



TÜKETİCİ HUKUKUNDA HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

(Unfair Commercial Practices and Examples of Practice in Consumer Law)

Prof. Dr. Ebru CEYLAN¹

ÖZ

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun haksız ticari uygulamaları uygulama kapsamına almıştır. Avrupa Birliği Hukukunda ortalama tüketicinin ekonomik davranışını bozan veya bozma ihtimali olan mesleki özene aykırı olan ticari uygulamaların “haksız” olduğu kabul edilmiştir. Türk Tüketici Hukuku da bu gelişmelerden etkilenmiştir. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda bir ticari uygulamanın hangi durumlarda haksız kabul edileceği, ispat yükünün hangi tarafın üzerinde olduğu, haksız ticari uygulamanın reklam yoluyla yapılması durumu düzenlenmiştir. Haksız ticari uygulamanın tespiti ve denetimi ile ilgili hususlar ise Yönetmelikte düzenlenmiştir. Çalışmamızda Avrupa Birliği ve Türk Tüketici Hukukunda ticari uygulamalarla ilgili önemli kavramlar, ticari uygulamalarla ilgili düzenlemeler, aldatıcı ticari uygulamalar, aldatıcı ticari örnek uygulamalar, saldırgan ticari uygulamalar, saldırgan örnek ticari uygulamalar, hukuki yaptırımlar, idari yaptırımlar açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Haksız ticari uygulama, Haksız rekabet, Tüketici, Mesleki özen, Aldatıcı uygulama

ABSTRACT

The Consumer Protection Act No. 6502 has covered unfair commercial practices. In European Union Law, a commercial practice shall be unfair if it is contrary to the requirements of professional diligence, and it materially distorts or is likely to materially distort the economic behaviour with regard to the product of the average consumer. The Turkish Consumer Law has also been affected by this development. When a commercial practice will be deemed as “unfair”, who has burden of proof, the situation when the unfair commercial practice has been done by a commercial advertisement, have been regulated by the Consumer Protection Act No. 6502. However, the issues on determination and inspection of unfair commercial practices have been established by the By-Law. In our paper, within the context of European Union and Turkish Consumer Law, important concepts on commercial practices, regulations on commercial practices, examples of

1 İstanbul Aydın Üniversitesi Hukuk Fakültesi Medeni Hukuk Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, ebruceylan@aydin.edu.tr, ORCID ID: 0000-002-1618-1618-0128

misleading commercial practices, aggressive commercial practices, legal sanctions, administrative sanctions have been explained.

Keywords: Unfair commercial practice, Unfair competition, Consumer, Professional diligence, Misleading practice

GİRİŞ

Modern toplumlarda yaşanan sanayileşme ve seri üretim teknolojisindeki gelişmeler etkisiyle yoğun mal ve hizmet üretimi gerçekleşmiştir. Bunun sonucunda tüketiciler için önemli hukuki sorunlar doğmuştur. Piyasada hukuka uygun uygulamaların yapılması, tüketicinin ekonomik çıkarlarının korunması bakımından büyük önem arz etmektedir. Güvenli piyasa ortamı, tüketim alışkanlıklarının gelişmesine ve piyasada tüketicilerin kendilerini güvende hissederek talebi canlı tutmalarında etkili olmaktadır.

Tüketiciler ticari uygulamada bulunanlar karşısında her zaman bilgi ve tecrübe bakımından daha zayıf konumdadır. Tüketicilerin güvenli bir piyasa ortamında ihtiyaçlarını karşılama, ekonomik çıkarlarının korunması, mal ve hizmetler hakkında tam ve yeterli bilgilendirilerek piyasada hareket etme ve haksız ticari uygulamalar nedeniyle uğradığı maddi ve manevi zararların tazminini talep etme hakları bulunmaktadır. Tüketicilerin hukuki işlemler yaparken etki altında kalmadan serbest iradeleriyle karar vermeleri kendi ihtiyaçlarını gerektiği gibi karşılamaları bakımından çok önemlidir. Aksi takdirde haksız ticari uygulama etkisi altında kalarak ekonomik davranışlarının bozulması söz konusu olabilir. Piyasada satıcılar, sağlayıcılar, kredi verenler, üreticiler, ithalatçılar gibi ticari uygulamalarda bulunan pek çok kişi, mesleki özene aykırı ticari uygulamalar yapabilmektedir. İşte bu türdeki uygulamalar tüketicilerin ekonomik menfaatlerinin zarar görmesine sebep olmaktadır. Haksız ticari uygulamalar aldatıcı ticari uygulamalar ve saldırgan ticari uygulamalar olarak tüketicilerin karşısına çıkabilir. Haksız ticari uygulamalar aynı zamanda haksız rekabet hali olarak da kabul edilmektedir. Haksız ticari uygulamalar, tüketicinin sözleşme kurmadan önce, kurduğu sırada veya sonrasında görülebilir. Bu nedenle tüketicilerin ticari faaliyette bulunanla mutlaka bir sözleşme kurmuş olması aranmamaktadır.

I. HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALARLA İLGİLİ HUKUKİ GELİŞMELER

A. Avrupa Birliği Hukukundaki Gelişmeler

Avrupa Birliği ülkelerinde gerçekleşen sanayileşme ve teknolojik ilerlemeler sonucunda tüketicilerin korunma ihtiyacı her alanda



gündeme gelmiştir². Mallarla ve hizmetlerle ilgili reklamlar ve pazarlama stratejilerdeki gelişmelerden tüketiciler de etkilenmiştir. Haksız ticari uygulamalar nedeniyle tüketicinin iradesinin oluşmasına etki edilmekte ve tüketici gerçekte kurmayacağı bir sözleşmeyi kurmak için etki altında kalmaktadır³.

11.05.2005 tarihli 2005/29 EC sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi Haksız Ticari Uygulamalar ile ilgilidir. Bu Direktif, 84/450 EEC sayılı Konsey Direktifi 97/7/EC, 98/27/EC ve 2002/65 /EC sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifleri ve 2006/2004 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü ile değiştirilmiştir. Bu Direktif ile tüketicinin korunmasına yönelik bürokratik ve yargısal engeller aşılmıştır⁴. Bu Direktif ile üye ülkelerde tek tip koruma yükümlülüğü getirilmiştir. Direktifin kapsamına tüketicinin özgür şekilde karar almasına engel olan her türlü ticari uygulamalar girmektedir⁵.

Ticari uygulamalarda haksızlık belirlenirken dikkatli ve tedbirli tüketici model alınmış olsa da zayıf tüketicinin korunması ilkesi (m.5 /III) de önemli bir ilke olarak Direktif'te belirtilmiştir. Ticari uygulama sırasında kullanılan aşırı abartılı ifadeler nedeniyle uygulamanın yalnızca zayıflığı, zihinsel veya fiziksel zaafı, yaşı veya saflığı nedeniyle açıkça incinebilir olarak tanımlanan tüketici grubu ise ayrıca özel olarak korunmaktadır.

Bu Direktif, genel hüküm, aldatıcı ticari uygulamalar ve saldırgan ticari uygulamalar olmak üzere üç temel bölümden oluşmaktadır. Direktifin haksız ticari uygulamalarla ilgili genel hükmünde (m.5) ortalama tüketicinin ekonomik davranışını bozan veya bozma ihtimali olan mesleki özene aykırı olan ticari uygulamaların "haksız" olduğu belirtilmektedir. Direktif'in Ekinde 31 adet her durumda haksız kabul edilen haksız ticari uygulamalar listesi bulunmaktadır. Bu uygulamaların 23 adedi aldatıcı, 8 adedi ise saldırgan ticari uygulamadır. Bu Direktif çerçevesinde her ülke kendi iç hukuk sisteminde tüketicileri koruma yöntemleri oluşturacaktır⁶.

2 İNAL, Tamer, **6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna Göre Hazırlanmış Tüketici Hukuku**, 3. Baskı, Ankara 2014, s. 406 vd.

3 ATAMER, Yeşim M., **Tüketici Hukukunun Gelişimi: Dünü, Bugünü ve Yarını, Tüketicinin Korunması Semineri**, Editör : Yrd. Doç. Dr. Ebru CEYLAN, Türkiye Adalet Akademisi Yayınları, Ankara 2007, s. 25 vd.

4 AKSOY, Mehmet Ali, **2005/29 /AT Haksız Ticari Uygulamalar Direktifinde Düzenlenen Haksız Rekabet Halleri ve Uygulama Örnekleri, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası C.LXXIII, S. 1,s.280 vd.**

5 AKSOY, s.283.

6 AYDOĞDU, Murat, **Tüketici Hukuku Dersleri**, Ankara 2015, s. 90.

B. Türk Tüketici Hukukundaki Gelişmeler

Tüketicilerin genel kanunlardaki koruma eksiklikleri nedeniyle daha geniş korunmaları için özel kanunlar yapılması yoluna gidilmiştir. Bu sebeple 4077 sayılı TKHK. ve daha sonra 6502 sayılı TKHK. yürürlüğe girmiştir. Eski 4077 sayılı TKHK.'da mal ve hizmet piyasalarında tüketicinin taraflardan birini oluşturduğu her türlü tüketici işlemleri kapsama alanına girmekteydi. 6502 sayılı TKHK.m.2 hükmünde her türlü tüketici işlemleri yanında tüketiciye yönelik uygulamalar da kapsama girmiştir⁷. Böylece TKHK.'nun tüketiciye yönelik ticari uygulamaları da içeriğine katmasıyla eskiye göre kapsama alanı genişlemiştir.

Türk Tüketici hukukunun kaynağı Avrupa Birliği Hukuku'dur. Avrupa Birliği Hukukundaki gelişmeler, iç hukukumuza yansıtılmıştır.2005/29 EC sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi, Türk Hukuku'nu da etkilemiştir. Böylece 6502 sayılı TKHK.'da haksız ticari uygulamalar ilk defa m.62 hükmü ile düzenlenmiştir. 4077 sayılı TKHK.'da haksız ticari uygulamalar düzenlenmemiştir.

TKHK.m.62/I hükmünde ticari uygulamanın hangi durumlarda haksız kabul edileceği, m.62/II hükmünde ispat yükünün hangi tarafın üzerinde olduğu, m.62/III hükmünde haksız ticari uygulamanın reklam yoluyla yapılması durumu ve m.62/IV hükmünde ise haksız ticari uygulamanın tespiti ve denetimi ile ilgili hususların ilgili Yönetmelik (Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği -TRHTUY.)⁸ ile belirleneceği düzenlenmiştir. Bu maddenin birinci fıkrasında mesleki özene uymayan ve ortalama tüketicinin mal ve hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli derecede bozan veya bozma ihtimali olan uygulama "haksız" sayılacaktır. Tüketiciye yönelik her türlü haksız uygulamalar açıkça yasaklanmıştır. Kanımızca tüketicinin korunması bakımından eski TKHK.'dan daha ileri gidilmesi olumlu bir adım olmuştur⁹.

II. TİCARİ UYGULAMALARLA İLGİLİ ÖNEMLİ KAVRAMLAR

A. Tüketiciye Yönelik Ticari Uygulama Kavramı

1. Avrupa Birliği Hukuku'na Göre

Avrupa Birliği Direktifi m. 2 d hükmüne göre "*tüketicilere yönelik ticari uygulamalar*" ifadesi ile, ticari uygulamada bulunanın tüketiciye yönelik

7 ASLAN, İ.Yılmaz, **6502 Sayılı Kanuna göre Tüketici Hukuku**, Bursa 2014, s.29.

8 RG. T. 10.01.2015 S.29232.

9 CEYLAN, Ebru, 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Getirdiği Önemli Yenilikler ve Değişiklikler, **İstanbul Barosu Dergisi** Mart- Nisan Sayısı, C.89,2015/2,s.150; CEYLAN, Ebru, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un Getirdiği Düzenlemeler, İstanbul 2015, s. 130.

promosyon veya satış veya bir ürünün sunuşu şeklinde olabilen her türlü dava, ihmal, davranış, yöntem veya reklam veya pazarlama dahil olmak üzere her türlü ticari iletişim şekli belirtilmektedir. Ticari uygulamalar indirimli satışlar, reklamlar gibi tüketicilerin kararlarını etkileyen uygulamalardır.

2. Türk Tüketici Hukukuna Göre

“Tüketicilere yönelik ticari uygulama” ile bir mal veya hizmetin tüketicilere tanıtımı, satışı veya tedariki ile doğrudan bağlantılı olarak ticari uygulamada bulunan tarafından gerçekleştirilen eylem, ihmal, davranış biçimi, beyan, reklam ve pazarlama da dahil olmak üzere her türlü ticari uygulama anlaşılmalıdır (TRHTUY.m.4p). Bu ticari uygulamalar, işletmelerden tüketicilere yönelik uygulamalardır, işletmelerden işletmelere yönelik uygulamalar kapsama girmemektedir.

B. Tüketici, Ticari Uygulamada Bulunan, Mal ve Hizmet Kavramları

1. Avrupa Birliği Hukuku’na Göre

Avrupa Birliği Direktifi m. 2 a hükmüne göre “tüketici” ticari, endüstriyel, sanat veya mesleki faaliyetinin kapsamı dışında hareket eden gerçek kişidir. Ortalama tüketicinin tanımı AB Direktifi’nde yapılmamıştır.

Avrupa Birliği Direktifi m. 2 b hükmüne göre “ticari uygulamada bulunan” (professional), ticari veya mesleki amaçlarla mal veya hizmet sunan veya ticari uygulamada bulunan adına veya hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişidir. Ticari uygulamada bulunan kişinin kusuru olmasa da sorumluluğu doğmaktadır.

Avrupa Birliği Direktifi m. 2 c hükmüne göre ürünün tanımı yapılmıştır, ancak mal veya hizmet ayrı ayrı tanımı yapılmamıştır. Bu hükme göre ürün, taşınmaz mallar dahil olmak üzere her türlü mal veya hizmet ve ilgili haklar ve borçları ifade etmektedir.

2. Türk Tüketici Hukuku’na Göre

Avrupa Birliği Direktifi m.2 a hükmünde sadece gerçek kişiler tüketici kabul edilirken, Türk TKHK.m.3k hükmüne ve TRHTUY.m.4 ö hükmüne göre ise ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi “tüketici” kabul edilmektedir. “Ortalama tüketici” ise ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden, tüketici işlemi ya da tüketiciye yönelik uygulamaların her aşamasında makul düzeyde bilgiye sahip olan gerçek veya tüzel kişidir (TRHTUY.m.4 j). “Ticari uygulamada bulunanlar” ise kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla mal veya hizmet sunan veya bu kişiler adına ya da hesabına hareket eden

gerçek veya tüzel kişilerdir (TRHTUY.m.4 o). Bu kavram, tacirden daha geniş bir gurubu kapsamaktadır. Doğrudan tacir veya mesleki faaliyette bulunanlar yanında bunlar adına veya hesabına hareket eden yardımcıları veya temsilcileri de bu kavrama dahildir¹⁰.

“Hizmet” kavramı ile bir ücret veya menfaat karşılığında yapılan ya da yapılması taahhüt edilen mal sağlama dışındaki her türlü tüketici işleminin konusu (TRHTUY.m.4 e) ve “mal” kavramı ile 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 anlaşılmalıdır.

III. HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALARLA İLGİLİ GENEL DÜZENLEME

A. Avrupa Birliği Hukuku’na Göre

AB Direktifi m.5 hükmü, haksız ticari uygulamalarla ilgili genel bir düzenleme getirmektedir. Bu hükme göre mesleki özene aykırı olan ve tüketicinin ekonomik davranışını bozan veya bozma ihtimali olan davranışlar haksız ticari uygulama kabul edilmektedir. Açıkça tanımlanabilen bir tüketici grubunun ekonomik davranışını büyük ölçüde altüst etme olasılığı bulunan ticari uygulamalarda bulunanın tüketicilerin çeşitli durumlarını bilerek sonucu öngörmesi beklenir. Burada ticari uygulamada bulunanın piyasada hareket ederken tüketici grubunun ortalama bir üyesinin bakış açısı, ticari uygulamanın haksızlığı belirlenirken esas alınır. Özellikle mesleki standartlara aykırı uygulamalar haksız ticari uygulamadır¹¹. Tüketicinin davranış modeli farazi olarak belirlenmektedir. “Ortalama tüketiciyi” makul şekilde bilgilendirilmiş tüketici olarak bu madde kabul etmektedir¹².

B. Türk Tüketici Hukuku’na Göre

1. Genel Olarak

6502 sayılı TKHK. m.62 hükmünde ve TRHTUY. m. 4 hükmünde bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar

10 ÖZER, Işık, Haksız Ticari Uygulamalara İlişkin Hükümlerin İncelenmesi, **Legal Hukuk Dergisi**, C. 14, S. 165, s.4806.

11 AKSOY, s. 287, 288.

12 AKSOY, s.289.



ile Yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Bu hükümle geniş açıdan haksız ticari uygulamalar yasaklanmıştır¹³. Tüketicie yönelik haksız ticari uygulamalar yasaklanmıştır. 6502 sayılı TKHK.'da, Avrupa Birliği Direktifi'nden esinlenerek haksız ticari uygulamaların tanımı yapılmıştır, diğer hususların düzenlenmesi Yönetmeliğe bırakılmıştır. Bu şekilde sınırların tam gösterilmeden idareye yetkilerin bırakılmış olması özellikle hukuk devleti bakımından kanımızca haklı olarak doktrinde eleştirilmiştir. Hükümün tanım kısmının oldukça soyut olduğu, bunu somutlaştıran hükümler olmadığı takdirde hukuki sorunlar yaratabileceği ileri sürülmüştür¹⁴. TKHK. Kanun Gereçesi'nde tüketicinin özgür iradesiyle karar vermesinin esas alındığı görülmektedir¹⁵.

Bir ticari uygulamanın haksız kabul edilmesi için 6502 sayılı TKHK.m.62 hükmünde düzenlenen önemli kriterlerin gerçekleşmesi gereklidir. Ticari uygulamada bulunan kişinin göstermesi gereken mesleki özen, özen sorumluluğunun¹⁶ yansımadır. Ancak doktrinde mesleki özenin sınırlarının belirsiz olduğu, idarenin böylece çok geniş yetkilere sahip olduğu ileri sürülerek bu hüküm eleştirilmiştir¹⁷. TKHK.'daki haksız ticari uygulama ile ilgili düzenleme emredicidir.

Haksız ticari uygulamalar tehlike sorumluluğuna dayanmaktadır¹⁸. Tehlike sorumluluğu sanayi ve teknoloji devriminin bir ürünü olup¹⁹ bu sorumluluk çok çeşitli alanlarda görülmektedir.

TKHK.m.62/I son hükmünde tüketicie yönelik haksız ticari uygulamaların yasak olduğu düzenlenmiştir. TRHTUY m.28 hükmünde ise daha detaylı şekilde bir ticari uygulamanın haksız kabul edilmesinin şartları belirtilmiştir. Tüketicie yönelik bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin, bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Bir mal veya hizmete ilişkin tüketici işleminden önce, işlem sırasında veya işlem sonrasında haksız ticari uygulama yapılamaz. Böylece ticari uygulamada bulunan kişiler ile tüketiciler arasındaki sözleşmesel ilişkiyi başlatacak tüketici işleminden önce veya sözleşmenin ifası sırasında veya sonrasında yapılan ticari

13 KARA, İlhan, **Tüketici Hukuku**, Ankara 2015, s.203.

14 ASLAN, İ. Yılmaz, **Bankacılar İçin Tüketici Hukuku**, İstanbul 2016, s.315, 316.

15 ZEVKLİLER, Aydın/ÖZEL, Çağlar, **Tüketicinin Korunması Hukuku**, Ankara 2016, s.432.

16 EREN, Fikret, **Borçlar Hukuku, Genel Hükümler** 24. Bası, Ankara 2019, s.693.

17 ASLAN, bankacılar, s.316.

18 SELİM, Ali, Haksız Ticari Uygulamalar, **Tüketici Hukuku Davaları**, Ankara 2017, s.929.

19 EREN, s.759.

uygulamaların hukuka uygun yapılması gerektiği açıkça belirtilmiştir. Ayrıca tüketiciye yönelik ticari uygulamaların, hangi durumda tüketicilerin ekonomik davranışını bozduğu düzenlenmiştir. Ortalama tüketicinin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açması halinde, tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu kabul edilmiştir. Özellikle korunması gereken tüketici grupları ile ilgili hangi esasın geçerli olacağı belirtilmiştir. Zihinsel veya fiziksel zaafaları, yaşları ya da tecrübesizlikleri nedeniyle belirli mal veya hizmetlere ve bunlara ilişkin ticari uygulamalara karşı özellikle korunması gereken tüketici gruplarının ekonomik davranış biçimlerinin önemli ölçüde etkilenme olasılığının olup olmadığı bu grubun ortalama bir üyesi esas alınarak belirlenir.

TRHTUY. m.29'daki yer alan aldatıcı eylemler, m. 30'daki aldatıcı ihmaller ve m. 31'deki saldırgan ticari uygulamalar ile TRHTUY. ek'te yer alan aldatıcı ticari uygulamalar ve saldırgan ticari uygulamalar her hâlükârda haksız ticari uygulama olarak kabul edilmektedir.

2. Haksız Rekabet Kavramı İle İlişkisi

Tüketici Hukukunda TKHK. ve TRHTUY., tüketicilerin haksız ticari uygulamalara karşı korunmasını amacını taşımaktadır. TTK.'daki haksız rekabet hükümleri ise hukuka ve dürüstlük kuralına aykırı rekabeti önlemeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle her iki Kanunun koruduğu menfaatler birbirinden farklıdır, ancak hukuka uygun rekabet gerçekleşmesi halinde tüketicilerin de menfaatleri korunacaktır²⁰.

TTK.m.55 hükmüne dahil edilmeyen uygulamaların haksız rekabet oluşturup oluşturmayacağı konusunda TTK.m.54/II hükmüne göre inceleme yapmak gereklidir. Türk Hukukunda haksız rekabete ilişkin düzenlemeler, TBK m.57 ve TTK. m.54-63 hükümlerinde düzenlenmiştir. TKHK.m.62 hükmünde ise tüketicilere karşı haksız rekabet sayılan haksız ticari uygulamalar belirlenmiştir. 6102 sayılı TTK.'nda tüketiciye karşı işlenen haksız rekabete ilişkin hükümler ile TKHK. içerdiği hükümler paralellik arz etmektedir²¹.

TBK.m.57 hükmüne göre gerçek olmayan haberlerin yayılması veya bu tür ilânların yapılması ya da dürüstlük kurallarına aykırı diğer

20 TOPÇUOĞLU, Metin, Türk Ticaret Kanunu ve Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Açısından Haksız Ticari Uygulamalar, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, Yıl: 7, S. 24, Ocak 2016, s.19 vd.

21 KOYUNCUOĞLU, Hikmet/ÖZKUL, Zeynep, Türk Ticaret Kanununda Haksız Rekabet düzenlemesi ve Tüketici Hukuku, *İstanbul Barosu Dergisi* Tüketici Hakları ve Rekabet Hukuku Özel sayısı, C.88, 2014, S. 1, s.221.



davranışlarda bulunulması yüzünden müşterileri azalan veya onları kaybetme tehlikesiyle karşılaşan kişi, bu davranışlara son verilmesini ve kusurun varlığı hâlinde zararının giderilmesini isteyebilir. Ticari işlere ait haksız rekabet hakkında Türk Ticaret Kanunu hükümleri saklıdır. Bu hüküm sadece ticari olmayan haksız rekabet hallerini düzenlemektedir²². Ayrıca bu hüküm sadece rakipler arası haksız rekabete ilişkin olup, tüketicilere bir hak vermemektedir. Bu durumda tacir olmayan kişilere karşı tüketicinin korunması sadece TKHK hükümlerine tâbi olacaktır.

Türk Ticaret Hukukunda haksız rekabet, TTK. m.54 vd. hükümlerinde düzenlenmiştir. TTK.m.54/I hükmünde haksız rekabete ilişkin hükümlerin amacı, dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanmasıdır. TTK.'da iktisadi rekabetin dürüst olması ve bozulmamış olması esas alınmıştır²³. TTK.'nın haksız rekabet hükümleri ile bütün katılanların (rakiplerin, müşterilerin, diğer katılanların ve toplumun) menfaati korunmaktadır²⁴. Rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar haksız ve hukuka aykırı kabul edilmektedir (TTK.m.54/II). TTK., rekabet düzenine katılan bütün tarafların menfaatlerini kapsamaktadır. Böylece ekonominin, tüketicilerin ve kamunun menfaatlerini de koruma kapsamına girmektedir. Bir davranışın veya uygulamanın haksız rekabet sayılması için bu davranış veya uygulamanın ticari nitelik taşıması²⁵, aldatıcı veya dürüstlük kuralına aykırı olması ve bunun sonucunda rakipler arasındaki veya tedarik edenler arasındaki ilişkilerin etkilenmesi gerekir. TTK.m.54/II hükmünde haksız rekabete ilişkin genel ilke gereği taraflar arasındaki rekabet ilişkisinin varlığı veya failin yarar sağlaması veya failin kusurlu olması veya haksız rekabete uğrayan kişinin zarar görmesi aranmamaktadır²⁶.

Haksız rekabete ilişkin hükümler rakipler arasındaki ve rakipler veya tedarik edenler ile müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen davranışları ve ticari uygulamaları kapsadığından Tüketici Hukukundaki ticari uygulamalara göre daha geniş kapsamlıdır.

22 ÜLGEN, Hüseyin /HELVACI, Mehmet /KAYA, Arslan /NOMER ERTAN, Füsün, **Ticari İşletme Hukuku**, 6. Güncellenmiş ve Kısmen Yeniden Yazılmış Baskı, İstanbul 2019, s.549.

23 ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER ERTAN, s.554.

24 ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER ERTAN, s.556.

25 Ticari nitelik ile rekabet ortamı, piyasa, kısaca ticari hayatı etkileyen veya etkileme ihtimali olan davranış ve uygulamalar kastedildiğinden haksız rekabet sayılan bir fiilden söz etmek için tarafların mutlaka tacir olması, rekabet etme amacının bulunması veya bir kazanç sağlama amacının bulunması veya TTK.m.3.m. 19 anlamında ticari olması şart değildir. ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER ERTAN, s.560.

26 ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER ERTAN, s.559,560.

TKHK.'da ve TRHTUY.'nde tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamalar esas alınmaktadır. Bu nedenle dürüst rekabet ortamı doğrudan korunmamaktadır. Ancak tüketicilere yönelik dürüstlük kuralına aykırı olan ve aldatıcı olan uygulamalar, hukuka aykırı olduğundan TTK.m.54/II anlamında “ haksız rekabet ” sayılmalıdır. TKHK.m.62 hükmündeki haksız ticari uygulama konusundaki yasak aynı zamanda bir “haksız rekabet ” hali sayılır²⁷.

C. Avrupa Birliği Hukuku'nda ve Türk Tüketici Hukukunda Bir Ticari Uygulamanın Haksız Olmasının Belirlenme Şartları

1. Mesleki Özene Aykırılık

Avrupa Birliği Direktifi m. 2 h hükmüne göre “mesleki özen” ile dürüst piyasa uygulamalarına ve / veya faaliyet alanına ilişkin genel iyi niyet ilkesine uygun olarak, ticari uygulamada bulunanın tüketiciye karşı göstermesi beklenen makul bir uzmanlık düzeyi ve özen anlaşılmalıdır.

TRHTUY.'de mesleki özenin tanımı yapılmamıştır. Mesleki özenin dayanağı karşı tarafı aydınlatma yükümlülüğü ve dürüstlük kuralıdır²⁸. Ticari uygulama yapanın meslek ve yaptığı işin gerektirdiği mesleki özenin belirlenmesi için meslek kuruluşları ve uluslararası kuruluşlar tarafından belirlenmiş meslek etiği kuralları dikkate alınmalıdır²⁹. Ancak mesleki özen yükümlülüğünün kapsamı dürüstlük kuralından daha geniştir³⁰. Satıcı veya sağlayıcı tacir ise, mesleki özen yükümlülüğünün kapsamının belirlenmesinde basiretli iş adamı gibi hareket etme yükümlülüğü esas alınacaktır³¹.

2. Tüketicilerin Ekonomik Davranışlarını Önemli Ölçüde Bozması veya Bozma İhtimali

Avrupa Birliği Direktifi m.2 e hükmüne göre “tüketicinin ekonomik davranışında önemli değişiklik ile anlaşılması gereken “ tüketicinin bilinçli karar verme becerisini tehlikeye atacak ve sonuç olarak almayacağı bir ticari kararı almaya yönlendiren bir ticari uygulamanın kullanılması halidir. Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması tüketici politikasının önemli amaçlarından. Haksız ticari uygulamalar nedeniyle tüketicilerin ekonomik çıkarları bozularak zarar gördüğü için yaptırımlar uygulanmaktadır.

27 ÖZER, s.4807 ; KOYUNCUOĞLU /ÖZKUL,s.214.

28 SELİM, s.933.

29 SELİM, s.933.

30 TOPÇUOĞLU, s.30.

31 TOPÇUOĞLU, s.30.



Türk Hukukunda ise TKHK.m.62 hükmünde ve TRHTUY. m.28 hükmünün tanımında bir ticari uygulamanın “haksız kabul edilmesi şartlarından biri olarak tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya bozma ihtimalinin olması aranmıştır.

3. Esas Alınan Ortalama Tüketicilerin Etkilenmesi veya Etkilenme İhtimali

Ticari uygulamada koruma altına alınan kişiler, ortalama düzeyde bilgi sahibi olan dikkatli tüketicilerdir. Ortalama tüketicinin tanımı, AB Direktifinde yer almazken Türk TRHTUY.’de bir tanım yapılmıştır. Özellikle tüketicilerin davranışlarını etkilemesinin belirli bir yoğunluğa ulaşması halinde diğer deyişle önemli olması halinde müdahale edilir³². Tüketiciler belirli özelliklere sahip bir grup değildir. Ortalama tüketicilerin beklentilerinin de ticari uygulamanın haksız olmasında etkisi göz önünde tutulmalıdır³³.

IV. ALDATICI TİCARİ UYGULAMALAR

A. Avrupa Birliği Hukuku’na Göre Aldatıcı Ticari Uygulamalar

1. Aldatıcı Eylemler

Aldatıcı ticari uygulamaların unsurları, ticari uygulamada aldatıcı bilgi bulunması, tüketicinin bu uygulama ile aldatılması veya aldatılma ihtimalinin bulunması ve bu aldatmanın tüketicinin kararını etkileyecek olması ve aldatmanın önemli hususlarda olmasıdır³⁴. AB Direktifi’nde yer alan aldatıcı ticari uygulamalar, yanlış veya aldatıcı ticari uygulamalar ve tüketicinin bilgilendirilme yükümlülüğünün yerine getirilmemesi olarak incelenmektedir³⁵.

AB Direktifi’nin m. 6/I hükmüne göre bir ticari uygulamanın gerçek dışı bilgiye sahip olması veya içerdiği bilgilerin doğru olsa dahi sunum olarak aldatıcı nitelikteyse bu ticari uygulama “aldatıcı” sayılmaktadır. Tüketiciyi aldatmada önemli sayılan hususlar, ürünün varlığı ve doğası, tacirin taahhütlerinin kapsamı, fiyatlarla ilgili hususlar, kişisel hususlar, tüketicinin hakları, diğer aldatıcı uygulamalardır.

Diğer aldatıcı uygulamalar ise AB Direktifi’nin m.6/II hükmünde düzenlenmiştir. Bir ürünün rakiplerin ürünlerinin, markalarının, ticari isimlerinin veya ayırt edici işaretlerinin karıştırılmasına neden olan karşılaştırmalı reklamla pazarlanmasına yönelik ticari uygulama olması

32 SELİM, s.938; TOPÇUOĞLU, s.31.

33 AKSOY, s.292.

34 AKSOY, s.298.

35 AKSOY, s.297.

(m.6/II a) ve ticari uygulamada yer alan yükümlülüğün kanıtlanabilir olmakla beraber amaçsal olmaması ve ticari uygulamada tacirin tabi olduğu kurala atfedilmesine rağmen tacirin bağlı olmayı üstlendiği davranış kuralının içerdiği yükümlülüklerle uymamasını içeren ticari uygulama (m.6/II b) ve ticari uygulamanın tüketicinin gerçekte almayacağı bir sözleşmesel karar almasına neden olması halinde bu uygulama “aldatıcı” kabul edilmektedir.

2. Aldatıcı İhmaller

Avrupa Birliği Direktifi'nin m. 7 hükmünde aldatıcı ihmaller düzenlenmiştir. Ticari ihmalin koşulları, özellikleri ve iletişim araçları dikkate alındığında ortalama tüketicinin ihtiyacı olan bilgilendirmenin ihmal edilmesi hallerinde tüketicilerin olağan şartlarda almayacağı kararları almasına neden olduğu veya neden olma ihtimali olduğu için ticari uygulamanın “aldatıcı nitelik” taşıdığı kabul edilmektedir (m.7/I).

Aldatıcı bilgilendirme ile anlaşılması gereken, ticari uygulamada bulunanın açık olmayan, anlaşılmaz, birden çok anlama gelen m.7/I'de önemli olduğu kabul edilen bilgilerden biri veya kimliği konusunda tüketiciyi aldatan veya söz konusu bilgileri veya ticari uygulamanın niyetini gizlemesi, tüketicinin almaya düşünmediği bir kararı almasına sebep olan veya olma ihtimali olan bilgilendirmelerdir (m.7/II).

Ticari uygulamada kullanılan iletişim araçlarının ticari uygulamada bulunanı yer veya zaman sınırlamasına zorlaması halinde, tüketicinin bilgilendirilmesi ile ilgili yükümlülüğün ihmal edilip edilmediği konusunda ticari uygulamada bulunanın aldığı gerekli önlemlere göre değerlendirme yapılır (m.7/III).

Ticari uygulamada bulunan tüketicie yönelik satın alma çağrısında önemli bilgileri tüketicilere vermek durumundadır: Bu bilgiler, a- ürünün temel özellikleri, b-ticari uygulamada bulunanın ticaret unvanı, adresi, kimliği c- vergileri de içeren fiyatı gibi veya ürünün doğası gereği fiyatı önceden hesaplanamazsa fiyatın hesap edilmesi şekli, d- ticari uygulamada bulunanın mesleki özenden ayrılması halinde ödemelerin düzenlenmesi, dağıtım, ifası ve şikayetlerin incelenmesi şekilleri e- iptal veya geri çekme hakkını içeren ürünler ve işlemler için bu hakların varlığıdır (m.7/IV).

B. Türk Tüketici Hukukuna Göre Aldatıcı Ticari Uygulamalar

Türk Tüketici hukukunda ise TRHTUY.'nde aldatıcı ticari uygulamalar, aldatıcı eylemler ve aldatıcı ihmaller olarak ikiye ayrılmaktadır.



1. Aldatıcı Eylemler

Aldatıcı eylemler, TRHTUY. m.29 hükmünde aldatıcı eylemin tanımı ve aldatıcı eylem sayılan haller düzenlenmiştir.

Yanlış bilgi içeren veya verilen bilgiler esasen doğru olsa bile sunulduğuna dair bütün koşullar değerlendirildiğinde, ortalama tüketiciyi aldatan ya da aldatmaya elverişli olan ve bu suretle tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açan ya da yol açma olasılığı bulunan ticari uygulamalar aldatıcı olarak kabul edilir (m.29/I). Yönetmelik düzenlemesindeki kriterlerde uygulamayı tereddütte bırakacak ifadeler yer alması AB Direktifi m.6/I hükmünden daha farklı şekilde düzenlenmiş olması doktrinde³⁶ kanımızca haklı olarak eleştirilmiştir. Yapılan bu tanımda aldatıcı eylemin tek başına ancak bütün koşullar değerlendirildiği takdirde “aldatıcı nitelik” taşıyacağı belirtilmektedir. İşte bilginin doğruluğunda şüphe yoksa hangi şartlar içinde değerlendirileceği tartışmaya açıktır. Hukuki güvenlik bakımından “aldatıcı olma” değerlendirilmesi yapılırken sınırlarının açıkça belirlenmesi kanımızca isabetli olacaktır.

Tüketicileri aldatan ya da aldatma ihtimali olan şu eylemler: a) Bir mal ya da hizmetin varlığı, mahiyeti, tedariki, faydası, riski, uygulaması, içeriği, aksesuarları, satış sonrası hizmetleri, üretim yöntemi ve tarihi, ifası, amaca uygunluğu, miktarı, teknik özellikleri, menşei, kullanımından beklenen sonuçları, üzerlerinde yapılan test ve kontrollerin sonuçları, çevreye olan etkileri ve diğer önemli özellikleri, b) Ticari uygulamada bulunanın taahhütlerinin kapsamı, pazarlama sürecinin mahiyeti, sponsor desteği, yetkili otoriteler tarafından mal veya hizmetin onaylandığına ilişkin ifade veya sembolleri, c) Bir mal veya hizmetin fiyatı, fiyatının hesaplanma yöntemi, ödeme koşulları ya da belirli bir fiyat avantajı, ç) Tüketicinin sahip olduğu yasal haklar veya karşılaşılabileceği riskler, d) Bir mal veya hizmete ilişkin servis, yedek parça, değiştirme veya tamir hizmetleri, e) Ticari uygulamada bulunanın veya temsilcisinin; kimliği, mal varlığı, yetenekleri, statüsü, kurum veya kuruluşlara üyelik bilgileri, sahip olduğu ticari haklar, fikri ve sınai mülkiyet hakları, yetkili otoritelerden ödül ve nişan kazanmış olması gibi nitelikleri, sıfatları, unvanları ve diğer haklarının “aldatıcı eylem” olarak değerlendirileceği düzenlenmiştir (TRHTUY.m.29/II).

Bir ticari uygulamanın, ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya bozma ihtimali bulunması ve ayrıca a) rakibinin malı, hizmeti, markası veya diğer bir ayırt edici özelliği ile

36 SELİM, s.942.

karışıklığa sebep olması, b) ticari uygulamada bulunanın, bağlı olduğu meslek odaları ve benzeri kuruluşların ve varsa bunların üst kuruluşlarının, ilgili faaliyet alanına veya belirli bir ticari uygulamaya ilişkin düzenlemiş oldukları davranış kurallarında yer alan yükümlülüklerini yerine getirmemesi olasılıklarını içermesi hallerinde aldatıcı olduğu kabul edilmiştir (TRHTUY.m.29/III).

Doktrinde, Yönetmeliğin düzenlenişinde kriterler bakımından uygulamayı tereddütte bırakacak ifadeler içermesi kanımızca isabetli olarak eleştirilmiştir³⁷.

2. Aldatıcı İhmaller

Aldatıcı ihmaller TRHTUY. m.30 hükmünde aldatıcı ticari uygulamanın tanımı ve şartları düzenlenmiştir.

Bir ticari uygulamada bulunanın bir hukuki ilişki kurmak amacıyla tüketiciye yönelmiş olduğu öneride önemli bir bilgiyi gizlemesi, öneriyi tüketiciye anlaşılabilir bir şekilde veya uygun olmayan bir zamanda sunması, amacı açıkça belli olan ticari uygulamanın amacını tüketiciye bildirmemesi ve bu durumların ortalama bir tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açması ya da yol açma olasılığının bulunması halinde aldatıcı ihmali mevcut olduğu kabul edilmektedir (TRHTUY.m.30/I). Bir önerinin aldatıcı ihmal olarak değerlendirilmesi için ticari uygulamayı yapan kişinin önemli bir bilgiyi gizlemesi veya önerinin tüketiciye anlaşılabilir şekilde sunulması veya önerinin tüketiciye uygun olmayan zamanda sunulması veya amacı açıkça belli olan uygulamanın amacının tüketiciye bildirilmemesi şartlarından birinin gerçekleşmesi halleri mevcut olmalıdır³⁸.

Bir ticari uygulamanın içerik ve şartlarının tüketiciye aktarılması için kullanılan iletişim aracının zamansal veya mekânsal sınırlamaları nedeniyle gerekli bilgilerin verilemediği hallerde, aldatıcı ihmali var olup olmadığının değerlendirmesinin nasıl yapılacağı TRHTUY.m.30/II hükmünde düzenlenmiştir. Bu hükme göre söz konusu sınırlamalar ve ticari uygulamada bulunanın bilgiyi tüketicilere diğer araçlarla sunmak için aldığı önlemler dikkate alınarak aldatıcı ihmal olup olmadığı değerlendirilir (TRHTUY. m.30/II). Burada doğrudan iletişim aracının sağladığı imkanlarla ilgili bir düzenleme vardır. Bir ticari uygulamanın m.30/II anlamında haksız ticari uygulama olarak değerlendirilmesi için ticari uygulamanın içeriğinin ve şartlarının tüketiciye aktarılmış olması, bu aktarmada bir iletişim aracının kullanılmış olması ve bu aracın zaman

37 SELİM, s.943.

38 SELİM, s.944.



ve yer bakımından sınırlamaların olması ve bu sınırlamalar nedeniyle gerekli bilgilerin tüketiciye aktarılamaması şartları gerçekleşmelidir. Burada değerlendirme sürecine ilişkin yeterli hukuki belirliliğin olmaması doktrinde kanımızca da isabetli olarak eleştirilmiştir³⁹.

V. ALDATICI TİCARİ ÖRNEK UYGULAMALAR

A. Avrupa Birliği Hukukunda Aldatıcı Ticari Örnek Uygulamalar

Direktifin Ek I kısmında aldatıcı ticari uygulamalara 23 adet örnek uygulama belirtilmiştir. Bu listede belirtilen örnek uygulamalar, tüketicileri aldatma şekilleridir. Bunlar, tüketicilere ürünle ilgili gerçeğe aykırı iddiada bulunma, aldatıcı reklamlar ile piyasada bulunma, göstermelik satışlar yapma, sınırlı teklifle aldatma, satış sonrası gerçeğe aykırı servis diliyle aldatma, yasal olarak satılmayan ürünün reklamıyla aldatma, tüketicilerin kanuni haklarıyla ilgili yanlış bilgiler vererek aldatma, tüketicilerden ürünün reklamının gizlenmesi şeklinde aldatma, tüketicilerin güvenliğinin bozulacağı endişesi yaratarak aldatma, ürünün taklit olarak sunulması şeklinde aldatma, piramit hissesi oluşturarak aldatma, ticarete devam ettiği halde ticaretini durdurduğu veya başka yerde devam edeceği baskısıyla tüketicileri aldatma, ürünün şans oyunlarında kazandığını iddia ederek aldatma, ürünün gerçek olmadığı halde hastalıkları iyileştirdiği ve yararlı olduğu konusunda aldatma, piyasa şartları hakkında yanlış bilgiler vererek aldatma, ödüller vererek veya ödül olmasa da ticari uygulamada yarışma teklif edilerek tüketiciyi aldatma, ürünü kabul etmede, teslim almada, dağıtımda bedel ödemesinde ürünü bedava veya ücretsiz veya hediye olarak tanıtarak aldatma, aldatıcı sipariş formlarıyla aldatma, tacirin sözleşmeye aykırı olarak gerçeğe aykırı olarak işi, mesleği sanatı ile ilgili olmadığını belirtmesi, gerçeğe aykırı olarak satış sonrası servis hizmetinin yalnızca satışın yapıldığı ülkede değil tüm üye ülkelerde elde edileceği izlenimi yaratma gibi aldatma şekilleridir⁴⁰.

B. Türk Tüketici Hukukunda Aldatıcı Ticari Örnek Uygulamalar

Avrupa Birliği Direktifinde Ek I kısmında 23 adet sayılan aldatıcı ticari uygulamalardan 18 adedi aynen iç hukukumuzda aktarılmıştır. TRHTUY'nin ekinde haksız ticari uygulama kabul edilen örnek uygulamalar olarak aldatıcı ticari uygulamaların bir listesi sunulmuştur⁴¹. Bu listeye göre örnek uygulamalar şunlardır:

39 SELİM, s.945.

40 AKSOY, s. 303 vd.

41 SELİM, s.948.

- Ekonomik birliklere, meslek odaları ve kuruluşlarına, borsalara ve varsa bunların üst kuruluşlarına üye olunmamasına rağmen, kendini üye gibi tanıtmak ve bu tür kuruluşların düzenlemiş olduğu davranış kurallarına tabi olunduğunu iddia etmek.
- Yetkili otoritelerden gerekli izinleri almaksızın bir kalite işareti, güven işareti, çevresel işaret ya da benzerini kullanmak.
- Gerçeğe aykırı olarak bir davranış kuralının kurum veya kuruluşlarca onaylandığını iddia etmek.
- Gerçeğe aykırı olarak ticari uygulamaların veya bir mal ya da hizmetin kurum veya kuruluşlarca onaylandığını ya da bunlar için izin alındığını iddia etmek.
- Mal veya hizmetin özellikleri ve teklif edilen fiyat dikkate alındığında, ticari uygulamada bulunanın makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu mal veya hizmeti ya da bunların muadillerini belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet etmek.
- Mal veya hizmetleri belirli bir fiyattan edinmeye davet ettikten sonra, başka bir mal veya hizmeti pazarlamak amacıyla; a) Davete konu olan mal veya hizmeti tüketiciye göstermeyi reddetmek, b) Söz konusu mal veya hizmete ilişkin siparişleri almayı ya da makul bir süre içinde ifa etmeyi reddetmek, c) Mal veya hizmetin ayıplı bir örneğini göstermek.
- Tüketicinin ani bir karar vermesini sağlamak ve bilinçli bir tercih yapması için gerekli fırsat veya zamandan mahrum bırakmak amacıyla, gerçeğe aykırı olarak bir mal veya hizmetin sadece çok kısıtlı bir süre içerisinde belirli şartlar altında sunulacağını belirtmek.
- Gerçeğe aykırı olarak bir mal veya hizmetin sunulmasının yasal olduğunu belirtmek ya da böyle bir izlenim oluşturmak.
- Kanunun tüketiciye tanıdığı hakları ticari uygulamada bulunanın önerisinin ayırt edici bir niteliği olarak göstermek.
- Tüketicinin mal veya hizmeti edinmemesi halinde kendisine ya da ailesine yönelecek olası bir tehlikenin varlığı, niteliği ve kapsamına ilişkin gerçek dışı bir iddiada bulunmak.
- Gerçeğe aykırı olarak, ticareti bırakmak, işyerini taşımak veya faaliyet konusunu değiştirmek üzere olduğunu iddia etmek.
- Belirli bir mal veya hizmetin şans oyunlarında kazanmayı kolaylaştırdığını iddia etmek.



- İlgili mevzuatına aykırı olarak bir mal veya hizmet hakkında sağlık beyanında bulunmak.
- Tüketiciyi, bir mal veya hizmeti normal piyasa şartlarından daha elverişsiz koşullarda almaya ikna etmek amacıyla mal ya da hizmetin piyasa koşulları veya piyasada bulunma olasılığı hakkında yanlış bilgilendirmek.
- Bir ticari uygulamada tanımlanmış bir ödül veya muadili belirtilmeksizin yarışma yapılacağını veya ödül verileceğini iddia etmek.
- Teslimat için yapılması gereken zorunlu ve makul masraflar haricinde tüketicinin bir malı edinebilmesi için ödeme yapması gerektiği durumlarda o mal için bedelsiz, bedava, ücretsiz veya bunun gibi tanımlamalarda bulunmak.
- Gerçeğe aykırı olarak kendi ticareti, işletmesi, zanaatı ya da mesleği ile ilgili olarak hareket etmediğini iddia etmek, bu doğrultuda izlenim oluşturmak veya kendisini tüketici olarak tanıtmak.
- Bir mala ilişkin satış sonrası servis hizmetlerinin Türkiye dışında başka ülkelerde de mevcut olduğuna ve bunlardan yararlanılabileceğine dair yanlış izlenim oluşturmak.
- **(Ek:RG-31/8/2018-30521)** Girdi maliyeti ve döviz kuru artışı gibi fiyat değişimlerinden etkilenmemesine rağmen bu durumlardan etkileniyormuş gibi hareket ederek tüketiciye sunulan mal veya hizmetin satış fiyatında haklı bir gerekçe olmaksızın artış yapmak.

VI. SALDIRGAN TİCARİ UYGULAMALAR

A. Avrupa Birliği Hukukuna Göre Saldırgan Ticari Uygulamalar

AB Direktifim.8 hükmüne göre saldırgan ticari uygulamalar, bütün durumlar dikkate alındığında tacizle, baskıyla fiziksel güçle veya aşırı etki kullanarak ortalama tüketicinin seçme özgürlüğünü veya davranışını önemli ölçüde bozan veya bozma ihtimali olan ticari uygulamalar tüketiciye gerçekte almayacağı bir kararı almaya iten veya aldatma olasılığı taşıyan uygulamalardır. Bir uygulamanın saldırgan uygulama olması için saldırgan öğeler içermesi gereklidir. Özellikle tacirin tüketici karşısındaki güçlü konumunu kötüye kullanarak baskı yapması veya güçlü durumunu kötüye kullanmasa da tüketiciyi tehdit ederek bilinçli karar vermesini engelleyen uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır⁴². Bir uygulamanın saldırgan olmasında sindirme (harcelèment), zorlama (contrainte) ve aşırı etki (influence injustifié) içermesi gereklidir. Bu ciddi etki altında kalan tüketicinin seçme özgürlüğü veya davranışı bozulmalıdır.

42 AKSOY, s.310.

B. Türk Tüketici Hukukuna Göre Saldırgan Ticari Uygulamalar

TRHTUY. m.31 hükmünde saldırgan ticari uygulamanın tanımı ve şartları düzenlenmiştir.

Bir ticari uygulama, taciz, fiziksel şiddet dâhil cebir veya haksız tesir yoluyla ortalama tüketicinin bir mal ya da hizmete ilişkin seçim veya davranış özgürlüğünü önemli ölçüde bozması halinde veya bozma olasılığı taşıması halinde ve tüketicinin bu sebeple normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olması veya taraf olma olasılığının artması halinde saldırgan uygulama olarak kabul edilmektedir (TRHTUY.m.31/I). Böylece bir ticari uygulamanın “saldırgan” nitelik taşıması için taciz, fiziksel şiddet dahil cebir veya haksız tesir yoluyla gerçekleşmesi ve ortalama tüketicinin bir mal veya hizmetle ilgili davranış özgürlüğünü önemli ölçüde bozması veya bozma ihtimali taşıması ve tüketicinin bu sebeple normal şartlarda taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olması veya taraf olma olasılığının artması şartları mevcut olmalıdır⁴³.

Bir ticari uygulamanın saldırgan olup olmadığı belirlenirken dikkate alınacak hususlar;

- ticari uygulamanın zamanı, yeri, mahiyeti ve devamlılığı,
- ticari uygulamanın tehdit ya da hakaret içeren söz veya davranışlar içerip içermediği,
- tüketicinin muhakeme yeteneğini bozduğu bilinen doğal afet gibi bir felaket ya da aynı derecede bir başka durumun ticari uygulamada bulunan tarafından, tüketicinin mal veya hizmete ilişkin kararını etkilemek için kötüye kullanılıp kullanılmadığı,
- tüketicinin, sözleşmeyi feshetme ya da başka bir mala, hizmete veya ticari uygulamada bulunana yönelme gibi haklarını kullanmak istemesi karşısında, ticari uygulamada bulunan tarafından getirilen ağır veya orantısız sözleşme dışı bir engelin bulunup bulunmadığı,
- hukuka aykırı bir eylemde bulunulacağı tehdidinin olup olmadığı hususlarıdır (TRHTUY.m.31/II). Bu hükümle bir ticari uygulamanın saldırgan olup olmadığını belirlerken önem arz eden hususlar düzenlenmiştir.

43 SELİM, s.946.



VII. SALDIRGAN ÖRNEK TİCARİ UYGULAMALAR

A. Avrupa Birliği Hukukuna Göre Saldırgan Örnek Ticari Uygulamalar

Avrupa Birliği Direktifi m.24-31 hükümleri arasında her durumda haksız kabul edilen 8 adet saldırgan ticari uygulama düzenlenmiştir. Bunlar, tacirin tüketicinin sözleşme kurulana kadar ayrılmayacağı izlenimi oluşturma, saldırgan kapıdan satış yöntemleri, telefon, faks, e-mail, uzaktan medya araçlarıyla ısrarlı ve davetsiz tacizlerde bulunma, tüketicilerden makul olmayan taleplerde bulunma, çocuklara ilan edilen ürünleri almaları veya anne babalarını almaya ikna etme yönünde ilanlar yapma, tacirin acilen ödemeleri talep etmesi veya ertelemese veya ürünü geri istemesi, tüketicilere duygusal baskı yapılması ödül veya eşdeğer bir menfaat olmadığı halde tüketiciyi ödül kazanacağı yönünde izlenim uyandırma şeklinde görünebilir⁴⁴.

B. Türk Tüketici Hukukuna Göre Saldırgan Örnek Ticari Uygulamalar

TRHTUY ekinde haksız ticari uygulama kabul edilen saldırgan ticari uygulamalar örnekleri liste halinde verilmiştir⁴⁵. Bu listeye göre örnek uygulamalar şunlardır:

- Ticari uygulamada bulunan ile tüketici arasında amaçlanan hukuki ilişki kurulana kadar tüketicinin işyerinden ayrılamayacağı izlenimini oluşturmak.
- Sözleşme yükümlülüğünü yerine getirme hali dışında, tüketicinin meskenini terk etme ve geri gelmeme yönündeki ikazlarına aldırmadan tüketicinin evine ziyaretler yapmaya devam etmek.
- Taraf olduğu bir hukuki ilişkiye dayanarak herhangi bir talepte bulunan tüketiciden, talebi ile ilgisi olmayan belgeler arz etmesini istemek, ücret ödemesini talep etmek ya da sistematik olarak konuyla ilgili görüşmekten kaçınmak ve bu yollarla onu hukuki haklarını kullanmaktan caydırmaya çalışmak.
- Tüketicie, mal veya hizmeti almaması halinde ticari uygulamada bulunanın iş yerinin ya da geçiminin tehlikeye gireceğini söylemek.
- Ödül veya benzeri bir menfaat söz konusu olmamasına rağmen, tüketicinin bunları talep edebilmek için para ödemesi ya da bir masrafta bulunması gerektiği hallerde, bu ödül veya menfaati kazandığı, kazanacağı veya belirli bir eylemde bulunması halinde kazanacağı doğrultusunda yanlış izlenim oluşturmak.

44 AKSOY, s.314 vd.

45 SELİM, s.948.

VIII. TÜRK TÜKETİCİ HUKUKUNDA HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALARDA İSPAT YÜKÜ

TKHK.m.62/II hükmünde tüketiciler, haksız ticari uygulamayı ispatla yükümlü değildir. Tüketici, satıcı veya sağlayıcının mal veya hizmetin piyasada sunumu sürecinde iradesini etkileyen bilseydi kabul etmeyeceği bir ticari uygulamanın mevcut olduğunu ispat edecektir. Bununla birlikte tüketiciyi aldatan veya saldırgan ticari uygulamalar potansiyel olarak mesleki özene aykırılık sayıldığından bunları tüketici ispatla yükümlü değildir⁴⁶. Böylece ispat yükü yer değiştirmiştir. Haksız rekabette ispat yükü iddia edene ait iken, TKHK. m.62/II hükmü gereği satıcı veya sağlayıcı, uygulamasının haksız ticari uygulama olmadığını ispat etmek zorundadır⁴⁷. Satıcı veya sağlayıcı, iddia edilen eylem veya ihmalin hiç olmadığını veya kendisine atfedilmeyeceğini ispatlamalıdır. Kanımızca, ticari uygulamada bulunanın haksız ticari uygulamada bulunmadığının ispat yükü altında olması tüketici lehine olmuştur⁴⁸.

Satıcı veya sağlayıcı, bir ticari uygulamada TRHTUY.m.28 hükmündeki şartlar var ise ticari uygulamanın mesleki özene uygun olduğunu ve ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozmadığını veya bozma ihtimalinin olmadığını ispatla yükümlüdür. Ancak TKHK.m.62/IV hükmünde ve TRHTUY. m.29, m.30, m.31 hükümlerinde her halükarda “haksız” kabul edilen ticari uygulamaların aksini ispat ederek sorumluluktan kurtulamaz⁴⁹. Bu türdeki ticari uygulamaların tüketicinin ekonomik davranışını önemli ölçüde bozmadığını veya bozma ihtimali olmadığını kanıtlaması kabul edilmemektedir.

IX. TÜRK TÜKETİCİ HUKUKUNDA HAKSIZ TİCARİ UYGULAMA HALİNDE YAPTIRIMLAR

Haksız ticari uygulamaların hukuki sonuçları TKHK.’da idari ve hukuki yaptırımlar olarak düzenlemelere bağlanmıştır. TKHK.’da haksız ticari uygulama yasağına aykırılık halinde hukuki sonuçları düzenleyen ayrı bir hüküm bulunmamaktadır. TKHK.’da sadece idari yaptırımların düzenlenmiş olması nedeniyle haksız ticari uygulama yasağının tam olarak tüketicilerin korunmasında etkili olmayacağı görüşü⁵⁰ ileri sürülmüştür.

46 TOPÇUOĞLU, s. 39; ÖZER, s.4835.

47 ÖZER, s.4835; TOPÇUOĞLU, s. 39.

48 CEYLAN,yenilikler, s.150;CEYLAN, 6502, s.133.

49 ÖZER, s.4835; TOPÇUOĞLU, s. 40.

50 ÖZER, s.4841.



A. Hukuki Yaptırımlar

TKHK.m.62’de düzenlenen haksız ticari uygulama yasağı aynı zamanda TTK.m.54/II hükmündeki haksız rekabet hali olarak kabul edilmektedir⁵¹. Ayrıca TRHTUY.’nin ekinde sayılan örnekler de TTK.m.55’de belirtilen haksız rekabet hallerindedir.

Tüketiciler, haksız ticari uygulama ile karşılaştığında bu uygulamanın haksız rekabet olup olmadığını tespitini, önlenmesini, ortadan kaldırılmasını isteyebilir (TTK.m.56/I a, b, c). Haksız rekabetin tespiti davasında haksız rekabet failinin kusuru aranmaz⁵². Haksız rekabeti oluşturan fiilin veya halen devam eden fiilin sona erdirilmesi talep edilebilir veya gerçekleşmesi veya tekrarı muhtemel bir haksız rekabet fiilinin önlenmesi için de talepte bulunmak mümkündür⁵³. Haksız rekabet sebebiyle haksız rekabetin sonucu olan durumun ortadan kaldırılması, yanlış beyanlarla yapılmışsa bu beyanların düzeltilmesi ve tecavüzün önlenmesi için, haksız rekabetin işlenmesinde etkili araçların imhası için de eski hale iade davası açılabilir⁵⁴. Ayrıca tüketiciler haksız ticari uygulama sonucunda bir zarar görmüşlerse ticari uygulamada bulunanın kusurlu olması şartıyla maddi tazminat ve /veya manevi tazminat da talep edebilirler (TTK.m.56/ I d, e). Haksız rekabet sayılan bir fiil veya davranış veya uygulama ile maddi zarar arasında uygun illiyet bağı var ise maddi tazminat talep edebilirler. Önemli bir özellik ise maddi tazminat olarak haksız rekabet sonucunda davalının elde ettiği menfaatin karşılığının elde edilme imkanı bulunmaktadır⁵⁵. Haksız rekabet fiili veya uygulaması nedeniyle tüketicilerin kişilik hakları zedelenmesi halinde manevi tazminat talep etmek de mümkündür. Tespit davası, önleme davası ve eski hale iade talepleri zamanaşımına tabi değildir⁵⁶. Ancak maddi tazminat ve manevi tazminat talepleri bir ve üç yıllık zamanaşımı sürelerine tabidir (TTK.m.60). Haksız rekabet fiili aynı zamanda 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu gereğince daha uzun dava zamanaşımı süresine tabi olan cezayı gerektiren bir fiil niteliğinde ise, bu süre hukuk davaları için de geçerli olur.

Tüketiciler haksız ticari uygulama nedeniyle görevli mahkeme olan tüketici mahkemesinde dava açabilirler (TKHK.m.73/I).

51 ÖZER, s.4838.

52 ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER, ERTAN, s.603.

53 ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER, ERTAN, s.605.

54 ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER, ERTAN,s.606.

55 ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER, ERTAN,s.608.

56 ÜLGEN/HELVACI/KAYA/NOMER, ERTAN,s.618.

Bir ticari uygulamada gerçeğe aykırı olarak bir malın veya hizmetin belirli özelliklere sahip olduğu ve ya olmadığı ve bu nedenle malın veya hizmetin ayıplı olması halinde tüketiciler, ayıplı mal veya ayıplı hizmet hallerinde sahip oldukları hakları haksız ticari uygulamada bulunana karşı ileri sürebilirler.

TBK. m.36'da düzenlenen aldatma ve m.37'de düzenlenen korkutma hükümleri tüketicilerin iradelerinin aldatılma veya korkutulma altında vermeleri hallerinde başvurulabilecek diğer koruyucu hükümlerdir⁵⁷. Eğer tüketicinin kurduğu sözleşme aldatılma veya korkutulma etkisi altında yapılmışsa -diğer bir deyişle uygun illiyet bağının varlığı halinde - TBK.m.39 hükmü gereği tüketicinin kurulan sözleşme ile bağlı olmadığını bildirmesi ve doğan zararının karşılanmasını talep etmesi imkânı vardır. Bu hükümlerin uygulanması için, aldatıcı davranışların kasten yapılmış olması ve tüketicilerin bir sözleşme kurmuş olmaları gereklidir.

B. İdari Yaptırımlar

Reklam Kurulu, TKHK.m.63/İhükmüne göre haksız ticari uygulamalara karşı tüketiciyi koruyan düzenlemeler yapmaya, bu hususlar çerçevesinde inceleme yapmaya ve gerektiğinde denetim yapmaya yetkili mercidir. Reklam Kurulunun idari yapısı, çalışma usul ve esasları Reklam Kurulu Yönetmeliği'nde ⁵⁸ düzenlenmiştir.

Reklam Kurulu bu görevini re'sen veya tüketicilerin başvurusu üzerine yerine getirebilir. Reklam Kurulu, TKHK.m.77/XIII hükmü gereği ticari uygulamanın hukuka aykırılığını tespit ederse bu uygulamanın üç aya kadar tedbiren durdurulmasını, durdurulmasını ve /veya haksız ticari uygulamada bulunan kişiye idari para cezası verilmesine karar verebilir. İdari yaptırım kararlarına karşı idari yargı yoluna işlemin tebliğinden itibaren 30 gün içinde dava açılır. Ancak iptal davası açılmış olması, kararın yerine getirilmesini durdurmaz (TKHK.m.78/II).

TRHTUY.m.32 hükmüne göre, bu Yönetmeliğe uygun olmayan ticari uygulamanın daha sonra telafi edilmesi, ticari uygulamada bulunanın tespit edilen aykırılığa ilişkin sorumluluğunu ortadan kaldırmamaktadır. Bu hükmün katıldığımız görüşe göre ⁵⁹ ticari uygulamada bulunanın sorumluluğu hakkında bir düzenleme olduğu için Yönetmelik yerine TKHK.'da yer alması daha isabetli olurdu. Yaptırım kararı Reklam Kurulu tarafından verilmekte, Ticaret Bakanlığı tarafından uygulanmaktadır.

57 NÖMER, Haluk N., **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, Gözden Geçirilmiş Genişletilmiş Onbeşinci Bası, İstanbul 2017, s. 96 vd.

58 RG. T. 03.07.2014 S.29049.

59 ÖZER, s.4838; BIÇAKÇI, Levent, Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği Bilgi Notu, <http://www.leventbicakci.com/ticari.pdf> (erişim tarihi : 19.12.2019)



SONUÇ

Haksız ticari uygulamalar, malların veya hizmetlerin tedarik edilmesi, satılması veya sunumu sırasında tüketicinin özgürce karar verme iradesini etkileyen dürüstlük kuralına aykırı eylemlerdir. Haksız ticari uygulamalar nedeniyle tüketiciler büyük zarar görmektedir. Bu nedenle tüketicilerin bu eylemlere karşı korunmaları için tüketicileri koruyacak tedbirlerin alınması gereklidir. Aldatıcı veya saldırgan nitelik taşıyan ticari uygulamalar “ haksız” ticari uygulama olarak gerek Avrupa Birliği Hukukunda gerekse Türk Hukukunda kabul edilmektedir. Ticari uygulamada bulunanların tüketicinin kararını etkileyecek haksız olan her türlü uygulaması TKHK. ve TRHTUY.’de yasaklanmıştır. Uygulamada Yönetmelik hükümlerinin temel ilkelerin kısa ve öz şekilde ifade edilmesi yolu yerine çok detaylı şekilde belirtilmiş olması çeşitli zorluklara ve farklı yorumlara neden olmaktadır.

Ticari uygulama ile ilgili kurallar emredici nitelik taşımaktadır. Ticari uygulamada bulunan kişinin kusuru olmasa da sorumluluğu doğmaktadır. Mesleki özen yükümlülüğünün gereği olarak ticari uygulamada bulunanların mal ve hizmet ile ilişkiye geçen tüketicinin iradesini etkileyecek konularda doğru bilgi vererek tüketiciyi aydınlatmaları gerekir.

Ticari uygulamada bulunanların piyasada mal satarken veya hizmet sunarken mesleki özene uygun şekilde hareket etmeleri gerekir. Ticari uygulamaların, ortalama tüketicinin mal ve hizmete ilişkin ekonomik davranış şeklini bozmaması gerekir. Ticari uygulamaların yasaklanmasının sebebi, tüketicilerin piyasada özgür şekilde ve hiçbir etki altında kalmadan karar vermesini sağlamaktır. Tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması tüketici politikasının önemli amaçlarından.

Haksız ticari uygulamalar nedeniyle tüketicilerin ekonomik çıkarları bozularak zarar gördüğü için idari ve hukuki çeşitli yaptırımlar uygulanmaktadır. Satıcı veya sağlayıcı, bu yaptırımlardan kurtulabilmek için iddia edilen eylem veya ihmalin hiç olmadığını veya kendisine atfedilmeyeceğini ispatlamalıdır. Kanımızca, ticari uygulamada bulunanın haksız ticari uygulamada bulunmadığını ispat yükü altında olması tüketici lehine olmuştur.

KAYNAKLAR

AKSOY Mehmet Ali, 2005/29 /AT Haksız Ticari Uygulamalar Direktifinde Düzenlenen Haksız Rekabet Halleri ve Uygulama Örnekleri, **İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası C.LXXIII, S. 1, s.279-318.**

ASLAN İ. Yılmaz, **6502 Sayılı Kanuna Göre Tüketici Hukuku**, Bursa 2014.

ASLAN İ. Yılmaz, **Bankacılar İçin Tüketici Hukuku**, İstanbul 2016 (“bankacılar”)

ATAMER Yeşim M., Tüketici Hukukunun Gelişimi: Dünü, Bugünü ve Yarını, **Tüketicinin Korunması Semineri**, Editör : Yrd. Doç. Dr. Ebru CEYLAN, Türkiye Adalet Akademisi Yayınları, Ankara 2007, s. 21-32.

AYDOĞDU Murat, **Tüketici Hukuku Dersleri**, Ankara 2015.

BIÇAKÇI Levent, Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği Bilgi Notu, <http://www.leventbicakci.com/ticari.pdf> (erişim tarihi: 19.12.2019).

CEYLAN Ebru, **6502 Sayılı Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Getirdiği Düzenlemeler**, İstanbul 2015. (“6502”).

CEYLAN Ebru, 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un Getirdiği Önemli Yenilikler ve Değişiklikler, **İstanbul Barosu Dergisi**, Mart- Nisan Sayısı, C.89,2015/2, s. 76-178 (“yenilikler”).

EREN Fikret, **Borçlar Hukuku, Genel Hükümler**, 24. Bası, Ankara 2019.

IŞIK Özer, Haksız Ticari Uygulamalara İlişkin Hükümlerin İncelenmesi, **Legal Hukuk Dergisi**, C. 14, S. 165 s. 4744 vd.

İNAL Tamer, **6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna Göre Hazırlanmış Tüketici Hukuku**, 3. Baskı, Ankara 2014.

KARA İlhan, **Tüketici Hukuku**, Ankara 2015.

KOYUNCUOĞLU Hikmet/ÖZKUL Zeynep, Türk Ticaret Kanununda Haksız Rekabet Düzenlemesi ve Tüketici Hukuku, **İstanbul Barosu Dergisi** Tüketici Hakları ve Rekabet Hukuku Özel sayısı, C.88, 2014, S. 1, s.211-221.

NOMER Haluk N., **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, Gözden Geçirilmiş Genişletilmiş On beşinci Bası, İstanbul 2017.



SELİM Ali, Haksız Ticari Uygulamalar, **Tüketici Hukuku Davaları**, Ankara 2017, s. 925-948.

TOPÇUOĞLU Metin, Türk Ticaret Kanunu ve Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Açısından Haksız Ticari Uygulamalar, **Türkiye Adalet Akademisi Dergisi**, Yıl: 7, S. 24, Ocak 2016, s. 15-57.

ÜLGEN Hüseyin/HELVACI Mehmet/KAYA Arslan/NOMER ERTAN Füsun, **Ticari İşletme Hukuku**, 6. Güncellenmiş ve Kısmen Yeniden Yazılmış Bası, İstanbul 2019.

ZEVKLİLER Aydın / ÖZEL Çağlar, **Tüketicinin Korunması Hukuku**, Ankara 2016.