

TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN AÇISINDAN HELAL ÜRÜN SORUNU VE SONUÇLARI

*Halal Product Matter and Its Results In Terms of Law on the
Protection of Consumer*

**Prof. Dr. Metin TOPÇUOĞLU¹, Yrd. Doç. Dr. Burcu ÖZKUL²,
Arş. Gör. Numan TEKELİOĞLU³**

Geliş Tarihi: 12.10.2016 Kabul Tarihi: 13.02.2017

ÖZET

Tüketiciyi bir ürünü satın almaya veya ondan uzak durmaya sevk eden sebeplerden birisi, ürünün tüketicinin inanç değerlerine uygun olup olmamasıdır. İslam dini açısından helal kavramı tartışmasız büyük bir öneme sahiptir. Elbette kişilerin helal kavramına gösterdikleri hassasiyetin objektif bir ölçüsü bulunmamaktadır. Ancak müslüman tüketicilerden bir kısmının, ürün tercihlerinde İslam'ın öngördüğü helal şartlarına göre hareket ettikleri olgusu kuşkusuzdur. Bu olgu sebebiyledir ki, hem İslam ülkelerinde hem de ABD ve Avrupa ülkelerinde giderek gelişen bir helal ürün pazarı oluşmuştur.

Ülkemizde de son yıllarda helal ürünlere yönelik talep ve bu çerçevede yapılan faaliyetler artmıştır. Tüketicilerin dini hassasiyetleri doğrultusunda hareket ederek ürünlerini cazip kılmak isteyen işletmeler, helal sertifikası almak için çaba sarf etmektedirler. Ancak ülkemizde helal sertifikasının verilmesi ve buna ilişkin şartların düzenlenmesi ile ilgili hiçbir hukuk kuralı bulunmamaktadır. Bu sebeple helal sertifikası çeşitli dernek ve şirketler eliyle verilmektedir. Bu durum hem tüketicinin korunması hem de haksız rekabet ve haksız ticari uygulamalar yönüyle pek çok sorunu gündeme getirmektedir. Ayrıca tüketicilere bilgisi dışında helal olmayan ürün satışı da başlı başına bir sorun teşkil etmektedir. Bu çalışmada, TKHK açısından helal ürün sorunu üzerinde durulmuş ve helal olmayan ürün arzının sonuçları irdelenerek soruna çözüm aranmıştır.

Anahtar Kelimeler: Helal ürün, tüketicinin korunması, helal sertifikası, helal şartları, ayıplı ürün, haksız ticari uygulama.

ABSTRACT

One of the reasons that prompted consumers to buy a product or away from it, is that the product is in accordance with the consumer's faith values. In terms of the relevant provisions of Islam which give up the life of each and every field halal concept has an undisputed importance. Of course, the people don't have an objective measure of their sensitivity to the concept of halal. However, in general halal requirements of muslim consumers pay attention whether the products they purchase Islam prescribes rightly poses. In these case, both in Islamic countries as well as the USA and European countries, has led to the creation a growing halal product market.

In our country, the demand for halal products have proliferated in recent years and the activities carried out in this context. Businesses which want to make their products attractive, acting in accordance with religious sensitivities of consumers, are making an effort to get the halal certificate. However, in our country there is no law on issuance of halal certificates and its conditions of regulation. Therefore, halal certificates are provided by various associations and companies. But in this case, it poses many problems both consumer protection as well as unfair competition and unfair trade practices. In addition, sales of non-halal products without the knowledge of consumers also poses a problem. In this study, will focus on the issue of halal products from various angles and solution to the problem about examining the consequences of non-halal product supply will be sought.

Keywords: Halal product, consumer protection, halal certificate, halal criteria, defective product, unfair trade practice.

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Ticaret Hukuku Anabilim Dalı, metintopcuoglu@sdu.edu.tr

² Süleyman Demirel Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Medeni Hukuk Anabilim Dalı, burcuozkul@sdu.edu.tr

³ Süleyman Demirel Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Medeni Hukuk Anabilim Dalı, numantekelioglu@sdu.edu.tr

1. Giriş

Sanayi devriminden bu yana üretim teknolojilerinde kaydedilen ilerlemeler, piyasadaki işletmeler arasında her geçen gün artan bir rekabet ortamının doğmasına sebep olmuştur. Bu rekabet ortamında rakiplerinin önüne geçmek isteyen işletmeler, bir taraftan üretim maliyetlerini azaltarak piyasaya daha fazla ürün arz etmek, diğer taraftan ise daha fazla tüketici kitlesine hitap etmek peşindedirler. Günümüz piyasasında var olan mal ve hizmet çeşitliliği, tüketicinin daha fazla korunmasını gerektirmektedir. Aynı zamanda iletişim araçlarındaki gelişmeler ve refah seviyesindeki değişim, tüketiciyi satın alma kararlarında daha bilinçli ve dikkatli davranmaya sevk etmektedir.

Fiyat, marka, kalite anlayışı gibi tüketicinin satın alma kararlarını etkileyen pek çok faktör vardır. Bunlardan biri de inanç faktörüdür⁴. Zira dindarlık veya dine bağlılık, kişilerin davranışlarının şekillenmesinde önemli bir etkiye sahiptir⁵. Kişilerin inandıkları dinin emir ve yasakları çerçevesinde yaşama istekleri, onların günlük yaşamlarındaki tercihlerinde ve dolayısıyla tüketime yönelik davranışlarında yönlendirici olmaktadır⁶. Elbette bu durum kişiden kişiye farklılık gösterdiği gibi, ürün sınıflarına göre de farklılık göstermektedir. Tüketicilerin özellikle gıda ürünleri noktasında çok daha hassas davrandıkları ve farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu bir gerçektir⁷. Örneğin; nüfusunun büyük çoğunluğu müslüman olan ülkemizde, haram kabul edilen domuz eti ve domuz eti katkılı ürünler açısından büyük bir hassasiyet söz konusudur. Ancak, gıda ürünleri noktasında var olan hassasiyet, giderek diğer ürün çeşitlerinde de aranmaya başlamıştır. Zaman zaman gündeme gelen, asitli içeceklerin alkol içerip içermediği, diş fırçalarının domuz kılından yapılıp yapılmadığı gibi sorular söz konusu hassasiyetin bir göstergesidir.

Sadece İslam ülkelerinde değil, tüm dünyadaki müslümanlar arasında mal ve hizmetlerin tüketiminde İslam dininin helal kabul ettiği vasıfların varlığını arama noktasında yükselen bir bilinç göze çarpmaktadır⁸. Bu durum *İslami Tüketim Kültürü* olarak isimlendirilen kavramın doğmasına sebep olmuş ve

⁴ KURTOĞLU, Ramazan-ÇİÇEK, Behiye, *Tüketicilerin Helal Ürünler Hakkındaki Algılama, Tutum ve Beklentilerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma*, Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Aralık 2013, 8(3), s.181.

⁵ ÖZDEMİR, Hüseyin- YAYLI, Ali, *Tüketicilerin Helal Sertifikalı Ürün Tercihleri Üzerine Bir Araştırma İstanbul İli Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2014, 6(1), s.185.

⁶ HANZAE, Kambiz Heidarzadeh-RAMEZANİ, Mohammad Reza, *Intention To Halal Products In The World Markets*, Interdisciplinary Journal Of Research In Business, Vol.1, 2011, s.2.

⁷ CHAMBOLLE, Marc, *Food Policy And The Consumer*, Journal Of Consumer Policy, 1988, s.435.

⁸ SHAFIE, Shahidan-OTHMAN, Md Nor, *Halal Certification: An International Marketing Issues And Challenges*, s.3.

müslüman tüketicilere yönelik pazarlama yöntemlerinin geliştirilmesine yol açmıştır⁹. İşte helal ürün kavramının çıkış noktası da buraya dayanmaktadır. Ülkemizde de özellikle son birkaç yıldır başta gıda ürünleri olmak üzere birçok ürün çeşidinde helal sertifikası verilmekte ve bu sertifika sahibi işletmeler ürünlerin üzerinde helal logosuna yer vererek tüketicilerin dikkatini çekmeye çalışmaktadırlar. Ancak söz konusu bu durum, belirli hallerde haksız rekabete yol açabileceği gibi, tüketicilerin aldatılması ve mağdur olmasına da sebep olabilir¹⁰.

2. Helal Ürün Kavramı

Arapça bir kelime olan helal, İslam Hukukunda yapılması serbest olan ve dolayısıyla işlenmesinde herhangi bir günah olmayan fiilleri ifade etmektedir¹¹. Sözlük anlamı olarak ise; caiz, meşru, serbest gibi anlamlara gelmekte ve bu açıdan haram kelimesinin karşıtını teşkil etmektedir¹².

Ürün kavramı ise, en genel anlamıyla birtakım sınıai işlemlerden geçirilerek tüketicinin istifadesine sunulan mallar için kullanılmaktadır¹³. Ancak 6502 sayılı TKHK'da ürün kavramının hem mallar hem de hizmetler için kullanıldığı görülmektedir¹⁴. Nitekim TKHK m.76/1'de "Tüketici ürünü; hizmet sektöründe kullanılanlar dahil olmak üzere tüketicilerin kullanması için tasarlanan veya makul koşullarda tüketiciler tarafından kullanılması öngörülen, gerek ticari faaliyetler sonucunda gerekse başka yollarla tedarik edilen veya kullanılabilir hale getirilen yeni, kullanılmış veya ıslah edilmiş her türlü üründür." şeklinde bir tanıma yer verilmiştir. Öte yandan 99/34/EC sayılı Ayrıplı Ürün Nedeniyle Sorumluluk Hakkında AB Direktifi'nde ürün, "Başka bir taşınır veya taşınmazın bir parçasını da oluştursa her türlü taşınırı ifade eder." şeklinde tanımlanmıştır¹⁵.

⁹ ÖZDEMİR-YAYLI, s.185.

¹⁰ Bkz. TOPÇUOĞLU, Metin-ÖZKUL, Burcu, *Rekabet Hukuku Özellikle Haksız Rekabet Açısından Helal Gıda Sertifikası*, Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.4, S.1, 2014, s.4.

¹¹ ÇAYIROĞLU, Yüksel, *İslam Hukukuna Göre Helal Gıda*, Işık Yayınları, 2014, s.14; SAMORİ, Zakiah-ISHAK, Amal Hayati-KASSAN, Nurul Himmah, *Understanding The Development Of Halal Food Standard: Suggestion For Future Research*, International Journal Of Social Science And Humanity, Vol.4, No:6, 2014, s.482.

¹² AKGÜNDÜZ, Ahmet, *Avrupa'da Helal Gıda Problemleri ve Çözüm Yolları*, İhracat İçin Helal Sertifikası Sempozyumu, 2012, s.1; ÇAYIROĞLU, s.14; REGENSTEIN, J.M-CHAUDRY, M.M- REGENSTEIN, C.E, *The Kosher and Halal Food Laws*, Comprehensive Reviews In Food Science And Food Safety, Vol.2, 2003, s.120.

¹³ TANRIBİLİR, Feriha Bilge, *Milletlerarası Özel Hukukta Ürün Sorumluluğuna İlişkin Kurallara Genel Bir Bakış*, Sorumluluk ve Tazminat Hukuku Sempozyumu, 2009, s.264.

¹⁴ ÖZDİLEK, Ali Osman, *Türk Hukukunda "Güvenli Ürün" Kavramı ve Güvenli Olmayan Ürüne Bağlanan Hukuki Sonuçlar*, Asansör Sempozyumu, 2014, s.159.

¹⁵ TİRYAKI, Betül, *Avrupa Konseyi'nin 25.7.1985 Tarihli Direktifi'ne Göre Üreticinin*

Görüldüğü üzere, AB Direktifinde ürün kavramı açısından yalnızca taşınır kabul edilmekteyken, TKHK'da taşınır-taşınmaz ayrımı yapılmaksızın mallar ve ayrıca hizmetler ürün kavramı içerisinde değerlendirilmiştir.

Bu açıklamalar çerçevesinde helal ürün kavramı, üretim aşamasından tüketiciye sunum aşamasına kadar tamamen İslami kurallar çerçevesinde hazırlanan ve İslami kurallara göre yasak sayılan herhangi bir unsur içermeyen mal veya hizmetler olarak tanımlanabilir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından hazırlanan *Uluslararası Gıda Standartları (Codex Alimentarius)* belgelerinde helal gıda kavramı, İslam hukuku çerçevesinde izin verilen gıda olarak ifade edilmektedir¹⁶. Şu halde bir ürünün helal ürün olup olmadığının tespitinde İslam dininin getirdiği ölçütler yol gösterici olmaktadır.

3. Helal Sertifikası ve Ürünlerde Helal Kriteri

Sertifika, ürünlerin alıcı veya tüketici tarafından aranılan niteliklere sahip olup olmadıklarını gösteren bilgi veya işaretler olarak tanımlanmaktadır¹⁷. Günümüzde işletmelerin piyasada söz sahibi olabilmeleri için kalite olgusunu ön planda tutmaları bir zorunluluk haline gelmiştir¹⁸. Kalitenin öncelikli şartlarından biri ise standartlara uygunluktur¹⁹. Bu sebeple işletmeler ürünlerinin standartlara uygunluğunu belgelemek adına sertifikalandırma çalışmalarına önem vermektedirler.

Ülkemiz açısından helal sertifikası uygulaması yeni olmakla birlikte, Osmanlı Devleti'nde ürünlerin dini kurallara uygunluğuna dair çeşitli kanunnameler çıkarıldığı ve müslümanların kullanımı açısından uygun görülen ürünlere *Tahirdir (Temizdir)* damgası vurulduğu bilinmektedir²⁰. Öte yandan *Koşer Yasaları (Kosher Laws)* olarak bilinen ve yahudilikte önemli bir yeri olan yeme-içme kuralları, zaman içerisinde sistemeleştirilerek *Koşer Sertifikası* oluşturulmuş ve günümüzde önemli bir sektör haline gelmiştir²¹. Helal

Sorumluluğunun Şartları ve Tüketicinin Korunması Mevzuatı İle Mukayesesi, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.55, S.2, 2006, s.233.

¹⁶ http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/standards/list-standards/en/?no_cache=1 [Erişim: 02.03.2016]

¹⁷ TOPÇUOĞLU-ÖZKUL, s.3.

¹⁸ ÖNER, Erhan, *Kalite Güvencesi*, Marmara Üniversitesi Yayını, İstanbul, 2007, s.19.

¹⁹ TAŞCI, Deniz-ÇABUK, Saye Nihan, *Kalite Yönetim Sistemleri*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, 2013, s.127.

²⁰ YILDIZ, Mehmet, *Osmanlıda Ürünlerin Dini/Şer'i Standardizasyonunda Dönüm Noktası: Tahirdir Damgalı Sertifikasyona Geçiş*, International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Vol.5/1, 2010, s.1475.

²¹ KURT, Ali Osman, *Yahudilikte Koşer ve Koşer Ekonomisi*, Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, C.XIV, S.2, 2010, s.103; LYTTON, Timoty, *Kosher Certification: Private Regulation In The Age Of Industrial Food*, Harvard University Press, 2013, s.26; DAILY, Eoin, *Competing Concepts Of Religious Freedom Through The Lens Of Religious Product Authentication Laws*, Ecclesiastical Law Society, Vol.13, 2011, s.306.

sertifikası, bir işletmenin ürünlerinin İslami kurallar açısından helal niteliğini haiz olduğunu gösteren bir belgedir. Hem uluslararası gıda pazarında hem de iç pazarda giderek önem kazanan helal sertifikası, işletmeler açısından rekabet gücünü arttıran bir unsur olarak kullanılmaktadır. Zira helal sertifikası, tüketici nezdinde bir ürünün dinen kullanılması uygun ve hatta sağlıklı olduğu yönünde bir algı oluşturmaktadır²². Yalnızca İslam ülkelerinde değil, ABD ve Avrupa ülkelerinde de helal sertifikasına olan talep ve bu yöndeki uygulamalar giderek yaygınlık kazanmaktadır²³. Günümüzde gelinen noktada, sadece gıda ürünleri açısından değil, diğer ürün sınıfları ve özellikle de finansal hizmetler açısından dahi helal sertifikası çalışmalarının yapıldığı görülmektedir²⁴.

Mevzuatımızda helal ürün standartlarının neler olduğunu, helal sertifikasının verilebilme şartlarını ve bu sertifikayı verebilecek kuruluşları düzenleyen herhangi bir hukuk kuralı bulunmamaktadır²⁵. Bu sebeple dernek ve şirket statüsündeki birçok kuruluş kendi standartları çerçevesinde helal sertifikası vermektedir²⁶. Ancak bir kamu tüzel kişisi olan Türk Standartları Enstitüsü (TSE) de helal sertifikası veren kuruluşlar arasında yer almaktadır.

²² RAFIDA, A.R-ALİNA, A.R-HAFIZ, H.H-SAIFOL,B., *Negotiating Interests According to Islamic Approach on Halal Certifications*, World Applied Sciences Journal, 2012, s.13; SHAFIE-OTHMAN, s.3.

²³ AL MAZEEDI, Hani, *Mc Halal System*, s.2; HAVINGA, Tetty, *Regulating Halal and Kosher Foods: Different Arrangements Between State, Industry and Religious Actors*, Erasmus Law Review, Vol.3, Issue 4, 2010, s.241.

²⁴ HAYAT, Raphie-BUTTER, Frank-KOCK, Udo, *Halal Certification For Financial Products: A Transaction Cost Perspective*, Tinbergen Institute Discussion Paper, 171/3, 2011, s.2.

²⁵ TOPÇUOĞLU-ÖZKUL, s.4.

²⁶ Örneğin; ülkemizde helal sertifikası açısından önde gelen kuruluşlardan biri olan GİMDES, *Helal Standardı Şartnamesi* hazırlayarak ürünlerin denetiminde uygulanacak standartlara dair çeşitli kurallar ortaya koymuştur. Söz konusu şartnameye (m.3) göre, “Helal gıda, İslam fikhında yenilip içilmesine izin verilmiş gıdaları belirtir. İslam fıkhı, Kur’an, Hadis, İcma ve Kıyas’a dayanır. İcma ve Kıyasta, Hanefi, Şafii, Maliki ve Hanbeli mezheplerinin görüşlerini dikkate alan İslami bir otoritenin onayladığı fetva, aşağıdaki şartlar dikkate alınarak, esas alınacaktır:

1.Gıda maddesi veya onun katkı maddeleri, İslam fikhına göre müslümanlara helal olmayan hayvanların veya İslami kurallara göre kesilmemiş olan hayvanların herhangi bir bileşenini veya ürününü içermeyecektir.

2.Gıda maddesi, İslam fikhına göre necis (pis) veya hijyen olmayan şartlarda hazırlanmayacak veya bu niteliği taşıyan herhangi bir katkı maddesini içermeyecektir.

3.Gıda ve katkı maddeleri, İslam fikhına göre necis kabul edilmiş maddelerle kirlenmiş olan gereçler kullanarak hazırlanamaz, işlenemez ve imal edilemez. Bu ürünlerin hazırlanması, işlenmesi, paketlenmesi, depolanması ve taşınması esnasında, diğer gıda maddelerinden, herhangi bir karışmanın yaşanmaması için haram ürünlerden fiziksel olarak ayrı tutulması gerekmektedir.” Ayrıntılı bilgi için bkz. <http://www.gimdes.org/gimdes-standartlari/gimdes-helal-standardi> [Erişim: 02.03.2016]

GİMDES Helal Şartnamesi, uygulamadaki bir örneği göstermesi açısından önemli olmakla birlikte, helal sertifikasının verilmesi ve bu anlamda helal kriterlerinin belirlenmesi açısından yeknesaklık sağlanması zaruridir.

TSE, Türkiye’de ve uluslararası alanda yürüttüğü helal belgelendirme faaliyetlerinin düzenlenmesi ve bu kapsamda vermiş olduğu belgelerin kullanım usul ve esaslarının belirlenmesi amacıyla TSE Helal Belgelendirme Usul ve Esasları’nı²⁷ yürürlüğe koymuştur. Söz konusu usul ve esaslara göre, TSE tarafından başvuru sahiplerine sertifika verilmesi hususunda karar vermek üzere Helal Belgelendirme Komitesi oluşturulmuştur (m.6/4). Bu komitede helal belgelendirme konusunda bilgi ve tecrübe sahibi olan ve Diyanet İşleri Başkanlığı teşkilatına mensup en az iki üyenin yer alması zorunlu tutulmuştur (m.6/4). Görüldüğü üzere TSE, İslam dininin inanç, ibadet ve ahlak esasları ile ilgili işleri yürütmekle görevli olan Diyanet İşleri Başkanlığı ile işbirliği yaparak helal belgelendirme faaliyetinde bulunmaktadır. TSE Helal Belgelendirme Usul ve Esaslarında başvuru sahiplerinin ürünlerine dair inceleme yapılırken her açıdan helal şartlarının uygunluğunun denetleneceği belirtilmekte (m.8/2) ancak bahsedilen helal şartlarının neler olduğu açıklanmamaktadır.

Ürün özellikleri, hukuki standartlara, tüketici tercihlerine, piyasadaki rekabet şartlarına ve hitap ettiği müşteri kitlesine göre değişmektedir. Kimi ürünlerde bulunması gereken veya yasaklanan şartlar hukuki düzenlemelerle tespit edilmiştir²⁸. Ancak esas olarak ürün özelliklerinin belirlenmesinde tüketici beklentilerinin ve piyasa şartlarının yönlendirici etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu açıdan piyasadaki helal ürün talebi göz önüne alınmalı ve buna dair hukuki düzenlemeler için çalışma yürütülmelidir.

Her ne kadar TKHK’da ürünlerin helal niteliğine dair bir hüküm bulunmasa da bilgisi dışında tüketiciye, inançlarına aykırı (örneğin helal olmayan) ürün satışı onun kişilik haklarını ihlal edebilmektedir. Dolayısıyla satıcının, kişiliğinin korunması (TMK m.24-25) ve haksız fiil hükümleri (TBK m.49 vd.) çerçevesinde sorumluluğu gündeme gelmektedir (TKHK m.83/1). Yetkisi olmadan helal sertifikası kullanmak veya sertifika şartlarını yerine getirmemek hem haksız ticari uygulama hem de ayıplı ifa teşkil eder. Bu durumda usulsüz sertifika kullanan veya sertifika şartlarını yerine getirmeyen ya da belirli tüketicilerin dini, vicdani, ahlaki yahut kültürel nedenlerle kullanmaktan kaçındıkları ürünleri satan kimsenin; haksız ticari uygulama, ayıplı ifa ve kişilik haklarının ihlali gerekçeleri ile sorumlu tutulması mümkündür.

4. Çeşitli Açılardan Helal Olmayan Ürün Arzı

4.1. Helal Olmayan Ürün Satışı

Bugün için tek tip ihtiyaç ve beklentilere sahip homojen bir müşteri kitlesinden söz etmek mümkün değildir. Ulaşım imkanlarının ve refah

²⁷ <https://www.tse.org.tr/icerikdetay/9/17/usul-ve-esaslar.aspx> [Erişim: 02.03.2016].

²⁸ Topluca bir liste için bkz. <http://www.tarim.gov.tr/Mevzuat/Turk-Gida-Kodeksi> [Erişim: 22.05.2016].

seviyesinin giderek yükselmesi, zorlayıcı veya teşvik edici sebepler (savaş, işsizlik, daha iyi standartlarda yaşama arzusu) müşteri çeşidini arttırmaktadır. Bu yüzden helal şartının önemi tüketiciden tüketiciye değişmektedir. Hatta kimi tüketicilerin, helal şartlarını insani, vicdani veya başka gerekçelerle reddettikleri olgusu inkar edilemez. Satıcıların bu tüketicileri göz ardı etmesi ticari hayatın gerçeği ile örtüşmez.

TKHK'da tüketicinin aydınlatılması ve bilinçlendirilmesi amacına yönelik olarak pek çok hüküm düzenlenmiştir. Örneğin; yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen sözleşmelerin en az oniki punto büyüklüğünde, anlaşılabilir, sade ve okunabilir bir şekilde düzenlenerek bir nüshasının tüketiciye verilmesi (m.4/1); tüketiciden talep edilecek her türlü ücret ve masrafa ilişkin bilgilerin yazılı şekilde sözleşme ekinde gösterilmesi (m.4/4); mal üzerine veya ambalajına kolaylıkla okunabilecek şekilde ayıba ilişkin bilgi içeren etiket konulması, aynı bilginin tüketiciye verilen fatura, fiş veya satış belgesi üzerinde gösterilmesi (m.10/3) gibi hükümler bu durumun açık bir göstergesidir²⁹. Satıcı, tüketicinin bilgilenmesi ve yanılmaması için gerekli tedbirleri almış, ürünün niteliğini ve menşeiini tereddüde yer bırakmayacak şekilde açıklamışsa artık onun sorumluluğuna gitmek mümkün olmamaktadır. Helal şartlarını taşımayan ürünü satın alıp almamak tamamen müşterinin iradesine tabidir.

Satıcının, helal standartlarını taşımayan ürün satması, tek başına hukuka aykırı sayılmaz. Bu açıdan satış işleminin nasıl yapıldığı ve müşteri çevresi önemlidir. Satıcının tüketicinin aydınlatılması yükümlülüğüne uygun davranması gerekmektedir. Aksi takdirde tüketicinin piyasadaki ürünler arasından doğru bir seçim yapabilmesi zorlaşabilir. Zira günümüzde ürün çeşitliliği, özellikleri ve içerik farklılığı gereği, tüketiciler tarafından kalite kontrolünün yapılması veya kendileri açısından sakıncalı bir durum olup olmadığını anlamaları neredeyse imkansızdır. Bu sebeple ürünlerin üzerinde çeşitli kalite işaretlerinin kullanılması (örneğin helal logosu) tüketicinin aydınlatılmasına yardımcı olmaktadır³⁰.

Helal ürün şartlarını arayan bir tüketici çevresinde satıcının, tüketiciye bu şartları taşımayan ürün satması kişilik haklarının ihlali (TMK m.24-25; TBK m.58) ve ayıplı ifade (TKHK m.8; TBK m.219 vd.). Bu çevredeki bir tüketiciden ürünün helal şartlarını taşıyıp taşımadığını araştırması beklenemez. Hayatın olağan akışı ve dürüstlük kuralına göre tüketicinin, kendisine helal şartlarını taşıyan ürün satılacağını beklemesi esastır. Satıcı, tereddüde yer bırakmayacak şekilde ürünlerin kaynak ve niteliği hakkında açıklamada bulunduğunu ispat

²⁹ TOPÇUOĞLU, Metin, *Türk Ticaret Kanunu ve Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Açısından Haksız Ticari Uygulamalar*, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, Y.7, S.24, 2016, s.22.

³⁰ ALTUNKAYA, Mehmet, *Sözleşmenin Kuruluşundan Önce Tüketicinin Korunması*, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.VIII, S.1-2, 2004, s.108.

etmedikçe sorumluluktan kurtulamaz. Menşe ve nitelik belirtmeksizin helal olmayan ürün satışı mesleki özen yükümlülüğünün (TKHK m.62/1) de ihlalidir.

4.2. Yetkisiz Helal Sertifikası Kullanımı

Satıcının yetkisi olmaksızın ürünleri üzerinde bir kurumun helal sertifikası işaretini kullanması tüketici, rakip teşebbüsler ve sertifika kurumu bakımından önemlidir. Yetkisiz helal sertifika kullanımı, ürünün helal şartlarını taşıyıp taşıyamamasına bakılmaksızın haksız rekabet olarak kabul edilmektedir (TTK m.54 vd.). Bilindiği üzere, rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına aykırı davranışlar haksız rekabettir (TTK m.54/2). Tanımda yer alan müşteri kavramının tüketicileri de kapsadığı noktasında duraksama yoktur³¹. Zira TTK m.54/1'de haksız rekabet hükümlerinin amacının bütün katılanların menfaatine dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanması olduğu açıkça ifade edilmektedir³².

Haksız rekabet hallerini düzenleyen TTK m.55 hükmünde, sertifikaların yetkisiz kullanımına dair doğrudan bir düzenleme bulunmamaktadır³³. Hal böyle olmakla birlikte, kanunda sayılan haksız rekabet hallerinin sınırlı sayıda olmadığı düşünüldüğünde³⁴ yetkisiz sertifika kullanımının haksız rekabet teşkil etmesine bir engel yoktur. Zira haksız rekabete ilişkin düzenlemelerin temelinde, TMK m.2'de düzenlenen dürüstlük kuralı yer almaktadır³⁵. Dürüstlük kuralının ihlal edilmesi halinde güvene aykırı hareket edilmiş olmakta; bu durum da haksız rekabete yol açmaktadır³⁶. Öte yandan TTK m.55/1-a'da

³¹ ARKAN, Sabih, *Ticari İşletme Hukuku*, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 22.Bası, Ankara, 2016, s.326; AYHAN, Rıza-ÖZDAMAR, Mehmet-ÇAĞLAR, Hayrettin, *Ticari İşletme Hukuku*, Yetkin Yayınları,9. Bası, Ankara, 2016, s.395; ÇEKER, Mustafa, *Ticaret Hukuku Genel Esaslar*, Karahan Kitabevi, Adana, 2016, s.195; KAYAR, İsmail, *Ticari İşletme Hukuku*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2015, s.269; POROY, Reha-YASAMAN, Hamdi, *Ticari İşletme Hukuku*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2015, s.282; ŞENER, Oruç Hami, *Ticari İşletme Hukuku*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2016, s.608.

³² "6102 sayılı TTK'nın 54. maddesinde haksız rekabete ilişkin hükümlerinin amacı, bütün katılanların menfaatine, dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanması olarak ifade edilmiş, rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamaların haksız ve hukuka aykırı olduğu belirtilmiştir". Y.11. HD, 2013/12796 E., 2014/14333 K., 23.09.2014 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası)

³³ TOPÇUOĞLU-ÖZKUL, s.10.

³⁴ BİLGİLİ, Fatih-DEMİRKAPI, Ertan, *Ticaret Hukuku Bilgisi*, Dora Yayınları, 8.Baskı, 2015, s.134.

³⁵ "Ticari hayatta rekabetin; işletmelerin verimini artırıcı, üretilen mal ve hizmetlerin kalitesini yükseltici ve fiyatları düşürücü fonksiyonları bulunduğu ileri sürülmekte olup; bu yönüyle yararlı olan rekabetin dürüstlük kuralları içinde yapılması ve kötüye kullanılmaması gerekir". YHGK, 2014/11866 E., 2016/289 K., 09.03.2016 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

³⁶ ARKAN, s.327; AYHAN-ÖZDAMAR-ÇAĞLAR, s.397; ÇEKER, s.197; KAYAR, S.269; ŞENER, s.609.

sayılan bazı haksız rekabet halleri, sertifikaların kötüye kullanılmasını da kapsamaktadır³⁷. Örneğin; kendisi, ticari işletmesi, işletme işaretleri, malları, iş ürünleri, faaliyetleri, fiyatları, stokları, satış kampanyalarının biçimi ve iş ilişkileri hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı açıklamalarda bulunmak (TTK m.55/1/a-2) bir haksız rekabet halidir³⁸. Şu halde bir işletmenin ürünlerinde gerçeğe aykırı olarak helal sertifikasına dair bir işaret kullanması halinde gerçek dışı ve yanıltıcı açıklamada bulunduğu pekala söylenebilir. Aynı şekilde paye, diploma veya ödül almadığı halde bunlara sahipmişçesine hareket ederek müstesna yeteneğe malik bulunduğu zannını uyandırmaya çalışmak veya buna elverişli doğru olmayan meslek adları ve sembolleri kullanmak (TTK m.55/1/a-3) da haksız rekabettir³⁹. Dolayısıyla helal sertifikası kullanma yetkisi olmadığı halde buna sahipmiş gibi hareket eden işletmenin fiili haksız rekabet olarak nitelendirilebilir.

Bir işletmenin yetkisi olmadığı halde helal sertifikası kullanması ve ürünlerinin üzerinde buna dair bir işarete yer vermesi tüketiciler açısından aldatıcı bir davranış teşkil etmektedir. Bu aldatıcı davranışın aynı zamanda dürüstlük kuralına aykırı olduğu açıktır. İşin mahiyeti gereği tüketicilerden helal sertifikasının gerçek olup olmadığını araştırmaları beklenemez. Dolayısıyla helal sertifikasına güvenerek bir ürünü satın alan tüketicinin, ürünün gerçek anlamda helal kriterlerini taşıması noktasında haklı bir beklentisi bulunmaktadır. Söz konusu beklentinin gerçekleşmemesi ise her halükarda tüketicinin güveninin sarsılmasına yol açmaktadır.

Yetkisiz helal sertifikası kullanımı, diğer yönüyle rakip teşebbüsleri etkilemektedir. Zira helal sertifikası, dini hassasiyetleri yüksek olan tüketici kitleleri üzerinde dikkat çekici ve onlar açısından ürünleri cazip kılıcı bir etkiye sahiptir. Bu açıdan bakıldığında, yetkisi olmadığı halde helal sertifikası kullanan bir işletmenin, müşterileri haksız olarak kendisine yönlendirme ihtimali sebebiyle rakip teşebbüslere zarar vereceği kuşkusuzdur.

³⁷ TOPÇUOĞLU-ÖZKUL, s.10.

³⁸ ARKAN, S.329; AYHAN-ÖZDAMAR-ÇAĞLAR, s.401; POROY-YASAMAN, s.285.

³⁹ "...davacı kurum, 22 Kasım 1960 tarih ve 132 sayılı Yasa ile kurulmuş ve markası "TSE" olarak belirlenmiş olup bu yasanın 1,2 ve 11. maddelerine göre bu markayı kullanmak isteyenlerin mamullerini kontrol ederek, Türk Standartlarına uygun bulursa kabul edecek, tarifeye göre ücret alacaktır. Bu markayı taşıyan mamullerin böylece resmi bir kurumun inceleme ve onayından geçerek Türk Standartları'na uygun olduğu kamuoyunda peşinen kabul edilecektir. Bu markanın izinsiz kullanılması halinde ise kamuoyu yanıltılmış olacak, standartlarına uygun olmayan bir mal da bu markayı taşıdığı için kontrollü zannedilecek, standartlara uymadığı ve kalite bozukluğu fark edilince de TSE markasına olan güven ve inanç sarsılacak; bu halde davacı kurum, gerek prim yoksulluğu ve gerek markaya rağbet azalması ve müşteri kaybetme şeklinde maddi zarardan başka, markaya ve davacı kuruma karşı doğacak güvensizlik duygusu ile manevi zarara da uğrayacaktır". Y.11. HD, 1982/5594 E., 1982/5674 K., 27.12.1982 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

4.3. Sertifika Şartlarının Yerine Getirilmemesi

Bir kurumun helal sertifikasını kullanan satıcının, sertifika şartlarına uygun olmayan ürün satışı, tüketici açısından kişilik haklarının ihlali ve ayıplı ifa olarak kabul edilebilir. Tüketicinin haksız ticari uygulama esaslarına göre satıcının sorumluluğuna gitmesi mümkündür. Ayrıca sertifika şartlarının yerine getirilmemesi satıcının, rakip teşebbüslere karşı da haksız rekabet ve haksız ticari uygulama ilkelerine göre sorumluluğuna yol açmaktadır⁴⁰.

Tüketicinin, denetim yetkisi ve yükümlülüğünü gereği gibi yerine getirmeyerek dürüst rekabet ortamının bozulmasına yol açan sertifika kurumuna karşı haksız ticari uygulama (TKHK m.62) ve haksız rekabet hükümlerine göre başvuru hakkı saklıdır. Zira sertifika kurumunun sorumluluğu, gerekli incelemeleri gerçekleştirip helal sertifikası vermekle sona ermez. Sertifika kurumu, helal sertifikasının verilmesinden sonraki süreçte de işletmenin şartları devam ettirip ettirmediğini kontrol etmekle yükümlüdür. Aksi takdirde, ilk etapta helal şartlarını yerine getirerek sertifika sahibi olan bir işletmenin, daha sonra buna dayanarak helal şartlarına aykırı ürünlerde de sertifika işareti kullanması ve bu şekilde helal sertifikasının suiistimal edilmesi ihtimal dahilindedir.

TSE Helal Belgelendirme Usul ve Esasları'nda (m.14/2), helal belgesinin verilmesinden sonra da kontrol ve gözetim yapılacağı *"...ürün ve hizmet özelliklerine, belgelendirmeye esas teşkil eden şartlara, üründe, üretim yerinde tespit edilen uygunsuzluklara veya belgelendirilmiş ürünlerle veya hizmetlerle ilgili şikayetlere bağlı olarak, belgelendirmeye esas standardın öngördüğü şartlar dikkate alınmak kaydıyla ilgili belgelendirme föylerinde belirtilen sıklıkta üretim yerinde ve/veya piyasadan alınan numuneler üzerinde, ilgili belgelendirme birimi tarafından gerekli görülen muayene ve deneylerin yapılması ve/veya yaptırılması veya yalnızca üretim yeri incelemesi suretiyle ara kontrol gerçekleştirilir."* şeklinde bir ifade ile belirtilmiştir. Yine TSE Helal Belgelendirme Usul ve Esasları'nda, ara kontroller sonucunda helal koşullarını etkileyen önemli uygunsuzluk tespit edilmesi veya TSE helal markalarının, belge kapsamı dışında kullanılması durumunda belgenin iptal edileceği açıkça ifade edilmektedir (m.18).

⁴⁰ "Davacı vekili, müvekkilinin adına tescilli markasıyla kimyasal ürün üretim ve pazarlaması yaptığını, müvekkilinin üretimine konu ürünlerin belgeli olduğunu, müvekkilinin bu kapsamda bir takım sertifikalara da sahip olduğunu, davalı şirketin www.erscelebikimya.com alan adlı internet sitesinde müvekkilinin ticaret unvanını, markasını ve müvekkiline ait sertifikaları herhangi bir hakka dayanmaksızın kullandığını, davalının müvekkiliyle herhangi bir ticari ilişkisinin de olmadığını, davalının bu kullanımının müvekkilinin marka hakkına tecavüz ve haksız rekabet teşkil ettiğini..." Y.11. HD, 2015/10457 E., 2016/3655 K., 5.4.2016 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

Öte yandan uygulamada yerli ve yabancı pek çok kurum ve kuruluşun helal sertifikası vermesi, helal sertifikasına güven noktasında soru işaretleri oluşturmaktadır. Sertifika kurumlarının helal belgesinin verilmesinden sonraki kontrol ve gözetim yükümlülüğü bir yana, belgenin verilmiş aşamasında dahi gerçek anlamda helal şartlarına uygun belge verilip verilmediği net değildir. Zira ülkemizde söz konusu sertifika kurumlarını denetleyecek herhangi bir hukuki mekanizma bulunmamaktadır. Bu durum hem rekabet piyasası hem de tüketiciler açısından pek çok sakıncaları bünyesinde barındırmaktadır.

5. TKHK Açısından Helal Ürün Sorunu

5.1. Genel Olarak

Helal sertifikası ve bu bağlamda helal ürüne ilişkin sorunlar öncelikli olarak tüketicinin korunması açısından önem taşımaktadır. Yetkisiz helal sertifikası kullanımı veya tüketicinin bilgisi dışında helal olmayan ürün satışı hem haksız ticari uygulama hem de ayıplı ifa kavramları çerçevesinde ele alınabilir. Ticari reklamlarda gerçeğe aykırı olarak helal sertifikasının veya buna ilişkin unsurların kullanılması da tüketicileri etkilemektedir. Ayrıca, tüketicilerin dini inançlarına aykırı bir fiil olması yönüyle, helal olmayan ürün satışının kişilik haklarının ihlali olarak değerlendirilmesi de mümkündür.

5.2. Haksız Ticari Uygulama

Yürürlükten kaldırılan 4077 sayılı TKHK'dan farklı olarak 6502 sayılı TKHK, tüketici bakımından haksız ticari uygulamaları özel olarak düzenlemiştir. Tüketicinin bir mal veya hizmete karşı ekonomik davranış biçimini (iradesini) bozan uygulamalar haksız ticari uygulamadır⁴¹. Bu doğrultuda aldatıcı veya saldırgan nitelikteki uygulamalar da haksız ticari uygulama olarak kabul edilmiştir⁴² (TKHK m.62/1). Haksız ticari uygulama iddiasıyla karşılaşan satıcı, uygulamasının haksız ticari uygulama sayılmayacağını ispatla yükümlüdür (TKHK m.62/2).

Ürün veya hizmet sertifikalarının tüketici tercihlerindeki rolü aşikardır. Yetkili olmadığı halde sertifika kullanan veya kullandığı sertifikanın gereklerini yerine getirmeyen satıcının fiilinin, TKHK kapsamında haksız ticari uygulama olarak değerlendirileceği kuşkusuzdur. Zira usulsüz veya gerçeğe aykırı standart ya da sertifika kullanımı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini etkilemektedir. Dolayısıyla söz konusu durum aldatıcıdır ve satıcı için mesleki özen yükümlülüğünün ihlalidir (TKHK m.62/1).

⁴¹ KARAKOCALI, Ahmet-KURŞUN, Ali Suphi, *Tüketici Hukuku*, Aristo Yayınevi, İstanbul, 2015, s.212.

⁴² ÖZEL, Çağlar, *Tüketicinin Korunması Hukuku*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2015, s.260.

Rakiplerin kendi arasında veya tedarik edenlerle ya da müşterilerle arasındaki ilişkileri etkileyen her türlü aldatıcı uygulamalar dürüstlük kuralına aykırıdır ve haksız rekabet sayılmaktadır⁴³ (TTK m.54/2). Öyleyse haksız ticari uygulamalar hem TKHK hem de TTK tarafından yasaklanmıştır. TTK açısından bir ticari uygulamanın haksız olarak kabul edilebilmesi için, söz konusu uygulamanın dürüstlük kuralına aykırı olması ve satıcı veya sağlayıcı ile tüketici arasındaki ilişkileri etkilemesi yeterli kabul edilmiştir⁴⁴. Ancak TKHK m.62/1 hükmü, bir ticari uygulamanın haksız olarak kabul edilebilmesi için TTK'ya ek olarak başka şartlar da aramaktadır. Buna göre, bir ticari uygulamanın haksız olarak kabul edilebilmesi için, birbiriyle bağlantılı üç temel şartın oluşması gerekmektedir⁴⁵.

5.2.1. Ticari Uygulama Mesleki Özenin Gereklerine Uymamalıdır

TKHK'da ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde, mesleki özenin tanımı yapılmamıştır⁴⁶. Ancak 2005/29/EC sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında AB Direktifi'nde (m.2-h) mesleki özen, "*Tacirin faaliyet alanındaki dürüst piyasa uygulaması ve/veya genel iyi niyet ilkesi ile uygun olarak, tüketicilere karşı göstermesi gereken özel beceri ve dikkat yükümlülüğü*" olarak tanımlanmıştır⁴⁷. Bu çerçevede düşünüldüğünde, satıcının helal olmayan ürün satışı yapması, yetkisiz helal sertifikası kullanması veya sertifika şartlarını yerine getirmemesi, mesleki özen ilkesine aykırılık teşkil etmektedir.

5.2.2. Ticari Uygulama Ortalama Tüketicinin Mal veya Hizmete İlişkin Ekonomik Davranış Biçimini Bozmalı veya Bozma İhtimali Bulunmalıdır

Ticari uygulamanın haksız olarak kabul edilmesi için, mesleki özenin gereklerine aykırılık tek başına yeterli değildir. Ayrıca ticari uygulamanın,

⁴³ ARKAN, s.327; AYHAN-ÖZDAMAR-ÇAĞLAR, s.396; ÇEKER, s.199; KAYAR, S.270; ŞENER, s.608.

⁴⁴ TOPÇUOĞLU, s.26.

⁴⁵ TOPÇUOĞLU, s.26.

⁴⁶ Ancak "mesleki özen" kriterini ifade eden şu düzenlemeye dikkat çekmeyi gerekli görüyoruz: "*Meslekî yeterlilik ve özen ilkesi, meslek mensubuna müşteriler veya işverenlere etkin bir hizmet sunmak için gerekli meslekî bilgi ve beceri düzeyine sahip olmak ve hizmet sunarken teknik ve meslekî standartlara uygun olarak özenli davranmak sorumluluğunu getirmektedir*". (Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirlerin Mesleki Faaliyetlerinde Uyacakları Etik İlkeler Hakkında Yönetmelik m.10/1, RG, 19.10.2007, S.26675).

⁴⁷ Bkz. DUIVENVOORDE, B.B., *The Consumer Benchmarks In The Unfair Commercial Practices Directive*, Studies In European Economic Law And Regulation, Springer International Publishing, Switzerland, 2015, s.15; INCARDONA, Rossella- PONCIBO, Cristina, *The Average Consumer, The Unfair Commercial Practices Directive And The Cognitive Revolution*, J. Consum Policy(2007), s.27; TOPÇUOĞLU, s.27.

tüketicinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini bozması veya bozma ihtimalinin bulunması gerekmektedir. Ekonomik davranış biçimi etkilenen tüketici açısından *ortalama tüketici* ölçütü getirilmiştir⁴⁸. Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde (m.4/1-j) ortalama tüketici, "*Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden, tüketici işlemi ya da tüketiciye yönelik uygulamaların her aşamasında makul düzeyde bilgiye sahip olan gerçek veya tüzel kişi*" şeklinde tanımlanmıştır⁴⁹.

Satıcının helal olmayan ürün satması durumunda, ortalama tüketicinin söz konusu ürünün helal olmadığını anlaması mümkün değildir. Zira günümüzde üretim teknolojilerinde kullanılan yöntemler, çoğu zaman ürünlerin bileşenlerinin basit bir inceleme ile anlaşılmasını engellemektedir. Aynı durum yetkisiz helal sertifikası kullanımı veya sertifika şartlarının yerine getirilmemesi hallerinde de geçerlidir. Tüketicinin, üzerinde helal sertifikasına dair işaret bulunan bir ürünün gerçekten bu sertifikaya sahip olup olmadığını veya şartları yerine getirip getirmediğini bilmesi neredeyse imkansızdır. Dolayısıyla bu durum, tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozmaktadır.

5.2.3. Tüketici Davranışını Bozan Etki Önemli Olmalıdır

Tüketicinin ekonomik davranışını bozan etkinin önemli olmasından kasıt, tüketicinin haksız ticari uygulamanın etkisinde kalarak bir hukuki işlem yapmasıdır. Başka bir deyişle, tüketicinin maruz kaldığı ticari uygulama ile tüketicinin ekonomik davranış arasında bir nedensellik (illiyet) bağı bulunması gerekmektedir⁵⁰. Eğer satıcının ticari uygulaması, tüketicinin satın alma kararına etki etmemişse bu durumda söz konusu ticari uygulamanın haksız olarak nitelendirilmesi mümkün değildir.

Satıcının yetkisiz sertifika kullanması veya sertifika gereklerini yerine getirmemesi durumunda, tercih şartı olarak helal kriterini ön planda tutan tüketicinin, ekonomik davranışının önemli ölçüde bozulacağı muhakkaktır. Zira helal sertifikası, tüketicilerin satın alma tercihlerine yön verebilecek veya etkileyebilecek bir unsurdur.

Görüldüğü üzere, haksız ticari uygulamanın varlığı açısından, TKHK'nın aramış olduğu şartlar TTK'dan daha fazladır. Ancak her iki kanunun haksız ticari uygulamalara karşı dava açma yetkisini düzenleyen hükümleri paralel değildir. TTK m.56/3 hükmüne göre; "*Ticaret ve sanayi odaları, esnaf odaları,*

⁴⁸ Kavramın AB Hukukunda düzenlenişi için bkz. ABBAMONTE, Giuseppe, *The Unfair Commercial Practices, Directive: An Example Of The New European Consumer Protection Approach*, Columbia Journal Of European Law, Vol.12, s.707.

⁴⁹ Ayrıca bkz. AYDOĞDU, Murat, *Tüketici Hukuku Dersleri*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2015, s.90.

⁵⁰ TOPÇUOĞLU, s.28.

borsalar; statülerine veya tüzüklerine göre üyelerinin ekonomik menfaatlerini korumaya yetkili bulunan mesleki ve ekonomik birlikler; tüzüklerine göre tüketicilerin ekonomik menfaatlerini koruyan sivil toplum kuruluşları; kuruluş kanunlarına göre tüketici menfaatlerini koruma görev ve yetkisine sahip kamu kurumları tespit, men ve düzeltme davalarını açabilirler.” Ayrıca, düzeltme davası kapsamında kaçınılmaz ise haksız ticari uygulamaların sürdürülmesinde etkili olan araçların ve malların imhası da istenebilir⁵¹.

Ekonomik çıkarları zarar gören veya zarar görme tehlikesiyle karşılaşan müşterilere, haksız rekabet vasıtası veya ürünlerinin (malların) imhasını isteme hakkı tanınmamıştır (TTK m.56/2). Bu sonuç, aldatıcı veya dürüstlük kurallarına aykırı davranış ve uygulamalara karşı kollektif mücadele amacı güden haksız rekabet anlayışı ile örtüşmemektedir. Hatta TTK m.56/2 hükmünden hareketle, tüketici menfaatlerini koruma amacı veya görevi bulunan özel hukuk veya kamu hukuku tüzel kişilerinin de haksız rekabet vasıtası ya da ürünlerinin imhasını isteyemeyecekleri düşünülebilir. Kanun koyucu, müşteriler bakımından özel olarak düzenlediği istisnaya, diğer davacılar bakımından bilerek ya da unutkanlık sonucu yer vermemiştir. Müşterilerle ilgili istisnayı, haksız rekabetle mücadele ve özellikle caydırıcılık bakımından özel hukuk ve kamu hukuku tüzel kişilerini de kapsayacak şekilde genişletmek doğru değildir. Dolayısıyla özel hukuk veya kamu hukuku tüzel kişilerinin tazminat davası dışında, TTK m.56/1.a-c’deki davaları açabilmeleri, haksız rekabet vasıtası veya ürünlerinin imhasını isteyebilmeleri mümkündür.

TTK m.56 hükmünün aksine TKHK m.73/6 *“Tüketici örgütleri, ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile Bakanlık; haksız ticari uygulamalar ve ticari reklamlara ilişkin hükümler dışında, genel olarak tüketicileri ilgilendiren ve bu Kanuna aykırı bir durumun doğma tehlikesi olan hallerde bunun önlenmesine veya durdurulmasına ilişkin ihtiyati tedbir kararı alınması veya hukuka aykırı durumun tespiti, önlenmesi veya durdurulması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açabilir.”* demek suretiyle özel hukuk ve kamu hukuku tüzel kişilerinin dava açma hakkını kısıtlamıştır.

Öte yandan TKHK’nın haksız ticari uygulamalara karşı dava açma hakkını TTK’ya göre daralttığı görülmektedir. TKHK m.73/6 ve m.74 hükümleri dava ve talep hakkını iki açıdan sınırlandırmıştır. Bunlardan ilki, özel hukuk ve kamu hukuku tüzel kişilerine (tüketici örgütleri, Bakanlık ile ilgili piyasayı düzenleyen kamu kurum ve kuruluşları) haksız ticari uygulamalara (TKHK m.62) karşı dava hakkı tanınmamasıdır. Haksız ticari uygulamalar (ve ticari reklamlar) dışında dendiğine göre genel tüketici menfaatlerini ihlal etse, Kanuna aykırı bir

⁵¹ ARKAN, s.340; AYHAN-ÖZDAMAR-ÇAĞLAR, s.420; ÇEKER, s.216; KAYAR, S.295; POROY-YASAMAN, s.292; ŞENER, s.673.

durumun doğma tehlikesi olsa bile özel hukuk veya kamu hukuku tüzel kişileri; saldırgan ya da aldatıcı ve tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozan ticari uygulamalara karşı dava açamayacaktır. İkinci sınırlama, haksız ticari uygulama araçları veya malların toplatılması ve imhasına ilişkindir. TKHK m.74 malların toplatılması ve imhasını, haksız ticari uygulama (haksız rekabet) ürünü olup olmamasına bakmaksızın ayıplı olması ve risk taşıması şartlarına bağlamıştır. Malların, tek başına veya birlikte haksız ticari uygulama ürünü ya da ayıplı olması imhasını gerektirmez. Ancak *risk* taşıyan mallar imha edilebilmektedir. Risk kavramının ağırlığı ve içeriğine ilişkin bir açıklığa ise yer verilmemiştir.

TKHK'nın atfı yaptığı (m.3/1.j; m.10/3; m.74/3; m.76/4; m.79/3) Ürünlere ilişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun⁵² ve bu Kanunun uygulanması ile ilgili Yönetmelikte⁵³ sık sık riskten söz edilmekle birlikte tanım yapılmamıştır. Söz konusu düzenlemeler dikkate alındığında risk kavramını, insan sağlığının, can ve mal güvenliğinin; hayvan ve bitki varlığının, genel olarak çevrenin zarara uğrama tehlikesine maruz kalması olarak anlamak mümkündür.

Görüldüğü gibi TTK m.56/3, tüketici menfaatlerini gözeten özel hukuk ve kamu hukuku tüzel kişilerinin dava açma hakkını tüketici lehine genişletmiş; TKHK m.73/6 ise sınırlandırmıştır. Mevcut halleriyle TTK m.56/3 ile TKHK m.73/6 çelişmektedir. Özel veya genel kanun anlayışıyla bu çelişkiyi gidermek mümkün değildir. Aynı konuyu düzenleyen 4077 sayılı TKHK m.23/4 hükmünün⁵⁴, 6502 sayılı TKHK m.73/6'dan daha ileri olduğu açıktır.

Gerçeğe aykırı sertifika kullanmak veya sertifika şartlarını yerine getirmemek *per se* haksız ticari uygulamadır. Bu durumda tüketicinin, satıcının davranışının haksızlığını ve dolayısıyla yukarıdaki şartları ispat etme yükümlülüğü yoktur. Haksız Ticari Uygulama Yönetmeliği (m.29/2.b; Ek-A/2) bu halleri görünümüleri veya sonuçları itibarıyla tüketicilerin ekonomik davranış biçimlerini ve satın alma tercihlerini önemli ölçüde etkileyeceği ya da etkileme ihtimali bulunduğu varsayımı ile yasaklamıştır⁵⁵.

⁵² RG, 11.07.2001, S.24459.

⁵³ RG, 17.01.2002, S.24643.

⁵⁴ 4077 sayılı TKHK m. 23/4 hükmüne göre "Bakanlık ve tüketici örgütleri münferit tüketici sorunu olmayan ve genel olarak tüketicileri ilgilendiren hallerde bu Kanunun ihlali nedeniyle kanuna aykırı durumun ortadan kaldırılması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açabilirler".

⁵⁵ Haksız Ticari Uygulama varsayımı (*per se* haksız ticari uygulama) hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. TOPÇUOĞLU, s.37-43.

5.3. Ayıplı Mal

Ayıp kavramı, genel anlamıyla satılan malda ortaya çıkan ve tüketicinin (alıcının) o maldan yararlanmasını engelleyen eksiklikler olarak ifade edilmektedir⁵⁶. Başka bir deyişle, satılan malda satıcının bildirdiği bir nitelikte, dürüstlük kuralına göre satılarda bulunması gereken bir niteliğin mevcut olmaması halinde ayıplı mal vardır⁵⁷. Şu halde ayıbın varlığının tespitinde, satıcının zikir ve vaat ettiği vasıflarla, objektif olarak satılarda bulunması gereken vasıflar önem taşımaktadır⁵⁸. Ayıp, maddi nitelikte olabileceği gibi, hukuki veya ekonomik nitelikte de olabilir⁵⁹.

TKHK m.8/1 hükmünde *“Ayıplı mal, tüketiciye teslimi anında, taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması ya da objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşımaması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan maldır”* şeklinde bir tanıma yer verilmiştir. TKHK m.8/2’de ise *“Ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanma kılavuzunda, internet portalında ya da reklam ve ilanlarında yer alan özelliklerinden bir veya birden fazlasını taşımayan; satıcı tarafından bildirilen veya teknik düzenlemesinde tespit edilen niteliğe aykırı olan; muadili olan malların kullanım amacını karşılamayan; tüketicinin makul olarak beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren mallar da ayıplı olarak kabul edilir.”* ifadesi ile hangi malların ayıplı mal olarak kabul edileceği düzenlenmiştir.

Kanunda yer alan bu düzenlemeler karşısında, usulsüz sertifika kullanılarak veya sertifika şartlarına uyulmayarak satılan ürünlerin ayıplı olduğunun

⁵⁶ AYDOĞDU, s.120; ZEVKLİLER, Aydın-GÖKYAYLA, Emre, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, Turhan Kitabevi, Ankara, 2013, s.116.

⁵⁷ ARAL, Fahrettin-AYRANCI, Hasan, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2012, s.103; EREN, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2015, s.132; TANDOĞAN, Haluk, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri C.I*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2008, s.163; YAVUZ, Cevdet-ACAR, Faruk-ÖZEN, Burak, *Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, Beta Yayınları, İstanbul, 2015, s.123.

⁵⁸ ASLAN, İ.Yılmaz, *Tüketici Hukuku Dersleri*, Ekin, Bursa, 2014, s.75; AYDOĞDU, s.121; EREN, s.133.

⁵⁹ EREN, s.134; TANDOĞAN, s.164; YAVUZ-ACAR-ÖZEN, s.124. *“Ayıp; maddi hukuki ya da ekonomik eksiklik şeklinde ortaya çıkabilir. Maddi ayıp, malın, taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması ya da objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşımaması, ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanma kılavuzunda, internet portalında ya da reklam ve ilanlarında yer alan özelliklerinden bir veya birden fazlasını taşıyamaması, satıcı tarafından bildirilen veya teknik düzenlemesinde tespit edilen niteliğe aykırı olmasıdır. Hukuki ayıp, satılan üzerinde, alıcının ondan yararlanmasını veya onun üzerinde tasarruf etmesini engelleyen malın değerini veya ondan beklenen faydayı etkileyen kamu hukukundan doğan sınırların bulunmasıdır. Ekonomik ayıp ise; alıcının maldan beklediği yararlanma ve kullanma olanağını azaltan ve ekonomik değerini düşüren ayıplardır.”* YHGK, 2014/13-1125 E., 2016/587 K., 4.5.2016 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

kabul edilmesi gerekmektedir⁶⁰. Zira bir işletmenin ürünlerinin ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanma kılavuzunda, internet portalında ya da reklam ve ilanlarında helal sertifikası kullanması *vasıf vaadi* kapsamına girmektedir. Dolayısıyla söz konusu işletmenin usulsüz olarak sertifika kullanması veya sertifika şartlarını ihlal etmesi, vasıf vaadine aykırılık teşkil etmektedir.

Helal ürün şartlarının arandığı bir tüketici çevresinde, ürünlerin helal şartlarını taşıması objektif olarak o ürünün sahip olması gereken bir özellik şeklinde düşünülebilir. Örneğin; ülkemizde piyasada bulunan gıda ürünlerinde domuz eti katkılı herhangi bir bileşenin bulunmaması noktasında bir beklenti vardır⁶¹. Dolayısıyla gıda ürünlerinde domuz eti katkılı bir bileşenin olmaması, o ürünlerde objektif olarak var olması gereken bir özellik haline gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında, türü veya içeriğinden kaynaklanan endişeden dolayı tüketicinin tercih etmeyeceği, sağlıksız veya helal olmayan bir ürünün satılması yahut sunulması da ayıplı ifa kapsamına girmektedir⁶².

Satıcı, sattığı ürünün helal olmadığını bilmese dahi tüketiciye karşı sorumlu olmaktan kurtulamaz⁶³. Satıcının sorumluluktan kurtulacağı durum TKHK m.9/2'de "*Satıcı, kendisinden kaynaklanmayan reklam yoluyla yapılan açıklamalardan haberdar olmadığını ve haberdar olmasının da kendisinden beklenemeyeceğini veya yapılan açıklamanın içeriğinin satış sözleşmesinin akdi anında düzeltilmiş olduğunu veya satış sözleşmesi kurulma kararının bu açıklama ile nedensellik bağı içinde olmadığını ispatladığı takdirde açıklamanın içeriği ile bağı olmaz.*" ifadesi ile belirtilmiştir. Ayrıca tüketici ile satıcı arasında ayıp sebebiyle bir ihtilaf çıkması halinde kanun koyucu malın ayıplı olmadığını satıcının ispat etmesi gerektiğini düzenleyerek (TKHK m.10/1), ispat yükü açısından tüketiciye bir kolaylık sağlamıştır.

Ayıplı ifa karşısında tüketici TKHK m.11'de belirtilen şu dört seçimlik haktan birini kullanabilmektedir:

⁶⁰ Satıcının alıcıya yapmış olduğu her türlü vaadin sözleşme içeriği olacağı ve bu vaade aykırı bir malın ayıplı sayılacağı açıktır. Ancak bunun ötesinde, doğrudan alıcıya karşı olmasa bile kamuya yapılmış olan bildirimlerden de alıcının haberdar olduğu ve bu bilgi ışığında sözleşmeyi kurduğu varsayılacağından bu bildirimlere aykırılık da bir ayıp oluşturur. ATAMER, Yeşim M.- BAŞ, Ece, "*Avrupa Birliği Hukuku İle Karşılaştırmalı Olarak 6502 Sayılı Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Uyarınca Satım Sözleşmesinde Ayıptan Doğan Sorumluluk*", İstanbul Barosu Dergisi (Tüketici Hakları ve Rekabet Hukuku Özel Sayısı), C.88, S.1, 2014, s.23.

⁶¹ Elbette bu beklenti, ülkemizin tamamında aynı seviyede var olmayabilir. Örneğin; sahil kesimlerinde bulunan turistik bölgelerde, o bölgenin özelliği gereği domuz eti katkılı ürünlerin daha yaygın olması yadırganacak bir durum değildir.

⁶² Bkz. YHGK, 2013/13-492 E., 2014/87 K., 12.02.2014 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

⁶³ Bkz. YAVUZ, Nihat, *Ayıplı İfa*, Ankara, 2012, s.37.

- a) Sözleşmeden dönme,
- b) Ayıp oranında satış bedelinden indirim,
- c) Satılanın ücretsiz onarımı,
- d) Satılanın ayıpsız misli ile değiştirilmesi.

Tüketici, türü veya içeriği sebebiyle kullanmaktan kaçındığı bir ürünü, iradesi dışında satın alıp *tüketmişse* ayıplı ifa ile ilgili seçimlik haklardan yararlanma imkanı olmamaktadır. Zira sözleşmeden dönme hakkının kullanılması durumunda, tüketicinin ayıplı malı satıcıya geri verme yükümlülüğü doğmaktadır⁶⁴. Satılanın ücretsiz onarımını isteme hakkı ise, satılan malın mahiyeti gereği onarımın mümkün olduğu durumlarda gündeme gelmektedir. Bir diğer hak olan satış bedelinden indirim isteme hakkında, tüketici malın kendisinde kalmasını istiyorsa bu talebi iletir. Ancak gıda ürünü zaten tüketilmişse, artık bu hakkın kullanılması söz konusu olmaz. Son olarak satılanın ayıpsız bir misliyle değiştirilmesi hakkında da yine tüketicinin ayıplı malı iade ederek ayıpsız mislini talep etmesi durumu vardır⁶⁵. Dolayısıyla bu hakkın kullanımı da tüketilmiş bir gıda ürünü açısından fayda sağlamaz.

Bu durumda tüketicinin TBK'nın ayıplı ifa ile ilgili hükümlerinden yararlanıp yararlanamayacağına bakmak gerekmektedir. Yine burada da ayıplı ifa karşısında tüketici, henüz tüketmediği ürünler bakımından seçimlik haklarını kullanabilmektedir.

Tüketici TBK m.219/1'in "*Satıcı, alıcıya karşı herhangi bir surette bildirdiği niteliklerin satılarda bulunmaması sebebiyle sorumlu olduğu gibi, nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan, kullanım amacı bakımından değerini ve alıcının ondan beklediği faydaları ortadan kaldıran veya önemli ölçüde azaltan maddi, hukuki ya da ekonomik ayıpların bulunmasından da sorumlu olur.*" hükmüne dayanarak satıcıyı sorumlu tutabilir. Diğer yandan TBK m.219/2'de "*Satıcı, bu ayıpların varlığını bilmeseye bile onlardan sorumludur.*" ifadesine yer verildiğinden satıcı, ayıbı bilmediğini ileri süremez. Fakat seçimlik haklar⁶⁶, TKHK ve TBK'da aynı içerikte düzenlendiğinden tüketici, ayıplı ürünü (helal olmayan ürünü) iradesi dışında satın alıp tüketmişse seçimlik haklardan yararlanması

⁶⁴ GÜMÜŞ, Mustafa Alper, *6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi Cilt I*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2014, s.112.

⁶⁵ GÜMÜŞ, s.119.

⁶⁶ Satılanın ayıplı olduğu hallerde alıcı:

1. Satılanı geri vermeye hazır olduğunu bildirerek sözleşmeden dönme,
2. Satılanı alıkoyp ayıp oranında satış bedelinde indirim isteme,
3. Aşırı bir masrafı gerektirmediği takdirde, bütün masrafları satıcıya ait olmak üzere satılanın ücretsiz onarılmasını isteme,
4. İmkan varsa, satılanın ayıpsız bir benzeri ile değiştirilmesini isteme, seçimlik haklarından birini kullanabilir (TKHK m.11/1; TBK m.227/1).

yine mümkün olmamaktadır. Zira seçimlik hakların kullanılabilmesi ürün hala tüketicinin elinde mevcutsa mümkündür (TBK m.227 ve m.229/1⁶⁷).

Tüketici, TKHK m.11/6 ve TBK m.227/2 hükümleri doğrultusunda tazminat isteme hakkına sahiptir⁶⁸. Ancak burada doğrudan zarar ve dolaylı zarar ayrımı ile karşılaşılmaktadır⁶⁹. TBK m.229/1-3'ün "*Ayıplı maldan doğan doğrudan zararının giderilmesi*" ifadesine yer vermesi dolayısıyla, tüketicinin dolaylı zararlarının giderilmesi TBK m.229/2'nin "*Satıcı, kendisine hiçbir kusur yüklenemeyeceğini ispat etmedikçe, alıcının diğer zararlarını da gidermekle yükümlüdür.*" hükmü gereği satıcının kusurlu olması durumunda mümkün olmaktadır.

Halal olmayan bir ürünü iradesi dışında tüketmiş olan tüketicinin, söz konusu seçimlik haklarını fiilen ve hukuken kullanamaması durumunun, uğradığı manevi zarar ile kıyaslandığında önemsiz kaldığı söylenebilir. Dolayısıyla tüketiciyi tatmine en uygun yol manevi tazminat davası olmaktadır.

5.4. Ürün Sorumluluğu ve Halal Olmayan Ürün

Ürün sorumluluğu, ayıplı malın neden olduğu zararlardan o malın üreticisinin sorumlu tutulmasını ifade etmektedir⁷⁰. Bu açıdan bakıldığında, ürün sorumluluğu kavramı TKHK'da ayıplı mal sebebiyle tüketicinin sahip olduğu seçimlik haklardan farklı bir duruma işaret etmektedir. Zira ayıplı mal sebebiyle tüketiciye tanınan haklar, sözleşmeler hukuku çerçevesinde tüketici aleyhine bozulmuş olan dengeyi yeniden sağlamayı amaçlar⁷¹. Ürün sorumluluğunun amacı ise, ürünün ayıplı olması sebebiyle tüketicinin veya bir üçüncü kişinin şahıs varlığına yahut malvarlığına gelen zararların giderilmesidir⁷².

4077 sayılı TKHK'nın kabulüne kadar üreticinin ayıplı ürünün zararlarından sorumluluğu, genel ilkeler çerçevesinde bir kusur sorumluluğu olarak kabul edilmekteydi⁷³. Ancak 85/374/EEC sayılı Ürün Sorumluluğu Hakkında AB Direktifi'nde söz konusu sorumluluğun bir kusursuz sorumluluk olarak

⁶⁷ "Satış sözleşmesinden dönen alıcı, satılanı, ondan elde ettiği yararları ile birlikte satıcıya geri vermekle yükümlüdür".

⁶⁸ REİSOĞLU, Safa, *Türk Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, İstanbul, 2012, s.349-361.

⁶⁹ Doğrudan ve dolaylı zarar için bkz. YAVUZ, Nihat, s.38-39; Yeşim M. ATAMER; Ece BAŞ, s.49-51.

⁷⁰ GÜNERGÖK, Özcan, Üreticinin Sorumluluğu Çerçevesinde Üreticinin Ürün Gözleme Yükümlülüğü, *Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C.XII, S.3-4,2008, s.315.

⁷¹ GÜNERGÖK, s.315.

⁷² KULAKLI, Emrah, Ürün Sorumluluğu ve Ayıp Kavramı, *On İki Levha Yayınları*, İstanbul, 2009, s.2; TANRIBİLİR, s.264.

⁷³ AYDOS, Oğuz Sadık, Ürün Sorumluluğu, *Adalet Yayınevi*, Ankara, 2009, s.95.

düzenlenmesi⁷⁴ Türk Hukukunu da etkilemiştir. Zira söz konusu direktife paralel olarak çıkartılan Ayıplı Malın Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk Hakkında Yönetmelik⁷⁵ m.6/1 hükmüne göre, ayıplı bir malın, bir kişinin ölümüne veya yaralanmasına veya bir malın zarar görmesine sebep olması halinde imalatçı/ üretici doğan zararı, kusuru aranmaksızın tazmin etmekle yükümlüdür. Yine aynı maddenin 2. fıkrasına göre, üreticinin sorumlu tutulabilmesi için zarar görenin malın ayıbını, uğradığı zararı ve ayıp ile zarar arasındaki nedensellik bağını ispat etmesi gerekmektedir. Dolayısıyla üreticinin ayıplı malın neden olduğu zararlardan sorumlu tutulabilmesi için kusurlu olması şart değildir.

Ayıplı Mal Yönetmeliği m.7’de üreticinin sorumluluktan kurtulabileceği haller düzenlenmiştir. Buna göre üretici aşağıdaki durumlardan birini ispat ettiği takdirde malın sebep olduğu zararlardan sorumlu olmamaktadır:

- a) Malı piyasaya sürmemiş olması,
- b) Malın satılmak gayesiyle veya ticari faaliyetlerin seyri sırasında üretilmemiş olması,
- c) Tüm hal ve şartlar göz önünde bulundurulduğunda, zarara sebep olan ayıbın, mal piyasaya sürüldüğünde mevcut olmaması,
- d) Malın teknik düzenlemesinin ayıba neden olması,
- e) Mal piyasaya sürüldüğünde mevcut bulunan bilimsel ve teknolojik bilgilerin, ayıbın varlığının bilinmesine imkan vermemesi.

Nihai malın tasarımı ya da bu malın imalatçısının/üreticisinin talimatı sebebiyle, bütünü oluşturan parçalardan birinin imalatçısı/üreticisi, o malın ayıbından sorumlu değildir. Helal veya sağlığa uygun olmayan ürün sebebiyle tüketicinin özellikle vücut bütünlüğü açısından zarara uğraması ihtimal dahilindedir. Böyle bir durumun ortaya çıkması halinde tüketici, üreticinin kusurlu olduğunu ispat etmekle yükümlü olmaksızın zararının tazmin edilmesini talep edebilmektedir. Ancak bu noktada, Ayıplı Mal Yönetmeliği’nin uygulanabilirliğine ilişkin tereddütler ortaya çıkmaktadır. Öğretide söz konusu Yönetmeliğin 4077 sayılı TKHK’nın Ayıplı Mal başlıklı 4. maddesine dayanılarak çıkartılmasına rağmen Kanundaki kavramları değiştirdiği, normlar hiyerarşisine aykırı olduğu, Kanunda belirlenen zamanaşımı sürelerinden farklı süreler düzenlediği, neredeyse hiç ortak yönü bulunmadığı gerekçeleriyle Kanuna aykırı olduğu ve bu sebeple de uygulanmasının mümkün olmadığı ileri sürülmüştür⁷⁶.

⁷⁴ AYDOS, s.94.

⁷⁵ RG, 13.06.2003, S.25137.

⁷⁶ AKÇURA KARAMAN, Tuba, Üreticinin Ayıplı Ürünün Sebep Olduğu Zararlar Nedeniyle Üçüncü Kişilere Karşı Sorumluluğu, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2008, s.165 vd.

6502 sayılı TKHK'nın geçiş hükümleri başlıklı geçici maddesine göre, Kanunda öngörülen yönetmelikler yürürlüğe girinceye kadar, 4077 sayılı TKHK'ya dayanılarak çıkarılan yönetmelik ve diğer mevzuatın, bu kanuna aykırı olmayan hükümleri uygulanacaktır (m.1/3). Bu sebeple, yeni bir yönetmelik çıkarılmadığı müddetçe, Ayıplı Mal Yönetmeliği'nin kanuna aykırı olmayan hükümleri uygulanmak durumundadır.

Yönetmelikte yer alan ayıp tanımıyla, TKHK'da yer alan ayıp tanımı farklılık arz etmektedir. Yönetmelik m.5/1'e göre, *"Malın piyasaya sunum tarzı, makul kullanım şekli ve piyasaya sürüldüğü an ve benzeri diğer hususlar göz önüne alınarak, bir kimsenin o maldan haklı olarak bekleyebileceği güvenliği sağlamayan mal ayıplı sayılır."* Görüldüğü üzere, Yönetmelikteki ayıp tanımı, TKHK'ya kıyasen daha dar kapsamlıdır. Ayrıca, Yönetmelik m.9'a göre, *"Ayıplı malın neden olduğu her türlü zararlardan dolayı yapılacak talepler, zarar görenin, zararı, maldaki ayıbı ve imalatçının/üreticinin kim olduğunu öğrendiği veya öğrenebileceği günden itibaren üç yıllık zamanaşımına tabidir."* Halbuki TKHK m.12/1 hükmüne göre *"Ayıplı maldan sorumluluk, ayıp daha sonra ortaya çıkmış olsa bile, malın tüketiciye teslim tarihinden itibaren iki yıllık zamanaşımına tabidir. Bu süre konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallarda taşınmazın teslim tarihinden itibaren beş yıldır."*

Ayıplı Mal Yönetmeliği'nde zamanaşımı sürelerinin TKHK'dan farklı düzenlenmiş olması kanaatimizce Yönetmeliğin uygulanmasına engel değildir⁷⁷. Zira söz konusu Yönetmelik, ayıplı maldan dolayı tüketicinin şahıs varlığı veya malvarlığında meydana gelen zararların tazminine ilişkin hükümler ihtiva etmektedir. TKHK'daki ayıplı maldan sorumluluk ise, taraflar arasındaki sözleşme ilişkisi çerçevesinde satıcının ayıba karşı tekeffül borcunu düzenlemektedir. Bu açıdan bakıldığında Yönetmelik ile TKHK hükümlerinin çatıştığı nokta, ayıbın tanımıdır. Dolayısıyla sorunun çözümünde, ayıbın tanımı açısından TKHK m.8 hükmü esas alınmalı, diğer hususlarda ise Ayıplı Mal Yönetmeliği hükümleri uygulanmalıdır.

5.5. Ticari Reklamlarda Helal Kavramının Kullanılması

Reklam, firmalar açısından tüketiciye ulaşmada en kısa ve etkili bir yol olarak kabul edilmektedir⁷⁸. Reklam aracılığıyla üreticiler kendi ürünlerini tüketicilere tanıtılabilmekte ve onların dikkatini çekebilmektedirler⁷⁹. Böylelikle

⁷⁷ Ancak İmalatçı/Üreticiye kusursuz sorumluluk yükleyen bir düzenlemenin yönetmelikle değil kanunla düzenlenmesi gerekir.

⁷⁸ İNAL, Emrehan-BAYSAL, Başak, *Reklam Hukuku ve Uygulaması*, On İki Levha Yayınları, İstanbul, 2008, s.2; TEKELİOĞLU, Numan, *Tüketicinin Korunması Açısından Hukuka Aykırı Reklamlar*, On İki Levha Yayınları, İstanbul, 2016, s.5.

⁷⁹ GÖLE, Celal, *Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması*,

reklam, serbest piyasa ekonomilerinde üretici ile tüketici arasında bağlantı kurarak adeta bir köprü vazifesi üstlenmektedir⁸⁰.

Reklamın pazarlama iletişimindeki bu güçlü rolü, helal ürünler noktasında da kendisini göstermektedir. Ürünlerin helal sertifikasına sahip olduğuna dair reklam mesajlarının, bu konuda hassas olan tüketicileri etkilemede önemli bir unsur olduğu kuşkusuzdur. Nitekim ülkemizde son yıllarda helal ürün reklamlarında veya reklamlardaki helal vurgusunda ciddi bir artış olduğu göze çarpmaktadır⁸¹.

TKHK m.61/1 hükmünde “*Ticari reklam, ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı olarak; bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralanmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla reklam verenler tarafından herhangi bir mecrada yazılı, görsel, işitsel ve benzeri yollarla gerçekleştirilen pazarlama iletişimi niteliğindeki duyurulardır.*” şeklinde bir tanım yapılmıştır. Devamında ise, ticari reklamların Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, doğru ve dürüst olmaları gerektiği ifade edilmiştir (TKHK m.61/2). Burada esasen, ticari reklamlarda uyulması gereken genel ilkeler yer almaktadır⁸². TKHK m.61/3 hükmünde ise, tüketiciyi aldatıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ticari reklam yapılamayacağı açıkça belirtilmiştir. Şu halde, ürün reklamlarında gerçeğe aykırı olarak helal sertifikasına sahip olduğuna veya ürünlerin helal şartlarına uygun üretildiğine dair ifadelere yer verilmesi halinde, söz konusu reklamlar TKHK m.61/2 ve 61/3 hükümlerine aykırılık teşkil eder. Zira reklamlarda gerçeğe aykırı beyanlarla dürüstlük kuralına aykırı olarak tüketiciler aldatılmış olmaktadır.

Öte yandan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği⁸³ m.27/6’da reklamı yapılan bir malın içeriğinde, toplumun genel dini hassasiyetlerine aykırı bir bileşenin doğrudan veya dolaylı olarak kullanılması halinde, bu hususun reklamlarda açıkça belirtilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Dolayısıyla reklamı yapılan ürünün helal olmayan bir bileşen içermesi halinde bunun açıkça belirtilmesi şarttır.

Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara, 1983, s.16; PINAR, Hamdi, *Reklam Hukukunun Esasları*, Turgut Akıntürk’e Armağan, İstanbul, 2008, s.515.

⁸⁰ KAYA, Arslan, *Reklamın Fikri Mülkiyet Hukuku İçindeki Yeri*, Ömer Teoman’a 55. Yaş Günü Armağanı, İstanbul, 2002, s.459; ÖZDEMİR, Hayrunnisa, *Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması*, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.53, S.3, 2004, s.65.

⁸¹ ÇALLI, İ.Duygu, *Etnik Pazarlamada Helal Kavramının Kullanımı-“Almanya’da Yayınlanan Gıda Reklamları Üzerine Bir İnceleme”*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.XIV, S.4, s.45.

⁸² ŞAHİNCİ, Dilek, *6502 Sayılı Yeni Tüketici Kanunundaki Reklam Hükümlerine Eleştirel Bir Bakış*, Terazi Hukuk Dergisi, Cilt:9, Sayı:89, Ocak 2014, s.98; TEKELİOĞLU, s.52.

⁸³ RG, 10.01.2015, S.29232.

Reklamın gerek TKHK m.61 hükmüne ve gerekse Ticari Reklam Yönetmeliği'ne aykırı olması durumunda söz konusu reklam hukuka aykırı hale gelmekte ve TKHK m.77'de belirtilen yaptırımların uygulanması söz konusu olmaktadır⁸⁴.

5.6. Kişilik Haklarının İhlali

Kanunlarımızda kişilik hakkına ilişkin herhangi bir tanım söz konusu olmadığı gibi, hangi değerlerin kişilik hakkına dahil olduğu ve bu kapsamda korunacağına dair bir hüküm de mevcut değildir. Esasen bu durum, kişilik haklarının içerik itibarıyla topluma ve zamana göre değişkenlik göstermesiyle bağlantılıdır⁸⁵.

Kişilerin maddi ve manevi bütünlüğü üzerindeki haklarının tümü kişiliği oluşturur⁸⁶. Kişinin maddi bütünlüğü (cismani varlığı, hayatı ve sağlığı), manevi bütünlüğü (hürriyeti, dini ve vicdani inancı, şeref ve haysiyeti, itibarı, mahremiyeti, sırları, fikri faaliyetleri), ehliyetleri (hak ve fiil ehliyeti), iktisadi bütünlüğü (iktisadi faaliyetlere katılma serbestisi, mesleki ve ticari itibarı, ticari sırları) kişilik kavramının çerçevesini çizen esas unsurlardır. Kişiliği oluşturan bu unsurlar üzerinde sahip olunan ve hukuken korunan menfaate ise kişilik hakkı denilmektedir⁸⁷.

Ayıplı gıda ürünlerinin tüketilmesi halinde TKHK m.11'in bahsettiği seçimlik hakların tüketici için yarar sağlamayacağı açıktır. Tüketici, şartları çerçevesinde maruz kaldığı zararların tazminini talep edebilmektedir. Çeşitli nedenlerden (inanç, sağlık vs.) dolayı müşterinin asla tercih etmeyeceği bir ürünü tüketmiş

⁸⁴ “Bu Kanununun 61 inci maddesinde belirtilen yükümlülüklerle aykırı hareket eden reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası ve gerekli görülen hallerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası uygulanır (TKHK m.77/12)”. Ayrıntılı bilgi için bkz. TEKELİOĞLU, s.130 vd.

⁸⁵ TEKİNAY, Selahattin Sulhi, *Medeni Hukuka Giriş Dersleri*, Sulhi Garan Matbaası, İstanbul, 1978; YARAYAN, Ali, *Türk Medeni Hukuku*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2013, s.215.

⁸⁶ AKİPEK, Jale G.-AKINTÜRK, Turgut-ATEŞ KARAMAN, Derya, s.339; “Kişilik, kişinin hukuk tarafından korunan ve kişi olmasına bağlı olarak sahip olduğu kişisel değerlerin tümünü ifade eder. Bu bakımdan kişilik, kişi olunması dolayısıyla sahip olunan değerleri bünyesinde barındırır.” KAYIHAN, Şaban-ÜNLÜTEPE, Mustafa, *Medeni Hukuk Bilgisi*, Ankara, 2014, s.177-178.

⁸⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz. AKİPEK-AKINTÜRK-ATEŞ KARAMAN, s.340 vd; DURAL, Mustafa- ÖĞÜZ, Tufan, *Türk Özel Hukuku Cilt II Kişiler Hukuku*, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2016, s.93 vd; AYAN, Mehmet- AYAN, Nurşen, *Kişiler Hukuku*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2016, s.112 vd; HATEMİ, Hüseyin-KALKAN OĞUZTÜRK, Burcu, *Kişiler Hukuku (Gerçek Kişiler-Tüzel Kişiler)*, İstanbul, 2013, s.57 vd; OĞUZMAN, Kemal-SELİÇİ, Özer-OKTAY ÖZDEMİR, Saibe, *Kişiler Hukuku (Gerçek ve Tüzel Kişiler)*, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2016, s.160 vd; SEROZAN, Rona, *Medeni Hukuk Genel Bölüm-Kişiler Hukuku*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2015, s.206 vd; ZEYTİN, Zafer-ERGÜN, Ömer, *Türk Medeni Hukuku*, Ankara, 2013, s.79 vd.

olması, onun kişilik haklarına⁸⁸ ve manevi bütünlüğüne zarar verebilir⁸⁹. Satıcının, tüketiciye tercih etmeyeceği bir ürünü satması sözleşmeye aykırılık teşkil eder. TBK m.114/2 gereği, haksız fiil sorumluluğuna ilişkin hükümler kıyas yoluyla sözleşmeye aykırılık hallerine de uygulanabilir⁹⁰. Satıcının sözleşmeye aykırı ifası -maddi zarar dışında- tüketicinin kişilik haklarını ihlal ediyor veya manevi bütünlüğünü bozuyorsa pekala manevi zarara da yol açabilir⁹¹.

Tüketicieye, bilmesi halinde arzu etmeyeceği ürünü satan veya sunan satıcının haksız fiil (TBK m.49) ve kişiliğin korunması (TMK m.23-25) hükümleri çerçevesinde sorumlu tutulması mümkündür (TBK m.114/2). Kişilik haklarına yapılan her saldırı hukuka aykırıdır. Mağdur, hakimden saldırıda bulunanlara karşı korunmasını isteyebilir (TMK m.24-25, TKHK m.83/1).

Bir kimseye, kusurlu olarak hukuka veya ahlaka aykırı fiillerle zarar verilmesi haksız fiildir (TBK m.49). Kişilik hakları ihlal edilen tüketici, uğradığı manevi zararının telafi edilmesini isteyebilir (TBK m.58)⁹². Ayrıca helal sertifikasına sahipmişçesine satış yapan satıcının, ürün satışlarında bir artış da meydana gelmiş olabilir. Kişilik haklarını ihlal eden hukuka aykırı bu fiili ile satışlarında artış meydana gelen satıcının, malvarlığındaki bu artışı kişilik hakkı ihlal edilmiş olan tüketiciye vekaletsiz iş görme hükümleri doğrultusunda tazmin etmesi

⁸⁸ “Kişilik hakkının konusu olan değerler; yaşam, vücut bütünlüğü, sağlık, özgürlükler, şeref ve haysiyet, isim ve resim üzerindeki hak, iktisadi bütünlük üzerindeki hak, giz alanı ve özel hayat olarak gösterilebilir. İnsan vücudunun maddi bütünlüğünün yanında işleyişi de korunmuştur. Vücut bütünlüğünün ihlali olmaksızın, vücudun işleyişine yapılan müdahaleler de haksız fiil kabul edilmiştir. Örneğin; kişinin maddi vücut bütünlüğüne dokunulmadan zehirlenmesi, sağlığının virüs veya bakterilerle bozulması sağlık hakkının ihlali kapsamına girmektedir. Vücut bütünlüğü hakkı ile sağlık hakkının ihlali özel hukuk açısından aynı değerde olduğundan, haksız fiilin nitelendirilmesi sonuç itibarıyla farklı olmamaktadır. İki ihlalde de ortaya çıkan zararın, zarar veren tarafından tazmin edilmesi gerekmektedir.” ZEYTİN-ERGÜN, s.81-82.

⁸⁹ Hukuka aykırı fiilin, kişinin maneviyatını bozması; elem ve üzüntüye boğulması; yaşama isteği ve sevincinde azalmaya yol açması veya kişiyi ruhsal çöküntüye ya da utanca maruz bırakması manevi zarardır. Bkz. AKİPEK-AKINTÜRK-ATEŞ KARAMAN, s.409-410. “Manevi zarar; kişilik değerlerinde oluşan objektif eksilme olup, duyulan acı ve çekilen ızdırap kişinin ruhsal bütünlüğünü bozucu etki yaratacağından bunun manevi zararı oluşturacağına da kuşku bulunmamaktadır.” YHGK, 2013/13-492 E., 2014/87 K., 12.02.2014 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

⁹⁰ Bkz. ANTALYA, s.502, 520.

⁹¹ Manevi tazminat talebi, sözleşmeye aykırılıktan doğan sorumluluk esaslarına tabi olacaktır. “Borçlu, genel olarak her türlü kusurdan sorumludur. Borçlunun sorumluluğunun kapsamı, işin özel niteliğine göre belirlenir...” (TBK m.114/1). Ayrıca bkz. ANTALYA, s.520; İNCEOĞLU, Murat, “*Yargıtay Kararları Işığında Sözleşmeye Aykırılıktan Doğan Manevi Tazminat Talepleri*”, BATİDER, Aralık 2008, s.77-121.

⁹² Kişilik haklarının korunması ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. AKİPEK-AKINTÜRK-ATEŞ KARAMAN, s.350 vd.

gerekebilir⁹³. Öte yandan, özellikle TKHK m.61/3'e aykırı reklamlar yoluyla zenginleşen kişilerin, TBK m.81 hükmündeki gibi, zenginleşme miktarını hazineye ödeme yükümlülüğünü öngören bir düzenleme yapılması şarttır.

6. Helal Olmayan Ürün Arzının ve Yetkisiz Helal Sertifikası Kullanımının Yaptırımı

6.1. Genel Olarak

Sertifika kullanımına bağlı olmaksızın tüketiciye yönelik helal olmayan ürün arzı, kişilik haklarının ihlali açısından tazminat sorumluluğunu gündeme getirmektedir. Yetkisiz helal sertifikası kullanımı ise, TTK açısından haksız rekabet, TKHK açısından haksız ticari uygulama ve ayıplı ifa çerçevesinde hukuki, cezai ve idari yaptırımlara tabi tutulabilir. Bu sebeple hukuki, cezai ve idari yaptırımların ayrı ayrı irdelenmesi gerekmektedir.

6.2. Hukuki Yaptırım

6.2.1. Haksız Rekabet Davaları

Rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar haksız rekabettir (TTK m.54/2). Helal şartlarını taşımayan ürünlerin helal sertifikası ile satışa sunulması, müşterileri etkileyen aldatıcı ve dürüstlük kuralına aykırı bir davranış olduğundan haksız rekabet teşkil etmektedir. Şu halde, hukuka aykırı bir şekilde helal sertifikası kullanan kişilere karşı, TTK m.56'da düzenlenen davaların yöneltilmesi mümkündür.

Haksız rekabet sebebiyle müşterileri, kredisi, mesleki itibarı, ticari faaliyetleri veya diğer ekonomik menfaatleri zarar gören veya böyle bir tehlikeyle karşılaşabilecek olan kimse;

- a) Fiilin haksız olup olmadığının tespitini,
- b) Haksız rekabetin men'ini⁹⁴,
- c) Haksız rekabetin sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılmasını⁹⁵,

⁹³ Bkz. ZEYİN-ERGÜN, s.88; KAYIHAN-ÜNLÜTEPE, s.218.

⁹⁴ "...davalı şirketin davacının ortağı olduğu şirket ile benzer logoyu kullandığı sabit olduğundan haksız rekabetin men'i ile davalı şirketin Osmanlı armalı ve Osmanlı ibareli logoyu kullanmaktan menine..." Y. 11.HD, 2014/2199 E., 2014/11479 K., 16.06.2014 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

⁹⁵ "...haksız rekabete yol açtığı tespit edilen davalı şirkete ait davaya konu kitapçığın çeşitli dergilerin eki olarak piyasaya sürülmüş olmasına göre, mahkemece haksız rekabetin neticesi olan maddi durumun da ortadan kaldırılması hususunda karar verilmesi gerekirken yazılı gerekçe ile bu istemin reddi yerinde olmadığı gibi..." Y. 11.HD, 2013/5467 E., 2014/12258 K., 26.06.2014 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

haksız rekabet yanlış veya yanıltıcı beyanlarla yapılmışsa bu beyanların düzeltilmesini ve tecavüzün önlenmesi için kaçınılmaz ise, haksız rekabetin işlenmesinde etkili olan araçların ve malların imhasını⁹⁶,

d) Kusur varsa zarar ve ziyanın tazminini isteyebilir⁹⁷.

Haksız rekabet davalarını, zarar gören veya böyle bir tehlike ile karşılaşma ihtimali bulunan rakipler ve müşteriler (tüketiciler) açabilirler⁹⁸. Ancak müşteriler, araçların ve malların imhasını talep edemezler (TTK m.56/2). Bu kişilerin dışında, Ticaret ve sanayi odaları, esnaf odaları, borsalar ve tüzüklerine göre üyelerinin ekonomik menfaatlerini korumaya yetkili bulunan diğer mesleki ve ekonomik birlikler ile tüzüklerine göre tüketicilerin ekonomik menfaatlerini koruyan sivil toplum kuruluşlarıyla kamusal nitelikteki kurumlar da tazminat davası haricindeki diğer davaları açabilirler (TTK m.56/3).

6.2.2. TKHK Çerçevesinde Uygulanabilecek Yapıtlımlar

Yetkisiz helal sertifikası kullanımı veya sertifika şartlarına aykırı biçimde helal olmayan ürün arzı, haksız ticari uygulama olarak kabul edilmektedir. TKHK m.62 hükmünde, hangi uygulamaların haksız olarak kabul edileceği belirtilmekle birlikte, bu uygulamalara karşı hangi hukuki yapıtlımların uygulanabileceğine dair bir düzenleme bulunmamaktadır. Aynı şekilde Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği de buna dair bir hüküm ihtiva etmemektedir.

TKHK m.73/6 hükmünde, tüketici örgütleri, ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile bakanlığın; genel olarak tüketicileri ilgilendiren hallerde ihtiyati tedbir kararı alınması, hukuka aykırı durumun tespiti, önlenmesi veya durdurulması amacıyla tüketici mahkemelerinde dava açabileceği belirtilmiştir. Ancak yine aynı hükümde, “...haksız ticari uygulamalar ve ticari reklamlara ilişkin hükümler dışında...” demek suretiyle tüketici örgütleri, kamu kurum ve kuruluşları ile bakanlığın haksız ticari uygulamalara karşı dava açması engellenmiştir. Hal böyle olmakla birlikte tüketiciler, yetkisiz sertifika kullanımı veya sertifika şartlarına aykırı ürün arzı söz konusu olduğunda, hukuka aykırı

⁹⁶ “...davalılarca yapılan haksız rekabetin tespitine, men’ine ve ref’ine, Ambarlı Gümrük Müdürlüğünde bulunan dava konusu 4.410.000 adet Marlboro Gold sigara ile 4.500.000 adet Marlboro Red markalı taklit ürünlere el konulma işleminin devamına, bu sigaraların karar kesinleştikten sonra imhasına...” Y. 11.HD, 2009/936 E., 2010/12050 K., 25.11.2010 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

⁹⁷ Haksız rekabet davaları ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. ÖZDAMAR, Mehmet- ERMENEK, İbrahim, *Haksız Rekabet Davaları ve Korunan Menfaat*, Ankara Barosu Dergisi, C.7, S.3, 2007, s.43 vd.

⁹⁸ BİLGİLİ-DEMİRKAPI, s.138; CAN, Mustafa, *Türk Ticaret Kanunu Tasarısına Göre Haksız Rekabet*, Türkiye Barolar Birliği Dergisi, S.69, 2007, s.168; TOPÇUOĞLU-ÖZKUL, s.12.

durumun tespiti, önlenmesi, durdurulması ve zararlarının giderilmesi talebini ileri sürebilirler⁹⁹.

Tüketicinin bir ticari uygulamanın haksız olduğunu iddia etmesi halinde, ticari uygulamada bulunanın, bu uygulamasının haksız ticari uygulama olmadığını ispat etmesi gerekmektedir (TKHK m.62/2). Kanun koyucu TMK m.6'da düzenlenen, "*Taraflardan her biri, hakkını dayandırdığı olguların varlığını ispatla yükümlüdür.*" şeklindeki genel kurala istisna olarak, haksız ticari uygulama iddiasında bulunan tüketiciyi ispat yükünden kurtarmış bulunmaktadır.

Öte yandan, tüketicinin helal olmayan ürün satışı sebebiyle ayıplı ifadan kaynaklanan seçimlik haklarını da hukuki yaptırım olarak kullanması söz konusu olabilir. Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin seçimlik haklarına ilişkin talebini yerine getirmekle yükümlüdür (TKHK m.11/1, m.15/1). Ancak tüketicinin söz konusu seçimlik haklarını kullanabilmesi için, ayıplı ürünün halen elinde bulunması gerekmektedir. Aksi takdirde bu seçimlik hakların kullanılabilmesi mümkün değildir. Bir ihtimal olarak, ayıplı hizmetler açısından hizmetin ifasının gerçekleşmesine rağmen, hizmetin yeniden görülmesini talep etme hakkı gündeme gelebilir. Ancak uygulama açısından, helal ürünlerin ağırlıklı olarak gıda ürünleri olduğu düşünüldüğünde, tüketilmiş bir gıda ürünüdeki ayıp iddiasıyla seçimlik hakların kullanılması mümkün olmamaktadır.

TKHK m.74/1 hükmünde, seri halinde üretilip piyasada satışa sunulan mallarla ilgili olarak bazı hukuki yaptırımlar öngörülmüştür. Buna göre bakanlık, tüketiciler veya tüketici örgütleri satışa sunulan bir seri malın;

- a) Ayıplı olduğunun tespiti,
- b) Üretiminin veya satışının durdurulması,
- c) Ayıbın ortadan kaldırılması,
- d) Satış amacıyla malı elinde bulunduranlardan toplatılması talepleriyle dava açabilirler.

Satışa sunulan seri malın ayıplı olduğunun mahkeme tarafından tespit edilmesi durumunda, mahkeme ayıbın niteliğine göre malın satışını durdurma veya ayıbı giderme kararları verebilir (TKHK m.74/2). Dolayısıyla mahkemece ayıbın tespitinin yapılmasından sonra, eğer maldaki ayıbın giderilmesi mümkünse, ayıbın giderilmesi yönünde karar verilmektedir. Madde metninden tam anlaşılacak şekilde birlikte, kanaatimizce malın satışını durdurma ve ayıbın giderilmesi kararları birlikte verilebilir. Örneğin; ayıplı seri maldaki ayıbın giderilmesi mümkün fakat ayıp giderilene kadar piyasada satışa sunulması sakıncalı ise, bu durumda her iki kararın birlikte verilmesi gerekebilir.

⁹⁹ TOPÇUOĞLU, s.48.

Üretici veya ithalatçı, mahkeme kararının kendilerine tebliğinden itibaren üç ay içerisinde maldaki ayıbı ortadan kaldırmakla yükümlüdür (TKHK m.74/2). Eğer maldaki ayıbın ortadan kaldırılması imkansız ise, malın üretici veya ithalatçı tarafından toplanması veya toplattırılması gerekmektedir¹⁰⁰. Toplatılan mallar taşıdıkları risklere göre kısmen veya tamamen imha edilir veya ettirilir (TKHK m.74/2).

6.2.3. Kişiliğin Korunması Davaları

Kişiliğin korunması davaları, koruyucu davalar ve tazminat davaları olmak üzere iki kısım olarak ele alınabilir¹⁰¹. Koruyucu davalar TMK m.25/1'de düzenlenen saldırı tehlikesinin önlenmesi, saldırıya son verilmesi ve saldırının hukuka aykırılığının tespiti davalarıdır. Tazminat davaları ise, TMK m.25/3'de düzenlenen maddi-manevi tazminat davası ve kazancın geri verilmesi davasıdır.

Helal olmayan ürün satışı durumunda kişiliğin korunması davaları açısından en işlevsel dava manevi tazminat davasıdır. Zira helal olmayan ürünlerin (özellikle gıda ürünleri) önceden bu niteliklerinin tespit edilerek buna göre koruyucu davalar açma ihtimali oldukça düşüktür. Maddi tazminat davasının amacı ve kazancın geri verilmesi davasının da uygulama darlığı göz önüne alındığında, söz konusu davaların da helal olmayan ürün satışında tüketicinin başvurabileceği dava yolları olması uzak bir ihtimaldir.

Manevi tazminat davası, kişilik hakkı saldırıya uğrayan kişinin bu sebeple duyduğu acı, elem ve ızdırabın giderilmesini amaçlamaktadır¹⁰². Bu çerçevede zarar gören için tazminat olarak tayin edilecek bir miktar paranın, zarar görenin elem ve ızdırabını bir nebze giderebileceği düşünülmüştür¹⁰³. Nitekim TBK m.58/1'e göre, kişilik hakkının zedelenmesinden zarar gören, uğradığı manevi zarara karşılık manevi tazminat adı altında bir miktar para ödenmesini isteyebilir¹⁰⁴. Ancak hakim, bu tazminatın ödenmesi yerine diğer bir giderim

¹⁰⁰ "...davalı şirketin ithal ettiği LPG tanklarının TSE standardına aykırı olması sebebi ile satışının durdurulması ve satılanların toplatılmasının istenmesi üzerine mahkemece yapılan yargılama sonunda; davalı şirket tarafından ithal edilen LPG tanklarının TSE standartlarına aykırı, ayıplı ve tüketici yanıltıcı kullanılmasında sakınca bulunduğu anlaşıldığından ithal edilen ürünlerin toplatılmasına..." Y. 4.HD, 2002/458 E., 2002/4788 K., 15.04.2002 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

¹⁰¹ HELVACI, Serap, *Gerçek Kişiler*, Legal Yayıncılık, İstanbul, 2012, s.152.

¹⁰² AKİPEK-AKINTÜRK-ATEŞ KARAMAN, s.407; DURAL, Mustafa, *Türk Medeni Hukukunda Gerçek Kişiler*, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1995, s.155; HELVACI, s.158; OĞUZMAN- SELİÇİ-OKTAY ÖZDEMİR, s.199.

¹⁰³ OĞUZMAN-SELİÇİ-OKTAY ÖZDEMİR, s.200.

¹⁰⁴ "Dava, tatil amaçlı kalınan otelde sağlığa zararlı yiyecek verilmesi sebebiyle açılan maddi ve manevi tazminat istemine ilişkindir. Manevi zarar; teknolojikteki gelişmeler, ilişkilerde meydana gelen çeşitlilik, zarar türlerinin artması gibi sebeplerle dar

biçimi kararlaştırabilir veya bu tazminata ekleyebilir; özellikle saldırıyı kınayan bir karar verebilir ve bu kararın yayınlanmasına hükmedebilir (TBK m.58/2).

6.3. Cezai Yaptırım

TTK'da haksız rekabet açısından hukuki sorumluluk dışında cezai sorumluluk da düzenlenmiştir. Kanun koyucu, haksız rekabet fiilinin önlenmesi amacıyla hukuki yaptırımların cezai yaptırımlarla desteklenmesi gerektiği fikrinden yola çıkmıştır¹⁰⁵. Helal ürünler açısından yetkisiz sertifika kullanımı veya sertifika şartlarına aykırı ürün arzı durumlarında haksız rekabetten doğan hukuki yaptırımlar gündeme geleceği gibi, TTK m.62'de düzenlenen cezai yaptırımların uygulanması da gündeme gelebilir. Bu çerçevede cezai yaptırımı gerektirecek fiiller üç başlıkta toplanabilir:

- a) TTK m.55'de yer alan haksız rekabet fiillerinden birini kasten işlemek,
- b) Kişisel durumu, iş ürünleri, ticari faaliyetleri ve işleri hakkında kasten yanlış veya yanıltıcı bilgi vermek,
- c) İşçilerinin veya çalışanlarının ya da vekillerinin, işlerini gördükleri sırada cezayı gerektiren bir haksız rekabet fiilini işlediklerini öğrenip de bu fiili önlememek veya gerçeğe aykırı beyanları düzeltmemek.

Ürünleri üzerinde bir denetim kuruluşunun helal işaretini izinsiz kullanan, sertifika şartlarını yerine getirmeyen veya kapsam dışındaki ürünler için de kullanan satıcının fiilleri TTK m.55/1.a-2 ve 62/1.b gereği haksız rekabettir. Bu fiillerin kast dışında ihmal yoluyla işlenmesi ihtimali zayıftır¹⁰⁶.

Söz konusu bu fiillerin işlenmesi halinde fail, TTK m.56 gereğince hukuk davasını açma hakkını haiz bulunanlardan birinin şikayeti üzerine, her bir bent kapsamına giren fiiller dolayısıyla iki yıla kadar hapis veya adli para

yorumlanmaması gereken, günün koşullarına ve olayın özelliğine göre hakimin serbestçe takdir edeceği, bir zarar çeşididir. Bunun dar yorumlanması Kanununun lafzına da ruhuna da uygun düşmeyecektir. Aralarında sözleşme ilişkisi bulunan taraflardan birisinin eylemi sözleşmeye aykırı olması yanında karşıdakinin ruhsal veya bedensel bütünlüğü açısından zarara da yol açıyorsa, haksız eyleme benzer bir etkinin varlığının kabulüyle oluşan manevi zararın tazmini gerekmektedir. Davalının işlettiği tatil köyünde davacıların konakladığı dönemden kısa bir süre sonra yapılan denetimlerde sağlığa zararlı, son kullanma tarihi geçmiş ve menşei de tespit edilemeyen et ürünleri ve bu arada ayrıca domuz etinin de tespit edildiği görülmüştür. Bu durumda davacıların kaldıkları dönemde kendilerine de bu etlerden yedirildiği kanaatiyle açtıkları manevi tazminat isteminin kabulüne dair mahkeme kararı yerindedir" YHGK, 2013/13-492 E., 2014/87 K., 12.02.2014 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

¹⁰⁵ AYDIN, Hüseyin, *Türk Ticaret Kanununda Haksız Rekabet Suçları*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2008, s.53.

¹⁰⁶ Bkz. TOPÇUOĞLU-ÖZKUL, s.15-17.

cezasıyla cezalandırılır¹⁰⁷. Şu halde, kanunda cezai yaptırımlar seçimlik olarak belirlenmiştir. Hakim haksız rekabet faili hakkında ya iki yıla kadar hapis ya da adli para cezasına hükmedebilir. İkisine birlikte hükmetmesi mümkün değildir.

Haksız rekabet fiilinin bir tüzel kişinin işleri ile ilgili olması halinde, ceza hükmü tüzel kişi adına hareket eden veya etmesi gerekmiş olan organın üyeleri veya ortakları hakkında uygulanacaktır¹⁰⁸. Ayrıca tüzel kişi hakkında da bunlara özgü güvenlik tedbirlerine karar verilebilir (TTK m.63).

Meseleye haksız ticari uygulama yönünden bakılacak olursa, TKHK'da haksız ticari uygulamalarla ilgili olarak herhangi bir cezai yaptırım düzenlenmediği görülmektedir¹⁰⁹. Ancak hileli davranışlarla bir kimseyi aldatıp, onun veya başkasının zararına olarak, kendisine veya başkasına bir yarar sağlamak şeklindeki fiil, dolandırıcılık suçunu oluşturmaktadır (TCK m.157). Dolandırıcılık suçunun dini inanç ve duyguların istismar edilmesi suretiyle işlenmesi halinde ise *nitelikli dolandırıcılık* söz konusu olmaktadır (TCK m.158/1). Şu halde, bir ürünün helal olduğu yönünde hileli davranışlarla tüketicilerin aldatılması, onların dini inanç ve duygularının istismar edilmesi anlamına geleceğinden nitelikli dolandırıcılık suçunu teşkil edebilir. Bu durumda fail, iki yıldan yedi yıla kadar hapis ve beş bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılacaktır (TCK m.158/1).

6.4. İdari Yaptırım

TTK'da haksız rekabet faili açısından idari yaptırım öngören herhangi bir hüküm bulunmamaktadır¹¹⁰. Ancak TKHK m.63/1 gereğince, ticari reklam ve haksız ticari uygulamalara karşı tüketiciyi korumaya yönelik düzenlemeleri ve denetimleri yapmak ve gerektiğinde idari yaptırım uygulamak üzere Reklam Kurulu'nun yetkilendirildiği görülmektedir. Şu halde TKHK açısından idari yaptırım mekanizması Reklam Kurulu tarafından işletilmektedir. Ancak

¹⁰⁷ “Şikayetin kapsamı, tespit tutanağı ve savunmaya göre başka firma bayii olup, bayii olmadığı şikayetçi firmanın boş tüplerini deposunda bulunduran sanıkların eyleminin TTK'nın 57/5. maddesinde belirlenen haksız rekabet suçunu oluşturduğu ve aynı yasanın 64/1-5 maddesi gereğince cezalandırılmasına karar verilmesi gerekirken...” Y.7.CD, 2006/11111 E., 2009/5485 K., 04.05.2009 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

¹⁰⁸ “Suç tarihi olan 01/10/1993 tarihli H.. Gazetesi sorumlu müdürü olan sanık Doğan S.'in TTK'nın 57 ve 64-1/1-2 maddeleri uyarınca verilen mahkumiyet kararı Dairemizce (Sorumlu Müdür olan sanık Doğan S.'in eylemi tüzel kişi adına görev yapılmasından kaynaklanmakta olduğundan para cezası ve masraf yönünden TTK'nın 65. maddesinin gözetilmemesi) gerekçesi ile bozulmuş...” Y.7.CD, 1997/5449 E., 1997/7333 K., 02.10.1997 T. (Kazancı İçtihat Bilgi Bankası).

¹⁰⁹ Haksız ticari uygulamaların TTK anlamında aynı zamanda haksız rekabet teşkil etmesi sebebiyle, burada da haksız rekabete dair ceza hükümleri elbette uygulanabilir.

¹¹⁰ TOPÇUOĞLU, s.25.

Kurulun kararları Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından uygulanmaktadır (TKHK m.63/1).

Reklam Kurulu, başvuru yoluyla inceleme yapabileceği gibi re'sen de inceleme yapabilir. Reklam Kurulu Yönetmeliği¹¹¹ m.8'de başvuruların yazılı veya elektronik ortamda yapılacağı belirtilmiştir. Ayrıca başvuru sahibi gerçek kişinin adı, soyadı ile T.C. kimlik numarası ve adresini, tüzel kişinin ise unvanı ve adresini içermeyen başvuruların Kurul tarafından incelemeye alınmayacağı düzenlenmiştir. Ancak Yönetmelikte kimlerin Kurula başvuru yapabileceklerine dair bir hüküm bulunmamaktadır. Hal böyle olmakla birlikte, menfaatleri ihlal edilen veya edilme tehlikesi bulunan tüketiciler ve rakip teşebbüsler ile tüketicileri korumakla görevli özel hukuk veya kamu tüzel kişilerinin başvuru hakkı olduğunu kabul etmek gerekmektedir.

TKHK m.77 hükmü, her ne kadar ceza hükümleri başlığını taşısa da, söz konusu maddede yer alan yaptırımlar idari yaptırım niteliğindedir¹¹². TKHK m.77/13 hükmüne göre, kanunun haksız ticari uygulamalar ile ilgili hükümlerine aykırı davrananlar hakkında şu yaptırımlar uygulanmaktadır:

- a) Haksız ticari uygulamanın üç aya kadar tedbiren durdurulması,
- b) Haksız ticari uygulamanın durdurulması,
- c) Beşbin Türk Lirası idari para cezası.

Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre, söz konusu yaptırımları ayrı ayrı verebileceği gibi birlikte de verebilir. Aykırılığın ülke genelinde gerçekleşmiş olması halinde idari para cezası ellibin Türk Lirası olarak uygulanır.

Aykırılığın reklam yoluyla gerçekleştirilmesi durumunda ise TKHK m.77/12 hükmü uygulanır (TKHK m.77/13). Buna göre, kanunun ticari reklamlar ile ilgili hükümlerine aykırı davranan reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında şu yaptırımlar uygulanmaktadır¹¹³:

- a) Durdurma,
- b) Üç aya kadar tedbiren durdurma,
- c) Aynı yöntemle düzeltme,
- d) İdari para cezası.

Haksız ticari uygulamalarda olduğu gibi, ticari reklamlarla ilgili aykırılıklarda da Reklam Kurulu burada belirtilen yaptırımları birlikte veya ayrı ayrı

¹¹¹ RG, 03.08.2014, S.29049.

¹¹² KARABULUT, Orhun, 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Ceza Hükümleri, İstanbul Barosu Dergisi, Tüketici Hakları ve Rekabet Hukuku Özel Sayısı, C.88, 2014, S.1, s.104.

¹¹³ Bkz. TEKELİOĞLU, s.154 vd.

uygulanabilir¹¹⁴.

Reklam Kurulu'nun vermiş olduğu idari yaptırım kararlarına karşı idari yargı yoluna başvurulabilir (TKHK m.78/2). Dava açma süresi, işlemin tebliğini izleyen günden itibaren 30 gündür. Ancak idare mahkemesinde dava açılmış olması, kararın yerine getirilmesini durdurmaz (TKHK m.78/2)¹¹⁵.

TKHK m.77/20 hükmünde, idari yaptırım uygulanmasının, diğer kanunlar gereği yapılacak işlemleri engellemeyeceği belirtilmiştir. Dolayısıyla tüketici veya rakip teşebbüsler açısından hem hukuki yaptırım çerçevesinde dava açma hem de idari yaptırım uygulanması amacıyla Reklam Kurulu'na başvurma imkanı bulunmaktadır.

7. Sonuç

Helal ürün anlayışı gerek ülkemizde gerekse uluslararası pazarda giderek önemini artırmaktadır. Hal böyle olmakla birlikte, Türk Hukukunda helal sertifikasına dair hiçbir düzenleme bulunmaması çeşitli sorunlara yol açmaktadır.

Öncelikle ortaya çıkan sorun, helal sertifikası verebilecek yetkili kuruluşlara dair bir düzenleme olmaması sebebiyle şirket veya dernek statüsündeki pek çok kurum tarafından helal sertifikası adı altında belgeler verilmesidir. TSE de bir kamu tüzel kişisi olarak helal sertifikası vermekte, ancak Helal Belgelendirme Usul ve Esasları'nda helal şartlarının ne olduğuna dair detaylı bir düzenleme yer almamaktadır. Bu durum, helal şartları açısından belirsizlik oluşturabileceği gibi, helal sertifikasının kötüye kullanımını da yaygınlaştırabilir. Dolayısıyla helal sertifikası verebilecek kuruluşlar ve helal şartlarına ilişkin en azından bir yönetmelik düzenlenerek bu alandaki belirsizliğin ortadan kaldırılması gerekmektedir.

Bir diğer önemli sorun ise, helal olmayan ürün satışı veya yetkisiz helal sertifikası ile karşı karşıya kalan tüketicilerin başvurabilecekleri yollar noktasındaki belirsizliktir. Helal ürün sorunu TKHK açısından haksız ticari uygulama, ayıplı mal, ürün sorumluluğu, ticari reklamlar ve kişilik haklarının ihlali çerçevesinde değerlendirilebilir. Ayrıca yetkisiz helal sertifikası kullanımının haksız rekabet teşkil edeceğini de göz ardı etmemek gerekmektedir.

Bilgisi dışında helal olmayan ürün tüketen tüketiciler manevi tazminat talebinde bulunabilirler. Zira tüketicilerin bilgisi dışında onlara helal olmayan ürün satılması, kişilik haklarını ihlal etmektedir. Bundan başka, tüketicilerin haksız veya usulsüz helal sertifikası kullanan satıcıların cezalandırılmasını

¹¹⁴ TEKELİOĞLU, s.154.

¹¹⁵ TEKELİOĞLU, s.158.

(TTK m.62) ve bu kişilere idari yaptırım (TKHK m.77) uygulanmasını istemeleri mümkündür. Son olarak, haksız reklam ve ticari uygulamaların karlı bir iş olarak kabul edilmesini önlemek amacıyla, TBK m.81 hükmünde olduğu gibi, elde edilen kazancın hazineye devri yolu açılmalıdır.

KAYNAKÇA

ABBAMONTE, Giuseppe, *The Unfair Commercial Practices, Directive: An Example Of The New European Consumer Protection Approach*, Columbia Journal Of European Law, Vol.12, 2006, s.699-712.

AKÇURA KARAMAN, Tuba, *Üreticinin Ayıplı Ürünün Sebep Olduğu Zararlar Nedeniyle Üçüncü Kişilere Karşı Sorumluluğu*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2008.

AKGÜNDÜZ, Ahmet, *Avrupa'da Helal Gıda Problemleri ve Çözüm Yolları*, İhracat İçin Helal Sertifikası Sempozyumu, 2012.

AL MAZEEDI, Hani, *Mc Halal System*, http://www.asidcom.org/IMG/pdf/McHalal_System-Dr-_Hani_M-_Al-Mazeedi.pdf.

ARAL, Fahrettin- AYRANCI, Hasan, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2012,

ARKAN, Sabih, *Ticari İşletme Hukuku*, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 22.Bası, Ankara, 2016.

ASLAN, İ.Yılmaz, *Tüketici Hukuku Dersleri*, Ekin, Bursa, 2014.

ATAMER, Yeşim M.- BAŞ, Ece, *"Avrupa Birliği Hukuku İle Karşılaştırmalı Olarak 6502 Sayılı Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Uyarınca Satım Sözleşmesinde Ayıptan Doğan Sorumluluk"*, İstanbul Barosu Dergisi (Tüketici Hakları ve Rekabet Hukuku Özel Sayısı), C.88, S.1, 2014, s.19-60.

AYAN, Mehmet- AYAN, Nurşen, *Kişiler Hukuku*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2016

AYDIN, Hüseyin, *Türk Ticaret Kanununda Haksız Rekabet Suçları*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2008.

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

AYDOS, Oğuz Sadık, *Ürün Sorumluluğu*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2009.

AYHAN, Rıza-ÖZDAMAR, Mehmet-ÇAĞLAR, Hayrettin, *Ticari İşletme Hukuku*, Yetkin Yayınları,9. Bası, Ankara, 2016.

BİLGİLİ, Fatih- DEMİRKAPI, Ertan, *Ticaret Hukuku Bilgisi*, Dora Yayınları, 8.Baskı, 2015.

CAN, Mustafa, *Türk Ticaret Kanunu Tasarısına Göre Haksız Rekabet*, Türkiye Barolar Birliği Dergisi, S.69, 2007, s.151-175.

CHAMBOLLE, Marc, *Food Policy And The Consumer*, Journal Of Consumer Policy, 1988, s.435-448.

ÇALLI, İ.Duygu, *Etnik Pazarlamada Helal Kavramının Kullanımı-“Almanya’da Yayınlanan Gıda Reklamları Üzerine Bir İnceleme”*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.XIV, S.4, s.43-55.

ÇAYIROĞLU, Yüksel, *İslam Hukukuna Göre Helal Gıda*, Işık Yayınları, 2014.

ÇEKER, Mustafa, *Ticaret Hukuku Genel Esaslar*, Karahan Kitabevi, Adana, 2016.

DAILY, Eoin, *Competing Concepts Of Religious Freedom Through The Lens Of Religious Product Authentication Laws*, Ecclesiastical Law Society, Vol.13, 2011, s.298-311.

DUIVENVOORDE, B.B., *The Consumer Benchmarks In The Unfair Commercial Practices Directive*, Studies In European Economic Law And Regulation, Springer International Publishing, Switzerland, 2015, s.13-22.

DURAL, Mustafa- ÖĞÜZ, Tufan, *Türk Özel Hukuku Cilt II Kişiler Hukuku*, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2016

DURAL, Mustafa, *Türk Medeni Hukukunda Gerçek Kişiler*, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1995.

EREN, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2015.

GÖLE, Celal, *Ticaret Hukuku Açısından Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması*, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara, 1983.

GÜMÜŞ, Mustafa Alper, *6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi Cilt I*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2014.

GÜNERGÖK, Özcan, *Üreticinin Sorumluluğu Çerçevesinde Üreticinin Ürün Gözleme Yükümlülüğü*, Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. XII, S.3-4,2008, s.313-343.

HANZAEI, Kambiz Heidarzadeh-RAMEZANI, Mohammad Reza, *Intention To Halal Products In The World Markets*, Interdisciplinary Journal Of Research In Business, Vol.1, 2011, s.1-7.

HATEMİ, Hüseyin-KALKAN OĞUZTÜRK, Burcu, *Kişiler Hukuku (Gerçek Kişiler-Tüzel Kişiler)*, İstanbul, 2013.

HAVINGA, Tetty, *Regulating Halal and Kosher Foods: Different Arrangements Between State, Industry and Religious Actors*, Erasmus Law Review, Vol.3, Issue 4, 2010, s.241-255.

HAYAT, Raphie- BUTTER, Frank- KOCK, Udo, *Halal Certification For Financial Products: A Transaction Cost Perspective*, Tinbergen Institute Discussion Paper, 171/3, 2011, s.1-18.

HELVACI, Serap, *Gerçek Kişiler*, Legal Yayıncılık, İstanbul, 2012.

INCARDONA, Rossella- PONCIBO, Cristina, *The Average Consumer, The Unfair Commercial Practices Directive And The Cognitive Revolution*, J. Consum Policy(2007), s.21-38.

İNAL, Emrehan-BAYSAL, Başak, *Reklam Hukuku ve Uygulaması*, On İki Levha Yayınları, İstanbul, 2008.

İNCEOĞLU, Murat, “*Yargıtay Kararları Işığında Sözleşmeye Aykırılıktan Doğan Manevi Tazminat Talepleri*”, BATİDER, Aralık 2008, s.77-121.

KARABULUT, Orhun, 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Ceza Hükümleri, İstanbul Barosu Dergisi, Tüketici Hakları ve Rekabet Hukuku Özel Sayısı, C. 88, 2014, S. 1, s.103-117.

KARAKOCALI, Ahmet- KURŞUN, Ali Suphi, *Tüketici Hukuku*, Aristo, İstanbul, 2015.

KAYA, Arslan, *Reklamın Fikri Mülkiyet Hukuku İçindeki Yeri*, Ömer Teoman’a 55. Yaş Günü Armağanı, İstanbul, 2002, s.459-477.

KAYAR, İsmail, *Ticari İşletme Hukuku*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2015.

KAYIHAN, Şaban-ÜNLÜTEPE, Mustafa, *Medeni Hukuk Bilgisi*, Ankara, 2014.

KULAKLI, Emrah, Ürün Sorumluluğu ve Ayıp Kavramı, On İki Levha Yayınları, İstanbul, 2009.

KURT, Ali Osman, *Yahudilikte Koşer ve Koşer Ekonomisi*, Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, C.XIV, S.2, 2010, s.103-149.

KURTOĞLU, Ramazan- ÇİÇEK, Behiye, *Tüketicilerin Helal Ürünler Hakkındaki Algılama, Tutum ve Beklentilerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma*, Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Aralık 2013, 8(3), s.181-206.

LYTTON, Timoty, *Kosher Certification: Private Regulation In The Age Of Industrial Food*, Harvard University Press, 2013.

OĞUZMAN, Kemal- SELİÇİ, Özer- OKTAY ÖZDEMİR, Saibe, *Kişiler Hukuku (Gerçek ve Tüzel Kişiler)*, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2016

ÖNER, Erhan, *Kalite Güvencesi*, Marmara Üniversitesi Yayını, İstanbul, 2007.

ÖZDAMAR, Mehmet- ERMENEK, İbrahim, *Haksız Rekabet Davaları ve Korunan Menfaat*, Ankara Barosu Dergisi, C.7, S.3, 2007, s.43-71.

ÖZDEMİR, Hayrunnisa, *Aldatıcı Reklamlara Karşı Tüketicinin Korunması*, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.53, S.3, 2004, ss.60-90.

ÖZDEMİR, Hüseyin- YAYLI, Ali, *Tüketicilerin Helal Sertifikalı Ürün Tercihleri Üzerine Bir Araştırma İstanbul İli Örneği*, İşletme Araştırmaları Dergisi, 2014, 6(1), s.183-202.

ÖZDİLEK, Ali Osman, *Türk Hukukunda "Güvenli Ürün" Kavramı ve Güvenli Olmayan Ürüne Bağlanan Hukuki Sonuçlar*, Asansör Sempozyumu, 2014, s.159-170.

ÖZEL, Çağlar, *Tüketicinin Korunması Hukuku*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2015.

PINAR, Hamdi, *Reklam Hukukunun Esasları*, Turgut Akıntürk'e Armağan, İstanbul, 2008, ss.514-544.

POROY, Reha-YASAMAN, Hamdi, *Ticari İşletme Hukuku*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2015.

RAFIDA, A.R- ALİNA, A.R- HAFIZ, H.H- SAIFOL,B., *Negotiating Interests According to Islamic Approach on Halal Certifications*, World Applied Sciences Journal, 2012, s.11-16.

REGENSTEIN, J.M- CHAUDRY, M.M- REGENSTEIN, C.E, *The Kosher and Halal Food Laws*, Comprehensive Reviews In Food Science And Food Safety, Vol.2, 2003, s.111-127.

REİSOĞLU, Safa, *Türk Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, İstanbul, 2012.

SAMORİ, Zakiah-ISHAK, Amal Hayati-KASSAN, Nurul Himmah, *Understanding The Development Of Halal Food Standard: Suggestion For Future Research*, International Journal Of Social Science And Humanity, Vol.4, No:6, 2014, s.482-486.

SEROZAN, Rona, *Medeni Hukuk Genel Bölüm- Kişiler Hukuku*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2015.

SHAFIE, Shahidan- OTHMAN, Md Nor, *Halal Certification: An International Marketing Issues And Challenges*, <http://citeserx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.458.2667&rep=rep1&type=pdf>, s.1-10.

ŞAHİNCİ, Dilek, *6502 Sayılı Yeni Tüketici Kanunundaki Reklam Hükümlerine Eleştirel Bir Bakış*, Terazi Hukuk Dergisi, Cilt:9, Sayı:89, Ocak 2014, ss.97-115.

ŞENER, Oruç Hami, *Ticari İşletme Hukuku*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2016.

TANDOĞAN, Haluk, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri C.I*, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2008.

TANRIBİLİR, Feriha Bilge, *Milletlerarası Özel Hukukta Ürün Sorumluluğuna İlişkin Kurallara Genel Bir Bakış*, Sorumluluk ve Tazminat Hukuku Sempozyumu, 2009, s.263-292.

TAŞÇI, Deniz- ÇABUK, Saye Nihan, *Kalite Yönetim Sistemleri*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, 2013.

TEKELİOĞLU, Numan, *Tüketicinin Korunması Açısından Hukuka Aykırı Reklamlar*, On İki Levha Yayınları, İstanbul, 2016.

TEKİNAY, Selahattin Sulhi, *Medeni Hukuka Giriş Dersleri*, Sulhi Garan Matbaası, İstanbul, 1978.

TİRYAKİ, Betül, *Avrupa Konseyi'nin 25.7.1985 Tarihli Direktifi'ne Göre Üreticinin Sorumluluğunun Şartları ve Tüketicinin Korunması Mevzuatı İle Mukayesesi*, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.55, S.2, 2006, s.229-248.

TOPÇUOĞLU, Metin- ÖZKUL, Burcu, *Rekabet Hukuku Özellikle Haksız Rekabet Açısından Helal Gıda Sertifikası*, Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.4, S.1, 2014, s.1-27.

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

YARAYAN, Ali, *Türk Medeni Hukuku*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2013.

YAVUZ, Cevdet- ACAR, Faruk- ÖZEN, Burak, *Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, Beta Yayınları, İstanbul, 2015.

YAVUZ, Nihat, *Ayıplı İfa*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2012.

YILDIZ, Mehmet, *Osmanlıda Ürünlerin Dini/Şer'i Standardizasyonunda Dönüm Noktası: Tahirdir Damgalı Sertifikasyona Geçiş*, International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Vol.5/1, 2010, s.1468-1493.

ZEVKLİLER, Aydın-GÖKYAYLA, Emre, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, Turhan Kitabevi, Ankara, 2013.

ZEYTİN, Zafer-ERGÜN, Ömer, *Türk Medeni Hukuku*, Ankara, 2013.

