştır²³. eTKHK’nın son halinde yer alan tüketici tanımı daha geniş bir kapsama alanına sahiptir. Zira, eTKHK’nın ilk halindeki tüketici tanımı, bir ürünü kendi özel ihtiyaçları için satın alıp yine nihai olarak kendisi kullanan ve tüketen bir tüketici olgusuna işaret etmekteyken, eTKHK’nın son halindeki tüketici tanımında yer alan tüketici, bir ürünü özel amacına yönelik olarak satın almak ve nihai olarak kendisi kullanmak veya tüketmek zorunda değildir. Devam eden süreçte, eTKHK’nın son halindeki tüketici tanımının da ihtiyaçları karşılayamaması üzerine yeni bir tüketici tanımı yapılması ihtiyacı doğmuştur. Bu ihtiyacın bir sonucu olarak, 7/11/2013 tarihli ve 6502 sayılı yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunla tüketici tanımı, kapsama alanı genişletilerek yeniden yapılmıştır. Bu tanıma göre tüketici, “Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi” olarak tanımlanmıştır. Yeni tanıma göre tüketici tanımının kapsamı, eTKHK’daki tüketici tanımında yer alan “edinmek, kullanmak ve yararlanmak” fiillerini de içine alacak biçimde “ticari veya mesleki olmayan amaçla hareket etmek” olarak genişletilmiştir.

Hukukumuzda yer almış olan tüketici tanımları kişi yönünden incelendiğinde bir değişiklik, genişleme ya da daralma göze çarpmamaktadır. Zira yukarıda değinilen her üç tanımda da gerek gerçek kişiler gerekse de tüzel kişiler amaçlarının elverdiği ölçüde tüketici olarak kabul edilmişlerdir. Tüketici kavramının içeriğinin doldurulması kapsamında ticari veya mesleki amaç dışında hareket eden gerçek kişiler bakımından herhangi bir görüş ayrılığı yoktur. Nitekim, her insan gerçek kişidir ve ticari veya mesleki amaç gütmeyen açık veya örtülü olarak anlaşılan her gerçek kişi de tüketicidir. Tüzel kişilerin tüketici sıfatı bakımından ise, konu ikiye ayrılarak açıklanmaktadır. Nitekim, ticari veya mesleki olmayan amaç güden tüzel kişilerin, özel veya kişisel amaçla hareket etmeleri şartıyla tüketici sayılacakları mutlak olarak kabul edilmektedir. Ancak, tüzelkişi tacirlerin, yani şirketlerin tüketici sıfatına sahip olup olmayacakları tartışmalıdır. Zira, Türk Ticaret Kanunu’nda yer alan ticari iş karinesi ve bu karinenin tüzelkişi tacirler bakımından herhangi bir istisnayı öngörmemiş olması, şirketlerin tüketici sayılamayacağı görüşünün savunulması sonucunu doğurmaktadır²⁴. Bu yöndeki görüş yargı kararlarıyla da benimsenmiştir²⁵. Fakat,

²³ Kâmil Kadioğlu, “4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da 4822 Sayılı Kanun’la Yapılan Değişiklikler Hakkında İnceleme”, **TBB Dergisi**, Sayı 55, 2004, s.298.

²⁴ Bkz. 6102 sayılı TTK m.19

²⁵ Bkz. Yargıtay 19. Hukuk Dairesi’nin 16.03.2011 tarih K. 2011/3408 sayılı kararı, Bkz. Yargıtay 20. Hukuk Dairesi’nin 28.11.2001 tarih K. 2002/9761 sayılı kararı

diğer taraftan, TKHK’da yer alan tüketici tanımında tüzel kişiler de zikredilmiş, tüzelkişi tacirler bakımından herhangi bir istisna getirilmemiştir. Dolayısıyla, TKHK bakımından değerlendirildiğinde, ticari veya mesleki amaç dışında hareket eden her tüzel kişinin, buna elbetteki şirketler de dahil olmak üzere, tüketici olarak nitelendirilebilmelerinin önünde herhangi bir engel yoktur. O halde, TKHK kapsamında şirketlere de tüketici sıfatına sahip olma hakkı tanındığını söylemek mümkündür²⁶.

Görüşümüzce, TTK’nın m.19 f.1 hükmünün tüzelkişi tacirler bakımından düzenlediği ticari iş karinesi tüzelkişi tacirlerin tüketici olarak kabul edilebilmelerinin önünde engel teşkil etmektedir. TTK m.19 f.1’de, “Bir tacirin borçlarının ticari olması asıldır” hükmünün ardından sadece gerçek kişi tacirler bakımından geçerli olması mümkün olabilecek bir adi alan düzenlemesi yapılmıştır. Bu da, tacirin borçlarının ticari olmasının, sınırlı sayıda, tek bir istisnası olduğu yorumuna yol açmaktadır. Dolayısıyla, TKHK m.3/k hükmü her ne kadar tüketici tanımında istisna belirtmeksizin tüm tüzel kişilere göndermede bulunmuşsa da, buradan anlaşılması gereken, ticari veya mesleki olmayan amaç güden dernek, vakıf, sendika v.b. tüzel kişiler olmalıdır. Tüzelkişi tacirler olmamalıdır. Kanun Koyucunun iradesinin de bu yöndeki görüşümüzü desteklediği düşünülmektedir. Zira TKHK’nın Tasarı halindeki tüketici tanımında tüzel kişiler yer almamaktaydı. Buna göre, TKHK Tasarısı bu haliyle kanunlaşsaydı eğer, tüketici tanımı, “Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek kişi” biçiminde olacaktı. Hatta bu durum ilgili Kanun maddesinin gerekçesine de yansımış ve şu şekilde ifade edilmiştir: “4077 sayılı kanunla mukayese edildiğinde ‘Tanımlar’ maddesinden bazı tanımlar çıkarılmış, yeni bazı tanımlar eklenmiş, bazı tanımlar ise değiştirilmiştir. Yapılan en esaslı değişiklikler, tüzel kişilerin tüketici kavramının dışında tutulması ve tüketici işlemi kavramının genişletilmesidir.”. Gerek Tasarı halindeki tüketici tanımından, gerekse de ilgili Kanun maddesinin gerekçesinden anlaşılacağı üzere, tüzel kişilerin tüketici kabul edilmesi hususunun hukukumuzdaki tartışmalı konumu Kanun Koyucunun iradesine de yansımıştır. TKHK bağlamında, tüzel kişilerin tüketici olarak kabul edilebilmeleri ancak son noktada Alt Komisyon’un tüzel kişilerin de tüketici olarak kabul edilmeleri gerektiğini düzenleyen raporunun Meclis Genel Kurulunca dikkate alınması ile

²⁶ İpek Yücer Aktürk, “Tüzel Kişi Tacirin Tüketici Sıfatı”, **Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, C. XX, Y. 2016, Sa. 2, s.103-128.

mümkün olabilmıştır. Alt Komisyon raporunda, “Sivil toplum kuruluşları, kamu yararına dernekler, meslek odası ve şahıs işletmesi sahibi olan kişilerin ticari olmayan işlemleri sırasında karşılaştıkları olumsuzlukların giderilmesi için tüketici tanımına tüzel kişilerin de dahil edilmesi gerektiği, (k) bendine, yürürlükteki 4077 sayılı Kanundaki tüketici tanımı ve uygulamada yerleşmiş yargı içtihadlarıyla tüzel kişilerin de tüketici kavramı içerisinde yer alması ve özellikle kamu yararına çalışan dernek ve vakıfların tüketici tanımı kapsamında değerlendirilmesinin yararlı olacağı düşüncesiyle ‘tüketici’ tanımının kapsamına tüzel kişilerin de dahil edilmesini teminen ‘gerçek’ ibaresinden sonra gelmek üzere ‘veya tüzel’ ibaresinin eklenmesi suretiyle kabul edilmiştir.” ifadeleri yer almıştır. Yukarıda yer alan ifadelerden anlaşılabacağı üzere, Alt Komisyon raporu, tüzel kişinin tüketici olarak kabul edilmesinin kapsamını kamu yararına çalışan dernek ve vakıflar, sivil toplum kuruluşları ve meslek odalarıyla sınırlı tutmuştur. Dolayısıyla, TKHK’nın Alt Komisyon raporuyla uyumlu biçimde kanunlaştığı göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu raporun Meclis iradesini yansıttığı ve “tüzel kişi” ibaresinin Kanuna eklenmesiyle kast edilenin “tüzelkişi tacirler” olmadığı anlaşılmaktadır.

Tüzelkişi tacirlerin tüketici olamayacakları yönündeki görüşümüzün yargı kararlarıyla desteklenmesi de mümkündür. Yargıtay 20. Hukuk Dairesi tarafından çıkartılan 08/11/2002 tarih ve 2002/9761 karar sayılı içtihadta, özetle, Davacı Limited Şirket adına ticari işletmede kullanılmak üzere davalı şirketten satın alınan aracın ayıplı çıkması nedeniyle, aracın yenisiyle değiştirilmesi veya ayıplı parçalar sebebiyle uğranılan zararın tazmini için görevli mahkemenin tespitine ilişkin açıklamalar yapılmıştır. Buna göre, uyuşmazlığın ticari nitelik taşıması ve davacının tüzelkişi tacir olması sebebiyle konuya uygulanması gereken hükümlerin genel hükümler olduğu, dolayısıyla 4077 sayılı Kanun Hükümlerinin davacı şirkete ait araç yönünden uygulanmasının söz konusu olmadığı ifade edilmiştir²⁷.

Tüzelkişi tacirlerin tüketici olabilmeleri meselesine Avrupa Birliği Hukukunun bakışı da tüzelkişi tacirlerin tüketici olarak kabul edilemeyecekleri yönündedir. 1999/44/EC sayılı AB direktifinde tüketici, “sözleşmelerde ticareti, işi (işletmesi) ya da mesleği ile ilgili olmayan amaçlarla hareket eden her gerçek kişi” olarak

²⁷Bkz. Yargıtay 20. Hukuk Dairesi’nin 2002/8260 esas 2002/9761 karar sayılı aracın değiştirilmesi veya alacak davası, <http://listeli.legalbank.net/belge/y-20-hd-e-2002-8260-k-2002-9761-t-08-11-2002-aracin-degistirilmesi-veya-alacak-davasi/625083>

tanımlanmıştır. Hatta söz konusu Direktif uyarınca AB hukukunun, bizim hukukumuzdan farklı olarak, tacir olmayan tüzel kişileri de tüketici kapsamının dışında tuttuğu görülmektedir.

2. İhtiyaç

İhtiyaç, kişilere karşılanmaları halinde mutluluk veren, karşılanmamaları durumunda ise üzüntü veren, eksikliği hissedilen şey olarak tanımlanmaktadır²⁸.

İhtiyaç, bir tarafı itibarıyla yaşamsal zorunluluklar için belli mallara duyulan kesin bir gereksinme, diğer tarafı itibarıyla toplum olarak yaşamının zorunluluğunun getirdiği insani bir duygudur²⁹.

İhtiyaç kavramının bir özelliği olarak, ihtiyaçlar sübjektiftirler. Toplumun ve kişilerin karakteristik özelliklerine, cinsiyete, coğrafyaya, değer yargılarına vb. birçok etkene bağlı olarak kişiden kişiye farklılık gösterebilirler³⁰. Bunun bir sonucu olarak zaman zaman, “ihtiyaç” kavramının yerine “istek” kavramı da kullanılmaktadır. “İhtiyaç” kavramı zorunluluk çağrışımı yaparken, “istek” kavramı keyfilik çağrışımı yapmaktadır. Ancak, ister zorunlu bir ihtiyaç olsun, isterse de zorunlu olmayan bir ihtiyaç (istek) olsun, her halükarda iktisat biliminin ilgi alanına giren ihtiyaç kavramı iktisadi olan ihtiyaçlarla sınırlıdır. Başka bir deyişle, piyasadaki mal ve hizmetlerle karşılanan ihtiyaçlar iktisat biliminin konusuna girer³¹.

Tüketici mevzuatında yer alan mal tanımında³² geçen “alışverişe konu olan” ifadesinden yola çıkılarak, tüketici işlemine konu olan mala duyulan ihtiyacın iktisadi bir mala karşı duyulması gerektiği anlaşılmaktadır.

²⁸ Metin Berber, Ersan Bocutoğlu, **Mikro İktisada Giriş**, Murathan Yayınevi, Trabzon 2012, s.1; Ünsal, **a.g.e.**, s.5

²⁹ Erol Zeytinoglu, **Ekonomik Sistemler**, Fatih Yayınevi, 2. Baskı, İstanbul 1985, s.5

³⁰ Berber, Bocutoğlu, **a.g.e.**, s.3 vd.

³¹ Ünsal, **a.g.e.**, s.5

³² 6502 sayılı TKHK m.3/h uyarınca mal “ Alışverişe konu olan; taşınır eşya, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallar ile elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri her türlü gayri maddi malları” ifade eder.

3. Fayda

Fayda; yarar, kazanç, zevk, menfaat ve mutluluk üreten şeylere sahip olmak veya zarar, acı, kötülük ve mutsuzluğun engellenmesidir³³.

Malların kişilerin arzularına cevap verebilme özelliğine fayda denir³⁴. Başka bir deyişle, fayda, tüketilen mal vasıtasıyla bireyin ulaştığı doyumunu ifade eder³⁵.

Klasik iktisadi düşünce sistemi bireyi fayda temelinde ele alır. Bu düşünce sisteminin öncüsü olan Adam Smith, bireylerin seçimlerini faydalarını göz önünde bulundurarak, rasyonel biçimde (homo economicus) yaptıklarını öne sürmektedir³⁶. Klasik iktisadi düşünce sisteminin bir diğer öncüsü olan John Stuart Mill, rasyonel bireye şu şekilde göndermede bulunmuştur: “Zenginliği arzu eden ve zenginliğe ulaşabilmek için karşısına çıkan fırsatların yararlarını muhakeme edebilme kabiliyetine sahip kişi”³⁷. Dolayısıyla, klasik iktisadi düşünce sistemi uyarınca, kişilerin, acı ve zevk arasındaki seçimlerinde, farklı malların kendilerine sunduğu faydanın ölçümünde ve dahi geleceğe ilişkin kararlarının şekillendirilmesinde rasyonel olmanın gereklerine uygun davrandıklarını söylemek mümkündür³⁸.

Diğer taraftan, rasyonel birey ve onun varsayımları ciddi eleştiri altındadır. Kişilerin davranışlarını belirleyen baskın faktör zaman zaman akıl olabilmekle birlikte, bazen, alışkanlık, taklit ve sosyal normlar da davranışlar üzerinde etkili olabilmektedir. Hatta, liberal ve neoklasik öğretileri savunan düşünürlerden bir kısmı da “rasyonel birey”in insan davranışlarını açıklamakta eksik kaldığı noktasında uzlaşmaktadırlar³⁹.

Kişilerin faydasının belirlenmesinde etken faktör olduğu kabul edilen rasyonellik varsayımı, tüketicinin korunması bağlamında önem arz etmektedir. Zira, rasyonel birey, tüketici tarafı itibarıyla fayda maksimizasyonunu, üretici tarafı

³³ Jeremy Bentham, **An Introduction to the Principles of Morals and Legislation**, Batoche Books, Kitchener 2000, s. 14

³⁴ Ünsal, **a.g.e.**, s.8

³⁵ Berber, Bocutoğlu, **a.g.e.**, s. 6

³⁶ Adam Smith, **An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**, Metalibri Books, May 2007, s.16

³⁷ John Stuart Mill, **Essays on Some Unsettled Questions of Political Economy**, Batoche Books, Kitchener 2000, s.97

³⁸ Hatime Kamilçelebi, “Davranışsal İktisadın Neoklasik İktisat Fayda Teorisine Eleştirisi ve Davranışsal İktisatta Fayda-Mutluluk İlişkisi”, **Ekonomi Bilimleri Dergisi**, Cilt 4, No 2, 2012, s.57

³⁹ Hüseyin Akyıldız, “Tartışılan Boyutlarıyla ‘Homo Economicus’”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Y.2008, C.13, S.2, s.38 vd.

itibarıyla kâr maksimizasyonunu amaçlayan kişiyi tanımlamaktadır⁴⁰. Dolayısıyla, tüketicinin rasyonel (faydacı) davranabilmesinin pek itibar görmediği bir ortamda, tüketicinin, faydasına uygun biçimde hareket edemeyeceği açıktır. Bunun bir sonucu olarak, tüketicinin, tarafını oluşturduğu tüketici işlemlerinde korunması gerektiği sonucu ortaya çıkacaktır. Zira, sosyal açıdan zayıf olanın korunması hususu devletin sosyal oluşumunun meşru hedeflerinden birini oluşturmaktadır⁴¹.

4. Mal ve Hizmet

Mal ve hizmetleri ihtiyaçların karşılanmasında kullanılan objeler olarak tanımlamak mümkündür. Her iki kavram arasında farklılık doğuran nokta fiziki varlıklarının olup olmamasıdır. Buna göre, ihtiyaçları tatmin etme özelliğine sahip varlıklardan fiziki varlığa sahip olanlar “mal” olarak nitelendirilirken, fiziki varlığa sahip olmayanları “hizmet” olarak nitelendirilmektedir⁴². İktisat biliminde, aksi belirtilmedikçe, her iki kavramın çoğu kez “mallar” adı altında birlikte zikredildiği görülmektedir. Bu mallardan da, fiyatlandırılabilenleri, başka bir deyişle, sahip olunabilmesi için parasal bir bedel ödenmesi gerekenleri “iktisadi mal” kabul edilerek iktisat biliminin konusuna girmektedir⁴³.

Mal ve hizmet kavramlarına, iktisat teorisinin yanı sıra tüketici mevzuatında da yer verildiği görülmektedir.

Mal, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 3/h maddesi uyarınca, alışverişe konu olan; taşınır eşya, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallar ile elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri her türlü gayri maddi mallar biçiminde tanımlanmıştır.

Hizmet ise, aynı Kanun’un 3/d maddesi uyarınca, bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan ya da yapılması taahhüt edilen mal sağlama dışındaki her türlü tüketici işleminin konusu olarak tanımlanmıştır.

⁴⁰ Coşkun Can Aktan, “Monetarizm ve Rasyonel Beklentiler Teorisi”, http://www.canaktan.org/ekonomi/anayasal_iktisat/monetarizm/aktan-monetarizm.htm, 30 Aralık 2016

⁴¹ Hasan Seçkin Ozanoğlu, “Tüketici Sözleşmeleri Kavramı (Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un Maddi Anlamda Uygulanma Alanı)”, *Ankara Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. 50, S. 1, Ankara 2001, s.57

⁴² http://www.ekodialog.com/Konular/mal_turleri_cesitleri.html

⁴³ Ünsal, *a.g.e.*, s.6

Mal ve hizmet kavramları arasındaki yakın ilişkiyi tüketici mevzuatı üzerinden gözlemleyebilmek de mümkündür. Hizmet tanımında yer alan “mal sağlama dışındaki” ibaresinden anlaşılabacağı üzere, mal ve hizmet, aynı bütünün tamamlayıcı parçalarıdır. Ayrıca, TKHK’da yer alan mal tanımı incelendiğinde göze çarpan ilk hususlardan biri, söz konusu malın alışverişe konu olmasıdır. Dolayısıyla, tüketici işlemine konu olan mal bir iktisadi mal olmalıdır.

5. Üretim ve üretici

Üretim ve tüketim her ne kadar karşılıklı ilişki içerisindeki ayrı süreçler gibi görünseler de, üretimin var olma amacı tüketimdir. Üretim, çalışanların çeşitli fiziki (hammadde, ara mal) ve fiziki olmayan (plan, uzmanlık) girdileri bir araya getirerek tüketilmeleri için birşeyler meydana getirme sürecidir. Bir değere sahip olan ve bireylerin faydasına katkı sunan, çıktı, mal veya hizmetlerin oluşturulması sanatıdır⁴⁴. Bu bağlamda, üretimi tüketim sürecinin bir alt süreci olarak sınıflandırmak mümkündür. Üretim, üretici/imalatçı tarafından gerçekleştirilir.

Üretici, mal veya hizmet meydana getiren ve sunan kişidir. Üreticiler, çıktı elde etmek için işgücü ve sermayeyi (üretim faktörlerini) bir araya getiren kişilerdir⁴⁵. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 3/n maddesi uyarınca üretici, “Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere tüketiciye sunulmuş olan mal ya da bu malların hammaddelelerini yahut ara mallarını üretenler ile mal üzerine markasını, unvanını veya herhangi bir ayırt edici işaretini koyarak kendisini üretici olarak gösteren gerçek veya tüzel kişi” şeklinde tanımlanmıştır.

Bununla birlikte, tüketici mevzuatı çerçevesinde, bir tüketici işlemi içerisinde, işlemin mal ve hizmet sunan tarafını temsil eden bir üretici olabileceği gibi, satıcı, sağlayıcı veya ithalatçı da olabilir.

Buna göre Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 3/i maddesinde satıcı, “Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişi”, 3/1 maddesinde sağlayıcı, “Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye hizmet sunan ya da hizmet sunanın adına ya da hesabına hareket

⁴⁴ Stewart Adam vd., **Marketing**, Pearson Education, 7.Baskı, 2006, 67

⁴⁵ <http://www.econlib.org/library/Topics/HighSchool/Producers.html>

eden gerçek veya tüzel kişi”, 3/e maddesinde ithalatçı, “Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere mal veya hizmetleri ya da bu malların hammaddelerini yahut ara mallarını ticari veya mesleki amaçlarla ithal ederek satım, kira, finansal kiralama veya benzeri bir yolla piyasaya süren gerçek veya tüzel kişi” biçiminde tanımlanmışlardır.

B. Tüketicinin Korunması Kavramı

Stanton’a göre tüketicinin korunması, alım-satım işlemlerinde güç dengelerinin satıcıdan yana olmasına karşı tüketicinin ortaya koyduğu tepki ve bu haksızlıkların giderilmesi yönünde ortaya konulan çabadır⁴⁶. Akipek’e göre, tüketicinin korunması, tüketici ile üretici arasındaki ilişkilerin tümünü belirleyen, tüketici haklarına zarar veren uygulamalara karşılık olarak tüketici haklarını korumayı amaçlayan idari, teknik, hukuki ve ekonomik tedbirlerle, devletin, işletmelerin, bağımsız örgütlerin ve bizzat tüketici ve üreticilerin bu yöndeki genişleyen çalışmalar dizisini ifade etmektedir⁴⁷. Avşar’a göre, tüketicinin korunması, çoğunlukla mal ve hizmetlerin üretici ve satıcıları karşısında nispeten daha zayıf konumda bulunan tüketicilerin pazardaki güçlerini artırmayı amaçlayan bir sosyal hareket veya akımdır⁴⁸.

Tüketicinin korunması kavramı, ekonomik ve sosyal anlamda güçsüz olanın korunması sorununun önemli bir kısmını ifade eder⁴⁹. Taraflardan birinin diğerine göre daha güçsüz olduğu ve buna bağlı olarak özel hukuki korunmaya muhtaç olan kişiler (yaşlılar, çocuklar, kadınlar, engelliler, yoksullar vb.) arasında tüketicilerin de bulunduğu görüşü hakimdir⁵⁰.

1. Tüketicinin Korunması Gerekliğinin Dayanakları

Tüketici, kendisine mal ve hizmet sunanlarla yaptığı sözleşmenin zayıf tarafını oluşturmaktadır⁵¹. Tüketicinin sözleşmenin zayıf tarafı konumuna düşmesine neden

⁴⁶ William J. Stanton, **Fundamentals of Marketing**, 7th Edition, Tokyo 1984, s.610

⁴⁷ Akipek, **a.g.e.**, s.66

⁴⁸ Zeki Avşar, “Tüketicinin Bilgilendirilmesi, Eğitimi ve Bilinçlendirilmesinde Medyanın Rolü ve Önemi”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Temmuz 2001, s.7

⁴⁹ Ayşe Havutçu, **Tüketicinin Genel İşlem Şartlarına Karşı Korunması**, İzmir 2003, s.19; Aydın Zevkliler, **a.g.e.**, s.8

⁵⁰ Aydın Zevkliler, **a.g.e.**, s.8

⁵¹ Tahsin Erdinç, “Tüketicinin Korunmasına İlişkin Haklarla İlgili Anayasal Ve Yasal Düzenlemelerin Nitelikleri ve Anayasada Almaları Gereken Yerler”, **Akademik Bakış Dergisi**, Sayı 25, Temmuz-Ağustos 2011, s.1

olan, dolayısıyla korunmasını gerektiren bir takım gerekçeler vardır. Bunları aşağıdaki haliyle özetleyebiliriz.

- Bilgi eksikliği: Tüketicinin ilgili hukuki işlemi en uygun içerik ile kurmak için ihtiyaç duyduğu bilgiye sahip olmaması koruma zorunluluğunun nedenlerinden birini oluşturur⁵². Tam rekabet piyasası ekonomi içerisindeki tüm ajanların (buna tüketiciler de dahil) piyasadaki mal ve hizmetler hakkında tam bilgiye sahip olduklarını ve bu mal ve hizmetler arasında sağlıklı bir kıyaslama yapabileceklerini varsayar. Ancak, gerçek hayattaki durum iktisat teorilerini her zaman doğrulayamayabilir. Gerçek hayatta bilgi asimetrisi ile karşılaşmak sık yaşanan bir durumdur. Diğer bir deyişle, tüketiciler satın aldıkları ürün hakkında her zaman tam bilgiye sahip olamayabilirler⁵³. Tüketicinin ihtiyaçlarının sınırsız denilebilecek kadar fazla ve çeşitli olmasının olumsuz bir sonucu olarak, tüketicinin her ihtiyacı hakkında bilgi sahibi olabilmesi ve uzmanlaşabilmesi mümkün değildir. Sürekli gelişen teknoloji ve anlaşılması güç olan ürün özellikleri, mal ve hizmet alımında tüketicinin kafasını karıştırarak yanlış tercihte bulunmasına neden olmaktadır⁵⁴. Bunun yanına, satıcı ve sağlayıcılar tarafından etkileyici ve çoğu kez de yanıltıcı reklam ve ilan yöntemleriyle tüketicinin iradesiyle oynandığı eklendiğinde, tüketicinin bilgi asimetrisinin neden olduğu olumsuzluklardan korunması gerekliliğinin kaçınılmaz olduğu sonucu ortaya çıkacaktır⁵⁵. Kendisine mal ve hizmet sunanlarla yaptığı sözleşmelerin güçsüz tarafını oluşturan tüketiciler, yalnızca sosyal ve ekonomik gerekçelerle değil, aynı zamanda bilgisizliğin neden olduğu olumsuzluklar dolayısıyla da korunmaya muhtaçtır⁵⁶.
- Tüketicinin rasyonel davranmama yönünde eğilimi: Tüketiciler, satın aldıkları mal ve hizmetler hakkında ihtiyaçları olan bilgiye sahip olsalar dahi bu bilgiyi yaratılışlarının kendilerine kattığı bir özellik dolayısıyla doğru kullanmama eğiliminde olabilirler. Hayek'e göre, bireyler irrasyonel varlıklardır. Hayek, fizyolojik aygıtımızın dünyayı doğal seleksiyon sürecinin baskısı altında

⁵² <https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss490.pdf>

⁵³ Hakan Topbaş, Fehim Üçışık, **2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri**, Bilge Yayınevi, 1. Baskı, Ankara 2013, s.286

⁵⁴ Akipek, **a.g.e.**, s.68

⁵⁵ Yahya Deryal, **Tüketici Hukuku**, Seçkin Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara 2008, s.19

⁵⁶ Lale Sirmen, "Tüketici Hukukunun Amacı ve Özellikleri", **Yaşar Üniversitesi Elektronik Dergisi**, Prof. Dr. Aydın Zevkliler'e Armağan, Cilt 8, Özel Sayı, s.2466

algıladığını ve bunun bir sonucu olarak bireylerin dış dünyaya yönelik algı ve bilgilerinin sübjektif olduğunu savunur⁵⁷. Tüketiciler, mal veya hizmet satın alırlarken önlerinde duran koşulların altından kalkabilip kalkamayacaklarını çok da düşünmeden, daha ziyade mal veya hizmetten yararlanma arzusunun tetiklediği bir irade ile hareket edebilirler⁵⁸. Günümüzde bireyin etrafını çepeçevre kuşatmış olan tüketim toplumu kültürünün de birey üzerinde benzer etkilere neden olabileceğini söylemek mümkündür. Baudrillard’a göre, gerçek ihtiyaç ve sahte ihtiyaç ayrımının ortadan kalktığı toplumlarda bireyler, satın aldıkları malların kendilerine toplumsal bir ayrıcalık ve prestij getirdiklerine inanırlar. Bu süreçte bir yandan kendisini toplumsal olarak diğerlerinden ayırt ettiğine inanan birey, diğer taraftan da tüketim toplumuyla bütünleşir. Böylece tüketim birey için artık bir zorunluluk haline gelir, çünkü temel toplumsal etkinlik ve bütünleşme biçimi, geçerli ahlak, tüketim etkinliğinin ta kendisidir. Bu anlamda tüketim bireyin özgür etkinliği değildir. Tersine, ihtiyaçlar sisteminin üreten ve yönlendiren etkisi ve aynı zamanda toplumsal prestij ve değeri belirleyen anlamlandırma sisteminin zorlaması altındadır⁵⁹. Dolayısıyla, içerisinde bulunan koşulların tüketicinin iradesini yönlendirebildiği verisi altında, tüketicinin yaradılışından kaynaklanan zaafı dolayısıyla da korunması gerekmektedir.

- Organize olamama: Her kişi bir tüketici olduğu halde, kimse kendisini uzun süre ‘tüketici’ diye ayrı bir birey olarak görmemiştir⁶⁰. Üreticilik ve satıcılık birer uğraş alanı iken, tüketicilik bir uğraş alanı değildir. Üretici ve satıcıları birbirlerine bağlayan bir meslekleri vardır. Tüketiciler ise birbirlerinden bağımsız hareket ederler. Bu da, tüketicinin iyi örgütlenmiş üretici ve satıcılar karşısında zayıf kalmasına yol açmakta ve dolayısıyla korunmasını gerektirmektedir.
- Serbest piyasa ekonomisinin genişlemesinin neden olduğu olumsuzluklar: Teknolojik gelişmeler, nüfus artışı, yapılan işlem sayısının artması gibi

⁵⁷ Zafirovski 2000, s.558, aktaran Hüseyin Akyıldız, ‘Tartışılan Boyutlarıyla “Homo Economicus”’, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Y.2008, C.13, S.2, s.37

⁵⁸ Deryal, **a.g.e.**, 2. Baskı, Ankara 2008, s.20

⁵⁹ Zeynep Baştuğ, “Alışveriş Merkezleri ve Değişim”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Mayıs 2005, s.21 vd.

⁶⁰ Akipek, **a.g.e.**, s.83

sebeplere bağılı olarak, alıcı ile satıcı arasındaki ilişki ikili ilişki olmaktan uzaklaşmaktadır⁶¹. İkili ilişki ile ortaya çıkmayacak, ortaya çıksa bile kolayca çözülebilecek problemlerin, satıcının karşısındaki kitlenin genişlediği durumlarda özensiz biçimde ele alınması sorunu ortaya çıkabilecektir. Bu da, tüketicinin, satın almış olduğu mal veya hizmetle ilişkili olarak karşısında özenli bir üretici veya satıcı olmasının önüne geçerek, tüketicinin satın almış olduğu mal veya hizmetle ilgili yaşadığı soruna yönelik muhatap bulması noktasında sıkıntı yaşamasına neden olacaktır.

- Satın alma gücündeki azalmanın neden olduğu olumsuzluklar: Daha ziyade gelişmemiş ya da az gelişmiş ekonomilerde yaşanan gelir dağılımındaki adaletsizliğin artması ve enflasyon gibi problemler tüketicinin satın alma gücünde aşınma meydana getirir. Bu da, zaten tüketici işleminin zayıf tarafını oluşturan tüketicinin daha da zayıflamasına yol açar. Dolayısıyla, tüketicinin kanuni düzenlemeler kapsamında korunmasının yanı sıra ekonomik anlamda da desteklenmesi gerekir.
- Monopolistik ve oligopolistik oluşumlar: Monopolistik piyasalar, tek bir firmanın spesifik bir mal veya hizmet üzerinde, bireylerin o mal ve hizmete erişim olanaklarını etkileyebilecek derecede yeterli kontrolünün olduğu durumlarda ortaya çıkar⁶². Başka bir deyişle çeşitli sebeplerden ötürü bir mal veya hizmetin tek başına üreticisi veya satıcısı konumunda bulunan firmalar, söz konusu mal veya hizmetin fiyatından üretim miktarına, kalitesinden tüketicinin ürüne erişimine kadar birçok konuda ürün üzerinde söz sahibidir. Bu durum da, ister istemez tüketicinin satın aldığı mal veya hizmet dolayısıyla karşılaşması muhtemel problemlerde üretici veya satıcı karşısındaki müzakere gücünün zayıf olmasına neden olmaktadır. Benzer problemler oligopolistik piyasalar bakımından da geçerlidir. Oligopoller, toplam piyasa içerisindeki pazar payları fiyatı etkileyebilecek kadar büyük olan az sayıda satıcının piyasayı domine ettiği durumlarda ortaya çıkar⁶³.

⁶¹ Akipek, **a.g.e.**, s.69

⁶² Milton Friedman, **Capitalism and Freedom**, Chicago 1962, s.102

⁶³William J. Baumol & Alan S. Blinder, **Microeconomics: Principles & Policy**, 12th Edition, 2012, s.240

2. Tüketicinin Korunmasının Amaçları

Taraflarından birini tüketicinin oluşturduğu hukuki ilişkilerde taraflar, hukuken eşit kabul edilemezler⁶⁴. Tarafların eşit olmadıkları alışverişlerin taraflar açısından adil sonuçlar doğuracağına bir güvencesi yoktur. Bu bağlamda, tüketicinin korunmasının temel amacının taraflar arası dengenin sağlanmasının desteklenmesi olduğunu söylemek mümkündür. Bu temel amaca ulaşabilmek adına çeşitli ara amaçlar üretilmiştir.

Kâr amacı gütmeyen ABD merkezli bir kuruluş olan Center For Study Of Responsive Law tarafından hazırlanan model Tüketicinin Korunması Kanununda yer alan amaçlar aşağıdaki hususlar bakımından tüketicinin korunmasının iyileştirilmesi olarak ifade edilmiştir⁶⁵:

- *“Her çeşit gayrimenkul, kişisel mülk, soyut veya somut mal ile hizmet veya kredinin emniyetinin, kalitesinin, saflığının, etkilerinin, sağlığa uygunluğunun, dayanıklılığının, performansının, onarılabilme imkânının, verimliliğinin, doğruluğunun, güvenilirliğinin, erişilebilirliğinin ve maliyetinin,*
- *Tüketicinin tercih yapabilme imkânlarının korunması ve rekabetçi bir piyasa,*
- *Mal ve hizmet arzının yeterliliği ve fiyatı,*
- *Aldatıcı ve adil olmayan ticari uygulamaların engellenmesi,*
- *Üretici, dağıtıcı, banka, satıcı ve diğer mülk, mal, hizmet ve kredi sağlayıcıları tarafından yapılan reklam, promosyon ve satışlarda dürüstlüğün ve iyi niyetin devamlılığı,*
- *Mülk, mal, hizmet ve kredi sağlayanlar tarafından tam, kesin ve açık talimatnameler, uyarılar ve diğer bilgilerin sağlanması,*
- *Tüketicinin yasal haklarının ve kanun yollarının korunması,*
- *Önemli ekonomik etkileri olan Federal Hükümet düzenlemelerinin ve kanunlarının tüketiciye yönelik maliyet ve yararlarının önceden tahmin edilebilmesi için bir yöntem geliştirilmesi, tüketiciye olan maliyeti*

⁶⁴ Aydın Zevkliler ve Murat Aydoğdu, **Tüketicinin Korunması Hukuku**, 3. Baskı, Ankara 2004, s.45

⁶⁵ <http://www.csrl.org/modellaws/protection.html>

yararından fazla olan hükümet programlarının kabul edilmesinin önlenmesi.”

Akipek’e göre ise tüketicinin korunmasının amaçları şunlar olmalıdır⁶⁶:

- “Tüketicinin bir malı satın alırken seçimini ihtiyaçlarına en uygun ve rasyonel biçimde yapabilmesi için kendisine gerekli bilgileri sağlamak,
- Tüketicinin doğru ve sağlıklı bir tüketici ve yurttaşlık bilincine sahip olabilmesi için gerekli altyapıyı oluşturmak,
- Tüketiciyi hileli, güvenilir olmayan, sağlığa zararlı malları satın almaktan korumak,
- Tüketicinin sadece hakları değil, aynı zamanda sorumlulukları olduğu ve bu sorumluluğun başında da kendi hakkına sahip çıkıp, koruması gerektiği bilincine alıştırmak ve bu yönde gerekli eğitimi vermek,
- Tüketicilere sadece kendi değil, tüm tüketicilerin haklarına nasıl sahip çıkması gerektiğini öğreterek, tüketiciler arası dayanışmayı kuvvetlendirmek
- Kalite kontrolü sağlamak, tüketicilere malların kalitelerini nasıl belirleyeceklerine ve aynı üründeki farklı fiyatları nasıl kıyaslayacaklarına ait bilgiler vermek ve devleti kalite kontrolünü sağlamak konusunda uyarmak,
- Mallarla ilgili araştırma, inceleme ve deneyler yaparak bu sonuçları tüketicilere iletmek,
- İşletmelere ve üretici firmalarla aracı firmalara tüketicinin korunması konusunda en büyük sorumluluğun kendilerine düştüğünü kabul ettirmek,
- Tüketicileri, kendi geleceklerini belirleme, örgütlenme ve hak arama bilincine ulaştırmak,
- Tüketicilere öncelikle, bütçelerine uygun olarak temel gereksinimlerine yönelik mal ve hizmet tüketme bilincine sahip kılmak,
- Tüketicilerin, salt medya ve reklamların etkisi altında kalarak mal ve hizmet tüketimine yönelmelerini engellemek,
- Gerek tüketici ve gerek üreticileri, kendisini, doğasını, çevresini ve kaynaklarını yok etmeyen ve zarar vermeyen bir tüketim ve üretim anlayışına ve tüketici bilincine sahip kılmak,

⁶⁶ Akipek, **a.g.e.**, s.71 vd.

- *Tüketim ve tüketicilik olgusunun salt şikâyetler ve ortaya çıkan problemler düzeyinde algılanmaması gerektiğinin bilincine ulaşmak.”*

Tüketicinin korunmasının amaçları, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da, kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı, tüketicuyu aydınlatıcı ve bilinçlendirici önlemleri almak, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konudaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemek olarak ifade edilmiştir. Kanun’un amacı, bu yanı itibarıyla eTKHK m.1’de ifade edilen amaçtan sadece “tüketicuyu eğitici önlemler” amacıyla farklılaşmaktadır⁶⁷.

3. Tüketicinin Korunmasının Araçları

Kuşkusuz, tüketicinin korunması amacına yönelik bazı araçlara ihtiyaç vardır. Bu araçları; tüketiciler, devlet, medya, bilim insanları, üreticiler ve piyasa ile tüketici kuruluşları olmak üzere altı başlık altında toplamak mümkündür.

a. Tüketiciler

Tüketicinin korunmasındaki en önemli hususun tüketicinin kendisini koruma yönündeki iradesi olduğunu söylemek mümkündür. Bir hakkın korunmasının en iyi yolu, o hak sahibinin kendisini korumasının sağlanmasıdır. Bu bağlamda, tüketicinin korunması konusundaki en büyük görev ve sorumluluk yine tüketicinin kendisine düşmektedir⁶⁸.

b. Devlet

Devlet tüketiciye yönelik en kapsamlı korumayı sağlayabilecek olan araçtır. Devlet, gerek tüketicinin bilinçlendirilmesi kapsamında eğitilmeleri, gerekse de yasalar ve düzenleyici işlemler aracılığıyla tüketicinin korunmasının esaslarının tespit edilmesi ve uygulanması konularında tüketiciye koruma sağlar⁶⁹. Çağımızda, ticari

⁶⁷ Mustafa Alper Gümüş, **6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi**, Vedat Kitapçılık, Cilt 1, Mayıs 2014 İstanbul, s.7.

⁶⁸ Akipek, **a.g.e.**, s.73.

⁶⁹ Akipek, **a.g.e.**, s.73.

hayatın kontrol altında tutulmasına yönelik politika tercihlerinde rekabetçiliğin geliştirilmesi ön plana çıksa da, bu politika tercihi, ancak ticaretin arz tarafında bulunanları arasındaki ilişkiyi düzenlemekte, bunula birlikte, ürünü üreten veya satan ile tüketen arasındaki ilişkiyi düzenlemek noktasında eksik kalmaktadır⁷⁰. Bu bakımdan, üretici/satıcı ile tüketici arasındaki ilişkinin düzenlenmesi noktasında devletin rolü oldukça önemlidir.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 171. maddesi uyarınca, devlet, tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri almakla yükümlüdür. Yine Anayasa'nın 172. maddesi uyarınca, devletin, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri almakla ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik etmekle yükümlü olduğu hususları düzenlenmiştir. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un "Tüketicinin bilinçlendirilmesi" başlığını taşıyan 59'uncu maddesinin birinci fıkrası uyarınca, tüketicinin bilinçlendirilmesi konusunda örgün ve yaygın eğitim kurumlarının ders programlarına, Bakanlığın (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı) görüşü alınarak Millî Eğitim Bakanlığınca gerekli ilaveler yapılacağı hususu hüküm altına alınmıştır. Aynı Kanun'un aynı maddesinin ikinci fıkrasına göre ise, ülke genelinde yayın yapan radyo ve televizyon kuruluşlarının 08.00-22.00 saatleri arasında, ayda on beş dakikadan az olmamak üzere tüketicinin bilinçlendirilmesi amacıyla yayınlar yapmak zorunda oldukları ve yapılan yayınların sürelerinin Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından denetleneceği ve sonuçlarının Bakanlığa (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı) bildirileceği hususları hüküm altına alınmıştır.

Dolayısıyla, tüketicinin korunması meselesi, devletin yalnızca sosyal açıdan zayıf olanı korunması hedefinin⁷¹ bir içeriğini oluşturmamakta, aynı zamanda, devlet açısından gereğinin yerine getirilmesi zorunlu olan bir görevi ifade etmektedir.

c. Medya

Kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde büyük etkileri olduğu düşünüldüğünde⁷², medyanın tüketicinin korunması konusunda önemli bir rol

⁷⁰ Tuba Akçura Karaman, Üreticinin Ayıplı Ürününün Sebep Olduğu Zararlar Nedeniyle Üçüncü Kişilere Karşı Sorumluluğu, İstanbul 2008, s.1

⁷¹ Bkz. 41 no'lu dipnot.

⁷² Zeki Avşar, "Tüketicinin Bilgilendirilmesi, Eğitimi ve Bilinçlendirilmesinde Medyanın Rolü ve Önemi", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Temmuz 2001, s.6

üstlendiğini söylemek mümkündür. Reklam, tüketiciyi, karasızlık aşamasından satın alma eylemine yönlendirici bir rol üstlenmektedir⁷³. Medya araçları tüketicinin korunmasının lehine ve aleyhine rol üstlenebilir. Medya araçları, aldatıcı ve yanıltıcı reklamlar yoluyla tüketicinin yanlış tercihte bulunup zarar görmesine neden olabileceği gibi, tüketicinin doğru bilgilendirilmesine katkı sunarak tüketiciyi koruyucu bir rol üstlenebilir. Tüketicinin korunması meselesinde, medyaya düşen en önemli vazife tüketicinin eğitilmesi ve bilgilendirilmesidir. Tüketicinin medya aracılığıyla bilgilendirilmesinde ise şu hususlar ön plana çıkmaktadır⁷⁴:

- Tüketicinin mal ve hizmet alımlarında doğru tercih yapabilmeleri için, mal ve hizmetler hakkında gerekli ve sağlıklı ön bilginin sağlanması,
- Aldatıcı ve yanıltıcı reklamlara ve yayınlara yer verilmemesi,
- Tüketiciyi aydınlatıcı ve eğitici yayınlar yapılması,
- Devlet ve organlarının dikkatini tüketicinin korunması meselesine çekerek, tüketicinin korunması için gerekli yasal ve idari düzenleyici çalışmaların yapılması konusunda kamu otoritelerini teşvik etmek,
- Piyasadaki mal ve hizmetlerin insan sağlığına etkilerine yönelik yayınlar yapılması.

d. Bilim İnsanları

Bilim insanı, evrensel ve objektif düşünme yeteneğini haiz, yüksek öngörüye ve ahlaki sorumluluğa sahip, aydın, eleştiriye açık, gerçeği söyleme cesaretine sahip, tüm insanlığa ve doğaya karşı sorumluluk sahibi kişidir⁷⁵. Bu bağlamda, bilim insanlarının tüketicilere karşı da sorumluluğu vardır. Çeşitli platformlarda, tüketiciyi eğitici ve aydınlatıcı çalışmalar yapmak, ürünler hakkında deneysel çalışmalar yapmak ve üreticiler için tüketicilerin de tatmin olacağı kar sağlamaya yönelik yöntemler geliştirmek bilim insanlarının birer görevidir⁷⁶. Zira, bilim insanları, yaşadığı dünyadaki sorunları kendi sorunları olarak algılayan, evrensel ve entelektüel bakış açısına sahip kimselerdir⁷⁷.

⁷³ Işık Karpat Aktuğlu, “Tüketicinin Bilgilendirilmesi Sürecinde Reklam Etiği”, **Küresel İletişim Dergisi**, Sayı 2, Güz 2006, s.3.

⁷⁴ Avşar, **a.g.m.**, s.7-9.

⁷⁵ İsmail Aydoğan, “Bilim İnsanı ve Entelektüel Özellik”, **GAU J. Soc. & Appl. Sci.**, 3(6), 2008,s. 82

⁷⁶ Akipek, **a.g.e.**, s.73 vd.

⁷⁷ Aydoğan, **a.g.m.**, s.86

e. Üreticiler ve Piyasa

Üreticilerin satmış oldukları mal ve hizmetlerin kalitesine gerekli özeni göstermeleri, ürünü kalitesine uygun hak ettiği bir fiyatla piyasaya sürmeleri ve tüketiciyi aldatmak amacıyla hareket etmedikleri takdirde tüketicilerin korunmalarını gerektirecek vakalarda azalma olacaktır⁷⁸. Bu anlamda, yukarıdaki hedeflere ulaşılabilmesi için piyasa rekabetinin geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir.

Üreticiler, tüketicilerle olan bağlarını korumak adına özel nitelikli tüketici kuruluşları oluşturabilirler. Üreticilerin bu tip örgütler oluşturmasından maksat, kendi faaliyetlerinin düzenlenmesi olabileceği gibi doğrudan doğruya tüketiciyi korumak da olabilir⁷⁹. Zira tüketiciler, üreticilerin müşterileri konumunda olup, memnuniyet durumlarına göre firma karlılığına etki edebilirler.

Bu noktada önemli bir görev de rekabet otoritelerine düşmektedir. Tüketicinin, rekabet kuralları ve politikaları hakkında en doğru ve anlaşılır biçimde bilgilendirilmeleri rekabetçiliğin geliştirilmesinde önemli bir aşamadır⁸⁰.

f. Tüketici Kuruluşları

Tüketicinin korunmasında en önemli ve etkin koruma aracı tüketici örgütleridir⁸¹. Tüketici haklarının korunması ve geliştirilmesi sürecinde en etkin yol tüketici örgütlenmeleridir⁸².

Tüketici örgütü kavramı, tüketicilere bilgi ve destek sağlayan, tüketiciye yardımcı olmak amacıyla kılavuzlar yayınlayan ve tüketiciyi hakları konusunda eğiten, adil pazarlık için mücadele yürüten ve/veya tüketicilere bir şikayetleri olduğunda ne yapılacağı konusunda yol gösteren kuruluşları ifade eder⁸³. Tüketici birliği, satın aldıkları şeyler veya firmalar ile sorun yaşayan insanlara tavsiyede

⁷⁸ Akipek, **a.g.e.**, s.74

⁷⁹ Akipek, **a.g.e.**, s.77 vd.

⁸⁰ H. Erkan Yardımcı, “Rekabet Politikası, Tüketici Farkındalığı ve Sosyal Medya”, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Rekabet-Yazisi/Rekabet-Politikasi-Tuketici-Farkindaligi-ve-Sosyal-Medya>, 11 Mart 2017

⁸¹ Akipek, **a.g.e.**, s.74

⁸² Ateş Bayazıt Hayta, “Tüketicinin Korunmasında Tüketici Örgütlerinin Rolü ve Önemi”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, Cilt: 15 No:1, Mart 2007, s.13

⁸³ http://www.consumerCouncil.org.uk/filestore/documents/home_economics_a_level_and_gcse/gcse_wiser_buyer/Consumer_Organisations_Factsheet.pdf

bulunmak ve aynı zamanda onlara destek vermek için ürünleri inceleyen ve karşılaştıran kuruluşlardır⁸⁴.

Tüketici kuruluşlarının temel fonksiyonları şunlardır⁸⁵:

- Broşürler, dergiler ve monograflar yayımlayarak, konferans, seminer ve çalıştaylar düzenleyerek tüketici farkındalığının ve tüketicinin eğitilmesi süreçlerinin hızlandırılması, kadınlara özel tüketicilik (*consumerism*) hareketi hakkında eğitim verilmesi ve arzu edilen tüketim standartlarının takip edilmesine yönelik olarak tüketicinin cesaretlendirilmesi,
- Farklı ürünler hakkında veri toplanarak bunların test edilmesi ve sonuçlarının tüketicilerle paylaşarak ürünlerin güvenilirliği hakkında tüketicilere ön bilgi temin edilmesi, tüketici problemlerine yönelik araştırma ve inceleme faaliyetlerinin yürütülmesi,
- Tüketicilerin şikayetleri bağlamında seslerini veya itirazlarını duyuramadıkları durumlarda tüketici adına dava açılarak tüketicinin imdadına yetişilmesi ve tüketicinin yalnız olmadığının hissettirilmesi, tüketicilere rehberlik etme amacına yönelik gönüllü şikayet merkezlerinin faaliyete geçirilmesi,
- Hileli satış, stokçuluk, karaborsacılık ve ölçüde sahteciliğe karşı etkin rol üstlenilmesi, belli ürünlerin fiyatlarında gereksiz artışların yaşanması halinde ortaya tepki konulması,
- Tüketici yararının korunmasına yönelik kursların ve derslerin tertip edilmesi konusunda eğitim kurumlarına danışmanlık yapılması ve eğitim kurumlarının bu konuda teşvik edilmeleri,
- Tüketici birlikleri ağının güçlendirilmesi, birliklerin üye sayısının ve etkinlik alanının artırılması, federasyonlaşarak devlete ulaşılabilmesinin sağlanması,
- Devletin tüketicinin korunması sürecinde desteklenmesi, hileli satış, suni kıtlık, düşük kaliteli ürünler vb. piyasadaki yanlış uygulamalar hakkında kamu otoritelerinin bilgilendirilerek tüketicinin korunması sürecinin tam, zamanında ve etkin biçimde gerçekleştirilebilmesinin sağlanması.

Tüketici Örgütleri, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 3/m maddesinde, tüketicinin korunması amacıyla kurulan dernek, vakıf veya bunların üst

⁸⁴ <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/consumer-association>

⁸⁵ <http://www.yourarticlelibrary.com/consumers/7-main-functions-performed-by-consumer-organizations-and-non-government-organizations/1139/>

kuruluşları şeklinde tanımlanmıştır. Bunun yanı sıra, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 171'inci maddesi uyarınca, devletin, tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirler almakla yükümlü olduğu hususu düzenlenerek tüketici kooperatifleri müessesesine değinilmiştir. Dolayısıyla, ülkemizdeki tüketici örgütlerini tüketici dernekleri, tüketici vakıfları ve tüketici kooperatifleri olmak üzere üç başlıkta değerlendirebiliriz. Bununla birlikte, tüketici kuruluşlarına kanuni tanımları da içine alacak daha geniş bir pencereden bakıldığında, amacı tüketicilerin korunması olan kamu kurumlarının da tüketici kuruluşları içerisinde kategorize edilebileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, tüketici Bakanlıkları, tüketiciyi koruyucu bağımsız idari otoriteler, tüketici ombudsmanları ve bizim hukukumuzda da yeri olan standart enstitüleri, tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri de tüketici kuruluşu olarak değerlendirilebilir⁸⁶. Tüm bunlara uluslararası tüketici örgütleri de eklendiğinde en geniş tüketici kuruluşu kapsamına ulaşılmış olur. Uluslararası tüketici kuruluşlarına, Uluslararası Tüketiciler Örgütü (Consumers International), Avrupa Tüketici Birlikleri Bürosu (Bureau Europeen des Unions de Consommateurs), Balkan Tüketici Koruma Merkezi (Balkan Consumer Protection Center) ve Avrupa Topluluğu Tüketici Kooperatifleri Birliği (European Community of Consumer Cooperatives) örnek olarak verilebilir⁸⁷.

4. Tüketicinin Korunması Kavramının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

a. Tüketicinin Korunması Kavramının Dünya Geneline Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Tüketicinin korunması hareketi modern çağa ait bir sosyal olgu olmakla birlikte, tüketiciyi koruma kavramı ve anlayışının izlerine eski çağlarda da rastlamak mümkündür⁸⁸. Tüketicinin korunmasının bilinen ilk temelleri Eski Ahit'e (Tevrata) kadar dayanmaktadır. Eski Ahit'te, Hammurabi Kanunları'nda, Sümerler'de, Hititler'de ve eski Hint Kanunları'nda tüketicilerin korunmasıyla ilgili düzenlemelere rastlanmaktadır⁸⁹. Eski Yunan ve Roma'da da tüketicinin korunmasına yönelik

⁸⁶ Akipek, **a.g.e.**, s.75 vd.

⁸⁷ <http://www.tukder.com/sayfa/dunyada-tuketici-orgutleri>

⁸⁸ Deryal, **a.g.e.**, s.15

⁸⁹ Süleyman Tunç, "Türkiye'de Tüketici Haklarının Gelişimi Ve Hak Arama Yolu Olarak İnternet", **Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi**, Bahar 2015, Cilt 1, Sayı 2, s.72

düzenlemeler yapılmıştır⁹⁰. Geçmiş binlerce yıla uzanan bu medeniyet ve kültürlerde yiyeceklerin saflığının korunması, kalite denetimi, tartıda dürüstlüğün sağlanması ve fiyatlara tavan konulması gibi konulara ilişkin düzenlemeler yapılmıştır. Nispeten daha yakın gelişmeler içerisinde 1215 tarihli Magna Carta Libertatum önemli bir yer tutmaktadır⁹¹.

Sanayileşme, bilimsel ve teknolojik ilerleme boyutlarıyla bir taraftan insan hayatını kolaylaştırmış, fakat diğer taraftan, toplumsal gereksinimlerin ve sorunların artmasına yol açarak sorunların çok boyutlu ve kapsamlı bir hal almasına neden olmuştur. Bu gereksinim ve sorunların varlığı, geçmişte zaten var olan tüketim, tüketici ve tüketicinin korunması kavramlarının yanına bir de tüketici hakları kavramının eklenmesine yol açmıştır⁹². Sanayi devriminden önce üretim ve dağıtımın bölgesel düzeyde kalmasının bir sonucu olarak, üretici ve satıcılar nezdinde, “Risk müşteriye aittir”, “Alıcı dikkat etmeli”, “Satılan mal geri alınmaz” vb. şekillerde satın alınan mal veya hizmetin sorumluluğunu tüketicinin üzerine yükleyen bir anlayış hakim olmuştur. Sanayi devrimiyle birlikte, emek yoğun üretim tekniğinin yerini yavaş yavaş mekanik üretim tekniklerine bırakmasıyla kişi emeğine dayalı üretime kıyasen çok daha fazla miktarlarda üretim ortaya çıkmıştır⁹³. Serbest rekabet anlayışının gelişmesine bağlı olarak piyasaya arz edilen mal miktarı ve kalitesinde meydana gelen artış, malların fiyatlarında düşüş olarak ortaya çıkmıştır. Ancak, devam eden süreçte, firmaların büyümeleri, malların karmaşık hale gelmesi ve etkin pazarlama ve reklam yöntemlerinin geliştirilmesiyle birlikte satıcının tüketici karşısındaki konumu güçlenmiştir.⁹⁴ Dolayısıyla, tüketicinin korunması meselesi bir zaruriyet halini almıştır. Fakat, tüketicilerin bilinçlenmesi sürecinin üreticilerinki kadar hızlı aşama kaydedememesi dolayısıyla, uzun yıllar boyunca tüketicinin korunmasına yönelik ciddi çalışmalar gerçekleştirilememiştir. Diğer taraftan, iktisatçılar, iş adamları ve devlet, tüketim odaklı politikaları göz ardı ederek üretim tarafı ağır basan politikalar üzerinde durmuşlardır. Ayrıca, üreticiler ekonomik

⁹⁰ Akipek, **a.g.e.**, s.79 vd.

⁹¹ Robert N. Mayer, **The Consumer Movement: Guardians of The Marketplace**, Boston 1989, s.11; Tunç, **a.g.m.**, s.72

⁹² Akipek, **a.g.e.**, s.63

⁹³ Ankara Barosu, **Tüketici Hukuku**, Ankara Barosu Yayınları, 1. Baskı, Ankara 2000, s.2

⁹⁴ Deryal, **a.g.e.**, s.17

anlamda güçlenirken, tüketiciler kontrol edemedikleri güdülerinin esiri haline gelerek alım güçlerinde kayıp yaşamışlardır⁹⁵.

Modern anlamda tüketicinin korunmasının ilk biçimleri, monopolistik ve oligopolistik kapitalizmin doğup geliştiği Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmıştır. Kapitalizme ve gıda ürünlerinde sahteciliğe karşı yürütülen mücadele tüketici hareketinin ilk aşamasını oluşturmuştur⁹⁶. Tüketicinin korunması alanında ilk organize çalışmaların yapıldığı, konuya ilişkin yasal düzenlemelerin yapıldığı ve tüketicinin korunması akımının başlayıp dünyaya yayıldığı ülke Amerika Birleşik Devletleri'dir.⁹⁷ Tüketicinin korunması meselesinin bugünkü manasıyla önem kazanması Amerika Birleşik Devletleri ve batılı ülkelerde gerçekleşmiştir⁹⁸. Tüketicilerin korunmak amacıyla bir araya gelmeleri ile oluşan tüketici kooperatiflerinin ilk örnekleri, 1850'lerde İngiltere'de ortaya çıkmış, devam eden süreçte, 1920'lerde İsveç, 1950'lere doğru ise Fransa'da yayılmışlardır⁹⁹. İçeriğini "işletmelerin posta idaresini kullanmak suretiyle tüketicileri aldatmalarının suç sayılması"nın oluşturduğu modern anlamda tüketicinin korunması amacına yönelik ilk yasa, Amerika Birleşik Devletleri'nde kanunlaşmıştır. Devam eden süreçte, Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya çıkan, ticarete rekabeti önleyici uygulamaların engellenmesi amacıyla çıkarılan 1890 tarihli "Sherman Antitröst Yasası" (Sherman Antitrust Act), tüketicileri korumayı amaçlayan ilk örgüt olan 1891 kuruluş tarihli "Tüketici Birliği" (The National Consumers League), bozuk ve hileli gıda maddelerinin yurtiçinde üretimini, satışını ve dolaşımını yasaklayan 1906 tarihli "Gıda Maddeleri ve İlaç Yasası" (Food and Drug Act), gıda maddesi olarak satılan et ve et ürünlerindeki saflığın bozulmasını ve yanlış etiketlendirmeyi suç sayan, et ve et ürünlerinin sağlıklı ortamlarda işlenmesini öngören 1907 tarihli "Et Denetim Yasası" (Federal Meat Inspection Act), haksız rekabeti önlemeyi amaçlayan 1914 tarihli "Federal Ticaret Komisyonu Yasası" (Federal Trade Commission Act) ve tekelleşme eğilimleri önlemeyi amaçlayan 1914 tarihli "Clayton Antitröst Yasası" (Clayton

⁹⁵ Akipek, **a.g.e.**, s.83-84

⁹⁶ Antonella Corradi, "International Law and Consumer Protection: The history of consumer protection", http://www.nyulawglobal.org/globalex/International_Law_Consumer_Protection.html, 12 Ocak 2017

⁹⁷ Akipek, **a.g.e.**, Ankara 1999, s.84 vd.

⁹⁸ Akipek, **a.g.e.**, s.79

⁹⁹ TÜSİAD, **AT'de Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'deki Durum**, Tüsiad Yayın No: TÜSİAD-T/90.04.132, İstanbul 1990, s.9

Antitrust Act) modern anlamda tüketicinin korunması sürecinin diğer öncü gelişmeleridir¹⁰⁰.

Tüketicinin korunması hareketinin esaslı kırılmayı yaşayarak, uluslararası boyutta yankı getirmesi ise 1960'lı yıllara tarihlenmektedir. Dönemin Amerika Birleşik Devletleri Başkanı J.F. Kennedy, "Tüketiciler hepimizden oluşmaktadır." sözleriyle başladığı 15 Mart 1962 tarihli Amerikan Kongresi'ne seslendiği konuşmasının devamında, tüketicilerin neredeyse kamu ve özel sektöre ilişkin kararların tümüne etki eden ve bu kararlardan etkilenen ekonomideki en büyük grup olduğunu, ekonomideki harcamaların üçte ikisinin tüketiciler tarafından gerçekleştirildiğini ve fakat ekonomideki etkin biçimde organize olamamış ve taleplerini duyuramamış tek önemli grubun da tüketiciler olduğunu ifade etmiştir. Kennedy, konuşmasında dört temel tüketici hakkına vurgu yapmıştır: Güvenlik (Sağlığa veya insan hayatına zararlı mal ve hizmetlere karşı korunma), bilgilendirilme (Hileli, aldatıcı ve ağır şekilde yanlış yönlendirici bilgi, reklam, etiketleme veya diğer uygulamalara karşı korunma), seçme (Çeşitli ürün ve hizmetlere rekabetçi fiyattan erişimin temin edilmesi, rekabetçi olmayan ve bunun yerine devlet düzenlemesinin olduğu endüstrilerde tatmin edici kalite ve hizmetin adil fiyattan sağlanması), temsil edilme (Tüketici menfaatlerinin hükümet politikasının oluşturulmasında tam ve anlayışla dikkate alınacağını temini, idari makamlarda adil ve hızlı muamelenin temini)¹⁰¹. Buna göre, yukarıda tanımlanan dört hakkın tamamı, tüketicilere muhakkak tanınması gereken ve devlet tarafından da güvence altına alınması gereken haklardır¹⁰².

Kennedy'nin temel tüketici haklarını tanımlaması Avrupa'ya ilham kaynağı olmuştur. Avrupa Topluluğu tarafından tanımlanan beş temel tüketici hakkının yer aldığı Avrupa Tüketici Hakları Beyannamesi niteliğindeki "1. Tüketicinin Korunması Programı", Avrupa Topluluğu yasama organı olan Bakanlar Konseyi tarafından 14 Nisan 1975 tarihinde kabul edilerek yürürlüğe girmiştir¹⁰³. Söz konusu haklar şunlardır: Sağlık ve güvenliğin korunması hakkı, ekonomik menfaatlerin korunması hakkı, tazmin edilme hakkı, bilgi ve eğitim hakkı ile temsil edilme hakkı.

¹⁰⁰ Akipek, **a.g.e.**, s.85

¹⁰¹ <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108>

¹⁰² Akipek, **a.g.e.**, s.90

¹⁰³ TÜSİAD, **a.g.e.**, s.33 vd.

1975 yılında yapılan Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konsey Toplantısı'nda, Birleşmiş Milletler nezdinde tüketicinin korunması amacına yönelik olarak uluslararası çalışmalar yapılması kararlaştırılmıştır. Konsey, Genel Sekreter'den konuyla ilgili bir rapor hazırlamasını talep etmiş ve bu rapor daha sonra genişletilerek “Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar” adını almış ve 9 Nisan 1985 tarihinde üye ülke delegeleri tarafından oy birliği ile kabul edilmiştir¹⁰⁴. Buna göre, tüketicinin korunması sürecine ilişkin olarak ortaya konulan ana hedefler aşağıdaki gibidir¹⁰⁵:

- Ülkelere, tüketici olan vatandaşlarına yeterli korumayı sağlamaları ve sürdürmeleri için yardımcı olmak,
- Tüketici arzu ve ihtiyaçlarına hitap edecek üretim ve dağıtım yöntemlerini kolaylaştırmak,
- Tüketiciler için mal ve hizmet üretmek ve dağıtmakla iştigal olanlar için yüksek ahlaki davranış seviyesini teşvik etmek,
- Ulusal ve uluslararası düzeyde faaliyet gösteren her çeşit teşebbüsün tüketicileri olumsuz yönde etkileyen zararlı iş aktivitelerinin önlenmesinde devletlere yardımcı olmak,
- Bağımsız tüketici gruplarının gelişmesine yardımcı olmak,
- Tüketicinin korunması alanında daha fazla uluslararası işbirliği yapmak,
- Tüketicie daha fazla alternatifini daha uygun fiyattan sunana piyasa koşullarının geliştirilmesinin desteklenmesi,
- Sürdürülebilir tüketimin teşvik edilmesi.

Birleşmiş Milletler “Tüketicinin Korunmasına İlişkin Temel Esaslar” bildirisinde önem arz eden bir diğer başlık da, daha önce Avrupa Birliği'nin kabul ettiği beş temel hakkın genişletilmesiyle ortaya çıkan “genel ilkeler” bölümüdür¹⁰⁶. Söz konusu ilkeler şunlardır:

- Tüketicilerin temel mal ve hizmetlere erişimi,
- Zayıf ve dezavantajlı konumda bulunan tüketicilerin korunması,
- Tüketicilerin sağlık ve güvenliklerine yönelen tehlikelerden korunması,

¹⁰⁴ Akipek, **a.g.e.**, s.129 vd.

¹⁰⁵ http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_en.pdf

¹⁰⁶ Akipek, **a.g.e.**, s.131

- Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması ve desteklenmesi,
- Tüketicilerin arzu ve istekleriyle uyumlu bilinçli tercihler yapabilmelerini mümkün kılan yeterli bilgiye erişimleri,
- Tüketici tercihlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik sonuçlarını da içine alan tüketici eğitimi,
- Tüketici ihtilaflarının çözümü ve tazmininin etkinliği,
- Tüketici gruplarının ve diğer ilişkili grup ve organizasyonların oluşumunda özgürlük ve bu gibi organizasyonlara kendilerini etkileyen karar alma süreçleri esnasında görüşlerini temsil edebilme imkanı tanınması
- Sürdürülebilir tüketim modellerinin teşvik edilmesi.

Yukarıdaki ilkelerin AT Konseyince 19.05.1981 tarihinde kabul edilen “2.Tüketicinin Korunması Programı” ve 23.06.1986 tarihinde kabul edilerek 05.07.1986 tarihinde yürürlüğe giren “Tüketiciyi Koruma Politikasına Yeni Hız Kazandırma Programı” çerçevesinde Uluslararası Tüketiciler Örgütü (Consumers International) tarafından yorumlanması, geliştirilmesi ve indirgenmesi sonucu, tüketicilerin anayasası niteliğindeki sekiz nihai ilke ortaya çıkmıştır¹⁰⁷. Söz konusu ilkeler aşağıdaki gibidir:

- Temel İhtiyaçların Karşılanması Hakkı
- Güvenlik Hakkı
- Bilgilendirilme Hakkı
- Seçme Hakkı
- Temsil Edilme Hakkı
- Tazmin Edilme Hakkı
- Tüketici Eğitimi Hakkı
- Sağlıklı Bir Çevre Hakkı

b. Tüketicinin Korunması Kavramının Türkiye Geneline Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Tüketicinin korunması kavramı Anadolu Türk-İslam kültüründe önemli bir yer teşkil etmektedir. Anadolu Türk-İslam kültüründeki tüketicinin korunmasına yönelik

¹⁰⁷ Akipek, **a.g.e.**, s.130; <http://www.consumersinternational.org/who-we-are/un-guidelines-on-consumer-protection/>;
<https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d19/c077/tbmm19077063ss0619.pdf>

bilinen ilk faaliyetlerin Anadolu Selçuklu Devleti zamanında kurulan ve Osmanlı Devletiyle birlikte devam eden Ahilik Teşkilatı aracılığıyla gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür. Ahilik teşkilatı, esnaf ve sanatkarlıkta önemli bir sorun olan üretici-tüketici arasındaki çıkar ve menfaat çatışmalarını, birbirleriyle herhangi bir sürtüşmeye mahal vermeyecek biçimde ayarlamıştır¹⁰⁸. Ahilik teşkilatının Osmanlı Devlet ve toplum hayatı üzerindeki etkisinin kuvvetli olduğu dönemlerde, Dünya’da bir ilk olarak kabul edilen standartlar kanunu hazırlanmış ve uygulamaya geçirilmiştir. Osmanlı Sultanı II.Beyazid zamanında 1502-1507 yılları arasında hazırlanan ve 100’den fazla maddeyi içeren Bursa, İzmir ve Edirne İhtisap (belediye) kanunnameleri dünyanın ilk standartlar kanunu ve ilk tüketiciyi koruma kanunu olarak kabul edilmektedir¹⁰⁹. Fiyatlara üst sınır konulması şeklindeki bir uygulama olan “narh sistemi” ve pazarlarda kamu sağlığının ve güvenliğinin korumasını sağlayan bir denetim mekanizması olan “ihtisab kurumu” vasıtasıyla tüketicilere koruma sağlanmıştır¹¹⁰.

19. yüzyıla kadar oldukça etkin biçimde işleyen bu sistem, Osmanlı Devleti’nin zayıflamasının ve çöküş sürecine girmesinin bir sonucu olarak etkinliğini kaybetmiştir. 1839 yılında loncalar ve ihtisab kurumunun kaldırılması, 1865’te ise narh yoluyla yapılan denetimlerin kaldırılması sistemi çökertmiş ve tüketiciler korumasız kalmıştır¹¹¹.

Osmanlı Devleti’nin yıkılmasını ve Cumhuriyetin ilan edilmesini takip eden süreçte, tüketicinin korunması amacına yönelik ciddi bir çalışma yapılmamıştır. Bununla birlikte, Cumhuriyetin ilanından 1970’li yıllara kadar devam eden süreçte, 1930 tarihli Belediyeler Kanunu, 1930 tarihli Ticarete Tağşişin Men’i ve İhracatın Murakabesi ve Korunması Hakkında Kanun ve 1936 tarihli Endüstriyel Mamulatin Maliyet ve Satış Fiyatlarının Kontrolü ve Tespiti Hakkında Kanun vb. gibi, amacı tüketicinin korunması olmamakla birlikte dolaylı yollardan tüketiciyi koruyan yasal düzenlemeler yapılmıştır. Yine bu dönemde, amacı doğrudan doğruya tüketicinin korunması olmamakla birlikte, tüketicinin korunması sürecinde rol üstlenen, en önemli

¹⁰⁸ Niray Nasır, “Anadolu Ahiliği’nin Sosyo-Ekonomik Yönleri”, <http://www.hbvdergisi.gazi.edu.tr/index.php/TKHBVD/issue/view/32>, 30 Ocak 2017

¹⁰⁹ Durak, İbrahim., Yücel, Atilla., “Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.15,S.2 s.165

¹¹⁰ Deryal, **a.g.e.**, s.50 vd.

¹¹¹ Akipek, **a.g.e.**, s.110

görevi her türlü madde ve mamullerle ilgili standartlar hazırlamak olan Türk Standartları Enstitüsü'nün temelleri atılmıştır. İlk faaliyetlerine 16 Ekim 1954 tarihinde Odalar Birliği bünyesinde başlayan kurum, 22 Kasım 1960 tarihinde yürürlüğe giren 132 sayılı kuruluş kanunuyla birlikte tüzel kişiliği haiz ve özel hukuk hükümlerine göre yönetilen statüsüyle birlikte ayrı bir kurumsal kimliğe bürünmüştür¹¹². Amacın doğrudan doğruya tüketicinin korunması olduğu, modern anlamda tüketicinin korunması meselesi ise ancak 1970 yılında gündeme gelmiştir. Türk Standartları Enstitüsü ve Ticaret bakanlığının ortak girişimiyle ilk defa, tüketicinin korunması meselesini bilimsel zeminde ele alan bir seminer düzenlenmiştir. Devamında, Ticaret Bakanlığı bünyesinde tüketicinin korunması amacına yönelik bir daire kurulmuş, ancak daire personel yetersizliğinden ötürü 1974 yılında kapatılmıştır. 1971 yılı, tüketiciye yasal korunma sağlanmasının geçmişi bakımından oldukça önemli bir yıldır. Doğrudan tüketicinin korunması amacına yönelik olarak hazırlanan ilk kanun tasarısı niteliğindeki, “Tüketicinin Korunması İçin Ticaret Konusu Mal ve Hizmetlerle İlgili Faaliyetlerin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı” Meclise sevk edilmiş, ancak bir türlü gündeme alınıp kabul edilemediği için geçersiz olmuştur. Görüldüğü üzere 70’li yıllar Türkiye’de tüketicinin korunması fikrinin doğup filizlendiği, fakat bir türlü olgunlaşamadığı, çabaların sonuçsuz kaldığı bir dönem olmuştur. Benzer bir durum, tüketicinin korunması alanında 80’li yıllarda yapılan yasal düzenlemeler bakımından da geçerlidir. 80’li yıllarda hazırlanan tüketicinin korunması amacına yönelik kanun tasarıları da bir türlü kanunlaşmamıştır¹¹³. Yine de, 80’li yılların Türkiye’de tüketicinin korunması alanında bir milat olduğunu söylemek mümkündür. İlk defa, 1982 Anayasası’nda tüketicinin korunması meselesi düzenlenmiştir. Anayasa’nın 171 ve 172’nci maddelerinde yer alan düzenlemelere göre, devlet, tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin gelişmesi için gerekli tedbirlerin yanı sıra tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirleri alacak ve tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik edecektir. 90’lı yıllara gelindiğinde, en nihayetinde, tüketicinin korunması alanındaki ilk yasal düzenleme olan, 23/02/1995 tarih 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kabul edilmiştir. Mülga 4077 sayılı Kanun, Tüketicinin Korunması alanındaki kurumların hayatımıza girmesi bakımından oldukça önemlidir. Mülga 4077 sayılı Kanun’un 22’nci maddesiyle birlikte, görevi tüketiciler ile satıcılar arasında

¹¹² TÜSİAD, **a.g.e.**, s.117

¹¹³ Akipek, **a.g.e.**, Ankara 1999, s.110 vd.

ıkan uyuşmazlıkları çözümlmek olan Tüketiciler Sorunları Hakem Heyetleri'nin oluşturulması kararlaştırılmıştır. Yine mülga 4077 sayılı Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun'un 23'üncü maddesiyle, görevi bu kanundan çıkacak her türlü uyuşmazlığa bakmak olan Tüketiciler Mahkemeleri'nin oluşturulması kararlaştırılmıştır. Mülga 4077 sayılı Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun'un yaklaşık on dört yıl boyunca yürürlükte kalmasının ardından, özellikle AB mevzuatı ile tam uyumun sağlanması hedefinin neden olduğu yeni bir düzenleme yapılması ihtiyacının bir sonucu olarak 07/11/2013 tarih 6502 sayılı Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun, 4077 sayılı eski Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun'un yerini alarak yürürlüğe girmiştir. Bunların yanı sıra, tüketicilerin korunması alanında son yıllarda yapılan çalışmalarda gönüllü tüketiciler örgütlerinin de önemli bir rolü vardır¹¹⁴.

II. Kavramlar

A. Finansal Tüketiciler

1. Tanım ve Kapsamı

Esasen, tüketiciler tanımından bağımsız yapılmış bir finansal tüketiciler tanımı mevcut değildir. Dolayısıyla, finansal tüketiciler için, finansal piyasalarda hareket eden tüketiciler tabirini kullanmak mümkündür. Bu tanımı güncel tüketiciler mevzuatımıza uygulandığında, finansal tüketiciler için, ticari veya mesleki olmayan amaçlarla finans piyasalarında hareket eden gerçek veya tüzel kişi tabirini kullanmak mümkündür. Bunun yanı sıra, Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun'da tanımlanmamış olmakla birlikte, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu tarafından hazırlanan ve 03/10/2014 tarih ve 29138 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Finansal Tüketicilerden Alınacak cretlere İlişkin Usl ve Esaslar Hakkında Yönetmelikte yer verilmiş bir finansal tüketiciler tanımı mevcuttur. Bu tanıma göre, finansal tüketiciler, Kanun'un 3 üncü maddesinde tanımlanan tüketicilerden (ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi) kuruluşlarca (bankalar, tüketiciler kredisi veren finansal kuruluşlar ve kart çıkaran kuruluşlar) kendisine ürün veya hizmet sunulan tüketicileri ifade etmektedir.

¹¹⁴ Akipek, **a.g.e.**, Ankara 1999, s.116

2. Kavramın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Tüketicilerin, bir kitle olarak, modern anlamda finansal hizmetler sektörünün yararlanıcısı halini alması ilk defa 1910-1920 dönemine tekabül etmektedir. Bu dönemin incelenmesinde Nisan 1917 tarihi önemli bir eşik noktasını temsil etmektedir. Zira, 1.Dünya Savaşı'nın başlangıcında tarafsız kalmayı tercih eden ABD, bu tarih itibarıyla Almanya'ya savaş ilan ederek itilaf devletlerinin safında savaşa dâhil olmuştur. ABD'nin savaşa dâhil olmasından önceki süreçte, devletin müdahaleci düzenlemeleri dolayısıyla düşük seviyede seyreden faiz oranları, ABD'nin savaşa girmesi ve savaşın maliyetinin bütçe üzerindeki yükünün artmasının bir sonucu olarak, devletin müdahaleci düzenlemelerini gevşetmesiyle birlikte ciddi biçimde yükselmiştir. 1910'lu yıllara girilirken otomobil, buzdolabı, çamaşır makinesi vb. dayanıklı tüketim mallarının kitlesel arzının ilk örnekleri gerçekleşmiş olmasına rağmen, düşük seyreden faizler kredi kuruluşlarının tüketici kredilerini genişletme noktasında isteksiz hareket etmelerine neden olmuştur. Bunun bir sonucu olarak da, tüketiciler bu dönemdeki finansman ihtiyaçlarını daha ziyade tefeciler aracılığıyla karşılama yoluna gitmişlerdir¹¹⁵. Bu dönemin, finansal tüketicinin fiilen dünya sahnesine çıkışının başlangıcı olduğunu söylemek mümkündür.

1917 yılında faiz oranları üzerindeki devlet denetiminin gevşemesi ile birlikte 1917 yılının ilk çeyreğinde %3,8 düzeylerinde gerçekleşen 3 aylık hazine bonosunun faiz oranının 1920'lerin sonuna gelindiğinde %6'lara dayandığı görülmektedir¹¹⁶. Artan faiz oranları ve taksitli ödeme yöntemlerinin uygulanmaya başlanması, finansal kuruluşlar bakımından tüketicilere kredi kullandırılmasını cazip hale getirmiş ve 1929 yılındaki büyük ekonomik buhrana kadar olan süreçte tüketici kredisi kullanımında ciddi artışlar gözlemlenmiştir. 1919 yılında otomotiv sektöründe taksitle satış uygulamasının başlamasıyla birlikte, öncesi ile kıyaslandığında, 1919-1929 döneminde taksitli kredi ile otomobil sahibi olan hane halkının oranı %4,9'dan %15,2'ye yükselerek üçe katlanmıştır. Yine benzer şekilde, 1898-1916 dönemini kapsayan on sekiz yıllık periyotta harcanabilir gelirin ortalama %3,7'sine tekabül eden

¹¹⁵ https://www.federalreservehistory.org/essays/feds_role_during_wwi

¹¹⁶ E.W. Kemmerer, "The War and Interest Rates", **The American Economic Review**, Vol. 9, No. 1, Supplement, Papers and Proceedings of the Thirty-First Annual Meeting of the American Economic Association, (Mar.,1919), <http://www.jstor.org/stable/pdf/1813987.pdf>, 18 Şubat 2017; <https://fred.stlouisfed.org/series/M1329AUSM193NNBR>

dayanıklı tüketim malları tüketimi, 1922-1929 dönemini kapsayan yedi yıllık dönemde ciddi biçimde yükselerek harcanabilir gelirin %7,2'sini oluşturmuştur¹¹⁷. Bu da açıkça göstermektedir ki, tüketici kredileri, 1900'lerin başlarından itibaren hane halkının hayatına iyiden iyiye yerleşmeye başlamış ve yeni bir tüketici sınıfının, finansal tüketici kavramının doğmasına aracı olmuştur.

Kredi genişlemesi devam ederken, 1929 yılına yaklaşıldığında, tüketicilerin kredi taksitlerini ödemekte güçlük çekmelerinin bir sonucu olarak satın aldıkları malları iade etmek zorunda kalmaları, tüketicilerin daha az ürün, dolayısıyla daha az tüketici kredisi talep etmelerine yol açmıştır. Bu da, fiyatlar üzerinde baskı yaratmış ve kredi kullanan üretici ve satıcıların borçlarını ödeyememelerine neden olmuştur. Bu dönemde verdikleri kredilerin geri dönüşünü almakta güçlük çeken kredi kuruluşları ellerinde bulundurdıkları finansal varlıkları (çoğunlukla da devlet tahvilleri) satma ve verdikleri kredileri sınırlandırma yoluna gitmişlerdir. Kredilerin düşmesi beraberinde düşük harcamaları getirmiş ve fiyatlar üzerindeki aşağı yönlü baskı daha da artarak 1929 büyük ekonomik buhranının ortaya çıkış nedenlerinden birini oluşturmuştur¹¹⁸. Dolayısıyla, denilebilir ki, finansal tüketicinin korunmasında düşülen zafiyet, tüketicinin alışveriş yaparken kendini güvende hissetmemesi, dünyanın gördüğü en büyük ekonomik krizlerden birine sebep teşkil etmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte ekonomik buhranın etkileri ortandan kaybolmaya başlamıştır. Bu dönemde, ekonomik büyüme ve ürün çeşitliliğindeki artışın bir sonucu olarak, tüketici kredisi kullanımında ciddi artışlar kaydedilmiştir¹¹⁹. ABD'de tüketici kredileri, 1944 yılı sonu itibarıyla bir önceki yıllara kıyaslandığında sadece %2,2 seviyesinde artış gösterirken, 1945 ve 1946 yılları sonu itibarıyla bu rakam, sırasıyla %17 ve %43 olarak gerçekleşmiştir¹²⁰. 1950'lerin sonuna gelindiğinde, daha erken dönemlerde basit ve kısıtlı uygulamasının örnekleri görülen kredi kartı kullanımının yaygın hale gelmesiyle birlikte tüketim ürünlerinin ediniminde yeni bir dönem başlatmıştır. 1950 yılında ABD'de tüketici kredilerinin

¹¹⁷ <http://www.dailykos.com/story/2008/1/14/436037/->

¹¹⁸ <http://www.dailykos.com/story/2008/1/14/436037/->

¹¹⁹ Andre Ryan, Gunnar Trumbull, Peter Tufano, "A Brief Postwar History of US Consumer Finance", <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/11-058.pdf>, 27 Şubat 2017.

¹²⁰ <https://fred.stlouisfed.org/series/TOTALNS>

GSYİH'e oranı %6 düzeyinde iken, 1960 yılına gelindiğinde bu rakam %10'a yükselmiştir¹²¹.

Tüketici kredilerinin, bilhassa da kredi kartlarının 1960'lı yıllardan itibaren yaygınlaşmasıyla birlikte tüketici kredisi veren kuruluşlar ile finansal tüketiciler arasında adil olmayan bir takım uygulamalar ortaya çıkmıştır. ABD'de kredi kartlarının ilk defa kitlesel boyutlarda kullanılmaya başlandığı bu yıllarda, söz konusu kartlar sıklıkla dolandırıcılık eylemlerinin hedefi olmuştur. Bu eylemlerin en yaygın olanında, kredi kartı kuruluşları tarafından potansiyel gördükleri müşterilere talepleri olmaksızın posta yoluyla kredi kartları gönderilmiş, fakat bu kartlar gönderildikleri kişilere ulaşmadan, daha henüz postada iken dolandırıcılar tarafından ele geçirilerek haksız kazançlara alet edilmiş ve dolandırılan tutar, adına bir kredi kartı çıkarıldığından haberi dahi olmayan kartın gönderildiği kişiye yükletilmiştir. Başka bir deyişle, finansal tüketici, hiç talep etmediği bir karttan yine hiç talep etmediği bir kredi kullanımı dolayısıyla mağduriyet yaşamıştır. Finansal tüketiciler kendilerine yükletilen borcu ödemekten kaçındıklarında ise, kredi kartı kuruluşları, kredi borcuna dayanak oluşturan belgeleri kolayca senet tahsildarlarına devrederek finansal tüketicinin kredi notunun düşmesine neden olmuşlardır. Böylelikle, tüketici açısından bir başka mağduriyet daha doğmuştur.

Söz konusu haksız uygulamaların engellenmesi amacıyla, ABD Kongresi tarafından sırasıyla; 1968 yılında kredi kartı kuruluşlarına kredi ve krediyle ilişkili ücret ve masrafların koşullarını açıkça beyan etme zorunluluğu getiren Kredilerde Doğru Bilgilendirme Kanunu (Truth in Lending Act, TILA), 1970 yılında tüketicilere kendi kredi bilgilerinin yer aldığı kredi raporlarını inceleyebilme ve rapordaki bilgilerin hangi şirketler tarafından ne şekilde temin edilebileceğini ve kullanılabilirliğini düzenleme imkanı veren Adil Kredi Raporlama Kanunu (Fair Credit Reporting Act, FCRA), 1974 yılında kredi talep edenlerin yaş, ırk, cinsiyet, din vb. temelinde görüntülenmesini yasaklayan Eşit Kredi İmkani Kanunu (Equal Credit Opportunity Act, ECOA), yine 1974 yılında finansal tüketicilere kendilerine yükletilen kredi maliyetlerini, kredi notları düşürülmeksizin kredi kuruluşları ile müzakere edebilme imkanı sağlayan Adil Kredi Maliyetlendirme Kanunu yasalaştırılmıştır¹²².

¹²¹ <https://fred.stlouisfed.org/series/TOTALNS>

¹²² https://www.americanbar.org/content/dam/aba/events/legal_assistance_military_personnel/ls_lamp_cle_mar15_fed_consumer_protections.authcheckdam.pdf

Aynı dönemde, İngiltere’de, amacı tüketici kredileri ile ilişkili konularda tüketicinin korunmasına yönelik yeni bir sistem¹²³ tesis etmek olan 1974 tarihli Tüketici Kredisi Kanunu (Consumer Credit Act 1974) yasalaşmıştır. 60’lı yılların sonu itibarıyla tüketici kredisi alanında yapılmaya başlanan yasal düzenlemeler, finansal tüketicinin, genel tüketici kavramının içerisinde ön plana çıkarak, fiili anlamda varlığının kabul edilmesinin başlangıcı olarak kabul edilebilir.

70’li yıllardan itibaren dünya genelinde hane halkı kaynaklı tüketimin, gelirdeki ve tüketici kredilerindeki artışın etkisiyle¹²⁴, ciddi bir artış gösterdiği gözlemlenmiştir. 1970 yılında 11,6 trilyon Dolar seviyesinde olan dünya genelindeki hane halkı kaynaklı tüketim harcamaları, küresel finansal krizin etkilerinin kendini gösterdiği 2008 yılına kadar istikrarlı olarak yükselmiş ve 37,3 trilyon Dolar seviyelerine ulaşmıştır¹²⁵.

2008 yılında yaşanan küresel finansal kriz, finansal tüketicinin korunmasında bir eşik noktasını temsil etmektedir. Krize getiren sürecin geri planında mortgage kredilerinin, tüketici kredilerinin ve kredi kartlarının neden olduğu balonun yatması¹²⁶, finansal tüketicinin korunması noktasında yeni bir hassasiyetin doğmasına yol açmıştır. Bu bağlamda, birçok ülkedeki yasal düzenlemeler gözden geçirilerek yeniden kaleme alınmıştır. ABD’de 2010 yılında, amaçları arasında tüketicinin kötü finansal hizmet uygulamalarından korunması da bulunan Dodd-Frank Kanunu (Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act) yasalaşmıştır. Bu Kanun’un 10’uncu başlığı altında, amacı tüketicileri finansal piyasalardaki haksız, aldatıcı ve kötü uygulamalardan korumak olan ve bu amaca yönelik hukuk kurallarını ihlal eden şirketlere karşı yaptırım gücüyle donatılan Tüketicinin Finansal Korunması Bürosu (Consumer Financial Protection Bureau-CFPB) kurulmuştur¹²⁷. Yine, 2008 yılında AB’nin tüketici kredilerine ilişkin Direktifi olan 2008/48/EC sayılı Direktif kabul edilmiştir. Türkiye’de 2014 yılında, tüketici kredilerine ilişkin düzenlemelerinde

¹²³ <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1974/39/introduction>

¹²⁴ <http://data.worldbank.org/indicator/NE.CON.PETC.KD>; <https://fred.stlouisfed.org/series/TOTALNS#0>; <https://nottingham.ac.uk/cfc/documents/issues/consumer.pdf>; <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&series=NE.CON.PETC.ZS&country=>

¹²⁵ <http://data.worldbank.org/indicator/NE.CON.PETC.KD>

¹²⁶ Gülten Kazgan, “2008 Küresel Krizi: Nedenleri, Etik İlkeleri ve İktisat Eğitimi”, <http://www.tek.org.tr/dosyalar/bunalim1.pdf>, 8 Şubat 2017

¹²⁷ <https://www.sec.gov/about/laws/wallstreetreform-cpa.pdf>; <https://www.consumerfinance.gov/about-us/the-bureau/>

2008/48/EC sayılı Direktifin örnek alındığı 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kabul edilerek yürürlüğe girmiştir.

3. Finansal Tüketici Kavramının Önemi

Finansal tüketicinin korunmasına yönelik kalıcı ve güçlü düzenlemeler yapılabilmesi için öncelikle finansal tüketicinin korunmasının öneminin idrak edilmesi gerekmektedir¹²⁸.

Elizabeth Warren Demokrasi Dergisi'nin Yaz 2007 sayısı için kaleme aldığı yazısında meselenin önemini şu şekilde açıklamaktadır: “Beşte bir olasılıkla evinizi alevler içerisinde bırakıp yakıp kül edecek bir tost makinasını satın almanız mümkün değildir. Fakat, mevcut bir evin mortgage ile ipotek ettirilerek aynı beşte birlik olasılıkla bir ailenin sokağa atılması ihtimali mümkündür –ve dahi mortgage bu gerçeği ev sahibine ifşa etmez. Benzer şekilde, bir tost makinasının fiyatını satın alındığı andan itibaren değiştirmek mümkün değildir. Fakat, sözleşmenin imzalanmasından çok sonraları bile, tüketicinin sözleşmeden doğan kredi yükümlülüklerini tam ve zamanında yerini getirmiş olması halinde dahi, satın alınan şeyin finansmanı için kullanılan kredinin maliyetinin üçe katlanması mümkündür. Neden tüketiciler elle tutulabilir ürünleri nakit kullanarak satın aldıklarında güvende olurlarken, mortgage ve kredi kartı gibi olağan finansal hizmetlerden yararlandıklarında kredi verenin merhametine muhtaç hale gelirler? İki piyasa arasındaki fark ‘düzenleme’ dir.¹²⁹”. Warren’in de vurguladığı üzere, finansal piyasalardaki düzenleyici mahiyetteki eksiklikler finansal tüketicinin korunması bakımından zafiyetlerin doğmasına neden olmaktadır. Bu yöndeki görüşü destekleyen bir diğer görüş Dünya Bankası’nın Finansal Tüketicinin Korunması İçin Kurumsal Düzenlemelere Dair Teknik Not (Technical Note: Institutional Arrangements for Financial Consumer Protection) adlı çalışmasında yer almaktadır. Buna göre, her ne kadar bilimsel makaleler, kitaplar, politika notları ve Dünya Bankası tarafından yayınlanan Uluslararası İyi Uygulamalar, finansal tüketicinin korunması amacına yönelik olarak etkili çalışmalar ortaya koysalar da, sorunun teşhisine yönelik olarak yapılan araştırmalar göstermektedir ki, finansal tüketicinin korunmasının

¹²⁸ World Bank Group, “Technical Note: Institutional Arrangements for Financial Consumer Protection”, <http://responsiblefinance.worldbank.org/~media/GIAWB/FL/Documents/Publications/GP-FI-TechNote-Institutional-Arrangements-for-CPFL-FINAL-20151123.pdf>, 9 Şubat 2017.

¹²⁹ Warren, **a.g.m.**

geliştirilmesinde düzenleyici ve denetleyici otoritelerin rollerine ilişkin yol haritasının belirlenmesi öne çıkan noktalardandır¹³⁰. Öne çıkan diğer noktalar ise, tüketiciler, finans sektörü ve politika yapıcıları açısından finansal tüketicinin korunmasının nihai hedef ve yararlarının belirlenmesi ve finansal tüketicinin korunması sürecinin güçlendirilmesinde finansal kapasitenin rolüne dair izlenecek yolun belirlenmesidir¹³¹.

Finansal tüketicinin korunmasının önemi, 2008 küresel finansal krizi ile birlikte açıkça kendini göstermiştir. Kriz, her ne kadar yapılaşmış finansal balonun patlamasıyla ortaya çıkmış olsa da, esasında, daha öncesinde karşılıklı olarak birbirinden bağımsız olduğu düşünülen uluslararası ekonominin farklı alanlarını etkileyerek aşamalı olarak başlamıştır. Bir çeşit yayılma etkisi olarak adlandırılabilir olan bu durum, ulusal ve uluslararası ekonomiler arasındaki ilişkinin karmaşıklığını ve karşılıklı bağımlılığını gün yüzüne çıkarmıştır. Daha da önemlisi kriz, finansal istikrar ve tüketicinin korunması arasındaki karşılıklı güçlü bağı ortaya koymuştur. Krizden önce, tüketicinin korunması ve finansal istikrar süreçleri, ancak dolaylı ilişki içerisindeki amaçlar olarak görülmekteydi. Hatta uç noktalarda birbirleriyle çelişme potansiyelleri olduğu dahi düşünülmekteydi. Ancak, krizin patlak vermesinin ardından bu yöndeki algı hızla değişmiş ve birçok düzenleyici ve denetleyici otorite tarafından özellikle 2010-2013 yılları arasında finansal tüketicinin korunması amacına yönelik ciddi kaynak tahsisi yapılmıştır. Uygun biçimde inşa edilen ve uygulanan finansal tüketicinin korunması sürecine yönelik düzenleyici ve denetleyici bir çerçevenin finans sektörünün bütünü üzerinde olumlu etki doğurması muhtemeldir. Tüketicinin korunması, finans sektöründe tüketici güvenini –bunun bir sonucu olarak finansal tabana yayılmayı– ve şeffaflığı artırarak finans kuruluşları arasında rekabeti teşvik edecektir. Sağlıklı işleyen bir rekabet de tüketici açısından yararlı yeniliklerin doğup gelişmesini teşvik ederek tüketicinin korunması sürecini güçlendirecektir. En nihayetinde, daha işlevsel çalışan piyasalar, sağlıklı ve istikrarlı büyüyen bir ekonomiye katkıda bulunacaktır.

¹³⁰ World Bank Group, “Technical Note: Institutional Arrangements for Financial Consumer Protection”; <http://responsiblefinance.worldbank.org/~media/GIAWB/FL/Documents/Publications/GP-FI-TechNote-Institutional-Arrangements-for-CPFL-FINAL-20151123.pdf>, 9 Şubat 2017.

¹³¹ World Bank Group, “Technical Note: Institutional Arrangements for Financial Consumer Protection”; <http://responsiblefinance.worldbank.org/~media/GIAWB/FL/Documents/Publications/GP-FI-TechNote-Institutional-Arrangements-for-CPFL-FINAL-20151123.pdf>, 9 Şubat 2017.

B. Finansal Hizmet

Finansal hizmet, her türlü banka hizmeti, kredi, sigorta, bireysel emeklilik, yatırım ve ödeme ile ilgili hizmetleri ifade eder¹³². Finansal hizmetler tüketicinin günlük yaşamında büyük bir öneme sahiptir¹³³. Tüketiciler, banka hesaplarını en önemli finansal hizmet kalemlerinden biri olarak tanımlamaktadır. Araştırmalar göstermiştir ki, tüketiciler açık ve şeffaf fiyatlandırmayı en önemli korunma araçlarından biri olarak görmektedirler¹³⁴. Ancak bu açık ve şeffaf fiyatlandırmalardan finansal hizmetler alanında yararlanılamadığı görülmüştür. Alman tüketiciler üzerinde yapılan bir araştırmanın sonucuna göre, bankada hesabı bulunan tüketici sayısının araba sahibi olan tüketici sayısından fazla olmasına rağmen, Alman tüketicilerin %57'sinin düzenli olarak akaryakıt fiyatları arasında karşılaştırma yaptıkları, bununla birlikte, sadece %10 civarındaki kısmının kredi koşulları arasında karşılaştırma yaptıkları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, finansal hizmetlerin açık ve şeffaf olmaması meselesi finansal tüketicinin karşısında büyük bir engel olarak durmaktadır¹³⁵. Finansal hizmet tek başına finansal ürünün kendisini ifade etmemektedir. Aynı zamanda, finansal ürünü satın alma sürecini ifade etmektedir¹³⁶. Satın alınan finansal ürünün yanı sıra, koşulların açık ve şeffaf olması da dahil olmak üzere, finansal tüketiciyi, finansal ürünü hizmet sunucusundan satın almaya yönelten satın alma öncesi süreçler de finansal hizmet olarak kabul edilmelidir. Hatta, görüşümüzce, finansal hizmetin satın alınması sonrasındaki süreçler de aynı bağlamda, finansal hizmet olarak kabul edilmelidir.

C. Kredi Kuruluşu

Kredi kuruluşu, mevduat ve diğer geri ödenebilir fonları halktan toplama ve kendi hesabına kredi verme işini üstlenen kişi şeklinde tanımlanabilir¹³⁷.

¹³² 31/01/2015 tarih 29253 sayılı Finansal Hizmetlere İlişkin Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m.4/a.

¹³³ Sophie Ahlswede, "Consumer protection in financial services", http://www.dbresearch.de/MAIL/DBR_INTERNET_DE-PROD/PROD000000000273424.pdf, 13 Şubat 2017.

¹³⁴ European Commission, "Consumer Protection In The Internal Market", http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_298_en.pdf, 15 Şubat 2017

¹³⁵ Sophie Ahlswede, "Consumer protection in financial services", http://www.dbresearch.de/MAIL/DBR_INTERNET_DE-PROD/PROD000000000273424.pdf, 13 Şubat 2017.

¹³⁶ Irena Asmundson, "Financial Services: Getting the Goods", www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/basics/finserv.htm, 16 Şubat 2017.

¹³⁷ <http://www.eba.europa.eu/risk-analysis-and-data/credit-institutions-register>

Kredi kuruluğu, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da “kredi veren” başlığa altında düzenlenmiştir. Mülga 4077 sayılı Kanun’da, “mevzuatları gereği tüketicilere nakit kredi vermeye yetkili olan banka, özel finans kuruluşu ve finansman şirketleri” olarak tanımlanan “kredi veren” kavramının kapsamı, 6502 sayılı Kanunda genişletilerek, “mevzuatı gereği tüketicilere kredi vermeye yetkili olan gerçek ve tüzel kişi” olarak tanımlanmıştır. Ayrıca, 6502 sayılı TKHK’nın m.22 f.1 hükmünde yapılan tüketici kredisi sözleşmesinin tanımından da anlaşılacağı üzere, kredi veren bu işi faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında yapmaktadır. Burada, faiz ifadesiyle işaret edilen “anapara faizi” iken, benzeri menfaat ile işaret edilen “komisyon, vade farkı vs.” adla alınan ödemelerin yanında yapılan gerçek masraf tutarını önemli ölçüde aşan masraf ödemeleridir¹³⁸.

87/102/EEC ve 2008/48/EC sayılı Avrupa Birliği Direktifi’lerine göre kredi veren, “ticari işletmesi, mesleği veya faaliyeti çerçevesinde kredi veren gerçek veya tüzel kişiler veya bu gibi kişilerden oluşan gruplar” olarak tanımlanmıştır¹³⁹. AB hukukunda yer alan “kredi veren” tanımının 6502 sayılı TKHK’da yer verilen “kredi veren” tanımdan farklılaştığı görülmektedir. AB hukukuna göre kredi verenin kredi vermesinin dayanağını “ticari işletmesi, mesleği veya faaliyeti” oluştururken, bizim hukukumuzda kredi verenin kredi vermesinin dayanağını kredi verenin tabi olduğu “mevzuat” oluşturmaktadır. Bir diğer farklılık da, bizim hukukumuzda “faiz veya benzeri bir menfaat” olarak adlandırılan kredi vermenin karşılığının, AB hukukunda belirtilmemiş olmasıdır. Bu bağlamda, denilebilir ki, AB hukuku çerçevesinde, herhangi bir menfaatin karşılık olarak belirlenmediği ödünç verme işinin de kredi sözleşmesi hükümlerine tabi olması mümkündür.

Kredi kuruluşu denildiğinde akla ilk olarak dar ve teknik anlamda bankalar gelir. Ayrıca, yatırım bankaları ve finansman sözleşmeleri ile kredi sağlayan finansman şirketleri de kredi veren konumunda bulunabilirler¹⁴⁰. Ancak, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da tüketicinin, “ticari veya mesleki olmayan” amaçlarla hareket etme kısıtına tabi olması, kredi verenlerin tüketici hukuku bakımından “ticari ve mesleki olmayan amaçlarla kredi veren gerçek veya tüzel kişiler” şeklinde

¹³⁸ Gümüş, **a.g.e.**, s.179; Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.483.

¹³⁹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31987L0102:EN:HTML>

¹⁴⁰ Gümüş, **a.g.e.**, s.7.

indirgenmesine yol açmaktadır. Benzer durum, 29363 sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği üzerinden de gözlemlenebilir. Yönetmeliğin 4/h maddesinde kredi veren, “İlgili mevzuat gereği tüketicilere kredi vermeye yetkili olan gerçek veya tüzel kişi” olarak tanımlanmıştır. Bir diğer benzer durumda ise, 29138 sayılı Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 4/1 maddesinde yer alan “kuruluşlar” tanımı, kredi kuruluşlarını tüketici odaklı olarak indirgeyerek, “banka, tüketici kredisi veren finansal kuruluşlar ve kart çıkaran kuruluşlar” biçiminde tanımlamıştır.

D. Tüketici Kredisi

İçinde yaşadığımız kapitalist ekonomik sistem iki temel varsayım üzerine oturtulmuştur. Bunlardan ilkinde, tüketiciler gelirlerini, tüketimden sağlayacakları faydayı maksimize edecek şekilde çeşitli mallar arasında dağıtırken; ikincisinde, üreticiler üretim süreci sonunda elde edecekleri kârı maksimize etmek peşinde koşarlar¹⁴¹. Ancak, bunun gerçekleşebilmesi için sürdürülebilir üretim ve sürdürülebilir tüketim koşullarının sağlanması gerekmektedir. Sürdürülebilir tüketim sağlanabildiği müddetçe sürdürülebilir üretim de sağlanabilecektir. Fakat, sürdürülebilir tüketimin sağlanamadığı durumda sürdürülebilir üretim de sağlanamayacak ve sistemde tıkanıklık meydana gelecektir. İşte tam da bu noktada, sürdürülebilir tüketimin sağlanmasını dışarıdan destekleyen bir mekanizma olan tüketici kredileri devreye girmektedir.

1. Tanım ve Kapsamı

Kredi, genel manada, para veya parayla ölçülebilen cinsten bir ekonomik değeri içeren mevcut ve belirli bir satın alma gücünün bir kişiden diğer bir kişiye aktarımıdır¹⁴².

Kredi kuruluşunun, kredi alanın gelir ve mal varlığını göz önünde bulundurarak çıkardığı kredi, kredi alan tarafından kredi kuruluşuna belirli bir faiz ve vade koşuluna bağlı olarak geri ödenmektedir. Böylece kredi veren taraf, hazır ve kullanılabılır olmak

¹⁴¹ Nazım Öztürk, “Klasik ve Neoklasik İktisatta Gelir Bölüşümü”, *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 2010/1 s.76.

¹⁴² Ebru Ceylan, “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’daki Tüketici Kredileri İle İlgili Yeni Düzenlemeler”, *İstanbul Barosu Dergisi*, Cilt: 88, Yıl: 2014, Özel Sayı: 1, s.66; İstanbul Ticaret Odası, *Tüketici Kredilerinde Yeni Gelişmeler*, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 2004-55 s.55

üzere tuttuğu bir satın alma gücünden belirli bir süre için başkasının kullanımına tahsis edilmek üzere vazgeçmekte, bunun karşılığında ise, satın alma gücünden mahrum kaldığı süreye uygun bir artı değeri, satın alma gücünü devrettiği kişiden iade kapsamında almaktadır¹⁴³. Ancak, krediyi, satın alma gücünün devredilmesi karşılığında bir artı değer veya faiz gibi bir karşılıkla ilişkilendirmeyen görüşler de mevcuttur. Bu görüşlere göre, belli bir miktar parasal değerın aynı miktarda geri ödenmek koşuluyla bir kimsenin kullanımına tahsis edilmesi de kredi tanımının kapsamına girmektedir¹⁴⁴.

Tüketici kredisi ise, ticari amaçların dışında, belli bir ödeme planı içinde iade edilmek üzere verilen krediler şeklinde tanımlanabilir¹⁴⁵. Mesleki ve ticari amaçlarla alınan kredilerin haricindeki tüm krediler, tüketici kredilerinin kapsamını oluşturur¹⁴⁶.

Tüketici kredisi sözleşmeleri, taraflarını tüketici ve kredi verenin oluşturduğu, kredi verenin tüketiciye mal ve hizmet edinmesi için kredi verme borcu altına girdiği, tüketicinin ise almış olduğu krediyi karşılığında faiz ve ücret, komisyon, masraf gibi ek ödemelerle geri ödeme yükümü altına girdiği tam iki tarafa borç yükleyen sözleşmelerdir¹⁴⁷. 6502 sayılı TKHK'nın 22'nci maddesinin 1'inci fıkrasında tüketici kredisi sözleşmeleri tanımlanmıştır. Buna göre, "Tüketici kredisi sözleşmesi, kredi verenin tüketiciye faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında ödemenin ertelenmesi, ödünç veya benzeri finansman şekilleri aracılığıyla kredi verdiği veya kredi vermeyi taahhüt ettiği sözleşme" olarak tanımlanmıştır. Bu tanım, "faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında" şeklinde ifade edilen kısmı hariç olmak üzere, 87/102/EEC ve 2008/48/EC sayılı AB Direktifleri ile İsviçre Tüketici Kredisi Kanunu (Federal Law on Consumer Credit)'nda benimsenen kredi sözleşmesi tanımının birer bir hukukumuza aktarılmış halidir¹⁴⁸.

Tüketici kredisi, 4077 sayılı eTKHK'nın 10'uncu maddesinde, "tüketicilerin bir mal veya hizmet edinmek amacıyla kredi verenden nakit olarak aldıkları kredi"

¹⁴³ Tamer İnal, **Tüketici Kredileri ve Tüketici Kredisi Sözleşmeleri**, 2. Baskı, İstanbul 2005, s.1

¹⁴⁴ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.483

¹⁴⁵ Deryal, **a.g.e.**, s.152

¹⁴⁶ Akipek, **a.g.e.**, s.159

¹⁴⁷ Ebru Ceylan, "Avrupa Birliği Hukukunda ve Türk Hukukunda Tüketici Kredileri – I", **TBB Dergisi**, Sayı 79, 2008, s.49

¹⁴⁸ <https://www.bj.admin.ch/dam/data/bj/wirtschaft/gesetzgebung/archiv/konsumkredit/bg-kredit-e.pdf>; <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:EN:PDF>; <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31987L0102:EN:HTML>

şeklinde tanımlanmıştır. Dolayısıyla, 4077 sayılı eTKHK ile kıyaslandığında, 6502 sayılı TKHK’da tüketici kredilerinin, nakit para ödöncü şeklinde ortaya çıkabileceği gibi, ödemenin ertelenmesi veya benzer finansman şekilleri –ki bunun en temel örneği kredi kartlarıdır aracılığıyla karşımıza çıkabileceği görölmektedir¹⁴⁹.

1974 tarihli İngiltere Tüketici Kredisi Kanunu (Consumer Credit Act 1974)’nın 8’inci maddesinin 1’inci fıkrasında, 2006 tarihli Tüketici Kredisi Kanunu (Consumer Credit Act 2006) ile yapılan değişiklikle, tüketici kredisi, bireysel kredi tanımının yerine geçerek şu hali almıştır: “Tüketici kredisi sözleşmesi, bir birey (borçlu) ile herhangi bir diğer kişi (kredi veren) arasındaki, kredi verenin borçluya miktar kısıtına bağlı olmaksızın kredi sağladığı sözleşmedir.”. Böylece, 2006 yılından önceki değişiklikle bir bireysel kredi olarak tanımlanan ve 5.000 Pound’luk üst kredi sınırına tabi olan tüketici kredileri, yapılan değişikliğin ardından, bireysel kredilerin yerini alarak miktar kısıtından bağımsız sözleşmeler haline gelmiştir¹⁵⁰.

Alman Medeni Kanunu (BGB)’nin tüketici kredilerini düzenleyen 358/3 paragrafında, mal satımı veya hizmet sağlanması içeren bir sözleşmenin finanse edilmesini sağlayan sözleşmelerin kredi sözleşmesi olarak kabul edileceği ve krediyi alanın tüketici kimliğini taşıması durumunda bu sözleşmenin tüketici kredisi olarak kabul edileceği ifade edilmiştir¹⁵¹. Aynı Kanun’da düzenlenen 13 paragrafında yer alan tanıma göre tüketici, “Amacı ağırlıklı olarak ticari işletmesi, mesleği ve faaliyeti dışında olan yasal bir alışverişe dahil olan her gerçek kişi” olarak tanımlanmıştır¹⁵².

2. Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Faizle ödünç para verme işlemi ya da yakın zamana kadar kullanılan adıyla adıyla “tefecilik” tüketici kredilerinin ilk görünümünü oluşturmaktadır. Bu hususa ilişkin ilk düzenleme M.Ö. 1700’lere tarihlenen Hammurabi Kanunu’nda yer almış ve kredinin toplum hayatındaki yerine değinilmiştir. Ortaçağa gelindiğinde ise, dinin toplum hayatı üzerindeki artan etkisinin bir sonucu olarak faiz ile borç verme

¹⁴⁹ Gümüş, **a.g.e.**, s.179

¹⁵⁰ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.487 vd.;

<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1974/39/section/8#commentary-c18818101>

¹⁵¹ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.487 vd.;

https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/englisch_bgb.html#p1339

¹⁵² https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/englisch_bgb.html#p0045

uygulaması hemen hemen hiç uygulanmaz hale gelmiştir. Modern çağlara gelindiğinde ise kredi kavramı yeniden önem kazanmaya başlamıştır¹⁵³.

Kişiler, antik çağlardan bu yana borç yükümlülükleri altına girmektedir. Fakat, tüketici kredisi nispeten modern bir kavramdır. 19. yüzyılın başlarında, ABD’ de mobilya, dikiş makinesi ve diğer çeşitli yerli ürünlerin alımında taksitle satış yöntemi satıcılar tarafından tüketicilere bir seçenek olarak sunulmaktaydı. Bununla birlikte, 1920’lerden önce, günümüzde tüketici kredilerindeki büyümede etkili olan otomobil, dayanıklı mallar, üniversite öğrenim masrafları ile ev modernizasyonu ve bakımı için talep edilen kredi miktarı oldukça düşük seviyelerdeydi. Ayrıca, 19. yüzyılda ve 20. yüzyılın başlarında, çok az sayıdaki finansal kuruluş tüketici kredilerini genişletme yönünde istekliydi. Zira, kredi verenler, kredi talep edenler hakkında kredi vermeye değer olup olmadıklarını değerlendirmelerini sağlayacak yeterli bilgiye sahip değillerdi. Ek olarak, ne düzeyde olursa olsun, kredi kuruluşları açısından bu tip kredilerin yönetimi kredilerin genişlemesini önleyecek kadar maliyetliydi¹⁵⁴.

Tüketici kredilerine olan talebin gelişim göstermesi şehirleşmedeki ve kitle üretimdeki artışla birlikte gerçekleşmiştir. Bu gelişim, 19. yüzyılda başlamış ve özellikle 2.Dünya Savaşı’ndan sonra güçlü bir şekilde devam etmiştir. 2.Dünya Savaşı sonrasında ABD’de otomotiv sanayinin gelişmesiyle birlikte tüketicilere taksitli alım imkanları sunulmaya başlanmıştır. 1950’lerde televizyon, buzdolabı, çamaşır makinesi, vb. dayanıklı tüketim mallarının finanse edilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. 1960’lı yıllarda artık taksitli satış sistemi yerini tüketici piyasasına giren bankalara bırakmıştır. Önceleri bankalar tüketicilere taksitli satış yapan satıcıların alacaklarını finanse ederken sonradan tüketicilere doğrudan doğruya kredi vermeye başlamışlardır.

Tüketici kredilerinin Türkiye’deki gelişimi ise 1980’lerin sonuna tarihlenmektedir. 1988 yılında açıklanan ekonomik paket ile birlikte artan faiz oranları, firmaların kendi öz kaynaklarına yönelmesine ve ticari kredi talebinin azalmasına yol açarken, bankaların elinde atıl fonların oluşmasına neden olmuştur. Yeni arayışlar içine giren bankalar tüketici kredileri yoluyla ellerindeki atıl fonları

¹⁵³ Akipek, **a.g.e.**, s.145.

¹⁵⁴ Board Of Governors Of The Federal Reserve System, “Report to the Congress on Practices of the Consumer Credit Industry in Soliciting and Extending Credit and their Effects on Consumer Debt and Insolvency”,<https://www.federalreserve.gov/boarddocs/rptcongress/bankruptcy/bankruptcybillstudy200606.pdf>, 23 Şubat 2017.

yatırıma dönüştürerek risklerini dağıtmayı ve karlılıklarını artırmayı amaçlamışlardır¹⁵⁵.

3. Türleri

Tüketici kredileri çok çeşitli görünümelerde ve zamanla birlikte daha da çeşitlenerek karşımıza çıkmaktadır¹⁵⁶. 6502 sayılı TKHK'nın m.22 f.1 hükmü uyarınca tüketici kredisi sözleşmesi, “Kredi verenin tüketiciye faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında ödemenin ertelenmesi, ödünç veya benzeri finansman şekilleri aracılığıyla kredi verdiği veya kredi vermeyi taahhüt ettiği sözleşme” olarak tanımlanmıştır. Tanımdan anlaşılabacağı üzere tüketici kredisi farklı şekillerde karşımıza çıkabilmektedir¹⁵⁷.

a. Nakit Tüketici Kredileri

Nakit tüketici kredileri veya diğer adıyla serbest nakdi tüketici kredileri, uygulamada, “genel ihtiyaç kredisi”, “bireysel ihtiyaç kredisi”, “finansman kredisi”, “taşıt kredisi”, “tatil kredisi” vs. adlar altında en sık karşılaşılan tüketici kredisi türüdür. Adlarından da anlaşılacağı üzere bu tip krediler, tüketicinin tatmin etme arzusu içerisinde olduğu kişisel ihtiyaçlarının karşılanması düşüncesiyle kullandırılan kredilerdir. Bu tip kredilerin en önemli özelliği, kullandırılmaları karşılığında banka tarafından tüketiciye, kredinin nerede, nasıl, hangi harcama kalemlerinde kullanılacağına dayatılmamasıdır¹⁵⁸. Başka bir deyişle, kredi veren, tüketici ile satıcı arasındaki ilişkiye dahil olmamaktadır. Nakit tüketici kredilerinde, banka tüketiciye kredi sözleşmesinde kararlaştırılan belirli bir meblağı peşin olarak öderken, tüketici de sözleşme ile belirlenen vade süresince üzerine düşen ödemeyi bankaya yapmakla yükümlüdür¹⁵⁹. Dolayısıyla, nakit kredi sözleşmesi belirli süreli sözleşme hükmündedir. Tüketicinin kredinin son taksitini ödemesi ile birlikte sözleşme kendiliğinden sona erecektir¹⁶⁰.

¹⁵⁵ Arda Tekirdağ, “Türkiye’de Bireysel Kredi Artışı ve Risk Analizi”, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Yayımlanmamış Uzmanlık Yeterlilik Tezi, s.6.

¹⁵⁶ Akipek, **a.g.e.**, s.159.

¹⁵⁷ Yeşim M. Atamer, **Kredi ve Diğer Finansman Sözleşmelerinde Tüketicinin Korunması**, On İki Levha Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul 2016, s.21.

¹⁵⁸ Akipek, **a.g.e.**, s.176 vd; Atamer, **a.g.e.**, s.25.

¹⁵⁹ Akipek, **a.g.e.**, s.177; Atamer, **a.g.e.**, s.25.

¹⁶⁰ Atamer, **a.g.e.**, s.26.

b. Kredili Mevduat Hesabı

Kredili mevduat hesabı veya nakit avans hesabı, bankanın belirlediği limit dâhilinde vadesiz mevduat hesabına tanımlanan ve hesapta yeterli bakiye olmadığında hesaptan para çekebilmeyi veya alışveriş yapabilmeyi sağlayan bir kredi türüdür¹⁶¹. Kredili mevduat hesabı sözleşmesi, 29363 sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği'nin 4/1 maddesinde yer alan tanıma göre, “Kredi verenin önceden tüketiciyle açıkça kararlaştırarak belirli bir limit dahilinde tüketicinin mevduat hesabında var olan aktiften fazlasını kullanmasına izin verdiği sözleşme” olarak tanımlanmıştır. Yönetmelik hükmünden de açıkça anlaşılacağı üzere, tüketicinin mevduat hesabına kredi tanımlaması yapılabilmesi için kredi verenin bunu tüketici ile açıkça kararlaştırması gerekmektedir.

Bu tip hesaplarda, tüketici, dilediği aralık ve miktarda yinelenen şekilde bu hesaptan para çekme imkanını kullanabildiği gibi, parayı nakit olarak çekmeksizin havale yapabilmekte veya bu imkanını banka kartı aracılığıyla alışveriş yapmakta kullanabilmektedir. Bankaca tüketiciye tanınan kredi limiti dahilinde tüketicinin ihtiyaç duyduğu müddetçe kredi kullanabilmesi söz konusudur. Tüketici kredi borcunu ödediğinde ise kredi sözleşmesi sona ermemekte, aynı limit üzerinden devam etmektedir. Dolayısıyla ortada belirsiz süreli bir kredi sözleşmesinin varlığı söz konusudur¹⁶². Kredili mevduat hesabını ön plana çıkaran diğer özelliklerine bakıldığında, bu tip hesapların kısa vadeli ve düşük bedelli ihtiyaçların karşılanması amacına uygun olduğu görülmektedir. Yine bu hesaplardan kredi kullanılması nakit tüketici kredileri ile kıyaslandığında bürokratik açıdan çok daha kolaydır¹⁶³.

c. Kredi Kartı

Kredi kartını, mal ve hizmetlerin tüketici tarafından o anda nakit kullanılmadan satın alınabilmesini sağlayan bir nevi kimlik olarak tanımlamak mümkündür¹⁶⁴. Başka bir tanıma göre, kredi kartı, kart hamiline belirli işyerlerinden nakit ödemeksizin mal ve hizmet satın alma ve banka şubeleri ile otomatik para çekme cihazlarından kredi çekme olanağı sağlayan ödeme ve kredi aracıdır¹⁶⁵. Tüketiciler, kredi kartı vasıtasıyla,

¹⁶¹ http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Kurum_Bilgileri/SSS/10497finansal_urunler18.pdf

¹⁶² Atamer, **a.g.e.**, s.26.

¹⁶³ Akipek, **a.g.e.**, s.179.

¹⁶⁴ Akipek, **a.g.e.**, s.186.

¹⁶⁵ Ferudun Kaya, “Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması”,

mal ve hizmet alımı veya nakit para temini için bir tüketici kredisi sağlamış olurlar¹⁶⁶. Aynı zamanda, kullanım kolaylığı sağlaması bakımından kredi kartlarının birer ödeme aracı olarak kullanımları da oldukça yaygın hale gelmiştir¹⁶⁷.

5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun 3/e maddesinde yer alan tanıma göre kredi kartı, “nakit kullanımı gerekmeksizin mal ve hizmet alımı veya nakit çekme olanağı sağlayan basılı kart veya fiziki varlığı bulunmayan kart numarası” olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla, kredi kartını oluşturan esaslı unsurun, basılı haldeki fiziki varlığa sahip olan kartın kendisinin değil, kartın üzerinde yer alan kişiye özel olarak tanımlanmış kart numarası olduğu anlaşılmaktadır.

Kredi kartının ödeme aracı ve kredi aracı olmak üzere iki temel fonksiyonu vardır. Kart sahibi, kredi kartını ödeme kolaylığı sağlaması veya kredi sağlaması gerekçeleriyle kullanabilir. Kredi kartının ödeme aracı tarafının ağır basması, öğretide, kredi kartlarının tüketici kredisi olarak değerlendirilemeyeceği şeklindeki görüşleri beraberinde getirmiştir. Ancak, kredi verenin, satıcıya, satılan mal veya hizmetin bedelini ödediği ve kart hamilinin kendisine ödeme yapmaması riskini üzerine aldığı göz önünde bulundurulduğunda, kredi kartının ödeme aracı olarak kullanıldığı durumlarda dahi bir kredi aracı olarak değerlendirilmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır¹⁶⁸. Kredi kartları, borcun son ödeme gününde ödenmemesi halinde tüketiciye bir kredilendirme olanağı sağladıkları için tüketici kredisi olarak kabul edilmeleri gerekmektedir¹⁶⁹.

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun tüketici kredilerini daha ziyade belirli süreli ve belirsiz süreli olmaları üzerinden bir ayrıma tabi tutmuştur. Tüketici kredilerinin farklı görünümlerdeki hallerine 29363 sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği'nde değinilmiştir. Bununla birlikte, kredi kartı sözleşmelerine hem 6502 sayılı TKHK'da, hem de 29363 sayılı TKSİ'de yer verilmiştir. 6502 sayılı TKHK'nın 22'nci maddesinin 2'nci fıkrası uyarınca kredi kartı sözleşmelerinin, faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında, ödemenin üç aydan daha uzun süre ertelenmesi veya benzeri şekilde taksitle ödeme imkânı sağlaması halinde

<https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/807/263.pdf>, 17 Mart 2017.

¹⁶⁶ Akipek, **a.g.e.**, s.187.

¹⁶⁷ Ebru Ceylan, “Kredi Kartlarıyla İlgili 6502 Sayılı Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Getirdiği Yenilikler”, **TBB Dergisi**, Sayı 80, 2009, s.234.

¹⁶⁸ Akipek, **a.g.e.**, s.188 vd.

¹⁶⁹ Atamer, **a.g.e.**, s.26.

tüketici kredisi olarak kabul edileceği ifade edilmiştir. Söz konusu kanun hükmünden de anlaşılacağı üzere, kredi kartı sözleşmesi ancak belirli hallerde tüketici kredisi sözleşmesi özelliği kazanabilecektir. Bunlardan ilkinde, sözleşmenin faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında olması gerekmektedir. Faiz, anapara faizine işaret ederken; benzeri menfaat, komisyon, vade farkı vb. gibi gerçek masraf tutarını önemli ölçüde aşan masraf ödemelerine işaret etmektedir¹⁷⁰. İkincisinde ise, ödemenin üç aydan uzun süre ertelenmesi veya benzeri şekilde (üç aydan uzun süreli) taksit imkanı sağlanması gerekmektedir. Dolayısıyla, üç ay ve üç aydan kısa vadede kredi kartı borcunun ödemesinin ertelendiği veya taksitlendirildiği hallerde, 6502 sayılı TKHK'nın tüketici kredisine ilişkin hükümleri uygulama alanı bulmazken, üç ay bir gün ve daha uzun vadede kredi kartı borcunun ertelendiği veya taksitlendirildiği haller 6502 sayılı TKHK uyarınca tüketici kredisi hükümlerine tabidir¹⁷¹. Hatta, üç aydan uzun süreli bir taksitlendirmenin söz konusu olduğu, fakat tüketicinin karşılığında faiz vb. bir artı değer ödemediği hallerde dahi ortada bir tüketici kredisinin varlığından söz edilmelidir. Zira, tüketicinin kredi kartı borcunu ödememesi halinde borcuna faiz işletilmesi ve dolayısıyla borcun kredilendirilmesi imkanı söz konusudur¹⁷².

Kredi kartı sözleşmesi, tıpkı kredili mevduat hesabı sözleşmesinde olduğu gibi, niteliği itibarıyla belirsiz süreli bir kredi sözleşmesidir. Diğer bir ifadeyle, kredi kartı borcunun ödenmesi ile kredi kartı sözleşmesi son bulmaz, aynı limit üzerinden yenilenerek devam eder.

d. Taksitli Nakit Avans Kredisi

Karma bir yapıda olan taksitli nakit avans kredisi işlemleri, tüketicinin, adına tanımlanmış bir kredi kartı veya kredili mevduat hesabı üzerinden kullandığı nakit kredinin belirli taksitler halinde geri ödenmesine imkân sağlayan kredi türüdür¹⁷³.

Taksitli nakit avans kredisi, 29363 sayılı TKSİ'nin 20'nci maddesinin 1'inci fıkrasında, "belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmesi olarak kabul edilen kredi kartı veya kredili mevduat hesabı sözleşmesine dayanılarak nakit kullanılan tutarın taksitler halinde geri ödenmesine imkân veren nakdi krediler" şeklinde tanımlanmıştır. Taksitli

¹⁷⁰ Gümüş, **a.g.e.**, s.179.

¹⁷¹ Gümüş, **a.g.e.**, s.180 vd.

¹⁷² Atamer, **a.g.e.**, s.26.

¹⁷³ Atamer, **a.g.e.**, s.29 vd.

nakit avans kredilerinin geri ödemesi önceden belirlenmiş belirli taksitler halinde yapılmaktadır.

e. Finansman Şirketlerine Özgü Tüketici Finansmanı

Literatürde, finansman şirketlerine özgü tüketici finansmanı veya finanse edilmiş taksitle satım şeklinde geçen bu tip tüketici kredileri, tüketicinin satıcıya borçlanmış olduğu alım bedelinin tüketicinin kendisi tarafından değil, onun namına bir finansman şirketi veya kredi kurumu tarafından ödendiği tüketici kredisi sözleşmeleridir¹⁷⁴. 6361 sayılı Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketleri Kanunu'nda düzenlenmiş olmasına rağmen, 6502 sayılı TKHK'da ve 29363 sayılı TKSY'de ismen değinilmeyen bu finansman şekli, 6502 sayılı TKHK'nın 22'nci maddesinin 1'inci fıkrasında, "Tüketici kredisi sözleşmesi, kredi verenin tüketiciye faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında ödemenin ertelenmesi, ödünç veya benzeri finansman şekilleri aracılığıyla kredi verdiği veya kredi vermeyi taahhüt ettiği sözleşme" şeklinde ifade edilen "tüketici kredisi" kapsamına girmesi bakımından bir tüketici sözleşmesi niteliğindedir.

6361 sayılı FFFK'nın 39'uncu maddesinin 1'inci fıkrasında yapılan tanıma göre, finansman sözleşmesi, "her türlü mal veya hizmet alımının, malı veya hizmeti satın alan gerçek veya tüzel kişinin nam ve hesabına mal veya hizmetin teslim veya temini ile birlikte doğrudan satıcıya ödeme yapılması suretiyle kredilendirilmesini öngören sözleşme" şeklinde tanımlanmıştır. Hükmün devamında, kredi geri ödemelerinin, adına kredi açılanlar tarafından finansman şirketlerine yapılacağı ifade edilmiştir.

Buraya kadar incelenen kredi türlerinin aksine, bünyesinde üçlü bir ilişkiyi barındıran bu tüketici finansmanı yönteminde; banka ile satıcı arasında akdedilen bir çerçeve sözleşme, satıcı ile tüketici arasında akdedilen bir satış sözleşmesi ve tüketici ile banka arasında akdedilen bir tüketici kredisi sözleşmesi mevcuttur¹⁷⁵. İşleyişin taksitle alışveriş yapılan kredi kartlarındaki işleyişe benzediği bu tüketici kredisi sözleşmelerinde, tüketiciye herhangi bir nakit kredi verilmez. Tüketicinin satın almış olduğu mal veya hizmetin bedeli kredi veren tarafından peşinen mal veya hizmetin satıcısına ödenir. Dolayısıyla, para akışı kredi veren ile satıcı arasındadır. Tüketici de, mal veya hizmetin alımından sonra belirlenen taksitler çerçevesinde finansman

¹⁷⁴ Akipek, **a.g.e.**, s.182

¹⁷⁵ Akipek, **a.g.e.**, s.182

şirketine ödeme yapar¹⁷⁶. Bunun yanı sıra, kredi veren tarafından satıcıya yapılacak ödemenin, satıcının kabul etmesi halinde, sadece mal veya hizmet alımı yapılan satıcı namına düzenlenmiş bloke çekler ile yapılabileceğini savunan bir görüş de mevcuttur. Bu görüşe göre, tüketicinin finansman şirketinden almış olduğu çeki satıcıya vermesiyle birlikte alımı yapılan mal veya hizmetin bedeli ödenmiş olacaktır¹⁷⁷.

f. Katılım Bankacılığına Özgü Tüketici Finansmanı Sözleşmeleri

Katılım bankalarını, geleneksel bankalardan ayıran en belirgin özellikleri uygulamalarında “faiz”e yer vermeyip, bunun yerine “kâr – zarar ortaklığı”nı esas almalarıdır. Faize konu olmayan, fakat neredeyse tüm bankacılık hizmetlerini farklı yöntemlerle icra eden katılım bankaları, fon toplamak ve kredi vermek de dahil olmak üzere çoğu bankacılık hizmetini yapabilmeleri dolayısıyla geleneksel bankaların bir alternatifi konumundadırlar¹⁷⁸. Bunun bir görünümü olarak 6502 sayılı TKHK’nın Temel İlkeleri düzenleyen 4’üncü maddesinin 8’inci fıkrasında, Kanun’un tüm düzenlemeleri yönünden katılım bankalarını da kapsadığı ve uygulamanın kâr payı dikkate alınarak yapılacağı ifade edilmiştir. Dolayısıyla, katılım bankaları tarafından tüketicilere kullandırılan ve karşılığında kar payı tahsil edilen krediler, 6502 sayılı TKHK’nın 22’nci maddesindeki koşulları taşıdıkları müddetçe tüketici kredisi niteliğindedirler.

Kanun Koyucu, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun Kredileri düzenleyen 48’inci maddesinin 2’nci fıkrasında, katılım bankalarının, taşınır ve taşınmaz mal ve hizmet bedellerinin ödenmesi suretiyle veya kâr ve zarar ortaklığı yatırımları, taşınmaz, ekipman veya emtia temini veya finansal kiralama, mal karşılığı vesaikin finansmanı, ortak yatırımlar veya benzer yöntemlerle sağladıkları finansmanların bu kanun uygulamasında kredi sayılacağını ifade etmiştir. Dolayısıyla, yukarıda sayılan finansman yöntemlerinin, 6502 sayılı TKHK’nın 22’nci maddesi ile uyumlu olarak tüketiciye kredi olarak kullandırılması halinde, katılım bankacılığı açısından farklı tüketici kredisi uygulamaları ortaya çıkmış olacaktır. Yukarıda nitelenen finansman yöntemleri literatürde genellikle, mudârebe, müşâreke, murâbaha, icâre (kiralama,

¹⁷⁶ Atamer, **a.g.e.**, s.30

¹⁷⁷ Akipek, **a.g.e.**, s.183

¹⁷⁸ Abitter Özulucan, Ali Deran, “Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması”, **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2009, Cilt 6, Sayı 11, s.86

leasing), selem ve istisna, teverruk ve sukuk şeklinde ortaya çıkmaktadır¹⁷⁹. Bunlardan murâbaha ve teverruk yöntemleri uygulanma esasları itibarıyla tüketici kredisinin konusunu oluşturmaya daha elverişlidir.

Uygulamada en çok başvurulanan finansman biçimi olan murâbaha¹⁸⁰da, banka, müşterisinin talep ettiği malı peşin bedelle satın almakta ve üzerine vade farkı ekleyerek müşterisine satmaktadır. Hane halkı ile mikro ve küçük ölçekli işletmelerin kısa ve orta vadeli finansmanında uygulanan bir yöntemdir. Dolayısıyla, murâbaha yönteminin tüketici kredisine konu olabilmesi mümkündür¹⁸¹.

Teverruk¹⁸²ta ise, taksitle satın alınan bir malın, satıcısından başkasına peşin olarak satılması suretiyle bir finansman şekli söz konusudur¹⁸³. Teverrukta murabahadan farklı olarak gerçek değil, göstermelik bir satış işlemi söz konusudur. Başka bir deyişle, satış işlemi sadece kredi işlemine aracı olmakta, satın alınan mal hiçbir zaman müşterinin eline geçmemektedir. Ağırlıklı olarak bireysel nakit ihtiyacının karşılanmasına yönelik bir finansman biçimi olması itibarıyla tüketici kredilerinin konusunu oluşturmaktadır¹⁸⁴.

¹⁷⁹SERPAM, “İslami Finans”,

http://serpam.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2012/09/Islami_Finans.pdf, 1 Mart 2017

¹⁸⁰ Örnek murâbaha uygulaması: 10.000 TL değerinde bir mal tüketici tarafından beğenilir ve katılım bankasına gidilerek bu malın finansmanı talep edilir. Katılım bankası sipariş geçerek bu malı satıcıdan satın alır ve malın değerinin üzerine 2.000 TL ekleyerek tüketiciye 12.000 TL’ye söz konusu malı satar. Tüketici de katılım bankası ile aralarında kararlaştırdıkları 12 ay süresince bu bedeli 1.000 TL’lik taksitler halinde katılım bankasına öder.

¹⁸¹ SERPAM, **a.g.m.**,http://serpam.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2012/09/Islami_Finans.pdf, 1 Mart 2017

¹⁸² Örnek teverruk uygulaması: Tüketici 12 ay vade ile 12.000 TL değerinde emtia alır ve bu emtiayı peşin bedelle 10.000 TL’ye, satın aldığı kişi hariç olmak üzere, başka birine satar. Böylece, tüketici 12.000TL’lik maliyetle 10.000 TL’lik kredi tedarik etmiş olur.

¹⁸³ SERPAM, **a.g.m.**,http://serpam.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2012/09/Islami_Finans.pdf, 1 Mart 2017

¹⁸⁴ SERPAM, **a.g.m.**,http://serpam.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2012/09/Islami_Finans.pdf, 1 Mart 2017

İKİNCİ BÖLÜM

FINANSAL TÜKETİCİNİN TÜKETİCİ KREDİSİ

SÖZLEŞMELERİ BAKIMINDAN KORUNMASI

Finansal tüketicinin tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından korunmasını sözleşmenin aşamaları üzerinden ele almak mümkündür. Buna göre; sözleşmenin kurulmasından önce, kurulması aşamasında, ifası esnasında ve ifası sonrasında tüketiciye farklı türlerden koruma sağlanabilir. Bu bölümde, tüketici mevzuatı bağlamında tüketiciye bahsedilen aşamalarda sağlanabilecek olan koruma şekillerinden bahsedilecektir.

I. Sözleşmenin Kurulmasından Önceki Aşamada Koruma

Tüketici, piyasa ekonomisinin önermelerinin aksine bir mal veya hizmeti satın alırken kendisi için en doğru seçimi yapamayabilir. Doğru seçimin yapılamamasının nedeni etki altındaki bir irade olabileceği gibi, etki altında olmamakla birlikte bilgi ve kavrayışı sınırlı bir irade de olabilmektedir. Başka bir ifadeyle, reklam ve pazarlama yöntemlerinin saldırısı altındaki bir tüketicinin kredi sözleşmesinin yapılmasına dair ortaya koyduğu yapıcı beyan iradi gibi görünebilmekle birlikte esasında saf bir iradenin sonucu olmayabilir. Diğer taraftan, reklam ve pazarlamanın tüketici üzerindeki etkisi olmasa dahi, bilgi eksikliği ve tüketicinin finansal konularda yeterli eğitime sahip olmaması tüketicinin sağlıklı bir sözleşme yapabilmesinin önünde engel teşkil edebilir. İfade edilen dezavantajların tüketici lehine telafi edilebilmesi için bir takım öneriler geliştirilmiştir. Bunlar arasında, efektif yıllık faiz oranı uygulaması, reklamların zorunlu içeriğinin tayin edilmesi, tüketicinin sözleşme öncesinde bilgilendirilmesi ve aydınlatılması ile tüketicinin kredi itibarının değerlendirilmesi ve borca batmasını önleyecek tedbirlerin alınması sayılabilir.

A. Efektif Yıllık Faiz Oranı

Efektif yıllık faiz oranı, 29363 RG sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği'nin 4/ç maddesinde, “Kredinin toplam maliyetinin yıllık yüzde değeri olarak hesaplanması sonucu ortaya çıkan yıllık maliyet oranı” şeklinde tanımlanmıştır. Tanımdan da anlaşılabacağı üzere, efektif yıllık faiz oranı, tam manasıyla bir faiz oranı değildir. Kredi faiz tutarı ile kredi dolayısıyla ortaya çıkan çeşitli masrafların toplamı sonucunda ortaya çıkan bir maliyet oranıdır. Söz konusu çeşitli masrafların içeriği de aynı Yönetmeliğin 4/i maddesi ile belirlenmiştir. Buna göre, kredinin toplam maliyeti, “Noter masrafları hariç olmak üzere, tüketicinin ödemesi gereken akdi faiz, vergi, harç ve benzeri yasal yükümlülükler ile varsa değişik isimler altında alınan her türlü ücretin de dâhil olduğu toplam tutar” biçiminde tanımlanmıştır. Örneğin, ticari bir bankanın internet sitesinden alınan örnek hesaplama göre, 24 ay vade ve aylık %1,27 akdi faiz oranı üzerinden çekilecek 10.000TL tutarındaki kredinin, 52,50TL'lik kredi tahsis ücreti ve 166,65TL'lik sigorta ücretiyle birlikte tüketiciye olan toplam maliyeti 12.015,12TL olup, yıllık efektif faiz oranı %20,54'tür.

Aynı Yönetmeliğin m.6 f.1/k hükmü uyarınca, efektif yıllık faiz oranının hesaplanması amacıyla kullanılan bütün bileşenleri belirten temsili bir örnek kullanılarak gösterilen efektif yıllık faiz oranı ve tüketici tarafından ödenecek toplam tutarı içeren bilgilendirme, “Belirli süreli tüketici kredisi sözleşmesinde ön bilgilendirme yükümlülüğü” çerçevesinde, kredi veren ve varsa kredi aracısı tarafından tüketiciye yapılmak zorundadır. Efektif yıllık faiz oranına ilişkin ifade edilen söz konusu bilgilendirme sadece belirli süreli sözleşmeler bakımından değil, aynı zamanda belirsiz süreli sözleşmelere ilişkin bilgilendirmeler bakımından da geçerlidir. Bu durum, aynı Yönetmeliğin m.14 f.4 hükmünde yer alan, “Efektif yıllık faiz oranına dâhil olan ancak hesaplama esnasında belli olmayan ücretlerin olması veya ilgili mevzuat gereği belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde yer alan akdi faiz oranının değişebilecek olması durumunda, efektif yıllık faiz oranı hesaplanırken, bu ücretlerin veya akdi faiz oranının sabit olduğu ve bunların kredi sözleşmesinin sonuna kadar geçerli olduğu kabul edilir.” şeklindeki ifadelerden anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, belirli süreli sözleşmeler bakımından efektif yıllık faiz oranına ilişkin tüketiciye yapılması gereken bilgilendirme, belirsiz süreli sözleşmeler bakımından da kıyasen uygulanmalıdır. Ancak, efektif yıllık faiz oranının belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmeleri açısından göreceği fonksiyon, belirli süreli kredi sözleşmeleri

açısından göreceği fonksiyondan farklı olabilmektedir. Zira, efektif yıllık faiz oranı, belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde gördüğü fonksiyon itibarıyla kredinin tüketiciye maliyeti bakımından bir üst sınırı temsil etmekte ve bu tarafı itibarıyla akdi faiz oranından daha öncelikli bir rol üstlenmektedir. Bu yöndeki iddia, aynı Yönetmeliğin m.22 f.2 hükmünde yer alan, “Efektif yıllık faiz oranı, olduğundan düşük gösterilmişse, kredinin toplam maliyetinin hesaplanmasında esas alınacak akdi faiz oranı, düşük gösterilen efektif yıllık faiz oranına uyacak şekilde yeniden belirlenir.” ifadesi ile desteklenebilir. Diğer taraftan, belirsiz süreli kredi sözleşmelerinde yer alan akdi faiz oranının m.14 f.4 bağlamında değişebilecek olması durumunda, efektif yıllık faiz oranının hesaplanarak tüketiciye bildirilmesi tüketici açısından sadece kredi dolayısıyla katlanılacak toplam maliyete ilişkin bir gösterge niteliğinde olacaktır. Zira, efektif yıllık faiz oranının burada kesin ve mutlak bir bağlayıcılığı söz konusu olamayacaktır. Burada efektif yıllık faiz oranı, akdi faiz oranının gelecekte alacağı şekle göre belirlenecek ve başlangıçta hesaplanan orandan sapabilecektir.

Ayrıca belirtmekte yarar vardır ki, belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmesi olan kredi kartı sözleşmeleri ve kredili mevduat hesabı sözleşmeleri bakımından efektif yıllık faiz oranının saptanması mümkün değildir. Zira, bu tip kredi sözleşmelerinde kullanılacak kredi miktarı en baştan belli olmadığı için kredinin toplam maliyetinin hesaplanabilmesi de mümkün değildir. Hakeza, aynı Yönetmeliğin m.2 f.3 hükmü uyarınca, efektif yıllık faiz oranına ilişkin esasların yer aldığı 14’üncü maddenin bu tip tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından geçersiz olduğu ifade edilmiştir¹⁸⁵.

B. Reklamların Zorunlu İçeriği

Tüketicilerin korunması amacıyla, genel manada reklamların içeriğine yönelik düzenlemeler var olmakla birlikte, tüketici kredisi ile ilişkili reklamlarda gerek AB gerekse de Türk hukukunda ayrıca özel düzenlemeler mevcuttur. Bu düzenlemelerin amacı reklamlarda sunulan rakamlar aracılığıyla tüketicinin yanıltılmasını önlemektir. Sıfır faizli olarak lanse edilen kredinin dosya masrafının yüksek olması veya rakamsal olarak düşük görünen aylık faiz oranına yer verilerek dosya masraflarının veya

¹⁸⁵ Atamer, **a.g.e.**, s.64

kredinin toplam maliyetinin belirtilmemesi yanıltıcı reklamlara örnek olarak gösterilebilir. Amaç bu türden reklamların engellenmesidir¹⁸⁶.

2008/48/EC sayılı Tüketici Kredisi Direktifinin 4'üncü maddesinin 1'inci fıkrasında, faiz oranı veya kredinin maliyetiyle ilişkili herhangi bir rakam içeren reklamlarla, bunları içermeyen reklamlar arasında ayırım gözetilmiştir. Rakam yer alan reklamlar bakımından aşağıda ifade edilen standart bilgilerin yer aldığı temsili bir örneğe reklamlarda yer verilmesi yükümlülüğü getirilmiştir¹⁸⁷.

- Sabit veya değişken faiz oranı ile kredinin maliyetine dahil olan bütün masraflar,
- Kredinin toplam miktarı
- Belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde sözleşmenin süresi
- Efektif yıllık faiz oranı
- Duruma göre, tüketici tarafından toplam ödenecek miktar ve taksit tutarlarına ilişkin bilgi
- Taksitle mal veya hizmet alımı için kullanılan kredilerde nakit fiyat ve ön ödemelere ilişkin bilgi

Türk hukukunda, tüketici kredilerine ilişkin reklamların zorunlu içeriğine dair hükümlerin 29232 RG sayılı Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde yer aldığı görülmektedir. Yönetmeliğin m.25 f.2 hükmü uyarınca, kredi hizmetlerine ilişkin reklamlarda faiz ve kâr payı oranlarına yer verilmesi durumunda, kredinin tüketiciye toplam maliyetinin aylık ve yıllık yüzde değeri açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana vaadinde belirtilmek zorundadır.

C. Sözleşme Öncesinde Tüketiciyi Bilgilendirme Yükümlülüğü

Tüketicinin iradesini hür ve en doğru biçimde kullanabilmesi bakımından sözleşme öncesinde bilgilendirilmesi tüketicinin sahip olması gereken önemli bir haktır¹⁸⁸. Sözleşme öncesi bilgilendirme yükümlülüğü hususu, 6502 sayılı TKHK ile genel bir çerçeve çizilerek, 29363 RG sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliğinde ise detaylandırılmak suretiyle ele alınmıştır. 6502 sayılı TKHK'nın 23'üncü maddesi uyarınca, "Kredi verenin ve varsa kredi aracısının, tüketiciye, teklif

¹⁸⁶ Atamer, **a.g.e.**, s.64

¹⁸⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:EN:PDF>

¹⁸⁸ Ebru Ceylan, "Avrupa Birliği Hukukunda ve Türk Hukukunda Tüketici Kredileri – II", **TBB Dergisi**, Sayı 80, 2009, s.127

ettikleri kredi sözleşmesinin koşullarını içeren sözleşme öncesi bilgi formunu, sözleşmenin kurulmasından makul bir süre önce vermesi zorunludur.” hususu hüküm altına alınmıştır. Hükümün gerekçesinde de ifade edildiği üzere, tüketicinin sözleşme öncesinde bilgilendirilmesi ile amaçlanan, tüketicilerin kendilerine tanınan makul süre içerisinde son kez düşünüp, araştırıp, sözleşme şartlarını önceden öğrenip kararlarını daha bilinçli vermelerinin sağlanmasıdır. Denilebilir ki, genel hükümler çerçevesinde, tüketicinin sözleşmenin tarafını ve içeriğini belirleme özgürlüğü (sözleşme serbestisi) desteklenmiştir¹⁸⁹.

6502 sayılı TKHK’nın 23’üncü maddesinde ifade edilen, kredi veren ve varsa kredi aracısı tarafından tüketiciye verilmesi zorunlu olan bilgilendirme formunun içeriği, gerek belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından gerekse de belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından 29363 RG sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği ile ayrı ayrı belirlenmiştir. Buna göre, Yönetmeliğin 6’ncı maddesi uyarınca belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından hazırlanacak olan bilgilendirme formunda;

- Kredinin türü,
- Kredi verenin ve varsa kredi aracısının unvanı, MERSİS numarası, açık adresi, telefon numarası, varsa diğer iletişim bilgileri,
- Kredi sözleşmesinin süresi,
- Kredinin toplam tutarı ve varsa tüketiciden talep edilecek ücretler,
- Bağlı kredi sözleşmesinde sözleşme konusu mal ve hizmet ile satıcı veya sağlayıcıya ilişkin bilgiler,
- Aylık ve yıllık akdi faiz oranı ve bu oranın uygulanmasına ilişkin şartlar,
- Efektif yıllık faiz oranının hesaplanması amacıyla kullanılan bütün bileşenleri belirten temsili bir örnek kullanılarak gösterilen efektif yıllık faiz oranı ve tüketici tarafından ödenecek toplam tutar,
- Tüketicinin talep ettiği kredi tutarı ve süresi esas alınarak kredi verenin uygulamakta olduğu akdi faiz oranına göre hazırlanacak ve formun eki olarak da verilebilecek örnek ödeme planı,
- Kredi sözleşmesine ilişkin bir hesap açılması ve bu hesaptan sadece kredi ile ilgili işlemler yapılması durumunda, bu hesaba ilişkin herhangi bir isim altında

¹⁸⁹ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.500

- cret veya masraf talep edilmeyeceğine ve bu hesabın, tüketicinin aksine yazılı talebi olmaması hâlinde kredinin ödenmesi ile kapanacağına ilişkin bilgi,
- Gerektiğinde noter masraflarının tüketicici tarafından ödeneceğine ilişkin bilgi,
 - Gecikme faiz oranı,
 - Tüketicinin, ödemelerini ödeme tarihinde yapmamasının ve temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları,
 - Tüketicinin yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile açık talebi olmaksızın krediyle ilgili sigorta yaptırılmayacağına ilişkin bilgi ve sigortaya ilişkin hizmetlerin kredi veren dışında bir sağlayıcıdan da alınabileceğine ilişkin açık bir ifade,
 - Varsa istenecek teminatlar ve bu teminatların tüketicinin edimlerine karşılık olarak alınan şahsi teminatlardan olması halinde her ne isim altında olursa olsun adi kefalet sayılacağına ve tüketicinin alacaklarına ilişkin karşı tarafça verilen şahsi teminatların diğer kanunlarda aksine hüküm bulunmadıkça müteselsil kefalet sayılacağına ilişkin bilgi,
 - Cayma hakkının kullanılma şartları, süresi ve usulüne ilişkin bilgi ile bu hakkın kullanılması durumunda anapara ile bu paranın faizini ödeme yükümlülüğü ve hesaplanma şekline dair bilgiler de dâhil olmak üzere cayma hakkının kullanılmasına ilişkin diğer şartlar,
 - Tüketicinin erken ödemede bulunma hakkı ve ödenen tutara göre kredi verenin indirim yapma yükümlülüğüne ilişkin bilgi,
 - Kredi talebinin olumsuz sonuçlanması halinde tüketicinin derhal ve ücretsiz olarak bilgilendirileceğine ilişkin bilgi,
 - Sözleşme ncesi verilen bilgilerin kredi veren için bağlayıcı olacağı süreye ilişkin bilgi

hususları yer almak zorundadır. Tüketicinin kredi borcunu ödemede temerrüde düşmesi dolayısıyla, kredi veren ile tüketicici arasında ödemenin ertelenmesi yahut borcun yeniden yapılandırılmasına ilişkin sözleşme kurulması halinde, Yönetmeliğin m.6 f.2 hükmü uyarınca, yukarıda sayılanlara ilave olarak, kredi sözleşmesinin feshedilmesine ilişkin usul ve esaslara da bilgi formunda yer verilmelidir. Ancak, devam hükmü uyarınca, bu tür sözleşmeler öncesi bilgi formlarında standart belirli süreli tüketicici kredisi sözleşmeleri öncesi verilmesi gereken bilgi formunda yer alması zorunlu olan hususlardan; bağlı kredi sözleşmesinde sözleşme konusu mal ve hizmet

ile satıcı veya sağlayıcıya ilişkin bilgiler, Kredi sözleşmesine ilişkin bir hesap açılması ve bu hesaptan sadece kredi ile ilgili işlemler yapılması durumunda, bu hesaba ilişkin herhangi bir isim altında ücret veya masraf talep edilmeyeceğine ve bu hesabın, tüketicinin aksine yazılı talebi olmaması hâlinde kredinin ödenmesi ile kapanacağına ilişkin bilgi, gerektiğinde noter masraflarının tüketici tarafından ödeneceğine ilişkin bilgi, tüketicinin yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile açık talebi olmaksızın krediyle ilgili sigorta yaptırılmayacağına ilişkin bilgi ve sigortaya ilişkin hizmetlerin kredi veren dışında bir sağlayıcıdan da alınabileceğine ilişkin açık bir ifade, varsa istenecek teminatlar ve bu teminatların tüketicinin edimlerine karşılık olarak alınan şahsi teminatlardan olması halinde her ne isim altında olursa olsun adi kefalet sayılacağına ve tüketicinin alacaklarına ilişkin karşı tarafça verilen şahsi teminatların diğer kanunlarda aksine hüküm bulunmadıkça müteselsil kefalet sayılacağına ilişkin bilgi, cayma hakkının kullanılma şartları, süresi ve usulüne ilişkin bilgi ile bu hakkın kullanılması durumunda anapara ile bu paranın faizini ödeme yükümlülüğü ve hesaplanma şekline dair bilgiler de dâhil olmak üzere cayma hakkının kullanılmasına ilişkin diğer şartlara ilişkin bilgiler yer almak zorunda değildir.

Belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmeleri öncesinde hazırlanacak bilgi formunda Yönetmeliğin 7'nci maddesi uyarınca;

- Kredinin türü,
- Kredi verenin ve varsa kredi aracısının unvanı, MERSİS numarası, açık adresi, telefon numarası, varsa diğer iletişim bilgileri,
- Kredi limitinin ne zaman ve nasıl bildirileceğine ilişkin bilgi,
- Akdi faiz oranı ile bu oranın uygulanmasına ilişkin şartlar ve değiştirilmesinde esas alınacak düzenlemeler,
- Varsa faiz dışında tüketiciden talep edilecek ücretler,
- Kredi sözleşmesinin feshedilmesine ilişkin usul ve şartlar,
- Gecikme faiz oranı,
- Tüketicinin, ödemelerini ödeme tarihinde yapmamasının ve temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları,
- Tüketicinin yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile açık talebi olmaksızın krediyle ilgili sigorta yaptırılmayacağına ilişkin bilgi ve sigortaya ilişkin hizmetlerin kredi veren dışında bir sağlayıcıdan da alınabileceğine ilişkin açık bir ifade,

- Varsa istenecek teminatlar ve bu teminatların tüketicinin edimlerine karşılık olarak alınan şahsi teminatlardan olması halinde her ne isim altında olursa olsun adi kefalet sayılacağına ve tüketicinin alacaklarına ilişkin karşı tarafça verilen şahsi teminatların diğer kanunlarda aksine hüküm bulunmadıkça müteselsil kefalet sayılacağına ilişkin bilgi,
- Cayma hakkının kullanılma şartları, süresi ve usulüne ilişkin bilgi ile bu hakkın kullanılması durumunda anapara ile bu paranın faizini ödeme yükümlülüğü ve hesaplanma şekline dair bilgiler de dâhil olmak üzere cayma hakkının kullanılmasına ilişkin diğer şartlar,
- Kredi talebinin olumsuz sonuçlanması halinde tüketicinin derhal ve ücretsiz olarak bilgilendirileceğine ilişkin bilgi,
- Sözleşme öncesi verilen bilgilerin kredi veren için bağlayıcı olacağı süreye ilişkin bilgi,

hususları yer almak zorundadır. Bunlara ilave olarak, gerek belirli süreli gerekse de belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından, Yönetmeliğin m.6 f.3 ve m.7 f.2 hükümleri uyarınca, sözleşme öncesi verilecek bilgilendirme formunun kapsamının dışında bir bilginin tüketiciye verilmesi halinde, söz konusu bilgi veya bilgiler bilgilendirme formuna ek olarak ayrı bir belge ile tüketiciye verilmek zorundadır. Dolayısıyla, denilebilir ki, sözleşme öncesi bilgi formunun içeriği konusunda TKHK ile uyumlu olarak sıkı şekil şartından yana tavır almıştır. Görüşümüzce, bununla amaçlanan, sözleşme öncesi bilgi formunun gereksiz bilgilerle doldurulması, dolayısıyla asıl bilgilerin gözden kaçması ihtimalinin önüne geçmek, bilgi formunda yalınlığın sağlanmasıdır.

Sözleşme öncesi bilgilendirme formunun içeriğinin belirlenmesine yönelik şekli önemseyen yaklaşım, sözleşme öncesi bilgi formu metninin şeklinin belirlenmesi alanına da yansımıştır. Esasen, 6502 sayılı TKHK'nın m.4 f.1 hükmünde yer verilen bilgilendirmeler için öngörülen şekil şartlarının birebir Yönetmeliğe aktarılmış hali diyebileceğimiz Aynı Yönetmeliğin 5'inci maddesi uyarınca, sözleşme öncesi bilgi formları, en az on iki punto büyüklüğünde, anlaşılabilir bir dilde, açık, sade ve okunabilir şekilde düzenlenmeli ve bir örneği kâğıt üzerinde veya kalıcı veri saklayıcısı ile tüketiciye verilmelidir. 4077 sayılı eTKHK'da bilgilendirmelerin şekline ilişkin bir hüküm bulunmadığı göz önünde bulundurulduğunda 6502 sayılı TKHK ile bu alanda önemli mesafe alındığını söylemek mümkündür. Ayrıca,

bilgilendirmenin şeklinin belirlenmesinde, anlaşılabilirlik, açıklık, sadelik ve okunabilirlik gibi özü ön plana alan ölçülere yer verilmesinin (her ne kadar objektifliğinin tespiti noktasında soru işaretleri uyandırır da) isabetli olduğu düşünülmektedir. Söz gelimi, on iki punto büyüklüğünde fakat karmaşık veya anlaşılması güç bir yazılı bilgilendirmenin (dolayısıyla sözleşme öncesi bilgilendirme formunun) önüne geçilmiştir. Ayrıca bilgilendirme formunun bir nüshasının kâğıt üzerinde tüketiciye verilebilmesine bir alternatif olarak kalıcı veri saklayıcısıyla da tüketiciye verilebilmesi hususu yerinde olmuştur. Zira, kredi sözleşmelerine mesafeli kurulabilme imkanı getirilmiş olmasıyla uyumlu olarak kâğıt üzerindeki yazılı bir metinde ısrarcı olunmaması beklenirdi. Bilgilendirmede önemli olan husus, tüketicinin bilgiye birden fazla ve dilediği zamanda ulaşabilecek şekilde sahip olmasıdır¹⁹⁰.

Sözleşme öncesi bilgilendirme yükümlülüğü müessesesi ilk defa Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Üzerine 2008/48/EC sayılı Direktifle AB’de bağlayıcı olarak düzenlenmiştir¹⁹¹. 6502 sayılı TKHK’nın gerekçesinde ifade edilmemiş olsa da, öyle anlaşılmaktadır ki sözleşme öncesi bilgilendirme yükümlülüğü müessesesi AB hukukundan iç hukumuza aktarılmıştır. Direktifin genel olarak tüketici kredileri sözleşmesi öncesi bilgilendirme yükümlülüğünü ele alan 5’inci maddesinde, tüketicinin kredi sözleşmesini yapıp yapmama noktasında bilinçli bir karar verebilmesi için farklı koşullardaki kredi tekliflerini değerlendirebilmesine olanak sağlayan bilgilerin sözleşmenin yapılmasından makul bir süre önce kredi veren ve varsa kredi aracısı tarafından kendisine sağlanması üzerinde durulmaktadır. Maddenin devamında bilgilendirmenin, direktif ekinde sunulan “Standart Avrupa Tüketici Kredisi Bilgilendirme Formu”na göre yapılacağı hüküm altına alınmıştır¹⁹². Yine maddenin devamında, tıpkı 29363 RG sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri’nde olduğu gibi bilgilendirme formunun içeriği hüküm altına alınmıştır. Bunun yanı sıra, hüküm altına alınan içeriğin de büyük oranda 29363 RG sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri’nde yer verilen sözleşme öncesi bilgilendirme formunun içeriğiyle, özellikle, kredi türü, kredi verenin varsa kredi aracısının kimliği ve adresi, kredinin miktarı ve koşulları, kredi sözleşmesinin süresi gibi noktalarda benzeştiği görülmektedir¹⁹³.

¹⁹⁰ Atamer, **a.g.e.**, s.69.

¹⁹¹ Atamer, **a.g.e.**, s.67.

¹⁹² Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.500;

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:EN:PDF>

¹⁹³ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:EN:PDF>.

D. Sözleşme Öncesinde Tüketiciciyi Aydınlatma Yükümlülüğü

Aydınlatmanın bilgilendirmeden farkı taraflar arasında aşırı bir bilgi asimetrisi olduğu noktada ortaya çıkmaktadır¹⁹⁴. Başka bir deyişle, tüketicinin kredi veren tarafından bilgilendirilmesinin bilgi asimetrisini ortadan kaldırmasının mümkün olmadığı durumlarda tüketicinin aydınlatılması devreye girmektedir.

Sözleşme öncesinde tüketicinin aydınlatılması müessesesi 2008/48/EC sayılı Direktifi'nin m.5 f.6 hükmü uyarınca AB tüketici mevzuatı tarafından benimsenmiştir. Buna göre, kredi verenin ve varsa kredi aracısının, tüketicinin, kendisine önerilen kredi sözleşmesinin ihtiyaçlarına yönelik olup olmadığını, finansal durumunun bu krediyi almayı kaldırıp kaldıramayacağını, sunulan ürünün temel özellikleri ve temerrüt hali de dâhil olmak üzere tüketici üzerindeki olası etkilerini değerlendirebilmesi için, sözleşme öncesi yapılan bilgilendirme ile uyumlu olarak, tüketiciye yeterli açıklamayı yapması gerekmektedir¹⁹⁵.

Sözleşme öncesi aydınlatma müessesesine Türk tüketici mevzuatı tarafından bakıldığında ise, bu hususun kendisine düzenleme alanı bulmadığı, kredi verene yüklenen bir açıklama yapma ve aydınlatma yükümlülüğü olmadığı görülmektedir¹⁹⁶. Genel hükümler çerçevesinde bakıldığında ise iki farklı durum ortaya çıkmaktadır. 6098 sayılı TBK'nın tüketim ödöncü düzenleyen 386-392 maddelerine bakıldığında bu tip sözleşmeler bakımından, tüketici mevzuatı ile benzer şekilde, ödünç verene yüklenen bir aydınlatma yükümlülüğü düzenlenmediği görülmektedir. Ancak, buradan, yürürlükte olan hukuk çerçevesinde kredi verenin tüketiciye yönelik hiçbir surette aydınlatma yükümlülüğü olmadığı sonucu çıkarılmamalıdır. Zira 4721 sayılı TMK'nın 2'nci maddesi, herkesin haklarını kullanırken ve borçlarını yerine getirirken dürüstlük kurallarına uymakla yükümlü olduğunu düzenlemektedir. Bu da, somut olayın özelliklerine göre kredi verenin tüketiciyi aydınlatmakla yükümlü olduğu durumların ortaya çıkabileceği anlamına gelmektedir. Alman ve İsviçre yargı makamları tarafından, kredi verenin tüketiciyi aydınlatma yükümlülüğü olduğunun

¹⁹⁴ Hakan Topbaş, Fehim Üçışık, **4. Tüketici Hukuku Kongresi - Sektörel Bazda Tüketici Hukuku ve Uygulamaları**, Bilgi Yayınevi, Ankara 2015, s.414.

¹⁹⁵ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:EN:PDF>

¹⁹⁶ Atamer, **a.g.e.**, s.76

kabul edildiği belli başlı somut olaylar tespit edilmiştir. Söz konusu somut olaylar şunlardır¹⁹⁷:

- Kredi verenin, tüketicinin krediyi kullanacağı alandaki özel risklere ilişkin tüketiciden daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tüketicinin bilgi asimetrisinin farkında olabilecek durumda olması halinde,
- Kredi verenin, tüketiciye verdiği kredi ile ilişkili olarak tüketici açısından klasik finansal risklere ilave bir riske yol açması halinde (Örneğin, kredi verenin verdiği kredi aracılığıyla tüketiciyi spekülâtif bir işleme davet etmesi gibi),
- Kredi verenin, kredinin kullanılacağı projenin plan, icra ve pazarlaması aşamasında rol üstlenerek kredi veren vasfının ötesinde satıcının üstlenmesi gereken türden bir rol üstlenmesi halinde,

kredi veren bakımından tüketicinin aydınlatılması sorumluluğu doğmaktadır. Dolayısıyla, söz konusu somut olayların Türk yargı makamlarınca kabul görüp kıyasen uygulanabilmesi olasılıklar dâhilindedir.

E. Tüketicinin Borca Batmasını Önleyecek Tedbirlerin Alınması

Tüketici kredilerinin ve kredi kartlarına sağlanan imkânların genişlemesi 2008 krizine götüren süreci hazırlayan başlıca sebepler arasında yer almaktadır. ABD ve diğer birçok ülkede kriz öncesi süreçte tüketici kredileri hızla artmış, kimilerinde bu artış GSYİH’i aşacak biçimde gerçekleşmiştir¹⁹⁸. ABD’de hane halkı borcunun GSYİH’e oranı 2008’in ilk çeyreği itibarıyla %99,1 olarak gerçekleşmiştir¹⁹⁹. Yine 2008 yılı itibarıyla hane halkı borcunun net harcanabilir gelire oranı Danimarka’da %340, Hollanda’da %275, İrlanda’da %230, İngiltere’de %169, İsveç’te %158, İspanya’da %150, Portekiz’de %149, Finlandiya’da %119, Almanya ve Fransa’da %99 olarak gerçekleşmiştir²⁰⁰. Türkiye’de ise bu rakam aynı dönemde %13 olarak gerçekleşirken²⁰¹, 2015 sonu itibarıyla %26 olarak gerçekleşmiştir²⁰². Türkiye’deki hane halkı borcunun gelire oranının nispeten düşük düzeyde kalmasına rağmen bu kriz

¹⁹⁷ Atamer, **a.g.e.**, s.77

¹⁹⁸ Gülten Kazgan, “2008 Küresel Krizi: Nedenleri, Etik İlkeleri ve İktisat Eğitimi”, <http://www.tek.org.tr/dosyalar/bunalim1.pdf>, 8 Şubat 2017

¹⁹⁹ <https://fred.stlouisfed.org/series/HDTGPDUSQ163N>

²⁰⁰ <https://data.oecd.org/hha/household-debt.htm>

²⁰¹ http://www.theglobaleconomy.com/Turkey/household_debt_gdp/

²⁰² <https://data.oecd.org/hha/household-debt.htm>

döneminde kullanılan kredilerin yaklaşık yarısının ödenememe riski ile karşı karşıya kaldığı ifade edilmektedir²⁰³. Ayrıca Türkiye’deki tüketici kredilerinde de ciddi bir artış olduğu gözlemlenmektedir.

Şüphesiz ki, borcun geliri aşması sonsuza dek sürdürülebilir bir durum değildir ve bir noktada ödeme güçlüğüne ortaya çıkması kaçınılmazdır. Bu noktada, tüketicilerin aşırı borçlanmalarının önüne geçilebilmesi amacıyla, tüketici kredilerinin sınırlanması vb. yollarla korunmaları ve kötü bankacılık uygulamalarının engellenmesi bir çözüm önerisi olarak ortaya çıkmaktadır²⁰⁴. Bu türden bir koruma gerek tüketici mevzuatımızda gerekse de yürürlükteki diğer mevzuatta özel olarak düzenlenmemiş olmakla birlikte, hukukumuzun farklı kaynaklarında ve daha ziyade dolaylı olarak tüketicinin borca batmasını engelleyici düzenlemelere yer yer rastlanıldığı görülmektedir.

1. Tüketici İşlemlerinde Bileşik Faizin Yasak Olması

6502 sayılı TKHK’nın 4’üncü maddesinin 7’nci fıkrası uyarınca, temerrüt hali de dahil olmak üzere tüketici işlemlerinde bileşik faiz²⁰⁵ uygulanamayacağı hüküm altına alınmıştır. Yine, 5464 sayılı BKKKK’nın 26’ncı maddesinin 2’nci fıkrasında, temerrüt hali de dâhil olmak üzere, kart uygulamasından doğan borçlarda bileşik faiz uygulanamayacağı hususu düzenlenmiştir. Benzer şekilde, 6102 sayılı TTK’nın oran serbestisini ve bileşik faizin şartlarını düzenleyen 8’inci maddesinin 3’üncü fıkrası uyarınca tüketicinin korunmasına ilişkin hükümlerin saklı tutulduğu ifade edilmiştir. Tüketici işlemlerinde bileşik faiz uygulamasının emredici hükümler ile yasaklanmış olması dolayısıyla, taraflar sözleşme ile aksini kararlaştıramazlar²⁰⁶.

²⁰³ Gülten Kazgan, “2008 Küresel Krizi: Nedenleri, Etik İlkeleri ve İktisat Eğitimi”, <http://www.tek.org.tr/dosyalar/bunalim1.pdf>, 8 Şubat 2017

²⁰⁴ Atamer, **a.g.e.**, s.78

²⁰⁵ Bileşik faiz

, faize yatırılan anaparadan dönem sonunda elde edilen faiz tutarının anaparanın üzerine ilave edilerek, bir sonraki faiz hesabının bu yeni tutar üzerinden aynı dönem ve aynı faiz oranı ile hesaplanması işlemine verilen addır. Dolayısıyla, basit faiz uygulamasına nazaran bileşik faiz uygulamasında daha büyük tutarda faiz hesaplaması söz konusu olmaktadır. Örneğin, 1000TL’nin yıllık %12 faiz oranı üzerinden 5 yıllık faiz tutarı, basit faiz uygulamasına göre 600 TL iken, bileşik faiz uygulamasına göre 762,34 TL’dir. Detaylı bilgi için bkz. <http://www.tuketicifinansman.net/2008/04/aylik-ve-yillik-bilesik-faiz.html>

²⁰⁶ Ebru Ceylan, **Türk, İsviçre ve Avrupa Birliği Hukukunda Kredi Kartını Kullanan Tüketicinin Hukuki Durumu**, İstanbul 2010, s.149

2. Tüketici Kredilerinin Miktar Bakımından Sınırlandırılması

6502 sayılı TKHK ve alt mevzuatı ile birlikte tüketici kredilerine getirilmiş bir üst süre sınırı söz konusu değildir. Bununla birlikte, Bankacılık Kanunu'nun ve Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun alt mevzuatlarında konuya ilişkin düzenlemelere rastlanılmaktadır.

26333 RG sayılı Bankaların Kredi İşlemlerine İlişkin Yönetmelik'in 12/A maddesinin 2'nci fıkrası uyarınca, tüketicilere, binek araç edinimi amacıyla kullanılacak taşıt kredilerinde ve taşıt teminatlı kredilerde veya yapılacak finansal kiralama işlemlerinde, kredi tutarının taşıtın değerine oranı taşıtın nihai fatura değeri 50.000 TL ve altında olanlar için %70'i aşamayacaktır. Nihai fatura değeri 50.000 TL'yi aşan binek araçlarda ise, söz konusu oranının, bedelin 50.000 TL'ye kadar olan kısmı için %70, 50.000 TL'nin üstünde olan kısım için %50 olarak uygulanacağı hüküm altına alınmıştır.

Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelik'in 22'nci maddesinin 1'inci fıkrası uyarınca, kart çıkaran kuruluşların, kredi kartı almak isteyen kişilerin yasaklık veya engel durumunu, ekonomik ve sosyal durumunu, aylık veya yıllık ortalama gelirini, diğer kart çıkaran kuruluşlarca bu kişilere tahsis edilen kredi kartı limitini, bir model veya skora sistemi sonuçlarını, müşterini tanı ilkeleri ile 27'nci madde uyarınca kurulacak bilgi alışverişi şirketlerinden temin edilecek bilgileri dikkate alarak yapacakları değerlendirmeye istinaden kullanım limitini tespit etmek zorunda oldukları hususu hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla, kredi kartının edinilebilmesine ve limitinin belirlenebilmesine belli ölçütler getirilerek, hamilin, dolayısıyla hamil tüketicinin kredi kartı kullanım olanakları sınırlandırılarak aşırı borçlanmasına karşı tedbirler alındığını söylemek mümkündür.

BKKKY'nin 22'nci maddesinin 2'nci fıkrası uyarınca, limit artış işlemi öncesinde, ilgili kişinin gelir düzeyinin birinci fıkra çerçevesinde kontrol edileceği ve yapılan kontrollerde kart çıkaran kuruluşlardan temin edilen toplam kredi kartı limitinin kart hamilinin gelirinin 4 katını aştığının tespit edilmesi durumunda bu kartlar hakkında limit artış işlemi yapılamayacağı hüküm altına alınmıştır.

BKKKY'nin 22'nci maddesinin 3'üncü fıkrası uyarınca, ilk defa kredi kartı sahibi olacak bir gerçek kişinin tüm kart çıkaran kuruluşlardan temin ettiği kredi

kartları için tanınacak toplam kredi kartı limitinin, ilk yıl için, ilgilinin aylık ortalama net gelirinin 2 katını, ikinci ve sonraki yıllar için ise 4 katını aşamayacağı ve ilk defa kredi kartı sahibi olacak bir gerçek kişinin, aylık veya yıllık ortalama gelir düzeyinin tespit edilememesi durumunda tüm kart çıkaran kuruluşlardan edinilebilecek toplam kredi kartı limitinin en fazla 1.000 TL olabileceği hüküm altına alınmıştır.

BKKKY'nin 22'nci maddesinin 6'ncı fıkrası uyarınca, bir takvim yılı içinde asgari ödeme tutarı; toplam 3 kez ödenmeyen kredi kartlarının nakit kullanımına, üst üste 3 kez ödenmeyen kredi kartlarının nakit kullanımı ile mal ve hizmet alımına kapatılacağı ve söz konusu kredi kartlarının limitlerinin dönem borcunun tamamının ödenmesine kadar arttırılamayacağı ve bu tür kartların nakit kullanımına veya kullanıma kapalı tutulacağı hususu hüküm altına alınmıştır. Yine BKKKY'nin 17'nci maddesinin 3'üncü fıkrasının e bendi uyarınca, ödenmesi gereken asgarî tutarın, kredi kartı limiti 15.000 Türk Lirasına kadar olan kredi kartları hakkında dönem borcunun %30'undan, kredi kartı limiti 15.000 Türk Lirasından 20.000 Türk Lirasına kadar olan kredi kartları hakkında dönem borcunun %35'inden, kredi kartı limiti 20.000 Türk Lirası ve üzerinde olan kredi kartları hakkında dönem borcunun %40'ından ve yeni tahsis edilen kredi kartlarında kullanım başlangıcı tarihinden itibaren bir yıllık sürenin dolmasına kadar dönem borcunun %40'ından aşağı olamayacağına ilişkin yazılı bilgilendirmenin kart hamiline yapılmak zorunda olduğu hususu hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla, kartın limitine göre %30 ila %40 arasında değişen oranlarda ödeme yapılmaması halinde kredi kartının kullanıma kapatılması da dâhil olmak üzere bir dizi yaptırımın ortaya çıkması söz konusu olabilecektir²⁰⁷.

3. Tüketici Kredilerinin Süre Bakımından Sınırlandırılması

Tıpkı miktar bakımından tüketici kredilerinin sınırlandırılmasında olduğu gibi, 6502 sayılı TKHK ve alt mevzuatı ile birlikte tüketici kredilerine getirilmiş bir üst süre sınırı söz konusu değildir. Tüketici kredilerinin süre bakımından sınırlandırılmasına ilişkin düzenlemelere yine Bankacılık Kanunu'nun ve Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun alt mevzuatlarında rastlanılmaktadır.

BKKKY'nin 26'nci maddesinin 7'nci fıkrası uyarınca, mal veya hizmet alımı sonrası belli bir ücret karşılığı borcun taksitlendirilmesi veya ödemenin ertelendiği

²⁰⁷ Atamer, **a.g.e.**, s.86

dönemler de dâhil olmak üzere, kredi kartları ile gerçekleştirilecek mal ve hizmet alımları ile nakit çekimlerinde taksitlendirme süresinin 12 ayı geçemeyeceği ve bu sürenin; kuyumla ilgili harcamalarda 4 ay, elektronik eşya ve bilgisayar alımlarında 6 ay, havayolları, seyahat acenteleri, taşımacılık, konaklama, sağlık ve sosyal hizmetler ile ilgili harcamalarda, sağlık ürünü alımlarında, kulüp ve derneklere yapılan ödemelerde ve vergi ödemelerinde 9 ay olarak uygulanacağı hüküm altına alınmıştır.

BKİİY'nin 12/A maddesinin 3'üncü fıkrası uyarınca tüketici kredilerinin vadesinin 48 ayı aşamayacağı²⁰⁸ hüküm altına alınmıştır.

II. Sözleşmenin Kurulması Aşamasında Koruma

Sözleşmenin kurulmasındaki aşama, sözleşmenin kurulup hüküm doğurmasından bir önceki aşamayı ifade etmektedir. Buna göre, sözleşmede uyulması gereken şekil şartları, sözleşmede yer alması gereken bilgilere ilişkin emredici hükümler ile cayma hakkı bu safhadaki korumanın konusuna girmektedirler²⁰⁹.

A. Sözleşmede Uyulması Gereken Şekil Şartları Bakımından Koruma

Tüketici kredisi sözleşmelerinin şekline ilişkin düzenlemelerin ilk olarak 4077 sayılı eTKHK ile tüketici mevzuatımıza girdiği görülmektedir. Eski Kanunun 6'ncı maddesinin 6'ncı fıkrası uyarınca, yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen tüketici kredisi sözleşmelerinin en az on iki punto ve koyu siyah harflerle düzenleneceği hususu hüküm altına alınmıştır.

6502 sayılı TKHK'nın 22'nci maddesinin 3'üncü fıkrası uyarınca, tüketici kredisi sözleşmelerinin yazılı olarak kurulmadıkça geçerli olmayacağı hüküm altına alınmıştır. Yine aynı Kanunun 4'üncü maddesinin 1'inci fıkrası uyarınca, bu Kanunda yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen sözleşmeler ile bilgilendirmelerin en az on iki punto büyüklüğünde, anlaşılabilir bir dilde, açık, sade ve okunabilir bir şekilde

²⁰⁸ Konut edinmeleri ve konut tadilatı kapsamında konutun 22/11/2001 tarihli ve 4721 sayılı Türk Medeni Kanununun 684 üncü maddesinde düzenlenen bütünleyici parçası niteliğini haiz olacak şekilde mal veya hizmet alımı amacıyla tüketicilere kullandırılan krediler, konutların finansal kiralama yoluyla tüketicilere kiralanması, diğer gayrimenkul alımı amaçlı krediler ve eğitim ve öğrenim ücretinin finansmanı amacıyla kullandırılacak krediler ile bu kredilerin yeniden finansmanı amacıyla kullandırılan krediler BKİİY'nin 12/A Maddesinin 3'üncü fıkrasının kapsamının dışındadır.

²⁰⁹ Atamer, **a.g.e.**, s.86

düzenleneceği ve bunların bir nüshasının kâğıt üzerinde veya kalıcı veri saklayıcısı ile tüketiciye verileceği hüküm altına alınmıştır.

4077 sayılı eTKHK'dan 6502 sayılı TKHK'ya geçişte sözleşmenin şekline ilişkin öngörülen düzenlemelerin ciddi anlamda iyileştirildiği göze çarpmaktadır. 6502 sayılı TKHK'da düzenlenen şekil şartları, salt şeklin ötesinde, “anlaşılabilirlik, açıklık, sadelik ve okunabilirlik” gibi şekil şartlarının var olmasının amacının özünü ön plana çıkartmaktadır. Örneğin, 4077 sayılı eTKHK uyarınca bir tüketici kredisi sözleşmesinin 12 punto ve koyu siyah harflerle, fakat anlaşılması güç biçimde düzenlenebilmesine imkân varken, 6502 sayılı TKHK uyarınca böyle bir durumun ortaya çıkması söz konusu değildir. Bununla birlikte, 6502 sayılı TKHK'nın 4'üncü maddesinin 1'inci fıkrasının devam hükmünde yer alan ve 4077 sayılı eTKHK'dan aynen günümüze aktarılan, sözleşmede bulunması gereken şartlardan bir veya birkaçının bulunmaması durumunda eksikliğin sözleşmenin geçerliliğini etkilemeyeceği ve bu eksikliğin sözleşmeyi düzenleyen tarafından derhal giderileceği hususu bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Zira, şekilde yer alan bir eksiklik (sözleşmede yer alan ifadelerin karmaşık ve anlaşılması güç olması, birden fazla anlama yorumlanabilecek olması, küçük puntolarla yazılması vb.) tüketicinin sözleşmeyi yapma yönündeki iradesine etki edebilir ve bu eksikliğin sonradan giderilmiş hali tüketiciyi tatmin etmeyebilir. Dahası bu eksikliğin fark edilmesinden sonra tüketicinin sözleşmeden dönme imkânı da olmayabilir. Kaldı ki, 6098 sayılı TBK'nın 12'inci maddesi uyarınca, sözleşmeler için öngörülen şeklin kural olarak geçerlilik şekli olduğu ve öngörülen şekle uyulmaksızın kurulan sözleşmelerin hükümsüzlük yaptırımını ile sakatlanacağı hüküm altına alınmıştır. Ayrıca, giderilecek eksikliğin, söz gelimi anlam karmaşasına yol açan bir ifadenin kimin lehine düzeltileceği de bir soru işareti olarak ortada durmaktadır. Eksikliği giderecek olanın sözleşmeyi düzenleyen olduğu göz önünde bulundurulduğunda, yapılacak düzeltmenin objektif esaslara uygun olamayacağı da açıktır. Bu sebeple, görüşümüzce, olması gereken ya sözleşmeyi düzenleyenin tüketici lehine düzeltme yapması, ya da böyle bir durumda genel hükümlerin öngördüğü şekilde şekle aykırılığın sonuçlarının sözleşmeye uygulanmasıdır.

B. Sözleşmede Yer Alması Gereken Bilgilere İlişkin Emredici Hükümler Bakımından Koruma

Hukukumuzda hâkim olan sözleşme özgürlüğü ilkesi çerçevesinde taraflar, tıpkı sözleşmenin şeklinin belirlenmesinde olduğu gibi, sözleşmenin içeriğinin ve kapsamının belirlenmesinde de kural olarak özgürdürler²¹⁰. Ancak, sosyal devlet anlayışının bir sonucu olarak, sözleşmenin zayıf tarafının korunması maksadıyla, sözleşme özgürlüğüne emredici hükümler yoluyla sınırlamalar getirilmesi söz konusu olabilmektedir²¹¹. Sözleşmenin zorunlu içeriğine dair hükümlerin 29363 sayılı TKSİY’de kendisine düzenleme alanı bulduğu görülmektedir. Buna göre, TKSİY’nin 11’inci maddesi belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından, 12’nci maddesi ise belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından sözleşmenin zorunlu içeriğini tayin eder. Bu bağlamda, belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde;

- Kredinin türü,
- Tüketicinin adı, soyadı ile kredi veren ve varsa kredi aracısının unvanı, MERSİS numarası, açık adresi, telefon numarası, varsa diğer iletişim bilgileri,
- Kredi sözleşmesinin süresi,
- Kredinin toplam tutarı ve kredi alınmasına ilişkin şartlar ile varsa tüketiciden talep edilecek ücretler,
- Bağlı kredi sözleşmesinde sözleşme konusu mal veya hizmete ilişkin bilgi,
- Aylık ve yıllık akdi faiz oranı ve akdi faiz oranının uygulanmasına ilişkin şartlar,
- Kredi sözleşmesinin kurulduğu tarihte hesaplanan efektif yıllık faiz oranı, bu oranın hesaplanması için kullanılan bütün bileşenler ve tüketici tarafından ödenecek toplam tutar,
- Sözleşmenin eki olarak da verilebilecek ödeme planı,
- Kredi veren ile tüketici arasında kurulan sözleşmenin bir örneğini, düzenlenme tarihinden sonraki ilk yıl için tüketicinin ücretsiz olarak alma hakkı olduğuna ilişkin bilgi,
- Kredi sözleşmesine ilişkin bir hesap açılması ve bu hesaptan sadece kredi ile ilgili işlemler yapılması durumunda, bu hesaba ilişkin herhangi bir isim altında

²¹⁰ İrfan Şahin, “Sözleşme Özgürlüğü ve Sözleşme Özgürlüğünün Sınırları”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul 2008, s.12

²¹¹ Vahit Doğan, “Milletlerarası Özel Hukukta Zayıf Akit Tarafın Koruması”, **Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni**, Cilt 15, sayı 1-2 1995, s. 21 vd.

cret veya masraf talep edilmeyeceğine ve bu hesabın, tüketicinin aksine yazılı talebi olmaması hâlinde kredinin ödenmesi ile kapanacağına ilişkin bilgi,

- Gerektiğinde noter masraflarının tüketicisi tarafından ödeneceğine ilişkin bilgi,
- Gecikme faiz oranı,
- Tüketicinin, ödemelerini ödeme tarihinde yapmamasının ve temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları,
- Varsa istenecek teminatlar ve bu teminatların tüketicinin edimlerine karşılık olarak alınan şahsi teminatlardan olması halinde her ne isim altında olursa olsun adi kefalet sayılacağına ve tüketicinin alacaklarına ilişkin karşı tarafça verilen şahsi teminatların diğerk kanunlarda aksine hüküm bulunmadıkça müteselsil kefalet sayılacağına ilişkin bilgi,
- Cayma hakkının kullanılma şartları, süresi ve usulüne ilişkin bilgi ile bu hakkın kullanılması durumunda anapara ile bu paranın faizini ödeme yükümlülüğü ve hesaplanma şekline dair bilgiler de dâhil olmak üzere cayma hakkının kullanılmasına ilişkin diğerk şartlar,
- Bağlı kredi sözleşmesiyle ilgili olarak 19 uncu maddede yer alan tüketicinin haklarına ve bu hakların kullanılmasına ilişkin açıklayıcı bilgi,
- Tüketicinin erken ödemede bulunma hakkı ve ödenen tutara göre kredi verenin indirim yapma yükümlülüğüne ilişkin bilgi,
- Tüketicilerin uyuşmazlık konusundaki başvurularını tüketicisi mahkemesine veya tüketicisi hakem heyetine yapabileceklerine dair bilgi,
- Varsa tüketicilerin başvurabileceği diğerk çözüm yollarına ilişkin bilgi,
- Kredinin yabancı para birimi cinsinden kullandırılması durumunda, geri ödemeye ilişkin taksitlerin ve toplam kredi tutarının hesaplanmasında, hangi tarihteki kurun dikkate alınacağına ilişkin bilgi,
- Taksit vadesinin, kanunlarda tatil olarak kabul edilen bir güne rastlaması durumunda kendiliğinden bu günü izleyen ve tatil olmayan ilk güne geçeceğine ilişkin bilgi,
- Temerrüt hali de dahil olmak üzere kredi sözleşmelerine dayanılarak yapılan her türlü işlemde bileşik faiz uygulanamayacağına ilişkin bilgi,

hususlarının yer alması zorunludur. Benzer şekilde, belirsiz süreli tüketicisi kredisi sözleşmelerinde;

- Kredinin türü,

- Tüketicinin adı, soyadı ile kredi verenin ve varsa kredi aracısının unvanı, MERSİS numarası, açık adresi, telefon numarası, varsa diğer iletişim bilgileri,
- Kredi limitinin ne zaman ve nasıl bildirileceğine ilişkin bilgi ile bu limitin değiştirilmesinde uygulanacak düzenlemeler,
- Akdi faiz oranı ile bu oranın uygulanmasına ilişkin şartlar ve değiştirilmesinde esas alınacak düzenlemeler,
- Varsa faiz dışında tüketiciden talep edilecek ücretler,
- Kredi sözleşmesinin feshedilmesine ilişkin usul ve şartlar,
- Gecikme faiz oranı,
- Tüketicinin, ödemelerini ödeme tarihinde yapmamasının ve temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları,
- Varsa istenecek teminatlar ve bu teminatların tüketicinin edimlerine karşılık olarak alınan şahsi teminatlardan olması halinde her ne isim altında olursa olsun adi kefalet sayılacağına ve tüketicinin alacaklarına ilişkin karşı tarafça verilen şahsi teminatların diğer kanunlarda aksine hüküm bulunmadıkça müteselsil kefalet sayılacağına ilişkin bilgi,
- Cayma hakkının kullanılma şartları, süresi ve usulüne ilişkin bilgi ile bu hakkın kullanılması durumunda anapara ile bu paranın faizini ödeme yükümlülüğü ve hesaplanma şekline dair bilgiler de dâhil olmak üzere cayma hakkının kullanılmasına ilişkin diğer şartlar. Tüketicilerin uyuşmazlık konusundaki başvurularını tüketici mahkemesine veya tüketici hakem heyetine yapabileceklerine dair bilgi,
- Varsa tüketicilerin başvurabileceği diğer çözüm yollarına ilişkin bilgi,
- Kredi veren ile tüketici arasında kurulan sözleşmenin bir örneğinin düzenlenme tarihinden sonraki ilk yıl için tüketicinin ücretsiz olarak alma hakkı olduğuna ilişkin bilgi,
- Ödeme gününün, kanunlarda tatil olarak kabul edilen bir güne rastlaması durumunda kendiliğinden bu günü izleyen ve tatil olmayan ilk güne geçeceğine ilişkin bilgi,

hususlarının yer alması zorunludur.

C. Cayma Hakkının Kullanımı

Cayma hakkı, 6502 sayılı TKHK'nın 24'üncü maddesinde düzenlenmiştir. Kanun maddesinin 1'inci fıkrasında, tüketicinin 14 gün içerisinde herhangi bir gerekçe ile bağlı olmaksızın ve cezai şart ödemeksizin, yapmış olduğu tüketici kredisi sözleşmesinden dönme hakkına sahip olduğu hususu düzenlenmiştir. Tüketici açısından tanımlanan cayma hakkı, AB mevzuatından yapılan aktarmayla ilk defa 6502 sayılı TKHK ile tüketici mevzuatımıza girmiştir²¹². Aynı hak, benzer şekilde, AB hukuku açısından da yenidir ve 2008/48/EC sayılı direktif ile AB tüketici kredisi mevzuatına girmiştir²¹³. Cayma hakkının amacı, tüketicinin aceleyle karar verdiği durumlarda kararını son bir kez gözden geçirmesini sağlamak ve düşüncesizce borç yükü altına girmesini önlemektir²¹⁴.

Cayma hakkı bozucu yenilik doğuran bir hak olarak tek taraflı yenilik doğuran işlem ile kullanılır ve kural olarak cayma bildiriminin kredi verene ulaştığı andan itibaren sözleşmeyi geçmişe etkili olarak kesin biçimde ortadan kaldırır²¹⁵.

TKHK'nın 24'üncü maddesinin 2'nci fıkrası uyarınca cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin cayma hakkı süresi içinde kredi verene yöneltilmiş olması yeterlidir. Cayma hakkının hüküm doğurabilmesi için, 14 günlük süre içerisinde hakkın kullandığına dair bildirimin kesin bir dille, açık ve net olarak, varması gereken bir irade beyanı ile kredi verene iletilmesi gerekmektedir²¹⁶. Cayma hakkının hüküm ve sonuçları cayma bildiriminin kredi verene ulaşmasıyla birlikte ortaya çıksa da, TKHK m.24 f.2 c.2 hükmünden de anlaşılacağı üzere, cayma bildiriminin kredi verene yöneltilmiş (gönderilmiş) olması hakkın kullanımı için yeterli görülmüştür. Başka bir deyişle, süresi içerisinde kredi verene yöneltilmiş fakat süre bittikten sonra kredi verene ulaşmış olan cayma bildirimi geçerli bir cayma bildirimi olacaktır²¹⁷. Diğer taraftan, 14 günlük sürenin başlangıç tarihine ilişkin kanun hükmünde açık bir ifade yer almasa da, m.24 f.2 c.1 hükmünde, kredi verenin cayma hakkı olduğu konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlü tutulmuş olmasından hareketle, söz konusu sürenin başlangıcının kredi verenin

²¹² Bkz. 6502 sayılı TKHK m.24 gerekçesi

²¹³ Atamer, **a.g.e.**, s.95

²¹⁴ Gümüş, **a.g.e.**, s.185

²¹⁵ Gümüş, **a.g.e.**, s.187

²¹⁶ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.504

²¹⁷ Gümüş, **a.g.e.**, s.187

tüketiciyi bilgilendirdiği tarihe işaret ettiği görüşü hâkimdir²¹⁸. Bilgilendirmenin, sözleşmenin kurulmasından önce yapılması durumunda, cayma hakkı için öngörülen sürenin sözleşmenin kurulduğu andan itibaren başlaması ve kredi verenin bilgilendirme yükümlülüğünü yerine getirmemesi halinde sürenin işlememesi gerekmektedir²¹⁹. Bilgilendirmenin sözleşmenin kurulmasından sonra yapılması durumunda, sürenin bilgilendirmeyi takip eden günden itibaren başlaması doğrudur²²⁰.

Cayma hakkının kullanılması durumunda sözleşmenin ne şekilde tasfiye edileceği hususu, TKHK m.24 f.3 hükmünde düzenlenmiştir. Buna göre, cayma hakkını kullanan tüketicinin krediden faydalandığı hallerde, tüketici, anaparayı ve kredinin kullanıldığı tarihten anaparanın ödendiği tarihe kadar olan sürede tahakkuk eden faizi en geç cayma bildirimini kredi verene göndermesinden sonra 30 gün içerisinde geri ödemelidir. Ödeme yapılmaması durumunda, tüketici kredisinden cayılmamış sayılır. Faiz, akdi faiz oranına göre hesaplanır ve tüketiciden hesaplanan akdi faizin ve bir kamu kurum veya kuruluşuna veya üçüncü kişilere ödenen masrafların dışında herhangi bir bedel talep edilemez. Burada, kredi verenin cayma hakkı süresi dolmadan tüketiciye kredi kullandırdığı bir durum söz konusudur²²¹. Dolayısıyla, tüketicinin krediden yararlanmadığı durumlarda söz konusu hüküm uygulama alanı bulmaz. Hükümden açıkça anlaşılacağı üzere, 30 günlük süre içerisinde anapara ve kullanıldığı süre boyunca tahakkuk eden faizin ödenmemesi durumunda tüketici kredisi sözleşmesi geçerli bir sözleşme olarak yaşamını sürdürecektir. Denilebilir ki, kredi sözleşmesini ortadan kaldırmayı istemesi olasılığına karşılık kendisine 14 günlük cayma süresi tanınan tüketiciye, kredi sözleşmesini sürdürmeyi istemesi olasılığına karşılık 30 günlük ilave süre tanınmıştır.

Otuz günlük süreye ilişkin bir diğer önemli husus, tıpkı cayma bildiriminde olduğu gibi, varma anının değil gönderilme (yöneltme) anının esas alınmasıdır. Söz gelimi, anapara ve tahakkuk eden akdi faizin tüketici tarafından 29'uncu günde kredi verene gönderildiği, fakat 31'inci günde kredi verene ulaştığı durumda cayma hakkı kullanılmış sayılacak ve sözleşme geriye dönük olarak ortadan kalkacaktır²²².

²¹⁸ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.505

²¹⁹ Gümüş, **a.g.e.**, s.186; Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.505

²²⁰ Gümüş, **a.g.e.**, s.186

²²¹ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.507

²²² Gümüş, **a.g.e.**, s.186

Son olarak, sözleşmenin tasfiyesinin daha iyi anlaşılması için bir örnekle somutlaştırılmasında yarar vardır. Kanun maddesinin gerekçesinde yer alan örnek durum şu şekildedir: “10.000 TL tüketici kredisi almak için başvurulduğunda, 250 TL’si dosya masrafı, 50 TL’si vergi olmak üzere tüketiciden toplamda 300 TL masraf alınmış ve bu masraflar krediden mahsup edilerek 9.700 TL tüketicisiye ödenmiş olsun. Söz konusu kredi sözleşmesinden tüketicinin cayması halinde, bankaya iade edilmesi gereken anapara tutarı 9.700 TL’dir. Ayrıca 10.000 TL tutarındaki kredinin çekildiği tarihten geri ödendiği tarihe kadar olan ve akdi faiz oranı esas alınarak hesaplanan faiz tutarı ile birlikte 50 TL’lik vergi bankaya geri verilecektir. Bu durumda tüketici, kredinin kullandırılması esnasında peşin olarak mahsup edilen 250 TL dosya masrafını kredi verenden talep etme hakkına sahiptir. Bu örneğe ilişkin başka bir senaryo ise yukarıda belirtilen masrafların krediden mahsup edilmeden tüketicisiye 10.000 TL ödenmesidir. Söz konusu kredi sözleşmesinden tüketicinin cayması halinde, bankaya iade edilmesi gereken anapara tutarı 10.000 TL’dir. Ayrıca, 10.000 TL tutarındaki kredinin çekildiği tarihten geri ödendiği tarihe kadar olan ve akdi faiz oranı esas alınarak hesaplanan faiz tutarı geri verilecektir. Bununla birlikte, banka tarafından tüketicisiye 250 TL iade edilmesi gerekmektedir.”

III. Sözleşmenin İfası Aşamasında Koruma

Sözleşmenin ifası aşamasındaki koruma, kredi sözleşmesinin kurulduğu ve tarafların sözleşmenin kendilerine yüklediği edimleri yerine getirdikleri aşamadaki korumayı ifade etmektedir. Buna göre, faiz oranına ilişkin sınırlamalar, açılacak hesap türüne ve bazı ücretlere ilişkin sınırlamalar, tüketiciden talep edilebilecek ücretlere ilişkin sınırlamalar, sözleşmede değişiklik yapılmasına ilişkin sınırlamalar, sözleşme ilişkisi devam ederken bilgilendirme yükümlülüğü, tüketicinin erken ödeme yapma imkânı ve tüketicinin akdedeceği sigorta sözleşmesine ilişkin sınırlamalar bu aşamadaki korumanın konusunu oluşturmaktadır.

A. Faiz Oranına ve Faiz Oranında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Sınırlamalar

Faiz ve benzeri menfaatler tüketici kredisi sözleşmelerinin ana unsurlarındandır²²³. Tüketici kredisi sözleşmelerinde temel amacın tüketicinin

²²³ Bkz. 6502 sayılı TKHK m.22 f.1

korunması olduğu göz önüne alındığında, bu korumayı sağlayan temel araç olarak anapara faizinin sınırlandırılması hususu ön plana çıkmaktadır²²⁴.

6502 sayılı TKHK'nın faiz oranını düzenleyen m.25 f.1 hükmü uyarınca, belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde faiz oranı sabit olarak belirlenir ve sözleşmenin kurulduğu tarihte belirlenen bu oran tüketici aleyhine değiştirilemez. Hüküm, TKHK m.4 f.2'de ifade edilen, sözleşmede öngörülen koşulların sözleşme süresi içinde tüketici aleyhine değiştirilememesi şeklindeki hükmün ve TKHK m.26 f.1'de ifade edilen, belirli süreli kredi sözleşmesinin şartlarının tüketici aleyhine değiştirilememesi şeklindeki hükmün bir görünümü şeklindedir. Buradan iki farklı sonucun çıkarılması mümkündür. İlk olarak, hükmün nispi emredici niteliğinin bir sonucu olarak, belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde sabit olarak belirlenen anapara faiz oranı tüketici lehine olmak koşuluyla değiştirilebilir. İkinci olarak, hükmün tersinden yorumlanmasının bir sonucu olarak, belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde anapara faiz oranı sabit olarak belirlenmek zorunda değildir. Doğal olarak, bu tip sözleşmelerde sözleşme süresi içerisinde anapara faiz oranının tüketici aleyhine değiştirilebilmesi mümkündür²²⁵.

TKHK'nın m.25 f.2 hükmü uyarınca, tüketici kredisi sözleşmelerinde yer alan efektif yıllık faiz oranının olduğundan düşük gösterilmiş olması halinde, kredinin toplam maliyetinin hesaplanmasında esas alınacak akdi faiz oranı, düşük gösterilen efektif faiz oranına uyacak şekilde yeniden belirlenir. Efektif (reel) yıllık faiz oranı, kredinin toplam maliyetinin yıllık yüzde değeri olarak hesaplanması sonucu ortaya çıkan yıllık maliyet oranıdır²²⁶. Efektif faize temel teşkil eden görünürdeki (nominal) faiz oranı ise akdi faiz oranını ifade etmektedir²²⁷. Kanun Koyucu, hükmün gerekçesinde şu ifadelerle yer vermiştir: “Efektif faiz oranı, kredinin toplam maliyetini esas aldığı için akdi faize göre her zaman daha yüksektir. Bu açıdan, kredi verenlerin müşteri çekmek için bu oranı düşük göstermesi olasılığı vardır. Efektif faiz oranı olduğundan düşük gösterilmişse, kredinin tüketici için toplam maliyetinin hesaplanmasında esas alınan akdi faiz oranı, efektif faiz oranına uyacak şekilde indirilir.”. Bireyler, reel değerden ziyade nominal değeri dikkate alma

²²⁴ Gümüş, **a.g.e.**, s.186

²²⁵ Gümüş, **a.g.e.**, s.186

²²⁶ Bkz. 29363 RG sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği m.4/ç

²²⁷ Gümüş, **a.g.e.**, s.186

eğilimindedirler. İktisadi literatürde para aldanması olarak geçen bu durum²²⁸, tüketici kredileri bağlamında, tüketicilerin, kredinin reel (efektif) maliyetini göremeyip nominal (akdi) faizini dikkate almaları biçiminde ifade edilebilir. Kanun Koyucu, kredinin gerçek maliyetini ortaya çıkaran efektif faiz oranını kredi sözleşmelerinde esas kılarak bu sorunun önüne geçme yolunda önemli bir adım atmıştır. Hatta, Kanun Koyucu, efektif faiz oranının gerçekte olması gerektiğinden düşük gösterildiği durumu da düzenleyerek, böyle bir durumda akdi faizin düşük olarak gösterilen efektif faize uyarlanacağını hüküm altına almıştır.

Faiz oranlarına tavan getirilmesine ilişkin bir düzenleme tüketici mevzuatında mevcut olmamakla birlikte, 5464 sayılı BKKKK ile istisnai bir düzenleme banka ve kredi kartları bakımından getirilmiştir. BKKKK'nın m.26 f.3 hükmü uyarınca bu yetki Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'na verilmiştir. Buna göre, TCMB, azami akdi ve gecikme faiz oranlarını tespit etmeye yetkilidir ve belirlediği bu oranları 3 ayda bir açıklar. TCMB, 1 Ocak 2017 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere, 29886 RG sayılı Kredi Kartı İşlemlerinde Uygulanacak Azami Faiz Oranları Hakkında Tebliğ'de belirtilen esaslar çerçevesinde, aylık akdi azami faiz oranını; Türk lirası cinsinden kredi kartı işlemleri için %1,84, yabancı para cinsinden kredi kartı işlemleri için %1,47 olarak; aylık azami gecikme faiz oranını; Türk lirası cinsinden kredi kartı işlemleri için %2,34 olarak, yabancı para cinsinden kredi kartı işlemleri için %1,97 olarak tayin etmiştir. Uygulama, katılım bankalarının sunduğu kredi kartları bakımından aynı rakamlar üzerinden kar payı esas alınarak uygulanacaktır. 10/05/2017 tarihi itibarıyla büyük ölçekli üç bankadan edinilen ihtiyaç kredisi faiz oranı verilerinin, %1,11, %1,13 ve %1,20 olduğu göz önünde bulundurulduğunda kredi kartı işlemleri için belirlenen azami faiz oranlarının oldukça yüksek belirlendiği görülmektedir. Hakeza, TCMB de azami faiz oranlarının belirlenmesine ilişkin olarak yaptığı basın açıklamasında bu oranların bankalar tarafından yüksek olarak belirlendiğini ifade etmiş ve kısa vadeli kredi ihtiyacı olanların bu ihtiyaçlarını kredi kartları yerine tüketici kredileri aracılığıyla karşılamalarını tavsiye etmiştir²²⁹.

²²⁸ Eldar Shafir, Peter Diamond, Amos Tversky, "Money Illusion", **The Quarterly Journal of Economics**, Vol. CXII, Issue 2, May 1997, s.341

²²⁹ <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TCMB+TR/TCMB+TR/Main+Menu/Duyurular/Basin/2016/DUY2016-55>

B. Krediyle İlişkili Açılabilir Hesaplara İlişkin Sınırlamalar

TKHK m.31 f.2 hükmü uyarınca, tüketicinin açık talimatı olmaksızın belirli süreli tüketici kredisi sözleşmesi ile ilişkili kredili mevduat sözleşmesi yapılamayacaktır. Hükmün gerekçesinde, "... Tüketici belirli süreli kredi sözleşmesine istinaden sadece taksitlerini ödeyeceğini, ödeyememesi durumunda da temerrüde düşeceğini düşünmektedir. Ancak tüketicinin bilgisi dışında kredi veren tarafından tüketici adına kredili mevduat hesabı da açılmaktadır. Tüketici taksitini ödemediği veya eksik ödediği takdirde, tüketicinin haberi olmaksızın, akdi faiz oranı daha yüksek olan kredili mevduat hesabından tüketicinin ödememiş olduğu miktar karşılanmaktadır. Bu durum da, tüketicinin ekonomik çıkarlarını zedeleyebilmektedir. Bu nedenle, ikinci fıkrada belirli süreli kredi sözleşmesi ile ilişkili bir kredili mevduat sözleşmesi imzalanmadan önce tüketiciden açık talimat alınması hüküm altına alınmıştır." ifade edilmiştir. Böyle bir durumda, söz gelimi, tüketici temerrüde düşerek %18 faiz ödeyecekken, kredi sözleşmesiyle ilişkili olarak adına tanımlanan kredili mevduat hesabı aracılığıyla temerrüde düşmesi önlenecek, fakat bu sefer de yeni bir kredi çekilmiş olacaktır. Bu hesaplardan çekilen krediler için belirlenen faiz oranlarının genellikle çok daha yüksek²³⁰ olduğu göz önünde bulundurulduğunda tüketicinin menfaatine gibi görünen bir uygulama mağduriyetine yol açabilecektir. Bu noktadan hareketle yola çıkan Kanun Koyucu, ancak tüketicinin açık bir talimatı olması halinde kredili mevduat hesaplarının kullanılan tüketici kredisi ile ilişkilendirilebileceğini hüküm altına almıştır²³¹.

C. Tüketiciden Talep Edilebilecek Ücretlere İlişkin Sınırlamalar

Türk bankacılık sektöründe, faiz dışı gelirlerin toplam gelirler içerisinde yaklaşık %20'lik bir payı söz konusudur²³². Dolayısıyla, faize ilişkin düzenlemelerin yanı sıra faiz dışı kalemlere (çeşitli isimler altında tahsil edilen ücret ve masraflar) ilişkin düzenlemeler de finansal tüketicinin korunması sürecinde büyük önem arz etmektedir.

²³⁰ Bkz. TCMB'nin basın açıklaması:

<http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TCMB+TR/TCMB+TR/Main+Menu/Duyurular/Basin/2016/DUY2016-55>

²³¹ Atamer, **a.g.e.**, s.145

²³² Mart 2017 itibarıyla Bankacılık sektörünün faiz gelirleri 55,584 milyar TL olarak gerçekleşirken, faiz dışı gelirleri 13,812 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Detaylı bilgi için bkz. <http://ebulten.bddk.org.tr/ABMVC/#>

Meseleye ilişkin düzenlemeler, 6502 sayılı TKHK ile alt mevzuatı olan 29138 RG sayılı Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'te düzenlenmiştir. Tüketici kredisi ile ilişkili olarak talep edilebilecek ücretlere dair düzenlemelere TKHK'da dağınık olarak rastlanılmaktadır. Örneğin, cayma hakkını kullanan tüketicinin krediden faydalandığı hali düzenleyen m.24 f.3 hükmü uyarınca, tüketiciden, kredinin kullanıldığı tarihten anaparanın geri ödendiği tarihe kadar olan sürede tahakkuk eden akdi faiz ile bir kamu kurum veya kuruluşu ile üçüncü kişilere ödenmiş masrafların dışında herhangi bir bedel talep edilemeyeceği hüküm altına alınmıştır. Belirli süreli kredi sözleşmeleri ile ilişkili hesap açılması halini düzenleyen m.31 f.1 hükmü uyarınca, belirli süreli kredi sözleşmesine ilişkin açılan hesaplardan sadece kredi ile ilgili işlemler yapılması durumunda, açılan hesap dolayısıyla tüketiciden herhangi bir isim altında ücret veya masraf talep edilemeyecektir. Yine, m.31 f.3 hükmünde kart çıkaran kuruluşların, yıllık üyelik aidatı vb. isimler altında ücret tahsil etmedikleri bir kredi kartı türünü tüketicilere sunmak zorunda oldukları hüküm altına alınmıştır. Bununla birlikte, meselenin toplu ve detaylı biçimde ele alınması, TKHK m.4 f.3 hükmünün²³³ dayanağını oluşturduğu, BDDK tarafından çıkarılan 29138 RG sayılı Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmelikle birlikte gerçekleşmiştir.

1. Ücretlendirilebilecek Ürün ve Hizmetler

Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin m.6 f.1 c.1 hükmü uyarınca, kuruluşlar (bankalar, tüketici kredisi veren finansal kuruluşlar ve kart çıkaran kuruluşlar) tarafından ücretlendirilebilecek ürün ve hizmetler Yönetmelik ekinde sınıflandırılmıştır. Söz konusu ürün ve hizmetler şunlardır:

Bireysel krediler için;

- Tahsis Ücreti
- Ekspertiz Ücreti
- Taşınır ve Taşınmaz Rehin Tesis Ücreti

²³³ 6502 sayılı TKHK m.4 f.3: "... Bankalar, tüketici kredisi veren finansal kuruluşlar ve kart çıkaran kuruluşlar tarafından tüketiciye sunulan ürün veya hizmetlerde ise tüketiciden faiz dışında alınacak her türlü ücret, komisyon ve masraf türleri ile bunlara ilişkin usul ve esaslar Bakanlığın görüşü alınarak bu Kanunun ruhuna uygun olarak ve tüketiciyi koruyacak şekilde Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu tarafından belirlenir."

Mevduat/Katılım Fonu için;

- Hesap İşletim Ücreti²³⁴
- Para Çekme Ücreti

Para Transferleri için;

- Elektronik Fon Transferi Ücreti
- Havale Ücreti
- Swift Ücreti

Kredi Kartları için;

- Yıllık Üyelik Ücreti
- Ek Kart Yıllık Üyelik Ücreti
- Kart Yenileme Ücreti
- Nakit Avans Çekim Ücreti

Diğer;

- Kiralık Kasa Ücreti
- Kampanyalı Ürün veya Hizmetler Ücreti
- Fatura Ödeme Ücreti
- Arşiv - Araştırma Ücreti
- Onaya Bağlı Bildirim Ücreti
- Başka Kuruluş ATM'sinden Yapılan İşlem Ücreti
- Kamu Kurum ve Kuruluşlarına Yapılan Ödemeler
- Üçüncü Kişilere Yapılan Ödemeler

Bu Yönetmeliğin m.6 f.1 c.3 hükmü uyarınca, bu Yönetmelik ve ekinde yer alanların dışında hiçbir ürün veya hizmetin ücretlendirilemeyeceği ifade edilmiştir.

²³⁴ Danıştay İdari Dava Daireleri Genel Kurulunun 18.11.2015 tarihli ve YD İtiraz No. 2015/1215 sayılı kararı uyarınca “Hesap İşletim Ücreti” ibaresinin yürütmesi durdurulmuştur.

Yönetmelik ekinde yer verilen ürün ve hizmetlerin yanı sıra, ücretlendirilebilecek ve ücretlendirilemeyecek haller detaylı biçimde yönetmelikte düzenlenmiştir.

Bu Yönetmeliğin m.9 f.2 hükmü uyarınca, kuruluşlar, finansal tüketicinin onayını almaksızın yaptıkları bildirimlerden ücret alamayacaklardır. İlgili mevzuat gereği belirli bir şekilde yapılması zorunlu olan bildirim ve işlemlerden maliyetleri kadar ücret alınabilecek ve bunların dışında kalan onaya bağlı bildirimler sözleşmede yer verilmesi kaydıyla ücretlendirilebilecektir.

Bu Yönetmeliğin m.9 f.3 hükmü uyarınca, gerçekleştirilen işlemlere ilişkin olarak işlem anında verilecek işlem fişi, sözleşme ve bilgilendirmeye ilişkin diğer evraklar ayrıca ücretlendirilemeyecektir.

Bu Yönetmeliğin m.9 f.4 hükmü uyarınca, finansal tüketicilerin sözleşme, işlem fişi ve benzeri dokümanların bir örneğini talep etmeleri halinde, kuruluşlarca ilgili dokümanın düzenlenme tarihinden sonraki ilk yıl için herhangi bir ücret alınamayacaktır. İlgili dokümanın düzenlenme tarihinden itibaren bir yılın üzerinde sürenin geçmesi halinde, finansal tüketiciye bilgi verilmek suretiyle, yapılan işlemle orantılı olacak şekilde makul bir ücret alınabilecektir.

Bu Yönetmeliğin m.10 f.1 hükmü uyarınca, finansal tüketicilere kullanılacak krediler için kredi ihtiyacının karşılanmasına olanak sağlayan sistemin işletilmesi ve operasyonel süreçlerin yönetilmesi amacıyla alınan tahsis ücreti dışında, istihbarat ücreti, kredi işlem fişi ücreti, ödeme planı değiştirme ücreti, değişken taksitli ödeme planı ücreti gibi her ne ad altında olursa olsun başkaca bir ücret alınamayacağı hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla, tüketici kredisıyla ilişkili olarak, ekte yer verilen ürün ve hizmetlerden yalnızca tahsis hizmeti dolayısıyla tüketiciden ücret talep edilebilecektir. Diğer taraftan, önceki uygulamalarda sıklıkla karşılaşılan, istihbarat ücreti, kredi işlem fişi ücreti, ödeme planı değiştirme ücreti, değişken taksitli ödeme planı ücreti vb. ücretler gerek tüketici kredisı sözleşmeleri ile ilişkili olarak gerekse de başkaca suretlerle finansal tüketiciden talep edilemeyecektir²³⁵. Bunun haricinde, ileride daha detaylı olarak değinileceği üzere, TKHK m.22 f.2 uyarınca kredi kartı sözleşmelerinin tüketici kredisı sözleşmesi olarak kabul edildiği durumlarda, kredi kartları için

²³⁵ Hakan Topbaş ve Fehim Üçışık, **4. Tüketici Hukuku Kongresi - Sektörel Bazda Tüketici Hukuku ve Uygulamaları**, Bilgi Yayınevi, Ankara 2015, s.131 vd.

belirlenen yıllık üyelik ücreti, ek kart yıllık üyelik ücreti, kart yenileme ücreti ve nakit avans çekim ücreti de tüketiciden talep edilebilecektir. Ayrıca, koşulların oluşması halinde, diğer başlığı altında yer alan kalemlerden, kamu kurum ve kuruluşlarına yapılan ödemeler ile üçüncü kişilere yapılan ödemelerin ve arşiv-araştırma ücretinin de de tüketici kredisi sözleşmesi ile ilişkili olarak talep edilebilmesi söz konusu olabilecektir²³⁶.

Bu Yönetmeliğin m.10 f.3 hükmü uyarınca, reddedilen kredi taleplerinden bir kamu kurum ve kuruluşuna veya üçüncü kişilere ödenen ücretler hariç olmak üzere herhangi bir ücret alınamayacağı hüküm altına alınmıştır. Finansal tüketicinin kredi talebi dolayısıyla, kredi talep edilen kuruluş tarafından bir kamu kurum veya kuruluşu ile üçüncü bir kişiye ödeme yapılmış olması halinde, söz konusu masraf finansal tüketiciden talep edilebilecektir.

Bu Yönetmeliğin m.10 f.5 hükmü uyarınca, finansal tüketicilerin ilgili kuruluşlardan borçlarının bulunmadığına dair talep ettikleri bilgi yazıları için bir defaya mahsus olmak üzere ücret alınamayacağı hüküm altına alınmıştır. Finansal tüketicinin söz konusu kuruluşlardan kullandıkları ve geri ödedikleri kredi ile ilişkili olarak borçlarının bulunmadığına dair yazı talep etmeleri halinde bir defaya mahsus olmak üzere finansal tüketiciden ücret talep edilemeyecektir. Aynı kredi sözleşmesi ile ilişkili olarak birden fazla kere borcun bulunmadığına dair yazı talep edilmesi halinde ücretlendirme söz konusu olabilecektir.

Bu Yönetmeliğin m.10 f.6 hükmü uyarınca, kredili mevduat hesaplarından kullandırılan krediler ile kredi kartlarından yapılan taksitli nakit avans işlemleri için ücret tahsil edilemeyeceği hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla, genellikle faiz oranları yüksek olarak belirlenen²³⁷ kredili mevduat hesabı ile kredi kartı aracılığıyla kullanılan krediler dolayısıyla, finansal tüketiciden herhangi bir ücret talep edilemeyecektir.

Bu Yönetmeliğin m.10 f.7 hükmü uyarınca, TKHK m.31 f.1 hükmü aynen aktarılmış, belirli süreli kredi sözleşmesine ilişkin bir hesap açılması ve bu hesaptan sadece kredi ile ilgili işlemler yapılması durumunda, tüketiciden bu hesaba ilişkin

²³⁶ Bkz. TKHK m.25 f.3 ve Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmelik m.10 f.3 ve Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmelik m.9 f.4

²³⁷ <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TCMB+TR/TCMB+TR/Main+Menu/Duyurular/Basin/2016/DUY2016-55>

herhangi bir isim altında ücret veya masraf talep edilemeyeceği ve bu hesabın tüketicinin aksine yazılı talebi olmaması hâlinde kredinin ödenmesi ile kapanacağı hüküm altına alınmıştır. Söz konusu düzenleme, sözleşmeyi düzenleyenin kendi menfaati doğrultusunda yapmış olduğu masraflar için tüketiciden ek bir bedel talep edilemeyeceği yönündeki TKHK m.4 f.3 hükmünün bir görünümüdür²³⁸. Bankaların belirli süreli tüketici kredisi sözleşmesi akdederlerken kredi borcunun ifasında kullanılmak üzere tüketici adına vadesiz mevduat hesabı açmaları yaygın görülen bir uygulamadır. TKHK, m.31 f.1 hükmü uyarınca, tüketici söz konusu mevduat hesabını sadece kredi ödemesi ve kredi ile ilişkili işlemlerde kullanıyorsa, bu durumda, tüketiciden hesabın kullanımıyla ilişkili her ne ad altında olursa olsun herhangi bir ücret talep edilemeyecektir. Ancak, hesabın, yatırım hesabına dönüştürülmesi, havale, EFT gibi kişisel kullanım amacına yönelik olarak kullanılması halinde ücretlendirme söz konusu olabilecektir²³⁹. Bununla birlikte, görüşümüzce, kredi sözleşmesine ilişkin olarak tanımlanan hesabın başka bir kredi borcunun ödenmesi amacıyla kullanılması halinde de tüketiciden ücret alınmamalıdır. Örneğin, tüketicin bankayla akdettiği ihtiyaç kredisi sözleşmesi ile ilişkili borcun ifası amacıyla açılan mevduat hesabına, tüketicinin aynı bankadan kullanmış olduğu taşıt kredisi ödemesini yatırması halinde de tüketiciden ücret alınmamalıdır. Zira burada da, her ne kadar sözleşmeyle ilişkili olmasa da, TKHK m.4 f.3 uyarınca sözleşmeyi düzenleyene ait bir menfaat söz konusudur.

Bu Yönetmeliğin m.11 f.1 hükmü uyarınca, TKHK m.31 f.3 hükmü aynen aktarılarak, kart çıkaran kuruluşların yıllık üyelik ücreti vb. adlar altında ücret tahsil etmedikleri bir kredi kartı türünü finansal tüketiciye sunmak zorunda oldukları ifade edilmiştir. Hükmün devamında, finansal tüketiciler tarafından yapılan ücretsiz kredi kartı başvurularının kuruluşlarca reddedilmesi hâlinde, bu başvuruya istinaden yıllık üyelik ücreti olan kredi kartı verilemeyeceği, kart çıkaran kuruluşların yıllık üyelik ücreti bulunmayan kredi kartı limitini belirlerken, yıllık üyelik ücreti bulunan kredi kartı değerlendirme kriterlerini aynen uygulamakla yükümlü olduğu ve finansal tüketicilerin yıllık üyelik ücreti bulunan kredi kartını limiti aynı kalmak kaydıyla yıllık üyelik ücreti bulunmayan kredi kartı ile değiştirme taleplerinin, kart çıkaran kuruluşlar tarafından yerine getirilmek zorunda olduğu hususları hüküm altına alınmıştır.

²³⁸ Atamer, **a.g.e.**, s.95

²³⁹ Gümüş, **a.g.e.**, s.213 vd.

Dolayısıyla, kredi kuruluşları, talep etmeleri halinde, kredi kartına sahip olabilme kriterlerini taşıyan kişilere ücret almadıkları bir kredi kartı türü sunmak zorundadırlar. Şayet, söz konusu kriterlere sahip olmayıp başvurusu reddedilen kişilere bunun yerine ücretli bir kredi kartı verilemeyecek, ücretli ve ücretsiz kredi kartının limitlerinin belirlenmesinde kullanılan kriterler arasında farklılık gözetilemeyecek ve finansal tüketici tarafından ücretli kredi kartının ücretsiz kredi kartıyla değiştirilmesinin talep edilmesi halinde, kredi kartının limitine dokunulmaksızın finansal tüketicinin talebi kart çıkaran kuruluş tarafından yerine getirilecektir.

Bu Yönetmeliğin m.11 f.2 hükmü uyarınca, finansal tüketicinin kredi kartı iptal talepleri, ilgili kredi kartıyla ilişkilendirilen herhangi bir borç bakiyesi bulunduğu gerekçe gösterilerek reddedilemeyecek ve bu şekilde iptal edilen kredi kartlarının borç geri ödeme dönemlerinde yıllık üyelik ücreti tahsil edilemeyecektir. Böylece, kredi kartı sözleşmesi ile kredi borcu birbirinden ayrılarak, finansal tüketicinin kredi borcundan ötürü kredi kartını iptal edememesinin önüne geçilmiş ve finansal tüketicinin ileride doğması olası borç yükünün altına girmesinin önlenmesi yolunda bir adım atılmıştır. Ayrıca, iptal edilen kredi kartının borç geri ödemelerinde bu kartlardan –şayet yıllık üyelik ücreti bulunan bir kart ise yıllık üyelik ücreti tahsil edilemeyeceği hususu hüküm altına alınmıştır.

Bu Yönetmeliğin m.11 f.3 hükmü uyarınca, banka kartları ile sanal kredi kartlarından²⁴⁰ yıllık üyelik ücreti alınamayacağı ifade edilmiştir.

Bu Yönetmeliğin m.11 f.4 hükmü uyarınca, birinci ve ikinci fıkrada yer verilen kartlar (tüketiciye sunulması zorunlu tutulan yıllık üyelik ücreti bulunmayan kredi kartı ile yıllık üyelik ücreti bulunup, tüketici tarafından borcu devam etmekle birlikte iptal ettirilen kredi kartları) dışındaki kredi kartları özelliklerine göre yıllık olarak belirlenen tutar kadar ücretlendirilebilecektir.

Bu Yönetmeliğin m.11 f.8 hükmü uyarınca, hesap özeti gönderimi, sanal kart oluşturma ve kullanımı ile bir takvim yılı içerisinde kayıp, çalıntı ve benzeri nedenler

²⁴⁰ Sanal kredi kartı, bankanın kredi kartı sisteminde tıpkı fiziksel bir kartmışçasına tanımlı olan, kart numarası, limiti ve son kullanma tarihi bulunan, fakat fiziki varlığı bulunmayan, daha ziyade telefon ve internet aracılığıyla yapılan alışverişlerde kullanılan bir finansal hizmettir. Detaylı bilgi için bkz. <http://www.tuketificinansman.net/2008/07/sanal-kredi-kart-nedir-tanimi.html>

dolayısıyla gerçekleştirilen iki adete kadar kart yenileme karşılığında ücret alınamayacaktır.

2. Ücretlendirilebilecek Ürün ve Hizmetlere İlişkin Miktar Sınırlamaları

Kredi tahsis ücreti ile ilişkili olarak, Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin m.10 f.1 hükmü uyarınca, kredi tahsis ücreti, kullanılan kredi anaparasının %5'ini geçemeyecektir ve BDDK gerekli gördüğü hallerde bu sınırı artırmaya ve azaltmaya yetkili olacaktır.

Ek kart ücretlendirmesiyle ilişkili olarak, bu Yönetmeliğin m.11 f.4 hükmü uyarınca, asıl karta bağlı olarak sunulan her bir ek kredi kartının yıllık üyelik ücreti, asıl kartın yıllık üyelik ücretinin %50'sini geçemeyecektir.

3. Ücretlendirilebilecek Ürün ve Hizmetlere İlişkin Süre Sınırlamaları

Kredi kartı yıllık üyelik ücreti, Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin m.11 f.5 hükmü uyarınca, ancak finansal tüketiciyi borçlandırıci nitelikteki ilk kullanımı müteakip ve yıllık olarak tahakkuk ettirilebilecektir. Dolayısıyla, kredi kartında yıllık üyelik ücretinin hesaplanmasına esas kabul edilecek başlangıç tarihi, kredi kartı sözleşmesinin yapıldığı tarih değil, kredi kartı aracılığıyla ilk borçlandırıci işlemin yapıldığı tarihtir. Kredi kartı yıllık üyelik ücreti, ilk borçlandırıci işlemin gerçekleştiği tarihten itibaren geçecek bir yıllık sürenin ardından ödenecek aşamaya gelebilecektir. Bir yıllık sürenin dolmasından önce kredi kartı yıllık üyelik ücretinin tüketiciden talep edilebilmesi mümkün olmayacaktır.

Hareketsiz kartlara ilişkin olarak, bu Yönetmeliğin m.11 f.6 hükmü uyarınca, kesintisiz olarak, en az 180 gün süreyle hareket görmeyen kredi kartları hareketsiz kart kabul edilecek ve bu kartlara hareketsiz kaldıkları müddetçe yıllık üyelik ücreti yansıtılamayacaktır. Örneğin, borçlandırıci işlemin gerçekleştiği tarihten itibaren ilk 180 günlük sürede kullanılan, fakat geri kalan 185 gün boyunca kullanılmayan bir kredi kartına yıllık üyelik ücreti yansıtılamayacaktır. Yine yönetmeliğin m.11 f.7 hükmü uyarınca, hareketsiz kartlarda tahsil edilemeyen kredi kartı yıllık üyelik ücretleri, tahakkuk tarihinden itibaren en fazla son 12 aylık dönem için sonradan tahsil edilmek üzere bekletilebilecektir. Anılan 12 aylık dönem sonunda kredi kartı yıllık

üyelik ücretlerinin tahsil edilememesi hâlinde ise bu ücretler iptal edilecektir. Dolayısıyla, tahakkuk tarihine gelindiğinde hareketsiz olarak kabul edilen kredi kartının hareketsizliğinin, tahakkuk tarihinden itibaren 12 ay boyunca devam etmesi halinde kredi kartı yıllık üyelik ücreti iptal edilecektir. Diğer taraftan, tahakkuk tarihinden itibaren işleyecek 12 aylık süre içerisinde kredi kartının hareket görmesi halinde yıllık üyelik ücretinin tahsili mümkün olabilecektir. Burada hareket ile kast edilen, kredi kartı ile yeni bir borçlandırıcı işlem yapılması veya kredi kartı borcunun yatırılmasıdır²⁴¹. Bu Yönetmeliğin m.11 f.6 hükmünde ifade edilen bir diğer husus ise, hareketsiz kartlarda tahakkuk eden fakat tahsil edilemeyen yıllık üyelik ücretlerinin tahsili için icra takibi yapılamayacağı, bu ücretler için faiz veya kar payı işletilemeyeceği, Kredi Kayıt Bürosu ile Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezine bildirimde bulunulamayacağı ve finansal tüketicinin yıllık üyelik ücretinin tahsili amacıyla kredilendirilemeyeceği yönündedir.

D. Sözleşmede Değişiklik Yapılmasına İlişkin Sınırlamalar

TKHK m.26 f.1 uyarınca, belirli süreli kredi sözleşmesinin şartları tüketici aleyhine değiştirilemez. Hüküm, sözleşmede öngörülen koşulların sözleşme süresi içerisinde tüketici aleyhine değiştirilemeyeceği şeklindeki TKHK m.4 f.2 hükmünün bir görünümü şeklindedir. Esasında, TKHK m.26 f.1 hükmünü TKHK m.25 f.1 hükmü paralelinde değerlendirmek mümkündür. TKHK m.25 f.1 hükmünde, belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde faiz oranının sabit olarak belirleneceği ve sözleşme süresi içerisinde faiz oranında tüketici aleyhine değişiklik yapılamayacağı düzenlenmiştir. TKHK m.26 f.1 hükmünde ise bu kapsam genişletilerek, sözleşmede yer alan bütün şartları kapsayacak biçimde, belirli süreli kredi sözleşmesinde yer alan şartların tüketici aleyhine değiştirilemeyeceği şeklinde hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla, TKHK m.26 f.1 hükmünün sonuçları da TKHK m.25 f.1 hükmünün sonuçlarıyla benzerlik taşıyacaktır. Buna göre, hükümden iki farklı sonuç çıkarmak mümkündür. İlkinde, hükmün nispi emredici niteliğinin bir sonucu olarak, belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinin koşulları tüketici lehine olmak koşuluyla değiştirilebilir. Örneğin, hüküm uyarınca, vadenin tüketici lehine uzatılabilmesi mümkün iken, tüketici aleyhine olacak biçimde kısaltılabilmesi mümkün değildir²⁴². İkinci olarak, hükmün tersinden yorumlanmasının bir sonucu olarak, belirsiz süreli

²⁴¹ <http://www.halkbank.com.tr/articles/detail/detail43.asp?id=5243>

²⁴² Gümüş, **a.g.e.**, s.191 ve s.195

tüketici kredisi sözleşmelerinde koşulların tüketici aleyhine değiştirilebilmesi mümkündür²⁴³. Bunun nasıl olacağının esasları da, TKHK m.26 f.2 hükmüyle belirlenmiştir. TKHK m.26 f.2 hükmü uyarınca, belirsiz süreli kredi sözleşmelerinde faiz oranında değişiklik yapılması halinde, bu değişikliğin yürürlüğe girmesinden otuz gün önce, tüketiciye kâğıt üzerinde veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla yazılı olarak bildirilmesinin zorunlu olduğu ifade edilmiştir. Hükmün devamında, bu bildirimde, yeni faiz oranının yürürlüğe girmesinden sonra yapılacak ödemelerin tutarı, sayısı ile aralıklarının değişmesine ilişkin ayrıntılara yer verileceği ve faiz oranının artırılması halinde, yeni faiz oranının geriye dönük olarak uygulanamayacağı belirtilmiştir. Hükmün son cümlesinde ise, tüketicinin, bildirim tarihinden itibaren en geç altmış gün içinde borcun tamamını ödediği ve kredi kullanmaya son verdiği takdirde faiz artışından etkilenmeyeceği ifade edilmiştir.

TKHK m.26 f.2 hükmü bir bütün olarak değerlendirildiğinde iki önemli sonuca ulaşılmaktadır. İlk olarak, kredili mevduat hesabı ve kredi kartı sözleşmeleri gibi belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde, hükümde açıkça ifade edilmiş olduğu üzere, tüketici aleyhine değişiklik yapılabilmesi mümkündür. İkinci önemli sonuç ise, bu değişikliğin faiz oranı ve faiz oranındaki değişikliğe bağlı olarak ödemelerin tutarı, sayısı ve aralığı ile sınırlı olduğudur. Kanun Koyucunun belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmesi bakımından sadece faiz oranında değişiklik yapılabilmesi halini düzenlemiş olması ve TKHK m.4 f.2 uyarınca sözleşmede öngörülen koşulların sözleşme süresi içerisinde tüketici aleyhine değiştirilememesi esasının temel ilke olarak benimsenmiş olması, belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde değişiklik yapılabilmesinin sadece faiz oranı ile sınırlı olduğu kanaatini doğurmaktadır. Dolayısıyla, görüşümüze göre, belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde faiz oranı dışındaki sözleşme koşullarında değişiklik yapılamayacağı düşünülmektedir²⁴⁴. Ödeme tutarı, sayısı ve aralığına ilişkin değişiklikler ise ancak faiz oranındaki değişikliğin bir görünümü olarak ortaya çıkabilecektir. Faiz oranının değişmediği bir belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmesinde, ödeme tutarını, sayısını ve aralığını faiz oranından bağımsız biçimde değiştirebilmek mümkün olmayacaktır.

²⁴³ Gümüş, **a.g.e.**, s.191

²⁴⁴ Gümüş, **a.g.e.**, s.196

E. Sözleşme İlişkisi Devam Ederken Bilgilendirme Yükümlülüğü

Tüketicinin sözleşme öncesinde ve sözleşmenin kurulması aşamasında bilgilendirilmesinin yanı sıra sözleşmenin devamı sürecinde özellikle borç durumu, anapara ve faiz borcunun tutarı konularına ilişkin olarak bilgilendirilmesi, olası temerrüt halleri ve ödenecek temerrüt faizi tutarı noktasında bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır²⁴⁵. Türk tüketici mevzuatına bakıldığında, sözleşme esnasında bilgilendirmeye ilişkin düzenlemelerin gerek TKHK, gerekse de Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği'nde kendisine yer bulduğu görülmektedir.

TKHK m26 f.2 hükmü, belirsiz süreli kredi sözleşmelerinde faiz oranında değişiklik yapılması halinde, bu değişikliğin, yürürlüğe girmesinden otuz gün önce, tüketiciye kâğıt üzerinde veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla yazılı olarak bildirilmesi hususunu kredi veren bakımından bir zorunluluk olarak düzenlemiştir.

TKSY m.23 f.1 hükmü, belirsiz süreli kredi sözleşmelerinde, tüketicinin, borcu olması halinde her bir hesap dönemi sonunda (ay sonunda) yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla sunulacak hesap özeti ile bilgilendirilmesini kredi veren bakımından bir zorunluluk olarak düzenlemiştir. Hüküm uyarınca, hesap özetinde yer alması gereken bilgiler aşağıdaki gibidir:

- Hesap özeti ilgili olduğu dönem,
- Kullandırılan kredinin tutarı ve kullanıldığı tarihler,
- Bir sonraki hesap özeti tarihi,
- Dönem borcu,
- Tüketici tarafından yapılan ödemelerin tarihleri ve tutarları,
- Akdi faiz oranı,
- Gecikme faiz oranı,
- Hesap özeti ait olduğu döneme ilişkin tüketiciden alınan ücretler,
- Varsa tüketici tarafından yapılacak asgari ödeme tutarı.

TKSY m.23 f.2 hükmü, belirli süreli kredi sözleşmelerinde, sözleşmenin kurulduğu anda verilen ödeme planının, aşağıdaki bilgileri içermesi kaydıyla hesap özeti olarak kabul edileceğini düzenlemiştir. Dolayısıyla, söz konusu olanın belirli

²⁴⁵ Atamer, **a.g.e.**, s.147

sürelî kredi sözleşmesi olduğu ve sözleşmenin kurulduğu anda verilen ödeme planının aşağıda yer verilen bilgileri içerdiği durumunda, belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından aylık bilgilendirme zorunlu tutulmamıştır. Ödeme planında yer verilmesi söz konusu olan bilgiler şunlardır:

- Yapılması gereken ödemeler,
- Taksit tutarlarının ödenmesine ilişkin dönemler ve şartlar,
- Her bir geri ödemenin anapara tutarı,
- Akdi faiz oranına göre hesaplanan faiz ve varsa her türlü ilave ücreti gösteren bir döküm.

Kredi kartı, kredili mevduat hesabı ve taksitli nakit avans gibi belirsiz süreli kredi sözleşmeleri için hesap özetinde yer alması gereken bilgilerin nispeten kapsamlı olmasını, bu tip sözleşmelerde tüketicinin bilgi ihtiyacının çok daha fazla olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür²⁴⁶.

F. Tüketicinin Erken Ödeme Yapabilme İmkânı

Erken ödemeyi düzenleyen TKHK m.27 hükmü uyarınca, “Tüketici, vadesi gelmemiş bir veya birden çok taksit ödemesinde bulunabilir veya kredi borcunun tamamını erken ödeyebilir. Bu hâllerde kredi veren, erken ödenen miktara göre gerekli tüm faiz ve diğer maliyet unsurlarına ilişkin indirim yapmakla yükümlüdür.”

Hükmün gerekçesi şu şekildedir: “Bu maddede tüketici kredisi sözleşmelerinde erken ödemeye ilişkin düzenleme yapılmıştır. Birinci fıkra uyarınca tüketici vadesi gelmemiş bir veya birden çok taksit ödemesinde bulunabileceği gibi, kredi sözleşmesini feshederek kredi borcunun tamamını erken ödeyebilir. Tüketicinin kredi sözleşmesini feshetmesi için ne bir haklı sebebinin olması ne de bir feshi ihbar süresine uyması aranmıştır. Bu bir hukuk politikası tercihidir. Amaç, tüketicilerin ellerine geçen ek bir parayı hemen kredi borçlarını kapatmak için kullanmaları ve mümkün olduğu ölçüde borç sarmalından çıkmalarıdır. Kredi borcunun tümünü kapatamadıkları hallerde de en azından bir veya birden fazla taksit ödemek imkânı tüketicilere verilmiştir. Ayrıca, kredi verenin erken ödemeyi kabul etmemesi halinde, Türk Borçlar Kanununun 106 ncı maddesi ve devamı hükümleri uyarınca alacaklının

²⁴⁶ Atamer, **a.g.e.**, s.147

temerrüde düşmesi söz konusu olacaktır. Gerek taksitlerin erken ödenmesi gerekse kredi sözleşmesinin feshi nedeniyle kredinin tümünün erken ödenmesi halinde kredi veren, erken ödenen miktara göre gerekli faiz ve diğer maliyet unsurlarına ilişkin indirim yapmakla yükümlüdür. Tüketicileri erken geri ödemeye teşvik edici en önemli unsur budur. Bu hallerde indirimin nasıl hesaplanacağı konusunda ayrıntılar yönetmelik ile belirlenecektir.”

Tüketici, kullandığı kredinin taksit ödemeleri devam ederken mal varlığında meydana gelen bir artışla kredi borcunun tamamını ödeyerek borçtan kurtulmayı isteyebilir. Diğer taraftan, kredi veren de tüketiciye vermiş olduğu krediden vadeler itibarıyla bir getiri beklemekte ve tüketicinin erken ödeme yapması halinde bu getiriden mahrum kalmaktadır. Bu sebeptir ki, kredi veren, tüketicinin vadesinden önce ödeme yapmasını veya borcun tamamını kapatarak sözleşmeyi feshetmesini kabul etmek zorunda olmadığı gibi, borcun erken ödenmesini kabul etmemesi halinde alacaklı temerrüdüne de düşmez²⁴⁷. Ancak, hükmün gerekçesinde de ifade edildiği üzere tüketiciye tanınan erken ödeme yapma imkânı bir hukuk politikası tercihidir. Kanun koyucu, tüketicinin, eline geçen ek parayla kredi borcunu kapatarak borç sarmalından olabildiğince çıkmasını amaçlamaktadır. Bu amaca yönelik olarak, Kanun Koyucu, kredi verenin müspet zararını talep etme imkânını kısıtlayarak, tüketiciye dilediği anda sözleşmede ara ödeme yapma ve krediyi tamamen kapatma imkânı tanımıştır²⁴⁸.

Kredi kartı ve kredili mevduat hesabı gibi belirsiz süreli türden kredi sözleşmelerinde her ay kalan borcun tamamının muaccel olduğu göz önüne alındığında, tüketiciye tanınan erken ödeme indirimi imkânının belirli süreli kredi sözleşmeleri bakımından geçerli olduğu anlaşılmaktadır²⁴⁹.

Tüketicinin erken ödeme yapma imkânı, Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği'nin 15, 16 ve 17'nci maddelerinde detaylı olarak ele alınmıştır. Yönetmeliğin m.15 hükmü uyarınca, TKHK m.27'de tüketiciye tanınan kısmen veya tamamen erken ödeme yapma imkânı, faizin kısmen veya tamamen peşin tahsil edildiği durumları da içine alacak biçimde tekrar edilmiştir. İndirimin yapılmasına esas

²⁴⁷ Gümüş, **a.g.e.**, s.199

²⁴⁸ Atamer, **a.g.e.**, s.168

²⁴⁹ Atamer, **a.g.e.**, s.168

teşkil edecek tarih tüketicinin erken ödemeyi yaptığı tarih olarak kabul edilmiş ve bu tarihin tüketici aleyhine değiştirilemeyeceği esası benimsenmiştir. Bankalar, erken ödeme halinde akdi faiz üzerinden yapılacak indirimi hesaplayacak bir sistemi bünyelerinde oluşturacaklardır.

Bu Yönetmeliğin m.16 hükmü kredinin tamamının erken ödenmesi hususunu düzenlemiştir. Buna göre, kredinin tamamının taksit tarihinde ödenmesi halinde, vadesi gelen taksit ile geriye kalan taksitler içerisindeki anapara borcu ve varsa tahsil edilmemiş faiz, vergi, harç vb. yasal yükümlülükler tahsil edilecektir. Kredinin tamamının erken ödenmesinin iki taksit tarihi arasında gerçekleşmesi halinde, son taksit ödemesinin yapıldığı tarih ile erken ödemenin yapıldığı tarih arasındaki anaparaya işleyen faiz ve en son taksit tarihi itibarıyla geriye kalan taksit tutarları içerisindeki anapara borcu, varsa tahsil edilmemiş faiz, vergi, harç vb. yükümlülükler tahsil edilecektir. Bunun yanı sıra, faizin kısmen veya tamamen peşin tahsil edildiği durumlarda, erken ödeme tarihi itibarıyla hesaplanarak tüketiciden fazla tahsil edildiği tespit edilen tutar tüketiciye iade edilecektir.

Bu Yönetmeliğin m.17 hükmü ara ödeme hususunu düzenlemiştir. Ara ödeme, birinci fıkra uyarınca, herhangi bir tutarın vadesinden önce ödenmesi hali olarak tanımlanmıştır. Tüketicinin ara ödemede bulunması durumunda kalan anapara borcu üzerinden, akdi faiz oranı ile bir önceki taksit tarihinden itibaren işleyen gün sayısı dikkate alınarak bulunacak faiz ve faiz üzerinden hesaplanacak vergi, harç ve benzeri yasal yükümlülükler toplamı tüketiciden tahsil edilecek ve tahsil edilen bu tutar dışında kalan kısım anapara borcundan düşülecektir. Bu durumda, kalan taksit sayısı ve ödeme tarihleri değişmeden yeni taksit tutarı ve yeni ödeme planı oluşturulacaktır. Ancak, tüketicinin talep etmesi halinde taksit sayısı değişmeyecek şekilde erken ödemesi yapılan taksit sayısına göre ödemesiz dönem veya tüketicinin yazılı veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla talep etmesi ve tarafların mutabakatı ile mevcut ödeme planından farklı taksit sayısı ve ödeme tarihleri de belirlenebilecektir. Tarafların mutabık kalmaları halinde, yeni ödeme planında yer alan taksit tutarı erken ödeme öncesi taksit tutarından fazla olabilecektir. Faizin tamamının veya bir kısmının tüketiciden peşin olarak tahsil edildiği kredilerde, ara ödeme yapılması durumunda, ödeme yapılan tarih ve tutar esas alınarak akdi faiz oranı üzerinden gerekli faiz iadesi yapılacaktır.

Tüketici mevzuatımızda düzenlenen erken ödeme müessesesinin AB hukukundaki düzenlemelerle oldukça benzer yanlar taşıdığı görülmektedir. 2008/48/EC sayılı Direktifin 16'ncı maddesi erken ödemeye ilişkin düzenlemeler içermektedir. Özellikle birinci fıkrada yer alan, tüketicinin bir kredi sözleşmesinden doğan yükümlülüklerini dilediği zamanda kısmen veya tamamen ifa etmek hakkına sahip olduğu ve bu gibi durumlarda, sözleşmenin geri kalanı için faiz ve maliyetlerden oluşan kredinin toplam maliyetinden indirim talep etme hakkı olduğu yönündeki hükmü, doğurduğu sonuçlar bakımından, “Tüketici, vadesi gelmemiş bir veya birden çok taksit ödemesinde bulunabilir veya kredi borcunun tamamını erken ödeyebilir. Bu hâllerde kredi veren, erken ödenen miktara göre gerekli tüm faiz ve diğer maliyet unsurlarına ilişkin indirim yapmakla yükümlüdür” şeklindeki TKHK m.27 hükmü ile birebir aynı görüntü çizmektedir. Bununla birlikte, Direktifte, TKHK'dan farklı olarak, kredi verene erken ödeme halinde tazminat talep edebilme hakkı tanınmıştır. Direktifin m.16 f.2 hükmü uyarınca, erken ödemenin sabit faiz uygulanan bir dönemde yapılması halinde, erken ödemedan kaynaklanan olası maliyetlerin telafisi için kredi verenin adil ve nesnel biçimde kararlaştırılmış bir erken ödeme tazminatı talep etme hakkının olduğu düzenlenmiştir²⁵⁰. TKHK'da ise tüketicinin erken ödeme yapması halinde kredi verene tanınmış bir erken ödeme tazminatı talep etme hakkı söz konusu değildir²⁵¹.

G. Sigorta Yaptırılmasına İlişkin Sınırlamalar

Sigorta yaptırılmasını düzenleyen TKHK m.29 hükmü, “Tüketicinin yazılı veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla açık talebi olmaksızın kredi ile ilgili sigorta yaptırılamaz. Tüketicinin sigorta yaptırmak istemesi hâlinde, istediği sigorta şirketinden sağladığı teminat, kredi veren tarafından kabul edilmek zorundadır. Bu sigortanın kredi konusuyla, meblağ sigortalarında kalan borç tutarıyla ve vadesiyle uyumlu olması gerekir.” şeklindedir. Sigorta yaptırılmasına ilişkin söz konusu düzenleme 6502 sayılı TKHK ile tüketici mevzuatımıza girmiştir²⁵².

²⁵⁰ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:EN:PDF>

²⁵¹ Esasen, TKHK henüz tasarı halinde iken erken ödeme halinde kredi verenin tazminat talep edebilmesine ilişkin bir düzenlemeyi bünyesinde barındırmakta idi. Ancak, yasalaşma sürecinde bahse konu düzenleme Kanun metninden çıkartılmıştır. Detaylı bilgi için Bkz. Hakan Topbaş, Özlem Tüzüner, **Milli Şerh**, Akipek Şerhi, Aristo Yayınevi, 1.Baskı, İstanbul 2016, s.518

²⁵² Ebru Ceylan, “6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Getirdiği Önemli Yenilikler ve Değişiklikler”, **İstanbul Barosu Dergisi**, Cilt: 89, Sayı: 2, Yıl: 2015, s.105

Hükmün gerekçesi şu şekildedir: “... Uygulamada bankalar tarafından kredi verilmesi, yapılması isteğe bağlı sigortaların yaptırılması şartına bağlanmakta, bu sigortaları yaptırmayan tüketicilere bankalar tarafından kredi kullandırılmamaktadır. Ayrıca bu sigortalar tüketiciler için ek maliyetler getirmekte ve bu sigortayı yaptırmak isteyen tüketicilerin başka bir sigorta kuruluşunu tercih etmesi engellenmektedir. Bu durumda tüketicinin ekonomik çıkarları zedelenmektedir. Bu nedenle tüketicinin açık talebi olmaksızın kredi ile ilgili sigorta yaptırılmayacağı, zorunlu sigortalarda veya tüketicinin sigorta yaptırmak istemesi halinde, istediği sigorta şirketi ile imzaladığı poliçenin kredi veren tarafından kabul edilmek zorunda olduğuna ilişkin düzenleme yapma ihtiyacı doğmuştur. Tüketicinin sigorta yaptırmak istemesi durumunda bu sigortanın kredi konusuyla, vadesiyle ve miktarıyla bağlantılı olması; sigorta bedelinin de kredi tutarından fazla olmaması gerekmektedir.”

Kredi verenin, verdiği kredi karşılığında elde edeceği gelirden yoksun kalmamak, kredi karşılığı paranın geri ödenmesini sağlamak veya diğer bir deyişle alacağını garanti altına almak maksadıyla sigorta mekanizmasına başvurması doğal karşılanmaktadır²⁵³. Tüketicinin maddi gücünü yetersiz gören kredi kuruluşunun, borç ödeme sigortası veya tüketicinin hayatını kaybetme ihtimaline karşılık hayat sigortası yapılmasını ve kendisinin bu sigorta sözleşmesinden doğan alacak üzerinde rehin hakkına sahip olmasını talep edebilir. Nasıl ki, kredinin teminatı olarak kefil talep edilmesinde hukuken bir sorun yok ise, sigorta yaptırılmasının talep edilmesinde de hukuken bir sorun yoktur²⁵⁴. Ancak, uygulamada, kredi verenlerin tüketicileri kendilerinin belirlediği ve çoğu kez de kendi iştirakleri olan sigorta kuruluşlarıyla sözleşme akdetmeye zorladıkları bilinmektedir²⁵⁵. Bu durumun bir sonucu olarak, Kanun Koyucu, tüketicinin dilediği sigorta şirketinden sağladığı teminatın kredi veren tarafından kabul edilmek zorunda olduğunu hüküm altına almıştır. Ancak, Kanun Koyucu, bunun da ötesine geçerek, sigorta yaptırmayı tüketicinin tercihinine bırakmıştır. Bu durumda, kredi veren tüketiciden ne kendi yönlendirdiği şirket aracılığıyla ne de başkaca bir sigorta kuruluşu aracılığıyla sigorta poliçesi yapmasını talep edebilecektir. Başka bir deyişle, kredi verenin tüketiciden, kredi karşılığında, sigorta yaptırmasını koşul olarak öne sürmesi Kanun hükmüyle birlikte ortadan kalkmıştır²⁵⁶. Kredi

²⁵³ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.528

²⁵⁴ Atamer, **a.g.e.**, s.181

²⁵⁵ Gümüş, **a.g.e.**, s.204

²⁵⁶ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.529

verenin, buna rağmen, tüketiciyi sigorta sözleşmesi yapmaya zorlaması halinde idari para cezası ile karşılaşması söz konusu olacaktır. Söz konusu ceza, TKHK m.77/3 uyarınca 1.000TL'dir. Dolayısıyla, kredi verenin, tüketicinin başvurusunu sigorta yaptırmak istememesi nedeniyle reddetmesi halinde TKHK m.77/3 uyarınca 1.000TL'lik idari para cezasıyla karşılaşması söz konusu olabilecektir. Aynı ceza, sigorta poliçesi yapmak isteyen tüketiciye, belli bir sigorta şirketiyle söz konusu poliçeyi yapma zorunluluğu koştan kredi veren bakımından da geçerlidir.

TKHK m.29 c.3 hükmü uyarınca, akdedilen sigorta poliçesi ile kredi sözleşmesi arasında uyum aranmıştır. Buna göre, sigorta poliçesinin şartları, kredi sözleşmesi ile konu, süre, sigorta tazminatı vs. yönünden uyumlu olmalıdır²⁵⁷.

IV. Sözleşmenin Sona Erdirilmesi Aşamasında Koruma

Kredi sözleşmesinin öngörülen şekliyle sona ermesinin yanında, belli durumların varlığı halinde taraflarca öngörülenin dışında sona erdirilebilmesi de mümkündür. Burada sözü edilen sona erdirme kuşkusuz olağan dışı bir sona ermedir. Sözleşmenin olağan dışı biçimde sona ermesi denilince akla ilk olarak tüketicinin kredi borcunu ödemekte temerrüde düşmesi gelmektedir²⁵⁸. Ancak, bunun yanı sıra, taraflar arasındaki güven ilişkisini sarsan ve kredi ilişkisinin haklı sebeplerle sonlanmasına neden olan durumlar da vardır²⁵⁹.

A. Belirli Süreli Tüketici Kredisı Sözleşmelerinin Sona Erdirilmesine İlişkin Sınırlamalar

1. Tüketicinin Temerrüdü Dolayısıyla Sözleşmenin Sona Erdirilmesi

TKHK m.28 hükmü, belirli süreli tüketici kredisı sözleşmelerinde kredi verenin borçlunun temerrüdü halinde hangi koşullar altında sözleşmeyi öngörülen tarihten önce sona erdirebileceğini düzenlemiştir.

TKHK m.28 f.1 hükmü şu şekildedir: “Belirli süreli kredi sözleşmelerinde tüketicinin taksitleri ödemede temerrüde düşmesi durumunda, kredi veren, borcun

²⁵⁷ Gümüş, **a.g.e.**, s.205

²⁵⁸ Atamer, **a.g.e.**, s.194

²⁵⁹ Atamer, **a.g.e.**, s.201

tamamının ifasını talep etme hakkını saklı tutmuşsa, bu hak ancak kredi verenin bütün edimlerini ifa etmiş olması, tüketicinin de birbirini izleyen en az iki taksidi ödemede temerrüde düşmesi hâlinde kullanılabilir. Kredi verenin bu hakkı kullanabilmesi için tüketiciye en az otuz gün süre vererek muacceliyet uyarısında bulunması zorunludur.”

Hükümün birinci fıkrasının gerekçesi şu şekildedir: “Birinci fıkra yapılan düzenleme ile belirli süreli kredi sözleşmelerinde tüketicinin özellikle muacceliyet şartlarına karşı korunması istenmiştir. Belirli süreli kredi sözleşmelerinde kalan borcun geri çağırılması belli şartlara bağlanmıştır. Kredi verenin, ödenmeyen taksidi ilişkin temerrüt faizi tahsil etmek suretiyle yeterince korunması mümkündür. Kural olarak, tüketicinin kalan bütün borcunu hemen muaccel kılmakta kredi verenin haklı bir menfaati yoktur. Olsa olsa tüketicinin geç ödemeyi bir alışkanlık haline getirmesi ve bu açıdan müteşebbisin gelecekte doğacak alacağını tahsil edemeyeceği ihtimalinin ortaya çıkması durumunda muacceliyet kayıtları haklı bir gerekçeye dayanır.

Dolayısıyla bu tür kayıtlar ancak aşağıdaki şartların tümünün bir arada gerçekleşmesi halinde kabul edilir:

- Hakkın sözleşmede açıkça saklı tutulmuş olması.
- Kredi verenin bütün edimlerini ifa etmiş olması.
- Tüketicinin birbirini izleyen en az iki taksidi ödemede temerrüde düşmüş olması.
- Kredi verenin bu hakkı kullanabilmesi için tüketiciye en az otuz gün süre vererek muacceliyet uyarısında bulunmuş olması.”

Hükümden ve gerekçesinden de anlaşılacağı üzere, ancak belli koşulların birlikte gerçekleşmesi halinde kredi veren temerrüde düşen tüketiciden borcun tamamının ifasını talep ederek sözleşmenin sonlandırılmasını talep edebilir. Öncelikle, söz konusu düzenleme belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından yapılmıştır. Zira, kredi kartı ve kredili mevduat hesabı gibi belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde her ay kalan borcun tamamı muaccel olmaktadır²⁶⁰. Borcun tamamının ifa edilmesinin talep edilerek sözleşmenin sonlandırılması ancak müaccel borcun olduğu durumda anlamlıdır. Bunun yanı sıra, borcun geri çağırılabilmesinin bir önkoşulu da, hükümde ifade edildiği üzere, tüketicinin temerrüde düşmesi halinde kredi verenin borcun tamamının ifasını talep etme hakkı olduğunun sözleşmede belirtilmiş olmasıdır. Tüm bunların mevcut olması durumunda, kredi veren bütün

²⁶⁰ Atamer, **a.g.e.**, s.168

edimlerini yerine getirmiş ve de tüketici birbirini izleyen en az iki taksiti ödemede temerrüde düşmüşse borcun tamamının ifasının vadesinden önce talep edilmesi söz konusu olabilecektir. Ancak, kredi verenin bu hakkını kullanabilmesi için tüketiciye en az 30 gün süre vererek muacceliyet uyarısında bulunması gereklidir. Dolayısıyla, tüketicinin otuz günlük süre içerisinde muaccel hale gelen borçlarını ödemesi durumunda kredi veren borcun tamamının ifasını tüketiciden talep edemeyecektir. Görüşümüzce, muaccel hale gelen taksitlerden tek birinin ödenmesi dahi süreci başa alacak ve borcun tamamının tüketiciden talep edilebilmesini önleyecektir. Zira, borcun tamamının talep edilebilmesinin bir koşulu da tüketicinin birbirini izleyen en az iki taksidi ödemede temerrüde düşmesidir.

TKHK m.28 f.2 hükmü şu şekildedir: “Muaccel kılınan taksitlerin hesaplanmasında faiz, komisyon ve benzeri masraflar dikkate alınmaz”. Hükmün gerekçesi ise şu şeklidir: “... Muaccel kılınan taksitlerin hesaplanmasında faiz, komisyon ve benzeri masraflar dikkate alınmayacaktır. Tüketicinin ödemesi gereken bedel hesaplanırken, muaccel kılınan taksit tutarından faiz, komisyon ve benzeri masraflar çıkarılacaktır.”

Hükümden ve hükmün gerekçesinden anlaşılacağı üzere, kredi verenin borcun tamamının ifasını tüketiciden talep ettiği durumda, tüketici tarafından kredi verene sadece anapara ödemesi yapılacaktır²⁶¹. Zira, Kanun Koyucu, muaccel borçların hesaplanmasında faiz, komisyon ve benzeri masrafların dikkate alınmayacağını ifade etmiştir. Böylece, Kanun Koyucu, TKHK m.27’de düzenlenen erken ödeme indiriminden farklı bir indirim kuralını temerrüt halinde borcun tamamının geri çağırılması durumu için düzenlemiştir²⁶². Bununla birlikte, kredi verenin temerrüt dolayısıyla kredinin tamamının ifasını talep etmediği durumda, TKSİ’nin m.18 f.2 hükmü uyarınca, temerrüt veya geç ödeme durumunda tüketiciden sözleşmede yer alan akdi faiz oranının %30 fazlasından daha yüksek bir oranda gecikme faizi tahsil edilemeyeceği, aksi halde kredi verenin fazla tahsil ettiği tutar ile fazla tahsil edilen tutarın tahsil edildiği tarihle fiilen tüketiciye geri ödendiği tarih arasındaki süre için sözleşmede yer alan akdi faiz oranının %30 fazlası üzerinden hesaplanacak faizi tüketiciye ödemekle yükümlü olacağı hüküm altına alınmıştır.

²⁶¹ Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.525

²⁶² Gümüş, **a.g.e.**, s.203; Topbaş, Tüzüner, **a.g.e.**, s.525

2. Haklı Sebep Dolayısıyla Sözleşmenin Sona Erdirilmesi

TKHK bakımından tüketici kredisi sözleşmelerinin haklı sebebe dayalı olarak sona erdirilebilmesine ilişkin bir düzenleme mevcut değildir. Bununla birlikte, “Taraflardan her biri, haklı sebeplerle sözleşmeyi derhâl feshedebilir. Sözleşmeyi fesheden taraf, fesih sebebini yazılı olarak bildirmek zorundadır. Sözleşmeyi fesheden taraftan, dürüstlük kurallarına göre hizmet ilişkisini sürdürmesi beklenemeyen bütün durum ve koşullar, haklı sebep sayılır.” şeklindeki TBK’nın hizmet sözleşmelerinin haklı sebeple feshini düzenleyen 435’inci maddesinin kıyasen uygulanabileceği düşünülmektedir. Benzer şekilde, TBK’nın ifa güçsüzlüğünü düzenleyen, “Karşılıklı borç yükleyen bir sözleşmede, taraflardan birinin borcunu ifada güçsüzlüğe düşmesi ve özellikle iflas etmesi ya da hakkındaki haciz işleminin sonuçsuz kalması sebebiyle diğer tarafın hakkı tehlikeye düşerse bu taraf, karşı edimin ifası güvence altına alınıncaya kadar kendi ediminin ifasından kaçınabilir. Hakkı tehlikeye düşen taraf, ayrıca uygun bir sürede istediği güvence verilmezse sözleşmeden dönebilir.” şeklindeki 98’inci maddesinin de sözleşmenin haklı sebeple sona erdirilmesinde kıyasen uygulama alanını bulması mümkündür. En nihayetinde, TKSİ’nin belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmelerinin feshini düzenleyen, “Sözleşmede kararlaştırılmış ise kredi veren haklı nedenlerin varlığı halinde bildirim süresine uymadan belirsiz süreli kredi sözleşmesini feshedebilir.” şeklindeki m.25 f.3 c.1 hükmünün belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından kıyasen uygulanması mümkündür. Ayrıca, TKHK’nın 28’inci maddesinin gerekçesinde de haklı sebeple sözleşmenin sona erdirilmesine işaret edilmiştir. Gerekçede yer alan, “... Kural olarak, tüketicinin kalan bütün borcunu hemen muaccel kılmakta kredi verenin haklı bir menfaati yoktur. Olsa olsa tüketicinin geç ödemeyi bir alışkanlık haline getirmesi ve bu açıdan müteşebbisin gelecekte doğacak alacağını tahsil edemeyeceği ihtimalinin ortaya çıkması durumunda muacceliyet kayıtları haklı bir gerekçeye dayanır.” şeklindeki ifade, kredi verenin haklı sebebe dayanarak borcun tamamının ifasını tüketiciden talep edebilmesini destekler niteliktedir. Buna göre, şu haller kredi sözleşmesinin haklı sebep ile sona erdirilmesine dayanak oluşturabilir:

- Tüketicinin henüz temerrüde düşmediği bir aşamada, kredi veren, tüketicinin maddi durumunda meydana gelen bozulmaya bağlı olarak borcunu ödemediye güçlüğü düşeceğini biliyor ve ispat edebiliyor ise, alacağını garanti altına almak adına, tüketicinin temerrüde düşmesini beklemeden borcun tamamını muaccel

kılma hakkına sahip olmalıdır. Bu husus, Alman hukukunda her bir sözleşme türü için fesih sebebi olarak düzenlenmiştir²⁶³.

- Tüketicinin kredi kuruluşu bakımından önem taşıyan bazı bilgileri saklamış veya tahrif etmiş olması veya kara para aklamış olması halinde de bir haklı sebebin varlığı kabul edilecek ve borcun tamamının muaccel kılınmasına olanak sağlanacaktır²⁶⁴.

B. Belirsiz Süreli Tüketici Kredisı Sözleşmelerinin Sona Erdirilmesine İlişkin Sınırlamalar

Belirsiz süreli kredi sözleşmelerinde, kredi verenin borcun tümünün ifasını vadesinden önce tüketiciden talep etmesi durumunda tüketicinin korunma ihtiyacı çok daha sınırlı düzeydedir. Zira kredi kartı ve kredili mevduat hesabı gibi belirsiz süreli kredi sözleşmelerinde borcun tamamı her ay tümüyle muaccel hale gelmektedir²⁶⁵. Bu bakımdan, belirsiz süreli kredi sözleşmelerinin sona erdirilmesinde tüketicinin korunması meselesi daha ziyade sözleşmenin feshi halinde tüketicinin kredi kartını veya kredili mevduat hesabını bir anda kullanmayacak olması noktasında ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan, belirsiz süreli kredi sözleşmesinin feshinden önce tüketicie sözleşmenin feshedileceğine dair ihbarda bulunulması gerekmektedir²⁶⁶.

Belirsiz süreli tüketici kredisı sözleşmelerinin feshine ilişkin bir düzenleme açık haliyle TKHK'da bulunmamakla birlikte, TKSİ'nin 25'inci maddesinde konu detaylı biçimde ele alınmıştır. TKSİ m.25 f.2 hükmü uyarınca, sözleşme ile kredi verene fesih hakkı tanınmış olması halinde, kredi verene, en az iki ay önceden tüketicie yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla bildirimde bulunarak belirsiz süreli kredi sözleşmesini feshedebilme hakkı tanınmıştır. Dolayısıyla, kredi verenin belirsiz süreli kredi sözleşmesini feshedebilmesi için öncelikle kredi verenin böyle bir hakkının saklı olduğunun sözleşme ile kararlaştırılmış olması, sonrasında da, kredi verenin en az iki ay önceden tüketicie sözleşmeyi feshedeceğine dair bildirimde bulunması gerekmektedir. Bununla birlikte, m.25 f.3 uyarınca, kredi veren, haklı sebeplerin varlığı halinde, kredi verenin sözleşmeyi feshetme hakkı olup olmadığının sözleşmede

²⁶³ Atamer, **a.g.e.**, s.201

²⁶⁴ Atamer, **a.g.e.**, s.202 vd.

²⁶⁵ Atamer, **a.g.e.**, s.168

²⁶⁶ Atamer, **a.g.e.**, s.208

kararlaştırılmış olmasına ve iki aylık bildirim süresine bakılmaksızın sözleşmeyi feshetme hakkına sahiptir. Ancak, m.25 f.3 uyarınca bu hususun sözleşmede kararlaştırılmış olması gereklidir. Görüşümüzce, haklı sebeple sözleşmenin sona erdirilebilmesi için bu hususun sözleşmede kararlaştırılmış olmasına gerek yoktur. Zira TBK’nın hizmet sözleşmesinin haklı sebeple feshini düzenleyen, “Taraflardan her biri, haklı sebeplerle sözleşmeyi derhâl feshedebilir. Sözleşmeyi fesheden taraf, fesih sebebini yazılı olarak bildirmek zorundadır. Sözleşmeyi fesheden taraftan, dürüstlük kurallarına göre hizmet ilişkisini sürdürmesi beklenemeyen bütün durum ve koşullar, haklı sebep sayılır.” şeklindeki 435’inci maddesi, haklı sebeple feshi, sözleşmede kararlaştırılmış olmasına bağlamamıştır. Hükümün, kıyasen tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından da uygulanabileceği düşünülmektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ KAVRAMI VE TÜKETİCİ KREDİSİ SÖZLEŞMELERİ BAKIMINDAN TÜKETİCİYİ KORUYAN HÜKÜMLERİN SOSYAL PİYASA EKONOMİSİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

I. Sosyal Piyasa Ekonomisi Kavramı

A. Freiburg Okulu

Sosyal piyasa ekonomisi kavramını irdelemeden önce Freiburg okuluna ayrı bir parantez açmakta yarar vardır. Zira, sosyal piyasa ekonomisinin kavramsal olarak ortaya çıkışında Freiburg okulunun önemli etkisi vardır. Kavramı ortaya atan Alfred Müller-Armack

Freiburg okulunun bir mensubudur ve sosyal piyasa ekonomisini açıklarken Freiburg okulunun öncüsü olan Walter Eucken'in fikirlerinden yararlanmıştır²⁶⁷.

1. Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Freiburg okulu, –ya da literatürde karşılaşılmaması muhtemel diğer adlarıyla ordoliberalizm veya Alman neoliberalizmi, Freiburg Üniversitesi bünyesinde görev yapan Alman ekonomist Walter Eucken ve her ikisi de hukukçu olan Franz Böhm ile Hans Grosmann-Doerth tarafından 1930'larda kurulmuştur²⁶⁸. Okulun diğer temsilcileri²⁶⁹ arasında, Alexander Rüstow, Wilhelm Röpke, Alfred Müller-Armack,

²⁶⁷ Viktor J. Vanberg, The Freiburg School: Walter Eucken and Ordoliberalism, **Freiburg Discussion Papers on Constitutional Economics**, No: 4/11, s.1; Christian L. Glossner, David Gregosz, “The Formation and Implementation of the Social Market Economy by Alfred Müller-Armack And Ludwig Erhard”, http://www.kas.de/wf/doc/kas_23246-544-2-30.pdf?110712113321, s.12

²⁶⁸ Vanberg, **a.g.m.**, s.1 vd.

²⁶⁹ Bir görüşe göre, Avusturya okulunun ünlü temsilcisi Friedrich August von Hayek de orta yaş döneminde devlete atfettiği düzen çerçevesini belirleyen fonksiyon itibarıyla aynı zamanda Freiburg okulunun mensupları arasındadır. Detaylı bilgi için bkz. Hülya Derya, “Freiburg Okulu Çerçevesinde Eucken ve Hayek”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Y.2016, C.21, S.2, s.508

K.P. Hensel, R. Johns, K.F. Maier, F.W. Meyer, F.A. Lutz ve B. Pfister bulunmaktadır²⁷⁰.

Freiburg okulu, Almanya’da ekonomik, hukuki ve sosyal meselelerin tarihçi bir bakış açısıyla yorumlanıp ele alındığı, ekonomi ve hukuk bilimlerinin objektif (absolutist) boyutunun göz ardı edildiğine inanılan bir dönemde ortaya çıkmıştır²⁷¹. Bu bakımdan okulun, Alman tarihçi okuluna mensup olan Gustav Von Schmoller’in, 18 ve 19. yy Almanyasının ekonomi ve hukuk hayatında önemli bir etkiye sahip olan, mutlak ekonomi politikalarını reddeden (relativist) ve devletin ekonomik sürece sürekli müdahalesini meşrulaştıran görüşlerine bir tepki niteliğinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu tepkinin bir görünümü olarak, Schmoller’in görüşlerini eleştiren Eucken, Böhm ve Grosmann-Doerth, birlikte çıkarttıkları *Ordnung der Wirtschaft* (Ekonominin Düzeni) adlı derginin ilk sayısında, “görevimiz” başlığı altında açıkladıkları manifesto ile amaçlarının politik ve ekonomik düzenin temel kural ve kurumlarını içine alacak bir “Ekonomik Anayasa” oluşturmak olduğunu dile getirmişlerdir²⁷². Okul, liberalizmin başarılı olabilmesini, piyasaların yere etkili ve sağlam basabilmesine ve bunun için de güçlü bir devletin bir kurallar dizisi yaratmasına bağlamıştır²⁷³. Ancak, güçlü devlet ile kast edilen ekonomik düzenin işlevsel biçimde kurallarını belirleyen bir devlet olup, ekonomik sürece müdahale eden bir devlet değildir. Eucken’e göre, devlet faaliyetleri ekonominin biçimi, sınırları üzerinde etkili omalı, fakat ekonomik sürece doğrudan müdahale niteliği taşımamalıdır²⁷⁴.

Bu bakımdan okulun, ortaya çıktığı dönemde etkili olan Nazi plan ekonomisi ile “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” (laissez faire, laissez passer) anlayışındaki kapitalist sistemin arasında bir orta yol arayışının sonucu olarak ortaya çıktığını söylemek mümkündür²⁷⁵. Okul, 2. Dünya Savaşı sonrasında Almanya’da sosyal piyasa ekonomisinin gelişmesinde etkin rol oynamıştır²⁷⁶. Freiburg okulu, günümüz

²⁷⁰ Aktan, **a.g.e.** s.214; Werner Bonefeld, “**Freedom, Crisis and the Strong State: On German Ordoliberalism**”, <http://blog.jinbo.net/attach/5577/1197123761.pdf>, 20 Eylül 2017

²⁷¹ Alan Peacock, Hans Willgerodt, **Germany's Social Market Economy: Origins and Evolution**, New York 1989, s.15 vd.

²⁷² Peacock ve Willgerodt, **a.g.m.**, s.24 vd., Aktan, **a.g.e.**, s.214; Vanberg, **a.g.m.**, s.1

²⁷³ Deniz Gökçe, “Ordoliberalizm ve Almanya!”, <http://www.aksam.com.tr/deniz-gokce/yazarlar/ordoliberalizm-ve-almanya/haber-404878>, 21 Eylül 2017

²⁷⁴ Eucken 1950, aktaran Goldschmidt, **a.g.m.**, s.2

²⁷⁵ Derya, **a.g.m.**, s.493

²⁷⁶ Gustav Fischer, **Standard Texts on the Social Market Economy**, Stuttgart 1982, s.49; Vanberg, **a.g.m.**, s.1 vd.

Almanya'sının ekonomi politikalarının şekillendirilmesi noktasında anlam ve önemini korumaktadır²⁷⁷.

2. Temel İlkeleri

Freiburg okulunun dayandığı temel ilkeleri aşağıdaki şekliyle ifade etmek mümkündür:

- Freiburg okulu, ekonomik düzen temelinde şekillenmiştir. Ekonomik düzen, sosyal düzenin bir parçası olup, ulaşılması hedeflenen amacı temsil eder²⁷⁸. Eucken'e göre, ekonomik sistem bilinçli bir şekilde şekillendirilmelidir. Ekonomi politikası, ticaret politikası, kredi, tekelleşme, vergi politikası ve ticaret ve iflas kanunlarının özünde yatan temel problemler ekonominin bütününe yayılmış temel problemlerin bir görünümüdür²⁷⁹.
- Freiburg okulu, ekonomide doğal bir düzenin olmadığını, ekonomide düzenin, çerçevesi yasalarla belirlenecek yapay bir düzenle mümkün olabileceğini savunur. Bu bakımdan okul, Hayek'in kendiliğinden oluşan düzen teorisinin ve fizyokratların doğal düzen teorisinin karşısında yer alır²⁸⁰.
- Freiburg okulu, ekonomik düzeni tesis etme görevini devlete yükler. Bu bakımdan, klasik liberal düşünce ile kıyaslandığında devlete aktif bir rol atfeder. Ancak, bu rol ile devlet kumanda eden bir bakış açısıyla ele alınmamakta, sadece ekonomik ve toplumsal yapının etkin bir kurumu olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, ekonomiye sürekli müdahale eden ve ekonomik birimler üzerinde baskı oluşturan bir devlet anlayışı Freiburg okulu bakımından geçerli değildir. Freiburg okulunun aktif-yapıcı devlet anlayışında devlet, yasal ve kurumsal araçlar vasıtasıyla düzeni tesis etmelidir. Bu amaca yönelik olarak, ihtiyaç duyulan kurumlar oluşturulmalı ve alınan kararlar bu kurumlar aracılığıyla harekete geçirilmelidir²⁸¹.

²⁷⁷ Peter Bofinger, "German macroeconomics: The long shadow of Walter Eucken", <http://voxeu.org/article/german-macroeconomics-long-shadow-walter-eucken>, 21 Eylül 2017

²⁷⁸ Aktan, **a.g.e.**, s.217 vd.

²⁷⁹ Eucken 1950, aktaran Nils Goldschmidt, "Alfred Müller-Armack and Ludwig Erhard: Social Market Liberalism", **Freiburg Discussion Papers on Constitutional Economics**, No: 04/12, s.1

²⁸⁰ Abdullah Mesud Küçükcalay, **İktisadi Düşünce Tarihi**, İstanbul 2011, s.498; Derya, **a.g.m.**, s.493

²⁸¹ Küçükcalay, **a.g.m.**, s.498.

- Ekonomik düzenin gerçekleşebilmesi için Eucken tarafından geliştirilen kurumlaştırıcı ve düzenleyici ilkelerin varlığı söz konusudur. Kurumlaştırıcı ilkeler, tam rekabetin gerçekleştirilmesi, parasal istikrarın sağlanması, özel mülkiyetin temini, ekonomik birimlerin faaliyetlerinden yine kendilerinin sorumlu olması, sözleşme özgürlüğü, ekonomi politikalarında istikrar ve öngörülebilirliğin sağlanması iken; düzenleyici ilkeler, monopollerin engellenmesi, gelir dağılımının düzeltilmesi, taban fiyat uygulaması ve dışsal maliyetlerin ortadan kaldırılmasıdır²⁸².

B. Tanımsal Çerçeve

Sosyal piyasa ekonomisi kavramı, esasen okunduğundan daha farklı bir anlam içermemektedir. Sosyal piyasa ekonomisi, serbest piyasa esasına dayanan fakat aynı zamanda sosyal düzene ilişkin elementleri bünyesinde barındıran bir kavramdır²⁸³. Başka bir deyişle, neyin, nasıl, kim tarafından ve kimin için üretileceğine piyasanın karar verdiği, fakat üretim sürecinin sonucunda ortaya çıkan çıktının sosyal kaygılar ve amaçlar göz önünde bulundurularak yeniden dağıtıldığı piyasa sistemine sosyal piyasa ekonomisi denir²⁸⁴. Kavramı ortaya atan Armack'a göre, sosyal piyasa ekonomisi, serbest girişimi piyasadaki ekonomik performansla desteklenmiş bir sosyal programla birleştiren düzenleyici politika fikridir²⁸⁵. Bu bakımdan, sosyal piyasa ekonomisi çerçevesi içerisindeki bir sosyal politika fikri, ekonomik dinamizm ile sosyal uzlaşımın uyumlu biçimde bir arada var olmalarını sağlamaktadır²⁸⁶. Kısaca ifade etmek gerekirse, sosyal piyasa ekonomisinin amacının, sosyal eşitlik ile serbest girişimi bağdaştırmak olduğunu söylemek mümkündür²⁸⁷.

C. Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

İnsanlık tarihinin en yıkıcı savaşlarından biri olan İkinci Dünya Savaşı'nın sosyal politikalar açısından bir dönüm noktası olduğunu söylemek mümkündür. Savaşın geride bıraktığı yıkımı takip eden otuz yıllık periyot süresince ekonomide serbest piyasa anlayışını benimseyen ülkelerde sosyal nitelikli kamu harcamalarında

²⁸² Aktan, **a.g.e.**, s.223-225

²⁸³ John, **a.g.m.**, s.4

²⁸⁴ http://www.economics-reloaded.com/5_ordoliberalism/mueller_armack/5_2_Mueller_Armack.htm

²⁸⁵ Armack 1966, aktaran Glossner, Gregosz; **a.g.m.**, s.12; Thieme 1991, aktaran Aktan, **a.g.e.**, s.228

²⁸⁶ Alexander Ebner, "The intellectual foundations of the social market economy", **Journal of Economic Studies**, Vol. 33 Iss 3 s.215

²⁸⁷ Gutmann 1991, aktaran Aktan, **a.g.e.**, s.228

ve politikaların kapsamında ciddi bir genişleme ortaya çıkmıştır²⁸⁸. Ancak, sosyal piyasa ekonomisinin kavramsal olarak ortaya çıkışı ve ideolojik bir fikir olarak kamu politikalarına yön vermesi durumu Almanya’da gerçekleşmiştir²⁸⁹.

Sosyal piyasa ekonomisi (Soziale Marktwirtschaft) ifadesi, ilk defa, İkinci Dünya Savaşı sonrasında, piyasa aksaklıklarının yaşandığı ve enflasyonist ortamın hâkim olduğu bir dönemde, Alfred Müller Armack tarafından, Aralık 1946 yılında yayınlanan *Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft* (Planlı Ekonomi ve Piyasa Ekonomisi) isimli eserinin ikinci bölümünde kullanılmıştır²⁹⁰. Bununla birlikte, sosyal piyasa ekonomisi ifadesinin ilk defa sözlü olarak Ludwig Erhard tarafından kullanıldığını öne süren görüşler de mevcuttur. Dönemin Almanya Ekonomi Bakanlığı daimi temsilcisi Karl Günter Weiss’e göre, ifade ilk defa, Ocak 1945’te aralarındaki formal olmayan bir konuşma esnasında Erhard tarafından zikredilmiş, İkinci Dünya Savaşı’nın sona ermesinin ardından konuyla ilgili materyaller sosyal piyasa ekonomisinin formülize edilip yayınlanması amacıyla –sosyal piyasa ekonomisi ifadesi zikredilmeksizin, Erhard tarafından baş danışmanı Armack’a verilmiş ve Armack da “*Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft*” isimli eserinin ikinci bölümünde sosyal piyasa ekonomisi ifadesine yazılı olarak yer vermiştir²⁹¹. Diğer taraftan, sosyal piyasa ekonomisi kavramının fikir babasının kim olduğu tartışmalarının yersiz olduğunu savunan görüşler de mevcuttur. Bu görüşlere göre, ne piyasa ekonomisi, ne de sosyal düzenleme kavramları yeni olmayıp, piyasa ekonomisi sistemi içerisinde sosyal düzenlemelere yer verilen örneklerle Armack’ın kavramı öne sürmesinden çok daha önceleri de rastlandığı ifade edilmektedir²⁹².

Sosyal piyasa ekonomisinin etkili olduğu dönem İkinci Dünya Savaşı sonrası tekabül etmektedir. Almanya’nın savaşı kaybetmesi ile birlikte Alman para biriminin gerek hesaplama, gerek değer saklama, gerekse de ödeme aracı olma fonksiyonları ortadan kalkmış ve Alman ekonomisi hızla takas ekonomisine doğru ters yönlü bir

²⁸⁸ Herbert Obinger, Carina Schmitt, “The Impact of The Second World War on Postwar Social Spending, *European Journal of Political Research*, 2017, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1475-6765.12236>, s.1, 4 Ekim 2017.

²⁸⁹ Konrad Zweig, “The Origins of the German Social Market Economy”, [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/311423/mod_resource/content/1/Zweig%20\(1980\)%20The%20origins%20of%20the%20German%20Social%20market%20economy.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/311423/mod_resource/content/1/Zweig%20(1980)%20The%20origins%20of%20the%20German%20Social%20market%20economy.pdf), s.7

²⁹⁰ Fischer, **a.g.e.**, s.49; Glossner, Gregosz, **a.g.m.**, s.12

²⁹¹ Weiss 1996, s.571, aktaran Goldschmidt, **a.g.m.**, s.3 vd.

²⁹² http://www.economics-reloaded.com/5_ordoliberalism/mueller_armack/5_2_Mueller_Armack.htm#top

evrilmeye karşı karşıya kalmıştır²⁹³. Bu durumun bir sonucu olarak, dönemin İngiliz-Amerikan işgali bölgesi ekonomi idaresi müdürü Ludwig Erhard'ın öncülüğünde 20 Haziran 1948 tarihinde, merkez bankacılığı alanında bir dizi düzenlemeyi içeren Alman para reformu²⁹⁴ hayata geçirilmiştir²⁹⁵. Yine bu dönemde, devletin, üretime ilişkin miktar ve fiyat sınırlamaları da kaldırılmıştır²⁹⁶. Böylece, sosyal düzenin bir elementi olan ekonomik düzenin sağlanmasına yönelik önemli yapısal adımlar atılmıştır²⁹⁷. Aynı dönemde, sosyal piyasa ekonomisinin sosyal tarafını geliştirmeye yönelik önemli adımlar da atılmıştır. Almanya Federal Cumhuriyeti'nin 23 Mayıs 1949 tarihinde parlamento tarafından kabul edilen ve günümüzde halen yürürlükte bulunan Anayasası'nın "anayasal ilkeleri" düzenleyen 20'nci maddesinin birinci fıkrası uyarınca Almanya Federal Cumhuriyeti "demokratik ve sosyal" bir devlet olarak tanımlanmıştır²⁹⁸. Almanya'da hükümetler, sosyal piyasa ekonomisinin kısılcımlarının yakıldığı 40'ların sonundan başlayarak, 60'ların sonuna kadar olan süreçte sosyal piyasa ekonomisinin bir kültür olarak toplumda yerleşebilmesi için yoğun propaganda faaliyetlerinde bulunmuştur²⁹⁹. Almanya'da 60'ların ilk yarısından itibaren sosyal harcamalar bütçede önemli bir büyüklük³⁰⁰ işgal etmiş ve 1968'den itibaren düzenli olarak "sosyal bütçe" oluşturulmuştur³⁰¹. Sosyal piyasa ekonomisi uygulamalarının Almanya'nın olağanüstü ekonomik performansa³⁰² ve başarılı sosyal

²⁹³ F.A. Lutz, "The German Currency Reform and the Revival of the German Economy", **Economica**, Vol. 16, No. 62, May, 1949, s.122

²⁹⁴ Alman para reformu sosyal piyasa ekonomisinin olmazsa olmazı olan ekonomik düzenin tesis edilmesi açısından oldukça önemlidir. Alman para reformu ile birlikte, savaş öncesi para birimi olan "reichsmark" yerini "mark"a, savaş öncesi merkez bankası olan "Reichsbank" ise yerini "Bank Deutscher Lander"e bırakmıştır. Savaşın Almanya'ya yaklaşık maliyeti olan 272 milyar doların yol açtığı emisyon şişkinliği para reformunun hayata geçirilmesi ile birlikte düşürülmüş, böylece enflasyonist ortamın giderek uzaklaştığı ve piyasalarda güvenin hakim olduğu bir ekonomik atmosfer ortaya çıkmıştır. Detaylı bilgi için bkz. F.A. Lutz, "The German Currency Reform and the Revival of the German Economy", **Economica**, Vol. 16, No. 62, May, 1949, s.123 vd.

²⁹⁵ Glossner, Gregosz, **a.g.m.**, s.18 vd.

²⁹⁶ Glossner, Gregosz, **a.g.m.**, s.18 vd.

²⁹⁷ Aktan, **a.g.e.**, s.217

²⁹⁸ https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gg/englisch_gg.html#p0118

²⁹⁹ Christian Joerges, Florian Rödl, "'Social Market Economy' as Europe's Social Model?", **EUI Working Paper LAW No. 2004/8**, s.17

³⁰⁰ Almanya'da bütçedeki sosyal harcamaların gsyih içerisindeki payı, 60'lı yılların ilk yarısından başlayarak 70'lerin sonuna doğru yaklaşık 10 puanlık bir artış göstererek %30 seviyelerine ulaşmıştır. 90'ların ortasına doğru %27'lere kadar gerileyen bütçedeki sosyal harcamaların gsyih'e oranı, bu dönemden itibaren yeniden artışa geçerek 2000'li yılların başında %32 seviyelerine ulaşmıştır. 2006 yılına gelindiğinde Almanya'nın sosyal bütçesi 700.2 milyar Euro olarak gerçekleşmiş ve bu rakamın kişi başına indirgenmesi ile ulaşılan kişi başına sosyal harcama 8500 Euro olarak gerçekleşmiştir. Sosyal harcamalara ilişkin gelecek projeksiyonunda Almanya'nın sosyal harcamalarının gsyih içerisindeki payının 2050 yılına kadar düzenli olarak artacağı öngörülmektedir. Detaylı bilgi için bkz. <http://www.social-protection.org/gimi/gess/RessourcePDF.do?ressource.ressourceId=14308>

³⁰¹ T.E. Chester, "Batı Almanya – Bir Sosyal Piyasa Ekonomisi", <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/38/315/3070.pdf>, 3 Ekim 2017, s.345

³⁰² Zweig, **a.g.m.**, s.7

politika uygulamalarına³⁰³ sahip olmasında payı büyük olup, halihazırda önemini koruduğunu söylemek mümkündür³⁰⁴.

D. Temel İlkeleri

Sosyal piyasa ekonomisi kavramının “ekonomik” ve “sosyal” olmak üzere iki boyutu vardır. Dolayısıyla, kavramın dayandığı ilkeler de bu iki boyut etrafında şekillenmiştir. Sosyal piyasa ekonomisinin dayandığı ilkeleri aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür:

- Özgürlük: Hem sosyal hem de ekonomik boyutu olan bir ilkedir. Buna göre, gerek insan hak ve özgürlüklerinin korunması, gerekse de piyasa serbestisi bu ilkenin sonuçlarıdır³⁰⁵. Erhard’a göre, piyasa ne kadar özgür olursa aynı zamanda bir o kadar da sosyal olur. Erhard, serbest piyasa koşulları altında oluşan rekabetçi fiyatların ve tek taraflı güç yoğunlaşmalarını engelleyen yapının ortaya bir sosyal yarar çıkartacağına inanır. Diğer taraftan, Armack, Röpke ve Rüstow ise bu konuda daha tutucudur. Onlara göre, piyasa bir nevi “yarı makina” niteliğindedir ve muhakkak yönlendirilmeye muhtaçtır. Diğer bir deyişle, özgür bir piyasa gerekli yönlendirmeler yapılmaksızın ortaya bir sosyal yarar çıkartmayabilir³⁰⁶.
- Rekabet: Freiburg okulunun ekonomik düzen kavramı etrafında şekillenmiş bir ilke olup, sosyal piyasa ekonomisinin ekonomik boyutunun en belirgin ilkeleri arasındadır. Freiburg okuluna göre piyasada işleyen mükemmel bir düzen söz konusu olmayıp, piyasada var olan aksaklar dolayısıyla ortaya çıkan eksik rekabet koşulları devlet tarafından aktif-yapıcı bir fonksiyonla gerekli yasal ve kurumsal düzenlemelerin yapılmasıyla giderilmelidir³⁰⁷.
- Sosyallik: Sosyal piyasa ekonomisinin temel sütunlarından birisi ekonomik düzen iken bir diğeri de sosyallik ilkesidir. Sosyallik ilkesinin amacını,

³⁰³ Sustainable Governance Indicators (SGI)’tan edinilen ve sosyal politikaların başarısını ölçen endekse göre Almanya 2017 itibarıyla 10 puan üzerinden 7 puan olarak sosyal politikalar alanında başarılı ülkeler arasında sayılmıştır. Detaylı bilgi için bkz. http://www.sgi-network.org/2017/Germany/Social_Policies

³⁰⁴ Bofinger, **a.g.m.**

³⁰⁵ Aktan, **a.g.e.**, s.229

³⁰⁶ KAS, **a.g.m.**, s.17 vd.

³⁰⁷ Glossner, Gregosz, **a.g.m.**, s.24

piyasadaki en düşük gelire sahip kesimin yaşam standartlarını yükseltmek ve toplumdaki fertlerin ekonomik ve sosyal sorunlara karşı korunması olarak ifade etmek mümkündür³⁰⁸. Sosyallik ilkesini bir çeşit “ekonomik hümanizm” olarak tanımlamak mümkündür³⁰⁹. Sosyallik ilkesinin bir çok bileşeni vardır. Bunları aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür³¹⁰:

- Sosyal adalet ve gelir dağılımında adaletin sağlanması: Gelir adil dağıtılmalı ve düşük gelir grubunun ekonomiden aldığı pay artırılmalıdır. Toplumun zayıf kesimi³¹¹ korunmalıdır³¹².
- Sosyal güvenlik: İşsizlik, hastalık, kaza, yaşlılık, emeklilik vb. durumları içine alan bir sosyal güvenlik sistemi oluşturulmalıdır³¹³.
- Sosyal barış ve dayanışma: Toplumda barış ve huzur sağlanmalı, toplumdaki fertlerin dayanışma içerisinde olmalıdır. İşçi sınıfı ile sermaye sahipleri uzlaşısı içerisinde olmalıdır³¹⁴.
- Sosyal demokrasi: Halkın egemenliğine dayanan bir yönetim anlayışı benimsenmeli ve toplumdaki fertlerin yönetime ve alınan kararlara katılımı sağlanmalıdır³¹⁵.
- Sosyal devlet: Sosyal piyasa ekonomisinde, Freiburg okulu kurucularının ortaya attığı aktif-yapıcı devlet anlayışının da ötesinde devlete yüklenen bir fonksiyon söz konusudur. Buna göre, devlet sadece ekonomik düzenin bir gereği olarak piyasa özgürlüğü ve rekabet ilkelerini değil, aynı zamanda sosyallik ilkesini de gerçekleştirmelidir³¹⁶. Bu bakımdan, devlet, hem sosyallik ilkesinin bir element, hem de gerçekleştircisidir. Ancak, önemle belirtmekte yarar vardır ki, sosyal piyasa ekonomisi her ne kadar minimal devlet anlayışını reddedip, aktif-yapıcı devlet anlayışını savunsa da, devlete tanınan yetkilerin sınırları vardır. Buna göre, devlet,

³⁰⁸ Ahrens 1991, s.101, aktaran Aktan, **a.g.e.**, s.229

³⁰⁹ Justyna Bokajlo, “Germany and Its Social Market Economy”, **The WSB University in Poznan Research Journal 2016**, Vol. 68, No. 3, s.103

³¹⁰ Aktan, **a.g.e.**, s.229 vd.

³¹¹ Bkz. 4 No’lu dipnot, “Taraflardan birinin diğerine göre daha güçsüz olduğu ve buna bağlı olarak özel hukuki korunmaya muhtaç olan kişiler (yaşlılar, çocuklar, kadınlar, engelliler, yoksullar vb.) arasında tüketicilerin de bulunduğu görüşü hakimdir.”

³¹² KAS, **a.g.m.**, s.16

³¹³ Ştefan Sorin Mureşan, **Social Market Economy The Case of Germany**, Switzerland 2014, s.220

³¹⁴ Bokajlo, **a.g.m.**, s.126

³¹⁵ Mureşan, **a.g.e.**, s.314

³¹⁶ Aktan, **a.g.e.**, s.230 vd.

uygulamaları ve kararları ile aksayan piyasayı tamamlayıcı rol oynamalı ve işleyen piyasayı aksatmamalıdır³¹⁷.

II. Sosyal Piyasa Ekonomisi ve Tüketicinin Korunması Kavramları Arasındaki İlişki

Ordoliberalizm ve sosyal piyasa ekonomisinin ortaya çıkıp gelişmesi, tüketicinin korunması hareketinin doğuş sürecini de hızlandırmıştır³¹⁸. Eucken'in disiplinler arası bağımlılık (interdependence of orders) teorisi uyarınca, hukuk sistemine yüklenen görev bireylerin özgürlüğünün ekonomik güç karşısında korunduğu bir ekonomik düzeni inşa etmektir³¹⁹. Devlet, ekonomik düzeni inşa etmek için koyduğu kurallarla, bireyleri tıpkı diğer piyasa katılımcılarını koruduğu gibi korur³²⁰. Armack, Röpke ve Rüstow'a göre, devlet her ne kadar eylem ve uygulamalarında piyasaya uygunluk ilkesini gözetmekle yükümlü olsa da, piyasa düzeninin sosyal politika hedefleriyle uyumlu olması için ihtiyaç duyulan yönlendirmeyi yapmalıdır. Gerekli olması halinde, sosyal hedeflere ulaşılabilmesi için piyasa mekanizması sosyal politikalara tabi kılınabilmelidir³²¹. Bu bakımdan, Armack, Röpke ve Rüstow'un sosyal piyasa ekonomisine bakışında sosyallik hedefinin piyasa hedefinin önünde tutulduğunu söylemek mümkündür. Bu bakış açısıyla bakıldığında, sosyal piyasa ekonomisinde tüketicinin korunmasının çeşitli sosyal amaçlara yönelik çok boyutlu bir korumayı içine aldığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla, devlet, toplumun zayıf kesimlerinden birini oluşturan tüketicileri; bilgi eksikliği, rasyonel davranmama yönündeki eğilimleri, organize olamamaları, satın alma güçlerinin düşük olması, piyasadaki monopolistik ve oligopolistik oluşumların varlığı ve serbest piyasa ekonomisinin neden olduğu çeşitli olumsuzlukların gerekçesini oluşturduğu sosyal politikalar aracılığıyla koruyabilir. Almanya'daki genel sosyal durumu ortaya koymak amacıyla hazırlanan 1966 tarihli Kohl Hammer tarafından yayımlanan raporda (The Social Enquete Report) –Federal Anayasa'da yer alan “sosyal devlet” ilkesini destekler nitelikte, Anayasa'nın amacının yalnızca hukukun üstünlüğünü

³¹⁷ Aktan, **a.g.e.**, s.232

³¹⁸ Katalin Judit Cseres, **Competition Law and Consumer Protection**, 2005, s.87

³¹⁹ Agnes Labrousse, Jean-Daniel Weisz, **Institutional Economics in France and Germany**, Heidelberg 2001, s.97

³²⁰ Cseres, **a.g.e.**, s.87

³²¹ KAS, **a.g.m.**, s.18

gerçekleştirmek olamayacağı, aynı zamanda sosyal adaleti de gerçekleştirmek olması gerektiği belirtilmiştir³²².

III. Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Bakımından Tüketiciyi Koruyan Hükümlerin Sosyal Piyasa Ekonomisi Bağlamında Değerlendirilmesi

Tüketicileri koruyan, hak ve menfaatlerini düzenleyen bir mevzuatının tek başına varlığı dahi sosyal piyasa ekonomisinin vasıfları arasındadır³²³. Bununla birlikte, tüketici mevzuatı ile tüketiciye sağlanan korumanın sosyal piyasa ekonomisinin gereklerine ne denli uyumlu olduğunun tespiti için ayrı bir değerlendirmeye ihtiyaç vardır. Bu ihtiyaca yönelik olarak, ikinci bölümde ele alınan, 6502 sayılı TKHK uyarınca, tüketici kredisi sözleşmelerinde, sözleşmenin aşamalarına göre tüketiciye sağlanan korumanın değerlendirilmesi bu başlık altında gerçekleştirilecektir.

A. Sözleşmenin Kurulmasından Önceki Aşamadaki Korumanın Değerlendirilmesi

Tüketiciye kredi sözleşmesinin kurulmasından önceki aşamada koruma sağlayan uygulamalara bakıldığında; efektif yıllık faiz oranı uygulaması, reklamların zorunlu içeriğinin belirlenmesi, tüketicinin sözleşme öncesinde bilgilendirilmesi ve aydınlatılması yükümlülüğü ile tüketicinin kredi itibarının değerlendirilmesi ve borca batmasını önleyecek tedbirlerin alınması hususları ön plana çıkmaktadır.

Efektif yıllık faiz oranı uygulaması, sözleşme öncesinde tüketiciyi koruyan pratik bir çözüm olarak kendini göstermektedir. Uygulama, kredinin tüketiciye olan yıllık toplam maliyetini ortaya çıkarması bakımından tüketici dostudur. Tüketicilerin kredi kuruluşları karşısında maruz kaldıkları asimetrik bilgi sorununun çözümüne yönelik bir uygulamadır. Efektif yıllık faiz oranının yer almadığı bir tüketici kredisi sözleşmesinde, finansal okuryazarlığı olmayan veya yeterli seviyede bulunmayan bir tüketicinin kredinin toplam maliyetini çözümleyebilme olasılığı düşüktür. Sosyal piyasa ekonomisinin temel ilkelerinden birisi de “özgürlük” tür. Tüketicinin, kredinin kendisine olan toplam maliyetini eksiksiz biçimde bilebilmesi, sözleşmeyi yapma noktasındaki özgür iradesini, başka bir deyişle, sözleşmeyi yapıp yapmama

³²² Chester, **a.g.m.**, s.348

³²³ KAS, **a.g.m.**, s.16

özgürlüğünü doğrudan etkileyecektir³²⁴. Efektif yıllık faiz oranı uygulamasının sosyal piyasa ekonomisini destekleyen bir diğer sonucu da piyasada rekabetçiliği teşvik etmesi noktasında ortaya çıkmaktadır. Tüketicilerin, kredinin kendilerine doğuracağı maliyeti doğru biçimde bilebilmeleri, farklı kredi kuruluşlarınca kendilerine sunulan tüketici kredisi sözleşmelerinin koşulları arasında kıyaslama yapabilmelerine olanak sağlayacaktır. Diğer taraftan, efektif yıllık faiz oranı uygulaması toplumun önemli bir kesimi³²⁵ olan tüketicilerin doğru biçimde bilgilendirilmesi amacına yönelik olması bakımından sosyal boyutu olan bir uygulamadır. Bu bakımdan, efektif yıllık faiz oranı uygulamasının, tüketicilerin özgürlüğünü ve piyasa rekabetini destekleyen, tüketicileri koruyan ve dolayısıyla sosyal piyasa ekonomisinin gerekleri ve değerleriyle uyumlu bir uygulama olduğunu söylemek mümkündür.

Serbest piyasa ekonomisi, serbest rekabet esasına dayalıdır ve serbest rekabetin en önemli araçlarının başında da “reklam” gelmektedir. Reklamın, piyasada rekabeti canlandırma fonksiyonlarının yanı sıra bir diğer önemli fonksiyonu da tüketicileri bilgilendirici işlev görmeleridir³²⁶. Dolayısıyla, reklam özgürlüğünün varlığı gerek serbest piyasa ekonomisinin, gerekse de sosyal piyasa ekonomisinin değerleriyle örtüşmektedir. Diğer taraftan, reklamların yanıltıcı veya eksik bilgiler içererek haksız ticari uygulamalara yol açması, hem serbest piyasa ekonomisinin, hem de sosyal piyasa ekonomisinin değerleriyle çelişir. Zira yanıltıcı reklam yapmak suretiyle kendisine avantaj sağlayan kişi veya şirket, bir taraftan haksız biçimde rakiplerinin önüne geçerek rekabet düzenini bozarken, diğer taraftan ise tüketicileri yanlış veya eksik bilgilendirerek özgür iradelerini sakatlamaktadır. Bu bağlamda, reklamlık ile ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlar ile ticari uygulamada bulunanların uyması gereken ilkelerin belirlenmesi ve haksız ticari uygulamalara karşı tüketicilerin korunması amacıyla, 6502 sayılı TKHK’nın dayanağını oluşturduğu, 29232 sayılı Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği tüketici mevzuatındaki yerini almıştır. Yönetmelik ile birlikte, faiz ve kâr payı oranlarının yer aldığı reklamlarda, bu oranların doğru olarak belirtileceği ve vade sonunda elde edilecek toplam tutarı etkileyecek koşullara yer verileceği; kredi hizmetlerine ilişkin

³²⁴ Fikret Eren, **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, 10. Baskı, İstanbul 2008, s.271

³²⁵ Haziran 2017 itibarıyla tüketici kredisi kullanan kişi sayısı (konut kredileri hariç) 17.689.886 olarak gerçekleşmiştir. Detaylı bilgi için bkz. Türkiye Bankalar Birliği, **Tüketici Kredileri ve Konut Kredileri**, Eylül 2017, Rapor No: DT01 s.i

³²⁶ Hakan Topbaş, Fehim Üçışık, **2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri**, Bilge Yayınevi, 1. Baskı, Ankara 2013, s.607

reklamlarda, faiz ve kâr payı oranlarına yer verilmesi durumunda kredinin tüketiciye toplam maliyetinin aylık ve yıllık yüzde değerinin açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana vaadinde belirtileceği ve kredi hizmetlerine ilişkin reklamlarda, kredinin türü ve vadesi, istenilen teminatlar ya da aranan diğer özellikler veya geri ödeme koşulları hususlarında tüketicilerin yanıltılamayacağı hususları düzenlenmiştir. Görüşümüze göre, reklamların zorunlu içeriğine ilişkin yukarıda zikredilen düzenlemelerin, adil ve özgür bir rekabet ve mübadele ortamını destekledikleri açıktır. Diğer taraftan, tüketicilerin yanlış yönlendirilmesini önleyen bu düzenlemeler, toplumun önemli bir kesimi bakımından yarar doğurması bakımından sosyal bir boyut da taşımaktadır. Bu bakımdan, reklamların zorunlu içeriği ve tabi oldukları sınırlamaların belirlenmesi yoluyla tüketiciye sağlanan korumanın sosyal piyasa ekonomisinin gerekleri ve değerleri ile uyumlu olduğu düşünülmektedir.

6502 sayılı TKHK ile birlikte, tüketicinin, sözleşmenin koşullarını içeren bir bilgi formu aracılığıyla sözleşmenin kurulmasından makul bir süre öncesinde bilgilendirilmesi hususu düzenlenmiştir. Söz konusu formda yer alması gereken bilgiler ise, 29363 RG sayılı Tüketici Kredisi Sözleşmeleri Yönetmeliği'nde tek tek sayılmak suretiyle belirlenmiştir. Sözleşme öncesi bilgilendirme kapsamında tüketiciye sağlanan bu detaylı korumanın –tıpkı efektif yıllık faiz oranı uygulamasında olduğu gibi, tüketicinin karşı karşıya bulunduğu asimetrik bilgi sorununun çözümüne yönelik olarak geliştirildiğini söylemek mümkündür. Bu çıkarımı, düzenlemenin yer aldığı 6502 sayılı TKHK'nın 23'üncü maddesinin gerekçesinden yapmak mümkündür. Buna göre, "... tüketiciler kredi sözleşmesi ile ilgili şartları önceden öğrenebilecek ve kararlarını daha bilinçli olarak verebileceklerdir." ifadesinden anlaşılabacağı üzere, tüketiciler, çeşitli sebepler dolayısıyla sözleşmenin koşullarını önceden tam olarak bilemeyebilirler. Tüketicilerin sözleşmenin koşullarını önceden tam olarak bilememeleri ise, kuşkusuz, tüketicinin kredi sözleşmesini yapıp yapmama ve sözleşmenin tarafını seçme özgürlüklerini kısıtlayacaktır. Zira özgürlük aynı zamanda kişinin seçebilme iktidarını ifade etmektedir³²⁷. Diğer taraftan, tüketicinin sözleşmenin koşullarını önceden bilememesi, farklı kredi seçenekleri arasında sağlıklı bir karşılaştırma yapabilmesine de mani olacak ve piyasadaki rekabet bu durumdan olumsuz etkilenecektir. Dolayısıyla, tüketicilerin sözleşmenin koşullarını önceden bilebilmesinin sağlanması şeklindeki bu düzenleme, hem tüketicinin özgür iradesini

³²⁷ Tükan Rado, **Roma Hukuku Dersleri (Borçlar Hukuku)**, İstanbul 1997, s.59

güçlendirmekte, hem de rekabeti destekeyici işlev görmektedir. Tüketicilerin toplumun zayıf kesimini oluşturduğu ve tüketici kredisi kullananların sayısının toplumun önemli bir kesimini oluşturduğu hesaba katıldığında, tüketicinin sözleşme öncesinde bilgilendirilmesinin “sosyal” bir boyutunun da olduğu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, ulaşılan tüm bu sonuçların çıktığı ortak nokta, tüketicinin sözleşme öncesinde bilgilendirilmesinin sosyal piyasa ekonomisinin gerekleri ve değerleriyle uyumluudur.

Tüketicinin sözleşme öncesinde bilgilendirilmesi, bilgi asimetrilerinin ortadan kaldırılmasında etkili bir yol olsa da, her zaman istenilen sonuca ulaşılmasında yeterli olmayabilir. Sözleşme öncesi bilgilendirmenin bilgi asimetrilerini ortadan kaldırmadığı durumlarda, başka bir deyişle, aşırı düzeyde bilgi asimetrisinin varlığı halinde devreye tüketicinin aydınlatılması girer³²⁸. Tüketicinin aydınlatılması müessesesi, tüketicinin bilgilendirilmesi müessesesine nispeten, tüketici ile kredi kuruluşu arasında daha yakın ve özel bir ilişki öngörür. Tüketicinin aydınlatılması, kredi kuruluşunun tüketicinin özel durumunu (önerilen kredi sözleşmesinin ihtiyaçlarına yönelik olup olmadığı, finansal durumunun bu krediyi almayı kaldırıp kaldıramayacağı, sunulan ürünün temel özellikleri ve temerrüt hali de dâhil olmak üzere tüketici üzerindeki olası etkileri) göz önünde bulundurarak sözleşmenin yapılmasından önce tüketiciye gerekli izahatı yapmasını ifade eder³²⁹. Tüketicinin aydınlatılması müessesesinin tüketicinin bilgilendirilmesinin yanısıra, tüketicinin bilinçlendirilmesi amacına da hizmet ettiğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla, gerek tüketicileri koruyummasının ortaya çıkardığı sosyal yarar bakımından, gerek tüketicilerin sözleşme yapmaya yönelik hür iradelerini desteklemesi bakımından, gerekse de rekabet düzenini bozucu bir etkisi olmaması bakımından bir genel değerlendirme yapıldığında, tüketicinin aydınlatılması müessesesinin sosyal piyasa ekonomisinin gerekleri ve değerleriyle uyumlu olduğu düşünülmektedir. Ancak, ne yazık ki, tüketicinin aydınlatılması müessesesi AB tüketici mevzuatında düzenlenmişken, bizim tüketici mevzuatımızda kendisine düzenleme alanı bulmamıştır³³⁰. Her ne kadar, TMK’nın, “Herkes, haklarını kullanırken ve borçlarını yerine getirirken dürüstlük kurallarına uymak zorundadır. Bir hakkın açıkça kötüye

³²⁸ Hakan Topbaş, Fehim Üçışık, **4. Tüketici Hukuku Kongresi - Sektörel Bazda Tüketici Hukuku ve Uygulamaları**, Bilgi Yayınevi, Ankara 2015, s.414

³²⁹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:EN:PDF>

³³⁰ Atamer, **a.g.e.**, s.76

kullanılmasını hukuk düzeni korumaz” şeklindeki 2’nci maddesinin bir sonucu olarak, somut olayın özelliklerine göre kredi verenin tüketiciyi aydınlatmakla yükümlü olduğu durumların ortaya çıkma ihtimali bulunsada, tüketici mevzuatımızda doğrudan tüketicinin aydınlatılması müessesesini düzenleyen bir hüküm yoktur³³¹. Dolayısıyla, tüketicinin aydınlatılması penceresinden bakıldığında, tüketici mevzuatımızın sosyal piyasa ekonomisinden uzaklaştığını söylemek mümkündür.

Tüketicinin borca batmasını engelleyecek tedbirlerin alınması, sözleşme öncesinde tüketiciye sağlanabilecek bir diğer koruma şekli olarak ortaya çıkmaktadır. Bu türden tedbirler denildiğinde, tüketici işlemlerinde bileşik faizin yasak olması ile tüketici kredilerine ilişkin miktar ve süre sınırlamaları ön plana çıkmaktadır. Faizin anaparaya eklenmiş haline yeniden faiz yürütülmesi şeklindeki bileşik faiz uygulamasının tüketici işlemleri bakımından yasaklanmış olması şüphesiz ortaya bir sosyal yarar çıkaracaktır. Diğer taraftan, özgür piyasa penceresinden bakıldığında, bileşik faizin yasak olması hususu, tüketici sözleşmeleri de dahil olmak üzere, hangi tür sözleşme bakımından uygulanırsa uygulansın, sözleşmenin taraflarının sözleşmenin içeriğini belirlemeye yönelik iradelerinin kısıtlanması sonucunu doğurmaktadır. Ancak, bu teorik bir bakış açısıdır ve serbest piyasa ekonomisinin benimsendiği ülkelerde dahi sözleşme özgürlüğünün sınırları vardır. İngiltere’de yürürlüğe giren Adil Olmayan Sözleşme Hükümleri Hakkında Kanun (Unfair Contract Terms Act 1977) uyarınca, kanunda sayılan bazı hallerde sözleşme koşulları geçersiz sayılırken, bazı hallerde sözleşme koşullarının “makul” olma kriteri (reasonableness test) ön plana çıkmaktadır³³². Amerikan hukukunda ise, sözleşmede yer alan şartların değerlendirilmesinde hakkaniyete aykırılık ilkesi³³³ (principle of unconscionability) belirgindir. Buna göre, hakkaniyete aykırı hükümler içeren sözleşme koşullarına hukuki sonuç bağlanmamaktadır³³⁴. Benzer bir durum Türk hukuku bakımından da geçerlidir. T.C. Anayasası’nın 48’inci maddesi uyarınca, herkese tanınan sözleşme hürriyeti; 6098 sayılı TBK’nın, “Taraflar, bir sözleşmenin içeriğini kanunda öngörülen sınırlar içinde özgürce belirleyebilirler.” şeklindeki 26’ncı maddesi ile tekrar

³³¹ Atamer, **a.g.e.**, s.76 ve 77

³³² Arzu Küçükyalçın, “**Karşılıklı Hukukta Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması**”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.53 S.4, s.119

³³³ Amerikan Yeknesak Ticaret Kanunu (Uniform Commercial Code)’nda düzenlenen hakkaniyete aykırılık ilkesi, esas itibarıyla standart tipteki menkul satış sözleşmelerine uygulanmak suretiyle tasarlanmışsa da, tüm sözleşme tiplerini kapsayacak biçimde uygulanmaktadır. Bkz. Küçükyalçın, **a.g.m.**, s.120

³³⁴ Küçükyalçın, **a.g.m.**, s.120 vd.

vurgulanmış, aynı zamanda kanunda öngörülen sınırlamalar çerçevesinde belli ölçüde daraltılmıştır. Ancak, şüphesiz ki, sözleşme özgürlüğünün sınırlandırılmasının, piyasa serbestisinin benimsenmiş olduğu farklı ülke hukuk uygulamalarında da kendine yer bulmuş olmasının sebepleri ve amaçları vardır. Alman Anayasa Mahkemesi 1994 yılında vermiş olduğu bir kararda, taraflardan birinin sözleşmenin içeriğini tek başına belirleyebilecek kadar güçlü olduğu bir durumda diğer tarafın özgür iradesinden söz edilemeyeceğini belirtmiştir³³⁵. Benzer biçimde, taraflardan birine tanınan sınırlamalara tabi olmayan türden bir özgürlük hakkının başkalarının özgürlüğünü tehdit etme ihtimali vardır. Özgürlük ve sınırlama ifadeleri her ne kadar birbirleri ile çelişen ifadeler gibi görünseler de, özgürlükten anlaşılması gerekenin, hiçbir sınırlamaya tabi olmayan teorik ve ütöpik bir özgürlük hakkı değil, başkalarının özgürlük alanına müdahale etmeyen, başkalarına zarar vermeyen bir özgürlük hakkı olduğu düşünülmektedir. Özgürlük, başkalarına zarar vermemek kaydıyla her insanın yeteneklerini serbestçe kullanabilmesini ifade eder³³⁶. Sözleşme serbestisinin sınırlandırılması ile amaçlanan, sözleşmenin güçlü tarafının sahip olduğu gücü kötüye kullanmasının önüne geçilmesi ve sözleşmenin zayıf tarafının beklenmeyen bir durumla karşılaşmasının engellenmesidir³³⁷. Dolayısıyla, sebepleri yukarıda açıklandığı üzere, sözleşme serbestisinin makul sınırlar gözetilerek sınırlandırılması piyasa özgürlüğü ile çelişmemektedir. Bunun bir sonucu olarak, piyasa özgürlüğü tarafından desteklenen rekabet düzeni ile de çelişmemektedir. Aksine, hak ve özgürlükleri güvence altına alınan –sözleşme özgürlüğünün sınırlandırılması aracılığıyla dahi olsa, güçlü piyasa katılımcılarının varlığının etkin rekabet düzenini destekleyeceği düşünülmektedir. Benzer doğrultudaki görüşlerimiz, sözleşme serbestisini, miktar ve süre yönünden sınırlandıran düzenlemeler bakımından da geçerlidir. Tüketici kredilerinin süre ve miktar bakımından sınırlandırılmasının, sözleşme serbestisinin kısıtlaması bağlamında, piyasa özgürlüğünü ve rekabet düzenini olumsuz etkilediği düşünülmektedir. Diğer taraftan, tüketici kredisi sözleşmelerine süre ve miktar bakımından getirilen sınırlamaların, talebin kısılması suretiyle kredi piyasasındaki serbest fiyat oluşumuna doğrudan müdahale niteliği taşıdığı görülmektedir. Talebin kısılması, miktar ve süre kısıtlamasının olmadığı durumda daha yüksek düzeyde gerçekleşecek olan fiyat seviyesinin daha düşük

³³⁵ BverfGe 89, 214, aktaran Yeşim M. Atamer, **Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması Sorunu Çerçevesinde Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi**, 2.Bası, İstanbul 2001, s.25

³³⁶ Frederic Bastiat, **The Law**, Alabama 2007, s.37

³³⁷ Küçükyalçın, **a.g.m.**, s.120

düzeyde gerçekleşmesine neden olacaktır. Diğer taraftan, fiyat düşüşüne karşılık olarak arzın talebe nazaran daha fazla kısılması halinde fiyat seviyesi, miktar ve süre kısıtlamalarının olmadığı durumdan da daha yüksek bir seviyede gerçekleşebilecektir. Her iki olasılıkta da, fiyat dengesi bozulacak ve rekabet düzeni bu durumdan zarar görecektir³³⁸. Diğer taraftan, tüketici kredilerine getirilen miktar ve süre kısıtlamalarının ortaya bir sosyal yarar çıkartacağı söylenebilir. BDDK veri tabanından elde edilen bilgilere göre, Ağustos 2017 döneminde takibe düşen ihtiyaç kredisi tutarı 10 milyar 429 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Genellikle kısa vadeli ve düşük tutarlı ihtiyaçları karşılamaya yönelik olarak kullandırılan ihtiyaç kredilerindeki bu yüksek takipli tutar, tüketicilerin kredi kullanırken, kredi kuruluşlarının da kredi kullanırken çok sorumlu davranmadıklarını göstermektedir. Dolayısıyla, tarafların sağlıklı ve olağan biçimde sonuçlanan bir mübadele gerçekleştiremedikleri bir ortamda, devletin rol üstlenerek, tüketici kredilerini sınırlandırması anlaşılabilir bir durumdur.

Toparlayacak olursak, tüketici işlemlerinde bileşik faizin yasak olması uygulamasının tarafların hür iradelerini ve rekabet ortamını olumsuz yönde etkilemediği, aynı zamanda da ortaya bir sosyal yarar çıkardığı düşünülmektedir. Bu bakımdan, tüketici işlemlerinde bileşik faiz uygulamasının yasak olmasının sosyal piyasa ekonomisinin gerekleri ve değerleri ile bağdaştığı düşünülmektedir. Diğer taraftan, tüketici kredilerinin süre ve miktar bakımından sınırlandırılması penceresinden bakıldığında durum biraz daha karmaşıktır. Ödenemeyen tüketici kredilerinin yüksek seviyelere ulaştığı göz önünde bulundurulduğunda, tüketici kredilerine getirilen sınırlamaların ortaya bir sosyal yarar çıkartacağından bahsedilebilir. Ancak, böyle bir sınırlandırma diğer taraftan doğrudan serbest piyasadaki fiyat oluşumuna müdahale niteliği taşıyacak ve serbest piyasanın özgürlük ve rekabet ilkelerinin ihlal edilmesine neden olacaktır. Dolayısıyla, tüketici kredilerine getirilen sınırlamalar sosyallik ilkesi ile uyumlu olması bakımından sosyal piyasa ekonomisinin gereklerini karşılarken, özgürlük ve rekabet ilkelerini ihlal etmesi bakımından sosyal piyasa ekonomisi ile uyumsuz bir görüntü ortaya koymaktadır. Ancak, sosyal piyasa ekonomisi fikrine özellikle Armack tarafından bakıldığı bir durumda tüketici kredilerine getirilen sınırlamaların sosyal piyasa ekonomisi ile

³³⁸ Erdal Türkkan, “Rekabet Hukuku Uygulamalarında ‘İşleyebilir Rekabet’ Olgusu ve Kavramı”, <http://www.rekabet.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FPer%25c5%259fembe%2BKOnferans%25c4%25b1%2BYay%25c4%25b1n%2Fperskonfyn48.pdf>, 11 Ekim 2017

uyumlu olduğunu söylemek mümkündür. Zira Armack’a göre, sosyallik hedefi piyasa hedefinin bir adım daha önündedir. Sosyal hedeflere ulaşılabilmesi için, gerekli olması halinde piyasa mekanizması sosyal politikalara tabi kılınabilmelidir³³⁹. Fakat, sosyal piyasa ekonomisine, piyasa ve özgürlük hedeflerini ön plana çıkaran Erhardcı bir bakış açısıyla bakıldığında, tüketici kredilerine getirilen sınırlamaların sosyal piyasa ekonomisi ile uyumlu olmadığı sonucu ortaya çıkacaktır.

B. Sözleşmenin Kurulması Aşamasındaki Korumanın Değerlendirilmesi

Tüketiciye kredi sözleşmesinin kurulması aşamasında koruma sağlayan uygulamalara bakıldığında; sözleşmede uyulması gereken şekil şartları, sözleşmede yer alması gereken bilgilere ilişkin emredici hükümler ile cayma hakkı hususları ön plana çıkmaktadır.

6098 sayılı TBK’nın 12’nci maddesi uyarınca, sözleşmelerin geçerliliği kanunda aksi öngörülmedikçe herhangi bir şekle bağlanmamıştır. Bununla birlikte, sözleşmeler bakımından genel bir ilke olarak benimsenen şekil serbestisinin tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından geçerli olmadığı görülmektedir. 6502 sayılı TKHK’nın 22’nci maddesinin 3’üncü fıkrası uyarınca, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından yazılı şekil öngörülmüştür. Aynı Kanunun 4’üncü maddesinin 1’inci fıkrasında da yazılı şeklin detaylarına yer verilmiştir. Sözleşmenin şekle tabi olması, ticari hayatta işlerin ağırlaşmasına neden olur. Bir sözleşmeyi gerçekten yapmayı isteyenlerin, sırf şekil şartlarından yoruldukları için sözleşme yapmayı geciktirdikleri ve hatta sözleşme yapmaktan vazgeçtiklerine sık sık rastlanmaktadır³⁴⁰. Diğer taraftan sözleşmenin şekle tabi olmasının avantajları da vardır. Taraflara düşünme imkanı tanınması, ispat kolaylığı sağlaması, işlem güvenliğini ve aleniyeti sağlaması, taraflar arası güveni geliştirmesi ve sözleşmenin zayıf olan tarafının daha fazla korunmasını sağlaması bu avantajlardan bazılarıdır³⁴¹. Görüşümüze göre, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından yazılılık şeklinin ve diğer şekil şartlarının öngörülmüş olmasının yararı maliyetinden yüksektir. Zira, sözleşmenin yazılı olması belgelendirilebilirliği ve şeffaflığı artırırken, 6502/m.4 f.1’de de zikredildiği üzere en az on iki punto

³³⁹ KAS, **a.g.m.**, s.18

³⁴⁰ Selahattin Sulhi Tekinay, Serhat Akman, Haluk Burcuoğlu, Atilla Top, **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, 7.Baskı, İstanbul 1993, s.100

³⁴¹ Arif Barış Özbilen, **Sözleşmelerin Şekli ve Şekil Yönünden Hükümsüzlüğü**, Aralık 2016, s.36; Tekinay, Akman, Burcuoğlu, Top, **a.g.e.**, s.99; Turgut Uyar, **Borçlar Kanunu Genel Hükümler**, 1.Cilt, 1990, s.51

büyükluğünde, anlaşılabilir, açık, sade ve okunabilir olması da tüketicinin sözleşmeyi yapmaya yönelen iradesinin sağlıklı olması bakımından oldukça önemlidir. Zayıf olan tarafın korunması amacının, sosyal adaletin gerçekleştirilmesi amacının bir aşamasını teşkil ettiği³⁴² ve tüketicilerin toplumun zayıf kesimlerinden biri olduğu³⁴³ göz önünde bulundurulduğunda, tüketici kredisi sözleşmeleri için öngörülen şekil şartı zorunluluğunun ortaya bir sosyal yarar çıkartacağı açıktır. Diğer taraftan, şekil şartı zorunluluğunun özgürlük ve rekabet ilkeleri ile de uyumlu olduğu düşünülmektedir. Şekil şartı zorunluluğu, gerek tüketicinin sözleşme yapmaya yönelen özgür iradesini güçlendirmesi, gerekse de piyasa özgürlüğü ile çelişmemesi bakımından özgürlük ilkesi ile uyumludur. Serbest piyasa ekonomisinin devlete yüklediği en önemli vasıflardan birisi sözleşmelerin gerçekleştirilmesini sağlamasıdır³⁴⁴. Şüphesiz bunun ön koşulu da sözleşmenin belgelendirilebilir niteliğinin kuvvetli olmasıdır. Taraflar arasında yapılan sözleşmenin sözlü olduğu bir durumda kanıtlanabilirlik zayıf iken, yazılı olduğu bir durumda yüksektir. Bu bakımdan, tüketici kredisi sözleşmelerine getirilen şekil şartı zorunluluğunun rekabet düzenini de olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, gerek özgürlük, gerek rekabet, gerekse de sosyallik ilkeleri pencerelerinden bakıldığında, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından zorunlu tutulan şekil şartlarının sosyal piyasa ekonomisinin değer ve gerekleri ile uyumlu olduğu düşünülmektedir.

6098 sayılı TBK'nın 26'ncı maddesi uyarınca, tarafların sözleşmenin içeriğini kanunda öngörülen sınırlar içinde özgürce belirleyebilecekleri hüküm altına alınmıştır. Bununla birlikte, sözleşme içeriğinin serbestçe belirlenmesi şeklindeki genel ilkenin tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından istisnasının olduğu görülmektedir. 29363 sayılı TKSİ ile sözleşmenin zorunlu içeriği belirlenerek, sözleşmenin içeriğinin belirlenmesi mutlak surette taraflara bırakılmamıştır. Buradaki amaç, –şekil şartı zorunluluğu ile amaçlananla benzer şekilde, sosyal devlet anlayışının bir sonucu olarak sözleşmenin zayıf tarafı konumunda bulunan tüketicinin korunmasıdır³⁴⁵. Belli başlı hususların kredi sözleşmesinde yer almasının zorunlu olması, tüketicinin ne ile sözleştiğini görebilmesi ve kararını bu doğrultuda verebilmesi bakımından önemlidir. TKSİ ile, “sözleşmenin süresi, aylık ve yıllık akdi faiz oranı ve akdi faiz oranının

³⁴² KAS, **a.g.m.**, s.16

³⁴³ Zevkliler, **a.g.e.**, s.8.

³⁴⁴ Ümit Erol, **Eleştirel Bir Gözle Serbest Piyasa**, Şubat 1997, s.124

³⁴⁵ Doğan, **a.g.m.**, s.21 vd.

uygulanmasına ilişkin şartlar, gecikme faiz oranı, ödeme planı vs.” hususların sözleşmede yer alması zorunlu tutularak, tüketicinin sözleşme koşullarının ve hükümlerinin farkında olmasının asgari düzeyde sağlanmasının amaçlandığını söylemek mümkündür. Şüphesiz ki, bunun sonucunda ortaya bir sosyal yarar çıkacaktır. Diğer taraftan, sözleşmenin zorunlu içeriğinin belirlenmesi meselesi, sözleşme özgürlüğüne bir kısıt getirmekle birlikte, bu durum piyasa özgürlüğünü olumsuz etkilememektedir. Zira söz konusu içerik, tarafların iradesine müdahale niteliği taşımamakta, sadece sözleşmenin doğru anlaşılabilmesi için gerekli olan standart bilgileri içermektedir. Hatta bu durum, sözleşmenin açıklık ve kanıtlanabilirlik kabiliyetini artırmakta ve sözleşmenin gerçekleştirilebilmesini kolaylaştırarak piyasadaki rekabet düzenini desteklemektedir. Dolayısıyla, sözleşmenin zorunlu içeriğinin belirlenmesine yönelik düzenlemelerin sosyal, özgürlük ve rekabet ilkelerine uygun olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu yöndeki düzenlemelerin sosyal piyasa ekonomisinin gerekleri ve değerleri ile uyumlu olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tüketici kredisi sözleşmesinin kurulması aşamasında tüketiciye koruma sağlayan bir diğer düzenleme, tüketiciye tanınan sözleşmeden cayma hakkıdır. 6502 sayılı TKHK’nın 24’üncü maddesi ile, tüketiciye, 14 gün içerisinde herhangi bir gerekçe sunmaksızın ve ceza ödemeksizin yapmış olduğu tüketici kredisi sözleşmesinden dönme hakkı tanınmıştır. Ahde vefa ilkesinin benimsendiği borçlar hukuku sistemimizde, bir sözleşmenin tek taraflı olarak sona erdirilebilmesi kural olarak mümkün değildir³⁴⁶. Bununla birlikte, kanundan veya sözleşmeden doğan bazı istisnai haller sözleşmeden dönülebilmesini mümkün kılabilir³⁴⁷. Ancak, bu da çoğu kez, sözleşmeden dönen tarafça sözleşmenin diğer tarafına ödenecek bir bedel karşılığında mümkün olabilmektedir. Zira, makul ve basiretli sözleşme tarafı, karşı tarafın sözleşme kurulduktan sonra keyfi hareket etmesi suretiyle ortaya çıkabilecek risklere katlanmak istemeyecektir³⁴⁸. Dolayısıyla, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından tüketiciye tanınan cayma hakkı uyarınca, tüketici, tek taraflı irade beyanıyla, karşı taraf istemese dahi, sözleşmeyi sona erdirmek suretiyle, karşı tarafın hukuk alanında değişiklik yapabilecektir. Dahası, tüketici bu değişikliği yaparken ne

³⁴⁶ Kadir Berk Kapancı, “Dönme Cezası (TBK m. 179 f.3) ve Cayma Parası (TBK m. 178) Kavramları Arasında Kısa Bir Karşılaştırma”, **MÜHF - HAD**, C.22, S.2, s.248; Kemal Oğuzman, Turgut Öz, **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, 2.Cilt, İstanbul 2013, s.531

³⁴⁷ Rona Serozan, **Sözleşmeden Dönme**, 2.Bası, İstanbul 2007, s.193

³⁴⁸ Serozan, **a.g.e.**, s.214

bir gerekçe göstermekle, ne de bir bedel ödemekle yükümlendirilmiştir³⁴⁹. Tüketicie tanınan cayma hakkı, karşı tarafın hukuk alanına müdahale niteliği taşıması bakımından özgürlük fikri ile bağdaşmamaktadır. Zira, tüketicinin cayma hakkını özgürce kullanabilmesinin, bir başkasının özgürlük alanına müdahale niteliği taşıdığı bir durumda özgürlükten söz etmek mümkün değildir³⁵⁰. Serbest piyasa ekonomisinin devlete yüklediği en önemli işlevlerden birisi de, devletin sözleşmelerin sonuçlandırılmadığı noktada devreye girerek sözleşmeleri icra ettirmesidir. Zira serbest piyasa ekonomilerinde yapılan sözleşmelere tarafların uyması sistemin işlerliği açısından oldukça önemlidir. İnsan davranışları geleceğe yönelik plan ve projeksiyonları içerir. Bu planlar ise yapılmış olan sözleşmelerin gereklerinin yerine getirileceğini varsayar. İki taraftan biri keyfi olarak anlaşmanın şartlarına uymazsa diğer tarafın planlarını sekteye uğratar. Eğer bu keyfiyet toplumun tamamına yayılırsa serbest piyasa sistemi aksar ve kaos ortaya çıkar³⁵¹. Ancak, Kanun Koyucu, hükmün gerekçesinde ifade edildiği üzere, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından tüketiciye tanınan cayma hakkının kredi verenin de lehine olduğunu savunmuştur. Kanun Koyucuya göre, ödeme güçlüğüne düşme ihtimali yüksek olan bir kredi müşterisine cayma hakkının tanınması kredinin geri ödenmeme riskini minimuma indirecektir. Görüşümüze göre, Kanun Koyucunun tespiti doğru olmakla birlikte, serbest piyasanın işlerliği bakımından yapılması gereken tüketiciye cayma hakkının tanınması değildir. Doğru olan, ödeme güçlüğü çekecek olan tüketicinin sözleşme öncesinde bu durumun farkına varmasını sağlayacak tedbirlerin güçlendirilmesidir. Tüketicinin kredi veren tarafından aydınlatılması bu türden bir tedbir olarak uygulama alanı bulabilir. Dolayısıyla, tüketiciye tanınan cayma hakkının piyasa özgürlüğünü ve rekabet düzenini olumsuz etkileyeceğini söylemek mümkündür. Sosyallik ilkesi penceresinden bakıldığında ortaya bir sosyal yararın çıkacağı söylenebilir. Zira cayma hakkı, krediyi ödeyip ödeyemeyeceği noktasında tereddüt yaşayan tüketici için son bir düşünme şansıdır. Tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından tüketiciye tanınan cayma hakkı, bir bütün olarak değerlendirildiğinde, piyasa özgürlüğü ve rekabet düzenini aksatması bakımından sosyal piyasa ekonomisi fikri ile uyumlu değildir. Ancak, Armack'ın, gerekli olması halinde piyasa mekanizmasının sosyal politikalara tabi kılınabileceği şeklindeki görüşü çerçevesinde bir değerlendirme yapıldığında,

³⁴⁹ Cemal Oğuz, “Kapıdan Satışlarda Tüketicie Tanınan Cayma Hakkının Kullanılmasının Şartları ve Caymanın Sonuçları”, http://webftp.gazi.edu.tr/hukuk/dergi/8_3.pdf, 7 Ekim 2017

³⁵⁰ Bastiat, **a.g.e.**, s.37

³⁵¹ Erol, **a.g.e.**, s.124

sosyallik hedefinin ön planda olduğu cayma hakkının sosyal piyasa ekonomisi fikri ile barışabileceği değerlendirilmektedir.

C. Sözleşmenin İfası Aşamasındaki Korumanın Değerlendirilmesi

Sözleşmenin ifası aşamasındaki koruma, kredi sözleşmesinin kurulduğu ve tarafların sözleşmenin kendilerine yüklediği edimleri yerine getirdikleri aşamadaki korumayı ifade etmektedir. Buna göre, faiz oranına ilişkin sınırlamalar, açılacak hesap türüne ve bazı ücretlere ilişkin sınırlamalar, tüketiciden talep edilebilecek ücretlere ilişkin sınırlamalar, sözleşmede değişiklik yapılmasına ilişkin sınırlamalar, sözleşme ilişkisi devam ederken bilgilendirme yükümlülüğü, tüketicinin erken ödeme yapma imkânı ve tüketicinin akdedeceği sigorta sözleşmesine ilişkin sınırlamalar bu aşamadaki korumanın konusunu oluşturmaktadır.

Faiz ve muadili talepler bakımından tüketiciye sağlanan koruma farklı görünümelerde karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki, sabit faiz oranı düzenlemesidir. Tüketici kredisi sözleşmelerinde sabit faiz oranı uygulanması, tüketici açısından sözleşmenin gidişatının kestirilebilmesi, faiz oranlarındaki yükselmeye bağlı olarak beklenmedik ve tatsız bir durumla karşılaşılması bağlamında ortaya bir tüketici yararı, dolayısıyla, sosyal yarar çıkartır. Bunun yanı sıra, sabit faiz oranı düzenlemesinin piyasa özgürlüğü ve rekabet düzeni ile çatışan bir tarafının olmadığı düşünülmektedir. Kredinin maliyeti veya getirisi, faiz oranının sabit olduğu bir durumda sözleşenler tarafından; faiz oranının değişken olduğu bir durumda doğrudan piyasa tarafından belirlenir. Her iki durum da serbest piyasanın doğasına uygundur. Kaldı ki, bizim tüketici hukukumuzda her iki uygulamaya da yer verilmektedir. Sabit faiz oranı uygulaması belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından zorunlu tutulurken, belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından böyle bir zorunluluk söz konusu değildir. Dolayısıyla, sabit faiz oranı uygulamasının sosyal piyasa ekonomisinin gereklerini karşıladığı düşünülmektedir. Faiz ve muadili talepler bakımından tüketiciye sağlanan bir diğer koruma, faiz oranının gösterilmediği veya olduğundan düşük gösterildiği durumlar bakımından geçerlidir. Faiz oranının (akdi faiz, efektif yıllık faiz ve kredinin toplam maliyeti) tüketici kredisi sözleşmesinde gösterilmediği durumda tüketici faiz borcu doğmaksızın tüketici kredisini kullanabilecektir. Efektif faiz oranının olduğundan düşük gösterilmesi durumunda ise, kredinin toplam maliyetinin hesaplanmasına esas teşkil eden akdi faiz, düşük

gösterilen efektif faize uyacak şekilde yeniden belirlenecektir. Her iki uygulama da, açık biçimde, tüketicinin iradesini, hak ve özgürlüklerini koruma amacına yönelik olup, özgürlük ve sosyal ilkelerini desteklemeleri ve rekabet ilkesi ile çelişmedikleri göz önünde bulundurulduğunda sosyal piyasa ekonomisinin gerekleriyle bağdaşmaktadırlar.

TKHK ile belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri ile ilişkili olarak açılan mevduat hesabının kredili olması tüketicinin açık talimatına bağlanmıştır. Bu yöndeki düzenlemenin nedeni tüketicinin içerisinde bulunduğu asimetric bilgi ve bu asimetric bilgi dolayısıyla ortaya çıkabilecek maddi kayıptır. Bu durumu, "... Tüketici belirli süreli kredi sözleşmesine istinaden sadece taksitlerini ödeyeceğini, ödeyememesi durumunda da temerrüde düşeceğini düşünmektedir. Ancak tüketicinin bilgisi dışında kredi veren tarafından tüketici adına kredili mevduat hesabı da açılmaktadır. Tüketici taksitini ödemediği veya eksik ödediği takdirde, tüketicinin haberi olmaksızın, akdi faiz oranı daha yüksek olan kredili mevduat hesabından tüketicinin ödememiş olduğu miktar karşılanmaktadır. Bu durum da, tüketicinin ekonomik çıkarlarını zedeleyebilmektedir. Bu nedenle, ikinci fıkrafta belirli süreli kredi sözleşmesi ile ilişkili bir kredili mevduat sözleşmesi imzalanmadan önce tüketiciden açık talimat alınması hüküm altına alınmıştır." şeklindeki hükmün gerekçesinden çıkarsamak mümkündür. Dolayısıyla, sosyal devletin sosyal adaleti sağlama amacına yönelik olarak tüketiciyi koruması söz konusudur. Düzenlemenin özgür piyasa ve rekabet düzeni ile de çelişmediği göz önünde bulundurulduğunda, ortada sosyal piyasa ekonomisi ile uyumlu bir düzenlemenin bulunduğunu söylemek mümkündür.

Türk tüketici mevzuatı, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından kredi verene kanundaki sınırlar dahilinde tüketiciden faize ek olarak ücret talep edebilme imkanı tanımaktadır. Görüşümüzce, ortada kredi sözleşmesinden doğan asli edim kapsamının dışında bir yan hizmetten doğan bir edim olmadığı müddetçe tüketiciler tarafından kullanılan krediler de dahil olmak üzere hiçbir kredi kullanımı dolayısıyla ücret tahakkuk ettirilmemelidir. Dolayısıyla, cayma hakkını kullanan tüketiciden, kredinin kullanıldığı tarihten anaparanın geri ödendiği tarihe kadar olan sürede tahakkuk eden akdi faiz ile bir kamu kurum veya kuruluşu ile üçüncü kişilere ödenmiş masrafların dışında herhangi bir bedel talep edilememesi, belirli süreli kredi sözleşmesine ilişkin açılan hesaplardan sadece kredi ile ilgili işlemler yapılması durumunda, açılan hesap dolayısıyla tüketiciden herhangi bir isim altında ücret veya masraf talep edilememesi

ve kart çıkaran kuruluşların, yıllık üyelik aidatı vb. isimler altında ücret tahsil etmedikleri bir kredi kartı türünü tüketicilere sunmak zorunda olmaları şeklindeki düzenlemeler, tüketiciden ücret alınamaması sonucuna yönelik olmaları bakımından yerindedir. Bu bakımdan, ortada tüketici menfaatlerini koruyan ve sosyal yarar çıkartan düzenlemelerin varlığından söz etmek mümkündür. Tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından asli bir edim dolayısıyla tüketiciden ücret talep edilebilmesinin en başından haksız bir uygulama olduğu verisi altında yukarıda zikredilen düzenlemelerin ortaya çıkarttıkları sosyal yarar bağlamında sosyal piyasa ekonomisinin gereklerini karşıladıkları düşünülmektedir. Diğer taraftan, tüketici kredisi sözleşmeleri ile ilgili olarak ücret talep edilebilmesini öngören haller de tüketici mevzuatımızda düzenlenmiştir. Bu haller, TKHK m.4 f.3 hükmünün³⁵² dayanağını oluşturduğu, BDDK tarafından çıkarılan 29138 RG sayılı Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usûl ve Esaslar Hakkında Yönetmelikle tespit edilmiştir.

Finansal tüketiciden talep edilebilecek ücret ve masrafların 29138 RG sayılı Finansal Tüketicilerden Alınacak Ücretlere İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik ile standardize edilip indirgenmesi, kredi kuruluşlarının bu konudaki keyfi uygulamalarına son verilmesi ve tüketici menfaatlerinin korunması bakımından olumlu bir gelişmedir. Yönetmelik öncesinde, bankaların tüketiciye sundukları ürün ve hizmetler karşılığında tüketiciden talep ettikleri 65 farklı ücret kaleminin, Yönetmelikle birlikte, 20'ye düşürüldüğü görülmektedir³⁵³. Bununla birlikte, ücret kalemlerinin parasal değerleri dikkate alındığında, ağırlıklı ücretin tahsil edildiği kalemlerin korunduğu görülmüştür. Örneğin, gerek tüketici hakem heyetleri gerekse de yargı yerlerinde birçok şikâyet ve iadeye konu olan “dosya masrafının isminin değiştirilerek “tahsis ücreti” adı altında tüketiciden talep edilebilmesine hukuki zemin sağlanmıştır³⁵⁴. Ancak, görüşümüzce bu zemin pek de sağlam değildir. Zira, “Tüketiciden; kendisine sunulan mal veya hizmet kapsamında haklı olarak yapılmasını beklediği ve sözleşmeyi düzenleyen yasal yükümlülükleri arasında yer alan edimler

³⁵² 6502 sayılı TKHK m.4 f.3: “... Bankalar, tüketici kredisi veren finansal kuruluşlar ve kart çıkaran kuruluşlar tarafından tüketiciye sunulan ürün veya hizmetlerde ise tüketiciden faiz dışında alınacak her türlü ücret, komisyon ve masraf türleri ile bunlara ilişkin usul ve esaslar Bakanlığın görüşü alınarak bu Kanunun ruhuna uygun olarak ve tüketiciyi koruyacak şekilde Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu tarafından belirlenir.”

³⁵³ Hakan Topbaş, Ali Suphi Kurşun, **Bankacılık Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları**, Aristo Yayınevi, 1.Bası, İstanbul 2015, s.26.

³⁵⁴ Topbaş, Kurşun, **a.g.e.**, s.26.

ile sözleşmeyi düzenleyenin kendi menfaati doğrultusunda yapmış olduğu masraflar için ek bir bedel talep edilemez.” şeklindeki TKHK m.4 f.3 c.1 hükmü ile asli edim kapsamındaki edimler dolayısıyla tüketiciden ücret talep edilebilmesinin önü kapatılmıştır. Söz konusu TKHK hükmünden anlaşılabacağı üzere asli edimin tespitinde Kanun Koyucu, tüketicinin haklı beklentisi ve sözleşmeyi düzenleyenin menfaati olmak üzere iki ölçüt koymuştur. Ancak, ister tüketicinin haklı beklentisi bağlamında ele alınsın, isterse de sözleşmeyi düzenleyenin menfaati bağlamında ele alınsın, kredi tahsis ücretinin esas olarak asli edim yükümlülüğü kapsamında ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Zira, kullandığı kredi karşılığında tüketicinin kredi verene ödemesi gereken bedel normal şartlar altında anapara ve akdi faiz oranı üzerinden hesaplanan faiz tutarıdır. Nasıl ki, bir otomobil şirketinden araç kiralandığı durumda tüketiciden kira bedelinin (satıcının karının bu bedel içinde olduğu kabul edilir) haricinde otomobil tahsis ücreti vb. ad altında bir ücret talep edilemiyorsa, kredi tüketicisinden de aynı kapsamda kredi tahsis ücreti adı altında bir ücretin talep edilebilmesi hakkaniyete uygun değildir. Kaldı ki, tüketiciye kredi kullandırılması yalnızca tüketicinin değil, aynı zamanda, kredi verenin de menfaatinedir. Gümüş bu durumu şu şekilde açıklamaktadır³⁵⁵:

“Örneğin, banka müşterisinden kiralık kasa sözleşmesi çerçevesinde bankadaki her kasa açım işlemi için istenen masraf, banka müşterisinin kendisine sunulan mal veya hizmet kapsamında haklı olarak bankaca yapılmasını bekleyeceği masraflardan olmayıp, kendisinden talep edilemez. Aynı şekilde, bankaların talep ettiği dosya masrafı ödemesi genel giderlere dahil olarak değerlendirilir ve banka müşterisinden talep edilemez. Yine diş tedavisi sözleşmesinde dişçi ile kanal tedavisi için 100 TL üzerinden anlaşılan tüketici için, kanalın kapatılması sonrası dolgu ücreti de 100 TL’lik tedavi ücretinin içinde olup, tüketiciden 100 TL’nin yanında ayrıca dolgu ücreti talep edilemez. Yine Türkiye ölçeğinde örgütlenmiş bir beyaz eşya markasının yetkili satıcısından bir buzdolabı satın alan tüketicinin objektif beklentisi buzdolabının evine ücretsiz olarak taşınarak teslim edileceği yönündedir. Bu nedenle, yetkili satıcının tüketiciden ayrıca taşıma ücreti talep etmesi geçerli değildir. ...Banka tarafından alınacak ipotekler için yapılacak ekspertiz masrafları ‘satıcının

³⁵⁵ Gümüş, a.g.e., s.203

veya sağlayıcının kendi menfaati doğrultusunda yapmış olduğu masraflar’ kapsamında yer aldığından yine tüketiciden ek bir bedel talep edilemeyecektir.”

İdarenin düzenleme yetkisinin kanunlara aykırı olmamak koşuluyla kullanılan bir yetki olduğu ve yönetmelikteki hükümlerin ancak kanunla uyumlu olduğu ölçüde kabul edilebilir olduğu göz önünde bulundurulduğunda³⁵⁶, “kredi tahsis ücreti” denilerek sanki tüketiciye sunulan ilave bir tahsis hizmeti karşılığında talep ediliyormuş gibi bir algı uyandıran bu tip ücretlerin tüketiciden talep edilebilmesinin önünü açan her türlü idari düzenleyici işlemin hukuka aykırı olduğu düşünülmektedir. Hukukla bağdaşmayan bu durumu, söz konusu idari düzenleyici işleme dayanak oluşturan TKHK m.4 f.3 hükmünün gerekçesinden açıkça okumak mümkündür: “...Tüketici bir sözleşme yaparken, edineceği mal veya hizmeti bir bütün olarak algılar ve bunun ücretini ödediğini düşünür. Tüketicinin haklı olarak bir bütün olarak algıladığı ve tek fiyat biçtiği edimin daha sonra parçalara bölünmesi ve her bir parça için ek ücret talep edilmesi hakkaniyete uygun olmayacaktır ...” Kredi tahsisinin bir yan edimmişçesine ücret talebine konu edilmesinin, hukuksuz olmasının yanında, sosyal bir amaç olan tüketicinin korunmasını göz ardı eden piyasacı bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir. Düzenleme bu haliyle, sosyal piyasa ekonomisi olmanın gereklerini karşılayabilmekten uzaktır.

Türk tüketici mevzuatı uyarınca, sözleşmede öngörülen koşullar sözleşme süresince tüketici aleyhine sonuç doğuracak biçimde değiştirilmez. Rekabetçi bir düzenin sağlanması bakımından sözleşmelerde ahde vefa ilkesi büyük önem taşımaktadır. Gerek hukukun temel bir ilkesi olarak, gerekse de piyasaların aksamaması bakımından sözleşen taraflardan sözleştikleri şekilde karşılıklı edimlerini yerine getirmeleri beklenir. Sözleşmede değişiklik yapılmasına izin verilmesi şeklindeki aksi yöndeki bir tutum, karşı tarafın hukuk alanına müdahale niteliğinde olacak ve sözleşmenin yapıldığı andaki iradesinin sakatlanmasına yol açacaktır³⁵⁷. Ancak, karşı tarafın rızasıyla, tüketici lehine yapılacak bir değişikliğin her iki tarafı da memnun etmesi halinde mazur görülebileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, gerek piyasa katılımcılarının sözleşmeyi yapmaya yönelik özgür iradelerinin korunması, gerek tüketici hak ve menfaatlerinin korunması dolayısıyla ortaya çıkan sosyal yarar,

³⁵⁶ M. Murat İnceoğlu, **Yeni Tüketici Hukuku Konferansı**, İstanbul 2015, s.275 vd.

³⁵⁷ Oğuz, **a.g.m.**

gerekse de sözleşmelerin olağan şekilde sonuçlandırılmasının rekabet düzeninin sağlanmasına yönelik katkıları göz önünde bulundurulduğunda sözleşme süresi içerisinde sözleşme koşullarında değişiklik yapılamaması şeklinde benimsenen tutumun sosyal piyasa ekonomisinin gerekleri ile bağdaştığı düşünülmektedir.

Türk tüketici mevzuatının, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından tüketicinin bilgilendirilmesi meselesinin üzerinde yoğunlukla durduğunu söylemek mümkündür. Zira, tüketicinin bilgilendirilmesine ilişkin düzenlemeler sözleşme öncesinin yanı sıra sözleşmenin devamına yönelik olarak da ele alınmıştır. Tüketicinin sözleşmeyi yapmaya yönelen iradesinin güçlendirilmesi bakımından, sözleşme öncesinde bilgilendirilmesi önem arz etmektedir. Diğer taraftan, sözleşmenin sağlıklı biçimde devam ettirilmesi ve olağan biçimde sonuçlandırılması da bazı durumlarda tüketicinin bilgilendirilmesini zorunlu kılar. Mevzuatımızda, tüketicinin sözleşmenin ifası aşamasında bilgilendirilmesini öngören durumlardan birisi, belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde faiz oranında değişiklik yapılması halidir. Sözleşme yapıldıktan sonra sözleşme koşullarında değişiklik yapılmaması esas olmakla birlikte, kanunlardan doğan istisnalar dahilinde sözleşmede değişiklik yapılabilmesi mümkündür. Ancak, kanunlar her ne kadar sözleşmede değişiklik yapılabilmesine müsaade etse de, sözleşme koşullarının tarafların ortak iradesini yansıttığı gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, yapılan değişiklik hakkında karşı tarafın bilgilendirilmeyi beklemesi en doğal hakkıdır. Hele ki bu değişiklik, tüketici kredisi sözleşmesinin en esaslı unsuru olan faiz oranına ilişkin ise bilgilendirme apayrı bir önem arz etmektedir. Tüketicinin bilgilendirilmesini zorunlu tutan bir diğer düzenleme, yine belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından öngörülmüş olup, tüketicilerin kredi veren tarafından hesap dönemleri sonu itibarıyla bir hesap özeti belgesi aracılığıyla bilgilendirilmesi şeklindedir. Tüketicinin bilgilendirilmesi, tüketicinin bilgilendirilmeyi haklı olarak beklediği durumlara yönelik olmasının yanı sıra, tüketici menfaatlerinin gözetilmesi gayesine yönelik de olabilir. Buradaki düzenleme itibarıyla, tüketicinin kredi borcuna ilişkin süreçleri takip edebilmesi kolaylaştırılmış ve bir tüketici menfaati ortaya çıkartılmıştır. Tüketicinin sözleşmenin ifası aşamasında bilgilendirilmesi kredi verenin de lehine bir durumdur. Zira, tüketici kredi borcuna ilişkin süreçleri ne kadar doğru biçimde takip edebilirse, kredi borcunun takibe düşmeden ödenebilmesi o kadar kolay olur. Gerek yukarıda ifade edilen düzenlemeler bağlamında, gerekse de bir fikir olarak tüketicinin sözleşmenin ifası aşamasında

bilgilendirilmesi bağlamında yapılan değerlendirme neticesinde, ortada rekabet düzenini teşvik eden ve aynı zamanda sosyal yarar doğuran, sosyal piyasa ekonomisinin gerekleriyle uyumlu bir durumun varlığından söz etmek mümkündür.

Tüketici mevzuatımız, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından tüketicilere erken ödeme imkânı tanımaktadır. Buna göre, kredi kullanan tüketici, dilerse borcunun tamamını, dilerse de vadesi gelmemiş taksitlerden bir veya daha fazlasını ödemek suretiyle borcundan kurtulabilir. Ayrıca yapılan ödeme miktarına göre kredi veren tarafından indirim yapılması da söz konusu olacaktır. Bu yöndeki bir düzenleme, kuşkusuz tüketicinin lehinedir. Düzenlemeyle birlikte, tüketicinin borcundan kurtulabilme noktasındaki hareket kabiliyeti artırılmakta, dahası, erken ödeme indirimiyle tüketicinin bu yöndeki tercihi teşvik edilmektedir. Diğer taraftan, düzenleme ahde vefa ilkesine aykırılık teşkil etmekte ve kredi veren tarafından bir zararın doğmasına neden olabilmektedir. Kredi veren açısından bakıldığında, tüketicinin kredi borcunu erken ödemesi suretiyle borcundan kurtulması kredi veren bakımından müspet zarar doğurur³⁵⁸. Dolayısıyla, kredi veren borcun erken ödenerek sözleşmenin sona erdirilmesini kabul etmek zorunda değildir. Diğer taraftan, para, mobilitesi ve farklı değerlere dönüştürülebilme kabiliyeti en yüksek varlıktır. Bu bakımdan, kredi veren, tüketicinin erken ödemiş olduğu meblağı çok çeşitli ve belki de daha kârlı alanlarda değerlendirebilme imkânına sahip olabilecektir. Dolayısıyla, tüketicinin erken ödeme yapması dolayısıyla kredi verenin fiilen daha fazla kârda olduğu bir durum ortaya çıkabilir. Ancak, böyle bir durumun ortaya çıkıp çıkmayacağı önceden bilinemeyeceği için ortada kredi verenin katlanması muhtemel bir zararın var olduğunun kabul edilmesi gerekir. Erken ödeme müessesesi sosyal piyasa ekonomisi bağlamında değerlendirildiğinde, tüketici açısından ortaya ciddi bir yarar çıkacağını söylemek mümkündür. Diğer taraftan, kesin olmamakla birlikte kredi verenin fiilen zarara uğrama ihtimali de söz konusudur. Dolayısıyla, erken ödeme müessesesinin sosyal piyasa ekonomisinin sosyallik ilkesi ile uyumlu olduğunu, rekabet ilkesi ile çatıştığını söylemek mümkündür. Yine de, sosyal piyasa ekonomisinde sosyalliğin bir adım daha önde olması gerektiği fikrinden hareketle, düzenlemenin sosyal piyasa ekonomisinin değerleriyle uyumlu olduğu düşünülmektedir.

³⁵⁸ Atamer, *a.g.e.*, s.168

Tüketici mevzuatımız, tüketici kredisi sözleşmesi ile ilişkili sigorta yaptırılmasına dair bir dizi düzenlemeyi bünyesinde barındırmaktadır. Buna göre, kredi sözleşmesiyle ilişkili sigorta yaptırılması tamamen tüketicinin açık talebine bağlıdır. Diğer bir deyişle, tüketici, kredi sözleşmesiyle ilişkili olarak sigorta yaptırmak zorunda değildir. Görüşümüzce, tüketicinin kredi sözleşmesi ile ilişkili olarak sigorta yaptırmamayı istemesi en doğal hakkıdır. Zira sigorta yaptırmak bir prim ödemesini gerektirir ve tüketici buna katlanmak zorunda değildir. Diğer taraftan, kredi veren de tüketiciden kredi sözleşmesiyle ilişkili olarak sigorta yaptırmasını bekleme hakkına sahip değildir. Zira, kredi veren verdiği kredi ile bir yatırım yapar ve ticari hayat her zaman risklere gebedir. Riskini azaltmayı amaçlayan kredi veren, krediyi vermeden önce basiretli bir iş adamı olmanın gereklerine yaraşır biçimde davranarak gerekli araştırmaları yapmak suretiyle krediyi kullandırmalıdır. Düzenleme, kredi kuruluşlarınca dayatılan ve tüketicinin özgür iradesini kısıtlayan sigorta yaptırma zorunluluğunun ortadan kaldırması bakımından bir piyasa katılımcısı olan tüketicinin özgürlüğünü desteklemektedir. Aynı zamanda, tüketicilerin menfaatinin gözetilmesi dolayısıyla ortaya bir sosyal yarar da çıkmaktadır. Dolayısıyla, söz konusu düzenleme sosyal piyasa ekonomisi olmanın gereklerini karşılamaktadır. Kredi sözleşmesi ile ilişkili olarak sigorta yaptırılmasına dair bir diğer düzenleme, tüketicinin sigorta yaptırmayı istediği hali düzenler. Buna göre, sigorta yaptırmayı isteyen tüketicinin dilediği sigorta şirketinden sağladığı teminat kredi veren tarafından kabul edilmek zorundadır. Geçmiş uygulamalarda, tüketiciye, kullandığı kredi karşılığında sigorta yaptırmasını şart koşan bankalar, sadece bununla yetinmemiş, aynı zamanda sigortanın kendi belirledikleri ve çoğu kez kendi iştirakleri olan şirketlere yaptırılmasını da şart koşmuşlardır³⁵⁹. Bu durum, tüketicinin özgür iradesinin hiçe sayılmasıdır. Aynı zamanda, sigortanın belli bir sigorta şirketine yaptırılmasının dayatılması sigorta piyasasında haksız rekabetin ortaya çıkmasına neden olacaktır³⁶⁰. Dolayısıyla, düzenleme, tüketici özgürlüğünün desteklenmesi, haksız rekabetin ortadan kaldırılması ve tüketici menfaatlerinin korunması bakımından ortaya çıkan sosyal yarar bağlamında sosyal piyasa ekonomisinin gerekleriyle bağdaşmaktadır.

³⁵⁹ Atamer, **a.g.e.**, s.181

³⁶⁰ Haksız rekabet, benzer mallar üreten tacirler arasında, rakibin müşteri çevresini ele geçirmeye yönelik her türlü haksız girişimi ifade eder. Detaylı bilgi için bkz. F. Beier, "The Development and Present Status of Unfair Competition Law in Germany-An Outline", **IIC** 1973, s. 77

D. Sözleşmenin Sona Erdirilmesi Aşamasındaki Korumanın Değerlendirilmesi

Esas olan ve beklenen, tüketicinin kredi sözleşmesinden doğan yükümlülüklerini yerine getirmesi suretiyle sözleşmenin sona ermesidir. Ancak, zaman zaman çeşitli nedenlerden kaynaklı olarak tüketici, sözleşmeden doğan ve kendisinden yerine getirmesi beklenen edimleri yerine getiremeyebilmektedir. Türk tüketici mevzuatı, tüketici kredisi sözleşmesinin olağan şekilde sona erdirilmediği bir hal olan tüketici temerrüdüne ve bu halde tüketicinin nasıl korunacağına ilişkin düzenlemeleri bünyesinde barındırmaktadır. Buna göre, belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinde tüketici temerrüdü dolayısıyla kredi verenin borcun tamamının ifasını talep etmek suretiyle sözleşmeyi sonlandırması mümkündür. Ancak, bunun olabilmesi Kanun Koyucu tarafından belli koşullara bağlanmıştır: Kredi veren bütün edimlerini ifa etmiş olmalı, tüketici birbirini izleyen en az iki taksidi ödemede temerrüde düşmüş olmalı ve hakkın kullanımı için kredi veren tarafından tüketiciye en az otuz gün süre verilerek muacceliyet uyarısı yapılmalıdır. Sözleşmenin gerçekleştirilmesini beklemek, kredi verenin –edimlerini yerine getirdiği varsayımı altında, en doğal hakkıdır. Dolayısıyla, kredi verenin ediminin karşılığı olan şeyi talep edebilmesi normal şartlar altında hiçbir önkoşula bağlı olmamalıdır. Ancak, sözleşmenin karşı tarafının toplumdaki zayıf kesimlerden³⁶¹ biri olarak kabul edilen tüketicilerden oluşması, Kanun Koyucu’nun kredi verenin sahip olduğu bu hakkı tüketiciyi koruyacak biçimde sınırlandırmasına neden olmuştur. Dolayısıyla, bu yöndeki bir düzenlemenin, sosyal devlet ilkesinin bir görünümü olduğunu ve ortaya bir sosyal yarar çıkarttığını söylemek mümkündür. Diğer taraftan, kredi verenin borcu muaccel kılmak suretiyle edimin ifasını derhal talep edebilmesinin kısıtlanmasının kredi veren açısından doğurduğu bir zarar da söz konusu değildir. Zira kredi verenin, hükmün gerekçesinde de ifade edildiği üzere, ödenmeyen taksitlere yürütülecek temerrüt faizi dolayısıyla yeterince korunması mümkündür. Dolayısıyla, düzenleme, tüketiciyi korumak suretiyle ortaya bir sosyal çıkartmakla beraber, piyasaların işleyişine aykırı bir duruma da yol açmamakta ve sosyal piyasa ekonomisinin gerekleriyle uyum sağlamaktadır.

Mevzuatımızda, sözleşmenin bir diğer olağan dışı son erme biçimi olan haklı sebeple sona ermeye ilişkin düzenlemeler de mevcuttur. Buna göre, belirsiz süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından, sözleşmede kararlaştırılmış olması halinde, kredi veren haklı nedenlerin varlığı durumunda bildirim süresine uymadan belirsiz

³⁶¹ Zevkliler, **a.g.e.**, s.8.

sürelî kredi sözleşmesini feshedebilir. Görüşümüzce, bu yöndeki düzenleme belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından da sonuç doğurabilir³⁶². Haklı sebep, TBK m.435’de, “sözleşmeyi fesheden taraftan, dürüstlük kurallarına göre hizmet ilişkisini sürdürmesi beklenemeyen bütün durum ve koşullar” olarak tanımlanmıştır. Haklı sebep kavramının sınırlarının oldukça geniş olması ve –her ne kadar kredi verenin fesih ve nedenleri hakkında tüketiciyi bilgilendirme yükümlülüğü olsa da, tek taraflı bir irade beyanıyla sonuç doğurabilecek olması, görüşümüzce, tüketici mağduriyetinin ortaya çıkmasına neden olabilir. Dolayısıyla, tüketici kredisi sözleşmelerinin haklı sebeple sona erdirilmesi konusunda tüketiciye sağlanan korumanın yetersiz olduğu ve bir sosyal piyasa ekonomisinde tüketiciye sağlanması gereken korumanın gereklerini karşılamadığı düşünülmektedir.

SONUÇ

Serbest piyasa ekonomisi, devletin ekonomi içerisindeki rolünün belli temel kamusal mal ve hizmetlerin üretimiyle sınırlandırıldığı, iktisadi kararların piyasa tarafından verildiği ekonomik sistemdir³⁶³. Günümüzde, ana akım iktisadi sistem olarak uygulanan serbest piyasa ekonomisinin tercih ve dikte edilmesinin nedeni, rekabet içerisindeki piyasaların en uygun kaynak tahsisini sağlayacağı ve böylece toplum refahının artacağı beklentisidir³⁶⁴. Ancak, geçmiş tecrübeler göstermiştir ki, teorideki bu beklenti gerçeğe dönüşmemiş ve serbest piyasa ekonomisi fikri ciddi eleştiri altında kalmıştır. Serbest piyasa ekonomisine yönelen eleştiriler aşağıdaki hususlar üzerinde yoğunlaşmıştır³⁶⁵:

³⁶²TBK’nın hizmet sözleşmesinin haklı sebeple feshini düzenleyen, “Taraflardan her biri, haklı sebeplerle sözleşmeyi derhâl feshedebilir. Sözleşmeyi fesheden taraf, fesih sebebini yazılı olarak bildirmek zorundadır. Sözleşmeyi fesheden taraftan, dürüstlük kurallarına göre hizmet ilişkisini sürdürmesi beklenemeyen bütün durum ve koşullar, haklı sebep sayılır.” şeklindeki 435’inci maddesi, belirli süreli hizmet sözleşmeleri ve belirsiz süreli hizmet sözleşmeleri bakımından bir ayırım gözetmemiştir. Belirli süreli tüketici kredisi sözleşmelerinin haklı sebeple feshine ilişkin mevzuatımızda bir düzenleme bulunmadığı göz önünde bulundurulduğunda, hükmün kıyasen belirli süreli tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından uygulanabileceği düşünülmektedir.

³⁶³ Bruce R. Scott, “The Political Economy of Capitalism”, <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/07-037.pdf>, 18 Ekim 2017, s. 1

³⁶⁴ Çakal 1996, s.5, aktaran Serdar Altınok, Ahmet Ay, Hakan Acet, “Serbest Piyasa Ekonomisi ve Devletin Regülasyonu”, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/selcuksbmyd/article/view/5000084380/5000078474>, 18 Ekim 2017, s.42

³⁶⁵ Murat İnce, “Piyasa Ekonomisi ve Özgürlük”, *Sayıştay Dergisi*, S. 2015/98, s.82 vd.; Murray N. Rothbard, “Ten Ethical Objections to the Market Economy”, <https://mises.org/library/ten-ethical-objections-market-economy>, 15 Ekim 2017

- Her bireyin kişisel çıkarını bilerek buna göre hareket etmesi: Her bireyin kişisel faydası doğrultusunda hareket ettiğini öne süren “ekonomik insan” varsayımı bir madden ibarettir. İnsanların çoğu bu kapsamda değerlendirilebilmekten oldukça uzaktır. Bu nedenle, bireylerin menfaatlerin korunması için devlet müdahalesi şarttır.
- Ahlâki olmayan seçimler: Serbest piyasa ekonomisini bireysel tercihler şekillendirir. Bireylerin tercihlerinin ahlâki olmayan ürünlere kayması durumunda ise, bu durum, serbest piyasa sistemin bir problemi olarak değil, değerlerin bir problemi olarak görülür. Dolayısıyla, bu durumun sakıncalarını giderme görevi de devlete düşmektedir.
- İnsan doğasının ahlakiliği: Serbest piyasa ekonomisi tüm insanoğlunun melek olduğunu varsayar. Esasen, liberal teoriye hakim olan bu türden bir varsayım olmamakla birlikte, toplumun iyilerden ve kötülerden oluştuğu gerçeği liberal teori tarafından ihmal edilmektedir. Dolayısıyla, kötülerin bulunduğu bir piyasa tamamen serbest bırakılamaz. Asgari düzeyde gözetim ve denetim şarttır.
- Eşitliğe duyulan ihtiyacın karşılanabilmekten uzak olması: Serbest piyasa ekonomisine yöneltilen başlıca eleştiri toplumda duyulan makul seviyedeki eşitliğe cevap verememesidir. Bahsedilen eşitlik, toplumun bütün bireyleri arasında mutlak surette tesis edilecek eşit bir satın alma gücü değildir. Bu yöndeki bir hedef zaten gerçekçi değildir. Fakat, serbest piyasa ekonomisi eşitsizliği giderebilme kabiliyetine de sahip değildir. Dahası, serbest piyasa ekonomisi, eşitsizlikten olumsuz etkilenen insalara bu eşitsizliği giderme noktasında ihtiyaç duydukları özgürlüğü –başka bir deyişle, fırsat eşitliğini de sağlayamamaktadır. Varlıklı bir ailenin çocuğunun aldığı okul eğitimi ile maddi gücü yetersiz bir ailenin çocuğunun aldığı okul eğitimi bir değildir.
- Güvenlik problemi: Serbest piyasa ekonomisinde, özgürlük fikrinin kutsanması güvenlik fikrinin kutsanmasına göre daha ağır basmaktadır. İçinde yaşadığımız dünya belirsizliklerle doludur. Geleceğe dair atmayı planladığımız her adım asgari düzeyde risk faktörünü bünyesinde barındırır. Risk faktörünün mutlak surette ortadan kaldırılabilmesi mümkün değildir. Elinde nakit tutan bireyin zamanla satın alma gücünün aşınması riski, yatırım yapan bireyin zarar etmesi

riski bunlara örnek olarak verilebilir. Serbest piyasa ekonomisinin hakim olduğu toplumlarda bireyler; tasarruf, girişimcilik ve sigorta gibi mekanizmalar aracılığıyla geleceğin doğurduğu belirsizliklerin etkilerini gidermeye çalışırlar. Ancak, bunların hepsi sistem işlediği müddetçe bireyler açısından koruma vazifesi görebilir. Zira bunların tamamı, sistemin kendi ürettiği mekanizmalardır. Sistem çökerse mekanizmalar da çöker.

- Sosyal statünün verdiği sözümona haz: Serbest piyasa ekonomisine yöneltilen bir diğer başlıca eleştiri mutsuz insanların ortaya çıkışını tetiklemesidir. Serbest piyasa ekonomisinin doğup gelişmesiyle birlikte, yaptığı işi mesleki aidiyet ve tatmin ile yapan zanaatkâr ve çiftçi sınıf ortadan kaybolmuş, yerine, kitleler halinde üretimin bir parçası olmaya zorlanan ve sistemin değer yargılarının ortaya çıkardığı sosyal statü (diploma, makam, unvan vb.) ile tatmin sağlamaya çalışan bir toplum ortaya çıkmıştır. Söz gelimi, serbest piyasa ekonomisinin gelişiminden önce, bir zanaatkâr elindeki hammaddeyle bir çift ayakkabıyı üretim sürecinin başından sonuna kadar tek başına üretebiliyorken, serbest piyasa ekonomisinin yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte, aynı zanaatkâr, en fazla bir ayakkabı fabrikasının herhangi bir biriminde çalışmak suretiyle üretim sürecine katkı sunan konumunda olabilmektedir. Serbest piyasa ekonomisinin insanları mutsuzluğa sürükleyen bir diğer sonucu da, insanları rekabetçi biçimde hareket etmeye zorlamasıdır. Rekabetçi bir ortamda çalışan insan, çalışma arkadaşları ve çalıştığı yer ile duygusal bir bağ kuramamakta ve mevcut statüsünü koruyabilmek adına etik dışı davranışlar sergileyebilmektedir. Bu da mutsuzluğu beraberinde getirmektedir.
- Yoksulluğun giderilemediği bir özgürlük: Serbest piyasa ekonomisinin en öne çıkan düsturlarından birisi toplumsal refahın artacağıdır. Ancak, serbest piyasa ekonomisinin yoksulluğu azaltabildiğine dair ortada hiçbir delil yoktur. Serbest piyasa ekonomisi özgürlük fikrine dayanır. Özgürlük ise, başkaları bakımından zarar doğurmayan davranışlar bağlamında ancak ele alınabilir. Zira bir davranış neticesinde ortaya çıkan durum, bir başkasına zarar veriyor ve zarar gören kişi doğal olarak bu durumdan hoşnutsuz ise, zarar gören kişinin özgürlüğünden söz edilemez. Benzer şekilde, serbest piyasa ekonomisi kurallarının hüküm sürdüğü bir ortamda, serbest piyasa uygulamaları insanları yoksullaştırıyor veya

yoksulluktan kurtaramıyor ise, serbest piyasa ekonomisinin dayandığı “özgürlük” fikrinin temellerinden sağlıklı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

- Bencil materyalizm: Serbest piyasa ekonomisi, insanoğlunun maddesel ihtiyaçlarına en iyi cevap veren sistem olabilir. Ancak, insanoğlunun maddesel yoğunlaşması onu daha büyük ideallere erişmekten alıkoyar. İnsanı manevi ve entellektüel değerlerden uzaklaştırır, başkaları için faydalı olma yönündeki yatkınlığını köreltir.
- Orman kanunları: Güçlü olanın hayatta kaldığı şeklindeki orman kanunları serbest piyasa ekonomisinin doğasına hâkimdir. Serbest piyasa ekonomisi, güçlü olanın, sahip olduğu rekabet gücüyle güçsüz olanı ortadan kaldırabileceği bir sistemdir. Bu bakımdan, güçlü olanın hayatta kalması için zayıf olanın ortadan kaldırılmasını destekleyen “sosyal darwinizm” ile benzerlik taşımaktadır.

Serbest piyasa ekonomisine yönelik yukarıda yer verilen eleştirilerin bileşimine bakıldığında, eleştirilerin ağırlıklı olarak “sistemin insan ve toplum ihtiyaçlarına cevap verememesi” sorunsalı etrafında toplandığı dikkatlerden kaçmayacaktır. Bunun gerekçesi olarak da, sistemin insan doğasını ve insana dair gerçekleri geri plana atan karakteri ön plana çıkmaktadır. Söz gelimi, serbest piyasa ekonomisi, insanların faydasını bilen ve buna göre hareket eden rasyonel varlıklar olduğunu kabul eder. Fakat gerçek şudur ki, insanların faydalarına olan seçeneği daima bilebildiklerine dair geçerli bir doğa kanunu yoktur. Kaldı ki, insanlar faydalarına olanı bilebilseler dahi çeşitli sebeplerden ötürü faydalarının gereklerine uygun davranamayabilirler. Mesela, bir tüketici, kendisi açısından tüketici kredisi kullanmanın sonuçlarını, krediyi ödeyip ödeyemeyeceğini mükemmel bir şekilde tayin edebilir mi? Tüketicinin, bu değerlendirmeyi yapabilmek için ihtiyaç duyduğu eğitime ve bilgiye her durumda sahip olduğu söylenebilir mi? Diğer taraftan, tüketici krediyi ödeyip ödeyemeyeceğine dair sağlıklı bir değerlendirme yapabilse ve ödeyemeyeceğine kanaat getirse dahi, yönlendirilmiş iradesi dolayısıyla satın almayı çok arzu ettiği bir şey için kredi kullanmamayı tercih edeceğini söyleyebilmek mümkün müdür? Görüşümüzce, yukarıdaki sorulara verilmesi uygun düşen cevap “hayır” şeklinde olmalıdır. Zira serbest piyasa ekonomisinin insanlar ve dolayısıyla tüketiciler için öngörmüş olduğu rasyonellik varsayımı gerçekçi olabilmekten uzaktır.

Pür haliyle serbest piyasa ekonomisi, nedenleri yukarıda ifade edildiği üzere toplum ihtiyaçlarına cevap verebilmekten uzaktır. Diğer taraftan, serbest piyasa ekonomisi ifadesinde geçen “serbest” nitelemesi, can alıcı bir önem arz etmektedir. Serbestlik ya da özgürlük, ekonomik tartışmalar bir kenara, insan doğasının gereği, insan iradesinin anlamlı kılınma şeklidir. Dolayısıyla, esas olan özgürlük olmalıdır. Fakat bizim özgürlükten anladığımız, kişinin hareket serbestiyeti şeklinde tanımlanabilecek, kapsamı birey ile sınırlandırılan türden dar kapsamlı bir özgürlük değil; toplum bağlamında ele alınabilecek ve sınırlarını toplum menfaatlerinin belirlediği türden bireyler üstü bir özgürlüktür. Bu bakımdan, birey odaklı bir ekonomik sistem olan serbest piyasa ekonomisinin özgürlük anlayışı, bizim benimsediğimiz özgürlük anlayışı ile tam manasıyla örtüşmemektedir. Bu noktadaki önerimiz, serbest piyasa ekonomisi yerine, özgürlük temelinde, fakat özgürlük kavramını daha bütüncül ve kolektivist bir bakış açısıyla ele alan, aynı zamanda insan ve toplum odaklı sosyal bir piyasa ekonomisi sisteminin tercih edilmesi yönünde olacaktır.

Bu noktada, sosyal piyasa ekonomisi ifadesi ile tam olarak neyin anlatılmak istendiği, sosyallik ve piyasa arasındaki ilişkinin düzeyinin nasıl belirleneceği soruları akla gelecektir. Bizim sosyal piyasa ekonomisinden anladığımız, Ludwig Erhard’ın “piyasa ne kadar özgür olursa, o kadar sosyal olur”³⁶⁶ şeklindeki sözleriyle ifade ettiği türden bir sosyal piyasa ekonomisi değil, Alfred Müller Armack’ın piyasa mekanizmasının yönlendirmeye sosyal politika hedeflerine tabi kılınması yönündeki düşüncesi etrafında şekillenen türden bir sosyal piyasa ekonomisidir.

Esasen tüketicinin korunması meselesi, her ne kadar kendisine serbest piyasa ekonomilerinde uygulama alanı bulmuş olsa da, serbest piyasa ekonomisine değil, sosyal piyasa ekonomisine ait bir sorunsaldır. Zira serbest piyasa ekonomisinin bu türden bir sorun tanımlaması mevcut değildir. Serbest piyasa ekonomisinde hür iradeleriyle hareket eden eşit taraflarlar vardır. Serbest piyasa ekonomisi, taraflardan birinin zayıf olması sorunu ile ilgilenmez. Dolayısıyla, tüketicinin korunması, piyasa serbestisinin benimsendiği bir ekonomide zayıfın güçlü karşısında korunmasını amaçlayan bir sosyal politika hedefi olup, özü itibarıyla sosyal piyasa ekonomisine ait bir elementtir. Bu noktadan hareketle, sağlıklı, etkin ve amacına uygun bir korumanın ancak sosyal politikanın temel ilke olarak benimsendiği bir sosyal piyasa

³⁶⁶ Erhard 1966, s.320, aktaran KAS, **a.g.m.**, s.17

ekonomisinde vücut bulabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, tüketiciyi koruyucu düzenlemelere hukuk sistemi içerisinde yer veren piyasa serbestisini benimsemiş bir ülke olarak, Türkiye'nin bir sosyal piyasa ekonomisi olması gerektiği düşünülmüş ve hâlihazırda tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından tüketiciye sağlanan korumanın sosyal piyasa ekonomisi olmanın gerekleriyle bağdaşması gerektiği kanaati hasıl olmuştur.

Türkiye'de tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından finansal tüketiciye sağlanan korumanın özü itibarıyla ne kadar sosyal olduğunun, sosyal piyasa ekonomisinin gerekleri ve değerleriyle ne kadar uyumlu olduğunun değerlendirmesi üçüncü bölümde yapılmıştır. Bu değerlendirme neticesinde, sosyal piyasa ekonomisi olabilme yolunda olumlu aşamalar olduğunu düşündüğümüz hususlar özetle şu şekildedir:

- Mevzuatımızda, tüketicinin bilgilendirilmesi hususunun üzerinde yoğunlukla durulmuştur. Gerek sözleşme öncesinde, gerek sözleşmenin ifası aşamasında, gerekse de sözleşmenin sona erdiği durumlara ilişkin tüketicinin bilgilendirilmesini öngören düzenlemeler hukukumuzda mevcuttur. Efektif yıllık faiz oranı ve sözleşme öncesi bilgi formu uygulamaları tüketicinin bilgilendirilmesi noktasında oldukça pratiktir. Reklamların zorunlu içeriğinin tayin edilmesi, tüketicinin yanıltılmasının önüne geçilmesi bakımından önem arz etmektedir.
- Tüketici kredisi sözleşmelerinde tüketiciye cayma hakkının tanınması bilhassa zayıf iradeye sahip olan tüketicilerin korunması bakımından önem arz etmektedir.
- Sözleşmenin standart şeklinin ve içeriğinin belirlenmesi, sözleşmenin doğru anlaşılabilmesi ve tüketicinin yanıltıcı sözleşme hükümlerine karşı korunması bakımından önemlidir.
- Her tüketicinin birer piyasa uzmanı olmadığından hareketle, sabit faiz oranı uygulaması, tüketicinin piyasada gelecekte oluşabilecek risklere karşı korunması noktasında önemlidir.

- Tüketici kredisi sözleşmesiyle ilişkili kredili mevduat hesabı açılabilmesinin tüketicinin açık talimatına bağlanmış olması, tüketicinin gelecekteki maddi menfaatlerinin korunması bakımından önemli bir uygulamadır.
- Sözleşmede öngörülen koşulların sözleşme süresince tüketici aleyhine değiştirilememesi, tüketici menfaatlerinin korunması bakımından önemli bir husustur.
- Tüketickiye tanınan erken ödeme yapabilme imkânı, tüketicinin borcundan erkenden kurtulup borç sarmalına girmesinin önlenmesi bakımından önem taşımaktadır.
- Tüketici kredisi ile ilişkili sigorta yaptırmanın tüketicinin açık talimatına bağlı olması ve sigorta yaptırmak isteyen tüketicinin dilediği sigorta şirketini tercih edebilmesi tüketicinin maddi menfaatlerinin korunması noktasında pozitif gelişmelerdir.
- Tüketicilerin kredi borcunu ödeme noktasında temerrüde düşebilecekleri göz önünde bulundurularak, borcun tamamının ifasının talep edilebilmesinin kredi veren açısından belli koşullara bağlanarak zorlaştırılması, tüketicilerin altından kalkılması güç bir durumla karşılaşmamalarının desteklenmesi bakımından önemlidir.

Sosyal piyasa ekonomisi olabilme yolunda yeterli olmadığını ve geliştirilmeye ihtiyacı olduğunu düşündüğümüz hususlar ise özetle şu şekildedir:

- Tüketicinin bilgilendirilmesi hususuna verilen önem dikkate değerdir. Ancak, tüketicinin aydınlatılması konusundaki eksiklikler göze çarpmaktadır. Tüketicinin bilinçlendirilmesi sürecinde, bilgilendirmenin yanısıra aydınlatma müessesesine de gereken önem verilmelidir.
- Kredi kullanımının bedeli faiz ödemesidir. Açıkça kredi kullandırma işleminin dışında bir işlem ile ilişkili olmadığı sürece tüketiciden hiçbir ücret talep edilmemelidir. Kredi kullandırma işlemi ile ilişkili olan kredi tahsis ücreti uygulamasına son verilmelidir.

- Tüketici kredisi sözleşmelerinin haklı sebeple sona ermesine ilişkin olarak, haksız bir fesihe yol vermeyecek, daha spesifik bir haklı sebep tanımlaması yapılmalıdır.

Görüşümüzce, tüketici kredisi sözleşmeleri bakımından tüketiciye sağlanan koruma, bir sosyal piyasa ekonomisi olabilmenin gereklerini bünyesinde önemli ölçüde barındırmaktadır. Diğer taraftan, yine önemli olarak nitelendirilebilecek noktalarda eksiklikler mevcuttur. Bu noktadan hareketle, salt tüketici kredisi sözleşmelerinde tüketiciye sağlanan koruma bağlamında değerlendirildiğinde, Türkiye'nin bir sosyal piyasa ekonomisi olmaya yakın olduğu, ancak ideal bir sosyal piyasa ekonomisi olma yolunda hâlihazırda katedilmesi gereken mesafelerin bulunduğu kanaati tarafımıza hasıdır.

KAYNAKÇA

- Adam, Stewart ve Amstrong, Gary ve Brown, Linden ve Kotler, Philip : **Marketing**, Pearson Education 7. Baskı, 2006.
- Adian, Sam : **İslam İktisat Teorisi ve Refah Toplumuna Geçiş**, Hong Kong 2014.
- Ahlswede, Sophie : “Consumer protection in financial services”, http://www.dbresearch.de/MAIL/DBR_INTERNET_DEPROD/PROD0000000000273424.pdf, 13 Şubat 2017.
- Akçura Karaman, Tuba : **Üreticinin Ayıplı Ürününün Sebep Olduğu Zararlar Nedeniyle Üçüncü Kişilere Karşı Sorumluluğu**, İstanbul 2008.
- Akipek, Şebnem : **Türk Hukuku ve Mukayeseli Hukuk Açısından Tüketici Kredisi**, Seçkin Yayınevi, Ankara 1999.
- Aktan, Coşkun Can : **Anayasal İktisat**, İstanbul 1997.
- Aktan, Coşkun Can : “Moneterizm ve Rasyonel Beklentiler Teorisi”, http://www.canaktan.org/ekonomi/anayasal_iktisat/monetarizm/aktan-monetarizm.htm, 30 Aralık 2016.
- Aktürk, İpek Yücer : “Tüzel Kişi Tacirin Tüketici Sıfatı”, **Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi** C. XX, Y. 2016, Sa. 2, s.103-128.
- Akyıldız, Hüseyin : “Tartışılan Boyutlarıyla ‘Homo Economicus’”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** Y.2008, C.13, S.2 s.29-40.
- Altınok, Serdar ve Ay, Ahmet ve Acet, Hakan : “Serbest Piyasa Ekonomisi ve Devletin Regülasyonu”, <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/selcuksbmyd/article/view/5000084380/5000078474>, 18 Ekim 2017, s.41-64

- Ankara Barosu : **Tüketici Hukuku**, Ankara Barosu Yayınları, 1. Baskı, Ankara 2000.
- Asmundson, Irena : “Financial Services: Getting the Goods”, www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/basics/finserv.htm, 16 Şubat 2017.
- Atamer, Yeşim M. : **Kredi ve Diğer Finansman Sözleşmelerinde Tüketicinin Korunması**, On İki Levha Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul 2016.
- Atamer, Yeşim M. : **Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması Sorunu Çerçevesinde Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi**, 2.Bası, İstanbul 2001.
- Avşar, Zeki : “Tüketicinin Bilgilendirilmesi, Eğitimi ve Bilinçlendirilmesinde Medyanın Rolü ve Önemi”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Temmuz 2001, s. 3-15.
- Aydoğan, İsmail : “Bilim İnsanı ve Entelektüel Özellik”, **GAU J. Soc. & Appl. Sci.**, 3(6), 2008, s. 81-87.
- Aydoğdu ve Zevkliler : **Tüketicinin Korunması Hukuku**, 3. Baskı, Ankara 2004.
- Bastiat, Frederic : **The Law**, Alabama 2007.
- Baştuğ, Zeynep : “Alışveriş Merkezleri ve Değişim” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, Mayıs 2005.
- Baumol, William J. ve Blinder, Alan S. : **Microeconomics: Principles & Policy**, 12th Edition, 2012.
- Bayazıt Hayta, Ateş : “Tüketicinin Korunmasında Tüketici Örgütlerinin Rolü ve Önemi”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, Cilt: 15 No:1, Mart 2007, s.13-20.
- BDDK : **Finansal Tüketicinin Korunması Eylem Planı**, Kasım 2014.
- Beier, F. : “The Development and Present Status of Unfair Competition Law in Germany-An Outline”, **IIC 1973**, s. 77-89.

- Bentham, Jeremy : **An Introduction to the Principles of Morals and Legislation**, Batoche Books, Kitchener 2000.
- Berber ve Bocutoğlu : **Mikro İktisada Giriş**, Murathan Yayınevi, Trabzon 2012.
- Board of Governors of The Federal Reserve System : “Report to the Congress on Practices of the Consumer Credit Industry in Soliciting and Extending Credit and their Effects on Consumer Debt and Insolvency”, <https://www.federalreserve.gov/boarddocs/rptcongress/bankruptcy/bankruptcybillstudy200606.pdf>, 23 Şubat 2017.
- Bofinger, Peter : “German macroeconomics: The long shadow of Walter Eucken”, <http://voxeu.org/article/german-macroeconomics-long-shadow-walter-eucken>, 21 Eylül 2017.
- Bokajlo, Justyna : “Germany and Its Social Market Economy”, **The WSB University in Poznan Research Journal 2016**, Vol. 68, No. 3, s.101-114.
- Bonefeld Werner : “Freedom, Crisis and the Strong State: On German Ordoliberalism”, <http://blog.jinbo.net/attach/5577/1197123761.pdf>, 20 Eylül 2017.
- Buchanan, James M. : **The Domain of Constitutional Economics, Constitutional Political Economy**, Vol. 1, No. 1, 1990, s.1-17.
- Calder, Lendon : **Financing the American Dream: A Cultural History of Consumer Credit**, Princeton University Press, New Jersey 1999.
- Ceylan, Ebru : “6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Getirdiği Önemli Yenilikler ve Değişiklikler”, **İstanbul Barosu Dergisi**, Cilt: 89, Sayı: 2, Yıl: 2015, s.76-178.
- Ceylan, Ebru : “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'daki Tüketici Kredileri İle İlgili Yeni Düzenlemeler”, **İstanbul Barosu Dergisi**, Cilt: 88, Yıl: 2014, Özel Sayı: 1, s.61-80.

- Ceylan, Ebru : “Avrupa Birliği Hukukunda ve Türk Hukukunda Tüketici Kredileri – I”, **TBB Dergisi**, Sayı 79, 2008, s.35-60.
- Ceylan, Ebru : “Avrupa Birliği Hukukunda ve Türk Hukukunda Tüketici Kredileri – II”, **TBB Dergisi**, Sayı 80, 2009, s.121-148.
- Ceylan, Ebru : “Kredi Kartlarıyla İlgili 6502 Sayılı Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un Getirdiği Yenilikler”, **TBB Dergisi**, Sayı 80, 2009, s.233-284
- Ceylan, Ebru : **Türk, İsviçre ve Avrupa Birliği Hukukunda Kredi Kartını Kullanan Tüketicinin Hukuki Durumu**, İstanbul 2010.
- Corradi, Antonella : “International Law and Consumer Protection: The history of consumer protection”, http://www.nyulawglobal.org/globalex/International_Law_Consumer_Protection.html, 12 Ocak 2017.
- Çolak, Ömer Faruk : “Tüketim Üzerine”, **İktisat ve Toplum Dergisi**, Aralık 2011, s.32-34.
- Cseres, Katalin Judit : **Competition Law and Consumer Protection**, 2005.
- Derya, Hülya : “Freiburg Okulu Çerçevesinde Eucken Ve Hayek”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Y.2016, C.21, S.2, s.493-512.
- Deryal, Yahya : **Tüketici Hukuku**, Seçkin Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara 2008.
- Doğan, Vahit : “Milletlerarası Özel Hukukta Zayıf Akit Tarafın Koruması”, **Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni**”, Cilt 15, sayı 1-2 1995, s. 21-42.
- Durak ve Yücel : “Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** Y.2010, C.15, S.2 s.151-168.
- Ebner, Alexander : “The intellectual foundations of the social market economy”, **Journal of Economic Studies**, Vol. 33 Iss 3 s. 206-223.

- Erdoğan, Tahsin : “Tüketicinin Korunmasına İlişkin Haklarla İlgili Anayasal Ve Yasal Düzenlemelerin Nitelikleri Ve Anayasada Almaları Gereken Yerler”, **Akademik Bakış Dergisi**, Sayı 25, Temmuz-Ağustos 2011, s.1-14.
- Eren, Fikret : **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, 10. Baskı, İstanbul 2008.
- Erol, Ümit : **Eleştirel Bir Gözle Serbest Piyasa**, Şubat 1997.
- European Commission : “Consumer Protection In The Internal Market”, http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_298_en.pdf, 15 Şubat 2017.
- Fischer, Gustav : **Standard Texts on the Social Market Economy**, Stuttgart 1982.
- Friedman, Milton : **Capitalism and Freedom**, The University of Chicago Press, Chicago 1962.
- Gelpi, Rosa-Maria ve Julien-Labruyère, François : **The History of Consumer Credit**, Macmillan Press, 2000.
- Glossner, Christian L.ve Gregosz, David : **“The Formation and Implementation of the Social Market Economy by Alfred Müller-Armack And Ludwig Erhard”**, http://www.kas.de/wf/doc/kas_23246-544-2-30.pdf?110712113321.
- Goldschmidt, Nils : “Alfred Müller-Armack and Ludwig Erhard: Social Market Liberalism”, **Freiburg Discussion Papers on Constitutional Economics**, No: 04/12.
- Gökçe, Deniz : “Ordoliberalizm ve Almanya!”, <http://www.aksam.com.tr/deniz-gokce/yazarlar/ordoliberalizm-ve-almanya/haber-404878>, 21 Eylül 2017.
- Guardia, Nuria Diez : “Consumer Credit In The European Union”, **ECRI Research Report** No. 1, February 2002.
- Gümüş, Mustafa Alper : **6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi**, Vedat Kitapçılık, Cilt 1, İstanbul 2014.

- Havutçu, Ayşe : **Tüketicinin Genel İşlem Şartlarına Karşı Korunması**, İzmir 2003.
- İnce, Murat : “Piyasa Ekonomisi ve Özgürlük”, **Sayıştay Dergisi**, S. 2015/98, s.75-96
- İnceoğlu, M. Murat : **Yeni Tüketici Hukuku Konferansı**, İstanbul 2015.
- İstanbul Ticaret Odası : **Tüketici Kredilerinde Yeni Gelişmeler**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 2004-55.
- Joerges, Christian ve Rödl, Florian : “‘Social Market Economy’ as Europe’s Social Model?”, **EUI Working Paper LAW**, No. 2004/8, s.1-25.
- John, Klaus Dieter : “The German Social Market Economy – (Still) a Model for the European Union?”, **Theoretical and Applied Economics**, No:3/2007, s.3-10.
- Kadıoğlu, Kâmil : “4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da 4822 Sayılı Kanun’la Yapılan Değişiklikler Hakkında İnceleme”, **TBB Dergisi**, Sayı 55, 2004, s.295-316.
- Kamilçelebi, Hatime : “Davranışsal İktisadın Neoklasik İktisat Fayda Teorisine Eleştirisi ve Davranışsal İktisatta Fayda-Mutluluk İlişkisi”, **Ekonomi Bilimleri Dergisi**, Cilt 4, No 2, 2012, s.55-65.
- Kapancı, Kadir Berk : “Dönme Cezası (TBK m. 179 f.3) ve Cayma Parası (TBK m. 178) Kavramları Arasında Kısa Bir Karşılaştırma”, **MÜHF - HAD**, C.22, S.2, s.247-270.
- Karpat Aktuğlu, Işık : “Tüketicinin Bilgilendirilmesi Sürecinde Reklam Etiği”, **Küresel İletişim Dergisi**, Sayı 2, Güz 2006, s.1-20.
- KAS : “Sosyal Piyasa Ekonomisi ve İslamdaki Algılanışı”, Ankara 2010, s 1-248, http://www.kas.de/wf/doc/kas_23417-1522-12-30.pdf?1108161446, 2 Ekim 2017.
- Kaya, Ferudun : “Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması”, <https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/807/263.pdf>, 17 Mart 2017.
- Kazgan, Gülten : “2008 Küresel Krizi: Nedenleri, Etik İlkeleri ve İktisat Eğitimi”, <http://www.tek.org.tr/dosyalar/bunalim1.pdf>,

8 Şubat 2017.

- Kemmerer, E.W. : “The War and Interest Rates”, **The American Economic Review**, Vol. 9, No. 1, Supplement, Papers and Proceedings of the Thirty-First Annual Meeting of the American Economic Association, (Mar.,1919), <http://www.jstor.org/stable/pdf/1813987.pdf>, 18 Şubat 2017.
- Küçükcalay, Abdullah Mesud : **İktisadi Düşünce Tarihi**, İstanbul 2011.
- Küçükyalçın, Arzu : **Karşılıklı Hukukta Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması**, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.53 S.4, s.101-124.
- Labrousse, Agnes ve Weisz, Jean-Daniel : **Institutional Economics in France and Germany**, Heidelberg 2001.
- Lutz, F.A. : “The German Currency Reform and the Revival of the German Economy”, **Economica**, New Series, Vol. 16, No. 62 (May, 1949) s.122-142.
- Mayer, Robert N. : **The Consumer Movement: Guardians of The Marketplace**, Boston 1989.
- Mill, John Stuart : **Essays on Some Unsettled Questions of Political Economy**, Batoche Books, Kitchener 2000.
- Mureşan, Ştefan Sorin : **Social Market Economy The Case of Germany**, Switzerland 2014.
- Nasır, Niray : “Anadolu Ahiliği’nin Sosyo-Ekonomik Yönleri”, <http://www.hbvdergisi.gazi.edu.tr/index.php/TKHBVD/issue/view/32>, 30 Ocak 2017.
- Obinger, Herbert ve Schmitt, Carina : “The Impact of The Second World War on Postwar Social Spending”, **European Journal of Political Research**, 2017, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1475-6765.12236>, 4 Ekim 2017. s.1-22
- Oğuz, Cemal : “Kapıdan Satışlarda Tüketiciye Tanınan Cayma Hakkının Kullanılmasının Şartları ve Caymanın Sonuçları”, http://webftp.gazi.edu.tr/hukuk/dergi/8_3.pdf, 7 Ekim 2017.

- Oğuzman, Kemal ve Öz, Turgut : **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, 2.Cilt, İstanbul 2013.
- Ozanoğlu, Hasan Seçkin : “Tüketici Sözleşmeleri Kavramı (Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un Maddi Anlamda Uygulanma Alanı)”, **Ankara Hukuk Fakültesi Dergisi**, C. 50, S. 1, Ankara 2001, s. 55-90.
- Özbilen, Arif Barış : **Sözleşmelerin Şekli ve Şekil Yönünden Hükümsüzlüğü**, Aralık 2016.
- Öztürk, Nazım : **Klasik ve Neoklasik İktisatta Gelir Bölüşümü, Çalışma ve Toplum Dergisi**, 2010/1, s.59-89.
- Özulucan ve Deran : **Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2009, Cilt 6, Sayı 11, s.85-108.
- Peacock, Alan ve Willgerodt, Hans : **Germany's Social Market Economy: Origins and Evolution**, New York 1989.
- Rado, Türkan : **Roma Hukuku Dersleri (Borçlar Hukuku)**, İstanbul 1997.
- Rothbard, Murray N. : “Ten Ethical Objections to the Market Economy”, <https://mises.org/library/ten-ethical-objections-market-economy>, 15 Ekim 2017.
- Ryan, Andrea ve Trumbull, Gunnar ve Tufano, Peter : “A Brief Postwar History of US Consumer Finance”, <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/11-058.pdf>, 27 Şubat 2017.
- Savaş, Vural : **Anayasal İktisat**, Genişletilmiş 3. Baskı, İstanbul 1997.
- Scott, Bruce R. : “The Political Economy of Capitalism”, <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/07-037.pdf>, 18 Ekim 2017, s. 1-28.
- Serozan, Rona : **Sözleşmeden Dönme**, 2.Bası, İstanbul 2007.
- SERPAM : “İslami Finans”, http://serpam.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2012/09/Islami_Finans.pdf, 1 Mart 2017.

- Shafir, Eldar ve Diamond, Peter ve Tversky, Amos : “Money Illusion”, **The Quarterly Journal of Economics**, Vol. CXII, Issue 2, May 1997, s.341-374.
- Sirmen, Lale : Tüketici Hukukunun Amacı ve Özellikleri, **Yaşar Üniversitesi Elektronik Dergisi**, Prof. Dr. Aydın Zevkliler’e Armağan, Cilt 8, Özel Sayı, s.2465-2476.
- Smith, Adam : **An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**, Metalibre Books, Mayıs 2007.
- Stanton, William J. : **Fundamentals of Marketing**, 7th Edition, Tokyo 1984.
- Şahin, İrfan : Sözleşme Özgürlüğü ve Sözleşme Özgürlüğünün Sınırları (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul 2008.
- Tekinay, Selahattin Sulhi ve Akman, Sermat ve Burcuoğlu, Haluk ve Top, Atilla : **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, 7.Baskı, İstanbul 1993.
- Topbaş, Hakan ve Kurşun, Ali Suphi : **Bankacılık Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları**, Aristo Yayınevi, 1.Bası, İstanbul 2015.
- Topbaş, Hakan ve Tüzüner, Özlem : **Milli Şerh**, Aristo Yayınevi, 1.Baskı, İstanbul 2016.
- Topbaş, Hakan ve Üçışık, Fehim : **2. Tüketici Hukuku Sempozyumu Ses Çözümleri ve Makaleleri**, Bilge Yayınevi, 1. Baskı, Ankara 2013.
- Topbaş, Hakan ve Üçışık, Fehim : **4. Tüketici Hukuku Kongresi - Sektörel Bazda Tüketici Hukuku ve Uygulamaları**, Bilge Yayınevi, Ankara 2015.
- Tunç, Süleyman : “Türkiye’de Tüketici Haklarının Gelişimi Ve Hak Arama Yolu Olarak İnternet”, **Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi**, Bahar 2015, Cilt 1, Sayı 2, s.70-85.
- Türkiye Bankalar Birliği : **Tüketici Kredileri ve Konut Kredileri**, Eylül 2017, Rapor No: DT01.
- Türkkan, Erdal : “Rekabet Hukuku Uygulamalarında ‘İşleyebilir Rekabet’ Olgusu ve Kavramı”,

<http://www.rekabet.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FPer%25c5%259fembe%2BKonferans%25c4%25b1%2BYay%25c4%25b1n%2Fperskonfyyn48.pdf>, 11 Ekim 2017.

- Tüsiad : **AT’de Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye’deki Durum**, Tüsiad Yayın No: TÜSİAD-T/90.04.132, İstanbul 1990.
- Uyar, Turgut : **Borçlar Kanunu Genel Hükümler**, 1.Cilt, 1990.
- Ünsal, Erdal M. : **Mikro İktisat**, BigBang Yayınları, 10. Baskı, Ankara 2014.
- Vanberg, Viktor J. : “The Freiburg School: Walter Eucken and Ordoliberalism”, **Freiburg Discussion Papers on Constitutional Economics**, No: 04/11, s. 1-21.
- Warren, Elizabeth : “Unsafe At Any Rate”, <http://democracyjournal.org/magazine/5/unsafe-at-any-rate/>, 15 Aralık 2016.
- World Bank Group : “Technical Note: Institutional Arrangements for Financial ConsumerProtection”, <http://responsiblefinance.worldbank.org/~media/GIAWB/FL/Documents/Publications/GPFI-TechNote-Institutional-Arrangements-for-CPFL-FINAL-20151123.pdf>, 9 Şubat 2017.
- Yardımcı, H. Erkan : “Rekabet Politikası, Tüketici Farkındalığı ve Sosyal Medya”, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Rekabet-Yazisi/Rekabet-Politikasi-Tuketici-Farkindaligi-ve-Sosyal-Medya>, 11 Mart 2017
- Zevkliler, Aydın : **Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun**, İzmir 1996.
- Zeytinoğlu, Erol : **Ekonomik Sistemler**, Fatih Yayınevi, 2. Baskı, İstanbul 1985.
- Zweig, Konrad : “The Origins of the German Social Market Economy”, [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/311423/mod_resource/content/1/Zweig%20\(1980\)%20The%20origins%20of%20the%20German%20Social%20market%20economy.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/311423/mod_resource/content/1/Zweig%20(1980)%20The%20origins%20of%20the%20German%20Social%20market%20economy.pdf), 4 Ekim 2017.

<http://ec.europa.eu>

<http://eur-lex.europa.eu>

<http://unctad.org>

<https://data.oecd.org>

<https://fred.stlouisfed.org>

<https://nottingham.ac.uk>

www.americanbar.org

www.bddk.org.tr

www.bundesregierung.de

www.consumercouncil.org.uk

www.consumerfinance.gov

www.consumersinternational.org

www.dailykos.com

www.dbresearch.de

www.dictionary.cambridge.org

www.eba.europa.eu

www.economics-reloaded.com

www.econlib.org

www.enuygun.com

www.federalreserve.gov

www.federalreservehistory.org

www.gesetze-im-internet.de

www.halkbank.com.tr

www.legalbank.net

www.legislation.gov.uk

www.oxfordreference.com

www.piyasarehberi.org

www.sec.gov

www.sgi-network.org

www.social-protection.org

www.tbb.org.tr

www.tbmm.gov.tr

www.tcmb.gov.tr

www.theglobaleconomy.com

www.tkbb.org.tr

www.tukder.com

www.tuketicfinansman.net

www.un.org

www.yourarticlelibrary.com

ÖZGEÇMİŞ

Barış SANCAK

Doğum Tarihi/Doğum Yeri: 15/08/1987 – Sürmene, TRABZON

Adres: Bağlarbaşı M. Emek Öz S. 6/6 Maltepe/İSTANBUL

E-mail: bsancak2@gmail.com

Eğitim:

2014–2017 İktisat Yüksek Lisans, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Galatasaray Üniversitesi.

2005–2010 İktisat Lisans, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi.

İş:

Mart, 2014 – Halen : Fon Uzman Yardımcısı, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

Temmuz, 2012 – Mart, 2014 : Sosyal Güvenlik Denetmen Yardımcısı, SGK

TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : T.C. GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
Enstitü : SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Hazırlayanın Adı Soyadı : Barış SANCAK
Tez Başlığı : Türkiye’de Tüketici Kredi Sözleşmeleri Bakımından Finansal
Tüketicinin Korunması ve Sosyal Piyasa Ekonomisi Çerçevesinde
Bir Türkiye Değerlendirmesi

Savunma Tarihi : 24 / 10 / 2017
Danışmanı : Doç.Dr Tuba AKÇURA KARAMAN

JÜRİ ÜYELERİ

Unvanı, Adı Soyadı

İmza

Prof.Dr. Sahir KARAKAYA



Doç.Dr Tuba AKÇURA KARAMAN



Doç. Dr. Ebru CEYLAN



Enstitü Müdürü

Prof. Dr. M. Yaman ÖZTEK-

