

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'a Göre Mesafeli Sözleşmeler ve Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Cayma Hakkı

Distant Contracts According to Consumer Protection and the Consumer's Right of Withdrawal From These Contracts

Elce TUTAR(*)

mehmet atıcı için yazdırılmıştır.

Belirtilen kişi haricinde kullanımı, dağıtımı ve çoğaltılması 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu uyarınca yasaktır.

Günümüzde, teknolojik gelişmelerin hızla ilerlemesi ile birlikte internet üzerinden yapılan satışların arttığı görülmektedir. Uygulanan yöntemler tüketiciler aleyhine olmaya başlayınca, birçok hukuk düzeninde bu alanda düzenlemeler yapılmıştır.

İlk olarak Avrupa Birliği'nde, 20 Mayıs 1997 tarihinde "Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması" isimli direktifin çıkarılması sağlanmıştır. Ülkemizde ise, 28.05.2014 tarihinde yürürlüğe giren "6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun" ile tüketicileri koruyan hükümler getirilmiştir. En önemli koruma, mesafeli sözleşmelerde tüketiciye cayma hakkının tanınmasıdır. Yani tüketici, hiçbir gerekçe göstermeksizin ve ceza ödemeksizin on dört gün içerisinde sözleşmeden cayabilmektedir.

Mesafeli Sözleşmeler, Tüketicinin Cayma Hakkı, 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun.

Nowadays, with the rapid progress of technological developments, it seems that the sales made over the internet are substantially increasing. As the applied procedures started to be against the consumers, regulations on these transactions were made in many legal system.

First, in European Union, "Directive on the Protection of Consumers in Respect of Distance Contracts" was issued on 20 May 1997. On the other hand, in our country, the provisions protecting the consumers have been introduced with the "Consumer Protection Act No. 6502" which was entered into force on 28 May 2014. The most important protection is recognition of the right of withdrawal to the consumer in distance contracts. So, the consumer can withdraw from the contract within fourteen days without any justification and paying penalty.

Distance Contracts, The Right of Withdrawal to Consumers, The Law on the Protection of Consumer No. 6502.

Giriş

Çağımızda teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte, internet kullanımının çoğalması ve satış tekniklerinde farklı usullerin uygulanması bilinen bir gerçektir¹.

Satıcı - sağlayıcı, ürünlerini hedef kitleye satabilmek amacıyla pazarlama tekniklerini kullanarak teknolojinin yarattığı her türlü imkândan yararlanmaktadır. Katalog gönderme, telefonla satış, televizyondan satış, bilgisayardan satış, mektup ya da fax yoluyla satış gibi çok çeşitli yöntemler uygulanmaktadır. Artık tüketici ile satıcının hiç yüz yüze gelmeden, iletişim olanakları ile sözleşme akdetmeleri mümkün hale gelmiştir. Bu satışlar, tüketici ve sağlayıcı açısından önemli avantajlar sağladığı gibi tüketicinin aldatılmasına da yol açmaktadır². Çünkü tüketici açısından, tüketicinin basit bir görüntüye veya resme göre karar vermesi nedeniyle, satın aldığı ürünün beklediği gibi olmaması, sipariş anı ile teslim anı arasındaki sürenin uzaması, satın alınan malın bozuk veya ayıplı olması, satıcının malı teslim etmemesi veya ortadan kaybolması gibi riskler de bulunmaktadır³.

İletişim olanaklarının ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, internet üzerinden yapılan sözleşmelerin artması, pazarlama tekniklerinin de bunlara uygun hale getirilmesi, zayıf durumda kalan tüketicinin korunmasını önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkarmıştır.

Gelişmelerin tüketiciler aleyhine olmaya başlaması, hukuk düzeninde bu alanda düzenleme yapılmasını; hatta Avrupa Birliği'nde, 20 Mayıs 1997 tarihinde "Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması" isimli direktifin çıkarılmasını sağlamıştır.

Mesafeli sözleşmeler bakımından ilk düzenlemelerden biri olan 97/7 sayılı Mesafeli Satışlara İlişkin Avrupa Birliği Yönergesi (Avrupa Birliği Yönergesi), ülkemizde ise yansımalarını tüketici hukuku alanında göstermiştir. Hatta ilgili mevzuat hükümleri, Yönerge ile paralellik göstermektedir⁴.

Mesafeli sözleşme kavramı, tüketici hukukuna 4077 sayılı Kanunda 4822 sayılı Kanunla yapılan değişiklikle, 2003 yılında girmiştir. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 28.05.2014 tarihinde yürürlüğe girmesiyle 08.09.1995 tarihinden beri uygulanana gelen 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun yürürlükten kalkmıştır. Ayrıca, 27 Kasım 2014 tarihli, 29188 sayılı Resmî Gazetede Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği yayımlanmıştır.

Avrupa Birliği'nde ise, mesafeli sözleşmelere ilişkin düzenleme, 25 Ekim 2011 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konseyi Tüketici Hakları Direktifinde (2011/83/EU) yer almaktadır⁵.

I. Mesafeli Sözleşmenin Tanımı ve Hukuki Niteliği

A. Tanımı

Mesafeli sözleşmelere ilişkin genel hükümler, TKHK'nın 48'inci maddesinde düzenlenmiştir. TKHK m.48/1 ve Yönetmelik m. 4/1(e) uyarınca mesafeli sözleşmeler, "satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dahil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanılması suretiyle kurulan sözleşmeler" olarak tanımlanmıştır. Bu yasal tanımda, mesafeli sözleşmelerin en önemli özelliği, "tüketicilerle karşı karşıya gelinmeksizin" yapılmış sözleşmeler olmasıdır⁶.

Kanunun gerekçesine bakıldığında, bu tanım aynı zamanda tüketicinin sadece mallar veya hizmetler hakkında bilgi toplamak amacıyla bir satıcı veya sağlayıcının işyerini ziyaret etmesiyle birlikte uzaktan bir iletişim aracı vasıtasıyla sözleşmeyi müzakere ettiği ve kurduğu durumları kapsar. Bunun aksine, satıcının veya sağlayıcının işyerinde müzakere edildikten sonra uzaktan bir iletişim aracı kullanılarak kurulan sözleşmenin mesafeli sözleşme kabul edilmesi mümkün değildir⁷. İlk durumda tüketici, sadece mağazayı gezip bilgi toplamaktadır. İkinci durumda ise, hem mallar hakkında bilgi toplamakta hem sözleşme hakkında müzakere yapmaktadır. Yine aynı şekilde, bir sözleşme uzaktan iletişim araçlarıyla başlatılıp sonunda satıcının veya sağlayıcının işyerinde kurulursa bu da mesafeli sözleşme olarak kabul edilmez. Mesafeli sözleşme diyebilmemiz için, sözleşmenin tarafların yokluğunda ve bir sistem üzerinden iletişim vasıtalarıyla kurulmuş olması gerekir⁸.

Mesafeli sözleşme kavramının tanımı, yasayla düzenlenmiş tipik borçlar hukuku sözleşmelerinde içeriğin belirlenmesi ve zorunlu unsurlara göre yapılan tanımlamalardan daha farklıdır⁹. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda düzenlenen "mesafeli sözleşme" kavramıyla, Türk Borçlar Kanununda yer alan "mesafeli satış" kavramları birbirinden farklıdır.

Türk Borçlar Kanununa göre mesafeli satış, satılan malın sözleşmenin ifa yerinden başka bir yere gönderilmesi halinde söz konusudur. Tüketicinin korunması anlamında mesafeli sözleşme ise, tüketici ile mal ya da hizmet satıcısının aralarında mesafe bulunmasını ve sözleşmenin iletişim araçları ile yapılmasını ifade etmektedir¹⁰. Yani, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 48'in kapsamına, hem mal hem hizmet dahil olduğu için hukuki işlem mutlaka bir satım sözleşmesi olarak karşımıza çıkmaz. TKHK anlamındaki mesafeli sözleşmelerden farklı olarak, TBK m. 208/3, m. 211/1, m. 266 hükümlerinde düzenlenmiş olan "mesafeli satış" kavramı, satım konusu malın yasal ifa yerinden başka bir yere gönderilmesini belirtmektedir¹¹.

Mesafeli sözleşme kavramı, sözleşmenin kurulmasına yönelik irade beyanlarının, sadece fiziksel olarak bir yerde hazır bulunanlar arasında değil, aynı zamanda ve/veya aynı yerde hazır olmayanlar arasında, diğer bir söyleyişle, farklı tekniklere sahip uzaktan iletişim araçları kullanılarak açıklanması sonucunda kurulan sözleşmeleri ifade eder¹². Bu anlamda mesafeli sözleşmelerin kapsamına mektup, katalog gibi geleneksel yöntemlerle; televizyon, bilgisayar gibi modern yöntemlerle kurulan sözleşmeler girecektir¹³.

Tarafların yüz yüze gelmemesine karşın, TBK hükümlerine göre, bazı hallerde sözleşmenin hazırlar arasında yapıldığı varsayılır. Hazır olanlar ile hazır olmayanlar arasında kurulan sözleşmeler ayrımı, sözleşmenin kurulma anı ile hükümlerini ve sonuçlarını doğurma anı bakımından önem teşkil eder. TBK m. 4/2'ye göre, "telefon, bilgisayar gibi iletişim sağlayabilen araçlarla doğrudan iletişim sırasında yapılan öneri, hazır olanlar arasında yapılmış sayılır". Örneğin telefonla yapılan sözleşmeler hazırlar arasında yapılmış sayılır ve TKHK m. 48'de belirtilen diğer şartları da taşıyorsa bir mesafeli sözleşme olacaktır¹⁴.

B. Hukuki Niteliği

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun "mesafeli sözleşme" olarak herhangi bir bağımsız sözleşme tipini tanımlamamıştır. Mesafeli sözleşme kira, satım gibi ayrı ve bağımsız bir sözleşme tipi olmayıp, sadece bir sözleşmenin kuruluş tarzını esas alan bir kavramdır¹⁵.

Mesafeli sözleşmeler, sözleşmenin akdinin türünü ve usulünü bir araya getiren, yani sözleşmenin akdinin tarzını düzenleyen sözleşmelerdir. Dolayısıyla Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun uygulama alanına giren ve bünyesine uygun düşen bütün sözleşmeler mesafeli olarak akdedilebilecektir ve kendi tipleri yanında ayrıca "mesafeli" olarak akdedilen sözleşme vasfını kazanacaktır. Örneğin internet üzerinden kurulan bir satış sözleşmesi, koşulları oluşmuşsa, bir de "mesafeli" kavramını alarak "mesafeli satış sözleşmesi" diye anılacaktır¹⁶.

Dolayısıyla hem Türk Borçlar Kanunundaki satış sözleşmesinin hem Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 48'inci maddesinde öngörülen mesafeli iletişim araçlarıyla akdedilen sözleşmenin karakteristik unsurlarını taşıyan ve TKHK açısından kapsam dışı sözleşmeler arasında da bulunmayan sözleşme, "mesafeli satış sözleşmesi" olabilecektir.

Doktrinde bazı yazarlar¹⁷, "Mesafeli sözleşmelerde tanınan cayma hakkının niteliği ve amacı göz önüne alındığında, iletişim vasıtaları kullanılmak suretiyle akdedilen sözleşmeleri "tecrübe veya muayene şartıyla satım"ın (TBK 219 vd.) türlerinden biri olarak nitelendirmektedirler"¹⁸.

II. Tüketicinin Cayma Hakkı ve Satıcının Tüketicilere Ön Bilgilendirmede Bulunma Zorunluluğu

A. Cayma Hakkının Kullanılması

Mesafeli sözleşmeler bakımından tüketiciyi koruyucu nitelikteki en önemli düzenlemelerden biri de, tüketiciye tanınan cayma hakkıdır. Bu hakkın kanunkoyucu tarafından tüketiciye tanınmasının sebebi, yapılan sözleşmenin tüketici yönünden önemli sakıncalarının ve risklerinin bulunmasıdır¹⁹.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 48'inci maddesinin dördüncü fıkrasının birinci cümlesine göre; *"Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir."*

Diğer yandan Yönetmelikte, cayma hakkının istisnalarına yer verilmiştir. Yönetmeliğin 15'inci maddesine göre;

"Taraflarca aksi kararlaştırılmadıkça, tüketici aşağıdaki sözleşmelerde cayma hakkını kullanamaz":

"a) Fiyatı finansal piyasalardaki dalgalanmalara bağlı olarak değişen ve satıcı veya sağlayıcının kontrolünde olmayan mal veya hizmetlere ilişkin sözleşmeler.

b) Tüketicinin istekleri veya kişisel ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanan mallara ilişkin sözleşmeler.

c) *Çabuk bozulabilen veya son kullanma tarihi geçebilecek malların teslimine ilişkin sözleşmeler.*

ç) *Tesliminden sonra ambalaj, bant, mühür, paket gibi koruyucu unsurları açılmış olan mallardan; iadesi sağlık ve hijyen açısından uygun olmayanların teslimine ilişkin sözleşmeler.*

d) *Tesliminden sonra başka ürünlerle karışan ve doğası gereği ayrıştırılması mümkün olmayan mallara ilişkin sözleşmeler.*

e) *Malın tesliminden sonra ambalaj, bant, mühür, paket gibi koruyucu unsurları açılmış olması halinde maddi ortamda sunulan kitap, dijital içerik ve bilgisayar sarf malzemelerine ilişkin sözleşmeler.*

f) *Abonelik sözleşmesi kapsamında sağlananlar dışında, gazete ve dergi gibi süreli yayınların teslimine ilişkin sözleşmeler.*

g) *Belirli bir tarihte veya dönemde yapılması gereken, konaklama, eşya taşıma, araba kiralama, yiyecek-içecek tedariki ve eğlence veya dinlenme amacıyla yapılan boş zamanın değerlendirilmesine ilişkin sözleşmeler.*

ğ) *Elektronik ortamda anında ifa edilen hizmetler veya tüketiciye anında teslim edilen gayrimaddi mallara ilişkin sözleşmeler.*

h) *Cayma hakkı süresi sona ermeden önce, tüketicinin onayı ile ifasına başlanan hizmetlere ilişkin sözleşmeler."*

Cayma hakkının kullanılmasına ilişkin irade beyanı bakımından gönderme esası kabul edilmiştir²⁰. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 48'inci maddesinin dördüncü fıkrasının ikinci cümlesine göre; "*Tüketicinin cayma hakkını kullandığına dair bildirimiminin, cayma süresi içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması gerekir*".

Yönetmeliğin 11'inci maddesinin birinci fıkrasına göre; "*Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimimin cayma hakkı süresi dolmadan, yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmesi yeterlidir*".

Yönetmeliğin 11'inci maddesinin devamındaki fıkralara göre ise, tüketici, Yönetmelik ekinde yer alan formu kullanabileceği gibi, cayma kararını bildiren açık bir beyanda da bulunabilir. Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin bu formu doldurabilmesi veya cayma beyanını gönderebilmesi için internet sitesi üzerinden seçenek de sunabilir. İnternet sitesi üzerinden tüketicilere cayma hakkı sunulması durumunda satıcı veya sağlayıcı, tüketicilerin ilettiği cayma taleplerinin kendilerine ulaştığına ilişkin teyit bilgisini tüketiciye derhal iletmek zorundadır. Sesli iletişim yoluyla yapılan satışlarda ise, satıcı veya sağlayıcı, ekte yer alan formu (cayma bildirimini) en geç mal teslimine veya hizmet ifasına kadar tüketiciye göndermek zorundadır.

Cayma hakkının kullanımına ilişkin ispat yükümlülüğü tüketiciye aittir.

1. Hukuki Niteliği

Tüketici, cayma hakkını kullanarak hiçbir gerekçe göstermeden tek taraflı irade beyanıyla sözleşmenin hüküm ve sonuç doğurmasını önleyerek geri alma etkisi yaratmaktadır²¹. Tüketici, sözleşme kurmaya yönelik irade beyanının kesin bağlayıcı etkisinden kurtulmak amacıyla, esasen yenilik doğuran bir hak niteliğinde olan geri alma hakkını kullanmaktadır. Bu kullanım, yenilik doğurucu bir işlem olup, varması gerekli tek taraflı irade beyanı niteliğini taşır²².

Cayma hakkı, bir sözleşmeyi hukuki sonuçları ile birlikte ortadan kaldırmaya yönelik olduğundan, "bozucu yenilik doğuran" bir haktır²³. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun hükümlerinden, caymanın amacının, sözleşme öncesi durumu geri getirmek olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, mesafeli sözleşmenin konusu ister mal isterse hizmet olsun, tüketici cayma hakkını geçerli bir şekilde kullanırsa mesafeli sözleşme geriye etkili (ex tunc) olarak sona erecektir.

2. Cayma Süresi

a. Genel Olarak

Eski Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda ve Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğinde tüketicinin cayma süresi yedi gündü. Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda ve Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğinde ise bu süre, AB Tüketicinin Korunması Direktifine uygun olarak on dört güne çıkarılmıştır²⁴.

Cayma hakkı için öngörülen süre hak düşürücü süre niteliğindedir. İtiraz niteliğinde olan bu sürenin cayma hakkının kullanıldığı tarih itibarıyla dolup dolmadığı hâkim tarafından re'sen dikkate alınır²⁵.

Kanuna göre tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Bu sürenin ne zamandan itibaren işlemeye başlayacağı Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğinin "Cayma hakkı" başlıklı 9'uncu maddesinin ikinci ve üçüncü fıkralarında düzenlenmiştir:

"(1) Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir.

(2) Cayma hakkı süresi, hizmet ifasına ilişkin sözleşmelerde sözleşmenin kurulduğu gün; mal teslimine ilişkin sözleşmelerde ise tüketicinin veya tüketici tarafından belirlenen üçüncü kişinin malı teslim aldığı gün başlar. Ancak tüketici, sözleşmenin kurulmasından malın teslimine kadar olan süre içinde de cayma hakkını kullanabilir.

(3) Cayma hakkı süresinin belirlenmesinde;

a) Tek sipariş konusu olup ayrı ayrı teslim edilen mallarda, tüketicinin veya tüketici tarafından belirlenen üçüncü kişinin son malı teslim aldığı gün,

b) Birden fazla parçadan oluşan mallarda, tüketicinin veya tüketici tarafından belirlenen üçüncü kişinin son parçayı teslim aldığı gün,

c) Belirli bir süre boyunca malın düzenli tesliminin yapıldığı sözleşmelerde, tüketicinin veya tüketici tarafından belirlenen üçüncü kişinin ilk malı teslim aldığı gün esas alınır."

b. Cayma Hakkı Süresinin Uzaması Müeyyidesi

Cayma hakkı süresinin hesaplanmasında ayrıca bildirim satıcılara veya sağlayıcılara varması veya onun tarafından öğrenilmiş olması şartı aranmaz²⁶. Tüketicinin cayma hakkı konusunda bilgilendirildiğini ispat etmek ise satıcının veya sağlayıcının yükümlülüğüdür.

Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirim **on dört** günlük süre içinde satıcıya veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Ancak Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 48'inci maddesinin dördüncü fıkrasına göre, tüketici cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirilmezse, cayma hakkını kullanmak için on dört günlük süre ile bağlı değildir. Her halükârda bu süre, cayma süresinin bittiği tarihten itibaren **bir yıl** sonra sona erer.

Satıcı veya sağlayıcı, eksikliği sözleşmenin kurulmasından sonraki bir aşamada giderirse, o zaman on dört günlük süre, o tarihten itibaren işlemeye başlayacaktır²⁷. Buna göre, tüketicinin cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirilmemesinin müeyyidesi, cayma hakkı süresinin uzamasıdır²⁸. Yani satıcının ve sağlayıcının, cayma hakkı konusunda tüketiciyi bilgilendirmemiş olmasının yaptırımı, tüketicinin bu on dört günlük süreye ilaveten bir yıl içerisinde cayma hakkını kullanabilmesidir²⁹.

B. Satıcının Tüketicie Ö n Bilgilendirmede Bulunma Zorunluluğu

Tüketicinin bilgilendirilmesi, tüketicinin en temel haklarından birisidir. Bu temel tüketici hakkı, tüketicilerin ekonomik çıkarlarının, serbest piyasa ekonomisi düzeninde yasal korunma düzeyine erişebilmesini ve bilinçli tüketim yapma olanağını sağlamaktadır³⁰.

Bilgilendirme yükümlülüğünün yerine getirilmesi halinde tüketici, aldatıcı reklamlara karşı korunduğu gibi, ürün ve firma bilgileri hakkında da kıyaslama yaparak kendisi için en uygun alternatifi bulma imkânına da sahip olmaktadır. Özellikle mesafeli sözleşmelerde tüketici, satın alacağı malı fiziken algılama ve test edebilme olanağına sahip olamamaktadır; ayrıca hizmetin içeriğini de tam teşekküllü kontrol edememektedir. Keza, satıcı - sağlayıcı hakkında da yeterli ve güvenilir bilgi edinememektedir. Dolayısıyla bilgilendirme yükümü, mesafeli sözleşmelerde hayati bir önem taşımaktadır³¹.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 48'inci maddesinin ikinci fıkrasına göre; "Tüketici, mesafeli sözleşmeyi ya da buna karşılık gelen herhangi bir teklifi kabul etmeden önce ayrıntıları Yönetmelikte belirlenen hususlarda ve siparişi onaylandığı takdirde ödeme yükümlülüğü altına gireceği konusunda açık ve anlaşılır şekilde satıcı veya sağlayıcı tarafından bilgilendirilir. Tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir". Ö n bilgilendirme sayesinde, tüketici yapacağı sözleşmenin sonucunda ödeme yapmak zorunda kalacağını iyice anlamış ve bir kez daha düşünmeye sevk edilmiş olacaktır³².

Sözleşme öncesi ön bilgilendirme yükümlülüğü, eski Yönetmelikte de öngörülmüş olduğu halde, yeni Yönetmelik bunun kapsamını genişletmiş ve tüketiciye açıklanacak bilgileri detaylandırmıştır³³. Yönetmeliğin "Ön bilgilendirme" başlıklı 5'inci maddesinde tüketicinin aşağıdaki hususlar bakımından bilgilendirilmesi gerektiği düzenlenmiştir:

a) Sözleşme konusu mal veya hizmetin temel nitelikleri,

b) Satıcı veya sağlayıcının adı veya unvanı, varsa MERSİS numarası,

c) Tüketicinin satıcı veya sağlayıcı ile hızlı bir şekilde irtibat kurmasına imkân veren, satıcı veya sağlayıcının açık adresi, telefon numarası ve benzeri iletişim bilgileri ile varsa satıcı veya sağlayıcının adına ya da hesabına hareket eden kimliği ve adresi,

ç) Satıcı veya sağlayıcının tüketicinin şikayetlerini iletmesi için (c) bendinde belirtilenden farklı iletişim bilgileri var ise, bunlara ilişkin bilgi,

d) Mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam fiyatı, niteliği itibarıyla önceden hesaplanamıyorsa fiyatın hesaplanma usulü, varsa tüm nakliye, teslim ve benzeri ek masraflar ile bunların önceden hesaplanamaması halinde ek masrafların ödenebileceği bilgisi,

e) Sözleşmenin kurulması aşamasında uzaktan iletişim aracının kullanım bedelinin olağan ücret tarifesi üzerinden hesaplanmadığı durumlarda, tüketicilere yüklenen ilave maliyet,

f) Ödeme, teslimat, ifaya ilişkin bilgiler ile varsa bunlara ilişkin taahhütler ve satıcı veya sağlayıcının şikayetlere ilişkin çözüm yöntemleri,

g) Cayma hakkının olduğu durumlarda, bu hakkın kullanılma şartları, süresi, usulü ve satıcının iade için öngördüğü taşıyıcıya ilişkin bilgiler,

ğ) Cayma bildirimini yapılacağı açık adres, faks numarası veya elektronik posta bilgileri,

h) 15'inci madde uyarınca cayma hakkının kullanılmadığı durumlarda, tüketicinin cayma hakkından faydalanamayacağına ya da hangi koşullarda cayma hakkını kaybedeceğine ilişkin bilgi,

ı) Satıcı veya sağlayıcının talebi üzerine, varsa tüketici tarafından ödenmesi veya sağlanması gereken depozitolar ya da diğer mali teminatlar ve bunlara ilişkin şartlar,

i) Varsa dijital içeriklerin işlevselliğini etkileyebilecek teknik koruma önlemleri,

j) Satıcı veya sağlayıcının bildiği ya da makul olarak bilmesinin beklendiği, dijital içeriğin hangi donanım ya da yazılımla birlikte çalışabileceğine ilişkin bilgi,

k) Tüketicilerin uyuşmazlık konusundaki başvurularını Tüketici Mahkemesine veya Tüketici Hakem Heyetine yapabileceklerine dair bilgi".

Yönetmelik uyarınca; ön bilgilendirme formunda yer alan hususlar, sonradan kurulacak mesafeli sözleşmenin de ayrılmaz bir parçasıdır. Bu durumda işbu hususlar, tüketiciye mal veya hizmet sağlayan taraf için bağlayıcı konumda olacaktır. Ayrıca, tüketiciye ön bilgilendirme yapıldığına ilişkin ispat yükü mal veya hizmet sağlayan satıcıya veya sağlayıcıya aittir.

Yönetmeliğin 6'nıncı maddesi ise, ön bilgilendirmenin yöntemini düzenlemiştir. Madde düzenlemesi uyarınca;

- Bilgilendirme en az 12 punto büyüklüğünde olmalı,
- Açık, sade ve anlaşılabilir bir dilde yazılmalı,
- Yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile tüketiciye sunulmalı,
- Sözleşmenin internet yoluyla kurulması halinde, normal ön bilgilendirme yükümlülüğü saklı kalmak kaydıyla, sözleşme konusu mal/hizmetin temel nitelikleri, mal/hizmetin tüm vergiler dâhil toplam fiyatı ve cayma hakkına ilişkin bilgiler ayrıca ödeme yapılmasından hemen önce tüketiciye gösterilmeli,
- Herhangi bir gönderim kısıtlamasının uygulanıp uygulanmadığı ve hangi ödeme araçlarının kabul edildiği sipariş tam olarak verilinceye kadar açık bir şekilde sunulmalıdır.

Ayrıca ön bilgilendirmeye ilişkin diğer yükümlülükler ise, Yönetmeliğin 8'inci maddesinde şu şekildedir:

"(1) Satıcı veya sağlayıcı, tüketici siparişi onaylamadan hemen önce, verilen siparişin ödeme yükümlülüğü anlamına geldiği hususunda tüketiciyi açık ve anlaşılır bir şekilde bilgilendirmek zorundadır. Aksi halde tüketici siparişi ile bağlı değildir.

(2) Tüketicinin mesafeli sözleşme kurulması amacıyla satıcı veya sağlayıcı tarafından telefonla aranması durumunda, her görüşmenin başında satıcı veya sağlayıcı kimliğini, eğer bir başkası adına veya hesabına arıyorsa bu kişinin kimliğini ve görüşmenin ticari amacını açıklamalıdır".

III. Cayma Hakkının Kullanılmasının Sonuçları ve İstisnaları

A. Cayma Hakkının Kullanılmasının Sonuçları

1. Satıcı - Sağlayıcının İade Borcu

Satıcının-sağlayıcının ilk borcu, tüketiciden almış olduğu bedeli, kıymetli evrakı ve diğer tüm belgeleri tüketiciye iade etmektir.

Satıcı-sağlayıcı, cayma bildiriminin kendisine ulaştığı tarihten itibaren varsa tüketiciye teslim masrafları da dahil olmak üzere tahsil edilen tüm ödemeleri, on dört gün içinde iade etmekle yükümlüdür. Satıcı veya sağlayıcı, tüm geri ödemeleri, tüketicinin satın alırken kullandığı ödeme aracına uygun bir şekilde ve tüketiciye herhangi bir masraf veya yükümlülük getirmeden tek seferde yapmak zorundadır. (Yönetmelik m. 12).

Yine Yönetmeliğin 12'nci maddesinin üçüncü fıkrasına göre; cayma hakkının kullanımında, satıcının iade için belirttiği taşıyıcı aracılığıyla malın geri gönderilmesi halinde, tüketici iadeyle ilişkin masraflardan sorumlu tutulamaz. Satıcının ön bilgilendirmede iade için herhangi bir taşıyıcıyı belirtmediği durumda ise, tüketiciden iade masrafına ilişkin herhangi bir bedel talep edilemez. İade için ön bilgilendirmede belirtilen taşıyıcının, tüketicinin bulunduğu yerde şubesinin olmaması durumunda satıcı, ilave hiçbir masraf talep etmeksizin iade edilmek istenen malın tüketiciden alınmasını sağlamakla yükümlüdür.

Sipariş konusu mal ya da hizmet ediminin yerine getirilmesinin imkânsızlaştığı hallerde ise, satıcının veya sağlayıcının, bu durumu öğrendiği tarihten itibaren üç gün içinde tüketiciye yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile bildirmesi ve varsa teslimat masrafları da dâhil olmak üzere tahsil edilen tüm ödemeleri bildirim tarihinden itibaren en geç on dört gün içinde iade etmesi zorunludur. Malın stokta bulunmaması durumunda, mal ediminin yerine getirilmesinin imkânsızlık teşkil etmeyeceği Yönetmeliğin 16'ncı maddesinin dördüncü fıkrasında açıkça belirtilmiştir.

Satıcının kayıplardan ve hasarlardan sorumluluğu bakımından ise, malın tüketiciye ya da tüketicinin taşıyıcı dışında belirleyeceği üçüncü bir kişiye teslim anı esas alınmıştır. (Yönetmelik m. 17/1).

Satıcının-sağlayıcının ikinci borcu, malın geri alınmasıdır. Satıcı-sağlayıcı, cayma bildirimini kendisine ulaştığı tarihten itibaren belirli bir süre içinde malı geri almalıdır. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 48'inci maddesinin dördüncü fıkrasının son cümlesine göre; "*Tüketici, cayma hakkı süresi içinde malın mutata kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan sorumlu değildir*". Cayma süresi içinde tüketici, malı dürüstlük kuralları çerçevesinde kendisinden beklenebilecek dikkat ve özen borcuna uyarak saklama yükümlülüğü altındadır. Süre bitiminde ise, tüketicinin artık saklama borcu yoktur³⁴.

Son olarak, satıcı veya sağlayıcı, Yönetmelik kapsamında düzenlenen cayma hakkı, bilgilendirme, teslimat ve diğer hususlardaki yükümlülüklerine dair her bir işleme ilişkin bilgi ve belgeyi üç yıl boyunca saklamak zorundadır. (Yönetmelik m. 20/1).

2. Tüketicinin İade Borcu

Tüketicinin cayma hakkını kullanması durumunda kendisine düşen bazı önemli yükümlülükler bulunmaktadır. Bunlar Yönetmeliğin 13'üncü maddesinde "Tüketicinin yükümlülükleri" başlığı altında düzenlenmiştir:

*"(1) Satıcı veya sağlayıcı malı kendisinin geri alacağına dair bir teklifte bulunmadıkça, tüketici cayma hakkını kullandığına ilişkin bildirim yönelttiği tarihten itibaren **on gün** içinde malı satıcı veya sağlayıcıya ya da yetkilendirmiş olduğu kişiye geri göndermek zorundadır.*

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

Ancak yapılan sözleşmede, satıcının-sağlayıcının cayma halinde malın bizzat kendisi tarafından alınacağına yönelik bir taahhütte bulunması durumunda, tüketicinin malı iade yükümlülüğü yoktur³⁵.

TKHK'nın 48'inci maddesinin dördüncü fıkrasına ve Yönetmeliğin 13'üncü maddesinin ikinci fıkrasına göre;

"Tüketici, cayma hakkı süresi içinde malın mutata kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan sorumlu değildir".

B. Cayma Hakkının İstisnaları

Bazı uzaktan sözleşmelerde, işin mahiyeti gereği tüketicinin cayma hakkını kullanması adalet duygusu ile bağdaşmayacağı gibi, bu durum aynı zamanda hukuken vicdanları da tatmin etmeyebilir. Dolayısıyla, tüketicinin gereğinden fazla korunması söz konusu olacaktır. Bunu önlemek adına kanunkoyucu, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 48'inci maddesinin altıncı fıkrasında düzenleme yaparak, kapsam dışı sözleşmelerin Yönetmelikle tespit edileceğini hükme bağlamıştır:

"Mesafeli sözleşmelerde, kapsam dışı sözleşmeler, tüketici ile satıcı ve sağlayıcının hak ve yükümlülükleri, cayma hakkı, bilgilendirme yükümlülüğü, teslimat ile diğer uygulama usul ve esasları yönetmelikle belirlenir".

Yönetmeliğin 15'inci maddesinde, cayma hakkının istisnaları ayrıntılı bir şekilde gösterilmiştir. Buna göre;

"Taraflarca aksi kararlaştırılmadıkça, tüketici aşağıdaki sözleşmelerde cayma hakkını kullanamaz:

a) Fiyatı finansal piyasalardaki dalgalanmalara bağlı olarak değişen ve satıcı veya sağlayıcının kontrolünde olmayan mal veya hizmetlere ilişkin sözleşmeler.

b) Tüketicinin istekleri veya kişisel ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanan mallara ilişkin sözleşmeler.

c) Çabuk bozulabilen veya son kullanma tarihi geçebilecek malların teslimine ilişkin sözleşmeler.

ç) Tesliminden sonra ambalaj, bant, mühür, paket gibi koruyucu unsurları açılmış olan mallardan; iadesi sağlık ve hijyen açısından uygun olmayanların teslimine ilişkin sözleşmeler.

d) Tesliminden sonra başka ürünlerle karışan ve doğası gereği ayrıştırılması mümkün olmayan mallara ilişkin sözleşmeler.

e) Malın tesliminden sonra ambalaj, bant, mühür, paket gibi koruyucu unsurları açılmış olması halinde maddi ortamda sunulan kitap, dijital içerik ve bilgisayar sarf malzemelerine ilişkin sözleşmeler.

f) Abonelik sözleşmesi kapsamında sağlananlar dışında, gazete ve dergi gibi süreli yayınların teslimine ilişkin sözleşmeler.

g) Belirli bir tarihte veya dönemde yapılması gereken, konaklama, eşya taşıma, araba kiralama, yiyecek-içecek tedariki ve eğlence veya dinlenme amacıyla yapılan boş zamanın değerlendirilmesine ilişkin sözleşmeler.

ğ) Elektronik ortamda anında ifa edilen hizmetler veya tüketiciye anında teslim edilen gayrimaddi mallara ilişkin

sözleşmeler.

h) Cayma hakkı süresi sona ermeden önce, tüketicinin onayı ile ifasına başlanan hizmetlere ilişkin sözleşmeler”.

Sonuç

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte internet kullanımının da arttığı görülmektedir. Dolayısıyla, internet üzerinden yapılan sözleşmelerin artması, pazarlama tekniklerinin de bunlara uygun hale getirilmesini zorunlu kılmıştır.

İnternet dünyası, ticaret hayatını hızlandırmış satıcılara ve sağlayıcılara, daha büyük kitlelere ulaşma imkânı yaratmıştır. Böylece satış işlemi, sanal ortama taşınmıştır. Dolayısıyla, tüketici ile satıcının hiç yüz yüze gelmeden, iletişim olanakları ile sözleşme yapmaları mümkün hale gelmiştir. Ancak internet üzerinden yapılan bu satışlar, tüketici ve satıcı açısından önemli avantajlar sağladığı gibi tüketicinin aldatılmasına da yol açmaktadır. Çünkü tüketici açısından, tüketicinin basit bir görüntüye veya resme göre karar vermesi nedeniyle satın aldığı ürünün beklediği gibi olmaması, malın bozuk veya ayıplı olması gibi riskler bulunmaktadır. İşte zayıf durumda bulunan tüketicilerin korunması için, hukuk düzeninde bu alanda düzenleme yapılmış; hatta Avrupa Birliği'nde, 20 Mayıs 1997 tarihinde "Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması" isimli direktifin çıkarılması sağlanmıştır.

Mesafeli sözleşmeler bakımından ilk düzenlemelerden biri olan 97/7 sayılı Mesafeli Satışlara İlişkin Avrupa Birliği Yönergesi (Avrupa Birliği Yönergesi), ülkemizde ise yansımaları tüketici hukuku alanında göstermiştir. İlgili mevzuat hükümleri, Yönerge ile paralellik göstermektedir.

Mesafeli sözleşme kavramı, tüketici hukukuna 4077 sayılı Kanunda, 4822 sayılı Kanunla yapılan değişiklikle 2003 yılında girmiştir. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 28.05.2014 tarihinde yürürlüğe girmesiyle, 08.09.1995 tarihinden beri uygulana gelen 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun yürürlükten kalkmıştır. Ayrıca, 27 Kasım 2014 tarihli ve 29188 sayılı Resmî Gazete'de Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği yayımlanmıştır. Bu Yönetmelik, ortaya çıkabilecek mağduriyetleri önleme amacıyla getirilmiştir.

Mesafeli sözleşmelerde tüketici, adeta gözü kapalı bir şekilde, yani satıcı veya sağlayıcı ile karşı karşıya gelmeden, çoğu zaman malı görme ve inceleme imkânına sahip olmadan, sadece uzaktan iletişim araçları ile sözleşme akdetmektedir. Bu yöntemin doğurduğu sakıncaları gidermek için "6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun", tüketicinin satıcı veya sağlayıcı tarafından gereği gibi bilgilendirilmesine ilişkin esaslar öngörmüş ve sözleşmenin kurulması durumunda ise tüketiciye on dört günlük bir cayma hakkı tanımıştır.

Kaynakça

ARAL, Fahrettin: *Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri*, Genişletilmiş 5. Baskı, Yetkin Basımevi, Ankara 2003.

ASLAN, İsmail Yılmaz: *Bankacılar İçin Tüketici Hukuku*, İstanbul 2016. (**ASLAN, Bankacılar İçin**).

ASLAN, İsmail Yılmaz: *Tüketici Hukuku*, Ekin Kitabevi, Ankara 2006.

DEMİR, Mehmet: *Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması*, Turhan Kitabevi, Ankara 2014.

DERYAL, Yahya: *Tüketici Hukuku*, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2004.

GEZDER, Ümit: "Mesafeli Sözleşmeler", Yeni Tüketici Hukuku Konferansı (Makaleler-Tartışmalar), Derleyen: **İNCEOĞLU, M. Murat**, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2015.

GÖZTEPE YÜCEDAĞ, Nafiye: "Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Cayma Hakkı", TAAD, Yıl: 7, Sayı: 27, s. 671.

SARIAKÇALI, Turgay: *İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler*, Seçkin Yayıncılık, Ankara Ocak, 2008.

TOPALOĞLU, Mustafa: "Mesafeli Sözleşmeler", Editörler: TOKBAŞ, Hakan / TÜZÜNER, Özlem, Milli Şerh (National Commentary), Aristo Yayınevi, İstanbul 2016.

YAVUZ, Nihat: *Öğretinin ve Uygulamanın Işığında Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi*, Genişletilmiş 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2010.

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

ZEVKLİLER, Aydın: *Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri*, Genişletilmiş 8. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2004. (ZEVKLİLER: *Borçlar Hukuku*).

Yararlanılan Elektronik Kaynaklar:

BAYKAN, Renan: *Tüketici Hukuku, Mevzuata İlişkin Yorum-Eleştiri-Öneri, İstanbul Ticaret Odası*, İstanbul 2005, <http://www.ito.org.tr/itoyayin/0016004.pdf> (Erişim tarihi: 28.01.2017).

BOZBEL, Savaş: "Türk Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler", AÜEHFD., C. VII., S. 3-4, Aralık, 2003, http://hukukdergi.erkincan.edu.tr/wp-content/uploads/2015/10/2003_VII_2_27.pdf (Erişim tarihi: 30.01.2017).

BÜYÜKAY, Yusuf: "İnternette Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması", <http://www.e-akademi.org/makaleler/ybuyukay-7.htm> (Erişim tarihi: 28.01.2017).

ÇETİNYILMAZ, Ecem: "Yeni Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği", <http://www.erdem-erdem.av.tr/yayinlar/hukuk-postasi/yeni-mesafeli-sozlesmeler-yonetmeliği/> (Erişim tarihi: 03.02.2017).

ERALP, Özgür: *Mesafeli Sözleşmeler Ders Notları*, <http://ozgureralp.av.tr/baskent-ders/ders-6-mesafeli-sozlesmeler/> (Erişim tarihi: 28.01.2017).

ERENSES, Esin: "6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Mesafeli Satış Sözleşmelerinin Nitelikli Özellikleri ve Dikkat Edilmesi Gereken Temel Hususlar", <http://www.ozay.av.tr/publication/6502-sayili-tuketicinin-korunmasi-hakkinda-kanun-kapsaminda-mesafeli-satis-sozlesmelerinin-nitelikli-ozellikleri-ve-dikkat-edilmesi-gereken-temel-hususlar?g1> (Erişim tarihi: 03.02.2017).

KURŞUN, Suphi Ali: "Mesafeli Sözleşmelerin 6502 sayılı Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a Göre Değerlendirilmesi", <http://www.tokbashukuk.com/tr/mesafeli-sozlesmeler-yeni-tkhk/> (Erişim tarihi: 03.02.2017).

UTAŞ, Alper: "Türk Tüketici Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler", s. 4 vd., http://www.dundarsir.com/uploads/video/174-1/Mesafeli_Sozlesmeler.pdf (Erişim tarihi: 03.02.2017).

YILMAZ, Oğuz Gökhan: "Tüketici Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler", TAAAD, Yıl: 4, Sayı: 14, Temmuz, 2013, s. 1014, <http://www.taa.gov.tr/yayin/yazar/oguz-gokhan-yilmaz/> (Erişim tarihi: 30.01.2017).

(*) Kapadokya Üniversitesi | Kapadokya Meslek Yüksekokulu | Hukuk^[1]Bölümü | Adalet Programı | Öğretim Görevlisi

Avukat | İzmir Barosu İzmir Yaşar Üniversitesi | Özel Hukuk Doktora Öğrencisi elcetutar@hotmail.com

Makalenin yayınevine geliş tarihi: 09.02.2018

Makalenin kabul tarihi: 12.02.2018

ZEVKLİLER, Aydın / ÖZEL, Çağlar: *Tüketicinin Korunması Hukuku*, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2016, s. 320.

ASLAN, İsmail Yılmaz: *Bankacılar İçin Tüketici Hukuku*, İstanbul 2016, s. 228, (**ASLAN: Bankacılar İçin**).

BAYKAN, Renan: *Tüketici Hukuku, Mevzuata İlişkin Yorum-Eleştiri-Öneri, İstanbul Ticaret Odası*, İstanbul 2005, s. 137-138, <http://www.ito.org.tr/itoyayin/0016004.pdf> (Erişim tarihi: 28.01.2017).

YILMAZ, Oğuz Gökhan: "Tüketici Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler", TAAAD, Yıl: 4, Sayı: 14, Temmuz, 2013, s. 1013, <http://www.taa.gov.tr/yayin/yazar/oguz-gokhan-yilmaz/> (Erişim tarihi: 30.01.2017).

ZEVKLİLER / ÖZEL: s. 320.

DERYAL, Yahya: *Tüketici Hukuku*, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2004, s. 85.

TOPALOĞLU, Mustafa: "Mesafeli Sözleşmeler", Editörler: TOKBAŞ, Hakan / TÜZÜNER, Özlem, Milli Şerh (National Commentary), Aristo Yayınevi, İstanbul 2016, s. 762.

ASLAN: Bankacılar İçin, s. 230.

Teslim yerinde alıcının temsilcisinin bulunmaması veya ayıplı satılan ile bizzat ilgilenememe nedeniyle başka yerlerde bulunan tarafların, yasal ifa yerinden farklı bir yerde teslimini kararlaştırdıkları mesafe satışları için bkz.:

ARAL, Fahrettin: *Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri*, Genişletilmiş 5. Baskı, Yetkin Basımevi, Ankara 2003, s. 132-133; **DEMİR, Mehmet:** *Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması*, Turhan Kitabevi, Ankara 2014, s. 15.

TOPALOĞLU: s. 762.

ZEVKLİLER/ÖZEL, s. 321.

DEMİR: s. 17; **BOZBEL, Savaş:** "Türk Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler", AÜEHFD., C. VII., S. 3-4, Aralık, 2003, s. 785, http://hukukdergi.erezincan.edu.tr/wp-content/uploads/2015/10/2003_VII_2_27.pdf (Erişim tarihi: 30.01.2017).

ASLAN: Bankacılar İçin, s. 228; **BAYKAN:** s. 136.

ZEVKLİLER / ÖZEL: s. 321; **ASLAN: Bankacılar İçin**, 230; **ASLAN, İsmail Yılmaz:** *Tüketici Hukuku*, Ekin Kitabevi, Ankara 2006, s. 453; **YAVUZ, Nihat:** *Öğretinin ve Uygulamanın Işığında Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi*, Genişletilmiş 2. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2010, s. 778.

ZEVKLİLER / ÖZEL: s. 322; **ERALP, Özgür:** *Mesafeli Sözleşmeler Ders Notları*, <http://ozgureralp.av.tr/baskent-ders/ders-6-mesafeli-sozlesmeler/> (Erişim tarihi: 28.01.2017); **BÜYÜKAY, Yusuf:** "İnternette Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması", <http://www.e-akademi.org/makaleler/ybuyukay-7.htm> (Erişim tarihi: 28.01.2017); **YILMAZ:** s. 1014.

GEZDER, Ümit: "Mesafeli Sözleşmeler", Yeni Tüketici Hukuku Konferansı (Makaleler-Tartışmalar), Derleyen: İNCEOĞLU, M. Murat, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2015, s. 334-335.

BOZBEL: s. 784; **ERALP, Özgür:** *Mesafeli Sözleşmeler Ders Notları*, <http://ozgureralp.av.tr/baskent-ders/ders-6-mesafeli-sozlesmeler/> (Erişim tarihi: 28.01.2017); **BÜYÜKAY, Yusuf:** *"İnternette Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması"*, <http://www.e-akademi.org/makaleler/ybuyukay-7.htm> (Erişim tarihi: 28.01.2017).

ZEVKLİLER, Aydın: *Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri*, Genişletilmiş 8. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2004, s. 86-87; (**ZEVKLİLER:** *Borçlar Hukuku*).

TOPALOĞLU: s. 787.

ZEVKLİLER / ÖZEL: s. 329.

TOPALOĞLU: s. 787.

DEMİR: s. 52.

Aksi görüşte; **BOZBEL:** s. 784. Yazar, mesafeli sözleşmelerde, askıda geçersizliği gerektiren, geciktirici şarta bağlı bir "tecrübe veya muayene şartıyla satım" niteliği görmektedir.

Ayrıca bkz. **GÖZTEPE YÜCEDAĞ, Nafiye:** *"Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Cayma Hakkı"*, TAAD, Yıl: 7, Sayı: 27, s. 671.

TOPALOĞLU: s. 787.

ASLAN: *Bankacılar İçin*, s. 241.

ASLAN: *Bankacılar İçin*, s. 242.

GEZDER: s. 341.

ASLAN: *Bankacılar İçin*, s. 242.

DEMİR: s. 36.

SARIAKÇALI, Turgay: *İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler*, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2008, s. 147.

ASLAN: s. 236.

ÇETİNYILMAZ, Ecem: *"Yeni Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği"*, <http://www.erdem-erdem.av.tr/yayinlar/hukuk-postasi/yeni-mesafeli-sozlesmeler-yonetmeliği/> (Erişim tarihi: 03.02.2017); **UTAŞ, Alper:** *"Türk Tüketici Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler"*, s. 4 vd., http://www.dundarsir.com/uploads/video/174-1/Mesafeli_Sozlesmeler.pdf (Erişim tarihi: 03.02.2017);

ERENSES, Esin: *"6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Mesafeli Satış Sözleşmelerinin Nitelikli Özellikleri ve Dikkat Edilmesi Gereken Temel Hususlar"*, <http://www.ozay.av.tr/publication/6502-sayili-tuketiginin-korunmasi-hakkinda-kanun-kapsaminda-mesafeli-satis-sozlesmelerinin-nitelikli-ozellikleri-ve-dikkat-edilmesi-gereken-temel-hususlar?g1> (Erişim tarihi: 03.02.2017); **KURŞUN, Suphi Ali:** *"Mesafeli Sözleşmelerin 6502 sayılı Yeni Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a Göre Değerlendirilmesi"*, <http://www.tokbashukuk.com/tr/mesafeli-sozlesmeler-yeni-tkhk/> (Erişim tarihi: 03.02.2017).

ASLAN: *Bankacılar İçin*, s. 242.

TOPALOĞLU: s. 792.

