

Bu kitaba sığmayan daha neler var!

eba
www.eba.gov.tr



Karekodu okut, bu kitapla
ilgili EBA içeriklerine ulaş!

Teknoloji Yolculuğumuz



**BU DERS KİTABI MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞINCA
ÜCRETSİZ OLARAK VERİLMİŞTİR.
PARA İLE SATILAMAZ.**

ISBN — 978-975-11-6408-7

Bandrol Uygulamasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin Beşinci Maddesinin
İkinci Fıkrası Çerçevesinde Bandrol Taşınması Zorunlu Değildir.

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

PAZARLAMA MEVZUATI

11 DERS MATERYALI

MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

PAZARLAMA VE PERAKENDE ALANI

PAZARLAMA MEVZUATI 11

Ders Materyali



MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ
PAZARLAMA VE PERAKENDE ALANI

PAZARLAMA
MEVZUATI

11

DERS MATERYALİ

YAZARLAR

Alev KAÇMAZ
Caner PEŞİNCİ
Gonca TEKE BAYBURAN
Sibel KARAKUŞ



MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI YAYINLARI	8551
YARDIMCI VE KAYNAK KİTAPLAR DİZİSİ	2443

Her hakkı saklıdır ve Millî Eğitim Bakanlığına aittir.
Ders materyalinin metin, soru ve şekilleri kısmen de olsa hiçbir suretle alınıp yayımlanamaz.

HAZIRLAYANLAR

Dil Uzmanı	Zülfü MUTLU
Program Geliştirme Uzmanı	Şahinde Seval EZER
Ölçme Değerlendirme Uzmanı	Yasemin Duygu ESEN
Rehberlik Uzmanı	Elif YAZICI
Görsel Tasarım Uzmanı	Erman GÖRAL - Arif CEYLAN

ISBN — 978-975-11-6408-7

Millî Eğitim Bakanlığının 24.12.2020 gün ve 18433886 sayılı oluru ile
Meslekî ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğünce ders materyali olarak hazırlanmıştır.

BASKI

Ayrıntı Basım Yayım ve Mat. Hiz. Sanayi Ticaret A.Ş.
Saray Mahallesi 126. Cadde No: 20
Kahramankazan/Ankara
Sertifika No: 49599



İSTİKLÂL MARŞI

Korkma, sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak;
Sönmeden yurdumun üstünde tüten en son ocak.
O benim milletimin yıldızıdır, parlayacak;
O benimdir, o benim milletimindir ancak.

Çatma, kurban olayım, çehreni ey nazlı hilâl!
Kahraman ırkıma bir gül! Ne bu şiddet, bu celâl?
Sana olmaz dökülen kanlarımız sonra helâl.
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl.

Ben ezelden beridir hür yaşadım, hür yaşarım.
Hangi çılgın bana zincir vuracakmış? Şaşarım!
Kükremiş sel gibiyim, bendimi çiğner, aşarım.
Yırtarım dağları, enginlere sığmam, taşarım.

Garbın âfâkını sarmışsa çelik zırhlı duvar,
Benim iman dolu göğsüm gibi serhaddim var.
Ulusun, korkma! Nasıl böyle bir imanı boğar,
Medeniyet dediğin tek dişi kalmış canavar?

Arkadaş, yurduma alçakları uğratma sakın;
Siper et gövdeni, dursun bu hayâsızca akın.
Doğacaktır sana va'dettiği günler Hakk'ın;
Kim bilir, belki yarın, belki yarından da yakın.

Bastığın yerleri toprak diyerek geçme, tanı:
Düşün altındaki binlerce kefensiz yatanı.
Sen şehit oğlusun, incitme, yazıktır, atanı:
Verme, dünyaları alsan da bu cennet vatanı.

Kim bu cennet vatanın uğruna olmaz ki feda?
Şüheda fışkıracak toprağı sıksan, şüheda!
Cânı, cânânı, bütün varımı alsın da Huda,
Etmesin tek vatanımdan beni dünyada cüda.

Ruhumun senden İlahî, şudur ancak emeli:
Değmesin mabedimin göğsüne nâmahrem eli.
Bu ezanlar -ki şehadetleri dinin temeli-
Ebedî yurdumun üstünde benim inlemeli.

O zaman vecd ile bin secde eder -varsa- taşım,
Her cerîhamdan İlahî, boşanıp kanlı yaşım,
Fışkırır ruh-ı mücerret gibi yerden na'sım;
O zaman yükselerek arşa değer belki başım.

Dalgalan sen de şafaklar gibi ey şanlı hilâl!
Olsun artık dökülen kanlarımın hepsi helâl.
Ebediyyen sana yok, ırkıma yok izmihlâl;
Hakkıdır hür yaşamış bayrağımın hürriyyet;
Hakkıdır Hakk'a tapan milletimin istiklâl!

Mehmet Âkif Ersoy

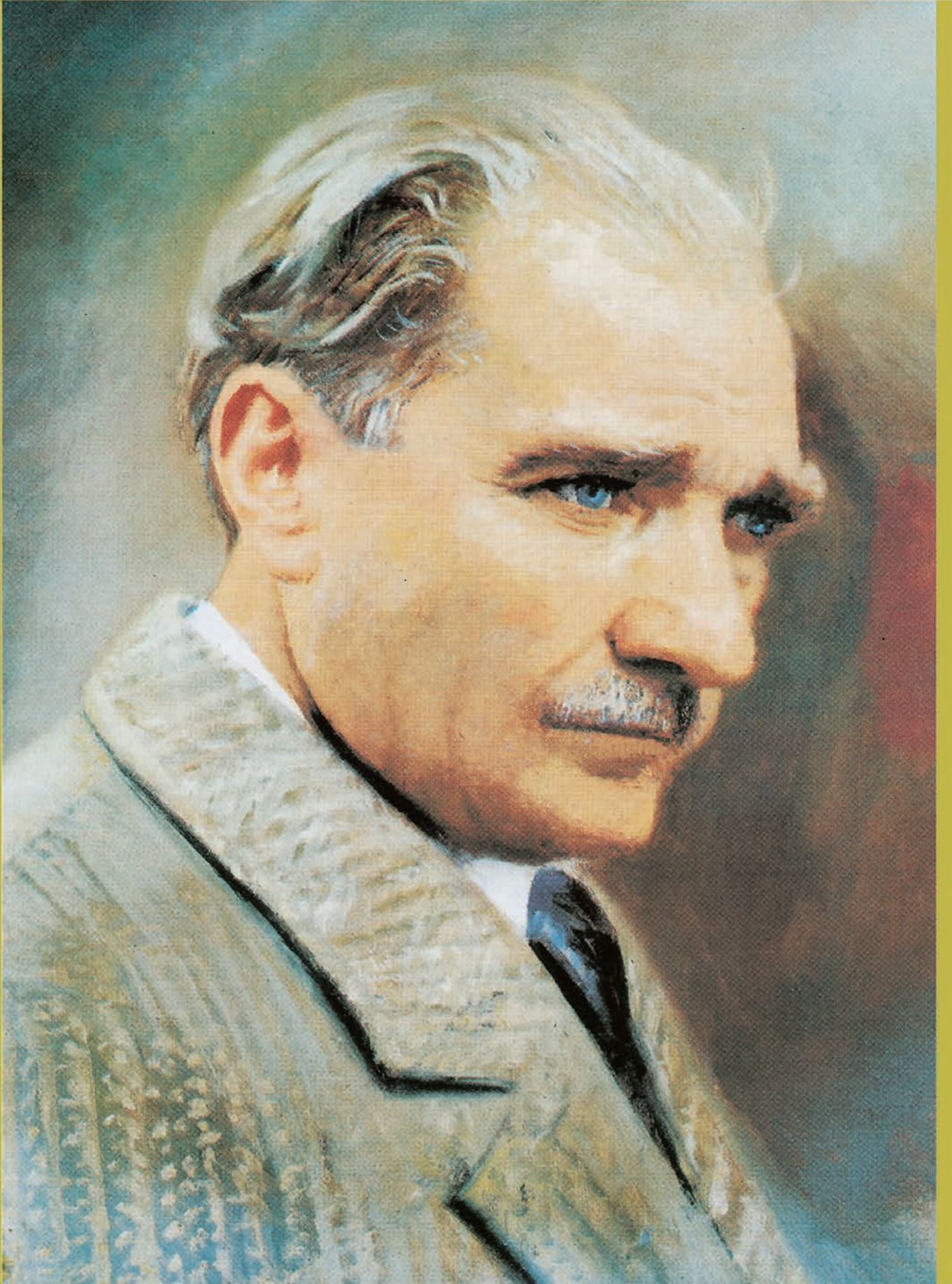
GENÇLİĞE HİTABE

Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Türk istiklâlini, Türk Cumhuriyetini, ilelebet muhafaza ve müdafaa etmektir.

Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegâne temeli budur. Bu temel, senin en kıymetli hazinendir. İstikbalde dahi, seni bu hazineden mahrum etmek isteyecek dâhilî ve hâricî bedhahların olacaktır. Bir gün, istiklâl ve cumhuriyeti müdafaa mecburiyetine düşersen, vazifeye atılmak için, içinde bulunacağın vaziyetin imkân ve şeraitini düşünmeyeceksin! Bu imkân ve şerait, çok namüsaît bir mahiyette tezahür edebilir. İstiklâl ve cumhuriyetine kastedecek düşmanlar, bütün dünyada emsali görülmemiş bir galibiyetin mümessili olabilirler. Cebren ve hile ile aziz vatanın bütün kaleleri zapt edilmiş, bütün tersanelerine girilmiş, bütün orduları dağıtılmış ve memleketin her köşesi bilfiil işgal edilmiş olabilir. Bütün bu şeraitten daha elîm ve daha vahim olmak üzere, memleketin dâhilinde iktidara sahip olanlar gaflet ve dalâlet ve hattâ hıyanet içinde bulunabilirler. Hattâ bu iktidar sahipleri şahsî menfaatlerini, müstevlîlerin siyasî emelleriyle tevhit edebilirler. Millet, fakr u zaruret içinde harap ve bîtap düşmüş olabilir.

Ey Türk istikbalinin evlâdı! İşte, bu ahval ve şerait içinde dahi vazifen, Türk istiklâl ve cumhuriyetini kurtarmaktır. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur.

Mustafa Kemal Atatürk



MUSTAFA KEMAL ATATÜRK

İÇİNDEKİLER

DERS MATERYALİNİN TANITIMI	13
1. SÖZLEŞME HUKUKU	16
1.1. HUKUKA İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR	16
1.1.1. Hukukun Tanımı ve Önemi	17
1.1.2. Toplumsal Hayatı Düzenleyen Kurallar	18
1.2. PAZARLAMA VE HUKUK ARASINDAKİ İLİŞKİ	22
1.3. SÖZLEŞME VE SÖZLEŞME HUKUKU	25
1.4. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TANIMI, KAPSAMI VE HÜKÜMLERİ	28
1.5. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TÜRLERİ	31
1.5.1. Taşınır Satışı	31
1.5.2. Taşınmaz Satışı	32
1.5.3. Diğer Satış Türleri	32
1. UYGULAMA	36
1.6. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TARAFLARI VE KURULUM AŞAMALARI	37
1.7. SATIŞ SÖZLEŞMESİ TARAFLARININ SORUMLULUKLARI	40
1.7.1. Satıcının Sorumlulukları	40
1.7.2. Alıcının Sorumlulukları	40
1.8. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN İPTALİ VE CAYMA İŞLEMLERİ	42
2. UYGULAMA	44
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	45



1. Öğrenme Birimi

2. SATICI VE ALICININ HAK VE SORUMLULUKLARI	48
2.1. SATICININ TANIMI VE GÖREVLERİ	48
1. UYGULAMA	51
2.2. SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE SATICININ VE ALICININ BORÇLARI	51
2.2.1. Taşınır Satışı Sözleşmelerinde Satıcı ve Alıcının Borçları	52
2.2.2. Taşınmaz Satışı Sözleşmelerinde Satıcı ve Alıcının Borçları	53
2.2.3. Diğer Satış Sözleşmelerinde Satıcı ve Alıcının Borçları	54
2.3. SATIŞ SÖZLEŞMELERİNDEN CAYMA HÂLİNDE SATICI VE ALICININ HAKLARI	58
2.4. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN AMACI, KAPSAMI VE TANIMLARI	61
2.4.1. Kanunun Amacı, Kapsamı ve Temel Kavramlar	61
2.5. TÜKETİCİ SÖZLEŞMELERİNDEKİ HAKSIZ ŞARTLARA KARŞI TÜKETİCİNİN KORUNMASI	64
2.6. AYIPLI MALLAR VE HİZMETLER	65
2.7. AYIPLI MAL VE HİZMETLERDEN DOĞAN HAK VE SORUMLULUKLAR	68
2.8. SÖZLEŞME TÜRLERİNE GÖRE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA İLİŞKİN KANUN HÜKÜMLERİ	72
2.9. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN KAPSAMINDA CAYMA HAKKI	80
2. UYGULAMA	84
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	85



2. Öğrenme Birimi

3. REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN	88
3.1. HAKSIZ REKABET VE HAKSIZ REKABET SAYILAN DURUMLAR	88
3.2. REKABETİN KORUNMASI, DOĞRU REKABET İLE HAKSIZ REKABET ARASINDAKİ FARKLAR ...	91
1. UYGULAMA	93
3.3. REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUNUN AMACI, KAPSAMI VE TANIMLARI	93
3.4. REKABETİ SINIRLAYICI HÂLLER İLE KÖTÜYE KULLANMA HÂLLERİ	95
2. UYGULAMA	97
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	99



3. Öğrenme Birimi

4. FİKRÎ VE SİNAİ MÜLKİYET HAKLARI	102
4.1. TİCARET UNVANININ TANIMI, TESCİLİ, DEVREDİLMESİ VE KORUNMASI	104
4.2. TİCARET UNVANI ALINIRKEN DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR	108
1. UYGULAMA	110
4.3. TİCARET UNVANI İLE İŞLETME ADI ARASINDAKİ FARKLAR	111
4.4. MARKA VE MARKA ÇEŞİTLERİ	112
4.4.1. Marka Çeşitleri	114
4.5. MARKANIN BAŞVURU SÜRECİ, TESCİLİ, KULLANILMASI, İPTALİ VE SONA ERMESİ	117
2. UYGULAMA	120
4.6. LİSANS, LİSANS TÜRLERİ VE LİSANS ALMA İŞLEMLERİ	121
4.7. FİKİR VE SANAT ESERLERİ KANUNU'NUN KAPSAMI, AMACI; FİKİR VE SANAT ESERİ TÜRLERİ ...	125
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	128



4. Öğrenme Birimi

5. PAZARLAMA ETİĞİ	132
5.1. PAZARLAMA VE ETİK	132
5.2. ETİK PAZARLAMA ANLAYIŞI VE ETİK PAZARLAMA ANLAYIŞ MODELLERİ	134
5.2.1. Bilişsel Ahlak Gelişimi Modeli	135
5.2.2. Olasılık Modeli	137
5.2.3. Pazarlama Etiği Kuramı	137
5.2.4. Sentez Modeli	138
5.3. ETİK DIŞI DAVRANIŞIN KONTROLÜ VE ETİK KODLARI	140
5.3.1. Etik ve Etik Dışı Davranış	140
5.3.2. Etik Dışı Davranışın Kontrolü	141
5.3.3. Etik Kodlar	142
1. UYGULAMA	144
5.4. ALICI VE SATICININ ETİK SORUMLULUKLARI	144
5.5. KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KANUNU	147
5.5.1. Kişisel Verilerin İşlenme Şartları	148
5.5.2. Kişinin Hakları ve Yükümlülükleri	149
5.5.3. Başvuru ve Şikâyet	150
5.5.4. Suçlar, Kabahatler ve Cezalar	151
5.5.5. Kişisel Verileri Koruma Kurumu	152
5.5.6. İstisnalar	153
5.5.7. Tüketiciye Faydaları	154
2. UYGULAMA	155
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	156



5. Öğrenme Birimi

EKLER	159
KAYNAKÇA	169
GENEL AĞ KAYNAKÇASI	170
GÖRSEL KAYNAKÇA	171
CEVAP ANAHTARI	172

3. ÖĞRENME BİRİMİ

REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN

KONULAR

- 3.1. HAKSIZ REKABET VE HAKSIZ REKABET SAYILAN DURUMLAR
- 3.2. REKABETİN KORUNMASI VE HAKSIZ REKABET ARASINDAKİ FARKLAR
- 3.3. REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN AMACI, KAPSAMI VE TANIMLAR
- 3.4. REKABETİ SINIRLAYICI HALLER İLE KÖTÜYE KULLANMA HALLERİ

TEMEL KAVRAMLAR

- * Rekabet
- * Hizmet
- * Haksız rekabet
- * İdari para cezası
- * Teşebbüs
- * Rekabet Kurumu
- * Teşebbüs birliği
- * Kartel
- * Mal (Ürün)

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

1. Haksız rekabet ve haksız rekabet sayılan haller
2. Rekabet ve haksız rekabet arasındaki farklar
3. Rekabetin Korunması Kanunu
4. Rekabetin sınırlandırılması ve kötüye kullanma halleri

Öğrenme birimi numarasını gösterir.

Öğrenme birimi adını gösterir.

Öğrenme birimi karekodunu gösterir.

Öğrenme biriminde yer alan konuları gösterir.

Öğrenme biriminde yer alan temel kavramları gösterir.

Satıcı ve Alıcının Hak ve Sorumlulukları

Zapıtın Sorumluluğu: Zapıt, bir malın zorla ele geçirilmesidir. Taşınır satışında, satılanın bir kısmı veya tamamı üçüncü kişi veya kişiler tarafından alıcının elinden zorla alınırsa yani zapıt edilirse satıcı, taşınırın devredilmesine ilişkin görevini yerine getirmemiş sayılır. Ancak alıcı, sözleşmenin yapıldığı tarihte taşınırın üçüncü kişiler tarafından elinden alınabileceği ihtimalini bilecek sözleşmeyi imzalarsa satıcının sorumluluğu ortadan kalkar. Satıcı, sözleşmeyi kurarken üçüncü bir hak sahibi olduğunu alıcının gözlerle sözleşme hükümsüz sayılır.

Alıcının Borçları

- **Satış Bedelinin Ödenmesi ve Satılanı Devralma:** Alıcı, sözleşmede belirttiği şekilde malın bedelini ödeyerek kendine sunulanı hemen devralmaka yükümlüdür. Sözleşmede aksi belirtilmedikçe taşınır malın devrini ertelemez.
- **Satış Bedelinin Belirlenmesi:** Alıcı, taşınıra biçtiği değeri belirtmeksiz satın alma kararını kesin olarak bildirmişse taşınırın bedeli, bulunduğu yer ve zamandaki piyasa değeri üzerinden belirlenir. Satış bedeli, ürünün ağırlığına göre belirleniyorsa ürünün muhafaza edildiği ambalajın ağırlığı (darası) düğüldükten sonra hesaplama yapılır.
- **Satış Bedelinin Muacceliyeti ve Faizi:** Muaccel, borcun ödeme zamanının gelmesi olarak açıklanır ve alıcının mali mülkiyetine geçmesiyle birlikte satış bedeli muaccel olmuş olur. Ödememen zamanında gerçekleşmediği durumlarda ihtara gerek olmaksızın geçen her gün için satıcının faiz isteme hakkı ortaya çıkar.
- **Alıcının Temerrüdü:** Satılanın devrinin ödeme yapıldıktan sonra veya ödeme esnasında gerçekleşeceği durumlarda, alıcı ödemeyi gerçekleştirmezse yani temerrüde düşerse satıcı, satıştan cayar. Alıcının borcunu zamanında ödememesinden dolayı satıcı zarara uğradıysa alıcı bu zararı karşılamakla yükümlüdür. Zararın belirlenmesinde malın ödeme günündeki piyasa değeriyle satış bedeli arasındaki fiyat farkı gözletlere hesaplama yapılır.

2.2.2. Taşınmaz Satış Sözleşmelerinde Satıcı ve Alıcının Borçları

Aslına zarar vermeden bir yerden başka bir yere taşınması olanaksız olan ve maddi bir değere sahip olan her türlü esya taşınmaz mal veya gayrimenkul olarak adlandırılır (Görsel 2.3).



Görsel 2.3: Taşınmaz satış

Öğrenme biriminin adını gösterir.

Konu anlatımını gösterir.

Konu başlığını gösterir.

Sayfa numarasını gösterir.

MATERYALİN TANITIMI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Konu ile ilgili hazırlık çalışmasını gösterir.

ÖZLÜ SÖZ

Konu ile ilgili özlü sözü gösterir.

BİLGİ KUTUSU

Konu ile ilgili bilgi kutusunu gösterir.



ETKİNLİK

Konu ile ilgili etkinliği gösterir.



Araştırınız

Konu ile ilgili araştırmayı gösterir.



UYGULAMA

Konu ile ilgili uygulamayı gösterir.

1. ÖĞRENME BİRİMİ

SÖZLEŞME HUKUKU



KONULAR

- 1.1. HUKUKA İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR
- 1.2. PAZARLAMA VE HUKUK ARASINDAKİ İLİŞKİ
- 1.3. SÖZLEŞME VE SÖZLEŞME HUKUKU
- 1.4. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TANIMI, KAPSAMI VE HÜKÜMLERİ
- 1.5. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TÜRLERİ
- 1.6. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TARAFLARI VE KURULUM AŞAMALARI
- 1.7. SATIŞ SÖZLEŞMESİ TARAFLARININ SORUMLULUKLARI
- 1.8. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN İPTALİ VE CAYMA İŞLEMLERİ

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

1. Hukukun tanımı ve hukuka ilişkin kavramlar
2. Sözleşmenin tanımı
3. Satış sözleşmesi ve tarafları
4. Satış sözleşmesi taraflarının sorumlulukları
5. Satış sözleşmesinin iptali ve cayma

TEMEL KAVRAMLAR

- * Hukuk
- * Sözleşme
- * Satış sözleşmesi

1. SÖZLEŞME HUKUKU



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Toplum yaşamını düzenleyen ve uymak zorunda olduğunuz kuralları düşününüz. Bu kuralların olmadığı bir toplumda doğabilecek problemleri sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Eski toplumlarda yazılı anlaşmalara gerek duyulmamış, bireysel güvene dayalı ticaret anlayışı sürdürülmüştür. Fakat gün geçtikçe artan sorunlar nedeniyle hem ticaret yapan firmalar hem de ürün ya da hizmet satın alan tüketiciler haklarını korumak için sözleşmelere ihtiyaç duymuştur. Küreselleşen dünyanın ekonomik koşullarında ticaret faaliyetlerinin çoğalması ve uluslararası ticaretin yaygınlaşması ile birlikte hem tüketiciler hem de firmalar için sözleşmeler hukukunun önemi artmıştır.

İki veya daha fazla taraf arasında kurulan, tarafların birbirlerine karşı haklar kazandıkları ya da sorumluluk altına girdikleri anlaşmalara **sözleşme** denir. Mal ya da hizmet satın alımı, ev ya da araç kiralınması, kredi kullanımı, miras paylaşımı, evlenme, boşanma gibi birçok işlemde sözleşmeye ihtiyaç duyulur. Sözleşme taraflarının haklarının korunabilmesi ya da oluşabilecek olumsuzluklarda tarafların hak iddia edebilmeleri için hukuk kurallarına ihtiyaç vardır.

Sözleşme hukuku; kişilere özgür iradeleri ile sözleşme yapma imkânı sunan, yapılan sözleşme gereğince taraflara bazı haklar tanıyıp bu hakları sınırlandıran ve koruyan, sözleşmeye uyulmadığı durumlarda taraflara hukuki yollara başvuru imkânı sağlayan hukuk dalıdır. Hukukun neredeyse her dalını kapsayan sözleşme hukuku; özellikle borçlar hukuku, tüketici hukuku, iş hukuku, ticaret hukuku gibi alanlarda kullanılır.

1.1. HUKUKA İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR

İnsan, yaşamını devam ettirebilmek için diğer insanlarla bir arada olan sosyal bir varlıktır. Topluluk hâlinde yaşam, düzen ihtiyacını ve uyulması gereken kuralların varlığını zorunlu kılar. Toplumda yaşamı düzenleyen kuralların olmaması durumunda; barış, adalet ve dolayısıyla düzen sağlanamaz. Toplum içinde düzeni sağlayan, insanların haklarını koruma altına alan, yasalar ve kanunlarla düzenlenen kuralların tümüne **hukuk kuralları** denir.

Eski uygarlıklarda da toplum düzenini ve adaleti sağlamak için kurallar konmuştur. Tarihte bilinen en eski yazılı kanunlara Sümerler'de rastlanır. Urukagina Kanunları, bilinen ilk Sümerce hukuk metnidir. Metin, Sümer kralı Urukagina tarafından yazılmış olduğu için bu ismi almıştır. Bu kanunlar daha sonra Mezopotamya'da yaşamış olan diğer toplumları da etkilemiştir. Mezopotamya'da yasa niteliğinde düzenlenen ilk hukuk metni, Ur Hanedanı kralı Ur-Nammu (MÖ 2111-2094) tarafından yazılmıştır ve toplum düzeninin sağlanması için önemli cezai yaptırımlar içermiştir. Milattan önce 1760 yılında Mezopotamya'da düzenlenmiş olan Hammurabi Kanunları ise tarihin en eski ve iyi korunmuş yazılı kanunları arasındadır. Hammurabi kanunları; mülkiyet ve mülkiyetin korunması ile ilgili kurallar, mesleki suçlara ilişkin cezalar ve kişi hakları gibi konularla ilgili çok sayıda hüküm içerir.



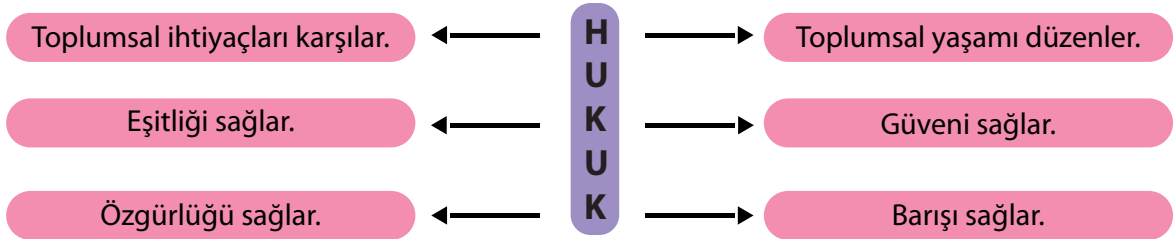


Hukukla ilgili temel unsurlardan biri “hak” kavramıdır. Hukuk, Arapça kökenli hak kelimesinin çoğuludur. **Hak**, kişilerin devlet tarafından korunan menfaatleridir. Hukukun kaynağını insanın doğuştan sahip olduğu temel hak ve özgürlükler oluşturur. Kişiler, ana rahmine düştükleri andan itibaren tam ve sağ doğmak koşulu ile hak sahibi olurlar. Hak sahibi, gerçek ya da tüzel kişi olabilir. Haklar, kanunlarla düzenlenir ve koruma altına alınır. Toplum içinde yaşayan herkesin temel hak ve özgürlüklerin yanında sorumlulukları bulunur. Güvenlik, dokunulmazlık, seçme ve seçilme hakkı, düşünce ve kanaat hürriyeti gibi haklar; kişilerin temel hak ve özgürlüklerinden bazılarıdır. Oy kullanma, vergi ödevi, askerlik ödevi de üstlenilen sorumluluklardandır.

1.1.1. Hukukun Tanımı ve Önemi

Hukuk, toplum içinde yaşayan fertlerin birbirleriyle, toplumla ve devletle olan ilişkilerini düzenleyen kurallar bütünüdür. Hukuk, kişi ve toplum yararını gözeterek hakların devlet eliyle korunmasını sağlar. Kişilere nasıl davranmaları ya da davranmamaları gerektiğini gösterir. **Hukuk kuralları**, kamu gücü ile desteklenen ve müeyyidelerle (yaptırımlarla) güvence altına alınan kurallardır.

Hukuk; adaleti ve eşitliği sağlayan, toplum içinde yaşayan fertlerin can ve mal güvenliğini koruyan, toplumun ekonomik, siyasi ve kültürel ihtiyaçlarını karşılayan düzenlemeler içerir. Bu düzenlemelerde kişilerin dinî inanç, dil, soy (ırk), cinsiyet, siyasi görüş, felsefi düşünce, zenginlik, sosyal konum gibi özellikleri göz ardı edilmiştir (Görsel 1.1).



Görsel 1.1: Hukukun önemi



ETKİNLİK

Hukuk kavramını ve hukukun önemini birkaç cümle ile açıklayınız.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.1.2. Toplumsal Hayatı Düzenleyen Kurallar

Aynı kara parçası üzerinde ortak amaçlar doğrultusunda birlikte yaşayan ve iş birliği yapan insanlar, toplumu oluşturur. Her birey bu toplumun bir parçasıdır. Dolayısıyla bireylerin hayatlarını devam ettirebilmeleri için toplumun diğer üyeleriyle sürekli bir etkileşim, dayanışma, iş birliği içinde olmaları gerekir. Toplu hâlde yaşamak bir düzen gerektirir. Düzeni sağlamak için toplum, bireylere bazı kurallar, ödevler ve sorumluluklar yükler. Geçmişten günümüze kadar gelen örf, âdet, gelenek ve görenekler de bu kuralların bir parçasıdır.

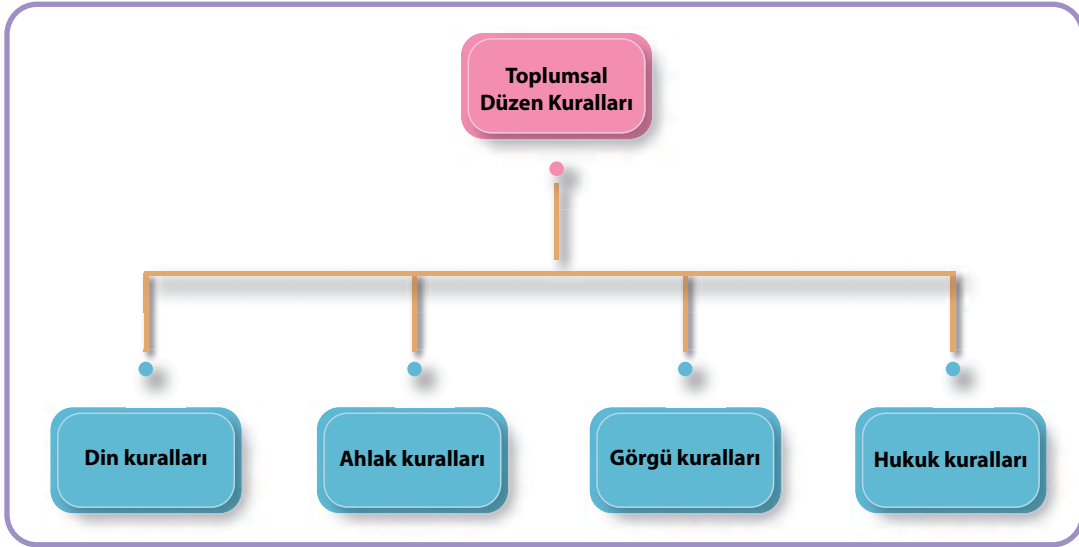
ÖZLÜ SÖZ

Toplum sevgi ile kaynaşır, adalette yaşar, dürüst çalışmakla ayakta kalır.

Fârâbî

Bireyler bu kurallara uymadıkları takdirde bazı yaptırımlarla karşılaşır. **Yaptırım**, kurallara uymayan bireylerin karşılaştıkları tepkilerdir. Diğer ismi “müeyyide” olan yaptırım, maddi yaptırım ve manevi yaptırım olarak iki başlıkta incelenir. Hukuk kurallarına uymayan kişinin karşılaştığı yaptırım maddidir. Kopya çeken bir öğrenciyeye verilen uyarı cezası ya da hız sınırına uymayan bir sürücüyeye verilen adli para cezası maddi yaptırımdır. Örf, âdet, gelenek gibi geçmişten günümüze gelen kurallara uymamanın yaptırımı ise manevidir. Dışlama, ayıplama gibi tepkiler manevi yaptırımlardır.

Toplum yaşamını düzenleyen bu kurallar dörde ayrılır (Görsel 1.2).



Görsel 1.2: Toplumsal düzen kuralları

Din Kuralları

Din kuralları, yaratıcı tarafından konmuş kurallardır. Bu kurallar peygamberler aracılığı ile insanlara ulaştırılmıştır. Yapılması ya da yapılmaması gereken eylemleri belirleyen bu emir ve yasaklar kutsal kitaplarda yazılıdır.



Toplumsal ilişkileri düzenleyen din kuralları, bütün dinlerde benzerlik gösterir. Bütün dinlerde; yalan söylemek, hırsızlık yapmak, insanların canına, malına zarar vermek yasaklanmıştır. Dinler iyiliği ve sevgiyi emreder. Zor durumda olanlara yardım etmek, dürüst olmak, ibadet etmek tüm dinlerde emredilen davranış ve eylemlerdendir.

Din kurallarının yaptırımını manevidir. Kişiler din kurallarına uymaya zorlanamaz. Bir kişi; ibadet etmeye, zekât vermeye ya da hacca gitmeye zorlanamaz. Din kurallarına uymayan kişi; günahkâr olma, yaratıcının vadettiği güzelliklerden yoksun kalma gibi manevi yaptırımlarla karşılaşır.

BİLGİ KUTUSU

Din kurallarının yaptırımının manevi olması durumu, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 24. maddesinde, "Herkes, vicdan, dini inanç ve kanaat hürriyetine sahiptir." ibaresiyle yer almaktadır.

Kaynak: <https://www.tbmm.gov.tr>

Ahlak Kuralları

Kişinin ve içinde yaşadığı toplumun değer yargıları ile şekillenen davranışların tümüne **ahlak kuralları** denir. Ahlak kuralları, sosyal yaşamda kişilerin davranış biçimlerini ve birbirleriyle ilişkilerini şekillendirir. Toplum içinde iyi, kötü, doğru ya da yanlış olarak nitelendirilen davranışlar ahlak kurallarının temelini oluşturur.

Ahlak kurallarının öznel (kişisel) ve nesnel (toplumsal) olmak üzere iki boyutu vardır.

Öznel Ahlak Kuralları: Kişinin kendi vicdanını ilgilendiren davranışları ile ilgili ahlak kurallarıdır. Yalan söylememek, dürüst olmak, verilen sözü zamanında yerine getirmek gibi davranışlar buna örnek olarak verilebilir.

Nesnel Ahlak Kuralları: Kişinin diğer kişilere karşı davranışları ile ilgili toplum yararını gözetilen ahlak kurallarıdır. Yoksul durumda olan bir kişiye yardım etmek buna örnek olarak verilebilir.

ÖZLÜ SÖZ

Bir millet, zenginliğiyle değil ahlak değeriyle ölçülür.

Mustafa Kemal ATATÜRK

Toplumsal ilişkileri düzenleyen ahlak kurallarının yaptırımını da din kurallarında olduğu gibi manevidir. Kişi, söz konusu bu kurallara uymadığında toplum tarafından dışlanır, ayıplanır ama bu kurallara uymaya zorlanamaz.

BİLGİ KUTUSU

Zaman içinde yaşanan değişimler, bazı ahlak kurallarının hukuk kurallarına dönüşmesine neden olmuştur. Türk Medeni Kanunu'nun 2. maddesinde yer alan "Herkes haklarını kullanırken ve borçlarını yerine getirirken dürüstlük kurallarına uymak zorundadır." ibaresi buna örnektir.

Kaynak: <https://www.resmigazete.gov.tr>

Görgü Kuralları

Toplum içinde insanların birbirlerine karşı takınmaları gereken tavırlar, görgü kuralları tarafından belirlenir. "Adabımuâşeret kuralları" olarak da adlandırılan görgü kuralları; selamlaşma, konuşma, oturma, yeme içme gibi sosyal yaşantıdaki davranışları şekillendirir. Ayrıca kişilerin cenaze, bayram ya da düğün gibi kalabalık ortamlardaki hâl, hareket ve tavırlarını düzenler.

Bayramda aile büyüklerini ziyaret ederek el öpmek, hasta akrabalara geçmiş olsun ziyaretinde bulunmak, eve gelen misafire ikramda bulunmak gibi davranışlar, Türk toplumunda geçerli olan görgü kurallarının gereğidir (Görsel 1.3).



Görsel 1.3: Görgü kuralları

Görgü kurallarının yaptırımı da manevidir. Bu kurallara uymayanlar toplum tarafından kaba, küstah, görgüsüz şeklinde nitelendirilir.

Hukuk Kuralları

Hukuk kuralları, toplumsal yaşamı düzenleyen diğer kurallardan farklıdır. Din, ahlak ve görgü kurallarının yaptırımı manevi iken hukuk kurallarının yaptırımı maddidir.



Hukuk kurallarını oluşturan bu maddi yaptırımlar, devlet tarafından belirlenir ve yine devlet tarafından uygulanır. Dolayısıyla kişilerin hukuk kurallarına uyma istekleri, diğer toplumsal düzen kurallarına uyma isteklerinden daha fazladır.

Örneğin aralarında satış sözleşmesi yapmış iki taraftan biri borcunu ödememişse alacaklı taraf, borcunun ödenmesi için mahkemeye başvurup söz konusu alacağı icra yoluyla tahsil edebilir. Ya da alıcı taraf, bedelini ödediği hâlde malını teslim alamamış ise malının teslimi ya da mal bedelinin iadesi için mahkeme yoluna gidebilir.



ETKİNLİK

Aşağıda verilen örnek olayları inceleyiniz. Söz konusu örnek olayın hangi toplumsal düzen kuralına göre değerlendirilmesi gerektiğini karşısındaki kutucuğa yazınız.

Örnek Olay	Toplumsal Hayatı Düzenleyen Kurallar
1. Kız arkadaşının doğum günü partisini son anda hatırlayan Engin Bey, hediye alamadan partiye katılmak zorunda kalır. Engin Bey ile ilk defa karşılaşan partideki diğer insanlar, onun kaba ve düşüncesiz olduğunu düşünür.
2. İş yerinden yorgun ayrılan Serpil Hanım, eve dönmek için otobüse biner. Otobüsteki tek boş koltuğa oturur. Sonraki durakta otobüse binen yaşlı kadına yer vermek istemeyen Serpil Hanım, uyur gibi yapar.
3. İşine geç kalmamak için acele eden Hüseyin Bey, aracını kullanırken hız sınırını ihlal ettiğini fark etmez ve evine yollanan ceza makbuzundaki bedeli ödemek zorunda kalır.
4. Kadir Bey; dininin gereklerini yerine getirmek için çok çaba sarf eden, insanları kırmaya özen gösteren, zor durumda olanlara yardım eden biridir. Çevresindeki herkes onun çok iyi bir insan olduğunu düşünür.

1. 2. PAZARLAMA VE HUKUK ARASINDAKİ İLİŞKİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Alişveriş sırasında tüketicilerin karşılaşılabilecekleri hukuki sorunlar neler olabilir?
Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Ekonomik yaşamın bir parçası olarak mal ya da hizmet üreten işletmeler, insanların istek ve ihtiyaçlarını karşılarken temelde kâr amacı güder. İşletmelerin bunun yanında satışlarını ve pazar payını arttırmak, büyümek, sosyal sorumluluğa önem vererek toplumda saygınlık kazanmak gibi amaçları da vardır. Pazarlama, işletmelerin bu amaçlara ulaşmalarında önemli bir işleve sahiptir.

Pazarlama, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına uygun olarak mal ya da hizmet sunan bir değişim aracıdır. Pazarlamada bir taraf, istek ya da ihtiyacı karşılayan mal, hizmet, fikir gibi değerler sunarken diğer taraf, sunulan mal ya da hizmetin karşılığını para, çek, kredi gibi araçlarla öder. Pazarlama, üretilen ürün ya da hizmetin tüketiciye ulaştırılmasıdır. Amerikan Pazarlama Derneği pazarlamayı “Kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayacak mübadeleleri (değişimleri) gerçekleştirmek üzere fikirlerin, malların ve hizmetlerin; geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılmasına ilişkin planlama ve uygulama sürecidir.” şeklinde tanımlamıştır (Görsel 1.4).



Görsel 1.4: Pazarlama

Pazarlamanın özellikleri şunlardır:

- İstek ve ihtiyaçları karşılamaya yönelik faaliyetlerdir.
- Pazarlamada ürünlerin, malların, hizmetlerin ya da fikirlerin değişimi belirli bir bedel karşılığında yapılır.



- Kapsamı ürün satışıyla sınırlı değildir. Pazarlama, ürünün üretim fikrinin ortaya çıkmasından satış sonrası hizmetlerin tamamlanmasına kadar bütün basamakları içerir.
- İşletmelerin pazar paylarını koruyarak büyümelerini ve kârlılıklarını arttırmalarını amaçlar.
- Pazardaki rakiplerden üstün olmayı ve pazardaki fırsatları doğru değerlendirmeyi amaçlar.
- İşletme kaynaklarının etkin kullanılmasının yanında tüketici taleplerini doğru karşılayıp müşteri potansiyelini arttırmayı da içerir.
- Sosyal sorumluluk faaliyetleri ile tüketicilerin zihninde saygınlık, itibar ve marka bilinirliği sağlayan halkla ilişkiler faaliyetlerini de içerir.
- Satış elemanlarının seçilmesi ve yönlendirilmesi ile ilgili faaliyetleri de içerir.

İşletmeler, üstlendikleri tüm pazarlama faaliyetlerinde hukuk kurallarına uygun davranmak zorundadır. Hukuk, toplum içinde yaşayan bireylerin birbirleriyle, toplumla ve devletle olan ilişkilerini düzenleyen kuralların bütünü ele alır. Bu kurallar, kişilerin toplumdaki sosyal ilişkilerini düzenlediği gibi ticari ilişkilerini de düzenler ve ticaretin sorunsuz bir şekilde yürütülmesini sağlar. Kişilerin diğer kişilerle ve firmalarla ticari ilişkileri, hukuk tarafından güvence altına alınmıştır. Dünyada yapılan ilk ticaretle birlikte şekillenen hukuk kuralları, günümüz piyasasında son hâlini alarak ticaretin sınırlarını belirlemiş ve dolayısıyla pazarlama ve hukuk arasındaki ilişki, önemini her geçen gün arttırmıştır. Devlet, işletmelerin ticari faaliyetlerini kanunlarla düzenler. Alıcı ve satıcı tarafların yani hem tüketicinin hem de işletmenin haklarını korur.

Satış öncesinde müşteriye verilen ürün bilgisinin doğruluğu, ürünün fiyatında yapılan düzenlemeler, satış sonrası hizmetler, garanti koşulları ve cayma hakları; hukuk kuralları aracılığıyla belirlenir. Örneğin bir firmadan taksitle buzdolabı alan Ayşe Hanım ile satışı yapan firma arasında satış sözleşmesi yapılması, hukuki bir işlemdir. Yapılan sözleşme sonrasında ürününü teslim alan Ayşe Hanım, aldığı üründen yedi gün içinde cayma hakkına sahiptir. İşletme, ürünü geri almak istemezse Ayşe Hanım, tüketici hakem heyetine başvurarak sözleşmenin fesih edilmesini talep edebilir.

Pazarlama ve hukuk arasındaki ilişkiyi sadece işletmeler ve tüketicilerle sınırlandırmak doğru değildir. İşletmelerin serbest piyasadaki hareketleri de diğer işletmeleri engelleyici ve kısıtlayıcı şekilde düzenlenemez. Ayrıca işletmeler, serbest piyasada etik dışı hareketlerde bulunamaz. Örneğin "A" firması, ürettiği otomobillerin sağlam olduğuna vurgu yapan bir reklam yayınlamıştır. Bu reklamda başka bir firmanın otomobil markasına da yer verip kendi ürettiği otomobillerin diğer firmanın otomobillerinden daha sağlam olduğunu söylemiştir. "A" firmasının bu reklamı; yanıltıcı, rakibini kötüleyen ve rakibinin marka bilinirliğinden yararlanan bir reklamdır. Böyle bir reklam yayınlayan "A" firması, haksız rekabete neden olduğu için hukuka aykırı bir iş yapmış olur.

Tüketicilerin satın almalarını teşvik eden satış geliştirme faaliyetleri sırasında da işletmeler; kampanya, çekiliş, fuar, sponsorluk, ürün yerleştirme gibi tüm etkinliklerde haksız rekabeti önleyecek şekilde etik davranmak zorundadır.

1. Öğrenme Birimi

Pazarlama ve hukuk arasındaki ilişkinin bir başka boyutu da satış sırasında tüketicilerden elde edilen kişisel verilerle ilgilidir. İşletmeler, müşteri sadakatini sağlayabilmek için bazı satış politikaları geliştirmiştir. Bunlardan en yaygın kullanılanı, tüketicilerin kişisel bilgilerini de içeren müşteri kartı uygulamasıdır. Tüketiciler, satın alımları esnasında bu kartların sağladığı avantaj ve ayrıcalıklardan faydalanır. Ancak işletmeler, müşterilerinin kişisel verilerini gizli tutmalıdır. Kanun gereği bu veriler işlenirken özel hayatın gizliliği korunmalıdır. Kişilerin temel hak ve özgürlükleri ihlal edilmemelidir (Görsel 1.5).



Görsel 1.5: Kişisel verilerin korunması



ETKİNLİK

Pazarlama ve hukuk kavramları arasındaki ilişkiyi örneklerle açıklayınız.

.....

.....

.....

.....



Araştırınız

Tüketicilerin işletmelerle yaşadıkları ticari sorunlar, işletmeler arasındaki etik dışı rekabet uygulamaları ve kişisel verilerin korunması ile ilgili örnek davaları araştırınız. Bulduğunuz bir örneği verilen alana yazarak sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

.....

.....

.....

.....

.....



1.3. SÖZLEŞME VE SÖZLEŞME HUKUKU



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sizce tüketiciler günlük yaşamdaki işlemleri sırasında neden sözleşme yapma gereği duya-bilirler? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

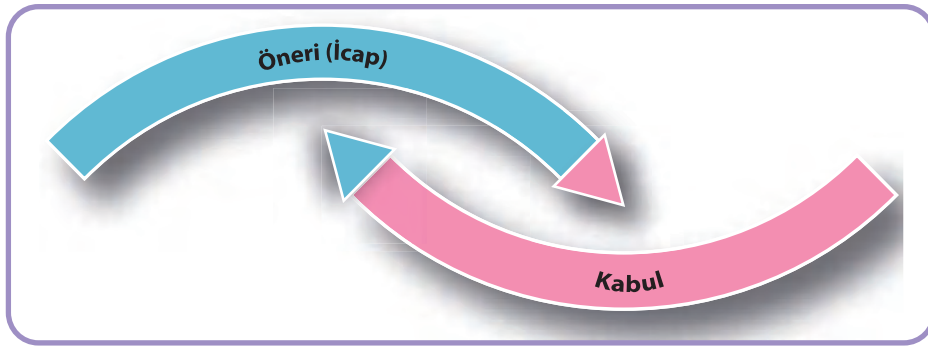
Sözleşmeler borç ilişkisinin kaynağını oluşturur. Birden fazla tarafın hukuki bir sonucu meydana getirmek için birbiriyle tutarlı ve karşılıklı irade açıklamalarında bulunmalarına **sözleşme** denir (Görsel 1.6). Sözleşme, mukavele ya da kontrat olarak da adlandırılır. Konusu gereği tarafı olan kişilere bazı yasal hak ve sorumluluklar yükler. Sözleşmenin tarafları alıcı ve satıcı olarak adlandırılır. Her sözleşmede en az bir alıcı ve bir de satıcı taraf olmalıdır.

Örneğin bir kişinin belirli bir ücret karşılığında evinin kullanım hakkını belirli bir süre için yani geçici olarak karşı tarafa devretmesi ile kira sözleşmesi yapılmış olur. İki tarafın bir aracın sahipliğinin belirli bir ücret karşılığında karşı tarafa geçmesi hususunda anlaşmaları ile bir satış sözleşmesi kurulmuş olur.



Görsel 1.6: Sözleşme

Sözleşmenin kurulabilmesi için tarafların birbirine uygun ve karşılıklı olarak iradelerini açıklamaları ve beyan ettikleri iradeleri kabul etmeleri gereklidir. Karşılıklı yapılan bu irade beyanlarına öneri (icap) ve kabul denir (Görsel 1.7).



Görsel 1.7: Sözleşmenin kurulması

Öneri, taraflardan birinin sözleşmenin kurulabilmesi için yaptığı girişimdir. Sözleşmenin kurulabilmesi için atılan ilk adıma öneri (icap) denir. Hukuki bir sonuç doğurması ve sözleşmenin kurulabilmesi için önerinin açık olması gerekir. Yani icap sırasında, sözleşmeye konu olan malın konusu, satış bedeli gibi sözleşmeyi oluşturan ana unsurlar açıkça söylenmelidir. Böylelikle karşı tarafın sözleşmeye dair herhangi bir tereddüdü olmaz. Bir malın fiyatı için yapılan pazarlık, öneri değil öneriye davettir. Pazarlık, satıcıyı bir öneride bulunmaya davet eder.

Kabul ise karşı tarafın yaptığı öneriyi tamamen benimseyerek verilen olumlu cevaptır. Örneğin bir satış sözleşmesinde satıcı taraf söz konusu mal için bir fiyat belirler, alıcı bu fiyattan malı almayı kabul ederse sözleşme kurulmuş olur. Kabul, açık şekilde ya da örtülü şekilde yapılabilir. Örneğin bir taraf karşı tarafın verdiği malı kullanmaya başlamışsa öneriyi örtülü şekilde kabul etmiş sayılır. Öneri ve kabul, yazılı ya da sözlü olarak veya bir aracı kullanılarak yapılabilir. Sözleşmenin kurulabilmesi için kabulün sözleşme önerisi ile örtüşmesi gereklidir.

Günlük yaşamın vazgeçilmezi olan sözleşmeler, bireylerin hukuki ilişkileri düzenlemek için başvurdukları yasal bir işlemdir. Bireyler; alışverişlerde, aile ilişkilerinde, iş yaşamında, mülk satın alma ya da kiralama işlemlerinde sözleşmelere ihtiyaç duyar.

Türk Borçlar Kanunu ile düzenlenmiş olan sözleşme hükümlerine göre taraflar, sözleşmenin konusunu belirleme noktasında özgürdür. Anayasa'nın 48. maddesinde "Herkes, dilediği alanda çalışma ve sözleşme hürriyetlerine sahiptir." denmiştir. Fakat yine aynı Kanun'un 27. maddesinde "Sözleşmeler, kanunun emredici hükümlerine, ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına aykırı veya konusu imkânsız olamaz." Hükmü bulunmaktadır. Örneğin Galata Kulesi'nin satışını içeren bir sözleşme imkânsızdır.

Taraflar, kanunlar çerçevesinde, iradelerine uygun olarak aralarındaki hukuki ilişkiyi belirleyecek şekilde sözleşme yapar. Böylelikle sözleşme her iki taraf için bağlayıcı ve vazgeçilmez nitelik kazanır. Bu hukuki ilişki, tarafların birbirine karşı sorumluluklar üstlenmeleri yani borçlar altına girmeleri sonucunu doğurur. Ancak bazı sözleşmelerde tarafların ikisi de borç altına girmeyebilir. Sözleşmeler, tek tarafa borç yükleyen ve iki tarafa borç yükleyen sözleşmeler olmak üzere iki başlık altında incelenir.

Tek Tarafa Borç Yükleyen Sözleşmeler: Sadece bir tarafın borç yükü altına girdiği, öteki tarafın ise alacaklı konumunda olduğu sözleşmelerdir. Örneğin bağışlama sözleşmesi yalnızca bağış yapan kişinin borç altına girdiği sözleşme türüdür. Kendisine bağışta bulunulan tarafın herhangi bir borcu yoktur.

İki Tarafa Borç Yükleyen Sözleşmeler: Tarafların her ikisine de borç yükleyen sözleşmelerdir. Eser sözleşmesi, hizmet sözleşmesi ve satış sözleşmesi bu sözleşme türüne örnektir. Her iki tarafa da borç yükleyen bu tip sözleşmelerde borçlar karşılıklı olarak mübadele edilir yani değiştirilir. Fakat bazı sözleşmelerde bir tarafın borcu saklama eylemi olabilir. Örneğin vekâlet ya da vedia (saklama) sözleşmelerinde taraflardan biri saklama borcundan sorumludur. Vekâlet sözleşmesi; bir kimsenin, bir işin yapılması ya da bir hizmetin görülmesi sorumluluğunu başka bir kişiye devrettiği sözleşmedir. Vedia (saklama) sözleşmesi ise bir şeyin muhafaza edilmesi için yapılan sözleşme türüdür.

Sözleşmelerin tarafı olan bireylerin haklarının korunabilmesi ve olası anlaşmazlıklarda hak iddia edebilmesi için yasalara ihtiyaç vardır. **Sözleşmeler hukuku**, taraflara özgür iradeleriyle kurdukları sözleşmeler için haklar tanıyan, bu hakları koruma altına alıp gerektiğinde sınırlandıran, sözleşme hükümlerine aykırı davranışlarda yasal yollara başvuru imkânı sağlayan hukuk dalıdır.

Sözleşmelerin kurulması, sonlanması, tarafların haklarının belirlenmesi ve oluşabilecek her türlü sorunda bu haklar üzerinden çözüm üretilmesi için başvurulacak yollar bu dalın alanına girer. Sözleşmeler hukuku; iş hukuku, ticaret hukuku, borçlar hukuku, aile hukuku gibi hukuk dalları ile ilişkilidir.



Tüm hukuk dallarında sözleşmeye ait hükümler ve bu hükümlerin yaptırımlarıyla ilgili hukuki sonuçlar bulunur. Günümüzde; satış sözleşmesi, evlilik sözleşmesi, tüketici sözleşmesi, kira sözleşmesi, iş sözleşmesi, hizmet sözleşmesi, evlat edinme sözleşmesi gibi sözleşme türleri sıklıkla kullanılmaktadır.



ETKİNLİK

Sözleşme ve sözleşme hukuku kavramlarını açıklayınız. Verilen örnek olayı inceleyiniz. Olayda sözleşme önerisi, icap ve kabulde bulunan tarafları belirleyip ilgili kutucuğa yazarak sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Bir tekstil firması sahibi olan Nevin Hanım, işletmesindeki üretim kapasitesini arttırmak için yeni makineler almaya karar verir. Nevin Hanım, makine satışı yapan iki firmaya ulaşır. Birinci firmanın yetkilisi Melek Hanım'ı ve ikinci firmanın yetkilisi Hüseyin Bey'i arayarak özelliklerini sıraladığı, marka ve modelini söylediği iki makine için fiyat teklifi ister. Hemen işe koyulan Melek Hanım ve Hüseyin Bey bu makinelerle ilgili fiyat araştırması yapmaya başlarlar. Melek Hanım, Nevin Hanım'a bir e-posta göndererek makineleri tanesi 760.000 TL'den satabileceğini bildirir. Diğer satıcı Hüseyin Bey ise makinelerin tanesi için 700.000 TL fiyat bildirir. Nevin Hanım, Hüseyin Bey'in teklifini kabul eder, satış bedelini öder ve makinelerin kendisine gönderilmesini ister.

Sözleşme
Sözleşme Hukuku
Sözleşme Önerisi
icap
Kabul

1.4. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TANIMI, KAPSAMI VE HÜKÜMLERİ



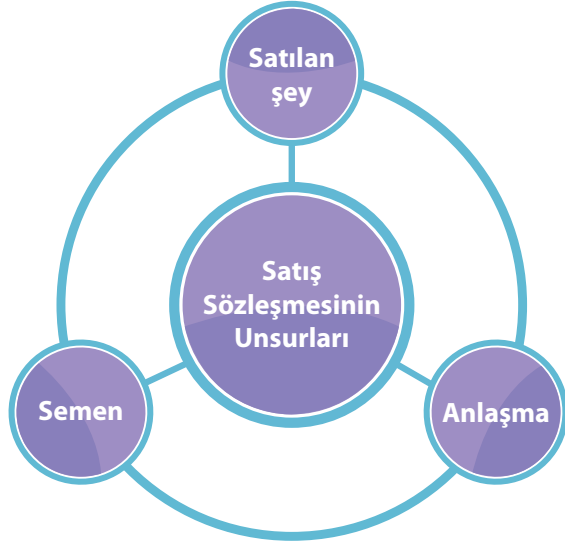
HAZIRLIK ÇALIŞMASI

İmzaladığınız bir sözleşmede problem yaşanmaması için nelere dikkat etmeniz gerekir? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Satış sözleşmesi, satıcı tarafın satılan şeyin kullanma, yararlanma gibi mülkiyet haklarını alıcı tarafa devretmeyi, alıcı tarafın ise karşılık olarak belli bir ücret ödemeyi kabul ettiği sözleşmedir. Satıcı ve alıcı, satış sözleşmesini yüz yüze kurabilir ya da telefon, internet gibi iletişim araçlarını kullanarak bir mal ya da hizmetin alım-satımı konusunda uzaktan ve eş zamanlı olarak anlaşabilir.

Bir satış sözleşmesinin geçerli olabilmesi için bazı temel unsurların sözleşmede bulunması gerekir. Bu unsurlar; satılan şey, satış bedeli (semen) ve anlaşmadır (Görsel 1.8).

Satılan şey, satış sözleşmesinin konusunu oluşturan mal ya da hizmetlerdir. Satış sözleşmesinin konusu olan şeyler sadece mal gibi somut varlıklar olmayabilir. Satış sözleşmesini fikir, isim hakkı gibi soyut varlıklar ya da hizmetler de oluşturabilir. Örneğin elektrik doğalgaz dağıtımı gibi hizmetlerin yanında ticaret unvanları da satışın konusunu oluşturabilir. Bunun yanında satışın konusunu oluşturan şeyin sözleşme yapıldığı anda hazır bulunması da zorunlu değildir. Örneğin hasat zamanında elde edilecek buğday, üzüm, pamuk gibi ürünler satışın konusunu oluşturabilir. Aynı zamanda sözleşme kurulduğu anda sözleşmeye konu olan malın satıcı mülkiyetinde olması şartı da aranmaz.



Görsel 1.8: Satış sözleşmesinin unsurları

Sözleşme koşullarına göre satıcının uygun görülen zamanda satılan malı alıcıya teslim etmesi yeterlidir.

Semen, alıcının satın aldığı şey karşılığında ödemeyi üstlendiği bedeldir. Sözleşmeye taraf olan kişiler satış bedelini özgürce belirleyebilir. Aksi kararlaştırılmadıkça borç, sözleşmenin yapıldığı ülkenin para birimi ile ödenir.

Anlaşma, satılan mal ya da hizmetin bir ücret (semen) karşılığında mülkiyetinin ya da kullanım hakkının (zilyetliğinin) devri konusunda tarafların uzlaşmasıdır. Anlaşma ile satıcı satışa söz konusu olan şeyin mülkiyetini ve zilyetliğini alıcıya devretmeyi, alıcı da karşılığında semen ödemeyi kabul etmiş olur. Bazı durumlarda malın mülkiyeti ve zilyetliği hemen alıcıya geçmez. Örneğin bir gayrimenkul satışında mülkiyetinin alıcıya geçmesi için tapu müdürlüğü tarafından gerekli devir işlemlerinin yapılması gerekir.



Satış Sözleşmesinin Hükümleri

Türk Borçlar Kanunu'na göre sözleşme ile ilgili hükümler şunlardır:

- Sözleşme, tarafların birbirine uygun ve karşılıklı iradeleriyle kurulur. Karşılıklı irade beyanı açık ya da örtülü şekilde yapılabilir.
- Sözleşmeler; sözlü, yazılı ya da resmî (hâkim, noter ya da tapu memuru gibi resmî makamlar önünde) şekillerde yapılabilir. Nikâh töreninde tarafların evet cevabı sözlü şekle, tapu sicil müdürlüğünde yapılan ev satışı resmî şekle, tarafların el yazısı ile altına imza atarak düzenledikleri sözleşmeler ise yazılı şekle örnektir.
- Taraflar, bu kanunun çizdiği sınırlar çerçevesinde sözleşmenin konusunu özgürce belirleyebilir. Sözleşmeler; kanun hükümlerine, kamu düzenine, kişilik ve ahlak kurallarına aykırı olamaz ve yalnızca gerçekleşmesi mümkün olan konularda kurulabilir.
- Bir sözleşmede tarafların yerine getirmesi gereken edimler (davranışlar, işler) arasında açık bir şekilde orantısızlık varsa ve bu orantısızlık bir tarafın zor durumda olmasından, tecrübesizliğinden ya da deneyimsizliğinden kaynaklanıyorsa zarar gören taraf, karşı tarafa sözleşmeden cayma isteğini belirtebilir. Sözleşmeden caymak istemiyorsa söz konusu edimlerin arasındaki orantısızlığın giderilmesini karşı tarafa talep edebilir.
- Bir sözleşmenin ileride kurulabilmesi için taraflar ön sözleşme yapabilir. Örneğin hukuki bir sebep nedeniyle üzerine inşaat yapılması mümkün olmayan bir arsa için taraflar kendilerini bugünden bağlayan bir ön sözleşme yapabilir.
- Sözleşme kurulurken sözleşmenin konusu, tarafları ya da edimleri hususunda herhangi bir taraf yanılmaya düşebilir. Böyle durumlarda yanılmaya düşen taraf sözleşme ile bağlı olmaz. Örneğin bir taraf iradesini yanlış kişiye açıklayabilir ya da üstlenmek istediğinden daha fazla edim için söz verebilir. Böyle durumlarda yanılmaya düşen taraf sözleşme ile bağlanmaz.
- Sözleşmenin taraflarından biri, diğer kişiyi yalan beyan vermek gibi çeşitli yöntemlerle aldatmış ise aldatılan taraf sözleşmeyle bağlı değildir.
- Sözleşmenin taraflarından biri, söz konusu sözleşmeyi karşı tarafın veya üçüncü bir kişinin korkutması sonucunda yapmışsa sözleşme hükümleri ile bağlı değildir.

BİLGİ KUTUSU

Türk Borçlar Kanunu'na göre "Yanılma veya aldatma sebebiyle ya da korkutulma sonucunda sözleşme yapan taraf, yanılma veya aldatmayı öğrendiği ya da korkutmanın etkisinin ortadan kalktığı andan başlayarak bir yıl içinde sözleşme ile bağlı olmadığını bildirmez veya verdiği şeyi geri istemezse sözleşmeyi onamış (kabul etmiş) sayılır."

Kaynak: <https://www.mevzuat.gov.tr>

- Sözleşmeye taraf olanlardan biri sözleşmeyi kurmak için yasal temsilci kullanıyorsa sözleşmenin hukuki sonuçları, temsil edilen kişiyi bağlar. Fakat yasal temsilci sözleşme sırasında bu sıfatını karşı tarafa bildirmezse hukuki işlemin sonucu yasal temsilciyi bağlar.



ETKİNLİK

Aşağıda verilen örnek olay metnini okuyarak metinden hareketle Tablo 1.1'deki emlak alım satım sözleşmesindeki boşlukları uygun şekilde doldurunuz.

Örnek Olay: Alıcı Nazlı Kaçmaz, İstanbul ili Esenler ilçesine bağlı Hürriyet Mahallesi'ndeki Ada No.su: 390, Parsel No.su: 3 olan gayrimenkulü 600.000 TL karşılığında Satıcı Gözde Özder'den almayı kabul etmiştir. Söz konusu mülk için 10.000 TL kapora ödemiştir. Kaporanın geçerlilik süresi 1 aydır. Alıcı, mülk bedelinin yarısını peşin, kalanını da 5 eşit taksitle ödemeyi kabul etmiştir. Alıcı ve satıcı, kendilerine hizmet sunan emlak komisyoncusu Fatma Kolcu'ya her bir taraf 10.000 TL ödeyecek şekilde, toplamda 20.000 TL ödeme yapmayı kabul etmiştir.

Tablo 1.1: Emlak Alım-Satım Sözleşmesi

EMLAK ALIM-SATIM SÖZLEŞMESİ

Cinsi:

İli:

İlçesi:

Mahallesi:

Ada No.su:

Parsel No.su:

Kaporanın Geçerlilik Süresi:

Müşteri ile mülk sahibi yukarıda bahsi geçen gayrimenkulün satışı hususunda aşağıdaki şartlarda anlaşmayı kabul ederler.

1. Satıcı, sahibi bulunduğu mülkün satış bedelini TL olarak kabul etmiştir.
2. Satış bedeline mahsuben alıcıdan TL kapora almıştır.
3. Satış bedelinin TL'si peşin, geri kalanı da sürede eşit taksitlerle ödenecektir.
4. Bu sözleşme imzalandıktan sonra Borçlar Kanunu'nun 156/2 maddesine göre; taraflardan alıcı, bu gayrimenkulü almaktan vazgeçtiği takdirde, verdiği kaporayı geri alamayacaktır. Satıcı bu gayrimenkulü satmaktan vazgeçerse kaporayı iade edecek ve kapora miktarı kadar daha tazminat ödeyecektir.
5. Alıcı ve satıcı, kendilerine bu sözleşmeyi sağlayan emlak komisyoncusuna sözleşmenin imzalanmasından itibaren gerçek satış bedeli üzerinden % +KDV ya da TL tutarında hizmet bedeli ödemeyi kabul eder.
6. Anlaşmazlık hâlinde haksız olan taraf, bu sözleşmede yazılı tazminatlarla birlikte diğer tarafın maruz kalacağı her türlü zarar, mahkeme ve icra masrafları ile vekâlet ücretini de ödeyecektir.
7. Bu sözleşmenin uygulanmasından doğacak her türlü uyuşmazlığın giderilmesinde ilgili mahkemeler ve icra daireleri yetkilidir.
8. Özel Şartlar

Satıcı

Alıcı

Emlak Komisyoncusu



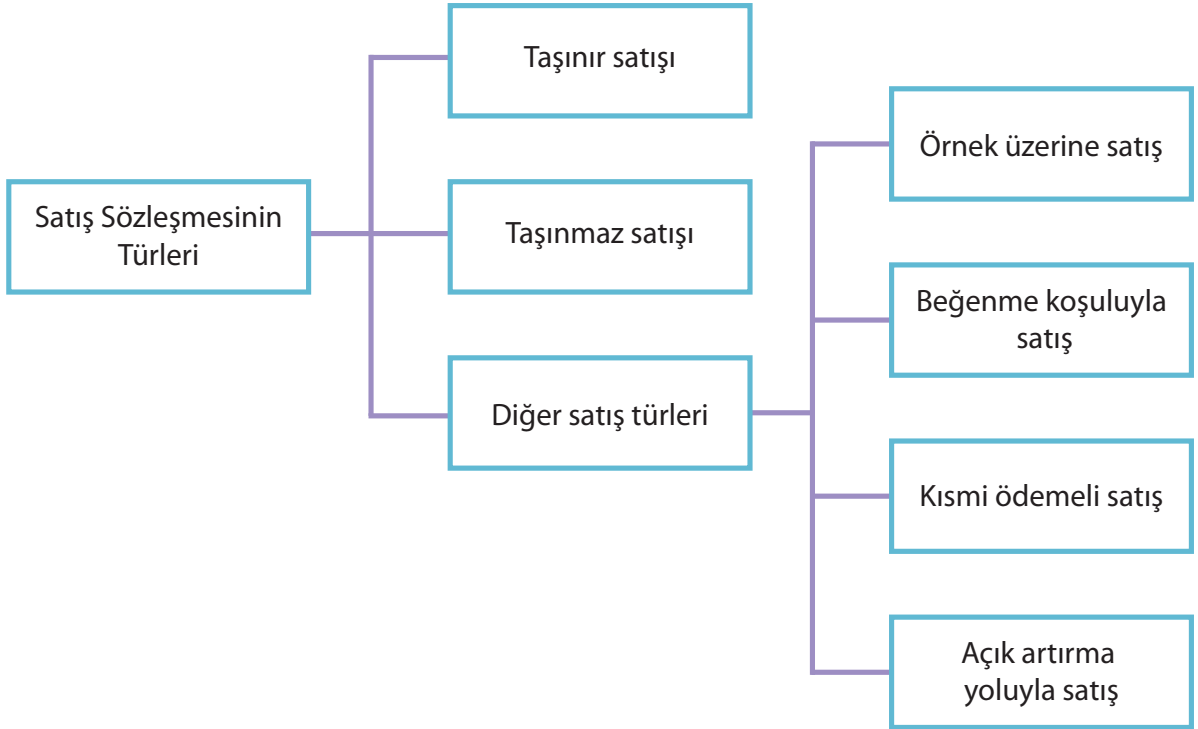
1.5. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TÜRLERİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sizce ev satışı ve araba satışı için yapılacak sözleşmelerin ne gibi farkları olur? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Türk Borçlar Kanunu'nda sözleşme türleri üç ana başlık altında toplanmıştır. Bu sözleşme türleri; “taşınır satışı”, “taşınmaz satışı” ve örnek üzerine satış, beğenme yolu ile satış, kısmi ödemeli satış ve açık artırma yolu ile satışı da içine alan “diğer satış türleri” olarak adlandırılır (Görsel 1.9).



Görsel 1.9: Satış sözleşmesi türleri

1.5.1. Taşınır Satışı

Taşınır satışı, yerinde sabit olmayıp bir yerden başka bir yere götürülebilen (menkul) şeylerin satışlarıdır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere otomobil, cep telefonu, masaüstü bilgisayar, ayakkabı, elbise gibi ürünlerin yanında elektrik, doğal gaz gibi doğal kaynakların satışı da taşınır satışlarıdır (Görsel 1.10).



Görsel 1.10: Taşınır satışı

1. Öğrenme Birimi

Taşınır satış sözleşmelerinde satıcı satılan malın mülkiyetini alıcıya devretmek, alıcı da satış bedelini ödeyerek malın mülkiyetini devralmak zorundadır. Borcunu gereği gibi ifa etmeyen (ödemeyen) taraf, diğer tarafın uğradığı zararı giderme sorumluluğunu taşır. Genellikle taşınır satış sözleşmelerinde ölçme, tartma ve devir giderleri satıcıya; taşıma giderleri gibi satılan malın devralınması için yapılan giderler alıcıya aittir.

1.5.2. Taşınmaz Satışı

4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nun 704. maddesine göre arazi, tapu kütüğünde ayrı sayfaya kaydedilen bağımsız ve sürekli haklar (30 yılı aşkın yararlanma/irtifak hakkı), kat mülkiyeti kütüğüne kayıtlı bağımsız bölümler (daireler, iş yerleri vs.) taşınmaz mal olarak kabul edilir.

Taşınmaz satışı, alıcı ile satıcı tarafın bir taşınmaz (gayrimenkul) üzerinden yaptığı satış türüdür. Satıcı taraf sözleşmeye konu olan gayrimenkulün mülkiyetini devretmeyi, alıcı taraf ise devir karşılığında bir bedel ödemeyi üstlenir (Görsel 1.11). Taşınmaz satış sözleşmelerinde malın mülkiyeti sözleşme kurulduğu anda alıcıya geçmez. Çünkü taşınmaz satışının resmî şekle tabi olması gerekir. Yani taşınmaz satışı tapu memurları önünde yapılmalıdır.



Görsel 1.11: Taşınmaz satışı

1.5.3. Diğer Satış Türleri

Örnek Üzerine Satış

Sözleşmeye konu olan malın alıcı ya da üçüncü kişiye teslim edilen örneğe veya önceden tespit edilen bir mala (numuneye) uygun olması hâlinde yapılan satış türüdür (Görsel 1.12). Ticari hayatta sıklıkla kullanılan örnek üzerine satış sözleşmesi, genellikle maket ya da model üzerinden yapılan satış işlemlerinde kullanılır.



Görsel 1.12: Örnek üzerine satış

Örnek üzerine yapılan satış sözleşmelerinde sunulan numunenin (örneğin) aslına uygun olduğunu ispat etme sorumluluğu alıcıya ait değildir. Alıcı, eline geçen malın numuneye uygun olmadığını düşünüyorsa sözleşmeden dönme hakkına sahiptir. Numunede yapılan biçim değişikliği dahi alıcının satın almayı tekrar gözden geçirmesine ve sözleşmeden dönmesine neden olabilir.

ÖZLÜ SÖZ

Pazarlama her şeydir ve her şey pazarlamadır.

Regis McKenna (Rıcis Mekena)



Beğenme Koşuluyla Satış

Alicinin satışa konu olan malı deneyerek ya da gözden geçirerek beğenmesi yoluyla yapılan satış türüdür. Beğenme yolu ile satışlarda alıcıya ürünü deneme ve inceleme fırsatı verilir (Görsel 1.13). Alıcı, ürünü inceleyip kullandıktan sonra satın almayı gerçekleştirip gerçekleştirilmekte özgürdür. Türk Borçlar Kanunu'nun ilgili maddesinde, beğenme yolu ile yapılan satışta alıcının satılanı kabul edebileceği ya da neden göstermeksizin iade edebileceği belirtilmiştir.



Görsel 1.13: Beğenme koşuluyla satış

Alıcı, deneme ya da inceleme fırsatı bulamadan bir ürün satın alabilir. Bu durumda satın aldığı üründe bir kusur varsa bunu ancak ürünü kullandığında fark eder. Alıcı, böyle bir durumda kanunda gösterilen haklarını kullanabilir fakat bu süreç zorlu ve uzundur.

Kısmi Ödemeli Satış

Kısmi ödemeli satış, taksitle satış ve ön ödemeli taksitle satış olmak üzere ikiye ayrılır.

a. Taksitle Satış: Satıcının sözleşmeye konu olan taşınır malı alıcıya satış bedeli ödenmeden önce teslim etmeyi, alıcının da malın bedelini parça parça ödemeyi üstlendiği satış türüdür (Görsel 1.14).



Görsel 1.14: Taksitle satış

Taksitle satış, ödemeyi peşin yapma imkânı olmayan alıcıların ihtiyaç duydukları ürün ya da hizmetlerin ücretini (bedelini) taksitler hâlinde ödeyebilmesini sağlar.

Taksitle satışın geçerli olabilmesi için sözleşmenin yazılı şekilde yapılması gerekir. Yazılı şekilde yapılan taksitle satış sözleşmelerinde şu bilgiler yer alır:

- Alıcı ve satıcının bilgileri (adres, ad soyad, vergi ya da T.C. kimlik No.)
- Satışın konusu, sözleşmenin kurulduğu yer ve tarih
- Satılan ürünün peşin fiyatı, taksitle ödeme nedeniyle ilave edilen ücret ve malın toplam bedeli
- Alıcıdan ön ödeme alınmışsa ödemenin tutarı
- Taksitlerin sayısı, tutarı ve ödenme zamanı
- Alıcının üstlendiği tüm sorumluluklar
- Sözleşmenin iptali ve cayma durumlarında alıcı ve satıcının hakları
- Bedelin ödenmemesi ya da gecikmesi durumunda uygulanacak yasal faiz oranı

b. Ön Ödemeli Taksitle Satış: Alıcının sözleşmeye konu olan taşınır malın bedelini önceden parça parça ödemeyi, satıcının da bedelin tamamı ödendikten sonra malın alıcıya devrini üstlendiği satış türüdür. Ön ödemeli satışın taksitle satıştan farkı, malın bedelinin satıcıya ödenmesinden sonra mülkiyetin alıcıya geçmesidir.

Ön ödemeli taksitle satış sözleşmesinin geçerli olabilmesi için yazılı şekilde yapılmış olması gerekir. Ön ödemeli taksitle satış sözleşmelerinde şu bilgiler yer alır:

- Alıcı ve satıcının bilgileri (adres, ad soyad vergi ya da T.C. kimlik No.)
- Satışın konusu, sözleşmenin kurulduğu yer ve tarih
- Satış bedelinin toplamı
- Taksit sayısı, taksit tutarı ve ödeme zamanı
- Sözleşme süresi
- Taksitlerin ödeneceği yetkili banka
- Alıcının üstlendiği faiz oranı
- Sözleşmenin iptali ve cayma durumlarında alıcı ve satıcının hakları, cayma ücreti

Açık Artırma Yoluyla Satış

Yer, zaman ve koşulları baştan belirlenmiş olan satış işlemleriyle taşınır ya da taşınmaz malların en yüksek bedeli ödemeye hazır alıcıya satıldığı satış türüdür (Görsel 1.15). Açık artırma yolu ile satış sözleşmesi, artırmayı yöneten memurun söz konusu malı en yüksek fiyatı öneren alıcıya vermesiyle kurulur. Açık artırma yolu ile satışlarda aksi bir durum kararlaştırılmadıysa malın bedeli peşin ödenir. Açık artırmaya konu olan mal taşınır ise mülkiyet, ihale anında kazanılır. Fakat söz konusu mal taşınmaz ise yani bir gayrimenkul ise mülkiyet, tapu siciliyle alıcıya geçer.



Görsel 1.15: Açık artırma yoluyla satış



ETKİNLİK

Satış sözleşmesi türleriyle ilgili aşağıda verilen örnek olayları inceleyiniz. Söz konusu olayın hangi satış türüne örnek olduğunu karşısına yazınız.

Örnek Olay	Satış Sözleşmesi Türü
1. Bir inşaat şirketinin satış ofisinden ev satın almayı düşünen Ahmet Bey, kendisine maket üzerinden gösterilen evin oturma planlarını da inceleyip evi satın almaya karar verir.
2. Neriman Hanım üniversiteyi kazanan oğlu Eymen için güzel bir hediye almayı planlamaktadır. Neriman Hanım, tercihini oğlunun da çok beğendiği, piyasaya yeni sürülen bilgisayardan yana kullanır.
3. Makbule Hanım, antika ürünleri çok sevmektedir. Sık sık Balat'ta düzenlenen müzayedelere katılan Makbule Hanım uzun zamandır beklediği bir vazo için ihaleye girer fakat teklifi yeterli bulunmadığı için vazoyu satın alamaz.
4. Umut Bey, açacağı yeni restoran için Eyüp Bey'in deniz kenarındaki arazisini satın almayı istemektedir. Fakat Eyüp Bey araziyi satmayı istememektedir. Sonunda taraflar ortak yolu bulur. Eyüp Bey, arazinin irtifak (kullanma) hakkını elli yıl süre ile Umut Bey'e devreder.
5. Nurten Hanım, evine memnuniyetsizlik durumunda aboneliğini şartsız şekilde sonlandırıp parasını geri alabileceği bir internet hattı bağlatır.
6. Üç ay sonra evlenmeyi planlayan Özlem Hanım, yeni evi için mobilya takımı satın alır. Özlem Hanım, mobilya ücretinin bir kısmını peşin verip geri kalanını on iki ay taksitle ödeyecektir.
7. Zuhâl Hanım ve eşi, 300.000 TL peşinat ödeyerek aylık 5.000 TL taksitli krediyle ev satın alırlar. Kredisi vadesi on yıl sürecek olan evin mülkiyeti taksitler bittikten sonra Zuhâl Hanım'a geçecektir.

ÖZLÜ SÖZ

“Pazarlama, ürettiğinizi elden çıkarmanın zekice yollarını bulma sanatı değildir. Pazarlama, gerçek müşteri değeri yaratma sanatıdır. Müşterilerin daha iyi duruma gelmelerine yardımcı olma sanatıdır. Pazarlamanın parolası; kalite, hizmet ve değerdir.”

Philip Kotler (Filip Kotlır)



1. UYGULAMA

Uygulama Adı	Satış Sözleşmesi Türleri
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Satış sözleşmesi türleri ile ilgili pano hazırlamak.

Açıklama: Bu uygulamada sizden belirlediğiniz satış sözleşmesi türüne göre bir pano hazırlamanız ve sınıfta arkadaşlarınıza sunmanız istenmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. Üçer kişilik gruplar oluşturunuz.
2. Grup olarak sunumu yapılacak satış sözleşmesinin türünü belirleyiniz.
3. Seçtiğiniz satış sözleşmesi türüyle ilgili bilgilerin doğru ve güvenilir olmasına dikkat ediniz.
4. Satış sözleşmesi türü ile ilgili en az bir görsel unsur kullanınız.
5. Örnek bir satış sözleşmesi kullanınız.
6. Alıcı ve satıcı tarafın bilgilerine yer veriniz.
7. Alıcı ve satıcının sorumluluklarına sıralı olarak yer veriniz.
8. İptal ya da cayma durumunda sunulan ek sorumluluklara yer veriniz.
9. Belirlenen satış sözleşmesinin sunumunu sınıfa yapınız.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek-1 Satış Sözleşmesi Türleri Pano Uygulaması Dereceli Puanlama Anahtarı” kullanılacaktır.



1.6. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN TARAFLARI VE KURULUM AŞAMALARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sizce bir satış sözleşmesinin hukuken geçerli sayılabilmesi için nelere dikkat edilmelidir? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Satış sözleşmesinde taraflar, alıcı ve satıcı olarak adlandırılır. Alıcı ve satıcı arasında yapılan satış sözleşmelerinde taraflar gerçek ya da tüzel kişi olabilir. Alıcı ve satıcı arasında yapılan satış sözleşmelerinde taraflar gerçek ya da tüzel kişi olabilir. Hukuki ilişkilerde taraf olabilen hak sahibi bireylere **gerçek kişi** denir. Ortak bir amaç doğrultusunda bir araya gelmiş kişi, kurum ya da topluluklara ise **tüzel kişi** denir. Dernek, vakıf, spor kulüpleri, siyasi partiler tüzel kişiye örnektir.

Aynı zamanda bir satış sözleşmesinde alıcı taraf da satıcı taraf da birden çok kişiden oluşabilir. Örneğin üç öğrencinin ortaklaşa yaptığı kira sözleşmesinde kirayı ödeme borcu, sözleşmede adı geçen üç öğrencinin sorumluluğundadır. Bu sözleşmede kiraya veren taraf tek kişiyken kiralayan taraf üç kişiden oluşmaktadır.

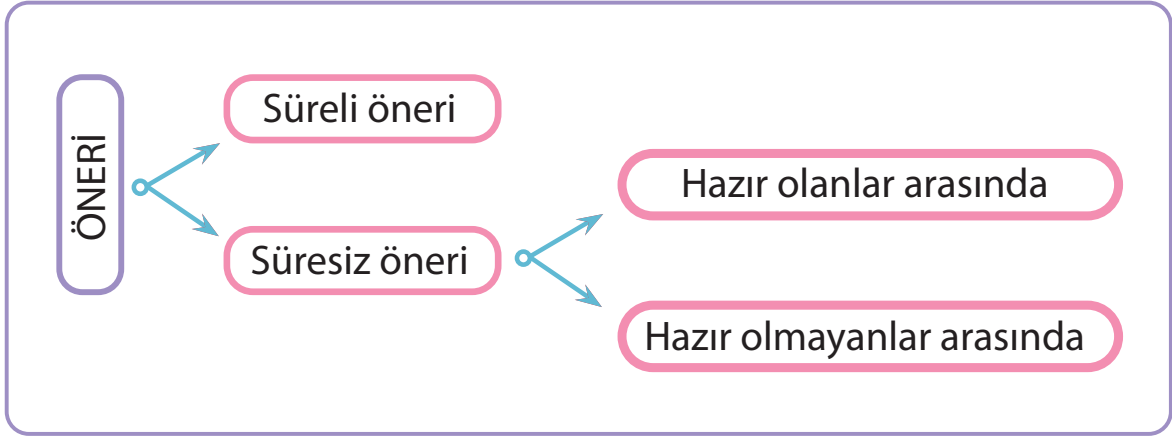
Ticari veya mesleki amaçlarla alıcılara (tüketicilere) mal ya da hizmet sunan gerçek ya da tüzel kişilere **satıcı** denir. Mal ya da hizmet sunan kişilerin adına ya da hesabına hareket eden kişilere de satıcı unvanı verilir. Ticari veya mesleki amaçlarla satın almayı gerçekleştiren gerçek ya da tüzel kişilere ise **alıcı** yani **tüketici** denir (Görsel 1.16). Alıcı, sözleşme gereği kendisine bir edimde bulunulmasını isteme yetkisine sahip olan kişidir. Satıcı ise edimde bulunma yükümlülüğünde olan kişidir. Bir satış sözleşmesinde satıcının sorumluluğu satılan malı teslim etmek, alıcının sorumluluğu ise malın bedelini ödemektir.



Görsel 1.16: Alıcı ve satıcı

Bir sözleşmenin kurulabilmesi için öncelikli şart, tarafların karşılıklı olarak irade beyanında (açıklamasında) bulunmasıdır. Karşılıklı irade beyanı, alıcı ve satıcı taraflar arasında “öneri” ve “kabul” ile gerçekleşir. Sözleşmenin kurulduğu an kabulün açıklandığı andır.

Türk Borçlar Kanunu’nda öneri, “sürelî öneri” ve “süresiz öneri” olarak iki başlıkta ele alınmıştır (Görsel 1.17).



Görsel 1.17: Türk Borçlar Kanunu'nda öneri

Sürelî Öneri: Bu öneri türünde sözleşmeyi öneren taraf, kabul için bir süre belirleyebilir. Öneren taraf, bu süre tamamlanana kadar, sözleşme hükümleriyle bağlıdır. Belirtilen süre içinde karşı taraf sözleşmeyi kabul etmezse bağlılıktan kurtulur.

Süresiz Öneri: Sözleşmeyi öneren taraf kabul için herhangi bir süre belirlememişse öneride bulunan tarafın sözleşme hükümlerine ne zamana kadar bağlı kalacağı, önerinin “hazır olanlar” ya da “hazır olmayanlar” arasında kurulma durumuna göre değişir.

- **Hazır olanlar arasında** yapılan sözleşme kurma işlemlerinde, sözleşme tarafları karşı karşıyadır. Bu durumlarda öneri hemen kabul edilmezse öneren taraf, önerisiyle bağlı olmaktan kurtulur. Örneğin dijital platform üyeliği için telefonla aranan alıcı kendisine teklif edilen hizmeti kabul etmemişse sözleşme kurulmamıştır. Dolayısı ile dijital platform üyeliği sağlayan şirketin alıcıya karşı herhangi bir sorumluluğu bulunmamaktadır.
- **Hazır olmayanlar arasında** yapılan sözleşme kurma işlemlerinde, sözleşmenin tarafları karşı karşıya değildir. Bu tür sözleşme kurma işlemlerinde; önerinin karşı tarafa ulaşması için geçecek süre, karşı tarafın öneri için düşünme süresi ve cevabın öneren tarafa ulaşma süresi dikkate alınmalıdır. Örneğin sözleşme önerisi posta yoluyla yapıldığında öneren taraf, sözleşme önerisi karşı tarafa ulaşana kadar öneri ile bağlıdır.

Sözleşme önerisinde bulunan taraf, karşı tarafın öğrenmesinden önce öneriyi geri alabilir yani önerisinden cayabilir. Örneğin posta yolu ile yapılan bir öneride öneren taraf, posta ulaşmadan önce karşı tarafı arayarak önerisinden caydığını bildirebilir. Kabulün geri alınmasında da aynı hükümler geçerlidir. Sözleşme tarafları, öneri ve kabul sonrasında sözleşme hükümlerince bağlıdır.



ETKİNLİK

Sözleşmenin tarafları kimlerdir? Sözleşmenin kurulum aşamalarını yazınız.

.....

.....

.....

.....

.....

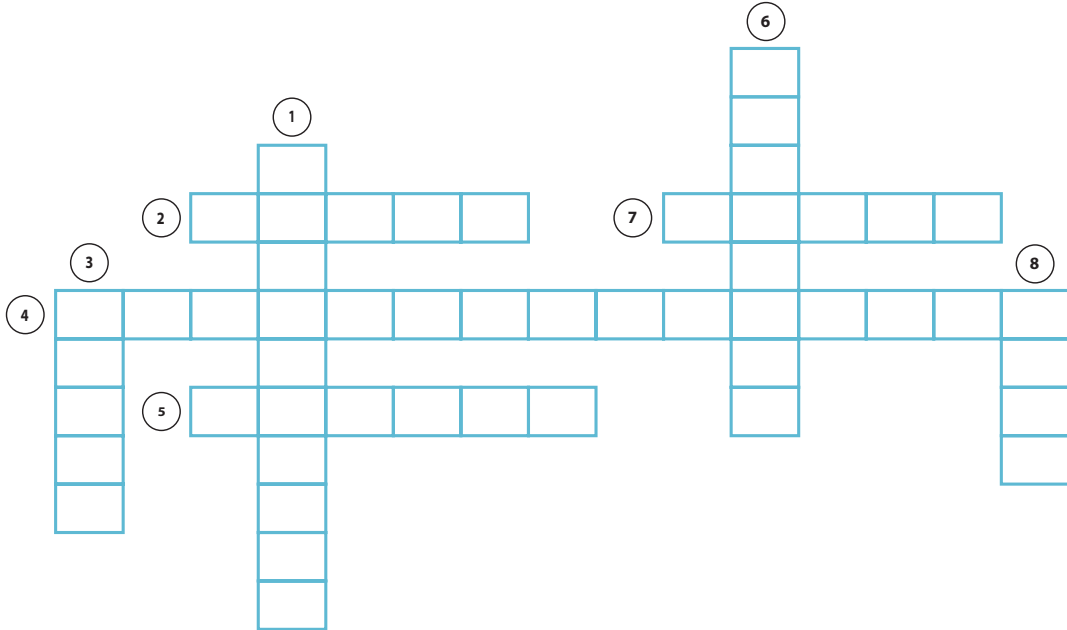
.....



ETKİNLİK

Aşağıda verilen açıklamalara uygun ifadeleri çengel bulmacadaki ilgili boşluklara yazınız.

1. Satış sözleşmesinin konusunu oluşturan mal ya da hizmet
2. Sözleşmenin kurulduğu an
3. Alıcının ödemeyi üstlendiği bedel
4. Satıcının, satılanın zilyetlik ve mülkiyetini alıcıya devretme, alıcının ise buna karşılık bir bedel ödeme borcunu üstlendiği sözleşme türü
5. Mal ya da hizmet sunan gerçek ya da tüzel kişi
6. Birden fazla tarafın hukuki sonuç meydana getirmek üzere karşılıklı irade beyanında bulunmaları ve bu irade beyanlarının birbirine uygun olması
7. Satın almayı gerçekleştiren gerçek ya da tüzel kişi
8. Sözleşme önerisi



1.7. SATIŞ SÖZLEŞMESİN TARAFLARININ SORUMLULUKLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sizce sözleşme taraflarının haklarının korunması açısından sözleşmenin sözlü ya da yazılı yapılmasının farkları neler olabilir? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Satış sözleşmeleri karşılıklı borç doğuran sözleşmelerdir. Bir tarafın borcu, diğer tarafın borcunun karşılığını oluşturur. Bu da tarafların birbirlerine karşı yasal sorumluluklarını ortaya çıkarır. Satış sözleşmesinin tarafları alıcı ve satıcıdır.

1.7.1. Satıcının Sorumlulukları

Satış sözleşmesinin taraflarından biri olan satıcı, alıcıya satış yapan kimsedir. Türk Borçlar Kanunu'nun 207. maddesine göre satıcının alıcıya karşı borçları şunlardır:

- Satılan malı teslim etmek
- Malın zilyetliğini ve mülkiyetini geçirmek
- Satılan malın alıcının elinden üçüncü kişiler tarafından alınmasını önlemek
- Ürünün ayıplı olması durumuna karşı güvence vermek
- Satılanı saklamak ve korumak
- Teslim için oluşan masrafları ve gerekli olursa taşıma masraflarını ödemek

1.7.2. Alıcının Sorumlulukları

Satış sözleşmesinin taraflarından biri olan alıcı, satın almak isteyen müşteridir. Türk Borçlar Kanunu'nun 207. maddesine göre alıcının satıcıya karşı borçları şunlardır:

- Satışa söz konusu olan mal veya hizmetin parasını ödemek
- Satılan mal veya hizmeti teslim almak
- Satılan mal ya da hizmeti teslim almasına rağmen gerekli bedeli zamanında ödememişse faiz ödemek
- Satılanı teslim almak ve bedelinin ödenmesiyle ilgili masraflara katlanmak
- Satılan mal ya da hizmet ile ilgili yükümlülüklerle katlanmak

BİLGİ KUTUSU

Medeni Kanun'un 973. maddesinde, "Bir şey üzerinde fiilî hâkimiyeti bulunan kimse onun zilyedir. Taşınmaz üzerindeki irtifak haklarında ve taşınmaz yüklerinde hakkın fiilen kullanılması zilyetlik sayılır." hükmü ile zilyetlik kavramı tanımlanmıştır.

Kaynak: <https://www.mevzuat.gov.tr/>



Görsel 1.18: Alıcı ve satıcının sorumlulukları



ETKİNLİK

Aşağıda verilen örnek olayı inceleyiniz. Örnek olayda alıcı ve satıcının hangi sorumlulukları yerine getirdiğini bulup ilgili kutucuklara yazarak sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Alıcı Emre Tan Çapraz, İstanbul'daki bir bayiden araç satın almak ister. Gittiği bayide istediği modelde aracı bulamaz. Bayideki satış personeli, söz konusu aracı Tekirdağ'daki bayiden getirebileceklerini söyler. Ayrıca aracın taşınması sırasında oluşabilecek hasara karşı güvence verir. Aynı zamanda aracın teslim masraflarının da bayi tarafından karşılanacağını söyler. Bu teklifi kabul eden Emre Bey, bir hafta sonra araç bedelini ve devir işlemleriyle ilgili masrafları ödeyerek aracını sağlam şekilde teslim alır.

Alicinin Sorumlulukları
Satıcının Sorumlulukları

1.8. SATIŞ SÖZLEŞMESİNİN İPTALİ VE CAYMA İŞLEMLERİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sözleşme tarafları arasında anlaşmazlık söz konusu olduğunda neler yapılabilir? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Tüketicileri Koruma Kanunu kapsamında tüketiciler, yaptıkları alışverişlerde ürünlerini teslim almalarından itibaren **on dört gün** içinde sözleşmeden cayabilir (Görsel 1.19). Tüketicilerin cayma için herhangi bir neden göstermeleri ve ceza ödemeleri gerekmez. Bazı sözleşmelerde tüketicilerin cayma hakkı bulunmayabilir. Böyle durumlarda yasal düzenlemelere bakılmalıdır.



Görsel 1.19: Sözleşmeden cayma

Sözleşmenin tarafları, iptal ya da cayma durumlarında bazı yaptırımlarla karşılaşır. Türk Borçlar Kanunu ile düzenlenmiş olan bu yaptırımlar; bağlanma parası, cayma parası ve ceza koşullarıdır.

Bağlanma Parası: Sözleşmeye taraf olan kişiler arasında sözleşmenin yapıldığını ispat etmek için alınıp verilen paradır. Bağlanma parası genellikle asıl alacaktan düşülür. Örneğin bir dairenin satışı için 750.000 TL'ye anlaşmış olan taraflardan alıcı, söz konusu daire için satıcıya 50.000 TL bağlanma parası ödemeyi kabul eder. Dairenin satışı gerçekleştiğinde yani mülkiyeti alıcı tarafa geçtiğinde, kalan 700.000TL'lik bedel satıcıya ödenir.

Cayma Parası: Sözleşme taraflarının kendi aralarında belirledikleri ve bir tarafın sözleşmeden cayması hâlinde karşı tarafa kalacak bedeldir. Böylelikle taraflar sözleşmeden caymaya yetkili olur. Cayma parasını veren taraf sözleşmeden dönerse verdiği paradan vazgeçer, parayı alan taraf sözleşmeden dönerse diğer tarafa cayma bedelinin iki katını öder. Örneğin bir kira sözleşmesindeki kiracı taraf, mülk sahibine kira bedelinin yarısı kadar cayma bedeli ödemişse mülk sahibi, mülkü kiralamaktan vazgeçmesi durumunda kiracıya cayma bedelinin iki katını iade etmelidir.

Ceza Koşulu: Borçlu tarafın alacaklı tarafa sözleşmeye konu olan borcu ifa etmemesi ya da gereği gibi ifa etmemesi durumlarında ödemeyi taahhüt ettiği para ya da ekonomik değeri olan maldır. Alacaklı taraf borcun ifa edilmemesinden dolayı maddi zarara uğramasa bile cezanın ifası gereklidir. Ceza koşulu sözleşme maddelerinde yer alabilir ya da taraflar arasında ceza koşulu ile ilgili ayrı bir sözleşme yapılabilir. Taraflar, ceza miktarını aralarında serbestçe belirleyebilir. Örneğin dağıtım hizmetinde kullanmak üzere yeni araçlar satın alan bir lojistik firması, araçları satın aldığı firmayla yaptığı satış sözleşmesine araçların bir ay içinde teslim edileceğine dair bir madde ekletmiştir. Belirtilen süre içinde araçların teslim edilmemesi durumunda, doğacak zarar için satıcı tarafın ceza ödemeyi üstlendiğini belirten madde de sözleşmede yer almıştır. Araçları geç teslim eden satıcı firma, sözleşmede yer alan ceza bedelini ödemiştir.



ETKİNLİK

Aşağıda verilen örnek olayı inceleyiniz. Siz de başlıkların yanlarındaki kutucuklara cayma parası ve bağlanma parası ile ilgili örnek olay yazıp sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Ceza Koşulu	Üretimde kullanmak üzere ham madde satın alan Betül Hanım, satış sözleşmesine ürünlerin teslim edilmemesi ya da geç teslim edilmesi durumunda zararının giderilmesi için cezai şart maddesi ekletmiştir.
Cayma Parası
Bağlanma Parası

Örnek Olay

Ecem Akanur, Arife Türkoğlu'nun sahibi olduğu firmadan bir bilgisayar satın alır. Satın aldığı bilgisayarın ekran kartı, garanti süresi içinde üç kez arızalanır. Bunun üzerine Ecem Akanur, sürekli arızalanan bilgisayarı verimli şekilde kullanamadığını belirterek firmaya ürünü iade etmek ister. Fakat firma yetkilisi Arife Türkoğlu, bu talebe olumsuz yanıt verir. Ecem Akanur, Tüketici Sorunları Hakem Heyetine başvurur. Heyet, gerekli incelemelerden sonra bedel iadesine karar verir. Fakat satıcı yine de bedeli ödemeye yanaşmaz. Ecem Akanur da ürün bedelinin yasal faiziyle birlikte tahsili için dava açar.

Davalı Arife Hanım, bilgisayardaki ayıbın üretimden kaynaklı olmadığını ileri sürerek davanın geri çevrilmesini ister.

6052 sayılı Tüketicinin Korunması ve Garanti Belgesi Yönetmeliği'nin hükümleri doğrultusunda dava konusuna bakıldığında davacının 21.11.2021 tarihinde satın aldığı bilgisayarın garanti süresinde üç defa ekran kartının arızalandığı, her arızada ürünün yetkili servise götürüldüğü, yaşanan bu aksaklıkların ürünün kullanımına engel olduğu ve servis sürecinin hâlihazırda devam ettiği görülür. Bu durumda mahkeme, yukarıda bahsi geçen kanun ve yönetmelik hükümleri gereğince ürün bedelinin iade edilmesi şartının oluştuğuna hükmeder ve davayı kabul eder.

2. UYGULAMA



Uygulama Adı	İptal ve Cayma İşlemleri Uygulaması
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	İptal ve cayma işlemleri ile ilgili afiş hazırlamak.

Açıklama: Bu uygulamada sizlerden tüketicilerin hangi sözleşme türlerinde iptal ve cayma işlemlerini gerçekleştirdiklerini araştırmanız ve araştırma sonuçlarından yola çıkarak bir afiş hazırlamanız istenmektedir. Yaşadığınız ilçede bulunan Tüketici Hakem Heyetini ziyaret etmeniz ve orada yapılan iş ve işlemleri gözlemlemeniz önemlidir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. Dörder kişilik gruplar oluşturunuz.
2. Tüketici Hakem Heyetinin görevlerini araştırınız.
3. Belirlediğiniz Tüketici Hakem Heyetine giderek iptal ve cayma işlemlerini araştırınız.

Araştırmanız sırasında aşağıdaki hususları dikkate alınız.

- İptal ve cayma işlemine konu olan hak ihlali
- İptal ve cayma işleminde tespit edilen suç ya da kabahat
- İptal ve cayma işleminde şikâyetin ne kadar sürede sonuçlandığı
- İptal ve cayma işleminde başvuru sonucu
- Kararın başvuru sahibine sağladığı fayda

4. Araştırmadan elde ettiğiniz verileri rapor hâline getiriniz.
5. Araştırma raporundan faydalanarak 30 x 50 cm ebatlarında özgün bir afiş tasarlayınız.
6. Tasarladığınız afişte yazı, resim, tablo, grafik, şekil, fotoğraf vb. farklı materyaller kullanınız.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek-2 İptal ve Cayma İşlemleri Uygulaması Dereceli Puanlama Anahtarı” kullanılacaktır.

**A) Aşağıdaki cümlelerin başındaki boşluğa ifade doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.**

1. () Ahlak kurallarının temeli, toplum tarafından kabul edilen iyi, kötü, doğru, yanlış kavramlarından oluşur.
2. () Sözleşme kurulurken tarafların iradelerinin birbirine uygun ve karşılıklı olması şartı aranmaz.
3. () Hukuk kuralları, maddi değil manevi yaptırıma sahiptir. Bu özelliği ile diğer toplumsal düzen kurallarından ayrılır.
4. () Satış sözleşmesinin konusunu mal gibi somut varlıkların yanında isim hakkı gibi soyut varlıklar da oluşturur.
5. () Sözleşmenin taraflarından biri diğer tarafı yalan beyan verme gibi çeşitli yöntemlerle aldatmış ise aldatılan taraf sözleşmeyle bağlı değildir.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere uygun sözcükleri yazınız.

6. Bireylere devlet tarafından verilmiş yetki ve özgürlüklere ve bireylerin kanunlarca korunan menfaatlerine denir.
7. Bir bireyin sosyal yaşamı düzenleyen kurallara uygun davranmaması hâlinde göreceği tepkiye denir.
8. Bireylerin toplum içinde sergilemeleri gereken tavırları düzenleyen ve nezaket davranışlarını şekillendiren kurallara denir.
9. Satıcının satılan taşınır malı alıcıya satış bedeli ödenmeden önce teslim etmeyi, alıcının da söz konusu malın bedelini parça parça ödemeyi üstlendiği satış türüne denir.
10. Satıcı tarafın satılan şeyin kullanma, yararlanma gibi mülkiyet hakkını alıcı tarafa devretme, alıcı tarafın ise buna karşılık ücret ödeme borcunu üstlendiği sözleşmelere denir.

C) Aşağıdaki soruların doğru cevabını işaretleyiniz.

11. Toplum içinde yaşayan bireylerin birbirleriyle, toplumla ve devletle olan ilişkilerini düzenleyen, kişi ve toplum yararını gözeten kurallara ne ad verilir?

- A) Ahlak
- B) Din
- C) Görgü
- D) Hukuk
- E) Örf ve âdet

12. Aşağıdaki sözleşme türlerinden hangisi satış sözleşmesi içinde yer almaz?

- A) Beğenme Koşuluyla Satış
- B) Örnek Üzerine Satış
- C) Taksitle Satış
- D) Taşınır Satışı
- E) Tüketim Ödücü

13. Aşağıdakilerden hangisi satıcının sorumlulukları arasında yer almaz?

- A) Teslim masraflarını ve gerektiğinde taşıma masraflarını ödemek
- B) Ürünün ayıplı olması durumuna karşı güvence vermek
- C) Satışa konu olan mal veya hizmetin parasını ödemek
- D) Satılanın üçüncü kişiler tarafından alıcının elinden alınmasını önlemek
- E) Malın zilyetliğini ve mülkiyetini geçirmek

14. Sözleşmeye taraf olan kişiler arasında sözleşmenin yapıldığını ispat etmek için alınıp verilen genellikle asıl alacaktan düşülen paraya ne ad verilir?

- A) Bağlanma
- B) Cayma
- C) Ceza koşulu
- D) Sözleşme önerisi
- E) Semen

15. Sözleşmeye konu olan malın bir örneğe ya da önceden kararlaştırılmış bir numuneye göre yapıldığı sözleşme türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Beğenme koşuluyla satış
- B) Örnek üzerine satış
- C) Taksitle satış
- D) Taşınır satışı
- E) Taşınmaz satışı

16. Taksitle arsa satın alan Ali Bey satıcıya olan borcunu ödemekte zorlanmış, taksitleri geciktirdiği için faiz ödemiştir.

Yukarıda verilen örnek olayda Ali Bey'in alıcının sorumluluklarından hangisini yerine getirdiği söylenebilir?

- A) Satılanla ilgili tüm yükümlülükler katlanmak
- B) Teslim alma ve ödeme masraflarına katlanmak
- C) Ödemeyi geciktirirse faiz ödemek
- D) Satılanı teslim almak
- E) Satılanın parasını ödemek

2. ÖĞRENME BİRİMİ

SATICI VE ALICININ HAK VE SORUMLULUKLARI



KONULAR

- 2.1. SATICININ TANIMI VE GÖREVLERİ
- 2.2. SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE SATICININ VE ALICININ BORÇLARI
- 2.3. SATIŞ SÖZLEŞMESİNDEN CAYMA HÂLİNDE SATICI VE ALICININ HAKLARI
- 2.4. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN AMACI, KAPSAMI VE TANIMLARI
- 2.5. TÜKETİCİ SÖZLEŞMELERİNDEKİ HAKSIZ ŞARTLARA KARŞI TÜKETİCİNİN KORUNMASI
- 2.6. AYIPLI MALLAR VE HİZMETLER
- 2.7. AYIPLI MAL VE HİZMETLERDEN DOĞAN HAK VE SORUMLULUKLAR
- 2.8. SÖZLEŞME TÜRLERİNE GÖRE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA İLİŞKİN KANUN HÜKÜMLERİ
- 2.9. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN KAPSAMINDA CAYMA HAKKI

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

1. Satıcının tanımı ve görevleri
2. Satış sözleşmesinden doğan haklar ve borçlar
3. Tüketicinin korunması hakkında kanunun hükümleri
4. Ayıplı mallar ve hizmetler karşısında tüketicinin korunması

TEMEL KAVRAMLAR

- * Satış sözleşmesi
- * Ayıplı mal ve hizmetler
- * Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

2. SATICI VE ALICININ HAK VE SORUMLULUKLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sizce başarılı bir satıcının satış sırasında sergilemesi gereken davranışlar nelerdir? Sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Günümüz piyasasında bir ürünün üretiminden tüketiciye ulaştırılmasına kadar gerçekleşen sürece doğrudan ya da dolaylı birçok faktör dâhil olur. Bu durum, üretici ve tüketiciler için hak ve sorumluluklar doğurur. Bu hak ve sorumlulukların üretici ve tüketiciler tarafından bilinmesini gerekir.

2.1. SATICININ TANIMI VE GÖREVLERİ

Geçmişte gereksinim ve isteklerini tek başına karşılayamayan insanların ihtiyaçlarını takas (değiş tokuş) yöntemiyle karşıladıkları görülür. Takas yöntemi, paranın icadıyla birlikte satış kavramına dönüşmüştür. Takas yönteminde karşılıklı mal değişimi yapan kişilerin yerini satıcı ve alıcı almıştır. Genel tabirle, satış eylemini gerçekleştiren kişiye satıcı denmiştir. Pazarlama kavramının önemli unsurlarından biri satıcıdır. Sürekli gelişerek ve büyüyerek günümüze ulaşan alış satış sürecinde satıcıya yüklenen sorumluluklar da farklılaşmış ve artmıştır. Günümüz modern pazarlama anlayışında **satıcı**, kâr elde etmek ya da mesleki faaliyetlerini yürütebilmek adına tüketiciye mal veya hizmet sunan kişi olarak tanımlanır. Satıcı, mal ve hizmet sunmanın yanında tüketiciyi bilgilendirme, yönlendirme, tüketicinin sorunlarına çözüm bulma sorumluluklarını da üstlenir (Görsel 2.1).



Görsel 2.1: Satıcı

Gerçek kişi, tüzel kişi veya kamu tüzel kişisi; satıcı olarak ticari faaliyette bulunabilir.

Gerçek Kişi: Her türlü hukuki faaliyete taraf olabilen bütün insanlar dil, din, ırk gibi farklar gözetmeksizin gerçek kişi sayılır.



Tüzel Kişi: Ortak bir amacın devamlılığını sağlamak üzere bir araya gelmiş insan veya mal topluluğudur.

Kamu Tüzel Kişisi: Kamu gücünün ayrıcalıklarından yararlanarak faaliyetlerini yürüten topluluktur. Mahallî idareler (belediyeler) ve meslek kuruluşları (tabip odası, ticaret odası, sanayi odası vb.), kamu tüzel kişiliğine örnek olarak verilebilir.



ETKİNLİK

Aşağıda verilen unvanları gerçek kişi, tüzel kişi ve kamu tüzel kişisi şeklinde ayırarak ilgili kutucuğa yazınız.

1. İpek Ece Karakuş
2. TRT
3. Ali Demir ve Ortakları Komandit Şirketi
4. Doğa Metal Anonim Şirketi
5. Ziraat Bankası
6. Gülseren Karadağ

Gerçek Kişi	Tüzel Kişi	Kamu Tüzel Kişisi

Satıcının Görevleri

Satıcının görevleri; faaliyet gösterilen sektör, üretim yapılan bölge, hitap edilen yaş grubu gibi birçok ölçüte göre şekillenir. Satıcının temel görevleri şunlardır:

- Pazar araştırması yapmak
- Müşterilerin ihtiyaç ve isteklerine göre hareket etmek
- Yeni müşteriler bulmak ve müşteri takibini gerçekleştirmek
- Müşteri memnuniyetini sağlamak
- Müşteri sorunlarına hızlı ve sonuç odaklı yaklaşmak
- Ürünü müşteriye eksiksiz ve zamanında ulaştırmak
- Yapılan satışlar için satış sözleşmesi oluşturmak
- Şirket menfaatlerini göz önüne alarak alternatif ödeme yöntemleri geliştirmek
- Yenilikçi olmak

ÖZLÜ SÖZ

Özü sözü doğru olan tacire cennet kapıları kapanmaz.

Hz. Muhammed



ETKİNLİK

Aşağıda, satıcının görevlerini anlatan cümleler verilmiştir. Verilen cümleleri inceleyiniz. Her cümlenin karşısında bulunan kutucuğa ilgili birer örnek yazınız. Yaptığınız çalışmalarını sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Satıcının Görevleri	Örnek Olay
1. Müşterilerin ihtiyaç ve isteklerine göre hareket etmek	Müşteriler ürünün ambalajında değişiklik yapılmasını istemiş ve müşterilerin istekleri doğrultusunda tek kullanımlık ambalaj yerine tekrar kullanılabilen ambalaj tercih edilmiştir.
2. Müşteri takibini gerçekleştirmek
3. Alternatif ödeme yöntemleri geliştirmek
4. Müşteri memnuniyetini sağlamak
5. Yenilikçi olmak



1. UYGULAMA

Uygulama Adı	Hak ve Sorumluluklarımı Öğreniyorum
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Alıcı ve satıcının hak ve sorumluluklarına uygun canlandırma yapmak.

Açıklama: Bu uygulamada sizden alıcı ve satıcıların hak ve sorumluluklarının konu edildiği bir satış süreci canlandırmanız ve bu süreçteki alıcı ve satıcının yerine getirmesi gereken görevleri göstermeniz istenmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. İkişerli grup oluşturunuz.
2. Satışı yapılacak bir ürün belirleyiniz.
3. Satış senaryosunu hazırlayınız.
4. Alıcı ve satıcı rolünü paylaşınız.
5. Satış sözleşmesi hazırlayınız.
6. Satıcının ve alıcının sorumluluklarını eksik yerine getirmesi durumunu ve oluşacak yaptırımları ele alan bir canlandırma yapınız.
7. Belirlenen satış sunumunu tüm sınıfa yapınız.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek-1 Satış Sürecinde Alıcı ve Satıcının Hak ve Sorumlulukları Konulu Yaratıcı Drama Uygulaması Dereceli Puanlama Anahtarı” kullanılacaktır.

2.2. SATIŞ SÖZLEŞMESİNDE SATICININ VE ALICININ BORÇLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Satış sürecini yazılı hâle getirmek yani sözleşme düzenlemek, alıcı ve satıcıya sizce ne gibi avantajlar sağlayabilir? Sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Sözleşmeler, alıcı ve satıcılara karşılıklı olarak borç yükleyen anlaşmalardır. Her ticari ilişki, taraflara sorumluluk yükler ve bu sorumlulukların sınırları kanunlarla belirlenir. Taraflar, sorumluluklarını yerine getirirken zarara uğramayacak ve karşı tarafı zarara uğratmayacak şekilde davranmak zorundadır. Karşısındaki zarara uğratan taraf, cezai yaptırıma maruz kalır.

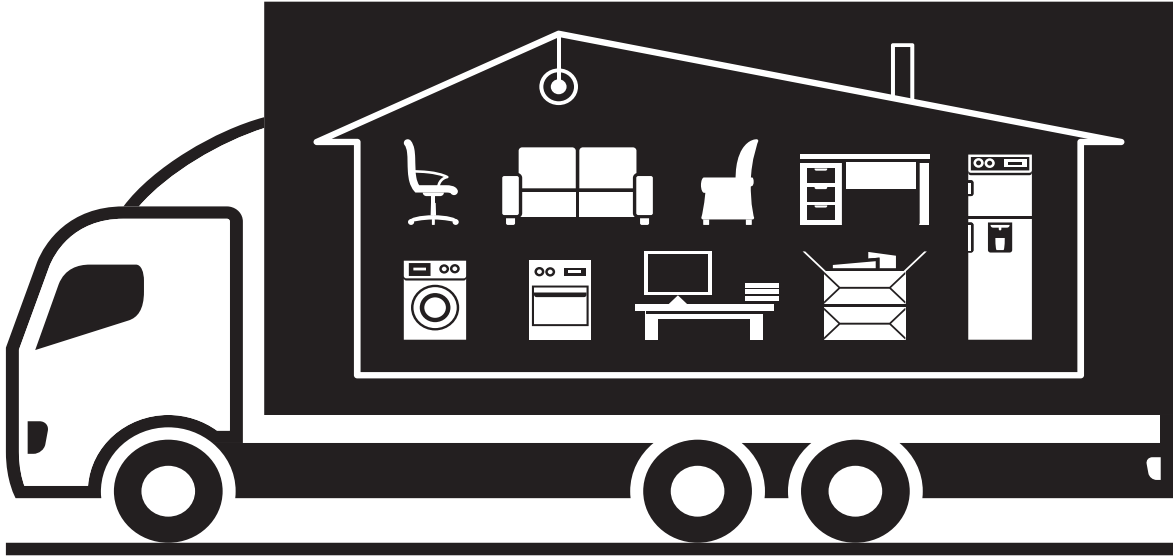
Tüm sözleşmelerde olduğu gibi satış sözleşmelerinde de tarafların birbirine karşı sorumlulukları vardır ve bu sorumluluklara Türk Borçlar Kanunu'nda detaylı olarak yer verilmiştir.

Türk Borçlar Kanunu'nda satış sözleşmeleri üç grupta incelenmiş ve belirtilen her sözleşme türünde alıcı ve satıcının sorumlulukları ayrı ayrı ele alınmıştır. Bu gruplar şunlardır:

- Taşınır satışı sözleşmeleri
- Taşınmaz satışı sözleşmeleri
- Diğer satış sözleşmeleri

2.2.1. Taşınır Satışı Sözleşmelerinde Satıcı ve Alıcının Borçları

Özellik bakımından taşınmaya uygun ve maddi bir değeri olan, taşınmaz sayılan mallar dışındaki tüm mallar taşınır mal olarak adlandırılır (Görsel 2.2).



Görsel 2.2: Taşınır mallar

Türk Borçlar Kanunu'nda taşınır satışı sırasında alıcının ve satıcının borçları (sorumlulukları) şunlardır:

Satıcının Borçları

- **Zilyetliğin Devri:** Zilyetlik, satılan üzerindeki tüm yetki, sorumluluk ve kullanım hakkının alıcıya devredilmesidir. Yani satıcı, sattığı taşınırın tüm haklarını alıcıya devretmek zorundadır.
- **Devir ve Taşıma Giderleri:** Sözleşmede aksi beyan edilmedikçe ölçme ve tartma giderleri satıcıya, satılanı devralma ve bir yerden başka bir yere nakletme için oluşacak taşıma giderleri de alıcıya aittir.
- **Satıcının Temerrüdü:** Temerrüt, satıcının borcunu yerine getirmemesi şeklinde açıklanabilir. Satıcı, borcunu herhangi bir sebepten dolayı ödeyemeyecek duruma düşerse alıcı, satışa konu olan taşınırdan vazgeçme hakkına sahiptir. Alıcının taşınırı devralmamasından dolayı uğradığı bir zarar söz konusu ise satıcı bu zararı karşılamakla yükümlüdür.



- **Zapttan Sorumluluk:** Zapt, bir malın zorla ele geçirilmesidir. Taşınır satışında, satılanın bir kısmı veya tamamı üçüncü kişi veya kişiler tarafından alıcının elinden zorla alınırsa yani zapt edilirse satıcı, taşınırın devredilmesine ilişkin görevini yerine getirmemiş sayılır. Ancak alıcı, sözleşmenin yapıldığı tarihte taşınırın üçüncü kişiler tarafından elinden alınabileceği ihtimalini bile- rek sözleşmeyi imzalarsa satıcının sorumluluğu ortadan kalkar. Satıcı, sözleşmeyi kurarken üçüncü bir hak sahibi olduğunu alıcıdan gizlerse sözleşme hükümsüz sayılır.

Alicinin Borçları

- **Satış Bedelinin Ödenmesi ve Satılanı Devralma:** Alıcı, sözleşmede belirtildiği şekilde malın bedelini ödeyerek kendine sunulanı hemen devralmakla yükümlüdür. Sözleşmede aksi belirtilmedikçe taşı- nır malın devrini erteleyemez.
- **Satış Bedelinin Belirlenmesi:** Alıcı, taşınıra biçtiği değeri belirtmeksizin satın alma kararını kesin olarak bildirmişse taşınırın bedeli, bulunduğu yer ve zamandaki piyasa değeri üzerinden belirlenir. Satış bedeli, ürünün ağırlığına göre belirleniyorsa ürünün muhafaza edildiği ambalajın ağırlığı (darası) düşüldükten sonra hesaplama yapılır.
- **Satış Bedelinin Muacceliyeti ve Faizi:** Muaccel, borcun ödeme zamanının gelmesi olarak açıklanır ve alıcının malı mülkiyetine geçirmesiyle birlikte satış bedeli muaccel olmuş olur. Ödemenin zama- nında gerçekleşmediği durumlarda ihtara gerek olmaksızın geçen her gün için satıcının faiz isteme hakkı ortaya çıkar.
- **Alicinin Temerrüdü:** Satılanın devrinin ödeme yapıldıktan sonra veya ödeme esnasında gerçekleşeceği durumlarda, alıcı ödemeyi gerçekleştiremezse yani temerrüde düşerse satıcı, satıştan cayabilir. Alıcının borcunu zamanında ödememesinden dolayı satıcı zarara uğradıysa alıcı bu zararı karşılamakla yükümlüdür. Zararın belirlenmesinde malın ödeme günündeki piyasa değeriyle satış bedeli arasındaki fiyat farkı gözetilerek hesaplama yapılır.

2.2.2. Taşınmaz Satışı Sözleşmelerinde Satıcı ve Alıcının Borçları

Aslına zarar vermeden bir yerden başka bir yere taşınması olanaksız olan ve maddi bir değere sahip olan her türlü eşya **taşınmaz mal** veya **gayrimenkul** olarak adlandırılır (Görsel 2.3).



Görsel 2.3: Taşınmaz mal

Her satış türünde olduğu gibi taşınmaz satışında da alıcı ve satıcı tarafın karşılıklı sorumlulukları söz konusudur. Bu sorumluluklar şunlardır:

- Sözleşmede aksi belirtilmedikçe satılan taşınmazın yüz ölçümü sözleşmede belirtilen yüz ölçümünden eksikse satıcı eksik kısım için alıcıya tazminat ödemek zorundadır. Ancak satıcı taşınmazın yüz ölçümünün tapu siciline yazılmış olan yüz ölçümünden farklı olduğunu resmî bir raporla ispatlarsa tazminat yükümlülüğü ortadan kalkar.
- Satıcı, sattığı yapının ayıbından beş yıl süre ile ağır kusurundan yirmi yıl süre ile sorumludur. Belirtilen süreler bittiğinde satıcının sorumluluğu da ortadan kalkmış olur.
- Sözleşmede, satılanın devrinin sonraki bir zamanda yapılacağına dair maddenin olması durumunda taşınmaza ilişkin fayda ve zarar, teslimle birlikte alıcıya geçer.
- Taşınır satışında yer alan tüm kurallar benzerlik durumunda taşınmaz satışında da uygulanır.

2.2.3. Diğer Satış Sözleşmelerinde Satıcı ve Alıcının Borçları

Diğer satış sözleşmeleri; örnek üzerine satış, beğenme üzerine satış, kısmi (taksitle) ödemeli satış, ön ödemeli taksitle satış sözleşmelerini kapsar. Bu kapsamda diğer satış sözleşmelerinde alıcı ve satıcının borçları aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Örnek Üzerine Satış: Bir örnek üzerine tarafların anlaşması ve satış sözleşmesi oluşturmasıdır (Görsel 2.4). Bu kapsamda alıcı, elindeki örneğin kendisine satıcı tarafından verilmiş örnek olduğunu kanıtlamak zorunda değildir. Alıcının elindeki örnek, inceleme sonucu değişmiş olsa bile alıcının beyanı geçerli sayılır. Ancak satıcıdan almış olduğu örnek, alıcının elindeyken deforme olmuş veya kaybolmuşsa gelen ürünün örneğe uygun olmadığını iddia eden alıcı bu iddiasını ispatlamakla yükümlüdür.



Görsel 2.4: Örnek üzerine satış

Beğenme Koşuluyla Satış: Ürünün alıcı tarafından denenecek ya da incelenerek satın alınmasıdır (Görsel 2.5). Alıcı, beğenme işlemini satıcıdan uzakta gerçekleştirecekse gerekli süre içinde ürünü beğenip beğenmediğini satıcıya bildirmelidir. Bildirmezse satıcının sözleşmeye bağlılığı ortadan kalkar. Satılan ürünün denenmeden veya gözden geçirilmeden alıcıya teslim edildiği durumlarda; alıcı, gerekli süre içinde (süre belirtilmemişse satıcının ihtarı üzerine) ürünü beğenmediğini belirtmemiş ya da geri vermemişse satışın sorunsuz gerçekleştiği kabul edilir.

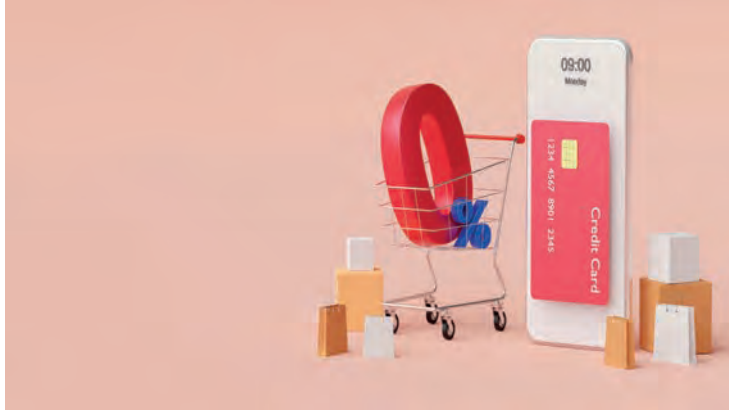


Görsel 2.5 : Beğenme koşuluyla satış

Alıcı, ürün bedelinin tamamını veya bir kısmını ödemişse ve ürünü gözden geçirme amacını aşan bir kullanım sağlamışsa beğenme koşulunun gerçekleştiği kabul edilir.



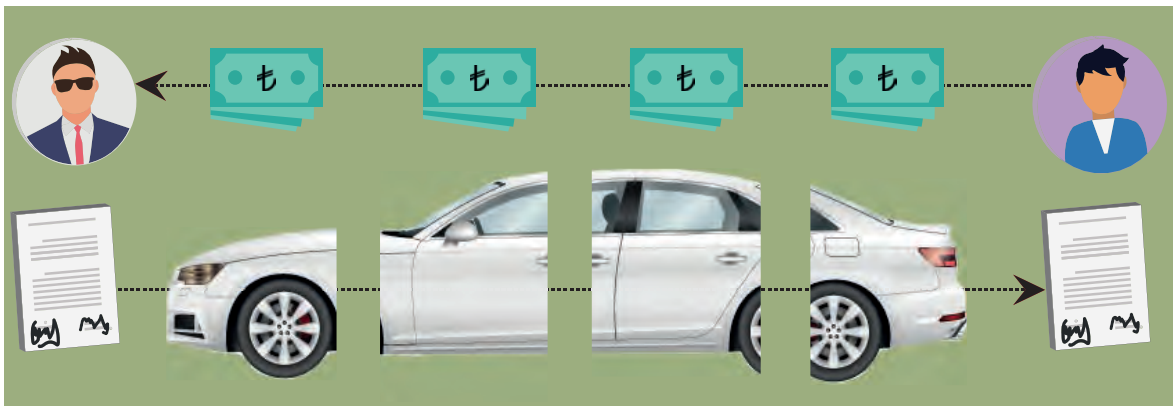
Kısmi (Taksitle) Ödemeli Satış: Alıcının satın almış olduğu ürünün bedelinin bir kısmını peşin, kalan kısmını parça parça ödemesidir (Görsel 2.6). Alıcı, ürün bedelinin en az onda birini peşin olarak kalan kısmını da sözleşme tarihinden sonraki üç yıl içinde ödemekle yükümlüdür. Asgari peşinat tutarını almadan malın devrini yapan satıcı, peşinat bedelini tahsil edemediği durumlarda malın peşinat bedeline denk gelen kısımda var olan haklarını kaybeder. Böyle bir durumda satıcı, zararını karşılamak adına ürünün satış fiyatını arttırsa bu artış hükümsüz sayılacaktır.



Görsel 2.6: Taksitle satış

Alıcı, satış bedeline ait kalan taksitleri istediği zaman tek seferde ödeyerek borçtan kurtulabilir. Böyle durumlarda peşin satış bedeline vade farkı adıyla eklenen ilave ücrette indirimle gidilmesi zorunludur. Bu indirim, ödenmemiş taksitlere yansıtılmış vade farkının yüzde ellisinden az olmayacak şekilde, kısalan ödeme süresine uygun olarak yapılır.

Ön Ödemeli Taksitle Satış: Alıcının borcunu önceden belirlenmiş taksitlerle ödeyip bitirdikten sonra malını devralmasıdır (Görsel 2.7). Taraflar arasında yapılan ve vadesi bir yıldan uzun veya belirsiz olan sözleşmelerde alıcı, sözleşmede belirtilmiş olan bankaya kendi adına tasarruf veya yatırım hesabı açtırarak ödemeleri yatırmakla yükümlüdür. Banka, açılan bu hesapta tarafların çıkarlarını gözetmek zorundadır. Alıcı satılan malın devrine kadarki süre içinde sözleşmeden caymak isterse satıcı, hesap üzerinde bulunan tüm haklarını kaybeder. Alıcı, tüm borcunu ödedikten sonra istediği zaman malın kendisine devredilmesini talep edebilir. Ancak satıcı malı üçüncü bir kişiden sağlayacaksa alıcı, malın devri için satıcıya uygun bir süre tanımak zorundadır.

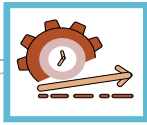


Görsel 2.7: Ön ödemeli taksitle satış

Örnek Olay

Akın Bey komşusu olan ve beyaz eşya satışı yapan Ali Bey'den bir adet televizyon alır. Televizyonun satış fiyatı 3.000 TL'dir ve bu bedelin en az 300 TL'sinin peşin olarak ödenmesi gerekmektedir. Komşuluk ilişkisini öne süren Akın Bey, elinde yeterince para olmadığını ve peşinat tutarı olan 300 TL'yi sonra ödeyeceğini söyleyerek televizyonu almak ister ve Ali Bey bunu kabul eder. Ali Bey, 300 TL peşinatı aldığını varsayarak kalan 2700 TL'lik kısmı 9 taksite böler. Her ay ödenmesi gereken taksit miktarı 300 TL olarak belirlenir. Akın Bey, 9 taksitini öder ve borcunun bittiğini iddia eder. Ali Bey ise ürün bedeline ait peşinatın ödenmediğini belirtir. Fakat iki komşu bu konuda anlaşma sağlayamaz. Ali Bey uğradığı bu haksızlık karşısında yasal işlem başlatmak üzere avukatına danışır ancak avukatın verdiği cevap Ali Bey'i mutlu etmez. Çünkü avukat, Türk Borçlar Kanunu'nda yer alan satış sözleşmesine ait taksitle satış hükümleri gereği, kısmi ödemeli satışlarda peşinat alınmasının yasal zorunluluk olduğunu, bu zorunluluğa uyulmamasından kaynaklanan zararın alıcı Akın Bey'i bağlamayacağını söyler. Kanun önünde, taksitle satış sözleşmesini imzalayıp sözleşmenin gerekliliği olan taksitlerini de ödeyen Akın Bey'in satış işleminin ilk ölçütü olan peşinatı da ödediği varsayılır. Ali Bey, peşinatı almayarak peşinat kadar kısma ait olan haklarından vazgeçmiş sayılmış ve komşusuna yapmış olduğu bir iyilik sonucunda farkında olmadan zarara uğramıştır.

Ali Bey, komşusu ve müşterisi olan Akın Bey ile yaşamış olduğu bu olaydan sonra satış sözleşmesi kurulurken alıcı ve satıcıya ait hak ve borçların neler olduğunu araştırır, bir daha böyle bir hataya düşmeden ticari hayatına devam eder.



ETKİNLİK

Aşağıda satış türlerine ait özellikler verilmiştir. Verilen özelliğin hangi satış türüne ait olduğunu karşıdaki boşluğa yazınız.

Özellik	Satış Türü
1. Ürünün üçüncü kişiden sağlanacak olması durumunda alıcının malın temini için satıcıya uygun bir süre tanımak zorunda olduğu satış türüdür.
2. Ürün bedelinin en az onda birinin peşin olarak temin edildiği, kalan kısmının ise en geç üç yıl içinde ödenebileceği satış türüdür.
3. Alıcının ürünü deneyerek ya da inceleyerek satın aldığı satış türüdür.
4. Örnek bir ürünün sunulması ve sunulan ürünün aynısının alıcıya teslim edilmesi şeklinde gerçekleşen satış türüdür.



ÖZLÜ SÖZ

En iyi yüz ticari kuruluşu incelemeye kalkarsanız eminim büyük bir çoğunluğunun başarısının özgün ve yenilikçi satış metotlarında gizli olduğunu fark edeceksiniz.

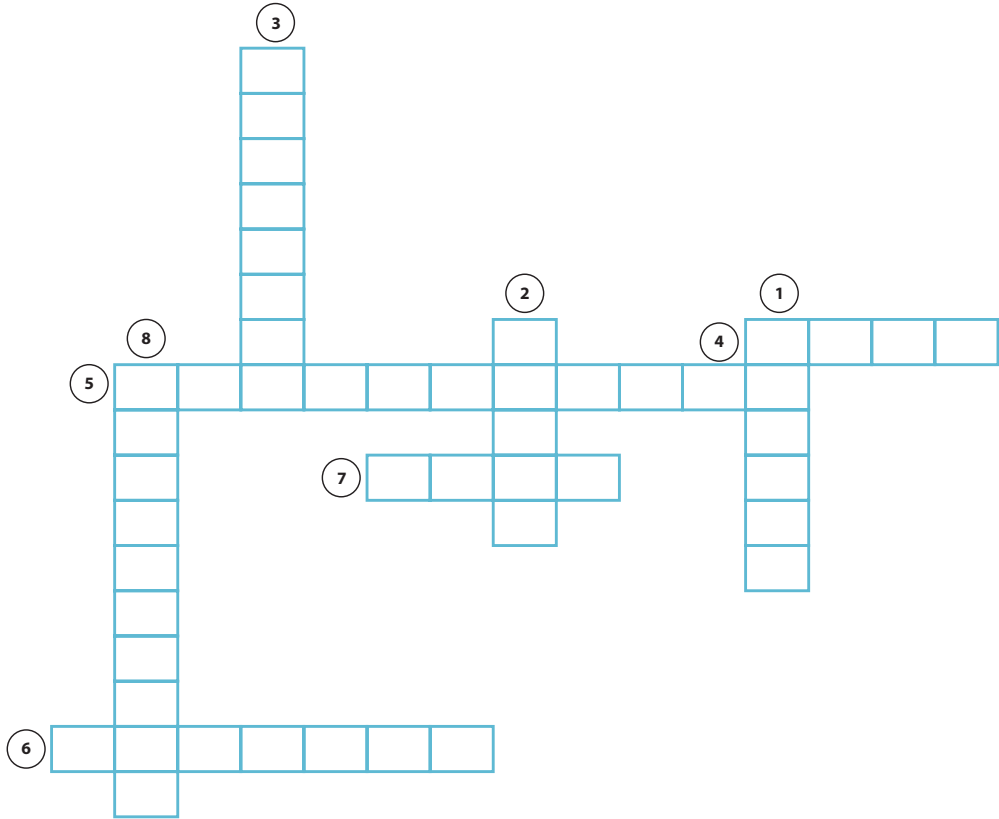
Alton Jones (Altın Cons)



ETKİNLİK

Aşağıda verilen açıklamalara uygun ifadeleri çengel bulmacadaki ilgili boşluklara yazınız.

1. Bir malın kullanım hakkına sahip olma durumu
2. Bir malın karşı tarafın kullanımına geçirilmesi
3. Bir görevi yerine getirmemek için direnme
4. Zor kullanarak ele geçirme, alıkoyma
5. Bir ürün karşılığı alıcının ödemeyi kabul ettiği ücret
6. Ödeme günü gelmiş olan borç
7. Ödünç verilen paranın kullanımına karşılık alınan kâr
8. Bir kimsenin üzerine aldığı iş için hesap verme durumu



2.3. SATIŞ SÖZLEŞMELERİNDEN CAYMA HÂLİNDE SATICI VE ALICININ HAKLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Kanunen iade hakkınız olmasaydı karşılaşılabileceğiniz sorunlar neler olurdu? Sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Günümüz ticaretinde, uzaktan alışverişi mümkün kılan teknolojik yeniliklerle birlikte iletişim, ulaşım, nakliye gibi ticareti şekillendiren alanlardaki gelişmeler, geleneksel ticaretteki birçok zorunluluğu da ortadan kaldırmıştır. Buna bağlı olarak alıcı ile satıcı arasındaki alışveriş ilişkisinde de yeni seçenekler ortaya çıkmıştır. Geleneksel alışveriş yöntemlerinde alıcı ile satıcının genellikle yüz yüze gelmesi gerekirken günümüz alışveriş yöntemlerinde aynı ülkenin farklı illerindeki hatta farklı ülkelerdeki alıcı ile satıcı, yüz yüze gelmeden alışveriş ilişkisi kurabilmektedir.

Teknolojinin gelişmesi, ürün çeşitliliğinin artması ve rekabet koşullarının iyileşmesi; tüketici pazarını oldukça genişletmiştir. Bu sayede tüketiciler tanımadıkları satıcılardan, daha az zaman harcayarak ve daha ucuza ürün satın alabilme imkânına kavuşmuştur. Bununla birlikte dolaylı ya da dolaysız etkileşimde olunan birçok unsur (uzun süre reklamlara maruz kalma, sosyal baskı, agresif pazarlama stratejileri vb.), tüketicinin satın alma davranışlarını etkilemekte ve kimi zaman iradesi dışında karar vermesine sebep olmaktadır. Bu noktada kanunlar devreye girmektedir. Ticaretin güvenilir hâlde gerçekleşmesini sağlamak amacıyla kanun yapıcılar, hem alıcının hem de satıcının haklarını ilgili kanunlarla güvence altına almıştır. Kanunda, tarafların karşılıklı olumlu irade beyanında bulunarak sözleşme oluşturabilecekleri gibi karşılıklı ya da tek taraflı olarak bu iradeden cayma hakları olduğu da belirtilmiştir (Görsel 2.8).



Görsel 2.8: Sözleşmeden cayma



Türk Borçlar Kanunu'nun 269. maddesine göre sözleşmeden cayma hâlinde alıcının ve satıcının sorumlulukları şunlardır:

- Ödeme süresi bir yılı aşan veya süresi belirsiz olan sözleşmelerde, malın devrine kadarki süre zarfında alıcı sözleşmeden cayabilir.
- Alıcının sözleşmeden cayması, satıcıya karşı cayma bedeli ödemesini zorunlu kılar. Satıcıya ödemesi öngörülen cayma bedeli, sözleşme unsurunun durumuna ve sözleşmenin yapıldığı tarihle cayma hakkının kullanıldığı tarih aralığında geçen toplam süreye bakılarak hesaplanır.
- Cayma bedeli, satıcıya ait toplam alacağın en az **yüzde ikisi**, en fazla **yüzde beşi** kadar olmalıdır.
- Alıcının ön ödeme yaptığı durumlarda, ödediği miktar cayma bedelinden daha fazla ise alıcı, aradaki farkı getirisiyle birlikte satıcıdan geri isteyebilir.
- Alıcının ölümü durumunda sözleşmeden cayılmış olur ve satıcı cayma bedeli talep edemez.
- Alıcı, kazanç sağlayamayacak ve ön ödeme yapamayacak hâle gelirse satıcıya alternatif ödeme talebinde bulunabilir. Satıcı alternatif ödeme talebini kabul etmezse sözleşmeden cayılmış olur. Böyle bir durumda alıcıdan cayma bedeli istenemez.



ETKİNLİK

Alıcının sözleşmeden cayması hâlinde cayma bedeli ödemesini gerektirmeyen durumlar nelerdir? Aşağıdaki kutucuğa maddeler hâlinde yazınız.

.....
.....
.....
.....
.....
.....

ÖZLÜ SÖZ

Verilen söz, vaktinde ödenmesi gereken bir borçtur.

Hz. Ali



ETKİNLİK

Aşağıdaki açıklamaları inceleyiniz. Cümleyi doğru şekilde tamamlayacak sözcüğü işaretleyiniz.

Ödeme süresi bir yılı aşan veya belirsiz olan sözleşmelerde alıcı, malın devri gerçekleşmeden önce sözleşmeden ...

cayabilir.

cayamaz.

Alıcının sözleşmeden cayması, satıcıya karşı cayma bedeli ödemesini ...

gerektirir.

gerektirmez.

Cayma bedeli, satıcının toplam alacağıın yüzde ikisinden az ...

olabilir.

olamaz.

Alıcının ön ödeme yaptığı durumlarda, ön ödeme tutarı cayma bedelinden daha fazla ise satıcı, aradaki farkı ...

geri öder.

geri ödemez.

Alıcı, yaralanma ya da sakatlanma gibi nedenlerle kazanç sağlayamayıp ön ödeme yapamayacak duruma düşmesi hâlinde alternatif ödeme talebinde bulunabilir. Satıcının bu talebi kabul etmemesi durumunda sözleşmeden cayılırsa alıcıdan cayma bedeli ...

istenir.

istenmez.



2.4. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN'UN AMACI, KAPSAMI VE TANIMLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Tüketiciyi koruyan kanunlar olmasaydı alışveriş sırasında hangi sorunlarla karşılaştınız? Sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Tüketici hakları kavramı ilk olarak 15 Mart 1962 tarihinde dönemin ABD Başkanı John F. Kennedy tarafından Temsilciler Meclisinde yapılan konuşmada geçmiştir. Bu konuşmada tüketici haklarının yasal güvenceyle korunması gerektiği belirtilmiştir. Bu fikir üzerine Avrupa Ekonomik Topluluğu tarafından 14 Nisan 1975'te temelde beş maddeden oluşan evrensel tüketici hakları, tüm dünyaya ilan edilmiştir. Daha sonra bu maddeler revize edilmiş ve madde sayısı sekize çıkarılmıştır.

1985 yılında Birleşmiş Milletler tarafından alınan kararla 15 Mart, "Dünya Tüketici Hakları Günü" olarak belirlenmiştir.

Türkiye'de 1995 yılında resmîyet kazanan bu kavram, 2013 yılında revize edilen kanunla son hâlini almıştır. Tüketici haklarının korunması "6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun" ile yasal güvence altına alınmıştır.

2.4.1. Kanunun Amacı, Kapsamı ve Temel Kavramlar

Kamu yararı gözetilen bu kanunun amaçları şunlardır:

- Tüketicilerin ekonomik çıkarlarını koruyup güvenliklerini sağlamak
- Tüketicilerin zararlarını karşılamak
- Tüketicilerin çevresel tehlikelerden korunmasını sağlamak
- Tüketicileri bilinçlendirmek ve aydınlatmak
- Tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerde bulunmalarını özendirme
- Toplumsal bilincin oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmek için gerekli hususları düzenlemek ve önlemleri almak

BİLGİ KUTUSU

2013 yılında 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un yürürlüğe girmesiyle birlikte, Türk hukuku için bir ilk olan ve tüketici haklarını koruma anlamında ilk özel kanun olma özelliğini taşıyan, 23.02.1995 tarihli, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun yürürlükten kalkmıştır.

Kaynak : <https://www.mevzuat.gov.tr>

2. Öğrenme Birimi

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, tüketiciyi ilgilendiren her türlü işlem ve uygulamayı kapsar (Görsel 2.9). Satıcı ve tüketiciler arasında yapılan alışverişin başından sonuna kadar oluşabilecek tüm uyumsuzluklar bu kapsam içinde değerlendirilmiştir.



Görsel 2.9: Tüketicinin Korunması Kanunu

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da geçen ve kanunun daha iyi yorumlanmasını sağlayacak temel kavramlar şunlardır:

Mal: Satışa konu olan konut, tatil amaçlı taşınmaz ve her türlü eşya ile sanal (elektronik) ortamda kullanılmak üzere hazırlanmış medya (ses, görüntü), yazılım ve benzeri unsurlardır.

Hizmet: Bir kazanç veya ücret karşılığında sunulan ya da sunulması vadedilen, mal dışındaki tüketici işlemidir.

Üretici: Tüketicie sunulan mal ya da malları kendi üreten veya üreticileri ile anlaşarak mallarda kendi unvanını, markasını ya da logosunu kullanıp kendisini üretici olarak gösteren tüzel veya gerçek kişidir.

Tüketici: Ticari veya mesleki amaçlar dışında kendi ihtiyaçlarını karşılamak üzere hareket eden gerçek veya tüzel kişidir.

Tüketici Örgütleri: Amacı tüketicinin haklarını korumak olan dernek, vakıf gibi topluluklar ya da bu toplulukların birleşmesiyle oluşmuş üst kuruluşlardır.

İthalatçı: Mal, hizmet veya üretimde kullanılan ham maddeleri ticari amaçlarla ithal eden gerçek kişi, tüzel kişi ve ya kamu tüzel kişisidir.

Kredi Veren: Kredi vermeye yetkili olan gerçek veya tüzel kişidir.

Sağlayıcı: Ticari ya da mesleki amaçlarla tüketicilere hizmet sunan veya hizmet sunan kuruluş adına hareket eden gerçek kişi, tüzel kişi ve ya kamu tüzel kişisidir.

Kalıcı Veri Saklayıcısı: Kendisine sunulan veya tüketiciden gelen her türlü bilginin aslına uygun şekilde kopyalanmasını sağlayan ve istendiğinde bu bilginin aslına kolayca ulaşabilmesine imkân tanıyan, elektronik ileti (kısa mesaj, elektronik posta vb.) ve elektronik kayıt (disk, CD, DVD, hafıza kartı) ortamıdır.



Araştırınız

Kamu kurum ve kuruluşları tarafından hazırlanmış reklamları araştırarak bu reklamlardan tüketicileri bilinçlendirme ve aydınlatma amacına hizmet eden üçer örnek bulunuz. Bulduğunuz reklamın adını, verdiği mesajı ve tüketiciler üzerindeki etkisini ilgili kutucuklara yazınız.

Reklamın Adı	Verdiği Mesaj	Tüketiciler Üzerindeki Etkisi
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.



ETKİNLİK

Aşağıdaki açıklamaları inceleyiniz. Açıklamanın Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un hangi amacına uygun olduğunu bularak yanındaki boşluğa yazınız

Mal veya hizmetin tüketicinin genel sağlığında herhangi bir olumsuz durum yaratmayacak şekilde üretilmesini sağlamak.
Tüketicinin, ihtiyaçlarını giderebilmek adına en uygun seçimi yapabilmesi için kolay ve yeterli bilgiye ulaşmasını sağlamak.
Tüketicinin daha düşük fiyatlarla daha çok seçeneğe ulaşabildiği pazar şartlarını oluşturmak.
Tüketiciyi doğrudan etkileyen kararlarda etkin rol oynayabilmek adına dernek vakıf gibi toplulukların kurulmasına olanak sağlamak.
Tüketicinin maddi ve manevi zararlarını gidermek adına gerekli önlemlerin alınmasını sağlamak.

2.5. TÜKETİCİ SÖZLEŞMELERİNDEKİ HAKSIZ ŞARTLARA KARŞI TÜKETİCİNİN KORUNMASI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Kullandığınız faturalı telefon hattınızın tarifesi size haber verilmeden değiştirilmiş ve aylık 20 TL daha fazla ödemeniz gerektiği bildirilmiştir. Böyle bir durumla karşılaştığınızda neler yaparsınız? Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Haksız şart, tüketiciye sorulmadan sözleşmeye eklenen ve tüketici aleyhine sonuç doğuracak olan sözleşme şartlarıdır. Günümüzde tüketicilerin haksız sözleşme şartlarıyla karşılaştıkları alanların başında bankacılık hizmetleri yer alır. Bankalar kredi kullanımı, kredi kartı talebi vb. işlemlerde tüketicinin imzasına sundukları sözleşmeleri kısıtlı zaman içinde okunamayacak kadar uzun ve karmaşık hâlde standart bir metne dönüştürmüştür. Bu da yapılan sözleşmenin tüketici tarafından okunamamasından ve tek taraflı hazırlanmasından kaynaklı haksız şart unsurunu ortaya çıkarır. Haksız sözleşme şartları; sigorta, taşımacılık, elektrik, su, doğal gaz vb. hizmetlerin sunulduğu alanlarda da görülmektedir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 5. maddesine göre tüketici sözleşmelerinde yer alan haksız şart hükümleri şunlardır:

- Tüketici sözleşmelerinde yer alan ve haksız şart kapsamında olan tüm maddeler geçersiz sayılır. Sözleşmenin diğer maddeleri geçerliliğini korumaya devam eder. Örneğin yedi maddeden oluşan bir sözleşmenin altı maddesi her iki tarafı eşit oranda gözetirken bir maddesi taraflardan birini daha fazla gözetirse bu madde haksız şart kapsamında değerlendirilir ve geçersiz sayılır. Sözleşmede kalan altı madde geçerliliğini korumaya devam eder.
- Sözleşme maddeleri, tüketiciyle müzakere edilerek sözleşmeye eklenmelidir. Sözleşmeye eklenen maddelerle sözleşmenin içeriğinin birbiriyle uyumadığı durumlarda sözleşme maddelerinin tüketiciyle görüşülmeden sözleşmeye eklendiği kabul edilir. Sözleşmeyi düzenleyen taraf, maddelerin tüketiciyle görüşülerek sözleşmeye eklendiğini ispat etmek zorundadır.
- Yazılı olarak beyan edilen sözleşme şartlarında, tüketicinin kolaylıkla anlayabileceği açık ve anlaşılır bir dil kullanılmalıdır. Sözleşmede yer alan maddelerden birinin veya birkaçının açık olmaması ya da birden fazla anlam taşıması durumunda bu maddeler tüketiciyi gözetecek şekilde yorumlanır.
- Çalışmalarını yetkili makamlar tarafından verilmiş izinle sürdüren kişiler için de bu sözleşme hükümleri geçerlidir.
- Bir sözleşme maddesinin haksız şart kapsamında değerlendirilebilmesi için sözleşmenin konusu, sözleşmeye konu olan mal ve hizmetlerin nitelikleri, sözleşmenin kuruluş tarihi ve o tarihte geçerli olan şartların incelenmesi gerekir.
- Kurumların kullandıkları standart sözleşmelerde haksız şart unsurunu oluşturacak maddelerin kullanılmaması adına ilgili bakanlık tarafından gerekli önlemler alınır.



ETKİNLİK

Aşağıda verilen Yargıtay ilamını inceleyiniz. Haksız şarta konu olan olayda mahkemenin vermiş olduğu kararı sınıfta arkadaşlarınızla yorumlayınız.

<p><u>Yargıtay 13. Hukuk Dairesinden :</u> <u>ESAS NO : 2020/867</u> <u>KARAR NO : 2020/990</u></p> <p style="text-align: center;">YARGITAY İLAMI</p> <p>MAHKEMESİ : Fethiye 1.Aşliye Hukuk Mahkemesi TARİHİ :10/05/2019 NUMARASI :2018/371-2019/419 DAVACI :Kazım Bey DAVALI :Serpil Hanım</p> <p>Taraflar arasındaki TSHH kararının iptali davasının yapılan yargılaması sonucunda ilamda yazılı nedenlerden dolayı davanın kabulüne yönelik olarak verilen hükmün süresi içinde davalı avukatınca temyiz edilmiş üzerine dosya incelendi gereği konuşulup düşünüldü.</p> <p style="text-align: center;">KARAR</p> <p>Davacı, davalıya kullandırılan konut kredisi nedeniyle davalıdan tahsil edilen 500,00 TL masraf bedelinin tüketiciye iadesine ilişkin Marmaris Kaymakamlığı Tüketici Sorunları Hakem Heyeti Başkanlığının 31/03/2012 tarih 2012/704 karar sayılı kararının iptalini istemiştir. Davalı, davanın reddini dilemiştir. Mahkemece, davanın kabulüne karar verilmiş, karar Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığınca kanun yararına temyiz edilmiştir. Taraflar arasında konut kredisi sözleşmesi bulunduğu ve davacı banka tarafından 500,00 TL masraf alındığı hususu ihtilafı değildir. Uyuşmazlık, alınan bu dosya masrafının haksız şart niteliğinde olup olmadığı ve davalı tüketiciye iade edilip edilmeyeceği hususundadır. Standart sözleşmeler, içeriğini kısmen veya tamamen genel işlem koşullarının oluşturduğu, tarafların karşılıklı müzakereleri sonucu değil, aksine, taraflardan biri veya üçüncü kişi tarafından önceden hazırlanmış hükümlerin kullanıldığı sözleşme tipi olarak tanımlanmakta olup, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 4822 Sayılı Kanunla değişik 6. maddesi ile Avrupa Konseyi'nin 05.04.1993 tarihli, 1993/13/AET yönergesinde ve bu yönergeyi iç hukuklarına aktaran Avrupa Birliği ülkelerinde, standart sözleşmelerde yer alan hükümlerin ve özellikle bu sözleşmelerin içeriğini oluşturan genel işlem koşullarının, haksız şart olduğuna ilişkin bir karine öngörülmüştür. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 6.maddesinin üçüncü fıkrasına göre, "Bir sözleşme şartı önceden hazırlanmışsa ve özellikle standart sözleşmede yer alması nedeniyle tüketici içeriğine etki edememişse, o sözleşme şartının tüketiciyle müzakere edilmediği kabul edilir.</p>	<p>Sözleşmenin bütün olarak değerlendirilmesinden, standart sözleşme olduğu sonucuna varılırsa, bu sözleşmedeki bir şartın belirli unsurlarının veya münferit bir hükmünün müzakere edilmiş olması, sözleşmenin kalan kısmına bu maddenin uygulanmasını engellemez" hükmü yer almaktadır. Yine 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 4822 Sayılı Kanunla değişik 6. maddesi ile sözleşmelerdeki "haksız şart" kurumu düzenlenmiş ve satıcı ve sağlayıcının tüketiciyle müzakere etmeden, tek taraflı olarak sözleşmeye koyduğu, tarafların sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerinde iyi niyet kuralına aykırı düşecek biçimde tüketici aleyhinde dengesizliğe neden olan sözleşme koşullarının haksız şart olup, taraflardan birini tüketicinin oluşturduğu her türlü sözleşmede yer alan haksız şartlar tüketici için bağlayıcı olmadığı belirtilerek, satıcı veya sağlayıcının, bir standart şartın münferiden tartışıldığını ileri sürüyorsa, bunu ispat yükünün ise ona ait olduğu belirtilmiştir. 4077 Sayılı Kanunun değişik 6 ve 31. maddelerine dayanılarak hazırlanan Tüketici Sözleşmelerindeki Haksız Şartlar Hakkında Yönetmeliğin 7. maddesinde ise "satıcı, sağlayıcı veya kredi veren tarafından tüketici ile akdedilen sözleşmede kullanılan haksız şartların batıl olduğu" hükmü getirilmiştir. Davalı bankanın tacir olup, yaptığı masrafları tüketiciden istese hakkı bulunduğu anlaşılmakta ise de, somut uyuşmazlığın tüketici hukukundan kaynaklandığı da gözetildiğinde, bankanın ancak davaya konu kredinin verilmesi için zorunlu, makul ve belgeli masrafları tüketiciden isteyebileceğinin kabulü gerekir. Buna göre; mahkemece, davalı bankadan bu yönde delilleri sorulduktan sonra, konusunda uzman bilirkişi ya da heyetinden, yukarıda belirtilen açıklamalar ışığında ve kredinin kullanılması için zorunlu, makul ve belgeli masrafların neler olduğunun tespiti noktasında rapor alınarak hâsıl olacak sonuca göre bir karar verilmesi gerekirken bu yönergeye gözetilmeksizin eksik inceleme ile yazılı şekilde davanın kabulüne karar verilmesi usul ve yasaya aykırıdır. Açıklanan nedenlerle Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığının kanun yararına bozma talebinin kabulü gerekmektedir.</p>
--	--

2.6. AYIPLI MALLAR VE HİZMETLER



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Size teslim edilen ürünün satın aldığınız ürünle özellik ya da fayda bakımından örtüşmediği durumlarda sorunun çözümü için nasıl bir yol izlersiniz? Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da yer alan bir diğer konu da tüketicilerin ticari işlemler sırasında ayıplı mal ve hizmet ile karşılaşmaları durumudur.

Kanun yapıcılar, tüketicilerin satın aldıkları mal veya hizmetin ayıplı olması durumunda oluşabilecek zararı gidermek adına bir takım önlemler alarak bunları yazılı hâle getirmiştir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 8. ve 13. maddelerinde, tüketicinin ayıplı mal veya hizmetle karşılaşması durumunda izlemesi gereken yol ve işletmenin tüketici zararını gidermek için yapması gerekenler, karşılıklı sorumluluklar çerçevesinde ayrı ayrı ele alınmıştır.

ÖZLÜ SÖZ

İbadet gibi ticaret de hile kabul etmez.

Hz. Ali

Ayıplı mal, alıcıya teslimi sırasında aslına uygun özellikleri taşımayan, bu sebeple sözleşmeye aykırı olan maldır. Yani tüketicinin satıcıdan talep ettiği, taraflarca kararlaştırılmış ürünün özellik veya değer anlamında eksik çıkması ayıplı mal kavramını ortaya çıkarır (Görsel 2.10).



Görsel 2.10: Ayıplı mal

Reklamlarında, kullanma kılavuzunda, etiketinde ya da ambalajında belirtilen özelliklerinden bir veya daha fazlasını taşımayıp tüketicinin üründen beklediği faydayı sağlayamayan, hukuki ve ekonomik anlamda eksiklikler içeren bütün mallar ayıplı mal sayılır.

Sözleşmeye konu olan malın sözleşmede belirtilen süre içinde teslim edilmemesi veya montajı satıcı tarafından yapılacak ürünlerdeki hatalı montaj, ürünün ayıplı mal sayılmasına sebep olur. Ayrıca montajı tüketici tarafından yapılacak ürünlerin montaj talimatnamesinde tüketicinin yanlış yönlendirilmesi sonucu oluşan hatalı montaj da ürünü ayıplı kılar.



Ayıplı hizmet, sözleşmede belirtilen özellikleri taşımayan ve taraflarca belirlenmiş süre içinde yerine getirilmeyen hizmetlerdir. Reklam veya ilanlarda tüketicieye vadedilen nitelikleri gerçekte taşımayan, tüketicinin hizmetten beklediği faydayı sağlayamayan, hukuki ve ekonomik anlamda eksiklikler içeren tüm hizmetler ayıplı hizmet sayılır (Görsel 2.11).



Görsel 2.11: Ayıplı hizmet



ETKİNLİK

Aşağıda yer alan kutucuklara ayıplı mal ve ayıplı hizmet kavramlarını karşılayan beşer örnek yazınız. Yazdığınız örnekleri sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Ayıplı Mal	1. 2. 3. 4. 5.
Ayıplı Hizmet	1. 2. 3. 4. 5.

2.7. AYIPLI MAL VE HİZMETLERDEN DOĞAN HAK VE SORUMLULUKLAR



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Satın aldığınız mal ya da hizmetin ayıplı çıkması durumunda ayıbın giderilmesi veya zararınızın karşılanması için nasıl bir yol izlersiniz? Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Tüketicilerin ticari faaliyetlerinde çok sık karşılaştıkları durumların başında ticarete konu olan mal veya hizmetin ayıplı çıkması gelmektedir. Ayıplı mal veya hizmetle karşılaşan tüketicinin sahip olduğu hak ve sorumlulukları bilmesi önemlidir.

Bununla birlikte satıcının ayıplı mal veya hizmet satması durumunda tüketicinin mağduriyetini ne ölçüde gidermesi gerektiğinin sınırları Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile belirlenmiştir.

Tarafların Ayıplı Maldan Doğan Sorumlulukları

- Satıcı, tüketiciye satış sözleşmesinde özellikleri belirtilen ürünü teslim etmek zorundadır.
- Tüketicinin satın aldığı üründe ilk **altı ay** içinde ayıpla karşılaşılması durumunda ürünün ilk satış gününde ayıplı olarak satıldığı kabul edilir. Böyle durumlarda satıcı ayıplı ürün satmadığını ispat etmek zorundadır. Örneğin satın aldığı kazağı tüylenme şikâyetiyle iade etmek isteyen tüketicinin bu iade gerekçesi, ürünün **ilk günden** itibaren ayıplı olduğunun göstergesidir ve ayıplı ürünün iadesi işlemleri uygulanmalıdır.
- Tüketicinin sözleşmenin kurulduğu tarihte, teslim alacağı ürünün ayıplı olduğunu bilmesi veya bilme ihtimalinin olması, sözleşmeye aykırılık durumunu ortadan kaldırır. Örneğin ikinci el araç satın alan bir kişi, aracın kaza geçmişini TRAMER (Trafik Sigortaları Bilgi Merkezi) sisteminden kolayca sorgulama imkânına sahipken bunu yapmazsa aracı aldığı tarihte sistemde kayıtlı olan kaza durumundan dolayı daha sonra sözleşmeden caymayı talep edemez.
- Ayıplı mallar da satış amacıyla tüketiciye sunulabilir. Bu gibi durumlarda üretici, ithalatçı veya satıcı tarafından ürünün ambalajına görünür ve okunaklı şekilde, ürünün ayıplı olduğunu belirten açıklama koyulması zorunludur. Örneğin pazarlarda veya indirimli satış mağazalarında üzerlerinde “defolu (kusurlu)” etiketi bulunan ürünler satılabilmektedir.
- Teknik düzenleme yani tamir yapılmasına rağmen düzeltilemeyecek olan elektronik ürünler ayıplı mal olarak da satılamaz.

Ayıplı malla karşılaşan tüketicinin sahip olduğu haklar şunlardır:

- Ürünü iade etmek istediğini bildirerek sözleşmeden dönme
- Ürünü iade etmeyerek ayıp oranına denk gelecek şekilde indirim isteme
- Yüksek maliyet gerektirmeyen durumlarda ücretsiz olarak ürünün onarılmasını isteme



- İmkân varsa ayıplı ürünün sağlamıyla veya eş değer başka bir ürünle değiştirilmesini isteme

Satıcı, tüketicinin seçimlik haklarını yerine getirmekle yükümlüdür (Görsel 2.12).



Görsel 2.12: Tüketicinin seçimlik hakkı

Tüketici, ayıplı ürünün ücretsiz bir şekilde onarılması veya ayıpsız olanıyla değiştirilmesini isteme hakkını satıcıya, üreticiye ve ithalatçıya karşı kullanabilir. Tüketicinin bu hakkının yerine getirilmesinden satıcı, üretici ve ithalatçı zincirleme şekilde sorumludur. Ancak malın piyasaya sürüldükten sonra ayıplı hâle geldiğini ispat eden üretici ve ithalatçının bu sorumluluğu ortadan kalkar.

Üretici, satıcı veya ithalatçı; tüketicinin ayıplı malın onarılması veya ayıpsız olanla değiştirilmesi talebini bildirmesinden itibaren azami (en fazla) **otuz iş günü** içinde bu talebi yerine getirmek zorundadır. Konut veya tatil amaçlı satın alınan taşınmazların ayıplı çıkması durumunda ise bu süre **altmış iş günüdür**.

Tüketicinin sözleşmeden döndüğü ya da ayıp oranında indirim talep ettiği durumlarda, ödenmiş olan bedelin tamamı veya bedelden yapılan indirim tutarı derhâl tüketiciye iade edilir. Ayıplı maldan doğan zararın giderilmesi sırasında ortaya çıkan tüm masraflar, zararı giderecek olan tarafça karşılanır.

Ayıplı Malın Sorumluluğunda Zaman Aşımı

Taraflar arasında sözleşmenin kuruluş aşamasında farklı süre belirtilmemişse ayıplı maldan doğan sorumluluğun zaman aşımı süresi, ayıp sonradan ortaya çıksa bile ürünün alıcıya teslim edildiği tarihten itibaren **iki yıldır**. Bu süre, konutta ve tatil amaçlı taşınmazlarda taşınmazın alıcıya tesliminden itibaren **beş yıldır**.

İkinci el olarak satılan ürünlerde ayıplı maldan sorumluluk süresi **bir yıldan**, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallardan sorumluluk süresi ise **üç yıldan** az olarak belirlenemez (Tablo 2.1).

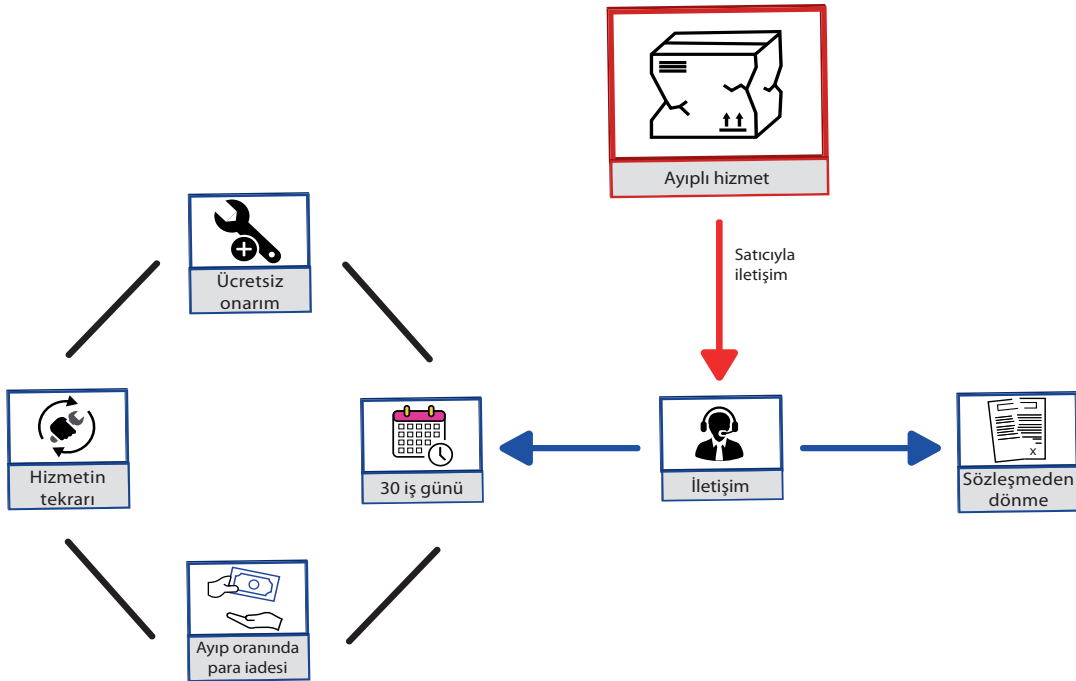
Tüketicie satılan ürünün ayıbının hile ile gizlendiği durumlarda zaman aşımı hükümleri uygulanmaz.

Tablo 2.1: Ayıplı Malda Zaman Aşımı

Ayıplı Malın Sorumluluğunda Zaman Aşımı		
	Yeni Ürün (İlk Kullanıcı)	İkinci El Ürün
Ayıplı Mal	İki yıl	Bir yıl
Ayıplı Taşınmaz	Beş yıl	Üç yıl

Tarafların Ayıplı Hizmetten Doğan Sorumlulukları

- Satıcı, sözleşmede belirtilen hizmeti standartlarına uygun olarak yerine getirmekle yükümlüdür.
- Hizmeti ayıplı olarak sunan satıcı, tüketicinin bu ayıplı hizmetten doğan zararını karşılamakla yükümlüdür.
- Zararın giderilmesi kapsamında tüketici; hizmetin yeniden sunulması, hizmetin ücretsiz olarak onarımı, hizmet bedelinde ayıp oranında indirim ve sözleşmeden cayma haklarından birini satıcıdan talep edebilir. Bu haklar, tüketicinin seçimlik hakları olarak ifade edilir ve satıcı, tüketicinin talep ettiği seçimlik hakkı yerine getirmekle yükümlüdür (Görsel 2.13).



Görsel 2.13: Ayıplı hizmette zararın karşılanması



ÖZLÜ SÖZ

Hile yıldırıma benzer, onun ışığıyla yolcuların yolu görmelerine imkân yoktur.

Mevlânâ

- Tüketicinin zararının giderilmesi sırasında oluşacak bütün masraflar satıcı tarafından karşılanır.
- Tüketicinin talep ettiği seçimlik haklarından ücretsiz onarım ve hizmetin yeniden sunulması seçenekleri satıcıyı orantısız şekilde zora sokacaksa tüketici bu hakları satıcıya karşı kullanamaz. Buradaki orantısızlığın belirlenmesinde; hizmetin ayıpsız değeri, ayıbın önem derecesi ve tüketicinin diğer seçimlik haklarından birini tercih etmesi durumunda zararının karşılanıp karşılanmayacağı dikkate alınır.
- Tüketicinin sözleşmeden cayma hakkını seçtiği durumlarda hizmet bedelinin tamamı, hizmet bedelinin indirim isteme hakkını seçtiği durumlarda ise indirim tutarı hemen tüketiciye iade edilir.
- Ücretsiz onarım ve hizmetin yeniden sunulması haklarından biri seçildiğinde, bu hakların tüketiciyi zora sokmayacak ve makul sayılabilecek süre içinde satıcı tarafından sağlanması beklenir. Bu süre, tüketicinin talebini satıcıya bildirmesinden sonra **otuz iş gününü** geçemez. Süre otuz iş gününü aşarsa tüketici diğer seçimlik haklarını kullanmakta serbesttir.
- Tüketici, ayıplı hizmete maruz kaldığında seçimlik haklarından birini kullanmakla birlikte Türk Borçlar Kanunu hükümleri gereği, satıcıdan tazminat da talep edebilir.

Ayıplı Hizmetin Sorumluluğunda Zaman Aşımı

Sözleşmede farklı süre belirtilmediyse kanunda, ayıplı hizmetten doğan sorumluluğun zaman aşımı, ayıp daha sonra orta çıkmış olsa bile ürünün teslim tarihi itibarıyla **iki yıllık** süreyi kapsar.

Ancak sunulan hizmetin ayıplı olduğu, ağır kusur ya da hile ile tüketiciden gizlenmişse zaman aşımı hükümleri uygulanmaz.



ETKİNLİK

Aşağıda verilmiş örnek durumları inceleyiniz. Her bir örneğin karşısına örnekteki durumda alıcının seçimlik haklarını (iade, değişim, kusur oranında indirim, ücretsiz onarım) kullanıp kullanamayacağını yazınız.

Örnek Durum	Kullanır / Kullanamaz
1. Montaj talimatnamesindeki yanlış yönlendirme sonucu üründe hasar oluşması
2. Yıkama talimatnamesinde 30 derecede yıkanır yazan bir ürünün 90 derecede yıkanması sonucu ürün renginin solması
3. Alınan ayakkabının tabanının sekiz ay sonra açılması



ETKİNLİK

Talih Bey bayiden satın aldığı ve ilk kullanıcısı olduğu aracıyla seyir hâlindeyken aracın ön camı kırılır. Talih Bey, aracı otomobil satış bayisine götürüp olan biteni anlatır. Bayi yetkilisi, yaşanan bu olay için Talih Bey'den özür dileyerek aracın ön camının ücretsiz değişimini sağlar. Fakat bir hafta sonra yine seyir hâlindeyken aracın camı ikinci kez kırılır. Talih Bey, aracı bayiye tekrar götürür ve iade etmek istediğini bildirir. Bayi yetkilisi, aracı iade alamayacaklarını ancak Talih Bey'in ikinci el olarak kendilerine satması hâlinde satış bedeline uygun yeni bir araç verebileceklerini söyler. Talih Bey bu teklifi kabul etmeyip hem bayiye hem de ithalatçı firmayı mahkemeye vererek hakkını aramayı tercih eder.

Mahkeme süreci yedi yıl sürer. Mahkeme sonucunda ...

Yukarıda yaşanmış bir olay verilmiştir. Sizce bu olayda mahkeme nasıl bir karar vermiştir? Sınıfta arkadaşlarınızla tartışarak ihtimalleri aşağıdaki kutucuğa yazınız.

Not: Bulduğunuz sonuçları karşılaştırmak adına mahkemenin verdiği karara arama motoruna “ayıplı araca 7 yıl sonra” yazarak ulaşabilirsiniz.

.....

.....

.....

.....

.....

2.8. SÖZLEŞME TÜRLERİNE GÖRE TÜKETİCİNİN KORUNMASINA İLİŞKİN KANUN HÜKÜMLERİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Tüketicilerin yazılı hâlde kurmadıkları sözleşmeler sonucunda karşılaşabilecekleri mağduriyetler neler olabilir? Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Tüketicilerin büyük bir kısmı alacakları ürün ya da hizmeti seçerken fiyat, kalite, teslimat, satış sonrası hizmet gibi ölçütlerin yanında ödeme yöntemlerinin çeşitliliğini de dikkate almaktadır.

Ödeme yöntemlerinin çeşitlenmesiyle birlikte sözleşmenin kuruluş aşamasında, ürünün teslimatı veya ödemesi sırasında karşılaşılabilecek olan problemlerin nasıl çözüleceği Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'daki satış sözleşmesi türlerinde açıkça ifade edilmiştir.





Kanunla genel hükümleri belirlenen sözleşme türleri şunlardır:

- Taksitle satış sözleşmesi
- Tüketici kredisi sözleşmesi
- Ön ödemeli konut satış sözleşmesi
- İş yeri dışında kurulan sözleşme
- Mesafeli sözleşme
- Finansal hizmetlere ilişkin mesafeli sözleşme
- Devre tatil ve uzun süreli tatil hizmeti sözleşmesi
- Paket tur sözleşmesi
- Abonelik sözleşmesi

Taksitle Satış Sözleşmesi

Satıcının malı teslim etmesi veya hizmeti yerine getirmesine karşılık tüketicinin, aldığı mal veya hizmet bedelini parça parça ödediği sözleşmelerdir.

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Taksitle satış sözleşmelerinde taraflar beyanlarını yazılı hâle getirmediği sözleşme geçerli sayılmaz.
- Ayrıca satıcı, geçerli bir sözleşme yapmadığı takdirde sözleşmenin geçersizliğini tüketicinin aleyhine kullanamaz.
- Alıcı, borcunu taksitler hâlinde ödeyebilir veya vadesi gelmemiş borçlarının bir kısmını ya da tamamını ödeyebilir.
- Satıcı, vadesi gelmemiş borcunu erken ödeyen alıcıya satış bedeline eklenmiş olan faiz veya komisyondan indirim yapar.

BİLGİ KUTUSU

Taksitle satış sözleşmesi hükümleri hem Türk Borçlar Kanunu'nda hem de Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da ele alınmıştır. Gerekli durumda hangi kanunun uygulanacağı tüketicinin lehine olan hükmün seçilmesiyle belirlenir. Konunun özelliğine göre bu iki kanun içinden tüketiciyi daha fazla gözeten hüküm uygulanır.

Kaynak: <http://www.erdem-erdem.av.tr>

Tüketici Kredisi Sözleşmesi

Kredi veren bir kuruluş tarafından hazırlanan, tüketicinin ihtiyacı olan parayı faiz ve benzeri bir menfaat karşılığında sunmayı ve ödemesini ileri bir tarihe ertelemeyi taahhüt eden sözleşmeleri ifade eder.

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Tüketici kredisi sözleşmelerinde taraflar beyanlarını yazılı hâle getirmediği sözleşme geçerli sayılmaz.
- Kredi veren kurum, geçerli bir sözleşme yapmadığı takdirde daha sonra sözleşmenin geçersizliğini tüketicinin aleyhine kullanamaz.

2. Öğrenme Birimi

- Tüketicie sunulan kredi teklifine ait şartların yazılı olduğu bilgi formu, kredi veren kurum tarafından sözleşme imzalanmadan bir süre önce tüketiciye bilgilendirme amacıyla verilmelidir.
- Süresi belirlenmiş sözleşmelerde faiz oranı önceden kararlaştırılan sabit oran üzerinden hesaplanır ve tüketiciyi zarara uğratabilecek şekilde değiştirilemez.
- Belirsiz süreli sözleşmelerde ise faiz oranında değışikliğe gidilmesi hâlinde kredi veren kurum tarafından **otuz gün** önceden yazılı olarak tüketici bilgilendirilmelidir.
- Faiz oranında meydana gelen artışlar geriye dönük borçlara uygulanamaz.
- Tüketici, faiz artışına ait yazılı bildirim aldığı tarihten itibaren **altmış gün** içinde borcun tamamını ödemek isterse faiz artışından etkilenmez.
- Tüketici, borcunu taksitler hâlinde ödeyebilir veya vadesi gelmemiş borçlarının bir kısmını ya da tamamını ödeyebilir.
- Vadesi gelmemiş borcunu erken ödeyen tüketiciye erken ödenen miktara göre faiz tutarından indirim yapılır.
- Kredi veren kurum, kredi işlemleri adına açılacak banka hesabı için hiçbir masraf ve ücret talep edemez. Kredinin tamamının ödenmesiyle bu hesap kapatılır.

Konut Finansmanı Sözleşmeleri

Tüketicinin konut edinmek veya mevcut konut kredisini yeniden yapılandırmak amacıyla kredi sağlayan kuruma başvurması üzerine kurum ve tüketici arasında imzalanan sözleşme türünü ifade eder (Görsel 2.14).



Görsel 2.14: Kredi sağlayan kurum

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Konut finansmanı sözleşmelerinde taraflar beyanlarını yazılı hâle getirmedikçe sözleşme geçerli sayılmaz.
- Kredi veren kurum, geçerli bir sözleşme yapmadığı takdirde ilerleyen süreçte sözleşmenin geçersizliğini öne sürerek tüketiciyi zarara uğratabilecek davranışta bulunamaz.



- Tüketicie sunulan kredi teklifine ait şartların yazılı olduğu bilgi formu, kredi veren kurum tarafından sözleşme imzalanmadan bir süre önce tüketiciye bilgilendirme amacıyla verilmelidir.
- Tüketicinin konut kredisine ait taksitleri ödemede zora düşmesi ve birbirini izleyen en az iki taksiti ödememesi durumunda kredi sağlayan kurum taksitlerin tamamını talep edebilir. Ancak kredi sağlayan kurumun bu talepte bulunabilmesi için sözleşme hükümlerine tam ve kusursuz olarak uymuş olması şartı da aranır.
- Bu hakkını kullanmak isteyen kredi sağlayıcısı, tüketiciye vadesi dolmasına rağmen ödenmemiş borcu olduğunu hatırlatmalı ve borcunu ödemesi için en az **otuz gün** süre tanımalıdır.
- Tüketicie sunulan bu **otuz günlük** süre sonunda borç ödenmemişse kredi sağlayan kurum, borcun tamamını temin etmek üzere krediye konu olan konutun derhâl satışını yapmakla yükümlüdür.
- Kredi sağlayan kurum tarafından satışa çıkarılacak konutun değerinin belirlenmesi için Sermaye Piyasası Kanunu uyarınca yetkili kişi veya kurumlara müracaat edilir.
- Belirlenen konut değeri, satışa çıkarılmadan en az **on gün** önce tüketiciye bildirilir.
- Şeffaf ve hilesiz olarak gerçekleştirilen satıştan elde edilen bedel, borca karşılık kredi sağlayan kuruma ödenir.
- Konutun satış bedeli borçtan fazla ise fazla olan kısım kredi sağlayıcı kurum tarafından derhâl tüketiciye ödenmek zorundadır.

Ön Ödemeli Konut Satış Sözleşmeleri

Tüketicinin sözleşmeye konu olan konut bedelini önceden peşin ödediği veya taksitler hâlinde ödemeyi beyan ettiği, satıcının da taşınmaza ait bedelin tamamını tahsil ettikten sonra taşınmazı devir veya teslim etmeyi üstlendiği sözleşmelerdir (Görsel 2.15).



Görsel 2.15: Ön ödemeli konut satışı

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Bakanlıkça belirtilen hususların bulunduğu bilgilendirme formunun sözleşme yapılmadan en az **bir gün** önce alıcıya iletilmesi zorunludur.
- Yapı sözleşmesi alınmamış hiçbir konut için ön ödemeli konut satış sözleşmesi düzenlenemez.
- Ön ödemeli konut satış işleminin tapu müdürlüklerinde tescil ettirilmesi, satış vaadi sözleşmelerinin ise noter huzurunda kurulması zorunludur. Aksi hâlde satıcı, sözleşmenin geçersizliğini karşı tarafı zarara uğratabilecek şekilde kullanamaz.
- Satıcı, sözleşme öncesi alıcıdan herhangi bir gerekçeyle para veya alıcıyı borç altına sokan belge talep edemez.
- Yapılacak projede yer alan konut sayısı ve projenin toplam bedeli bakanlıkça belirlenen sınırın üzerinde ise satıcı zorunlu olarak bina tamamlama sigortası yaptırmalıdır. Bu sigortanın usul ve esasları T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığınca belirlenir.
- Bu satış türünde sözleşmeye konu olan konutun tüketiciye teslimi sözleşme kurulduktan sonraki **otuz altı ayı** geçemez.

İş Yeri Dışında Kurulan Sözleşmeler

Teklifin kimden geldiğine bakılmaksızın satıcı (sağlayıcı) ile tüketici arasında iş yeri dışında kurulan sözleşmelerdir. Tarafların iş yeri dışında fiziksel olarak bir arada imzaladıkları sözleşmelerin yanında uzaktan iletişim araçlarıyla imzaladıkları sözleşmeler de bu kategoride değerlendirilir.

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Bu tür sözleşmeler T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca yetkilendirilmiş satıcılar tarafından kurulur.
- Tüketici, sözleşmeye imza atmadan önce yönetmelikte belirtilmiş olan hususlar hakkında açık ve anlaşılır şekilde bilgilendirilmelidir.
- Tüketicinin bilgilendirildiğinin ispatı satıcının sorumluluğundadır.
- Yazılı olmadığı takdirde iş yeri dışında kurulan sözleşmeler geçersizdir.
- Satıcı, geçerli bir sözleşme yapmadığı takdirde sözleşmenin geçersizliğini karşı tarafı zarara uğratacak şekilde kullanamaz.
- Satıcı ya da sağlayıcı, yapılacak sözleşmede tüketiciye el yazısı ile tarih yazdırıp imza attırmak ve sözleşmenin bir nüshasını tüketiciye vermek zorundadır.
- Sözleşme ile birlikte sözleşmeye konu olan mal veya hizmetin teslim edildiğinin ispatı, satıcı veya sağlayıcıya aittir.

Mesafeli Sözleşmeler

Satıcı ile tüketicinin fiziksel olarak bir araya gelmeden imzaladıkları sözleşme türüdür. Bu sözleşme türünde satışa konu olan mal veya hizmetin pazarlanmasından başlanarak sözleşmenin kuruluşu da dâhil olmak üzere bütün işlemler uzaktan iletişim araçları kullanılarak gerçekleştirilir (Görsel 2.16).



Görsel 2.16: Mesafeli sözleşmeler

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

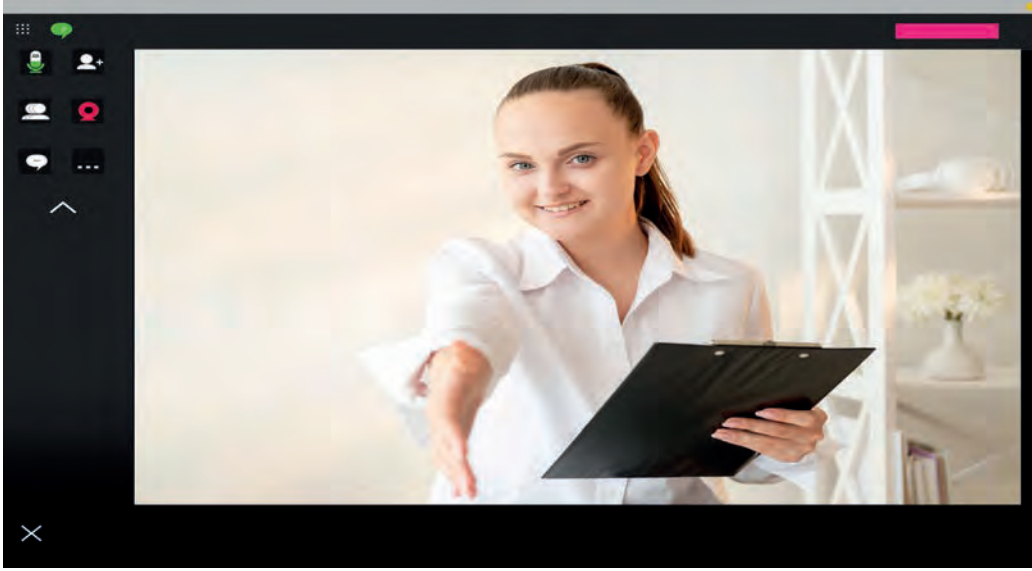
- Mesafeli sözleşmelerde tüketicinin sözleşmeyi onaylamadan önce nasıl bir borç ve sorumluluk yükleneneğine dair anlaşılır, açık ve aydınlatıcı şekilde bilgilendirilmesi gerekmektedir.
- Tüketiciyi bilgilendirdiğini ispatlamak satıcının görevidir.



- Satıcı, tüketicinin siparişinin kendisine ulaşmasından itibaren, sözleşmede belirtilen süre içinde görevini yerine getirmekle yükümlüdür. Mal satışı sözleşmelerinde bu süre maksimum **otuz gündür**.
- Satıcı ilgili süre içinde görevini yerine getirmezse tüketici sözleşmeyi feshedebilir.

Finansal Hizmetlere İlişkin Mesafeli Sözleşmeler

Finansal hizmet kavramı, her türlü bankacılık faaliyetini (banka hizmeti, kredi, sigorta, yatırım ve emeklilik) kapsayan hizmetler bütünü olarak ifade edilir. Finansal hizmetlere ilişkin mesafeli olarak kurulan sözleşmeler, finansal hizmetlerin pazarlanmasına olanak sağlayan ve uzaktan iletişim araçları kullanılarak yapılan sözleşme türünü ifade eder (Görsel 2.17).



Görsel 2.17: Finansal hizmetlerde mesafeli sözleşmeler

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Bu tür sözleşmelerde tüketicinin sözleşme ile ne tür borç ve yükümlülükler üstleneceğine dair Bakanlıkça belirtilen hususların açık, anlaşılır ve uygun iletişim kanalı kullanılarak sağlayıcı tarafından sözleşme kurulmadan önce tüketiciye sunulması zorunludur.
- Tüketicie sunulacak bu bilgilendirme metni, sesli iletişim araçları kullanılarak yapılacaksa konuşmanın başında kurum kimliği açıklanarak arama talebinin sebebi açıkça belirtilmelidir.
- Tüketicinin sözleşmeyi kabul ettiğine dair beyanı, kullanılan iletişim aracına uygun olarak sağlayıcı tarafından kayıt altına alınır.
- Sağlayıcı, sözleşmede yer alan bütün şartlarla birlikte ilgili Bakanlık tarafından belirtilmiş diğer hususları, yazılı olmak üzere kalıcı veri saklayıcısı üzerinden tüketiciye iletmekle yükümlüdür. Bu yükümlülük tüketicinin kabul beyanından hemen önce yerine getirilmelidir ancak uygun şartların oluşmadığı durumlarda sözleşme yapıldıktan sonra da yerine getirilebilir.
- Sözleşme geçerliliğini koruduğu sürece tüketici hiçbir ücret ödmeden sözleşme örneğini satıcıdan isteyebilir.
- Tüketicinin uzaktan iletişim aracını almış olduğu hizmetle örtüşen başka bir uzaktan iletişim aracıyla değiştirme hakkı vardır.

Devre Tatil Ve Uzun Süreli Tatil Hizmeti Sözleşmeleri

Devre tatil sözleşmeleri; tüketicinin birden fazla dönem için kullanabileceği, bir veya birden çok gece için konaklama imkânı sağlayan ve **bir yıldan** daha uzun süreli olacak şekilde düzenlenen sözleşmelerdir (Görsel 2.18).

Uzun süreli tatil hizmeti sözleşmeleri ise **bir yıldan** daha uzun süreli olacak şekilde düzenlenen ve tüketiciye belirtilen zaman aralığında konaklama veya konaklamayla beraber ulaşım ya da farklı hizmetlerin birlikte sunulduğu, kullanım hakkı sunan sözleşmelerdir.



Görsel 2.18: Devre tatil

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Devre tatil hizmetine konu olan taşınmazın yapılacağı araziye ait yapı ruhsatı alınmadan tüketici ile ön ödemeli devre tatil sözleşmesi yapılamaz.
- Bu kapsamda değerlendirilecek diğer sözleşme türlerinde de tüketiciye sözleşme imzalanmadan en az bir gün önce, ilgili bakanlıkça belirtilen hususların içinde yer aldığı bilgilendirme formu verilmelidir.
- Satıcı, mesafeli satış sözleşmeleri dışındaki sözleşmede el yazısı ile tüketiciye tarih yazdırmakla ve imza attırmakla yükümlüdür.
- Yapılan sözleşmenin bir nüshası kalıcı veri kanallarıyla tüketiciye iletilmelidir.

Paket Tur Sözleşmeleri

Paket tur düzenleyicileri tarafından ulaşım, konaklama, yeme içme gibi tam kapsamlı hizmetlerin bir arada sunulduğu ve hizmetin bir gün veya daha uzun süreli konaklamayı içerdiği sözleşmelerdir.



Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Paket tur sözleşmesi kurulmadan önce tüketiciyi bilgilendirme amacıyla ön bilgi formu verilmesi zorunludur.
- Mesafeli veya yazılı olarak kurulan paket tur sözleşmelerinde sözleşmenin bir nüshası kalıcı veri sağlayıcısı aracılığıyla tüketiciye iletilmelidir.
- Türkiye’de hizmetin sağlanacağı paket tur temsilcisine ait bir acente yok ise hizmeti sağlayan aracı kurum, paket tur temsilcisi gibi sorumlu olur.

Abonelik Sözleşmeleri

Belirli bir mal veya hizmetin tüketiciye süreli olarak veya düzenli aralıklarla sunulmasını sağlayan sözleşmelerdir (Görsel 2.19).

Bu sözleşme türünde bilinmesi gereken genel hususlar şunlardır:

- Mesafeli veya yazılı olarak kurulan bu sözleşmelerin bir nüshası kalıcı veri sağlayıcısı aracılığıyla tüketiciye iletilmelidir.
- Belirli süreli abonelik sözleşmelerinde tüketicinin izni olmadan süre uzatılmaz ve sözleşmeye sürenin uzayacağına ilişkin maddeler eklenemez.
- Abonelik süresinin bitiminden önce tüketicinin onayıyla abonelik süresi uzatılabilir.



Görsel 2.19: Abonelik sözleşmesi



ETKİNLİK

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'da yer alan sözleşme türlerine ait genel hükümlerden ortak sayılabilecekleri tespit edip aşağıdaki kutucuğa yazınız.

.....

.....

.....

.....

2.9. TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN KAPSAMINDA CAYMA HAKKI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Satıcı olsanız ve sattığınız ürün iade edilmek üzere size geri getirilse iade işlemini gerçekleştir misiniz? Gerekçeleriyle birlikte sınıfta açıklayınız.

Ticari ilişkilerde sözleşmeden cayan taraf, sözleşmedeki yaptırımları, sözleşmede yaptırım belirlenmemişse kanunlarla belirlenmiş yaptırımları yerine getirmekle yükümlüdür. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'la belirlenmiş olan, sözleşmeden cayma hâlinde uygulanabilecek yaptırımlar sözleşme çeşidine göre incelenir.

Taksitle Satış Sözleşmelerinde Tüketicinin Cayma Hakkı

Tüketicinin cayma konusundaki hakları, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 18. maddesinde düzenlenmiştir.

Bu haklar şunlardır:

- Herhangi bir sebep sunmadan ve cezaya maruz kalmadan tüketici, taksitle satış sözleşmesinden **yedi gün** içinde cayabilir.
- Tüketici, cayma hakkını kullandığını **yedi günlük** yasal süre içinde karşı tarafa bildirmelidir.
- Satıcı, tüketiciyi cayma hakkı konusunda bilgilendirdiğini kanıtlamakla yükümlüdür.
- Satıcı, malı **yedi günlük** cayma süresi içinde tüketiciye vermiş ise tüketici malı sadece gözden geçirme suretiyle kullanabilir. Aksi takdirde cayma hakkı ortadan kalkmış olur.
- Tüketicinin cayma hakkı süresi içinde kendi rızasıyla başlattığı hizmet sözleşmelerinde cayma hakkı süresi sona ermiş sayılır.
- Satıcıyı tüketicinin bulduğu ve tüketicinin teklifte bulunduğu finansal kiralama faaliyetlerinde cayma hakkı kullanılamaz.

Tüketici Kredisi Sözleşmelerinde Tüketicinin Cayma Hakkı

Tüketici kredisi sözleşmelerinde tüketicinin cayma konusundaki hakları, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 24. maddesi ile düzenlenmiştir.

Bu haklar şunlardır:

- Tüketici, bir sebep sunmadan ve cezaya maruz kalmadan **on dört gün** içinde, tüketici kredisi sözleşmesinden cayabilir.
- Tüketici, sözleşmeden caymak istediğini **on dört günlük** yasal süre içinde kredi veren kuruma bildirmelidir.
- Kredi veren kurum, tüketiciyi cayma hakkı konusunda bilgilendirdiğini kanıtlamakla yükümlüdür.
- Krediden faydalandıktan sonra cayma hakkını kullanmak isteyen tüketici, cayma bildirim yaptıktan sonraki **otuz gün** içinde hesabına geçmiş olan anaparayı ve kredi kullandığı tarihte ödemeyi yapacağı tarih arasında anaparaya yansımış olan faiz tutarını ödemek zorundadır. Aksi takdirde sözleşmeden caymış sayılmaz.





Ön Ödemeli Konut Satış Sözleşmelerinde Tüketicinin Cayma Hakkı

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 43. maddesinde, ön ödemeli konut satış sözleşmelerinde tüketicinin cayma konusundaki hakları detaylı olarak ele alınmıştır.

Bu haklar şunlardır:

- Tüketici, bir sebep sunmadan ve cezaya maruz kalmadan **on dört gün** içinde, ön ödemeli konut satış sözleşmesinden cayabilir.
- Tüketici, sözleşmeden caymak istediğini **on dört günlük** yasal süre içinde karşı tarafa bildirmelidir.
- Satıcı, tüketiciyi cayma hakkı konusunda bilgilendirdiğini kanıtlamakla yükümlüdür.
- Taşınmaz satın alınırken kredi kullanıldıysa kredi sağlayan kurum, cayma hakkı süresi içinde tüketiciden faiz, komisyon gibi herhangi bir ücret talep edemez.
- Satıcının tüketiciden aldığı taşınmaz bedelini veya tüketiciyi borç altına sokan her türlü evrakı teslim etmesinden sonra tüketici, **on dört gün** içinde taşınmaza ait edinimleri devreder (Görsel 2.20).



Görsel 2.20: Ön ödemeli konut satışı

İş Yeri Dışında Kurulan Sözleşmeler ve Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Cayma Hakkı

Bu sözleşmelerde tüketicinin cayma konusundaki hakları, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 47. ve 48. maddeleri ile düzenlenmiştir.

Bu haklar şunlardır:

- Tüketici, bir sebep sunmadan ve cezaya maruz kalmadan **on dört gün** içinde, sözleşmeden cayabilir.
- Tüketici, sözleşmeden caymak istediğini **on dört günlük** yasal süre içinde karşı tarafa bildirmelidir.
- Satıcı, tüketiciyi cayma hakkı konusunda bilgilendirdiğini kanıtlamakla yükümlüdür. Satıcının gerekli bilgilendirmeyi yapmadığı durumda, tüketicinin cayma hakkı süresi **on dört güne** ilave olarak **bir yıl** daha devam eder.
- Satıcı, sözleşme öncesi alıcıdan herhangi bir gerekçeyle para veya alıcıyı borç altına sokan belge talep edemez.
- Tüketici, cayma süresi içinde malın usulüne uygun kullanımından doğacak bozulma ve değişikliklerden sorumlu tutulamaz.

Finansal Hizmetlere İlişkin Sözleşmeler ve Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Cayma Hakkı

Bu sözleşmelere ilişkin cayma hakkı hükümleri, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 49. ve 50. maddeleri ile düzenlenmiştir.

Bu haklar şunlardır:

- Tüketici, bir sebep sunmadan ve cezaya maruz kalmadan **on dört gün** içinde, finansal hizmetlere ilişkin sözleşmeden ve mesafeli satış sözleşmesinden cayabilir.
- Tüketici, sözleşmeden caymak istediğini **on dört günlük** yasal süre içinde karşı tarafa bildirmelidir.
- Sağlayıcı, tüketiciyi cayma hakkı konusunda bilgilendirdiğini kanıtlamakla yükümlüdür.
- Bireysel emeklilik gibi konusu sigorta olan sözleşmelerde cayma hakkı süresi belirlenirken diğer mevzuat hükümleri de incelenerek tüketicinin yararına olan maddeler dikkate alınır.

Devre Tatil Ve Uzun Süreli Tatil Hizmeti Sözleşmelerinde Tüketicinin Cayma Hakkı

Devre tatil ve uzun süreli tatil hizmeti sözleşmelerinde tüketicinin cayma hakkı, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 50. maddesi ile düzenlenmiştir.

Bu haklar şunlardır:

- Tüketici, bir sebep sunmadan ve cezaya maruz kalmadan **on dört gün** içinde sözleşmeden cayabilir.
- Satıcı, sözleşme öncesi alıcıdan herhangi bir gerekçeyle para veya alıcıyı borç altına sokan belge talep edemez. Devre mülk hakkı tanıyan sözleşmeler bu madde kapsamı dışında tutulmuştur.
- Devre tatil, uzun süreli tatil hizmetleri ve bu sözleşmelerle birlikte düzenlenen hizmetin yeniden satılması, değiştirilmesi ile ilgili bütün sözleşmeler de tüketicinin cayma hakkını kullanmasıyla birlikte sona erer.
- Tüketici bu hizmetten kredi kullanarak yararlanmış ise cayma talebini yasal süre içinde kredi sağlayan kuruma ilettiği takdirde herhangi bir ceza ödemediği takdirde kredisini sonlandırabilir.

Paket Tur Sözleşmelerinde Tüketicinin Cayma Hakkı

Bu haklar şunlardır:

Paket tur sözleşmeleri yönetmeliğine göre satın alınan paket tur başlamadan en az **otuz gün** önce yapılacak cayma taleplerinde, ödenmesi zorunlu olan vergi ve benzeri masraflar düşüldükten sonra ödenmiş tutar hiçbir kesintiye tabi olmaksızın iade edilir (Görsel 2.21).



Görsel 2.21: Paket tur



- Tüketiciden kaynaklanmayan nedenlerde paket turun iptal edilmesi durumunda tüketici, sunulan alternatif paket turu kabul edebilir ya da herhangi bir ceza ödmeden sözleşmeden cayabilir.
- Tüketicinin, aldığı hizmetin eksikliği sebebiyle tur bedelinden indirim isteme hakkı vardır.
- Tüketici, hizmeti almaya başladıktan sonra sağlayıcının büyük bir yükümlülüğü yerine getiremeyeceği anlaşıldığında ödediği tüm bedeli geri alarak sözleşmeden dönebilir.
- Sözleşmeden dönüldüğü andan itibaren tüketiciye para iadesi derhâl yapılmak zorundadır.

Abonelik Sözleşmelerinde Tüketicinin Cayma Hakkı

Abonelik sözleşmelerinde tüketicinin cayma hakkı, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 52. maddesi ile düzenlenmiştir.

Bu haklar şunlardır:

- Tüketici, bir sebep sunmadan ve cezaya maruz kalmadan belirsiz veya belirli süreli abonelik sözleşmelerinden istediği zaman cayabilir.
- Süresi **bir yıldan** az olan sözleşmelerde hizmeti sağlayan kurum tüketicinin bilgisi dışında sözleşmede değişikliğe giderse tüketici sözleşmeden cayabilir.
- Tüketici, sözleşmeden caydığını kalıcı veri kanalları aracılığıyla yazılı olarak hizmet sağlayan kuruma iletmek zorundadır.



ETKİNLİK

Aşağıda sözleşme türleri verilmiştir. Bu sözleşme türlerine ait cayma hakkı sürelerini ilgili kutucuklara yazınız.

Finansal hizmetlere ilişkin sözleşmeler

.....

İş yeri dışında kurulan sözleşmeler

.....

Ön ödemeli konut satış sözleşmesi

.....

Devre tatil ve uzun süreli tatil sözleşmesi

.....

Taksitle satış sözleşmesi

.....

Tüketici kredisi sözleşmesi

.....

Paket tur sözleşmeleri

.....

Mesafeli sözleşmeler

.....



2. UYGULAMA

Uygulama Adı	Tüketici Haklarını Öğreniyorum
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Tüketici hakları ile ilgili mahkeme kararlarını incelemek.

Açıklama: Bu uygulamada sizden seçtiğiniz sözleşme türünün konu edildiği bir mahkeme kararı bulmanız ve inceleyerek sınıfta arkadaşlarınızla paylaşmanız istenmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. İkişerli grup oluşturunuz.
2. Aşağıda belirtilen sözleşme türlerinden birini seçiniz.
 - Taksitle satış sözleşmesi
 - Tüketici kredisi sözleşmesi
 - Ön ödemeli konut satış sözleşmesi
 - Devre tatil ve uzun süreli tatil sözleşmeleri
 - Paket tur sözleşmesi
 - Abonelik sözleşmesi
3. Seçtiğiniz sözleşme türüne uygun bir mahkeme kararı bulunuz.
4. Bulduğunuz mahkeme kararını tüketici hakları yönünden inceleyiniz.
5. İncelediğiniz mahkeme kararında; tarafları, davaya konu olan olayı ve mahkemenin vermiş olduğu kararın önemli noktalarını belirleyerek rapor oluşturunuz.
6. Oluşturduğunuz raporun sunumunu sınıfta arkadaşlarınıza yapınız.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek-1 Satış Sürecinde Alıcı ve Satıcının Hak ve Sorumlulukları Konulu Yaratıcı Drama Uygulaması Dereceli Puanlama Anahtarı” kullanılacaktır.

**A) Aşağıdaki cümlelerin başındaki boşluğa ifade doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.**

1. () Satıcı, kâr elde etmek ya da mesleki faaliyetlerini yürütebilmek adına tüketiciye mal veya hizmet sunan kişidir.
2. () Ödeme süresi bir yılı aşan veya belirsiz olan sözleşmelerde alıcı, malın devrine kadarki süre zarfında sözleşmeden cayabilir.
3. () Tüketicinin ayıplı maldan doğan zararı, satıcı tarafından yirmi iş günü içinde giderilmelidir.
4. () Tüketicikle müzakere edilmeden satıcı tarafından sözleşmeye eklenen maddeler geçerliliğini korur.
5. () Alıcının sözleşmeden cayması, satıcıya karşı bir cayma bedeli ödemesini zorunlu kılar.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere uygun sözcükleri yazınız.

6. Ayıplı mal ve hizmetten doğan sorumluluğun zaman aşımı teslim tarihinden itibaren yıllık süreyi kapsar.
7. Aslına uygun olarak bir yerden başka bir yere götürülmesi mümkün olmayan ve maddi değer taşıyan her türlü eşyaya denir.
8. Konut finansmanı sözleşmelerinde taraflar beyanlarını hâle getirmediği sözleşme geçerli sayılmaz.
9. Ön ödemeli konut satışlarında konutun tüketiciye teslim süresi, sözleşme tarihinden itibaren geçemez.
10. Tüketici, herhangi bir gerekçe göstermeden ve ceza ödemediği süre içinde tüketici kredisi sözleşmesinden cayabilir.

C) Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyunuz ve doğru seçeneği işaretleyiniz.**11. Tüketici haklarının korunması, aşağıdaki kanunlardan hangisi ile güvence altına alınmıştır?**

- A) 5072 sayılı Kanun
- B) 4070 sayılı Kanun
- C) 5620 sayılı Kanun
- D) 6502 sayılı Kanun
- E) 6520 sayılı Kanun

12. Aşağıdakilerden hangisi satıcının görevleri arasında yer almaz?

- A) Müşteri memnuniyetini sağlamak
- B) Müşteri sorunlarına sonuç odaklı yaklaşmak
- C) Müşteriye ayıplı ürün/hizmet sunmak
- D) Satışlar için satış sözleşmesi oluşturmak
- E) Ürünü müşteriye zamanında ulaştırmak

13. Aşağıdaki maddelerden hangisi taşınır satışı sırasında satıcının tüketiciye karşı borçları arasında yer almaz?

- A) Borcunu zamanında yerine getirmek
- B) Devir ve taşıma giderlerini karşılamak
- C) Gerekli durumlarda zor kullanarak malı geri almak
- D) Taşınırın kullanım haklarını devretmek
- E) Hak üçüncü kişilere geçtiğinde sorumluluk üstlenmek

14. Aşağıdakilerden hangisi satış sözleşmesi türlerinden biri değildir?

- A) Beğenme üzerine satış sözleşmesi
- B) Belirsiz ürün üzerine satış sözleşmesi
- C) Örnek üzerine satış sözleşmesi
- D) Ön ödemeli taksitle satış sözleşmesi
- E) Taşınır malların satışı sözleşmesi

15. Aşağıdakilerden hangisi Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'un amaçları arasında yer almaz?

- A) Tüketicileri aydınlatmak
- B) Tüketicileri bilinçlendirmek
- C) Tüketicilerin çıkarlarını korumak
- D) Tüketicilerin zararlarını karşılamak
- E) Tüketicilere maddi yardım sağlamak

16. Aşağıdaki olaylardan hangisi ayıplı mal kapsamında değerlendirilemez?

- A) Ambalajında 100 g yazmasına karşın ürünün 80 g ağırlığında çıkması
- B) Etiketinde %100 pamuk yazmasına karşın ürünün %70'inin pamuktan oluşması
- C) Etiketinde 30 derecede yıkanır ibaresi olmasına karşın 60 derecede yıkanan ürünün küçülmesi
- D) Etiketinde su geçirmez ibaresi olmasına karşın ürünün su geçirmesi
- E) Ürünün olağan kullanımı sırasında pamuklanarak deforme olması



3. ÖĞRENME BİRİMİ

REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN



KONULAR

- 3.1. HAKSIZ REKABET VE HAKSIZ REKABET SAYILAN DURUMLAR
- 3.2. REKABETİN KORUNMASI VE HAKSIZ REKABET ARASINDAKİ FARKLAR
- 3.3. REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN' UN AMACI, KAPSAMI VE TANIMLAR
- 3.4. REKABETİ SINIRLAYICI HÂLLER İLE KÖTÜYE KULLANMA HÂLLERİ

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

1. Haksız rekabet ve haksız rekabet sayılan haller
2. Rekabet ve haksız rekabet arasındaki farklar
3. Rekabetin Korunması Kanunu
4. Rekabetin sınırlanması ve kötüye kullanma halleri

TEMEL KAVRAMLAR

- * Rekabet
- * Haksız rekabet
- * Teşebbüs
- * Teşebbüs birliği
- * Mal (Ürün)
- * Hizmet
- * İdari para cezası
- * Rekabet Kurumu
- * Kartel

3. REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Ticarete iyi bir rakibin özellikleri nasıl olmalıdır? Sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Aynı amaç uğruna birlikte hareket etmek, iş birliği yapmaktır. Ancak bazı durumlarda aynı amaç uğruna yarışmak gerekir. Aynı amacı güden kişi ya da kurumlar arasındaki tercih edilme, öne çıkabilme yarışına **rekabet** denir.

Bir toplumdaki iş birliği ve yardımlaşma çabası o toplumun refahını arttırırken doğru rekabet de başarı ve kaliteyi arttırır. Rekabet edebilmek stratejik davranmayı gerektirir. Ancak rekabet ederken dürüst davranmak, insanlığa yakışan erdemli bir duruş olacaktır.

ÖZLÜ SÖZ

Diğerlerinin ne yaptığını önemsemeyin, işinizi yaptığınızdan daha iyi yapın, kendi rekorunuzu her gün bir daha kırın, başarılı olacaksınız.

William Boetcher (Vilyım Botçır)

3.1. HAKSIZ REKABET VE HAKSIZ REKABET SAYILAN DURUMLAR

Rekabet; herhangi bir sanat dalında, sporda, eğitimde ve daha birçok alanda bulunur. Bir öğrencinin dilediği üniversiteye gitmek için diğer öğrencilerle yarışması rekabet örneğidir. Rekabetin ticaret sektöründe yaşanması müşterileri, tedarikçileri, diğer işletmeleri ve devletleri olumlu ya da olumsuz etkiler.

Ticaret yapmak, stratejik kararlar almayı gerektiren alım satım davranışlarıdır. Rekabet kavramının en sık görüldüğü faaliyetler de ticaret sektöründe yer alır. Bütün işletmelerin öncelikli amacı kâr elde edebilmek ve devamlılığını sürdürebilmektir. İşletmeler, üretmiş oldukları ürün ve hizmetleri müşterilerine arz ederek (sunarak) satmaya çalışır. Bu sebeple işletmelerin rekabet etme zorunluluğu vardır.

Aynı sektörde aynı amaca yönelik faaliyet gösteren diğer işletmelerden bir adım öne çıkmak, müşteri kazanmak ve pazarda lider olmak amacıyla strateji geliştiren işletmeler, faaliyetlerine devam ettikleri sürece bu rekabetin içinde olacaktır.

Ülkeler, işletmelerin rekabet yarışına belirli bir yere kadar müdahale etmez. Genel olarak vatandaşlar ya da haklı olan taraf zarar görmediği sürece bütün işletmeler rekabet edebilir. Hatta daha kaliteli ürün ve daha kaliteli hizmetin ortaya çıkmasını sağlayacağı için rekabet, bir toplumun refah seviyesini arttıracak gerekli bir unsurdur.



Doğru ve rakibi zor durumda bırakmayan rekabet, üretimi ve kaliteyi arttıran bir olgudur (Görsel 3.1).



Görsel 3.1: Rekabet

Rekabet bütün işletmeler arasında gerçekleşir. Ancak bazı işletme ya da şahıslar rakip işletmelerin başarılı ürünlerini ya da markalarını taklit ederek kolay yoldan gelir elde etmeye çalışmaktadır. Böyle durumlar hak sahibi işletmeye ciddi zararlar verir ve müşterileri yanılgıya düşürür. Bu olumsuz davranışlar genel olarak haksız rekabet olarak adlandırılır. Haksız rekabet, rakibi ciddi derecede zarar uğrattığı için son derece tehlikeli bir yaklaşımdır. Haksız rekabette dürüstlük ilkelerine de aykırılık söz konusudur.

Bir işletmenin doğru olmayan beyanlarla rakiplerinin önüne geçmesi, rakiplerini zarara uğratması ve haksız kazanç elde etmesine **haksız rekabet** denir (Görsel 3.2).

Bir işletmenin rakip işletme hakkında gerçek dışı haberler yapması, ürettiği ürünlerde olmayan özellikleri varmış gibi göstermesi, yanıltıcı haberlerle ve reklamlarla rakiplerini zarara uğratması gibi davranışlar **haksız rekabet unsuru** olarak adlandırılır.



Görsel 3.2: Haksız rekabet

Haksız rekabet; işletmelere, müşterilere, sektörler, kalitenin gelişmesine ve uzun vadede ülke ekonomisine zarar verir. Bu sebeple devletler hem vatandaşlarını hem işletmelerini hem de kalite düzeyini korumak amacıyla haksız rekabeti engelleyici kanunlar koyar.



ETKİNLİK

Verilen örnek olayların gerçek ya da haksız rekabet olup olmadığını yandaki boşluklara yazınız.

Örnek Olay	Gerçek Rekabet - Haksız Rekabet
A firması, B firmasından daha kaliteli ayakkabı üretmeye çalışmaktadır.	
C firması, D firmasının ürettiği ürünlerin kalitesiz olduğunu iddia etmiş ve herkese duyurmaya çalışmıştır.	
Z firması rakibi Y firmasını karalayıcı reklamlar yapmıştır.	
K firması en kaliteli telefonları kendisinin ürettiğini iddia etmiştir.	
L firması, çalışanlarını M firmasına müşteri gibi göndererek ürünler hakkında sürekli şikayetçi olmalarını istemiştir.	
E firması örnek ürün dağıtımları yaparak ürettiği içeceklerin kaliteli olduğunu ispatlamaya çalışmaktadır.	
G firması reklam yaparken rakiplerinin kalitesiz ürün ürettiğini vurgulamıştır.	
V firması temel prensibinin müşteri memnuniyeti olduğunu anlatan broşürler dağıtmıştır.	
Ö firması rekabet sınırlarını zorlamış ve rakip firmanın piyasaya girmesini engellemiştir.	
P firması H firmasının karalama kampanyalarına cevap olarak hukukî yollara başvurmuştur.	



3.2. REKABETİN KORUNMASI, DOĞRU REKABET İLE HAKSIZ REKABET ARASINDAKİ FARKLAR



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sınıfında en kaliteli ürünü üreten bir işletmenin sahibi olsaydınız ve ürettiğiniz ürünün taklidini yapan bir işletmenin sizin kadar satış yaptığını öğrenseydiniz bu soruna nasıl bir çözüm arardınız? Sınıfta arkadaşlarınız ile tartışınız.

Rekabetin korunması, üretici işletmelerin korunması anlamına gelir. Rekabetin korunması yeni fikirlerin ortaya çıkmasını sağlar. Rekabetin korunmasıyla piyasadaki fiyat dalgalanmalarının da önüne geçilir. Böylelikle müşteri ve üretici aynı anda güvence altına alınır. Bu sebeplerle devletler, rekabetin korunmasını ve haksız rekabetin engellenmesini hedefler (Görsel 3.3).



Görsel 3.3: Rekabetin korunması

Rekabet etmek günümüz dünyasında bir ihtiyaç durumundadır. Bir işletmenin rakip işletmelerin önüne geçmek için çeşitli promosyonlar, kampanyalar ve reklamlar yapması, fiyat indirimine gitmesi rekabet çalışmaları olarak kabul edilir. Piyasanın en iyisi olmak isteyen bir işletme en kaliteli kaynaklarla en kaliteli ürünleri üretmek isteyebilir. Müşteri sadakati oluşturmak için çeşitli veri tabanlarına yüksek bütçeli yatırımlar yapabilir. Bu çalışmaların tamamı yine rekabet çalışmaları olarak kabul edilir. Ancak rakip firmanın ürünleri hakkında gerçek olmayan iddialarda bulunmak hem etik değerlere hem de rekabet kurallarına aykırıdır. Ayrıca haksız rekabet olarak kabul edilir.

Bir işletmenin rakip işletmeyi kötülemesi, rakip işletmenin markasını taklit ederek üretim yapması ya da kendi ürün ve hizmetlerinde olmayan özellikleri vadederek müşterileri yanıltması haksız rekabet olarak nitelendirilir (Tablo 3.1).

Tablo 3.1: Rekabetin Korunması, Doğru Rekabet ile Haksız Rekabet Arasındaki Farklar

Doğru Rekabet	Haksız Rekabet
Rakip işletmelerden daha kaliteli ürün üretmek için çalışmak	Rakip işletmenin markasını ya da logosunu taklit edip kendi ürünlerinde kullanmak
Ürünlerinin eksiklerini tespit edip giderebilecek altyapı ve yenileme çalışmaları yapmak	Kendi ürünlerini müşterilere överken rakip işletmenin ürünlerini kötülemek
Müşteri bağlılığını sağlayabilmek için müşteri ilişkileri yönetimini oluşturmak	Müşterilere rakip işletmenin ürünlerindeki olumsuzlukları anlatma çabasına girmek
Ürünlerinin satışını arttırabilmek için reklam etkinlikleri düzenlemek	Ürünlerinin satışını arttırabilmek için düzenlediği reklam etkinliklerinde, rakip işletmeye zarar verici örtük mesajlara yer vermek
Ürünlerinin satışını arttırabilmek için fiyatlarda indirime gitmek	Rakip işletmenin satış yapmasını engellemek için kendi ürünlerinde zarar edecek kadar fiyat indirimi yapmak
Ürünlerinin satışına yönelik olarak müşteriye özendirici çalışmalar (promosyonlar) yapmak	Rakip işletmenin pazara girişini engellemek amacıyla yoğun promosyon çalışmaları yapmak
Müşterinin markaya olan güvenini arttırmak için satış sonrası hizmetleri geliştirecek yatırımlar yapmak	Rakip işletmenin markasını taklit ederek kolay yoldan gelir elde etmeye çalışmak

Rekabet çalışmaları yapan bir işletmenin rakip işletmeden daha kaliteli bir ürünü piyasaya sunması çok doğaldır. Ancak maliyetlerden kaçmak için tanınmış bir markanın ürününün taklidini yaparak üretim yapmak haksız rekabet sayılır ve yapan kişi ile işletmelere hukuki cezalar verilir.



1. UYGULAMA



Uygulama Adı	Rekabetin Korunması ve Haksız Rekabetle İlgili Sunum
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Rekabetin korunması ve haksız rekabet önlemlerini kavramak.

Açıklama: Bu uygulamada sizden rekabetin korunması ve haksız rekabet önlemleri ile ilgili araştırma yapmanız ve araştırma sonuçlarından yola çıkarak bir sunum hazırlamanız istenmektedir. Rekabet Kurumunun rekabeti korumak için yaptıklarını ve haksız rekabet yapan işletmelerin hangi yaptırımlarla karşılaştığını araştırmanız gerekmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. Rekabet Kurumunun internet sitesine giriniz (<https://www.rekabet.gov.tr/>).
2. Rekabet Kurumunun internet sitesinde yer alan çeşitli çalışmalarını inceleyiniz. Elde ettiğiniz bilgileri not ediniz.
3. İnternet üzerinden “haksız rekabet ve cezaları” konusunu araştırınız. Elde ettiğiniz bilgileri not ediniz.
4. Araştırma sonuçlarınızı sunum hâline getiriniz.
5. Hazırladığınız sunumu 3-5 dakika süreyle arkadaşlarınıza anlatınız.
6. Hazırladığınız sunumu öğretmeninize teslim ediniz.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek- Rekabetin Korunması ve Haksız Rekabetle İlgili Sunum Kontrol Listesi” kullanılacaktır.

3.3. REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUNUN AMACI, KAPSAMI VE TANIMLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun neden önemlidir? Sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Rekabet etmek doğal bir iş akışıdır. Ancak haksız rekabet ticaretin doğal dengesini bozar. Ülkemizde rekabetin korunması amacıyla “Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun” kabul edilmiştir.

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un amacı; doğru rekabeti engelleyen ya da kısıtlayan uygulamalar yapılmasına engel olmak, piyasa lideri işletmenin daha küçük ölçekli işletmelere yaşam hakkı tanımamasına engel olmak, rekabet edebilirliği arttırmak ve rekabet hakkının kötüye kullanılmasına engel olmaktır. Bu kanunla haksız rekabetin de engellenmesi hedeflenmektedir.



Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, Türkiye Cumhuriyeti'nde faaliyet gösteren sektörlerdeki büyük orta ya da küçük işletmelerin rekabet edebilmesine yardımcı olacak bütün yasal düzenlemeleri kapsamaktadır. Bununla birlikte rekabetin doğru yapılmasını ve bu çerçevede her türlü devralma ve şirket birleşmelerini, piyasaya hâkim olan işletmelerin rekabeti önleyici haksız girişimlerinin önlenmesini de kapsamaktadır.

BİLGİ KUTUSU

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, 07.12.1994 tarihinde 4054 sayısı ile yayımlanmıştır.

Kaynak: <https://www.rekabet.gov.tr>

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da geçen bazı kavramların açıklamaları şunlardır:

Teşebbüs: Ürün ya da hizmet üreterek piyasaya sunan gerçek ya da tüzel kişilerdir. Bir kişi ya da bir tüzel kişiliğin tamamı teşebbüs olarak anılabilir. Teşebbüslerin en önemli özelliği sermayesini ya da diğer üretim faktörlerini kaybetme riskini göze alarak üretim yapması ve bir değer oluşturmasıdır. Bir çiftçinin limonlarını satması ticaret olarak görülürken başka birinin limonları alarak limonata yapması, çeşitli bardaklar ile sunum yaparak bunu satması teşebbüse örnek verilebilir.

Teşebbüs Birliği: Teşebbüslerin aynı amaca ulaşmak için birleşerek kurmuş oldukları organizasyon birliklerini ifade eder.

Mal (Ürün): Satışa yönelik ya da ticarete konu olabilecek her çeşit taşınır veya taşınmaz malzemeyi, eşyayı ifade etmektedir (Görsel 3.4).



Görsel 3.4: Ürün

Hizmet: Her türlü bedenî ve fikrî emeğin ayrı ayrı ya da birlikte ortaya konulması sonucu gerçekleşen, müşteriye fayda sağlayacak soyut veya soyut somut üretimleri ifade eder.

İdari Para Cezası: Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'a uyulmadığı takdirde uygulanacak yaptırımı ifade eder.

Rekabet Kurumu: Ürün ve hizmetlerin piyasada rahatça alım satımının yapılmasını, uygun rekabet ortamı oluşturulmasını sağlamak amacıyla kurulmuş özerk bir kuruluştur.



BİLGİ KUTUSU

Rekabet Kurumu, bir iletişim firmasının pazara sahip olduğu ve diğer iletişim firmalarının piyasadaki rekabetine izin vermediği gerekçesi ile açılan soruşturma kapsamında inceleme yapmış ve lider firmanın böyle bir faaliyette bulunmadığına karar vererek idari para cezası uygulanmasına gerek görmemiştir.

Kaynak: <https://www.rekabet.gov.tr>



ETKİNLİK

Etkinlik balonlarında yer alan ifadelerin anlamlarını altındaki boşluğa yazınız.

Rekabetin korunması kanununa aykırı davranma sonucu

Taşınır veya taşınmaz somut ürünler

Ürün veya hizmetleri üretmek piyasaya süren kişiler

Rekabetin ortamının doğru ve sağlıklı işlemesi için kurulan kurum

Doğru rekabet için çıkarılan kanun

3.4. REKABETİ SINIRLAYICI HÂLLER İLE KÖTÜYE KULLANMA HÂLLERİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Pihasının lideri konumunda bir işletmenin sahibi olsaydınız sizinle aynı alanda faaliyet gösterecek yeni kurulan bir işletmeye tutumunuz nasıl olurdu? Sınıfta arkadaşlarınızla tartışınız.

Bazı işletmeler haksız rekabet yaparak ya da rekabeti sınırlandırmaya çalışarak piyasadaki giriş çıkışları engellemeye, piyasada lider olmaya veya liderliğini sürdürmeye çalışmaktadır. Bu durum piyasadaki müşterilere, rakip işletmelere, tedarik zincirindeki diğer firmalara zarar vermektedir.



Rekabetin kötüye kullanılması birçok alandaki kişi ve firmaya zarar verir. Rekabetin kötüye kullanılması hâllerinden sayılacak durumlar şunlardır:

- Rakip işletmeleri ya da markaları kötülemek
- Yanıltıcı bilgilerle kendini ya da desteklediği işletmeyi öne geçirmeye çalışmak
- Karşılaştırma yaparken açık açık rakip işletme ya da markayı dile getirmek
- İş şartlarına uymamak
- Ürün ya da hizmeti tedarik fiyatlarının daha altında satışa sunmak
- Ürün ya da hizmetin gerçek değeri hakkında yanıltıcı bilgi vermek
- İlan ya da tanıtımlarda eksik veya hatalı bilgi vermek

ÖZLÜ SÖZ

Birlik her zaman rekabetten daha kuvvetlidir.
Jack London (Cek Landın)



2. UYGULAMA

Uygulama Adı	Rekabet İle İlgili Kararları İncelemek
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Rekabet Kurumunun işleyişini kavramak.

Açıklama: Bu uygulamada sizden Rekabet Kurumunun bir kararını sunu hâline getirerek sınıfta sunmanız istenmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. Rekabet Kurumunun internet sitesine giriniz (<https://www.rekabet.gov.tr/>).
2. İnternet sitesinde yer alan “Kararlar” bölümüne giriniz.
3. Bir karar örneği seçiniz ve inceleyiniz.
4. İncelediğiniz karar örneğinin özet hâlini sunu olarak hazırlayınız.
5. Sununuzda kararın tarafları hakkında bilgilere de yer veriniz.
6. Sununuzda kararın sonucuna yer veriniz.
7. Üç dakika sürede sunumunuzu yapınız.
8. Hazırladığınız sunuyu öğretmeninize teslim ediniz.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek- Rekabet Etmek Uygulaması Kontrol Listesi” kullanılacaktır.

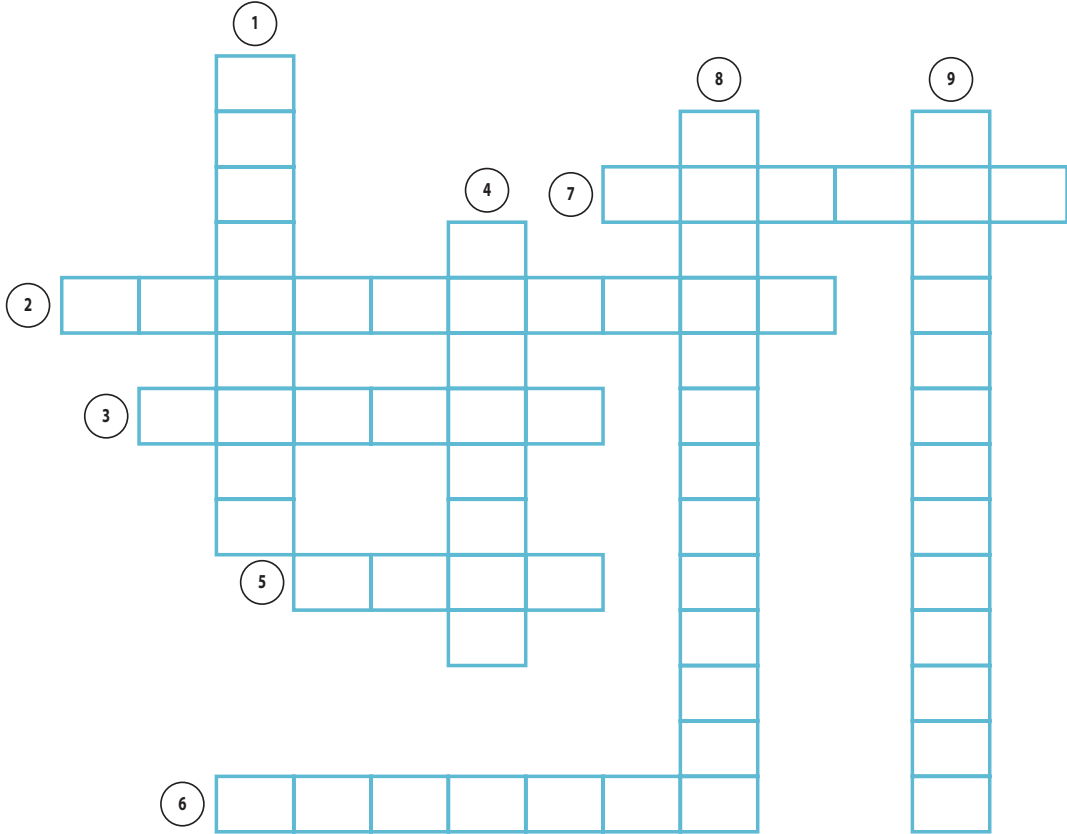




ETKİNLİK

Aşağıda verilen açıklamalara uygun ifadeleri çengel bulmacadaki ilgili boşluklara yazınız.

1. Bir amaca ulaşabilmek için ortak hareket etme
2. Rekabet kurallarına uygun davranmadıklarında işletmelerin karşılaşacakları yaptırım
3. Müşteriye fayda sağlayacak her türlü zihinsel (fıkrî) ya da bedensel emeğin ortaya konulmasıyla oluşturulmuş, soyut ve somut üretimler
4. Ürün ya da hizmet üreterek piyasadaki müşterilere satan gerçek ya da tüzel kişiler
5. Ticarete konu olan her türlü taşınır ya da taşınmaz eşya
6. Aynı sektörde faaliyet gösteren işletmelerden önce çıkmaya çalışma, ilk sırada tercih edilmek için mücadele etme
7. Rakip işletmelerin anlaşarak ortak fiyat belirlemesi ya da piyasayı bölüşmesi gibi durumlar
8. Bir işletmenin rakip işletmeleri müşterilere kötüleme, başka markaları taklit etme gibi diğer işletmeleri zarara uğratabilecek davranışları
9. Uygun rekabet ortamı geliştirmek amacıyla kurulmuş birlik





A) Aşağıdaki cümlelerin başındaki boşluğa ifade doğru ise “D”, yanlış ise “Y” yazınız.

1. () Doğru rekabet, kaliteli sonuç doğurur.
2. () Rakip marka ve işletmelerin kötülenmesi, rekabeti kötüye kullanma eylemidir.
3. () Rekabet eden işletmeler, ürünlerini satabilmek için ürünlerinin gerçek özelliklerinden farklı bilgiler sunabilir.
4. () Rakipleri zarara uğratabilecek davranışlar haksız rekabet olarak kabul edilir.
5. () Ticaret birlikleri, ticaret faaliyetlerinin ve rekabetin doğru yapılabilmesi için kurulmuştur.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere uygun sözcükleri yazınız.

6. Belirli bir hedefe ulaşmak veya ön sırada yer almak amacıyla yapılan yarışa denir.
..... denir.
7. Piyasaya rakip işletmelerin girmesini önlemek, rakip işletmeleri kötülemek ya da zarara uğratabilmek amacıyla yapılan olumsuz çalışmalara denir.
8. Her çeşit işletmenin rekabet edebilmesine yardımcı olacak bütün yasal düzenlemeleri kapsayan kanuna denir.
9. Aynı amaca ulaşmak isteyen teşebbüslerin birleşerek kurmuş olduğu birliğe
..... denir.
10. Rekabetin doğru yapılmasını engelleyici bir tutum sergileyen işletmeye
..... uygulanır.

C) Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyunuz ve doğru seçeneği işaretleyiniz.

11. Aşağıdaki bilgilerden hangisi yanlıştır?

- A) Aynı sektördeki işletmeler arasında rekabet olur.
- B) Rekabet, üretimin kalitesini artırır.
- C) Bazı alanlarda haksız rekabetin olması gerekir.
- D) Rekabetin korunması müşteriler için faydalıdır.
- E) Rekabetin korunması işletmeler için faydalıdır.

12. Kartel ile ilgili aşağıda verilen bilgilerden hangisi yanlıştır?

- A) Rakiplerin anlaşmasıyla yapılır.
- B) Rakip işletmeler yarışır.
- C) Rakipler arasında pazar paylaşılır.
- D) Tüketicileri zor durumda bırakır.
- E) Rakipler ortak fiyat belirler.

13. "A firmasının çalışanları, müşterilerine satış yaparken rakip B firmasının ürünü hakkında olumsuz yorumlar yapmıştır. Durumu öğrenen B firması, Rekabet Kurumuna başvurur ve Rekabet Kurumu kötüleme yapıldığına karar verir."

Yukarıdaki metinde verilen örnek olaya göre B firmasının ürünü kötüleyen A firması için aşağıdaki yorumlardan hangisi yapılır?

- A) İdari para cezası uygulanır.
- B) B firması da ürün kötülemeye başlar.
- C) Rekabet ortadan kalkar.
- D) Hiçbir işlem yapılmaz.
- E) Rakip olan A ve B firmaları birleşir.

14. "E firması yeni kurulmuştur. K firması ise E firması ile aynı sektörde en kaliteli ürünleri üretmektedir. E firması, maliyetlerden kurtulmak ve bir an önce büyümek için K firmasının markasını taklit ederek ürün üretir ve satışa sunar."

Yukarıdaki metinde verilen örnek olaya göre E firması ve firmanın yaptıkları için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- A) E firmasının davranışı doğaldır.
- B) K firması hiçbir hak iddia edemez.
- C) Rakipler pazarı paylaşır.
- D) Yaptıkları rekabet kurallarına uygundur.
- E) Haksız rekabet yapmıştır.

15. "M firması ile G firması rakip işletmelerdir. Aralarındaki rekabet çok para kazanmalarına engel olmaktadır. İşletmeler bir araya gelerek fiyat, pazar paylaşımı ve kalite standartları konusunda birlikte hareket etmeye karar verir. Böylelikle iki firma, ürünleri dilediği fiyattan satmaya başlar. Müşteriler ise düşük kaliteki ürünü yüksek fiyatla almak zorunda kalır.

Yukarıdaki metinde verilen örnek olay ile ilgili aşağıdaki yorumlardan hangisi doğrudur?

- A) Kaliteli ürünler üretilmektedir.
- B) İşletmelerin kazançları düşüktür.
- C) Rakipler arasında aşırı rekabet vardır.
- D) Kartel oluşmuştur.
- E) Haksız rekabet yapılmıştır.



4. ÖĞRENME BİRİMİ

FİKRÎ VE SİNÂİ MÜLKİYET HAKLARI



KONULAR

- 4.1. TİCARET UNVANININ TANIMI, TESCİLİ, DEVREDİLMESİ VE KORUNMASI
- 4.2. TİCARET UNVANI ALINIRKEN DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR
- 4.3. TİCARET UNVANI İLE İŞLETME ADI ARASINDAKİ FARKLAR
- 4.4. MARKA VE MARKA ÇEŞİTLERİ
- 4.5. MARKANIN BAŞVURU SÜRECİ, TESCİLİ, KULLANILMASI, İPTALİ VE SONA ERMESİ
- 4.6. LİSANS, LİSANS TÜRLERİ VE LİSANS ALMA İŞLEMLERİ
- 4.7. FİKİR VE SANAT ESERLERİ KANUNU'NUN KAPSAMI, AMACI; FİKİR VE SANAT ESERİ TÜRLERİ

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

1. Ticaret unvanı ile ilgili temel bilgiler
2. Ticaret unvanı ve işletme arasındaki farklar
3. Marka, marka çeşitleri ve marka ile ilgili temel bilgiler
4. Lisans, lisans türleri ve lisans işlemi ile ilgili temel bilgiler
5. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu

TEMEL KAVRAMLAR

- * Pazarlama
- * Ticaret unvanı
- * İşletme adı
- * Tacir
- * Tescil
- * Marka
- * Lisans
- * Fikir ve sanat eseri

4. FİKRÎ VE SİNAİ MÜLKİYET HAKLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Bütün dünyada faaliyet gösteren bir teknoloji firmasının sahibi olsaydınız hangi ticaret unvanını seçerdiniz? Sınıfta arkadaşlarınız ile paylaşınız.

İnsanlığın gelişiminin temelinde merak dürtüsü vardır. Kültürler, medeniyetler ve bilim; insanın merak dürtüsüyle zenginleşmiştir. İnsanların fizyolojik ihtiyaçları ortak olsa da düşünceleri, olayları yorumlama biçimleri farklıdır. Bu farklılık sayesinde sanat, spor, ticaret, pazarlama bilimi gibi birçok alan gelişmiştir.

ÖZLÜ SÖZ

Ticarette iyi olmak sanatın en şaşırtıcı dalıdır.
Andy Warhol (Endi Vorhol)

Pazarlama, dönemsel gelişimlere göre ürün tasarlamayı, üretmeyi ve zamanın ilerisinde planlama yapmayı öngören sosyal bir bilimdir. Bu sebeple pazarlama alanında faaliyet gösteren kişilerin özgün düşüncelere sahip olması çok önemlidir.

Pazarlama bir ürünün sadece satışı ile ilgilenmek değildir. Pazarlama bilimi, geleceğe dair kararların verilmesinde etkili olan sosyal bilimlerden biridir. İnsanların ihtiyaçlarına odaklıdır. Değişen tüketici tercihleri ile ilgilenir. Sosyoloji, psikoloji gibi birçok bilim dalıyla yakından ilgilidir. İşletmeler yönetimsel kararlar alırken pazarlama strateji uzmanlarına başvurur. Çünkü yönetim kararları karmaşıktır. Bu kararlar sadece işletmeleri değil işletme çalışanlarını, müşterileri ve sektörü yakından ilgilendirir. Bugün alınmış bir kararın sonuçları yıllar sonra ortaya çıkabilir. İşletme, çalışanlar ve müşteriler adına iyi sonuçlar ortaya çıkabilmesi için karar ve uygulamaların sürekli olarak kontrol edilmesi gerekir.

Ticaret yapmak insanlık tarihi kadar eski bir kavramdır. Para kullanılmadan önce takas yoluyla yapılan ticaret faaliyetleri, medeniyetlerle birlikte gelişerek bugünkü hâlini almıştır. Medeniyetlerin gelişmesi, yolcu ve yük taşıyan araçlardaki gelişmeler ve ülkeler arasındaki anlaşmalar ticaretin gelişerek artmasına katkı sağlamıştır. Özellikle pazarlama ve teknoloji alanındaki stratejik gelişmeler, ticaretin çeşitlenerek zenginleşmesini ve küresel (global) boyuta ulaşmasını sağlamıştır. **Küresellik** kavramı, ticaret açısından ülke sınırlarının kalkması ve dünyadaki tüm insanların aynı ürüne ulaşabilmesi anlamına gelir. Rusya'da yaşayan birinin Kahramanmaraş'tan dondurma ya da Manisa'dan çekirdeksiz üzüm sipariş edebilmesi ticaretteki küreselleşmeye örnektir.

BİLGİ KUTUSU

Tarihte parayı ilk olarak Lidyalılar kullanmıştır.

Kaynak: <https://dergipark.org.tr>



Dünyanın herhangi bir yerinde üretilen bir ürünü yine dünyanın herhangi bir yerindeki bir müşteri rahatlıkla satın alabilmektedir. İşletmeler ürettikleri ürünleri tek bir tuşa basarak tüm dünyaya tanıtılabilmektedir. Bu durum tüketicilere tercih etme, işletmelere de daha fazla müşteriye ulaşabilme fırsatı sunar. Bununla birlikte işletmeler daha fazla rakip işletmeyle karşı karşıya gelir ve rekabetin şiddeti artar. Türkiye'de faaliyet gösteren bir firmanın Almanya'daki başka bir firmayla rekabet etmesi küreselleşmenin rekabete olan etkisine örnektir (Görsel 4.1).



Görsel 4.1: Küreselleşme

Dünya nüfusunun artması, ticari faaliyet gerçekleştiriminin gittikçe kolaylaşması, ev ya da iş yerinden çalışma imkânlarının çeşitlenmesi, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve çevrim içi satışların başlaması; işletmeler için hem yeni fırsatlar hem de yeni tehditler doğurmuştur. İşlem hızı, müşteriye ulaşım, seri üretimler, depoya ve ham maddeye erişim kolaylıkları; işletmeler açısından fırsatlar doğururken bu fırsatlar sayesinde rakiplerin kolayca pazara girmesi, işletmelerin varlığını tehdit etmektedir.

Rekabetin çok fazla olduğu günümüz dünya pazarında işletmeler, varlıklarını sürdürebilmek için müşteriler tarafından tanınır, hatırlanır ve tercih edilir olmayı sağlamak zorundadır. Bir işletmenin tekrar tercih edilmesini sağlayan önemli faktörlerden biri ticaret unvanıdır. Bu sebeple ticaret unvanının doğru seçilmesi önemlidir.

Seçilen unvanın rakip işletmeler tarafından taklit edilmesine engel olmak için tescil işleminin yapılması ve ticaret unvanının korunması gerekir. Bu tür hakların korunması, yasalar ile güvence altına alınmıştır. İşletmeler bu yasalara dayanarak kendi isim ve unvanlarına sahip çıkmaktadır. Ticaret unvanı, belirli durumlarda ve şartlarda bir başka işletmeye devredilebilir. Örneğin faaliyetlerine son vermek isteyen bir işletme, ticaret unvanını iptal etmek yerine aynı unvanı kullanmak isteyen başka bir işletmeye bedel karşılığında devredebilir. Bir işletme, başka bir işletmeyi tamamen devralabilir. Ancak bu devir işleminin de kanunlara uygun olması gerekir.

4.1. TİCARET UNVANININ TANIMI, TESCİLİ, DEVREDİLMESİ VE KORUNMASI



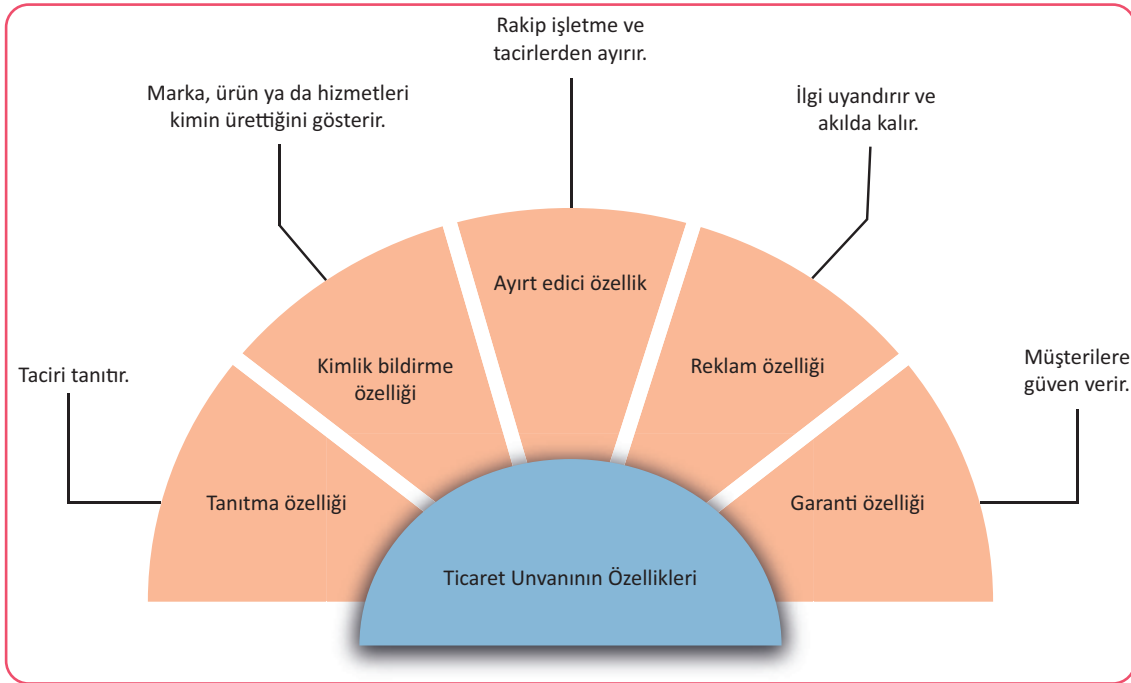
HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Türkiye Cumhuriyeti'nde faaliyet gösteren farklı işletmelerden bazıları aynı unvana sahip olsaydı ne gibi sonuçlar ortaya çıkardı? Sınıfta arkadaşlarınız ile tartışınız.

Ticaret unvanı, bir işletmeyi ya da taciri diğer işletme ve tacirlerden ayırmaya yarayan sembolik ifadelerdir. Bir işletmeyi kendi adına yöneten veya işleten kişilere **tacir** denir. Şahıs ve tüzel kişiliğe sahip şirketler ya da tacirler, kanunlara aykırı olmamak koşuluyla istedikleri unvanı seçip kullanma hakkına sahiptir.

Ticaret unvanı, kullanan işletme ve tacirlere bazı yararlar sağlar. Bu yararlardan en önemlisi, üretilen ürünlerin kimliğinin belirlenmesidir.

Seçilen ticaret unvanı, başka bir işletme tarafından kullanılamayacağı için unvan sahibi işletmenin rakip işletmelerden kolayca ayrılmasını sağlar. Kanunlar, ticaret unvanını seçen işletmeyi ve taciri korur. Ticaret unvanının özellikleri aşağıdaki gibidir (Görsel 4.2).

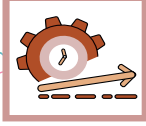


Görsel 4.2: Ticaret unvanının özellikleri

Ticaret unvanları seçilirken şirketlerin yapısal özelliği ön plana çıkar. Şahıs şirketlerinde kişilerin adı-soyadı, unvanda yer almalıdır. Adi, kolektif ve komandit şirketlerde en az bir ortağın adı-soyadı ile şirket türü unvanda yer almalıdır ("Veysel Ev Yemekleri Kolektif Şirketi", "Özgece Spor Salonu" ya da "Banu ve Ortakları Otelcilik Komandit Şirketi" gibi).



Anonim ve limited gibi şirketlerde ise şirketin konusunu gösteren bir ibare ile birlikte şirketin türü, unvanında belirtilmelidir ("Ertuğrul Oto ve Emlak AŞ" ya da "Kağan Ticaret ve Turizm Ltd. Şti." gibi). Ayrıca ticari işletme işleten vakıf ve derneklerin de unvan seçmesi gerekir. Böyle durumlarda vakıf ve dernekler kendi adlarını ticari unvan olarak kullanır (Kızılay Derneğinin ürettiği maden suyunda "Kızılay" unvanını kullanması gibi).



ETKİNLİK

Aşağıdaki tabloda örnek olarak verilen kişi ya da kurumların yeni bir işletme kurarak ticaret unvanı alacakları varsayılmaktadır. Tablodaki kişi veya kurumların alabilecekleri unvanları karşılıklarına yazınız.

Kişi ya da Kurumlar	Alabilecekleri Unvan
1. Leyla Tek ile Ali Tek, ürettikleri pekmezleri satmak için bir kolektif şirket kuracaktır.	
2. Bilge Özsoy ile Yasemin Bora, elektrik malzemeleri üretmek için bir anonim şirketi kuracaktır.	
3. Selçuk, Selim ve Çağrı Güçlü kardeşler, kozmetik ürünleri üretmek için bir limited şirketi kuracaktır.	
4. Arıkan Yılmaz ile Nazım Kara, avokado satışı için bir komandit şirket kuracaktır.	
5. Erman Gör, bilgisayar programları için bir şirket kuracaktır.	
6. Fazlı Mutlu ve Zülfü Er, ikinci el araç alıp satmak için bir limited şirket kuracaktır.	
7. Sultan ve Şehriban Güngörmüş, kıyafet üretip satabilecekleri bir konfeksiyon şirketi kuracaktır.	
8. Hatice Narin ve Selvi Yılmaz, yedek parça üretmek için bir anonim şirket kuracaktır.	
9. Elif Çiçek ve Sema Çiçek, çanta üretmek için bir şirket kuracaktır.	

4. Öğrenme Birimi

Türk Ticaret Kanunu'na (TTK) göre bir tacir veya işletmenin seçmiş olduğu ticaret unvanını tescil ettirmesi gerekir. **Tescil**, resmî olmayan herhangi bir şeyi gerekli yerlere kayıt ederek resmî hâle getirmek anlamına gelir. Ticaret hayatında bir işletmenin resmî olarak kurulmasını sağlayabilecek temel adım tescildir. Tescil işlemi, işletmenin açıldığı günden itibaren **on beş gün** içinde ilgili işletmenin bağlı bulunduğu adresteki sicil müdürlüklerinden yapılır. Sicil müdürlükleri genel olarak ticaret odalarının bünyesinde bulunmaktadır. Tescil, işlemten hemen sonra Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde ilan edilir (Görsel 4.3). İlan işlemi de gerçekleşince ticaret unvanının kullanım hakları tamamen tacir ya da işletmenin eline geçer.

Ticaret hayatında bazı işletmeler yok olurken bazı işletmeler faaliyetlerine yeni başlar. Bazı işletmeler ise faaliyet alanlarını değiştirir. İş yaşamı döngüsünde bir işletme bir başka işletmeyi kendi bünyesine katabilir. Bu durumda ticaret unvanının da devredilmesi gerekir. **Ticaret unvanı devir işlemi**, tescil edilmiş bir ticaret unvanının yasal yollarla bir başka işletmeye geçmesi anlamına gelir.



Görsel 4.3: Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi

BİLGİ KUTUSU

Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin internet sitesinde yayınlanmaktadır. Gazetenin bütün arşivine bu siteden ulaşılabilmektedir.

Kaynak: <https://www.ticaretsicil.gov.tr>

Ticaret unvanının devredilmesinde kanunen bir sakınca bulunmamaktadır. Ancak ticaret unvanı, işletmeden bağımsız olarak devredilemez. İşletme ile ticaret unvanının birlikte devredilmesi gerekir. İşletmenin ve ticaret unvanının değerini ödeyen diğer işletme, tüm hakları ve borçları ile ticari işletmeyi ve ticaret unvanını devralmış olur. Kanunların öngördüğü biçimde yapılan devir işlemleri, yine Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde ilan edilerek ilgililere duyurulmuş olur. Ticaret unvanının devir işlemi, işletme sahibinin ölümü üzerine de yapılır. Bu durumda miras yoluyla devir gerçekleşmiş olur. Kanuni mirasçılar, işletmenin düzenini bozmadan aynı unvanla devam etmek isteyebilir. Bu durumda işletmeyi kendilerinin yönetmesi ve işletme faaliyetlerinin devam ettirilmesi gerekir. Mirasçılar, işletmeyi kendileri sürdürmek istemezlerse yine başka bir işletmeye devredebilir.

BİLGİ KUTUSU

Türkiye Cumhuriyeti'nde ilk Ticaret Sicil Gazetesi 21.02.1957 yılında yayınlanmıştır.

Kaynak: <https://www.ticaretsicil.gov.tr>

Devir işlemi sonucunda devredilen işletmenin ve ticaret unvanının bütün hak ve kullanım yetkileri devralan işletmeye geçer.

Ticaret hayatı, rekabetin getirdiği şartlar nedeniyle zorlaşmıştır (Görsel 4.4). Ticari faaliyet gösteren bir işletmeyi kanunsuz ve hileli alış-satış faaliyetlerinden korumak, devletlerin görevi hâline gelmiştir.



Görsel 4.4: Rekabet

Dünya devletleri, çeşitli yasalarla işletmeleri ve işletmelerin kullandıkları ticaret unvanlarını koruma altına almıştır. Türkiye Cumhuriyeti, ticaret hayatında güven ve şeffaflık oluşturmak amacıyla Türk Ticaret Kanunu'nu (TTK) çıkarmıştır. Türk devlet geleneğinde ticari örf ve âdetler vardır. Eski Türk devletlerinde dürüst olmak, hile yapmamak, kaliteli ürün satmak, birlikte çalışmak ve devletine bağlı olmak; yazılı olmayan kurallardır. Zaman içinde Türkiye Cumhuriyeti'nde bu kurallar yazılı kanunlar hâline gelmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nde yaşayan vatandaşlara düşen en büyük görevlerden biri de ticaret hayatında güven oluşturmak ve her türlü işlemde iyi niyet göstermektir.

4. Öğrenme Birimi

Türk Ticaret Kanunu'na göre ticaret unvanı bir işletmenin kimliğidir. Devlete karşı görevlerde, müşterilere hizmet verilirken çalışanlara karşı sorumluluklarda ve diğer işletmelerle kurulan ticaret ilişkilerinde bu unvan kullanılır. Dolayısı ile bu unvanın başka işletmeler tarafından kullanılması, taklit edilmesi kanunlara aykırı bir durumdur. Kendine ait olmayan ticaret unvanını kanunlara aykırı şekilde kullanan kişi veya işletmeler, suç işlemiş olur ve karşılığında cezai yaptırımlarla karşılaşır.

Bir tacir, seçeceği ticaret unvanında kendi ismini ve soy ismini kullanacağı için ticaret unvanının korunması, Türk Medeni Kanunu'nda da yer almaktadır. Bir ticarin unvanı korunurken aynı zamanda tacirin kişilik haklarının da korunduğu unutulmamalıdır.

Gerek TTK gerekse Türk Medeni Kanunu, ticari unvanı korumaktadır. Ancak yine de hileli satışlar, unvan taklidi gibi sorunlar yaşanmaktadır. Böyle durumlarda zarar gören işletmenin maddi manevi tazminat isteme, zararın karşılanmasını isteme gibi hakları vardır.

BİLGİ KUTUSU

Ülkemizde 2021 yılı Haziran ayında toplam 9680 şirket tescil ve ilan edilerek kurulmuş, 1269 şirket ise faaliyetlerine son vererek kapanmıştır.

Kaynak: <https://www.tobb.org.tr>

Ticari unvanının yasal olarak korunması için her şeyden önce tescil işleminin tam olarak yapılmış olması ve ticari unvanın geçerliliğinin devam ediyor olması gerekir.

4.2. TİCARET UNVANI ALINIRKEN DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR



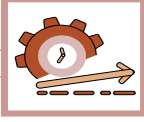
HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Ticari bir işletme kuracak olsaydınız adınız ve soyadınızı ticaret unvanına ekler miydiniz? Nedenleriyle birlikte cevabınızı sınıfta arkadaşlarınız ile paylaşınız.

Dünyaya gelen her insan doğal olarak bir isim sahibi olur. İşletmeler de insanlar gibi doğar yani kurulur. Kuruluş aşamasında her işletmenin unvanı yasal işlemlere uygun şekilde alınmalıdır. İşletmeler, ancak unvan aldıkları zaman resmî olarak var olur ve ticari faaliyetlerde bulunma hakkına sahip olur. Bu nedenlerle bir işletme açıldığında belirli sürede ve belirli kurallar dâhilinde işletme unvanının alınması gerekir. Bir işletmenin ticaret unvanı alırken ve kullanırken dikkat etmesi gereken hususlar şunlardır:

- Her tacir veya ticari işletme sorumlusu; ticari işletmesini, açtığı günden itibaren **on beş gün** içinde tescil ve ilan ettirmekle sorumludur. Bu sürenin aşılması hâlinde işletme, yasal yaptırımlarla karşılaşır.
- Tacirin adı ve soyadının kimlik bilgilerine uygun şekilde unvana eklenmesi gerekir. Herhangi bir lakap, kimlikte yazmayan bir unvan veya göbek adı gibi farklı isimler ticaret unvanına eklenemez.





ETKİNLİK

Tabloda verilen bilgilerin doğru ya da yanlış olması durumuna göre karşısındaki kutucuğu işaretleyiniz.

Bilgi	Doğru	Yanlış
Paranın icadından önce takas yoluyla ticaret yapılmıştır.		
Yerel bir işletmenin dünyanın herhangi bir yerindeki bir müşteriye ürün satması küresellik kavramıyla ilgilidir.		
İşletmelerin devamlılıklarını sürdürebilmek için müşteriler tarafından bilinir ve tercih edilir olması gerekir.		
Ticaret unvanı işletmelerin ayırt edilmesini sağlar.		
Bir işletmenin kimliği ticaret unvanıdır.		
Ticaret unvanı tescil edilerek resmîleştirilir.		
Ticaret unvanı alan bir işletme açıldığı günden itibaren 5 gün içinde tescil edilmelidir.		
Tescili yapılmış bir unvan başka bir işletme tarafından kullanılabilir.		
Kanunen bir ticaret unvanı devredilebilir.		
Bir işletmeyi kendi adına işleten kişiler tacirdir.		
Şahıs şirketleri ticaret unvanlarına sahibinin adını ve soyadını eklemelidir.		
Tescil edilen bir ticaret unvanı Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde yayınlanır.		
Bir ticaret unvanını birden fazla işletme kullanabilir.		

4. Öğrenme Birimi

Ticaret unvanı, yapılacak olan ticari işin içeriğine uygun olmalıdır ve ticaretin konusunu yansıtmalıdır. Aksi takdirde rekabet kurallarına aykırı davranılmış olur. Ayrıca gerçeklik ilkesine de aykırı davranılmış sayılır ve bu durum cezai yaptırım gerektirir. **Gerçeklik ilkesi**, ticaret unvanı ile yapılan ticari faaliyetin aynı olması demektir. Gerçeklik ilkesi işletmelerin kuruluş amacını da yansıtmaktadır. Bir işletme hangi ticari faaliyet amacıyla kurulduysa unvanı da faaliyet ile aynı olmalıdır. Böylece gerçeklik ilkesine uygun davranılmış ve de varoluş sebebi unvan ile tescillenmiş olur.

Ticaret unvanı, devamlılık ilkesine uygun olarak alınmalıdır. **Devamlılık ilkesi**, değişen dünya ve rekabet koşullarına uyum sağlayacak bir unvanın belirlenmesini ifade eder. Bu ilkeye göre alınacak olan unvan, değişen ihtiyaçlara göre sunulacak ürün ya da hizmetlerin gerisinde kalmamalıdır. İşletmeler gerektiğinde üretim teknolojilerini, gerekli ham maddeleri, ürünlerin özelliğini ve işletme kültürünü değiştirebilecek esnek bir yapıya sahip olmalıdır.

İşletmeler veya tacirler kuracakları işletme için yalnızca bir ticari unvan seçip kullanmalıdır. Ticaret unvanında **teklik ilkesi**, her işletmenin yalnızca bir ticaret unvanı kullanmasını ifade eder. İşletmeler ticari faaliyetlerinde birden fazla unvan kullanamaz. Bu ilke sayesinde müşteriler daha güvenli tercihte bulunur. Aynı zamanda bütün ticari ilişkilerde, her türlü alım satımda karışıklığın önüne geçilmiş olur.

Ticaret unvanı alınırken “millî”, “Türk” gibi isim ve sıfatların izinle kullanılması gerekir. Hiçbir işletme ya da tacir bu isim ve sıfatları izin almadan unvan olarak kullanamaz.



1. UYGULAMA

Uygulama Adı	Ticaret Unvanı Uygulaması
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Ticaret unvanı oluşturmak.

Açıklama: Bu uygulamada sizden bir ticaret unvanı oluşturmanız istenmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. Ailenizden ya da akrabalarınızdan birkaç kişinin isim ve soy ismini not alınız.
2. Öğretmeninizden yardım alarak ticari bir faaliyet belirleyiniz.
3. Seçtiğiniz isimlerin ortaklarınız olduğunu unutmayınız.
4. İşletme ortaklarınızla birlikte kullanabileceğiniz ticaret unvanı seçiniz.
5. Seçtiğiniz ticaret unvanının tesciline yönelik işlem basamaklarını anlatan bir sunum hazırlayınız.
6. Sınıfta beş dakikalık sürede sunumunuzu gerçekleştiriniz.
7. Hazırladığınız sunuyu öğretmeninize teslim ediniz.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek- Ticaret Unvanı Uygulaması Kontrol Listesi” kullanılacaktır.



4.3. TİCARET UNVANI İLE İŞLETME ADI ARASINDAKİ FARKLAR



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

“Gönül Pazarlama” ticaret unvanı olarak mı yoksa işletme adı olarak mı kullanılabilir? Sınıfta arkadaşlarınız ile tartışınız.

Büyük, orta ölçekli ya da küçük olmasına bakılmaksızın ekonomik yaşamda yer alan bütün işletmeler, bir ad veya unvan ile faaliyet göstermek zorundadır. Bu ad veya unvan, onların ticari kimliğini oluşturur.

İşletme adı, doğrudan sahibinin adına bağlı olmayan, işletmeyi tanıtmayı ve rakiplerinden ayırmayı sağlayan isimdir. İşletme adı direkt olarak işletmenin kendisine bağlıdır. İşletmeyi veya girişimi (teşebbüsü) simgeler.

İşletme adının kullanılması zorunlu değildir. Ancak kullanmayı seçen işletmeler işletme adını mutlaka unvan gibi tescil ettirmelidir. İşletme için ahlaka ve yasalara uygun olmak kaydıyla istenilen ad seçilebilir. İşletme adı için genellikle faaliyette bulunulan sektörü temsil eden isimler seçilir. Ticaret unvanı ile işletme adı arasındaki farklar aşağıdaki gibidir (Tablo: 4.1).

Tablo 4.1: Ticaret Unvanı ve İşletme Adı Arasındaki Farklar

TİCARET UNVANI	İŞLETME ADI
Doğrudan sahibi olan gerçek ya da tüzel kişiye bağlıdır. Örnek: Aygül Gülhan ve Ortakları Kolektif Şirketi	Doğrudan işletmeye veya girişime bağlıdır. Örnek: Çınaraltı Lokantası
Ticaret unvanı seçilirken şirketin yapısına göre ortaklardan en az birinin adı unvana yazılmalıdır.	Herhangi bir şahsın isminin işletme adına yazılmasına gerek yoktur.
Şirketin yapısına göre faaliyet konusunun ticaret unvanında yer alması gerekir.	İşletme adına faaliyet konusunun yazılması zorunlu değildir. Genel olarak akılda kalması için faaliyet konusu yazılır.

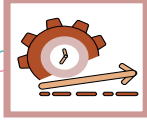


Araştırınız

Yaşadığınız bölgede bulunan işletmelerin tabelalarını inceleyiniz. Bu tabelalardan işletme adı ile ticaret unvanına ikişer örnek bularak aşağıdaki kutucuklara yazınız ve sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

TİCARET UNVANI	İŞLETME ADI

4. Öğrenme Birimi



ETKİNLİK

Aşağıdaki tabloda işletme adı ve ticaret unvanı örnekleri verilmiştir. Örneklerin karşısındaki kutucuklara verilen örneğin işletme adı mı yoksa ticaret unvanı mı olduğunu yazınız.

ÖRNEK	İŞLETME ADI - TİCARET UNVANI
1. Özturun ve Ortakları AŞ
2. Meydan Et ve Döner
3. Kalite Ayakkabıcısı
4. Gonca ve Yasemin Hoşlu Parfümeri Ltd. Şti.
5. Yorulmaz Spor Salonu
6. Banu Şanslı ve Özge Çalışkan Kolektif Şirketi
7. Mutlu Kasap
8. Bahar ve Ayça Alıcı Konfeksiyon Ltd. Şti.
9. Alya Optik ve Güneş Gözlükleri

4.4. MARKA VE MARKA ÇEŞİTLERİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Marketten yaptığınız alışverişlerde tercih ettiğiniz markalar ve tercih sebepleriniz nelerdir? Sınıfta arkadaşlarınız ile paylaşınız.

Aynı ihtiyacı karşılamaya yönelik üretilmiş benzer ürünler arasında bir ürünü diğer ürünlerden ayırmaya yarayan en temel kavram markadır.

Marka; amblem, özel ad, işaret, sembol ya da renklerin çeşitli şekillerde kullanılmasıdır (Görsel 4.5). Bir isim, soy isim, ticari unvan, isimlerin birleştirilmesi ile oluşturulmuş bir sözcük, isim kısaltması, sevilen bir renk, bir şekil; marka olarak kullanılabilir.



Görsel 4.5: Marka

Hukuki açıdan marka; sahibinin haklarını koruyan, taklitleri önleyen ve kullanım hakkı ile gelirlerinin sahibi tarafından kullanılmasını sağlayan her türlü işaret ve semboldür.

Marka seçmenin ve kullanmanın en temel amacı, ürünün özgünlüğünü yansıtıp bilinirliğini arttırarak tercih edilmesini sağlamaktır.

BİLGİ KUTUSU

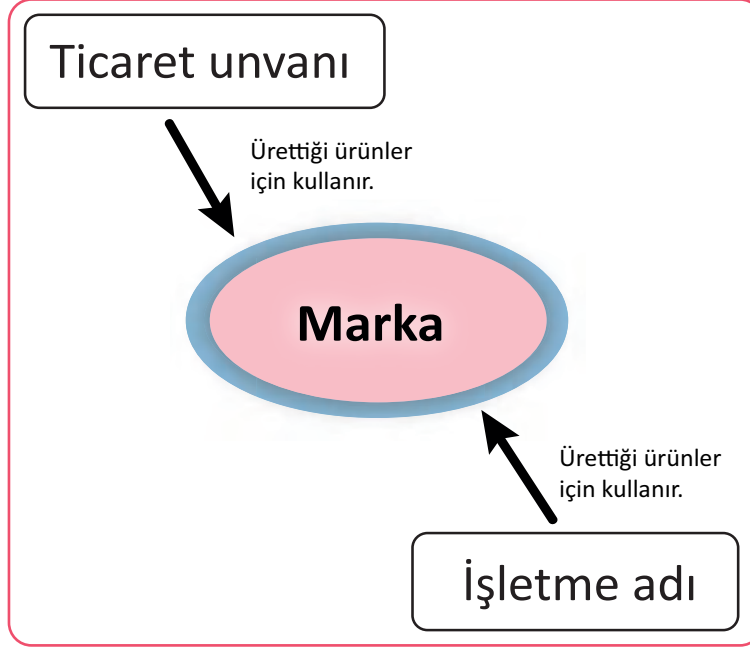
Uluslararası Marka Değerlendirme Kuruluşu, 2021 yılı Ocak ayında en değerli markaları belirlemiştir. “Dünyanın En Değerli 500 Markası - Global 500-2021” sonuçlarına göre ilk altı sıradaki markaların sektörleri aşağıdaki gibidir.

1. Teknoloji
2. Pazarlama ve Perakende
3. Medya
4. Teknoloji
5. Teknoloji
6. Pazarlama ve Perakende

Kaynak: <https://www.trthaber.com>

4. Öğrenme Birimi

Ticaret unvanı, işletme adı ve marka birbirleriyle karıştırılan kavramlardır. Bir işletme, seçmiş olduğu isim veya unvan ile faaliyetlerini sürdürür. Faaliyetlerini sürdürürken insanların ihtiyaç ve isteklerine göre üretim yapar. Yapmış olduğu üretimde de marka olarak seçmiş olduğu sembol, renk isim gibi çeşitli unsurları kullanır. Ticaret unvanı ya da işletme adı kullanan firmaların aynı anda birden fazla markası da olabilir. Ürettikleri çeşitli ürünler için farklı markalar seçebilirler. Hatta bazı işletmeler unvanlarını marka olarak kullanmaktadır. Bu noktada önemli olan; seçilmiş olan unvan, isim ya da markanın müşteriye güven verecek, akılda kalacak ve işletmeyi rakiplerinden ayıracak nitelikte olmasıdır. İşletme adı, ticaret unvanı ve marka ilişkisi Görsel 4.6'da verilmiştir.



Görsel 4.6: İşletme adı, ticaret unvanı ve marka ilişkisi

4.4.1. Marka Çeşitleri

İşletmelerin ürettikleri ürünleri ön plana çıkarmak, müşterilerin dikkatini çekmek ve müşteride ilgi uyandırmak amacıyla marka kullanıyor olması genel bir durumdur. Çoğu zaman markalar, işletme adını ve ticaret unvanını gölgede bırakarak ön plana çıkar. Özellikle başarılı markalarda marka sahibi işletme, müşteriler tarafından tanınmaz. Olumlu veya olumsuz durumlarda sadece markaya yönelik değerlendirme yapılır. Markanın işletmeyi temsil etmesi, çoğu zaman ticaret unvanı ya da işletme adından daha fazla anılması, markanın oluşumunu ve çeşitlenmesini etkilemiştir. Markanın kullanım durumları göz önünde alındığında birçok çeşidi ortaya çıkmaktadır. Markanın çeşitli biçimlerde kullanılmasındaki genel amaç bilinirlik ve akılda kalıcılık olsa da markayı kullanan işletmelerin amacına ya da sahiplerine göre de markalar çeşitlilik gösterir.

ÖZLÜ SÖZ

Yarının bugünden iyi olmasını istiyorsan şimdiden değişik bir şeyler yapmalısın.

Michael Porter (Mişel Portır)





Amacına göre ve sahibine göre olmak üzere iki ana marka çeşidi vardır.

Amacına Göre Marka: Ürün grubuna ya da hizmet grubuna yönelik olarak oluşturulan markaları ifade eder. İşletmeler, belirli bir faaliyet çerçevesinde kurulur ve kuruluş amacına yönelik ürün ya da hizmet üretir. İşletmelerin üretim yaparken oluşturacağı marka da hizmet ya da ürün grubuna göre oluşur. Ürün grubunda olan markalar **ürün markaları** olarak adlandırılır. Hizmet grubunda oluşturulan markalar ise **hizmet markasıdır**. Her iki durumda da marka, bir amaca göre oluşturulmuş olur. Turizm, bankacılık, eğitim gibi alanlarda hizmet veren işletmelerin markaları hizmet markasına örnek olarak verilebilir. Beyaz eşya gibi dayanıklı ürünler, giyim ya da ayakkabı gibi ürünler için oluşturulmuş markalar ise ürün markalarına örnektir.

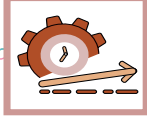
Sahibine Göre Marka: Marka sahibinin gerçek ya da tüzel kişi olmasına göre belirlenen marka türüdür.

Sahibine göre marka türleri şunlardır:

- **Bireysel Marka:** Aynı işletme tarafından üretilen farklı ürünlere ait farklı markaların oluşturulmasıdır. Markaları üreten kuruluş aynı olmasına rağmen her bir marka, farklı ürünü temsil eder. Bir işletmenin ürettiği ayakkabıya ayrı, giyim ürününe ayrı marka vermesi bu duruma bir örnektir.
- **Ortak Marka:** Birbirinden bağımsız işletmelerin bir marka sahibi ile sözleşme yaparak ürünlerinde aynı markayı kullanmalarıdır. Genellikle kooperatif tarzında faaliyet gösteren işletmeler ortak marka kullanır. Bazı durumlarda iki büyük şirket birbirinin gücünden yararlanmak için ortak bir marka ortaya çıkarır ve rekabette güç kazanmış olur. Bir bölgede farklı üreticiler tarafından üretilen zeytinlerin bir kooperatif çatısı altında tek marka ile satışa sunulması bu duruma örnek olarak verilebilir.
- **Aile Markası:** Kurucu işletmenin birden fazla ürünü olduğu hâlde tek bir marka ile üretim yapmasıdır. Yani bir işletmenin üretmiş olduğu farklı ürünleri aynı marka çatısı altında satışa sunmasıdır. İşletmenin markası güçlüyse ve müşteriler tarafından tercih ediliyorsa işletme, risk almadan aynı markayı kullanarak yeni ürünler üretir. Bir otomobil firması tarafından üretilen farklı türdeki araçlarda tek bir marka ya da amblem kullanılması aile markasına örnek olarak verilebilir.
- **Aracı Marka:** Genellikle dağıtıcı işletmelerin üretmiş olduğu markadır. Dağıtıcı ya da aracı işletmeler, büyük markaların perakende mağazalarına aracı markayı yerleştirerek satış yapar. Özellikle büyük market zincirleri için üretilen ve başka hiçbir yerde satılmayan markalar aracı markalardır. Aracı marka türünde üretilen ürünlerin ambalajlarında ürünü üreten firma ve kendi markası adına ürettiren firma bilgileri yer alır. Birçok market zincirinde yalnızca o markette satılan markalara rastlanmaktadır. Bu markalar aracı markaya örnektir.
- **Ulusal Marka:** Markanın ilgili ülke sınırları içinde geçerli ve sınırlı olması durumudur. İşletmeler, markalarını ilk kez oluştururken genellikle faaliyet gösterdikleri ülkelerde tescil ettirir. Markanın büyümesi ve başka ülkelerde de satışa çıkması durumunda uluslararası alanda markalaşma yoluna gidilir.
- **Holding Markası:** Holding yapısındaki şirketlerin kullandıkları her markanın başına ya da sonuna holdingi temsil eden harf, sembol ya da işaret koyması ile oluşan markalardır. Az-Pa Holdingin bünyesinde ürettiği her ürün ya da hizmet markasının sonuna "AP" harflerini getirmesi, holding markasına örnek olarak verilebilir.
- **Çok Sahipli Marka:** Markanın birden fazla sahibinin olması durumudur. Genellikle marka sahibinin ölümü üzerinde marka haklarının mirasçılara kalması durumunda ortaya çıkar.

4. Öğrenme Birimi

- **Garanti Markası:** Ürünün belirli bir kalitede ve özellikte olduğunu belirtmek için oluşturulan marka çeşididir. Coğrafi işaretleri kullanan markaların tam olarak tescilli ürün kalitesinde üretim yaparak garanti markasını oluşturması gerekir. “Kahramanmaraş Dondurması” üretecek bir markanın garanti markası olabilmesi için gerçekten de Kahramanmaraş Dondurması kalitesinde ürün üretmesi gerekir.



ETKİNLİK

Günlük hayatta kullandığınız marka çeşitlerinden 5 tanesini not alınız. Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

.....

.....

.....

.....

.....

BİLGİ KUTUSU

Bir dondurma markası “Maraş Usulü Dondurma” ibaresi ile üretilip sattığı dondurma çeşidinde Kahramanmaraş’ta üretilen keçi sütlerini kullanmadığı için kendisine açılan davayı kaybetmiştir. Ünlü işletme, bu markayı kullanabilmek için Kahramanmaraş dondurmasını tesciline uygun şekilde üretmek zorundadır.

Kaynak: <https://www.timeturk.com>



Araştırınız

Aşağıda verilen her bir marka çeşidine uygun bir örnek bulup karşıdaki kutucuğa yazınız. Örnekleri sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Marka Çeşidi	Örnek
1. Garanti markası	
2. Aracı marka	
3. Aile markası	
4. Holding markası	
5. Bireysel marka	



ETKİNLİK

Çeşidi verilen markaların altındaki boşluklara birer örnek yazınız.

Bireysel marka

.....

Ortak marka

.....

Aile markası

.....

Aracı marka

.....

Ulusal marka

.....

Holding markası

.....

Çok sahipli marka

.....

Garanti markası

.....

4.5. MARKANIN BAŞVURU SÜRECİ, TESCİLİ, KULLANILMASI, İPTALİ VE SONA ERMESİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Markanın hukuki olarak korunması, rekabet açısından nasıl bir anlam içerir? Sınıfta arkadaşlarınız ile tartışınız.

İşletmeler tıpkı ticaret unvanı gibi kullanacakları markaları da tescil etmek zorundadır. Bu tescil işlemi, işletmeyi ve markayı koruyan ve markanın varlığını resmen onaylayan bir işlemdir. Tescilli bir markanın taklit edilmesi ya da başka işletme tarafından kullanılması kanunlara aykırıdır. Bu sebeple tescilli bir markayı taklit eden işletme ya da kişilere ceza uygulanır. Ayrıca bu kişiler ya da işletmeler marka sahibinin hak kaybını da ödemek zorundadır.

4. Öğrenme Birimi

Bir markanın tescil edilerek var olması için belirli işlemlerin yapılması gerekir. Marka başvurusu yapılırken bazı bilgi ve belgeler gerekmektedir.

Marka başvurusu yapacak kişi ya da firmanın hazırlaması gereken belgeler şunlardır:

- Başvuracak kişi ya da kişilerin kimlik bilgileri
- Başvuracakların adres ve iletişim bilgileri
- Marka için Latin harfleri dışında seçilen bir harf var ise bunun alfabedeki karşılığı
- Marka alınacak ürün ya da hizmetin hangi sınıfta olduğunu gösterir belge
- Marka başvuru ücretinin ödendiğini gösterir belge
- Ortak ya da garanti markası için başvuru yapılıyorsa teknik şartname
- Muvafakatnamenin aslı veya noter onaylı örneği (**Muvafakatname**, bir kişinin ya da kurumun kendine ait özel haklarını kullandırmaya izin vermesi anlamına gelir. Bu izinleri devlet kurumları, ortaklar, eşler vb. birbirlerine verebilir.)
- Rüçhan hakkı kullanılacaksa bu durumu gösterir belge ve belgenin yeminli Türkçe tercümanlar tarafından onaylanmış Türkçe hâli (**Rüçhan hakkı**, bir başka ülkede marka başvurusu yapılmış olan ürün ya da hizmet için Türkiye’de de marka başvurusunda bulunmak istendiğinde kullanılır. Yerli ve yabancı sergilerde ürünlerini sergileyen işletmeler, çoğunlukla rüçhan hakkı kullanmaktadır.)

Yukarıdaki belgeler hazırlandıktan sonra marka başvurusu e-Devlet ile uyumlu EPATS (Elektronik Başvuru Sistemi) üzerinden online (çevrim içi) olarak yapılabilir. Başvurular Türk Patent ve Marka Kurumuna yapılmaktadır (Görsel 4.7). Belgeleri eksiksiz olan başvurular, başvurunun yapıldığı tarih ve saat itibarıyla kaydedilir.



Görsel 4.7: Türk Patent ve Marka Kurumu logosu

Başvurusu yapılan markaların tescil sürecinde öncelikle başvuru belgeleri incelenir. İnceleme sonucunda herhangi bir eksiği bulunmayan bilgi ve belgeli başvurular için yayınlanma işlemine geçilir.

Tescil başvurusu yapılan marka, Resmî Marka Gazetesi’nde iki ay içinde yayınlanır. Bu süreçte incelemeler devam eder. Eğer belge ve işlemlerde eksiklik yoksa tescil işlemi gerçekleştirilir ve marka oluşturulmuş olur.

BİLGİ KUTUSU

Resmî Marka Gazetesi, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yayımlanmaktadır.

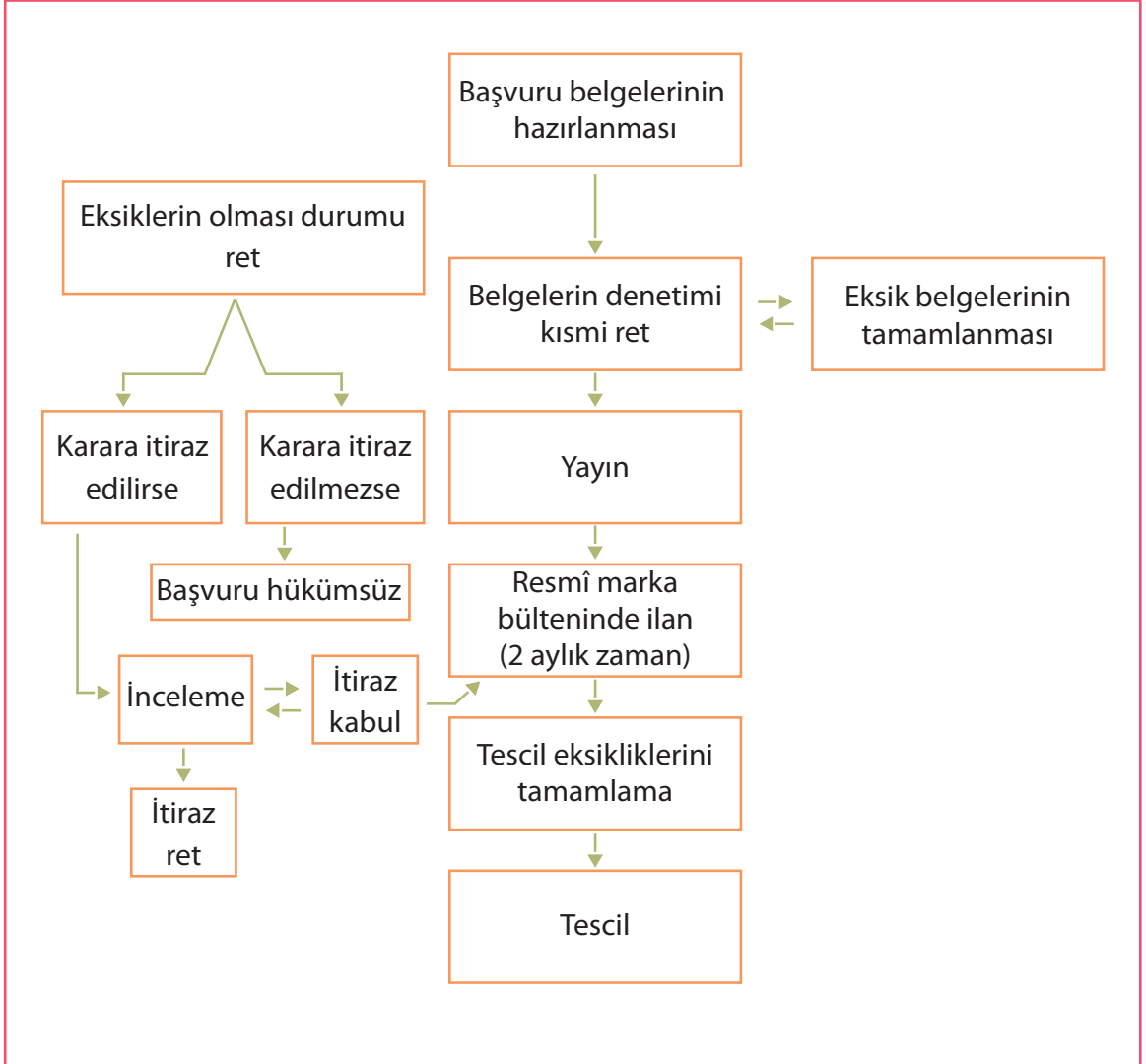
Kaynak: <https://bulten.turkpatent.gov.tr/bulten/>

Tescil süreci içinde yapılan incelemeler sonucunda belge veya işlemlerde eksiklik ya da hata tespit edilirse başvuru sahibine eksiklik bildirim yapılar. Marka sahibi eksiklikleri giderirse başvuru tekrar inceleme sürecine girer. Eksiklikleri tamamlanan marka başvuruları için süreç, tıpkı eksiği olmayan marka başvurusu gibi ilerler ve marka tescil edilir.





Tescil süreci içinde marka incelemesi yapılırken eksiklik ya da hatalardan dolayı reddedilen başvurular da olabilir. Böyle durumlarda başvuru sahibinin itiraz hakkı bulunur. İtirazdan sonra tekrar inceleme süreci başlar. Başvurunun yine reddedilmesi durumunda başvuru sahibinin yargıya gitme hakkı vardır. Bu durumda incelemeyi artık mahkemeler yapacaktır. Marka başvuru ve tescil süreci Görsel 4.8'de verilmiştir.



Görsel 4.8: Marka başvuru tescil süreci

Markanın tescil edildiği tarihten itibaren **on yıl** koruma süresi vardır. Yani bir markanın tescil edildiği tarihten itibaren on yıl süre ile başka bir kişi ya da firmalar bu markayı seçip kullanamaz. Kanunlara aykırı olmamak üzere marka sahibi, markasını dilediği gibi kullanma hakkına sahip olur. Ancak marka için üretilecek ürünlerin tescildeki ürün sınıfında olmasına dikkat edilmelidir. Tescil edilen markanın on yıl boyunca bütün kazanç ve sorumlulukları marka sahibine aittir. Marka sahibi isterse on yılın sonunda markayı tekrar tescil ettirerek on yıl daha kullanabilir. Bu tekrarlı tescilin bir sayı sınırlaması yoktur. Marka sahibi her on yılın sonunda markasını tekrar tescil ettirebilir. Tescilli markanın kullanım hakkı sadece marka sahibinde olduğu için bu tescilin koruyucu özelliği de vardır.

4. Öğrenme Birimi

Tescil, marka sahibini her türlü haksız rekabetten, markanın taklit edilmesinden doğabilecek kazanç kayıplarından korur. Marka sahibi, markasını taklit ederek hileli üretim yapmış olan kişi ve firmalardan tazminat, kazanç kaybının ödenmesi gibi yasal taleplerde bulunma hakkına sahiptir. Marka taklidi yapan kişi ve firmalara ayrıca hukuki yaptırımlar uygulanır.

Tescil edilmiş bir marka fiilî olarak kullanılmalıdır. Marka, tescil edildiği tarihten itibaren **beş yıl** içinde, geçerli bir mazeret olmadığı hâlde Türkiye sınırları içinde kullanılmazsa bu markanın tescili iptal edilir.

Marka sahipleri, markanın kullanıldığı ürünlerin üretimine son vererek marka tescilinin iptalini isteyebilir. Bu durumda marka iptal başvurusunun yapılması gerekir.

Tescilli markanın on yıllık süresi dolduğunda marka sahipleri tarafından tekrar tescil işlemi için başvuru yapılmazsa marka hakları sona erer. Bazen de marka sahibi, marka hakkından vazgeçer. Her iki durumda da markanın hakkı sonlanmış sayılır.

ÖZLÜ SÖZ

Harika bir marka asla tam olarak anlatılmayan bir hikâyedir.
Scott Bedbury (Sıkak Bedbörü)



2. UYGULAMA

Uygulama Adı	Marka Tescili Uygulaması
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Marka tasarlamak.

Açıklama: Bu uygulamada sizden belirlediğiniz bir alanda marka tasarımı yapmanız ve tasarladığınız markanın tescil işlemlerine yönelik bir sunum yapmanız istenmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

- Öğretmeninizden yardım alarak ticari bir faaliyet belirleyiniz.
- Belirlediğiniz faaliyet alanında millî bir marka olup olmadığını araştırınız. Sonuçları not ediniz.
- Seçtiğiniz faaliyet alanındaki markaları inceleyerek not ediniz.
- Kendinizin bir işletme sahibi olduğunuzu düşünerek bir marka tasarımı yapınız.
- Tasarladığınız markanın tescil sürecini anlatan bir sayfalık slayt sunumu hazırlayınız.
- Hazırladığınız sunumu öğretmeninizin belirlediği süre içinde arkadaşlarınıza anlatınız.
- Hazırladığınız sunuyu ders öğretmeninize teslim ediniz.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek- Marka Tescili Uygulaması Kontrol Listesi” kullanılacaktır.

4.6. LİSANS, LİSANS TÜRLERİ VE LİSANS ALMA İŞLEMLERİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Bir işletme sahibi olsaydınız çok ünlü başka bir işletmenin ürün ve hizmetlerini üretmek ister miydiniz? Cevaplarınızı sınıfta arkadaşlarınız ile paylaşınız.

İşletmeler, kendi markalarını ya da unvanlarını oluşturmak yerine başarı sağlamış, belirli müşteri kitlesine ve tanınırlığa ulaşmış marka ya da işletmelerin ürünlerini üreterek satmak isteyebilir. Buradaki temel amaç; büyük rakiplerin baskısı altında ezilmemek, markalaşma sürecini başlatma maliyetlerinden kaçınmak, hazır müşterilerle çalışmak ve tanınmış markanın başarısındaki garantiden faydalanmaktır. Tanınmış işletmeler de her türlü maliyete katlanarak kurmuş oldukları markanın ve sistemin kullanım iznini başka işletmelere satıp ayrıca gelir elde etmektedir. İki işletme arasında yapılan bu işleme **lisans** denir. İşletmeler açısından lisans, bir ürünün marka ve üretim hakkı sahibi olan işletmeden izin alınarak üretilmesi anlamına gelmektedir (Görsel 4.9).

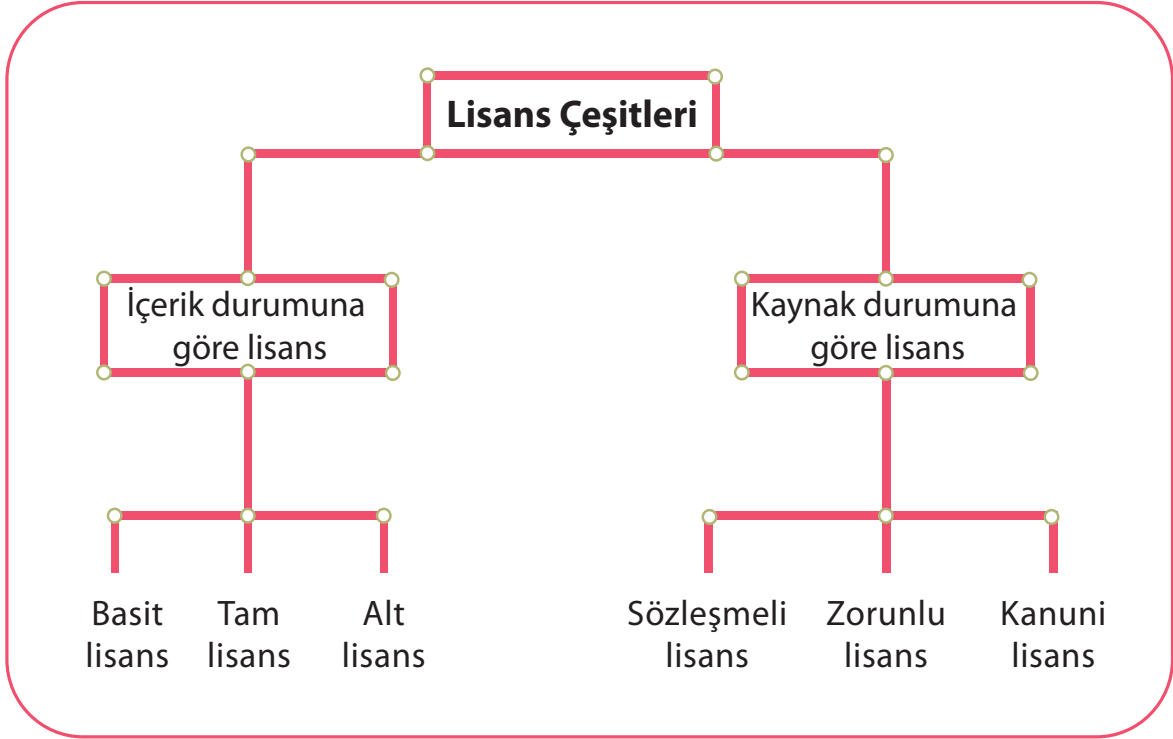


Görsel 4.9: Lisans verme

Lisans verme işlemi, lisans sözleşmesi ve iki tarafın da açık rızası ile yapılan bir işlemdir. Sözleşme ile bir işletme, kendi ürününün ya da bilgisinin üretim, dağıtım ve satım gibi izinlerini sözleşmeye taraf olan diğer işletmeye vermiş olur. Ürünü ya da bilgiyi alan işletme ise bu işlemin karşılığında devreden işletmeye daha önce belirlenmiş olan ücreti ödemekle yükümlüdür.

Lisans işlemi ulusal veya uluslararası olabilir. Devletler, hukuka aykırı bir durum olmadığı sürece lisans işlemlerine izin vermektedir. Ülke sınırlarında üretilen bir ürünün lisansının başka bir ülkedeki işletmeye gitmesi, sadece bir işletmenin başarısı değil ülkenin ekonomik başarısı anlamına da gelir. Bilgi ve teknolojinin en önemli güç sayıldığı çağımızda özellikle gençlerin girişim faaliyetlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Fikirlerini hayata geçirerek bir değer oluşturan bu girişimci bireylerin vermiş oldukları lisans ülkeye hizmet anlamına gelir.

Lisans, içerik ve kaynak durumuna göre çeşitlilik gösterir. Lisans çeşitleri aşağıdaki gibidir (Görsel 4.10).



Görsel 4.10: Lisans çeşitleri

Lisansın içerik durumuna göre üç çeşidi vardır. Bu çeşitler şunlardır:

Basit Lisans: Lisans sahibinin farklı kişi ya da işletmelere lisans verme yetkisi sınırsızdır. Yani fikrin ve üretilen kıymetin sahibi, dilediği kadar kişiye lisans verebilir. Buradaki kıymet; ürün, hizmet, bilgi veya teknoloji olabilir.

Tam Lisans: Lisans sahibinin lisansı verirken bir başka kişiye daha lisans vermemeyi kabul ettiği lisans verme çeşididir. Fikrin ve üretilen kıymetin sahibi, lisans hakkını bir tek kişi ya da işletmeye devreder. Burada sınırlı bir lisans verme işlemi söz konusudur.

Alt Lisans: Basit lisans biçiminde verilen bir lisansın alan kişi veya işletme tarafından üçüncü bir kişiye verilmesi işlemidir. Alt lisans çeşidinde lisansı alan işletme ya da kişiler bir başka işletmeye aynı lisansı verebildiği için hem lisans alıcı hem de lisans verici durumdadır. Alt lisans işlemi yapılırken ilk yapılan lisans sözleşmesinin dışına çıkılamaz.

Lisans hakkının kaynak durumuna göre de üç çeşidi vardır. Bu çeşitler şunlardır:

Sözleşmeli Lisans: Lisans sahibinin dilediği kişi ya da işletme ile sözleşme yaparak lisans verme yetkisini kullanması durumudur.

Zorunlu Lisans: Özellikle ortaklı yapılan fikir ve kıymet üretimlerinde kullanılmaktadır. Ortakların ayrılması sebebiyle bir ortağın diğer ortağa lisans verme durumudur.



Ayrılan ortak, hakları çerçevesinde lisans alarak ayrı bir üretim faaliyeti gerçekleştirir. Lisansı veren ortak ise lisansa konu olan ürün ya da hizmeti tek başına oluşturmadığı için diğer ortağa lisans vermek zorundadır. Ortaklardan birisi lisans vermek istemezse diğer ortağın hak kaybı yaşamaması için mahkeme tarafından lisans verme işlemi yapılır.

Kanuni Lisans: Ortakların ayrılma hâllerinde ya da lisans verme işlemlerinde, zorunlu lisanstaki gibi mahkeme kararına gerek kalmadan başlangıçtaki sözleşmeye dayanılarak yapılan lisans verme işlemidir. Lisans işlemine konu olan ürün ya da hizmet henüz fikir ve tasarım aşamasındayken ortakların birleşerek bir sözleşme oluşturması ve faaliyetlerine bu şekilde başlaması, yasal olarak bütün tarafları korur.

Bütün lisans çeşitlerinde önemli olan unsur, lisansın taraflara sağladığı haklar ve yüklediği sorumluluklardır. Lisans veren taraf, lisans alan taraftaki üretimin kendi üretiminden daha az kaliteli olmasına neden olacak şekilde bilgi gizleyemez. Lisans alan taraf ise lisans veren tarafı zarara uğratacak, yanıltıcı ya da kusurlu bir üretim yapamaz. Lisans verme işleminin geçerli olması her şeyden önce tarafların dürüst ve şeffaf olmasına bağlıdır.

Lisans almak isteyen kişi ya da işletmelerin bazı işlemleri gerçekleştirmesi gerekir. Bu işlemler sırasıyla şunlardır:

- Bir faaliyet alanı belirlenir.
- Belirlenen alanda üretim yapan ya da faaliyet gösteren lisans ve fikir sahipleri araştırılır.
- Lisans sahibi ile anlaşma sağlanır.
- Lisans sözleşmesi hazırlanır.
- Hazırlanan sözleşme taraflarca imzalanır.
- Ticaret Bakanlığına başvuru yapılır. Başvuru esnasında Ticaret Bakanlığının vereceği belgeler eksiksiz doldurulmalıdır.
- Ticaret Bakanlığının belirlediği ücret yatırılır.
- Bakanlıktan onay çıktıktan sonra lisansı alan tarafın üretim yapabilmesi için lisansı veren taraf her türlü bilgi, teknolojiyi sağlar.
- Lisansı alan kişi ya da işletmenin belirtmiş olduğu adrese kurulum gerçekleşir.
- Lisansı alan taraf üretime başlar.

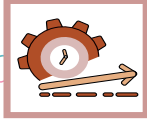
Lisans sözleşmesi hazırlanırken çok dikkatli olunmalıdır. Lisans verilen üretim için her detay sözleşmede açık açık yazılmalı ve lisans karşılığında ödenen bedel ile lisansın kullanılacağı süreler açıkça belirtilmelidir. Lisans sözleşmesi tarafların karşılıklı anlaşmasıyla sonlanırsa (feshedilirse) lisans hakkı da sonlanmış olur. Lisans veren ya da lisansı alan taraflardan birinin ölmesi üzerine yasal varisler dilerlerse lisans anlaşmasına devam edebilir.

ÖZLÜ SÖZ

Eğer yeni ürününüzün tasarımı masanın üzerinde kalmışsa birinin onu taklit etmesi sadece birkaç dakika alır.

Francis Goldwyn (Francis Goldvin)





ETKİNLİK

Aşağıdaki tabloda bazı lisans örnekleri verilmiştir. Verilen örneğin hangi lisans çeşidine ait olduğunu karşılarındaki kutucuklara yazınız.

ÖRNEK	LİSANS ÇEŞİDİ
1. Çiçek Hanım, sahibi olduğu “Nefis Tatlı” markasının lisansını sözleşme yaparak bir başka işletmeye vermiştir.
2. Bir yazılım firması, tasarladığı etkili öğrenme programının lisansını “Eğlenceli Öğrenme” adlı işletmeye devrederken aynı lisansı başka hiçbir işletmeye vermemeyi kabul etmiştir.
3. Nazlı, Asya ve Gönül kardeşler ortak bir marka oluşturmuştur. Bir süre sonra Asya, ortaklıktan ayrılma kararı almış ve Nazlı ile Gönül istemeden de olsa ortak markanın lisansını vermiştir.
4. Türk yemeklerinde ünlü bir işletme, yurt içi ve yurt dışında birçok işletmeye lisans devri yapmaktadır.
5. Dünyaca ünlü bir yemek işletmesinin lisansını alan Lezzet Yemek İşletmesi, lisans sözleşmesine dayanarak aldığı lisansı bir başka işletmeye daha devretmiştir.
6. İki ortak birlikte kurdukları işletmede bir süre çalışmış ve anlaşamayınca ortaklıktan ayrılma kararı almıştır. Ortaklardan birisi ayrılma kararı olmadan lisans sözleşmesini vereceğini beyan etmiş ve lisans devri gerçekleşmiştir.
7. Spor malzemeleri satan bir işletme birden çok işletmeye lisans vermiştir.
8. Bir yazılım firması seçmiş olduğu tek bir işletmeye lisans vermiş ve başka hiçbir işletmeye lisans vermemiştir.

4.7. FİKİR VE SANAT ESERLERİ KANUNU'NUN KAPSAMI, AMACI; FİKİR VE SANAT ESERİ TÜRLERİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Fikir eserlerinin korunması ne gibi yararlar sağlar? Sınıfta arkadaşlarınız ile tartışınız.

Fikir, özgün bir düşüncenin ürünü olarak tanımlanabilir. İnsanları diğer canlılardan ayıran en temel özellik düşünebilme yeteneğidir. Düşünme yeteneği fikirlerin ortaya çıkmasını sağlar (Görsel 4.11). Bununla birlikte her insanın farklı yetenekleri ve düşünce özellikleri vardır. Yetenekler ve fikirler harmanlandığı zaman ortaya eşsiz eserler çıkar. Özellikle yetenekler, sanatın gelişmesini sağlamıştır. Her bireyin sanatsal özellikleri de farklıdır. Bu farklılıklar kültür zenginliğini oluşturur.

Bir fikrin yetenek ve düzenli çalışmayla desteklenmesi, eserleri ortaya çıkarır. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda sanat eseri, "her türlü fikir ve sanat ürünleri" olarak tanımlanmaktadır.



Görsel 4.11: Düşünme

Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu, fikir ve sanat eseri üretenlerin, yorumlayanların, bu alanda faaliyet gösterenlerin mali haklarını belirler. Eser sahiplerinin haklarını korur ve hak kaybı yaşanması durumunda tazminat alabilmelerini sağlar. Ayrıca haksız kazanç elde edilmesinin önüne geçer. Hak ihlali yapma eğilimindeki kişiler için de caydırıcı niteliktedir.

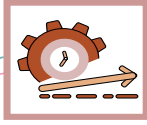
Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu; her türlü eseri, bu eserler üzerinde çalışanları, eserleri yorumlayanları, yapımcıları, radyo ve televizyon ürünlerini, müzisyenleri, ressamı, yazarları ve daha birçok alanda faaliyet gösteren fikir ve eser sahiplerini kapsar. Aynı zamanda bu kişi ya da eserlerin mali haklarını, eser ihlalleri durumunda başvurulacak yargı yollarını, yaptırımları, Kültür ve Turizm Bakanlığının görev ile yetkilerini içerir.

4. Öğrenme Birimi

Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu, fikir ve sanat eserini ortaya çıkaranların korumasını, sanatın ve fikirlerin gelişmesini, eserlerin haksız bir şekilde taklit edilmesinin engellenmesini, hak mağduriyetinin yaşanmamasını amaçlamaktadır.

Fikir ve sanat alanında üretilen eserler çeşitlilik gösterir. Bu çeşitler şunlardır:

- **Bilim ve Sanat Eserleri:** Bilgisayar programı, sözsüz sahne eseri, fotoğraf, plan, proje, mimari tasarım, sahne tasarım ve projesi gibi eserler bu grupta yer alır.
- **Güzel Sanat Eserleri:** El işi, heykel, resim, güzel yazı, süsleme, moda tasarımı, karikatür gibi eserler bu grupta yer alır.
- **Musiki Eserleri:** Her türlü sözlü ya da sözsüz beste bu grupta yer alır.
- **Sinema Eserleri:** Sözlü, sözsüz, öğretici, sesli ya da sessiz her türlü sinema eseri bu grupta yer alır.
- **Derleme ve İşlenmeler:** Tercüme yazısı, roman, hikâye, şiir, tiyatro, toplama eser ve araştırma raporu gibi yayınlar bu grupta yer alır.
- **Yayımlanmış ve Alenileşmiş Eserler:** Eser sahibinin izniyle yayımlanmış ve herkesin bedel ödemededen faydalanabileceği eserler bu grupta yer alır.



ETKİNLİK

Aşağıdaki tabloda örnek eserler verilmiştir. Örneklerin karşısındaki kutucuklara verilen örneğin hangi eser çeşidi olduğunu yazınız.

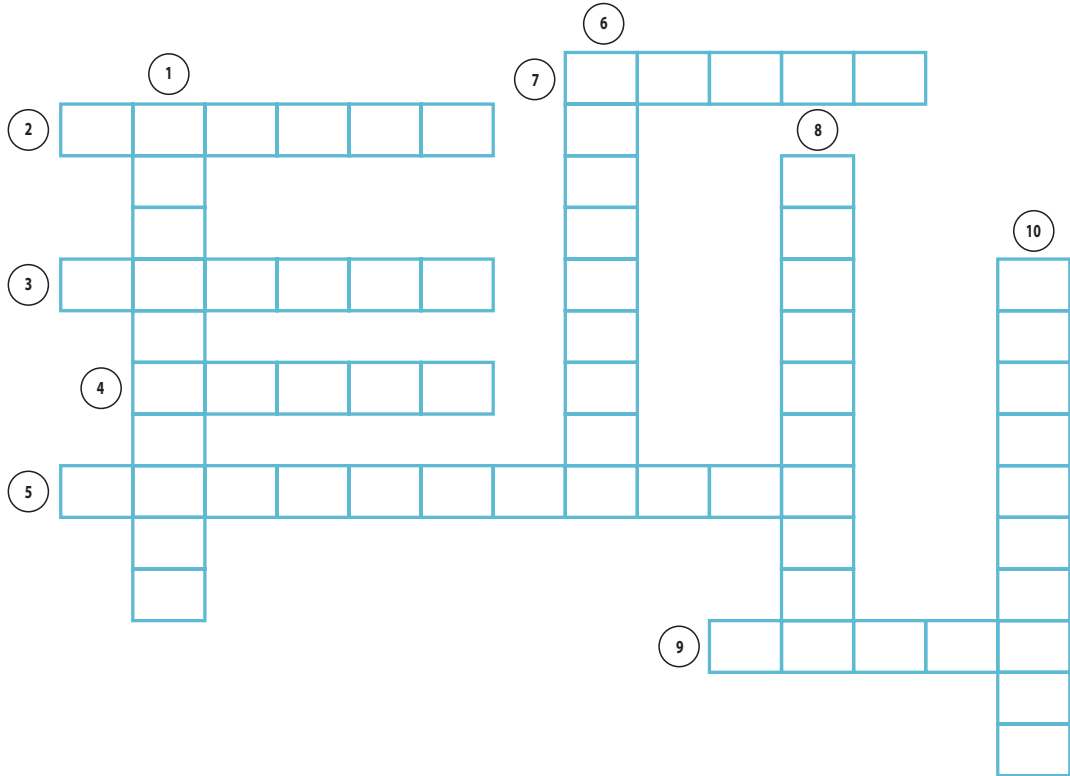
ÖRNEK ESER	ÇEŞİDİ
1. Çalığışu romanı
2. Aşık Veysel'in türküleri
3. Bilim kurgu tarzında bir film
4. Bazı dergiler için çizilen karikatürler
5. Ödüllü bir yarışma için çekilen doğa fotoğrafı
6. Mermerden yapılmış bir heykel
7. Grafik tasarım programı



ETKİNLİK

Aşağıda verilen açıklamalara uygun ifadeleri çengel bulmacadaki ilgili boşluklara yazınız.

1. Sahibinin adından farklı olarak seçilebilen, işletmeyi tanıtmak ve rakiplerinden ayırmak için kullanılan isim
2. Bir ürünü başka bir işletmenin üretebilmesi için hak sahibi işletmenin verdiği izin
3. Herhangi bir marka ya da işletmenin kayıt edilerek resmiyet kazanması
4. Bir ürün ya da hizmeti rakiplerinden ayırmaya yarayan her türlü isim, işaret, renk ve sembol
5. Bir lisansın birden fazla işletmeye devredilebilmesi
6. Bir lisansın tek bir işletmeye devredebilmesi
7. Bir işletmeyi tamamen veya kısmen kendi adına işleten gerçek ya da tüzel kişi
8. Yetenek ve fikirlerin harmanlanmasıyla ortaya çıkan ürün
9. Özgür ve özgün olarak ortaya konan düşünce
10. Dağıtıcı işletmelerin kullandığı marka çeşidi



A) Aşağıdaki cümlelerin başındaki boşluğa ifade doğru ise “D”, yanlış ise “Y” yazınız.

1. () Tescil, bir şeyin resmî olarak kayıt edilmesi anlamına gelir.
2. () Ticaret unvanı başka özel ya da tüzel kişilere devredilebilir.
3. () Gerçeklik ilkesine göre ticaret unvanı ile ticari faaliyet farklı olmalıdır.
4. () Aile markası, bir işletmenin her bir ürününe farklı marka oluşturması durumudur.
5. () Tiyatro, şiir ve derleme yazıları gibi çalışmalar eser olarak değerlendirilir.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere uygun sözcükleri yazınız.

6. Bir işletmeyi ya da bir taciri diğer işletme ve tacirlerden ayıran her türlü sembol ve ifadeye denir.
7. Bir işletmeyi kendi adına yöneten kişilere denir.
8. Bir ürünün belirli bir özellik ve kalitede olduğunu belirtmek amacıyla oluşturulan markalara denir.
9. Bir işletmenin üretici işletmeden izin alarak ve bunun bedelini ödeyerek aynı ürünü aynı kalitede ve aynı isimde üretmesine denir.
10. Fikir ve yeteneklerin harmanlanmasıyla ortaya çıkar.

C) Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyunuz ve doğru seçeneği işaretleyiniz.

11. Aşağıdakilerden hangisi üretilen bir ürünü diğer ürünlerden ayıran, seçici özelliğe sahip olan her türlü sembol ve işaretlerin genel adıdır?

- A) Ambalaj
- B) Fiyat
- C) Hizmet
- D) Marka
- E) Reklam

12. Aşağıda verilen bilgilerden hangisi yanlıştır?

- A) “Türk” isminin ticaret unvanında kullanılması için izin alınmalıdır.
- B) Ticaret unvanı, tek bir kelimedenden oluşmalı ve sade olmalıdır.
- C) Ticaret unvanının kullanılması için unvan tescil edilmelidir.
- D) Ticaret unvanı, en çok satan gazetede yayınlanmalıdır.
- E) Ticaret unvanı, yasalara uygun biçimde seçilmelidir.



13. Aşağıdakilerden hangisi ticaret unvanının özelliklerinden biri değildir?

- A) Benzerlik
- B) Garanti
- C) Kimlik bildirme
- D) Reklam
- E) Tanıma

14. Aşağıda verilen bilgilerden hangisi doğrudur?

- A) İşletme adı, doğrudan sahibine bağlı değildir.
- B) İşletme adında bütün ortakların adı geçer.
- C) İşletme adı için tescile gerek yoktur.
- D) İşletme adı, işletme sahibinin adıdır.
- E) İşletme adına zorunlu olarak faaliyet adı yazılır.

15. Aynı işletme tarafından üretilen farklı ürünlerde farklı markaların kullanılması ile oluşan marka çeşidi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Aile
- B) Aracı
- C) Bireysel
- D) Garanti
- E) Ortak

16. Marka başvuru sürecinde hazırlanacak belgeler ile ilgili olarak aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- A) Başvuracak kişilerin eşlerine ait belgeler de hazırlanmalıdır.
- B) Başvuracak kişilerin kimlik belgeleri olmalıdır.
- C) Ürünün sınıfını gösterir belge eklenmelidir.
- D) Başvuru ücretinin ödendiğine dair belge dosyada yer almalıdır.
- E) Başvuracak kişilerin iletişim bilgileri yazılmalıdır.

17. Aşağıdakilerden hangisi lisans çeşitlerinden değildir?

- A) Alt
- B) Aracı
- C) Basit
- D) Kanuni
- E) Zorunlu

18. Aşağıdakilerden hangisi eser değildir?

- A) Atasözü
- B) Beste
- C) Bilgisayar programı
- D) Heykel
- E) Roman

19. Aşağıdakilerden hangisi lisans sahibi işletmenin bir işletmeye lisans verirken başka bir işletmeye daha lisans vermemeyi kabul ettiği lisans türüdür?

- A) Alt
- B) Basit
- C) Sözleşmeli
- D) Tam
- E) Zorunlu

20. Aşağıdakilerden hangisi marka çeşitlerinden biri değildir?

- A) Aile
- B) Garanti
- C) Holding
- D) Ulusal
- E) Unvan

5. ÖĞRENME BİRİMİ

PAZARLAMA ETİĞİ



KONULAR

- 5.1. PAZARLAMA VE ETİK
- 5.2. ETİK PAZARLAMA ANLAYIŞI VE ETİK PAZARLAMA ANLAYIŞ MODELLERİ
- 5.3. ETİK DIŞI DAVRANIŞIN KONTROLÜ VE ETİK KODLARI
- 5.4. ALICI VE SATICININ ETİK SORUMLULUKLARI
- 5.5. KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KANUNU

NELER ÖĞRENECEKSİNİZ?

- 1. Pazarlama ve etik arasındaki ilişki
- 2. Etik pazarlama anlayışı modelleri
- 3. Etik ve etik dışı davranışlar
- 4. Kişisel verilerin korunması kanunu

TEMEL KAVRAMLAR

- * Pazarlama ve etik
- * Etik kodlar
- * Kişisel verilerin korunması

5. PAZARLAMA ETİĞİ



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Markalarla ilgili etik bulduğunuz ve bulmadığınız davranışlar nelerdir? Örnek vererek sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Pazarlama, işletmelerin müşterilerine en yakın olduğu bölümdür. İşletmelerin pazarlama faaliyetlerinde ihmal edeceği bir etik davranış, müşteri tarafından doğrudan fark edilecektir. Bu durum da müşterilerin işletme hakkındaki algısını olumsuz etkileyecektir. Müşterilerin güvenini kazanmak zor, kaybetmek ise çok kolaydır. Pazarlamada amaç müşteriler ile uzun vadeli ve devamlı ilişkiler kurmaktır. Bu nedenle pazarlama faaliyetleri ile etik çalışmalar birbirinden ayrılmaz bir bütündür.

İşletmeler, hangi alanda faaliyet yürütürlerse yürütsünler toplumsal ihtiyaçları göz önüne almak zorundadır. Toplumsal ihtiyaçları göz ardı eden, fayda oluşturmayan ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmeyen işletmeler, çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. İş hayatında başarılı olan işletmeler ise yalnızca müşterilerine değil bütün topluma hizmet etmeyi ilke edinmiş olanlardır.

ÖZLÜ SÖZ

İnsanların güvenini kaybetmektense para kaybetmeyi tercih ederim.

Robert Bosch (Rabırt Boş)

5.1. PAZARLAMA VE ETİK

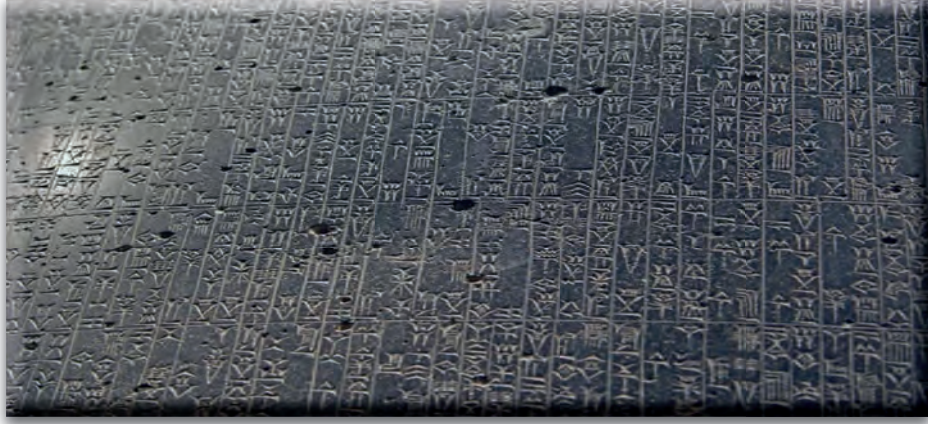
Etik; gelenekler gibi halkın kendi arasında oluşturduğu, yıllar içinde değişebilen, toplumu ve kişisel yaşamı düzenleyen, yazılı olmayan kurallardır. Köken olarak "ethos" kelimesinden gelen kavram; alışkanlık, töre, gelenek ve karakter anlamlarına gelir. Türk Dil Kurumu ise etiği "Çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü" olarak tanımlamıştır (Görsel 5.1).



Görsel 5.1: Meslekler



Pazarlama ve etik arasındaki ilişki ticaretin ilk ortaya çıktığı yıllara kadar dayanır. Yazılı kaynaklara bakıldığında MÖ 4000 yılında Mezopotamya'da Hammurabi tarafından düzenlenmiş ticaretle ilgili kanunlara rastlanır. Bu kanunlarda adil fiyat uygulaması gibi emirlere yer verilmiştir (Görsel 5.2).

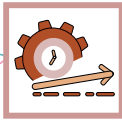


Görsel 5.2: Hammurabi Yazıtları

MÖ IV. yüzyılda Aristo'nun ticaretin ayıpları ve erdemleri üzerine söylemlerine rastlanır. Osmanlı Devleti'nde kurulan Ahilik teşkilatında ticaretin etik ilkeler çerçevesinde gerçekleşmesi için denetimler yapılmış, işini iyi yapmayan ve hileye başvuran tüccarlara yaptırımlar uygulanmıştır.

1960-1980 yılları arasında ise pazarlama anlayışında etik değerlere yeterince yer verilmediği görülür. Bu dönemde dünyadaki ticaret ilişkilerinde sıklıkla karşılaşılan rüşvet, adil olmayan fiyatlar, gerçekçilikten uzak reklamlar, yalancı müşteriler, fiyat kırma politikaları ve hileli sözleşmeler gibi etik olmayan durumlar; pazarlamaya olan güveni olumsuz etkilemiştir. Bu da müşterilerin pazarlamayı "ihtiyaç olmayan malları satmak" olarak algılamasına neden olmuştur.

1990'lı yıllara gelindiğinde, değerli olanın kâr değil müşteri olduğunun işletmeler tarafından anlaşılmaya başlandığı görülmektedir. Bu dönemde işletmeler, tüketicileri ve toplumu ilgilendiren sosyal konulara yönelmiştir. Ayrıca kurallara bağlılık, kanuni zorunluluktan çok etik çerçevesinde artmıştır. Görüldüğü üzere etik ve pazarlama, geçmişte olduğu gibi günümüzde de iç içe olmaya devam etmektedir.



ETKİNLİK

Pazarlama ve etik kavramlarını açıklayınız. Pazarlama ve etik kavramlarının iç içe olmalarının nedenini yazınız.

.....
.....
.....
.....

5.2. ETİK PAZARLAMA ANLAYIŞI VE ETİK PAZARLAMA ANLAYIŞ MODELLERİ



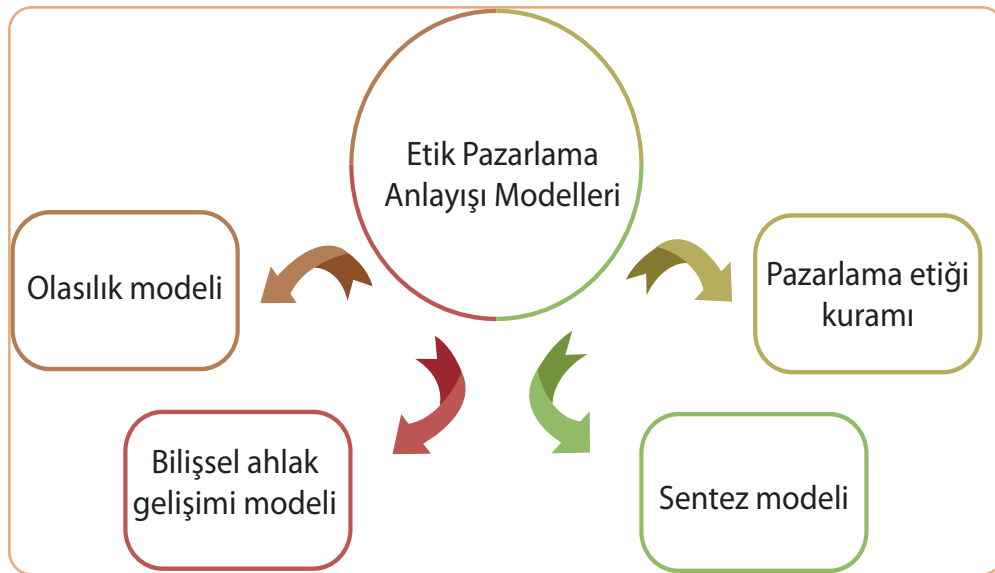
HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Pazarlama faaliyetlerinde etik anlayışa sahip olmak neden kritik öneme sahiptir? Düşüncelerinizi sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

İşletmeler, ticaretin başladığı yıllardan günümüze geldikçe müşterinin üretimden daha değerli olduğunu anlamıştır. Kanunlara uymanın gerekliliğini ve faydasını benimsemiştir. Bu gelişmeler sonucunda etik pazarlama anlayışı ortaya çıkmıştır. Etik pazarlama kavramını incelerken etik dışı ve yasa dışı kavramlarını birbirinden ayırmak gerekir. Etik dışı bir durum ile yasa dışı bir durum birbiriyle aynı olmayabilir. Genellikle etik olmayan durumlar yasal da olmaz. Ancak yasal olan her durumun aynı zamanda etik de olacağı söylenemez. Örneğin piyasada çok ihtiyaç duyulan bir malı maliyetinin çok üstünde satmak yasaldır ancak etik değildir. Bu nedenle pazarlama etiği kavramı, yasalda bulunan açıkları da kapatma görevi üstlenir. Pazarlama etiğini net bir kalıba sokmak mümkün değildir. Çünkü her durumun kendine özel şartları vardır.

Etik pazarlama anlayışı, alınacak pazarlama kararları için ahlaki olarak doğru ve yanlış tanımlamak, bu tanıma uygun standart ile normlar oluşturmaktır. Bu anlayış, işletmelerin sadece kanuni değil aynı zamanda ahlaki değerlendirmeler yaptığı sistematik bir disiplindir.

Pazarlama ve etik üzerine pek çok çalışma yapılmıştır. Yapılan bu çalışmaların sonucunda bazı etik pazarlama anlayışı modelleri ortaya çıkmıştır. Bu modeller; bilişsel ahlak gelişimi modeli, olasılık modeli, pazarlama etiği kuramı ve sentez modeli olarak sıralanabilir (Görsel 5.3).

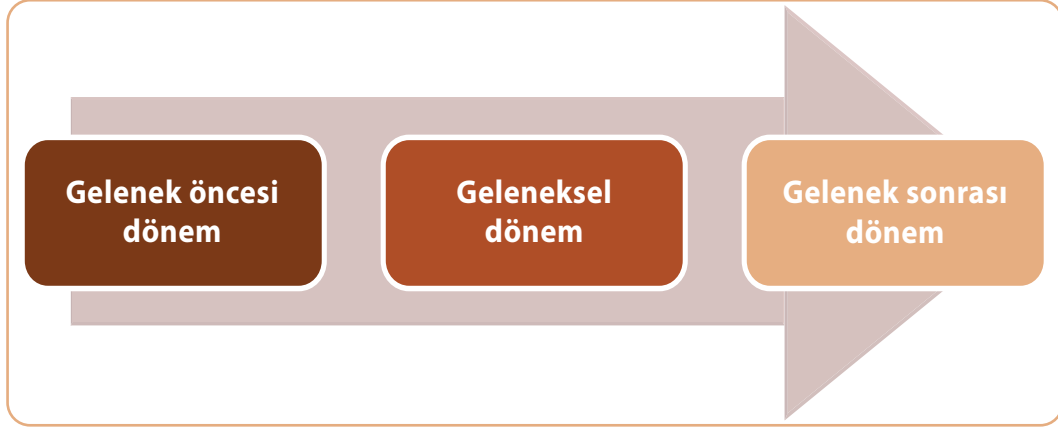


Görsel 5.3: Etik pazarlama anlayışı modelleri



5.2.1. Bilişsel Ahlak Gelişimi Modeli

Bilişsel ahlak gelişimi modeli, akademisyen psikolog Lawrence Kohlberg (Lorins Kolborg) tarafından ortaya atılmıştır. Bu modelde ahlak; gelenek öncesi dönem, geleneksel dönem ve gelenek sonrası dönem olarak üç düzeye ayrılır (Görsel 5.4).



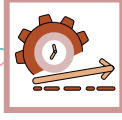
Görsel 5.4: Bilişsel ahlak gelişimi modeli düzeyleri

Gelenek Öncesi Dönem: Bilişsel ahlak gelişimi modelinin ilk evresi ve ahlakın en temel düzeyidir. Kişinin çocuk ruhlu ve bencil olduğu evredir. Kişi için önemli olan davranışın sonucunun kendi yararına olmasıdır. Bu nedenle kişi, sergileyeceği davranışların sadece sonuçlarına odaklanır, davranışın sonucunda ödül mü yoksa ceza mı alacağını sürekli hesap eder. Yöneticisinin gözetimindeyken çok iyi çalışan bir satış danışmanının bu gözetimden uzaklaştığında işini aksatması, bu düzey davranışına bir örnektir. Bu örnekteki kişi için önemli olan iyi çalışıp başarılı olmaktan çok yöneticisinden olumlu dönüş almaktır.

Geleneksel Dönem: Bencilikten toplumun beklentilerine doğru yönelimin başladığı düzeydir. Bu düzeyde grup merkezli düşünce önemlidir. Kişi, çevresinden ve referans gruplarından etkilenir ve onlarla uyumlu hareket etme çabası gösterir. Topluma karşı sadakat ve itaat hisseder. Çocuklukla yetişkinlik arasında yer alan gençlik ve ergenlik dönemidir. Ancak bazı kişiler bu dönemde uzun süre kalarak gelenek sonrası döneme geçemeyebilir ya da geç geçebilir. İş yerinde on beş dakikalık dinlenme molasını herkesin yirmi dakikaya uzattığını gören bir çalışanın bir süre sonra diğer çalışanlar gibi moladan beş dakika geç dönmeye başlaması bu düzey davranışına bir örnektir.

Gelenek Sonrası Dönem: Bilişsel ahlak gelişimi modelinin son evresidir. Ahlakın en gelişmiş düzeyidir. Yetişmiş ve olgunlaşmış bir kişinin ahlakını gösterir. Kişi, davranışlarında toplum yararını gözetir. Arkadaşlara ve meslektaşlara karşı duyulan ve onlardan görülen saygı önem taşır. Aynı zamanda kişi, kendine de daha fazla saygı duyar. Kişi, davranışlarında saygınlık, eşitlik gibi etik ilkeleri göz önünde bulundurur. Evrensel etik ilkelere uymamak; kişinin vicdan azabı, utanç ve suçluluk duygularını hissetmesine neden olur. Bir alıcının paraya acil ihtiyacı olan bir satıcı tarafından değerinin altında satışa çıkarılan ürünü gerçek değerinde satın alması, böylelikle satıcının zor durumundan faydalanmamış olması bu düzey davranışına bir örnektir.

5. Öğrenme Birimi



ETKİNLİK

Aşağıda verilen örnek olayların bilişsel ahlak gelişimi modeline göre hangi düzey davranışları yansıttığını karşılarındaki boşluklara yazınız.

Örnek Olay	Davranış Düzeyi
1. Ahmet Bey, iş yerinde çalışma arkadaşıyla bir konu hakkında fikir ayrılığına düşer ve kendini ifade ederken çalışma arkadaşına bağırır. Daha sonra arkadaşına bağırduğu için kendisini huzursuz hisseder ve bu davranışı için ondan özür diler.
2. Arabasıyla gece saatlerinde seyahat eden Fikret Bey, etrafta kimsenin olmadığını görünce kırmızı ışık yanmasına rağmen durmaz ve yoluna devam eder.
3. Ayşe Hanım ve iş arkadaşları, toplantı sonrası arabalarını almak için otoparka giderler. Otoparkın kapısının açık olduğunu ve otopark görevlisinin yerinde olmadığını fark ederler. Arkadaşları, ücret ödmeden otoparktan çıkmaya karar verir ve arabalarına binerler. Ayşe Hanım da gönlü buna razı olmamasına rağmen ücret ödmeden otoparktan ayrılır.



ETKİNLİK

Aşağıdaki tabloda verilen boşluklara bilişsel ahlak gelişimi düzeylerinden her biri ile ilgili günlük hayattan birer örnek yazınız.

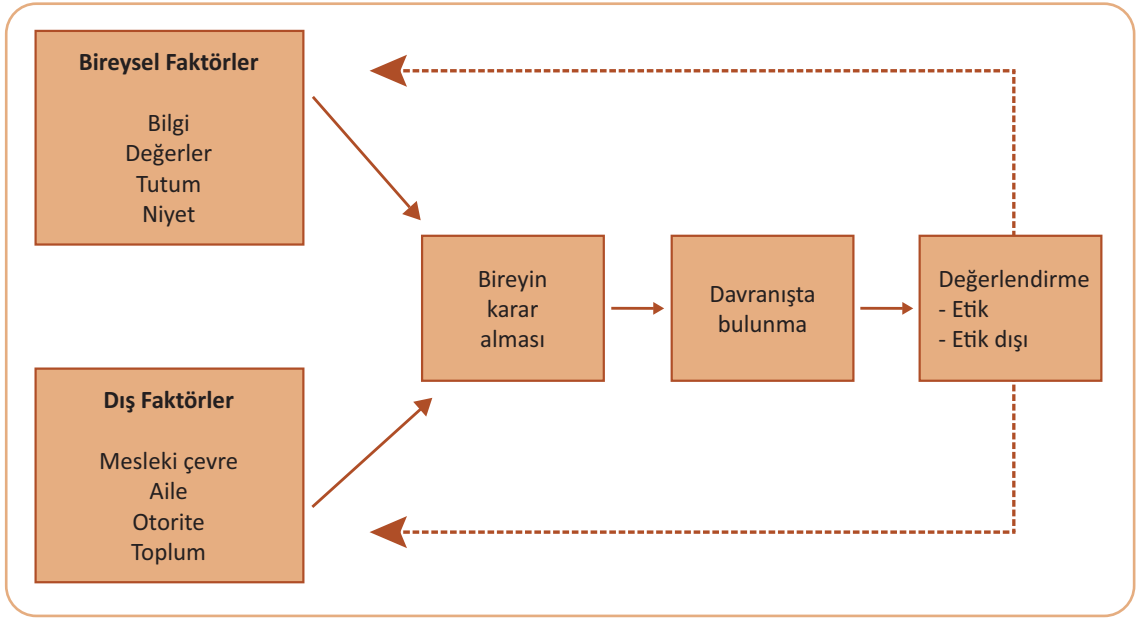
Gelenek öncesi dönem
Geleneksel dönem
Gelenek sonrası dönem



5.2.2. Olasılık Modeli

Olasılık modeli Ferrell (Feril) ve Greshman (Grejmen) tarafından 1985 yılında geliştirilmiştir. Birden çok aşaması olan bir etik karar alma modelidir. Olasılık modeli, pazarlamada alınacak kararların etik ve ahlak çerçevesinde alınabilmesini hedeflemiştir.

Modele göre, karar alacak kişiler pek çok değişkenden etkilenmektedir. Öncelikli olarak birey; bilgisinden, değerlerinden, tutumlarından, deneyim ve niyetlerinden etkilenir. Bunlar bireyin kişisel etkenlerini oluşturur. Bireyin karar vermesini etkileyen dış etkenler ise sosyal ve kültürel çevredir. Burada birey; referans gruplarından, otoriteden, mesleki çevreden ve içinde yaşadığı toplumdan etkilenir. Görsel 5.5'te görüldüğü gibi birey, kişisel etkenlerden ve çevresinden etkilenerek bir karar alır. Aldığı karar sonucunda davranışta bulunur. Bireyin bulunduğu davranış, hem kendi hem de çevresi tarafından etik ya da etik dışı olarak değerlendirilir.



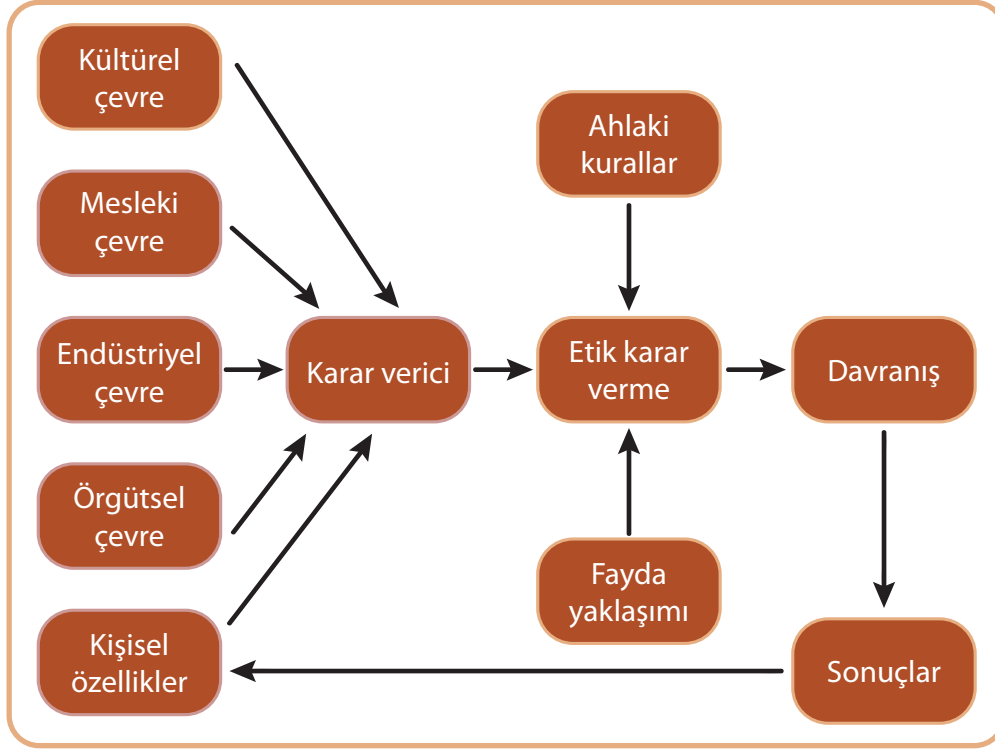
Görsel 5.5: Karar verme süreci

5.2.3. Pazarlama Etiği Kuramı

Pazarlama Etiği Kuramı Hunt (Hant) ve Vitell (Vitel) tarafından 1986 yılında ortaya konulan kapsamlı bir modeldir. Pazarlamada etik kararlar verebilmek için ortaya atılan bu kuramda karar verici, beş farklı değişkenden etkilenir. Bunlar; kültürel çevre, mesleki çevre, endüstriyel çevre, örgütsel çevre ve kişisel özelliklerdir. Karar verici, davranışta bulunmadan önce kararını iki önemli değerlendirmeye tabi tutar. Bunlardan ilki mutlaka uygulanması gerektiğine inanılan değişmez ahlaki kurallar, ikincisi ise en çok fayda sağlayacağına inanılan değerlendirmelerdir. İlkinde pazarlama ile ilgili değişmez ahlak kurallarına uymak etik kabul edilir.

5. Öğrenme Birimi

İkincisinde ise sonucunda en çok faydayı sağlayacak davranış, etik olarak kabul edilir. Karar verici, bu aşamaların ardından davranışta bulunur. Bulunduğu davranışın gerçekleşen sonuçları ise karar vericinin kişisel özelliklerine dönüt sağlamış olur (Görsel 5.6).



Görsel 5.6: Pazarlama etiği kuramı

5.2.4. Sentez Modeli

Sentez modeli Ferrel (Feril), Greshman (Grejmen) ve Freadrich (Fıridirek) tarafından, pazarlamada etik karar vermeye yardımcı olan modellerin bazı kısımlarının bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. Sentez modeli; bilişsel ahlak gelişimi modeli, olasılık modeli ve pazarlama etiği kuramının bütünleştirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Model, sırasıyla; farkına varma, kavrama, ahlaki değerlendirme, karar verme ve eylemde bulunma olmak üzere beş aşamadan oluşur.

Farkına Varma: İşletmeler sosyal, kültürel, ekonomik ve örgütsel çevreye bağlıdır. Kişi, işletmenin içinde bulunduğu bu çevreden kaynaklanan etik bir sorunla karşılaşabilir. İlk aşama, kişinin sorunu fark etmesidir.

Kavrama: İkinci aşamada, farkına varılan konu her yönüyle kavranır ve tanımlanır. Burada kişi, bilişsel ahlak gelişimi kuramını kullanır. Bu kuramda üç farklı aşama olduğundan kişi, içinde bulunduğu döneme göre konuyu kavrayacaktır. Yani fark edilen etik konunun kavranması kişiye göre farklılık gösterir.

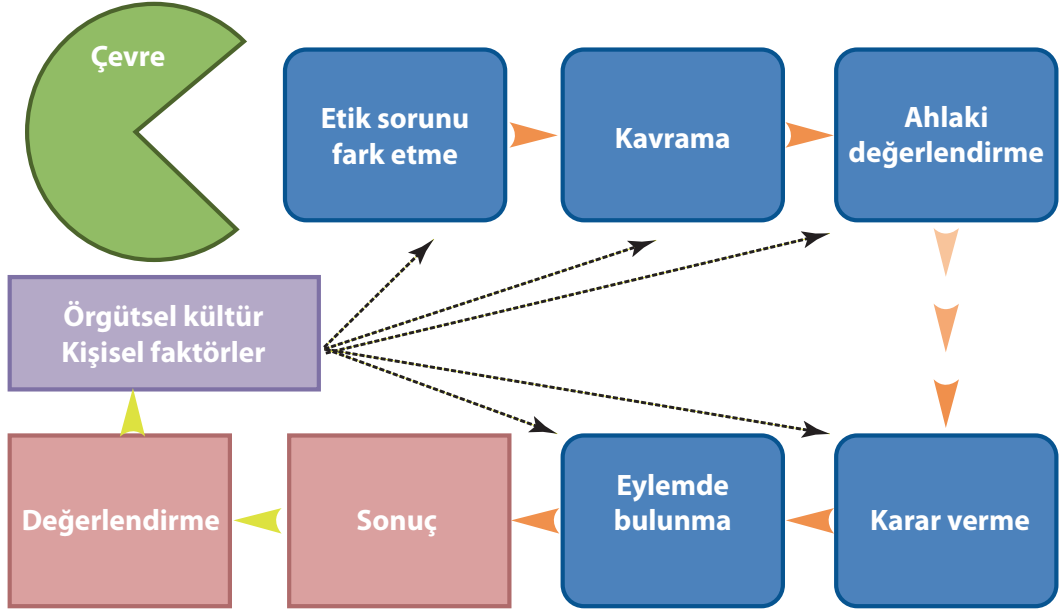
Ahlaki Değerlendirme: Bu aşamada konu, kişi tarafından ahlaki kurallar ve fayda yaklaşımına göre değerlendirilir.

Karar Verme: Karşılaşılan etik konu ile ilgili niyetin belli edildiği aşamadır. Kişi bu aşamada yapacağı eylemin ne olacağına karar verir.



Eylemde Bulunma: Karar verme aşamasında belli olan eylemin uygulamaya geçirildiği aşamadır. Bu son aşamada kişi eylemde bulunur. Kişinin tüm süreç sonunda gerçekleştirdiği eylem, etik ya da etik dışı olarak değerlendirilir.

Son aşamanın ardından bir sonuç ortaya çıkar. Bu sonuç gerçekleştirilen eylemin etik ya da etik dışı olarak kabul edilmesidir. Kişi, eyleminin sonuçlarını gözden geçirerek bir değerlendirmede bulunur. Kişinin değerlendirme sonucu kazandığı tecrübe, kişisel özelliklerine ve örgüt kültürüne yansır. Kişisel özelliklerde ve örgüt kültüründe yaşanan değişimler de sonra verilecek kararlarda sentez modelindeki her aşamayı etkiler (Görsel 5.7).

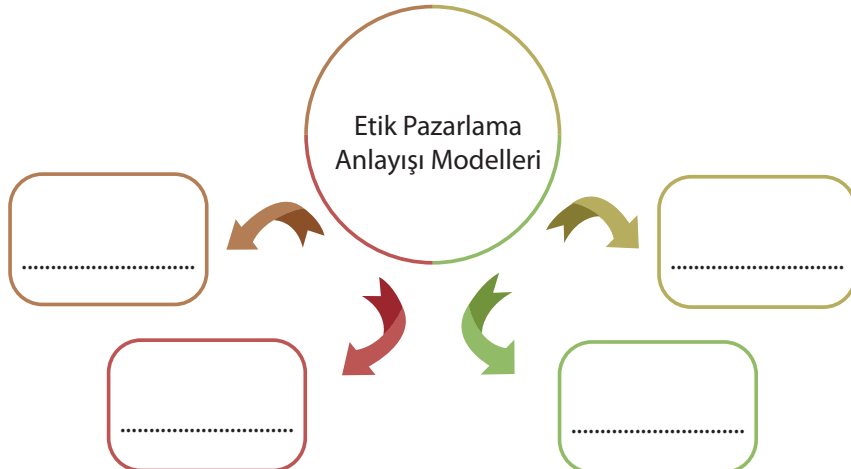


Görsel 5.7: Sentez modeli



ETKİNLİK

Aşağıda boş bırakılan yerlere etik pazarlama anlayışı modellerini yazınız.



5.3. ETİK DIŞI DAVRANIŞIN KONTROLÜ VE ETİK KODLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Etik dışı davranışta bulunan birini gördüğünüzde tepkiniz ne olur? Yaşadıklarınızdan örnek vererek sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Etik dışı davranışları tanımlamak için öncelikle etik davranışları tanımlamak gerekir. Ancak bu iki davranış türünün de tanımını yapmak zordur. Çünkü etik kavramında olduğu gibi etik dışı davranış kavramında da toplumsal değerler ve kültür etkilidir. Örneğin Amerika'da garsona bahşiş vermek son derece yaygın ve olağan bir etik davranıştır. Japonya'da ise garsona bahşiş vermek etik dışı kabul edilir. Görüldüğü üzere aynı davranış, farklı kültürlerde farklı algılanabilmektedir.

5.3.1. Etik ve Etik Dışı Davranış

Etik davranış; toplumca kabul edilmiş, iş hayatında ve sosyal hayatta uyulması gereken, sosyal sözleşmelere uygun, daha iyiyi ve daha güzeli hedefleyen davranışlardır. Etik davranış; içinde adalet, saygı, hoşgörü, eşitlik, insan hakları, sevgi, sorumluluk ve hukukun üstünlüğü gibi ilkeler barındırır.

Etik dışı davranış ise kötü niyetle yapılan, kuralları ve prensipleri çiğneyen, toplumca kabul edilmeyen, genellikle yasalara aykırı; kişiye, topluma ve iş hayatına zarar veren davranışlardır. Etik dışı davranışların artması, toplumda huzursuzluğa ve güvensizliğe neden olarak kargaşa yaratır. Etik dışı bir davranışın toplumda yaygın olarak sergilenmesi o davranışın normalleşmesine neden olur. Toplum, etik dışı olduğunu bilmesine rağmen yine de davranışı normal karşılar. Örneğin sürekli kayırmacılığın (torpilin) olduğu bir toplumda bu etik dışı davranış, bir süre sonra olağan kabul edilir (Görsel 5.8). Bu durum da toplumsal düzeni bozar.



Görsel 5.8: Kayırmacılık (torpil)

Etik dışı davranışlara örnek olarak rüşvet, kayırma, bilerek iş yerine zarar verme, yavaş çalışma, yalan, kişisel çıkarları üstün tutma, hırsızlık, çalışma saatlerine uymama, dedikodu, sözlü taciz, fiziksel taciz, eksik ücret ödeme, zor durumdan faydalanma, haksız rekabet, yolsuzluk, bilerek yanlış yönlendirme, yıldırma, korkutma, sömürü, hakaret gibi davranışlar verilebilir.



ETKİNLİK

Aşağıda verilen olayı etik ve etik dışı davranış oluşturacak şekilde ayrı ayrı tamamlayınız ve cevaplarınızı sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Semih Bey; zincir bir perakende firmasına ait, onlarca personelin çalıştığı, büyük bir mağazada müdür olarak görev yapmaktadır. İşletme politikası gereği personelin alımı ve işten çıkarılması, maaş ve prim ödemeleri gibi konularda yetkili olan Semih Bey işini gayretle yapmaktadır. Bu gayretlerinin sonucunda da yakında terfi beklemektedir. Ülkede yaşanan bir doğal afet nedeniyle devlet, işletmelere bir yıl geçerli olması kaydıyla pek çok avantaj sağlamıştır. Buna göre; işletmeler çalışanlarının maaşlarını %20 oranında azaltabilecek ve çalışanların sağlık sigortası primlerini ödemeyerek sadece iş sağlığı ve güvenliği primini yatırbilecektir. Yaşanan doğal afetten etkilenmese de bahsi geçen zincir mağaza da kapsam dâhilindedir. Genel merkez, mağaza müdürlerine konu ile ilgili elektronik posta göndermiş ve sunulan bu avantajlı seçeneklerin uygulanıp uygulanmaması ile ilgili kararlarını bildirmelerini istemiştir. Personelini, kanunları ve terfi edilme ihtimalini düşünen Semih Bey, cevaben ...

Etik Davranış	Etik Dışı Davranış
.....
.....

5.3.2. Etik Dışı Davranışın Kontrolü

Her birey farklı kişisel özelliklere sahiptir. Belirli koşullar ve şartlar altında her bireyin olaylara karşı davranışı farklı olabilir. Gerçekleşen davranış etik ise sorun yoktur. Ancak etik dışı bir davranış söz konusu olduğunda bu davranış mümkünse gerçekleşmeden önce engellenmeli, gerçekleşmiş etik dışı davranışın ise kontrolü sağlanmalıdır. Etik dışı davranışı kontrol etmek ve engellemek için pek çok yöntem kullanılabilir. Bu yöntemlerden bazıları şunlardır:

- İşveren ve iş görenin görev ve sorumlulukları açıkça belirtilmelidir. İş yerinde açıkça belirtilmeyen görev tanımları, etik dışı davranışlara zemin hazırlamaktadır.
- Yöneticiler iş görenlerden her zaman en yüksek performansı beklememelidir. Aksi takdirde iş görende en az işi yaparak günü tamamlama, yavaş çalışma eğilimi oluşabilir.
- İşletmelerde her zaman adalet ilkesi uygulanmalıdır. Yaptığı işin karşılığını almadığını düşünen çalışanlarda etik dışı davranışa yönelim oluşabilir.
- İş gören ile iş yeri arasında bağ oluşturulmalıdır. İş yerini sahiplenen iş görenin etik dışı davranışta bulunma ihtimali azalacaktır.
- Çalışanlar kendi içsel denetimlerini gerçekleştirmelidir. Etik dışı davranışı engellemede dışsal denetime göre içsel denetim çok daha etkilidir.

5. Öğrenme Birimi

- İş yerinde etik dışı davranışların cezalandırılması yerine etik davranışların ödüllendirilmesi çalışanları daha fazla motive etmektedir.
- Etik davranışların kontrolünde önemli bir unsur da etik kodların oluşturulmasıdır. Etik kodlar bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak anlatılmıştır.

5.3.3. Etik Kodlar

Etik kodlar; özellikle iş yerlerinde uygulanan, çalışma ortamındaki iş ve insan ilişkilerini düzenlemeyi hedefleyen, hitap ettiği topluluğa rehberlik görevi üstlenen, ahlaki bir çerçeve çizen, yazılı, resmî ve açıklayıcı belgelerdir. Etik davranışlar, iş yerlerinde zamanla kalıplaşır ve düzeni sağlama görevi üstlenir. Bu etik davranışlar yazılı ve resmî olduğunda etik kod hâline dönüşmüş olur. Resmîleşen etik kodlar aynı zamanda bir denetim mekanizması görevi de görür (Görsel 5.9).

Günümüzde birçok işletme, etik kodlarını oluşturmuş ve bunları yayınlamaya uygulamaya koymuştur. Etik kodların hazırlanmasında işletmeler genel olarak şu aşamaları takip etmektedir:

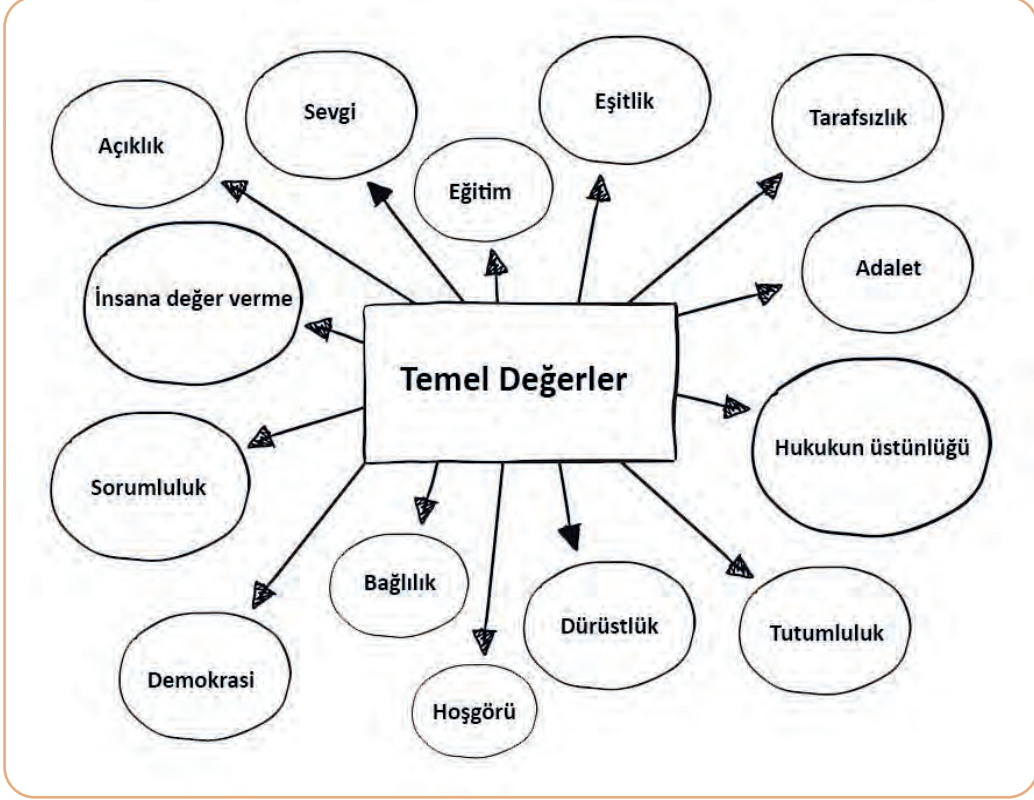
- İşletmenin önceliklerinin ve değerlerinin belirlenmesi
- Bu öncelik ve değerlere uygun kodların belirlenmesi ve değerlendirilmesi
- Sektörü, kültürü ve çevreyi göz önüne alarak işletmeye en uygun kodların seçilmesi
- Gerekirse dışardan uzman yardımı alınması
- İşletme içindeki farklı kademelerin görüş ve önerilerinin alınması
- Genel ilkeler kadar ayrıntıların da belirtilmesi, gri alan bırakılmaması
- Etik kodların yürütülmesinden sorumlu olan birimler ve kişilerin belirtilmesi
- Etik kodlara aykırı davranışlarda bulunanlarla ilgili yaptırımların ve sürecin ayrıntılı olarak belirtilmesi



Görsel 5.9: Etik kodlar



Etik kodlar, iş yerlerinin kurumsallaşması ve mesleklerin yapılaşmasına önemli katkılar sağlar. Çünkü etik kodlar iş yeri ve meslekle ilgili temel ahlaki standartları tanımlar. Temel amaç etik kodları kişilerin zihnine yerleştirerek doğru ve yanlış olana kişilerin karar verebilmesini sağlamaktır. Etik kodlar oluşturulurken genel olarak bulunması gereken temel değerler Görsel 5.10'da gösterilmiştir.



Görsel 5.10: Temel değerler



ETKİNLİK

Aşağıda verilen her bir değer için ifade ettiği anlamı bir cümle ile karşısına yazınız ve sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Eşitlik
Hoşgörü
Hukukun üstünlüğü
Sorumluluk
Tutumluluk

1. UYGULAMA



Uygulama Adı	İşletmelerin Etik Kodları
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Etik kodları kavramak.

Açıklama: Bu uygulamada sizden faaliyetleri devam eden bir işletme seçmeniz ve seçtiğiniz işletmenin etik kodlarını açıklayan bir sunum yapmanız istenmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. İkişerli gruplar oluşturunuz.
2. İncelemek üzere etik kodları olan birer işletme belirleyiniz.
3. Belirlediğiniz işletmenin etik kodlarını inceleyiniz.
4. İncelediğiniz etik kodlardaki anahtar kelimeleri fon kartonuna yazınız.
5. Fon kartonuna işletme ile ilgili en az iki görsel ekleyiniz.
6. Hazırladığınız çalışmayı sınıfta arkadaşlarınıza sununuz.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin “Ekler” bölümünde yer alan “Ek-5.1. İşletmelerin Etik Kodları Uygulaması Dereceli Puanlama Anahtarı” kullanılacaktır.

5.4. ALICI VE SATICININ ETİK SORUMLULUKLARI



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sizce bir alışverişte oluşabilecek etik dışı davranışlar nelerdir? Örnekler vererek sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Ticaret, alıcı ve satıcı arasında gerçekleşen takastır. Satıcı taraf alıcıya ürün verirken alıcı taraf da satıcıya ürünün karşılığı olarak genellikle değerli kâğıt ya da maden verir. Böylelikle alışveriş gerçekleşmiş olur (Görsel 5.11). Alışveriş sırasında iki tarafın da uyması gereken etik kurallar ve sorumluluklar vardır. Etik sorunlarda genellikle alıcılar mağdur olsa da satıcıların mağdur olduğu durumlar da oluşabilmektedir.



Görsel 5.11: Alışveriş



Alıcı ve satıcının uyması gereken etik sorumluluklar şunlardır:

- Satıcılar müşterilerinin bilgilerini izinsiz kullanmamalı ve üçüncü kişilerle paylaşmamalıdır.
- Satıcılar ihtiyaç olmayan ürünü satmaya çalışmamalıdır.
- Satıcının temel amacı alıcının ihtiyaç ve isteklerini karşılamak olmalıdır.
- İşletmeler kaliteyle orantılı olmayan yüksek fiyatlar talep etmemelidir.
- Satıcılar ürünün olmayan özelliklerini var gibi göstermemelidir.
- Satıcılar başka firmaları kötülememelidir.
- Satıcı, ürünle ilgili tüm bilgilendirmeleri eksiksiz yapmalıdır.
- Satıcı sattığı ürün alıcıya ulaşana kadar ürünün güvenliğini sağlamalıdır.
- Aldatıcı ve abartılı reklam ve tanıtım yapılmamalıdır.
- Alıcıları dinî ve duygusal olarak etkileyerek satış yapılmamalıdır.
- Satıcı, özellikle eğitim seviyesi düşük alıcılara yönlendirici, karmaşık ve teknik terimler kullanarak tanıtım yapmamalıdır.
- Alıcılar arasında ayırım yapılmamalıdır. Örneğin aynı ürün için farklı alıcılara farklı fiyat verilmemelidir.
- Ürünü satmak için alıcıya baskı yapılmamalıdır.
- Alıcılar, indirim konusunda ısrarcı davranmamalıdır.
- Satın alınan ürün iade edilecekse iade şartları ihlal edilmemelidir.
- Alıcılar, özellikle internet alışverişlerinde ihtiyaçtan fazla ürün alıp gereksiz iade işlemi yapılmasına sebep olmamalıdır.
- Alıcılar, satıcıları firmalarını kötülemekle tehdit etmemelidir.
- Ürün satın alındığında karşılığı ödenmeli, taksitle alınmışsa ödemeler geciktirilmemelidir.
- Alıcılar satın alma sırasında satıcılara başka işletmeleri övmemeli ya da kötülememelidir.

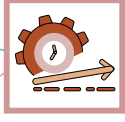


ETKİNLİK

Alıcı ve satıcının etik sorumluluklarının gösteren bir afiş hazırlayınız. Çalışmanızı aşağıdaki yönergeye göre gerçekleştiriniz.

Yönerge

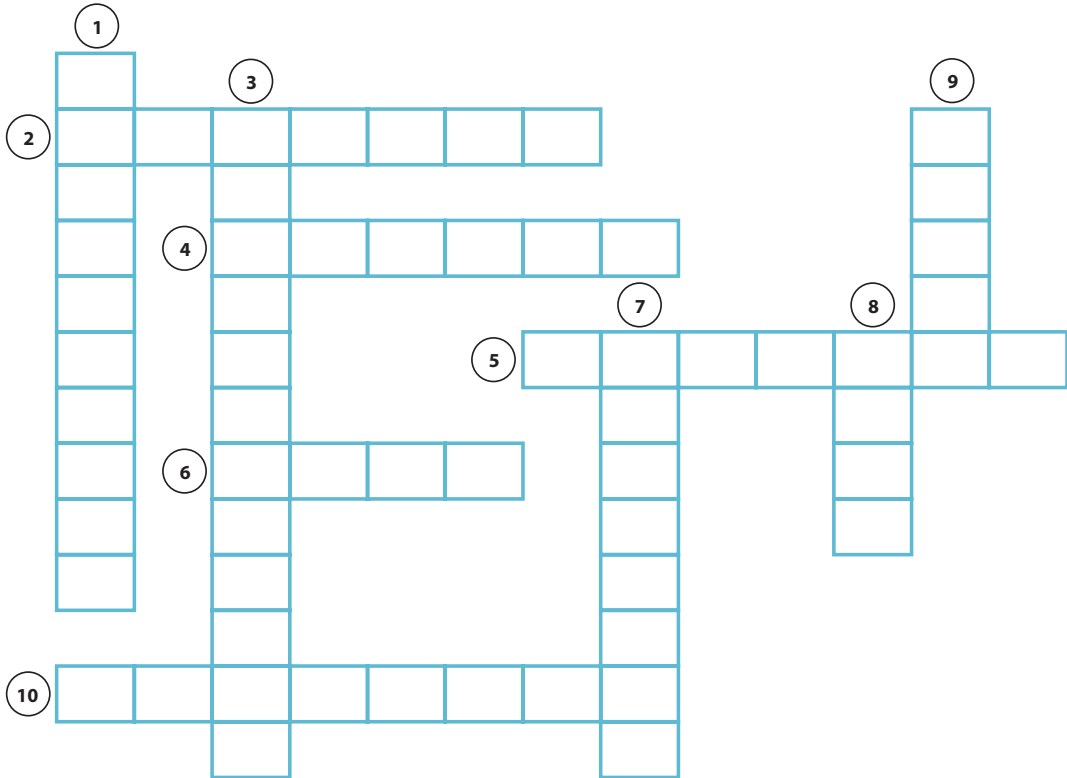
1. Bireysel olarak çalışınız.
2. Alıcının etik sorumluluklarını araştırınız.
3. Satıcının etik sorumluluklarını araştırınız.
4. Edindiğiniz bilgileri fon kartona yerleştiriniz.
5. Bilgilerin yazımında yazım ve dil bilgisi kurallarına dikkat ediniz.
6. Konuyu destekleyici görseller kullanınız.
7. Afişi oluştururken her kenardan eşit oranda kenar boşluğu bırakınız.
8. Afişi hazırlarken kesme, yapıştırma işlemleri sırasında iş sağlığı ve güvenliği için gerekli önlemleri alınız.
9. Çalışmanızı zamanında teslim ediniz.
10. Hazırlanan afişi sınıfta sergileyiniz.



ETKİNLİK

Aşağıda verilen açıklamalara uygun ifadeleri çengel bulmacadaki ilgili boşluklara yazınız.

1. Toplumla uyumun ön planda olduğu bilişsel ahlak gelişimi dönemi
2. İş ve insan ilişkilerini düzenlemeyi hedefleyen yazılı kurallar bütünü
3. Kişinin dışsal bir yaptırıma gerek kalmadan kendi geliştirdiği denetim mekanizması
4. Pazarlama karar modellerinin birleşmesiyle ortaya çıkan karar modeli
5. Bir etik davranış ilkesi
6. Toplum tarafından kabul görmüş, uyulması gereken davranışlar bütünü
7. Karar vermede hem bireysel hem de dış faktörlerin etkili olduğu model
8. Çalışanları motive etme yöntemi
9. Kişinin gerçekleştireceği davranışla ilgili niyetini belirttiği aşama
10. Kötü niyetle yapılan ve toplumca kabul görmeyen davranış





5.5. KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KANUNU



HAZIRLIK ÇALIŞMASI

Sizce kanunla korunması gereken kişisel veriler neler olmalıdır? Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşınız.

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, kişilere ait verilerin işlenmesinde temel hakları, özgürlükleri ve özel hayatın gizliliğini korumayı amaçlanmıştır (Görsel 5.12). Kanun 7 Nisan 2016 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Kanunla kişisel verilerle ilgili usuller, esaslar ve yükümlülükler düzenlenmiştir. Kanun, otomatik yollarla kişisel verileri elde eden, işleyen gerçek ve tüzel kişilere uygulanır.

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda geçen bazı tanımlamalar şunlardır:



Görsel 5.12: Kişisel veriler

Açık Rıza: Kişisel veriye ilişkin bilgilendirme sonrası açıklanan özgür iradedir.

Anonim Hâle Getirme: Kişisel verilerin verinin sahibi ya da başka bir gerçek kişi ile ilişkilendirilemeyecek hâle getirilmesidir.

Kişisel Veri: Kimliği tespit edilmiş ya da edilebilir durumdaki gerçek kişiye ait her türlü veridir.

Kişisel Verilerin İşlenmesi: Kişisel veri üzerinde gerçekleştirilebilecek her türlü işlemi ifade eder. Bu işlemler; verinin otomatik, kısmen otomatik veya otomatik olmayan yollarla elde edilmesi, muhafaza edilmesi, sınıflandırılması, kaydedilmesi, aktarılması, değiştirilmesi, devralınması, depolanması, açıklanması, elde edilebilir hâle getirilmesi, yeniden düzenlenmesi, kullanılmasının engellenmesi olarak sıralanabilir.

Veri İşleyen: Veri sorumlusu tarafından yetkilendirilen, veri sorumlusuna ait kişisel verileri işleyen tüzel ya da gerçek kişidir.

Veri Kayıt Sistemi: Kişilere ait verilerin belirli ölçütler göz önüne alınarak yapılandırıldığı ve kaydedildiği sistemdir.

Veri Sorumlusu: Veri kayıt sisteminin yönetilmesinden ve kurulmasından sorumlu, kişisel verilerin hangi amaç ve vasıtalarla işleneceğini belirleyen gerçek ya da tüzel kişidir.

Özel Nitelikli Kişisel Veri: Kişilerin din, ırk, mezhep, etnik köken, felsefi ve siyasi düşünce, sağlık, güvenlik tedbiri bilgileri ile dernek, vakıf ve sendika üyeliği bilgilerini kapsamaktadır. Ayrıca genetik ve biyometrik veriler de bu kapsamda yer alır.

5.5.1. Kişisel Verilerin İşlenme Şartları

Kişisel verilerin işlenmesinde temel ilke “Kişisel veriler, ilgili kişinin açık rızası olmaksızın işlenemez.” kuralıdır. Ancak bazı şartlarda bu kuralın dışına çıkılabilir.

İlgili kişinin açık rızası olmaksızın kişisel verinin işlenmesinin şartları şunlardır:

- Kanunlarda gerekli durumun açıkça belirtilmesi
- Kişinin kişisel veriyi açıklayabilme rızasının fiilen imkânsız olması
- Kişinin kişisel veriyi açıklama rızasının kendisinin ya da bir başkasının hayatı veya beden bütünlüğünün korunmasını gerektirecek öneme sahip olması
- Bir sözleşmenin oluşturulması ya da yerine getirilmesi esnasında sözleşme taraflarına ait kişisel verilerin işlenmesinin gerekmesi
- Veri sorumlusunun hukuki yükümlülüğünü yerine getirebilmesi için kişisel veriyi işlenmesinin zorunlu olması
- Kişinin kendisine ait kişisel verileri herkesçe bilinir duruma getirilmiş olması
- Bir hakkın ortaya çıkması, korunması ya da kullanılması için verinin işlenmesinin gerekmesi
- Veri sorumlusunun veri sahibi kişinin yararı için temel hak ve özgürlere zarar vermemek şartıyla veriyi işlenmesinin zorunlu olması

Kişisel veriler, yukarıdaki şartlar haricinde kişinin açık rızası olmadan kullanılamaz (Görsel 5.13).



Görsel 5.13: Kişinin açık rızası

ÖZLÜ SÖZ

Yaşadığımız her an önümüzde iki seçenek vardır, gelişime doğru bir adım atmak ya da güvende hissetmek için bir adım geri kalmak.

Abraham Maslow (Ebrahim Meslov)



5.5.2. Kişinin Hakları ve Yükümlülükleri

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na göre kişisel verilerin elde edilmesinde veri sorumlusunun yükümlülükleri şunlardır:

- Veri sorumlusunun ve varsa temsilcinin kimlik bilgilerini vermek
- Kişisel verinin hangi amaç için işleneceğini bildirmek
- İşlenmiş kişisel verilerin hangi amaçla kimlere gönderilebileceğini bildirmek
- Kişisel veri toplanırken dayandırılan hukuki sebebi ve kullanılacak yöntemi bildirmek
- İlgili kişinin haklarını kapsayacak şekilde bilgi vermek ve açıklama yapmak
- Hukuka aykırı şekilde kişisel verinin işlenmesini engellemek
- Hukuka aykırı şekilde kişisel veriye erişilmesini engellemek
- Kişisel verilerin korunması için gerekli görülen her türlü güvenlik tedbirini almak, temin etmek ve uygulamak

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na göre verileri işlenen ilgili kişinin hakları şunlardır:

- Kendisiyle ilgili kişisel verilerinin işlenip işlenmediğini öğrenme
- İşlenen kişisel verisi varsa bununla ilgili bilgi talep etme
- Kişisel verinin kullanılma amacını ve amaca uygun hareket edilip edilmediğini öğrenme
- Kişisel verilerinin yurt içi ya da yurt dışında hangi üçüncü kişilere aktarıldığını öğrenme
- Yanlış ya da eksik işlenen kişisel verilerle ilgili düzeltme talebinde bulunma
- Kişisel verilerinin işlenmesini zorunlu kılan hâllerin ortadan kalkması sonucunda kanunun ilgili maddesi gereğince kişisel verilerinin yok edilmesi, silinmesi ya da anonim hâle getirilmesini talep etme
- Kişisel verilerinin ilgili kanun gereğince düzeltilmesi, yok edilmesi, silinmesi ya da anonim hâle getirilmesi işlemlerinin kişisel verilerin gönderildiği üçüncü kişilere bildirilmesi talep etme
- İşlenen kişisel verinin özellikle otomatik sistemler aracılığıyla analiz edilmesi sonucunda kendisi aleyhine ortaya çıkan sonuca itirazda bulunma
- Kişisel verilerinin kanuna aykırı olarak işlenmesi sonucu zarara uğraması durumunda zararının karşılanmasını talep etme

BİLGİ KUTUSU

Kişisel verilerinizin korunması ile ilgili her türlü işlem ve bilgi için ALO 198 Veri Koruma Hattı Bilgi Danışma Merkezini arayabilir, <https://www.kvkk.gov.tr/> internet adresini inceleyebilir ve şikâyet için <https://sikayet.kvkk.gov.tr/> internet adresini kullanabilirsiniz.

5.5.3. Başvuru ve Şikâyet

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'ndaki haklardan faydalanmak isteyen kişiler, belirli yöntemlerle başvuru ve şikâyetle bulunabilir. Kanun, bu yöntemleri internet üzerinden başvuru veya yazılı başvuru olarak belirlemiştir. Veri sorumlusuna başvuruda başvuran taraf, öncelikli olarak talebini belirtir. Veri sorumlusu, en geç otuz gün içinde talebi sonuçlandırır. Veri sorumlusu, talebi kabul eder veya gerekçesini açıklayarak reddeder ve yazılı ya da elektronik yöntemle ilgili kişiye sonucu iletir. Talebin kabul edilmesi hâlinde veri sorumlusu gereğini yerine getirir.

Başvurunun reddedilmesi, cevabın yetersiz olması ya da otuz günlük süre içinde cevap verilmemesi durumunda ilgili kişi, veri sorumlusunu kurula şikâyet edebilir. Veri sorumlusunun kurula şikâyet edilebilmesi için öncelikle ilgili kişi ile veri sorumlusu arasındaki anlaşma yollarının bitmiş olması gerekir. Yani şikâyet, başvurudan sonraki aşamadır. Bu nedenle yazılı ve internet üzerinden yapılan şikâyetlerde, diğer belgeler ile birlikte veri sorumlusuna yapılmış olan başvurunun ve cevabın belgeleri de istenmektedir (Görsel 5.14).

Kanun kapsamındaki talebinize yönelik olarak veri sorumlusuna başvuruda bulunduğunuz mu ? (*)

Evet

Veri Sorumlusuna Başvuru Tarihi (*)

12.10.2021

Veri Sorumlusuna Başvuru Belgesi (*)

İlgili Belge Yükle

Veri Sorumlusu Cevap Verdi mi ? (*)

Evet

Veri Sorumlusunun Cevap Tarihi

GG.AA.YYYY

Veri Sorumlusu Cevap Belgesi

İlgili Belge Yükle

Diğer Belge

Diğer İlgili Belge Yükle

Görsel 5.14: İnternet şikâyet ekranı

Kurul, şikâyet üzerine gerekli incelemelere başlar. Ancak kişisel verilerin korunması dışında kalan ya da eksik bilgi içeren şikâyetleri incelemeye almaz. İnceleme tamamlandıktan sonra kurul, ilgililere kararı bildirir. Şikâyet tarihinden itibaren altmış gün içinde karar bildirilmezse talep reddedilmiş sayılır. Kurul, ihlalin varlığına karar vermişse hukuka aykırılığın veri sorumlusu tarafından giderilmesini tebliğ eder. Karar, tebliğ tarihinden itibaren en geç otuz gün içinde uygulanır.



5.5.4. Suçlar, Kabahatler ve Cezalar

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda suçlar, kabahatler ve bunlar hakkında verilecek cezalar düzenlenmiştir. Kanunlar, suçun ve kabahatin niteliğine göre farklı cezalar öngörmektedir. Suçların cezası genellikle hapis olurken kabahatler para cezası ile cezalandırılır. Kişisel verilerin korunması ile ilgili suçlar ve bunlara verilecek cezalar Tablo 5.1'de verilmiştir.

Tablo 5.1: Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na Göre Suçlar ve Cezaları

Suçlar	Cezalar
Kişisel haberleşmenin gizliliğini ihlal etme	Bir yıldan üç yıla kadar hapis
Kişiler arası haberleşmenin içeriğini ifşa etme	İki yıldan beş yıla kadar hapis
Kendisiyle yapılan haberleşmenin içeriğini karşı tarafın rızası olmadan ifşa etme	Bir yıldan üç yıla kadar hapis
Kişiler arasında gerçekleşen haberleşmeyi herhangi bir cihazla dinleme ve kaydetme	İki yıldan beş yıla kadar hapis
Katıldığı bir toplantı ya da söyleşiyi diğer katılımcıların rızası olmadan kaydetme	Altı aydan iki yıla kadar hapis ve para
Kişilerin özel hayatını ihlal etme	Bir yıldan üç yıla kadar hapis
Kişilerin özel hayatını sesli ya da görüntülü ifşa etme	İki yıldan beş yıla kadar hapis
Başkasına ait kişisel verileri bir başkasına verme	İki yıldan dört yıla kadar hapis

Yukarıda belirtilen suçlara konu olan kişisel verilerin kişinin dinî inancı, siyasi görüşü, felsefi düşüncesi, sendikal bilgileri, ırk kökeni, cinsel yaşamı ve sağlığı hakkında olması durumunda verilecek ceza yarım kat arttırılır. Ayrıca bahsi geçen suçların kamu görevlileri tarafından görevi kötüye kullanarak ya da belli meslek ve sanatın kolaylığını kullanarak işlenmesi durumunda verilecek ceza yine yarım kat arttırılır. Kişisel verilerin korunması ile ilgili kabahatler ve bunlara verilecek cezalar Tablo 5.2'de verilmiştir.

Tablo 5.2: Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na Göre Kabahatler ve Cezaları

Kabahatler	Cezalar
Aydınlatma yükümlülüklerini yerine getirmeme	5.000 - 100.000 TL arası para cezası
Veri güvenliğine ilişkin yükümlülükleri yerine getirmeme	15.000 - 1.000.000 TL arası para cezası
Veri Sorumluları Sicil Bilgi Sistemi'ne kayıt ve bildirim yükümlülüğüne aykırı hareket etme	20.000 - 1.000.000 TL arası para cezası
Kurul tarafından verilen görevleri yerine getirmeme	25.000 - 1.000.000 TL arası para cezası

BİLGİ KUTUSU

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na göre suçlar ve suçlara verilecek cezalar Türk Ceza Kanunu'nun 132 ila 140. maddelerinde düzenlenirken kabahatler ve kabahatlere verilecek cezalar, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda düzenlenmiştir.

5.5.5. Kişisel Verileri Koruma Kurumu

Kişisel Verileri Koruma Kurumu, kişisel verilerin korunması ile ilgili iş ve işlemleri takip etmek, görevleri yerine getirmek üzere kurulmuştur (Görsel 5.15). Merkezi Ankara'da olan kurum, başkan ve üyelerden oluşan dokuz kişilik bir kurul tarafından yönetilir. Kurulun başında bulunan başkan ile üç üye cumhurbaşkanı tarafından, diğer beş üye ise Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından seçilir.

Kişisel Verileri Koruma Kurulu bağımsızdır. Kanunlar çerçevesinde kendine tanınan görev ve yetkileri hiçbir kuruma bağlı olmadan kendi sorumluluğu altında yerine getirir. Hiçbir kurum, makam, merci, kişi, organ; kuruma görev alanına giren konularla ilgili emir ve talimat veremez, tavsiyede bulunamaz.



Görsel 5.15: Kişisel Verileri Koruma Kurumu logosu

Kişisel Verileri Koruma Kanunu'nun 22. maddesi uyarınca Kişisel Verileri Koruma Kurumu Kurulunun görev ve yetkileri şunlardır:

- Kişisel verileriyle ilgili hak ihlali yaşandığını ileri sürenlerin durumunu karara bağlamak
- Temel hak ve özgürlükleri göz önüne alarak kişisel verilerin işlenmesini sağlamak
- Herhangi bir şikâyet geldiğinde ya da zarar iddiasını öğrenmesi durumunda kendiliğinden işlem başlatmak, gerektiğinde kanuna uygunluğu denetleyerek inceleme yapmak, tedbir almak
- Kişilerin özel nitelikli verilerinin işlenebilmesi için gerekli önlemleri belirlemek
- Kuruma bağlı çalışan veri sorumlularına ait kayıtları tutmak
- Kurumun işleyişi ve görev alanına giren tüm konularda gerekli düzenleyici işlemleri uygulamak
- Veri güvenliği ile ilgili yapılması gerekenleri belirlemek amacıyla gerekli işlemleri yapmak
- Veri sorumlusu ve temsilcisinin sorumluluk, görev ve yetkileri ile ilgili düzenlemeleri yapmak
- Uygulanacak idari yaptırımları kanunun öngördüğü şekilde yürütmek
- Başka kurum ve kuruluşlarca hazırlanan ve içinde kişisel verilerle ilgili kararlar içeren yasal düzenleme taslaklarıyla ilgili görüş beyan etmek
- Kişisel Verileri Koruma Kurumunun performans ölçütlerini, hizmet kalite standartlarını, hedef ve amaçlarını belirlemek; kurumun stratejik planını oluşturmak
- Hazırlanan bütçe teklifinin kurumun hedef, plan ve amaçlarına uygunluğunu inceleyerek teklifi karara bağlamak
- Kurumun ihtiyacı olan taşınmazların kiralınması, alımı ya da satımı ile ilgili kararları vermek
- Kurumun yıllık faaliyetleri, mali durumu, performansı ve gerekli diğer konular hakkında hazırlanmış raporları incelemek, onaylamak ve yayınlamak
- Kanunun kendisine yüklediği diğer sorumlulukları yerine getirmek



5.5.6. İstisnalar

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu hükümlerinin uygulanmasında bazı istisnalara yer verilmiştir. Bu istisnalar gerçekleştiğinde kanunda yer alan hükümler uygulanmamaktadır. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun 28. maddesinde istisnalar şunlardır:

- Kişisel verinin, gerçek kişilerin kendisi ya da aynı evde yaşadığı aile üyeleriyle ilgili faaliyetler dâhilinde, üçüncü kişilerle paylaşmamak ve ilgili kişilerin veri güvenliğini tehlikeye atmamak kaydıyla işlenmesi
- Kişisel verinin resmî olmak kaydıyla istatistik, araştırma ve planlama gibi amaçlara katkı sağlaması için işlenmesi
- Kişisel verinin suç unsuru barındırmamak ya da özel hayatın gizliliğini, kamu güvenliğini, kişilik haklarını, ekonomik güvenliği, millî güvenliğini, millî savunmayı ve kamu düzenini ihlal etmemek kaydıyla, ifade özgürlüğü kapsamında ya da edebiyat, tarih ve sanat gibi bilimsel amaçlar doğrultusunda işlenmesi
- Kanunla yetki verilmiş önleyici, koruyucu faaliyetler ve istihbarat faaliyetleri yürüten kamu kurum ve kuruluşlarınca kişisel verinin kamu güvenliğini, ekonomik güvenliği, millî güvenliğini, millî savunmayı korumak ve kamu düzenini sağlamak amacıyla işlenmesi
- Kişisel verinin yargı makamları ya da infaz kurumlarınca yargılama, infaz, kovuşturma ve soruşturma kapsamında işlenmesi
- Suçun meydana gelmesini önlemede kişisel verinin işlenmesinin gerekli olması
- Veri sahibi kişi tarafından herkesçe bilinir hâle getirilmiş verinin işlenmesi
- Kişisel verinin kanunca yetkilendirilmiş ve görevlendirilmiş kamu kurum ve kuruluşları ya da kamu kurumu niteliğine sahip meslek kuruluşlarınca denetleme ve düzenleme görevlerinin yerine getirilebilmesi için işlenmesinin gerekli olması
- Devletin mali ve ekonomik çıkarlarını korumak amacıyla vergi, bütçe ve mali konulara ilişkin kişisel verinin işlenmesinin gerekli olması



ETKİNLİK

Aşağıda verilen örnek olayların Kişisel Verilerin Korunması Kanunu hükümlerinin uygulanmasında istisna kapsamına girip girmediğini inceleyiniz. Her bir olay için uygun kutucuğu işaretleyiniz.

Örnek Olaylar	İstisna kapsamında- dır.	İstisna kapsamında değildir.
Coşkun Bey'in telefonundaki bilgilerin devlet güvenliğini riske atacak nitelikte olması		
İbrahim Bey'in herkese açık olan sosyal medya hesabındaki çocukluk fotoğraflarının kullanılması		
Ufuk Bey'in uluslararası işlem bilgilerinin istihbarat teşkilatı tarafından güvenlik gerekçesiyle incelenmesi		

5.5.7. Tüketicieye Faydaları

Kişisel Verileri Koruma Kurumu; aldığı tedbirler, uyguladığı yaptırımlar, verdiği eğitimler, sunduğu görsel ve yazılı içeriklerle tüketicilerin kişisel verilerini sürekli koruma eğilimindedir. Özellikle teknolojinin gelişmesiyle tüketiciler alışverişlerinde çevrim içi site ve uygulamaları sıklıkla kullanmaktadır (Görsel 5.16). Bu nedenle kişisel veriler çok hızlı ve kontrolsüzce dağılabilmektedir.



Görsel 5.16: Çevrim içi alışveriş

Hem alışverişlerde hem de özel hayatta tüketiciler, verilerinin korunması ile ilgili birçok riskle karşı karşıyadır. Tüketicilerin özellikle dijital ortamda risk altında olan kişisel bilgileri şunlardır:

- Sağlığı ile ilgili hastane, ilaç, tedavi ve teşhis bilgileri
- Anlık olarak bulunduğu konum bilgileri
- E-devlet, banka, elektronik posta, alışveriş siteleri ve işle ilgili sistem şifreleri
- T.C. kimlik numarası, IBAN [International Bank Account Number(Uluslararası Banka Hesap Numarası)] ve diğer hesap bilgileri
- Alışveriş sonrasında gelen dekont ve fatura bilgileri
- Alışverişlerde kullanılan kredi ve banka kartı bilgileri
- Seyahat, ulaşım ve konaklama bilgileri
- Herkese açık yapılan ürün paylaşımlarındaki bilgileri ve görüntüleri

Kişisel Verileri Koruma Kurumu da aldığı kararlar ve gerçekleştirdiği denetimler ile kişilerin verilerinin korunmasında fayda sağlar. Öncelikli olarak tüketiciler yukarıda yer alan bilgileri kimseyle paylaşmamalıdır. Alışverişlerde mutlaka sanal kart kullanmalı ve sonrasında bilgilerini temizlediğinden emin olmalıdır. Alışveriş sitelerinde kart ve adres bilgileri kayıtlı bırakılmamalıdır. Yaşanan kişisel veri ihlali durumunda ise hemen Kişisel Verileri Koruma Kurumuna başvurulmalıdır. Tüketiciler başvurularını internet sayfası üzerinden kolaylıkla yapılabilmekte ve gelişmeleri takip edilebilmektedir. Kişisel Verileri Koruma Kurumu, alınan şikâyet üzerine hızla çevrim içi tedbirler almaktadır.



ETKİNLİK

Kişisel Verileri Koruma Kurumunun resmî internet sitesinde (<https://www.kvkk.gov.tr/>) yayınlanmış bir kararı inceleyiniz. Sınıfta arkadaşlarınızla paylaşarak kararı tartışınız.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



2. UYGULAMA

Uygulama Adı	Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Sunumu
Uygulama Süresi	2 ders saati
Amaç	Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nu kavramak.

Açıklama: Bu uygulamada sizden Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'yla ilgili sunum hazırlamanız istenmektedir. Çalışmanızı aşağıdaki yönergeye göre gerçekleştiriniz.

Yönerge

1. Üç kişilik gruplar hâlinde çalışınız.
2. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun kapsamını açıklayınız.
3. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun amacı açıklayınız.
4. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ile ilgili tanımları açıklayınız.
5. Kişisel verilerin işlenmesinin şekil ve şartları açıklayınız
6. Kişisel verilerin aktarılma şartları açıklayınız.
7. Kişinin hak ve yükümlülükleri açıklayınız.
8. Başvuru ve şikâyet durumlarının şekil ve şartları açıklayınız.
9. Hazırladığınız sunumu sınıfta arkadaşlarınıza sununuz.
10. Sunum yaparken etkili sunum yapma ile ilgili hususlara dikkat ediniz.

Not: Uygulamanın değerlendirilmesinde materyalin "Ekler" bölümünde yer alan "Ek-5.2. Kişisel Verileri Korunması Kanunu Sunumu Dereceli Puanlama Anahtarı" kullanılacaktır.

A) Aşağıdaki cümlelerin başındaki boşluğa ifade doğru ise "D", yanlış ise "Y" yazınız.

1. () Yürürlükte olan kanunların tamamı etikdir.
2. () Etik kurallar yazılı olmayan kurallardır.
3. () Etik dışı davranışlar arttıkça toplumsal düzen bozulur.
4. () İşletmeler, ürün kalitesiyle doğru orantılı olarak yüksek fiyat talep edebilir.
5. () Sosyal medyada konum bilgisini paylaşmak kişisel veri riski oluşturmaz.

B) Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerlere uygun sözcükleri yazınız.

6. Kişinin içinde bulunduğu, referans gruplarından etkilenerek davranışlarını şekillendirdiği döneme denir.
7. İşletmelerde iş ve insan ilişkilerini düzenleyen yazılı belgelere denir.
8. Alıcı ve satıcı arasında gerçekleşen ekonomik faaliyete denir.
9. İki kişi arasında gerçekleşen iletişimi dinlemek ve kaydetme hukuki açıdan teşkil eder.
10. Kişisel Verileri Koruma Kurumu, biri başkan olmak üzere toplam üye tarafından yönetilir.

C) Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyunuz ve doğru seçeneği işaretleyiniz.

11. Etik kurallar ile ilgili düzenlemeler ilk defa aşağıdakilerden hangisinde yer almıştır?

- A) Ahi teşkilatı
- B) Aristo'nun söylemleri
- C) Hammurabi yazıtları
- D) Osmanlı hukuku
- E) Türk Ticaret Kanunu

12. Aşağıdakilerden hangisi bireyin davranışlarında sadece toplum yararını gözettiği bilişsel ahlak gelişimi dönemidir?

- A) Gelenek öncesi
- B) Kişisel özellikler
- C) Geleneksel
- D) Mesleki çevre
- E) Gelenek sonrası



13. Aşağıdakilerden hangisi etik dışı davranıştır?

- A) Adaletli davranmak
- B) İndirim için ısrar etmek
- C) Hoşgörülü davranmak
- D) Saygılı olmak
- E) Sorumluluk almak

14. Sentez modeline göre bireyin gerçekleştirmek istediği davranışı uygulamaya koyduğu aşama aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ahlaki değerlendirme
- B) Eylemde bulunma
- C) Farkına varma
- D) Karar verme
- E) Kavrama

15. Aşağıdakilerden hangisi çalışanların etik dışı davranış yönelimlerini arttırmada etkilidir?

- A) İş yerine ait kodlar oluşturarak uygulamak
- B) Etik kod oluştururken dışarıdan uzman desteği almak
- C) Cezalandırmaktansa ödüllendirmeyi tercih etmek
- D) Performansı dikkate almadan herkese eşit ücret vermek
- E) Çalışanlar ile iş yeri arasında bağ oluşmasını sağlamak

16. Aşağıdaki davranışlardan hangisi etik değildir?

- A) Alıcının indirim için ısrarcı davranması
- B) Alıcının ürünü peşin almak yerine taksitle alması
- C) Satıcının ürünle ilgili bir kusuru alıcıya bildirmesi
- D) Satıcının başka satıcıları kötülemekten kaçınması
- E) Satıcının tüm müşterilere aynı ürün için aynı fiyatı söylemesi

17. Aşağıdaki bilgilerden hangisinin paylaşılması kişisel verilerin korunması açısından risk oluşturmaz?

- A) Sağlık bilgileri
- B) T.C. kimlik numarası
- C) Ad ve soyad
- D) IBAN numarası
- E) Konum bilgisi

18. Aşağıdakilerden hangisi satıcının uyması gereken etik sorumluluklardan biridir?

- A) Başka firmaları kötülemek
- B) Yüksek fiyat politikası uygulamak
- C) İndirim için ısrarcı davranmak
- D) İhtiyaç olmayan ürünü satmaya çalışmak
- E) Bilgilendirmeleri eksiksiz yapmak

19. Kişisel Verilerin Korunması Kurumu yapılan başvuruya en fazla kaç gün içinde cevap vermezse başvuru reddedilmiş sayılır?

- A) 15
- B) 30
- C) 45
- D) 60
- E) 75

20. Kişisel Verileri Koruma Kurulu kaç üyeden oluşmaktadır?

- A) 3
- B) 5
- C) 7
- D) 9
- E) 11



EK-1.1 SATIŞ SÖZLEŞMESİ TÜRLERİ PANO UYGULAMASI DERECELİ PUANLAMA ANAHTARI						
Öğrencinin Adı Soyadı						
Sınıfı / Numarası						
<p>YÖNERGE: Aşağıdaki "Ölçütler" sütununda "Satış Sözleşmesi Türleri Pano Uygulaması" ile ilgili gözlenenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına gözlem sonuçlarından [Geliştirilebilir (1), Yeterli (2), Orta (3), İyi (4), Çok İyi (5)] uygun olanı için "X" işareti kullanılacaktır.</p>						
Ölçütler		1	2	3	4	5
1	Grup faaliyetine etkin katılım sağladı.					
2	Panoda alıcı bilgilerine yer verdi.					
3	Panoda satıcı bilgilerine yer verdi.					
4	Panoda alıcı sorumluluklarına yer verdi.					
5	Panoda satıcı sorumluluklarına yer verdi.					
6	Panoda iptal ve cayma durumunda yerine getirilmesi gerek sorumluluklara yer verdi.					
7	İşlenen satış sözleşmesi türünün diğer satış sözleşmelerinden farkına yer verdi.					
8	Görevi, verilen süre içinde tamamladı.					
9	Türkçeyi doğru kullandı.					
10	Beden dilini doğru kullandı.					
TOPLAM PUAN						
<p>Değerlendirme: Bu ölçekten 100 üzerinden 70 ve üzeri puan aldıysanız bu konu için başarınız yeterli düzeyde ve bir sonraki konuya geçebilirsiniz demektir. Ölçekten 70 puandan daha düşük bir puan aldıysanız ilgili konuları tekrar etmeniz önerilir.</p>						
<p>Tablo Puanını 100'lük Sisteme Dönüştürme İşlemi: Tablodan her bir ölçüt için alınabilecek en yüksek puan 5'tir. Tabloda toplam 10 ölçüt vardır. Dolayısı ile tablodan alınabilecek en yüksek puan 5 X 10 = 50'dir.</p> <p>PUAN = [(Genel puan toplamı X 100) / Alınabilecek en yüksek toplam Puan] formülü uygulanmalıdır.</p>						

**EK-1.2 İPTAL VE CAYMA İŞLEMLERİ UYGULAMASI
DERCELİ PUANLAMA ANAHTARI**

Öğrencinin Adı Soyadı

Sınıfı / Numarası

YÖNERGE: Bu uygulamada sizlerden tüketicilerin hangi sözleşme türlerinde iptal ve cayma işlemlerini gerçekleştirdiklerini araştırmanız ve araştırma sonuçlarından yola çıkarak bir afiş hazırlamanız istenmiştir. Yaşadığınız ilçede bulunan Tüketici Hakem Heyetini ziyaret etmeniz ve orada yapılan iş ve işlemleri yakından takip etmeniz önemlidir. Çalışmanızı aşağıdaki yönerge doğrultusunda gerçekleştiriniz.

Ölçütler		1	2	3	4	5
1	Grup faaliyetine etkin katılım sağladı.					
2	Tüketici Hakem Heyeti görevlerini doğru açıkladı.					
3	İhlal edilen hakkı doğru tespit etti.					
4	Gerçekleşen suç ya da kabahati doğru tespit etti.					
5	Şikâyet sürecini açıkladı.					
6	Verilen cezayı açıkladı.					
7	Kararın sağladığı faydayı açıkladı.					
8	Faaliyeti farklı materyaller ile destekledi (resim, tablo, grafik, şekil, fotoğraf vb.).					
9	Türkçe dil bilgisi kurallarına uydu.					
TOPLAM PUAN						

Değerlendirme: Bu ölçekten 100 üzerinden 70 ve üzeri puan aldıysanız bu konu için başarınız yeterli düzeyde ve bir sonraki konuya geçebilirsiniz demektir. Ölçekten 70 puandan daha düşük bir puan aldıysanız ilgili konuları tekrar etmeniz önerilir.

Tablo Puanını 100'lük Sisteme Dönüştürme İşlemi: Tablodan her bir ölçüt için alınabilecek en yüksek puan 5'tir. Tabloda toplam 9 ölçüt vardır. Dolayısı ile tablodan **alınabilecek en yüksek puan 5 X 9 = 45'tir.**

PUAN = [(Genel puan toplamı X 100) / Alınabilecek en yüksek toplam Puan] formülü uygulanmalıdır.



**EK-2.1 HAK VE SORUMLULUKLARIMI ÖĞRENİYORUM KONULU YARATICI DRAMA UYGULAMASI
DERECELİ PUANLAMA ANAHTARI**

Öğrencinin Adı Soyadı	
Sınıfı / Numarası	

YÖNERGE: Aşağıdaki “Ölçütler” sütununda “Satış Süreci Drama Uygulaması” ile ilgili gözlenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına gözlem sonuçlarından [Geliştirilebilir (1), Yeterli (2), Orta (3), İyi (4), Çok İyi (5)] uygun olanı için “X” işareti kullanılacaktır.

Ölçütler		1	2	3	4	5
1	Grup faaliyetine etkin katılım sağladı.					
2	Senaryoya uygun ürün belirledi.					
3	Rolüne uygun canlandırma yaptı.					
4	Satış sözleşmesi yapılırken kurallara uygun davrandı.					
5	Senaryoda alıcı sorumluluklarına yer verdi.					
6	Senaryoda satıcı sorumluluklarına yer verdi.					
7	Senaryoda hak ihlallerine yer verdi.					
8	Hak ihlallerine ilişkin uygun yaptırımda bulundu.					
9	Türkçeyi doğru kullandı.					
10	Beden dilini doğru kullandı.					
11	Görevi verilen süre içinde tamamladı.					

TOPLAM PUAN

Değerlendirme: Bu ölçekten 100 üzerinden 70 ve üzeri puan aldıysanız bu konu için başarınız yeterli düzeyde ve bir sonraki konuya geçebilirsiniz demektir. Ölçekten 70 puandan daha düşük bir puan aldıysanız ilgili konuları tekrar etmeniz önerilir.

Tablo Puanını 100'lük Sisteme Dönüştürme İşlemi: Tablodan her bir ölçüt için alınabilecek en yüksek puan 5'tir. Tabloda toplam 11 ölçüt vardır. Dolayısı ile tablodan **alınabilecek en yüksek puan 5 X 11 = 55'tir.**

PUAN = [(Genel puan toplamı X 100) / Alınabilecek en yüksek toplam Puan] formülü uygulanmalıdır.



EK-2.2 TÜKETİCİ HAKLARINI ÖĞRENİYORUM KONULU UYGULAMA FAALİYETİ DERCELİ PUANLAMA ANAHTARI						
Öğrencinin Adı Soyadı						
Sınıfı / Numarası						
YÖNERGE: Aşağıdaki "Ölçütler" sütununda "Satış Süreci Drama Uygulaması" ile ilgili gözlenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına, gözlem sonuçlarından [Geliştirilebilir (1), Yeterli (2), Orta (3), İyi (4), Çok İyi (5)] uygun olanı için "X" işareti kullanılacaktır.						
Ölçütler		1	2	3	4	5
1	Grup faaliyetine etkin katılım sağladı.					
2	Seçtiği sözleşme türüne uygun dava buldu.					
3	Davayı tüketici hakları yönünden inceledi.					
4	İstenilene uygun rapor hazırladı.					
5	Raporu sınıf arkadaşlarına sundu.					
6	Beden dilini doğru kullandı.					
7	Görevi verilen süre içinde tamamladı.					
TOPLAM PUAN						
Değerlendirme: Bu ölçekten 100 üzerinden 70 ve üzeri puan aldıysanız bu konu için başarınız yeterli düzeyde ve bir sonraki konuya geçebilirsiniz demektir. Ölçekten 70 puandan daha düşük bir puan aldıysanız ilgili konuları tekrar etmeniz önerilir.						
Tablo Puanını 100'lük Sisteme Dönüştürme İşlemi: Tablodan her bir ölçüt için alınabilecek en yüksek puan 5'tir. Tabloda toplam 7 ölçüt vardır. Dolayısı ile tablodan alınabilecek en yüksek puan 5 X 7 = 35 'tir.						
PUAN = [(Genel puan toplamı X 100) / Alınabilecek en yüksek toplam Puan] formülü uygulanmalıdır.						



EK-3.1 REKABETİN KORUNMASI VE HAKSIZ REKABETLE İLGİLİ SUNUM KONTROL LİSTESİ			
Öğrencinin Adı Soyadı			
Sınıfı / Numarası			
YÖNERGE: Aşağıdaki "Ölçütler" sütununda "Rekabetin Korunması ve Haksız Rekabetle İlgili Sunum" ile ilgili gözlenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına gözlem sonucu için "X" işareti kullanılacaktır.			
Ölçütler		Evet	Hayır
1	Rekabet Kurulu internet sitesine girdi.		
2	Rekabet Kurumunun internet sitesinde yer alan çeşitli çalışmaları not etti.		
3	Haksız rekabet ve cezalar ile ilgili bilgilere ulaştı.		
4	Araştırma sonuçlarınızı sunu hâline getirdi.		
5	Sunumu verilen süre içinde gerçekleştirdi.		
6	Sunumu öğretmene teslim etti.		
Değerlendirme: Tabloda verilen 6 ölçütten en fazla 2'sinin yanıtı hayır ise bu öğrenme birimi için başarınız yeterli düzeydedir. 2'den fazla hayır yanıtı aldıysanız bu konuyu tekrar etmeniz önerilir.			



EK-3.2 REKABET İLE İLGİLİ KARARLARI İNCELEMENİN UYGULAMASI KONTROL LİSTESİ			
Öğrencinin Adı Soyadı			
Sınıfı / Numarası			
YÖNERGE: Aşağıdaki "Ölçütler" sütununda "Rekabet ile İlgili Kararları İncelemek Uygulaması" ile ilgili gözlenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına, gözlem sonucu için "X" işareti kullanılacaktır.			
Ölçütler		Evet	Hayır
1	Rekabet Kurulu internet sitesine girdi.		
2	İnternet sitesindeki "Kararlar" bölümüne girdi.		
3	Bir karar örneği inceledi.		
4	Seçilen karar örneğinin özet hâli sunum olarak hazırladı.		
5	Sunumda kararın tarafları hakkında bilgilere yer verdi.		
6	Sunumda kararın sonucu hakkında bilgilere yer verdi.		
7	Sınıf arkadaşlarına sunum yaptı.		
8	Sunum öğretmene teslim etti.		
Değerlendirme: Tabloda verilen 7 ölçütten en fazla 3'<!--ün</b--> yanıtı hayır ise bu öğrenme birimi için başarınız yeterli düzeydedir. 3'ten fazla hayır yanıtı aldıysanız bu konuyu tekrar etmeniz önerilir.			



EK-4.1 TİCARET UNVANI OLUŞTURMA UYGULAMASI KONTROL LİSTESİ			
Öğrencinin Adı Soyadı			
Sınıfı / Numarası			
YÖNERGE: Aşağıdaki "Ölçütler" sütununda "Ticaret Unvanı Oluşturma Uygulaması" ile ilgili gözlenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına, gözlem sonucu için "X" işareti kullanılacaktır.			
Ölçütler		Evet	Hayır
1	Adını ve soyadını yazdı.		
2	Ticari faaliyeti belirledi.		
3	Ortakların durumunu not etti.		
4	Ticaret unvanı seçti.		
5	Ticaret unvanının tesciline yönelik işlem basamakları sunumunu hazırladı.		
6	Sınıfta sunum yaptı.		
7	Sunumunu ders öğretmenine teslim etti.		
Değerlendirme: Tabloda verilen 7 ölçütten en fazla 3 'ünün yanıtı hayır ise bu öğrenme birimi için başarınız yeterli düzeydedir. 3'ten fazla hayır yanıtı aldıysanız bu konuyu tekrar etmeniz önerilir.			



EK-4.2 MARKA TESCİLİ UYGULAMASI KONTROL LİSTESİ			
Öğrencinin Adı Soyadı			
Sınıfı / Numarası			
YÖNERGE: Aşağıdaki “Ölçütler” sütununda “Marka Tescili Uygulaması” ile ilgili gözlenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına, gözlem sonucu için “X” işareti kullanılacaktır.			
Ölçütler		Evet	Hayır
1	Ticari faaliyeti belirledi.		
2	Seçilen ticari faaliyet alanında millî markanın varlığı ile ilgili araştırma yaptı.		
3	Seçtiği ticaret faaliyeti alanındaki markaları inceledi.		
4	İşletme sahibi olarak marka tasarladı.		
5	Tasarladığı markanın tescil edilme sürecini anlatan on sayfalık sunum hazırladı.		
6	Sınıfta sunum yaptı.		
7	Hazırladığı sunumu ders öğretmenine teslim etti.		
Değerlendirme: Tabloda verilen 7 ölçütten en fazla 3’ünün yanıtı hayır ise bu öğrenme birimi için başarınız yeterli düzeydedir. 3’ten fazla hayır yanıtı aldıysanız bu konuyu tekrar etmeniz önerilir.			



EK-5.1 İŞLETMELERİN ETİK KODLARI UYGULAMASI DERCELİ PUANLAMA ANAHTARI						
Öğrencinin Adı Soyadı						
Sınıfı / Numarası						
<p>YÖNERGE: Aşağıdaki “Ölçütler” sütununda “İşletmelerin Etik Kodları Uygulaması” ile ilgili gözlenenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına, gözlem sonuçlarından [Geliştirilebilir (1), Yeterli (2), Orta (3), İyi (4), Çok İyi (5)] uygun olanı için "X" işareti kullanılacaktır.</p>						
Ölçütler		1	2	3	4	5
1	İşletmenin etik kodlarını doğru tespit etti.					
2	Etik kodların incelemesini doğru şekilde gerçekleştirdi.					
3	Etik kodları tanımlayacak anahtar kelimeler buldu.					
4	Anahtar kelimeleri doğru açıkladı.					
5	Çalışmayı sınıfta arkadaşlarına doğru sundu.					
6	İşletme ile ilgili en az iki görsel kullandı.					
7	İşletmenin etik kodlarının tümüne materyalinde yer verdi.					
TOPLAM PUAN						
<p>Değerlendirme: Bu ölçekten 100 üzerinden 70 ve üzeri puan aldıysanız bu konu için başarınız yeterli düzeyde ve bir sonraki konuya geçebilirsiniz demektir. Ölçekten 70 puandan daha düşük bir puan aldıysanız ilgili konuları tekrar etmeniz önerilir.</p>						
<p>Tablo Puanını 100'lük Sisteme Dönüştürme İşlemi: Tablodan her bir ölçüt için alınabilecek en yüksek puan 5'tir. Tabloda toplam 7 ölçüt vardır. Dolayısı ile tablodan alınabilecek en yüksek puan 5 X 7 = 35'tir.</p>						
<p>PUAN = [(Genel puan toplamı X 100) / Alınabilecek en yüksek toplam Puan] formülü uygulanmalıdır.</p>						

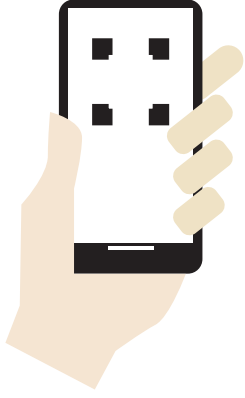


EK-5.2 KİŞİSEL VERİLERİN KORUMASI KANUNU SUNUMU DERCELİ PUANLAMA ANAHTARI						
Öğrencinin Adı Soyadı						
Sınıfı / Numarası						
YÖNERGE: Aşağıdaki "Ölçütler" sütununda "Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Sunumu" ile ilgili gözlenmesi gereken beceriler listelenmiştir. Uygulama aşağıdaki ölçütlere göre değerlendirilecektir. Gözlenen ölçütün karşısına, gözlem sonuçlarından [Geliştirilebilir (1), Yeterli (2), Orta (3), İyi (4), Çok İyi (5)] uygun olanı için "X" işareti kullanılacaktır.						
Ölçütler		1	2	3	4	5
1	Oluşturulan grup yönergeye uygundu.					
2	Sunuma uygun bir giriş yaptı (Selamlama yaptı, kendini tanıttı, sunumla ilgili kısa bilgi verdi vb.).					
3	Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun kapsamını açıkladı.					
4	Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun amacı açıkladı.					
5	Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ile ilgili tanımları açıkladı.					
6	Kişisel verilerin işlenmesinin şekil ve şartları açıkladı.					
7	Kişisel verilerin aktarıma şartları açıkladı.					
8	Kişinin hak ve yükümlülükleri açıkladı.					
9	Başvuru ve şikâyet durumlarının şekil ve şartları açıkladı.					
10	Etkili bir sunum yaptı.					
TOPLAM PUAN						
Değerlendirme: Bu ölçekten 100 üzerinden 70 ve üzeri puan aldıysanız bu konu için başarınız yeterli düzeyde ve bir sonraki konuya geçebilirsiniz demektir. Ölçekten 70 puandan daha düşük bir puan aldıysanız ilgili konuları tekrar etmeniz önerilir.						
Tablo Puanını 100'lük Sisteme Dönüştürme İşlemi: Tablodan her bir ölçüt için alınabilecek en yüksek puan 5'tir. Tabloda toplam 10 ölçüt vardır. Dolayısı ile tablodan alınabilecek en yüksek puan 5 X 10 = 50'dir.						
PUAN = [(Genel puan toplamı X 100) / Alınabilecek en yüksek toplam Puan] formülü uygulanmalıdır.						



- Türk Ceza Kanunu. (2004, 26 Eylül). Resmî Gazete (Sayı: 25611). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5237.pdf>
- Kişisel Verilerin Korunması Kanunu. (2016, 24 Mart). Resmî Gazete (Sayı: 29677). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6698.pdf>
- Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (2013). ISSN: 1308–9196 Sayı: 12.
- Akıntürk, T. (2010). Borçlar Hukuku. İSTANBUL.
- Altun, M., Sayer, A., Barutçu, A. (2013). Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kararları Işığında Kamuda Görülen Etik Dışı Davranışlar Ve Yolsuzluklar. Sayıştay Dergisi Sayı: 91/Ekim-Aralık, sayfa 33-55.
- Aydın U., Sütken E. (2018). Hukukun Temel Kavramları. Eskişehir.
- Ballı, M. (2015). Türk Ticaret Kanunu'na Göre Haksız Rekabet Kavramı ve Unsurları . Gümrük ve Ticaret Dergisi , (5) , 62-72
- Çakır A. C., Özboyacı A., Demirkapı E. (2021). Marka, Ticaret Unvanı ve İşletme Adının Birbirleriyle Karıştırılma Tehlikesine Karşı Korunması. TFM, C: 7, S: 1, s. 37-67.
- ER, B.H. (2019). Türk Hukuku'nda Üreticinin Ve İthalatçının Satım Sözleşmesinde Ayıptan Sorumluluğu. Türkiye Adalet Akademisi Dergisi.
- Erciş, A. (2013). Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Pazarlama Yönetimi Kitabı Erzurum.
- Ergüne, M.S. Medeni Hukuk (Eşya-Miras) . İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Hukuk Büro Yönetimi Ve Sekreterliği Ön Lisans Program.
- Eriş, U. (2018). İnternet ve Mobil Pazarlama. Eskişehir: ANAÜ Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
- Eryürek G. (2021). Fiyat Üzerinden Haksız Rekabet. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Karadaş M. İ. (2020). Marka ve Ticaret Unvanı Arasında Karıştırılma Tehlikesi. Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Fikri Mülkiyet Hukuku Programı Yüksek Lisans Tezi.
- Kavak, B. (2013). Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Pazarlama Araştırması Kitabı. Erzurum.
- Kaya S. (2015). İşletmelerde Marka Kavramı Ve Erzurum İlindeki Kobi'ler Üzerinde Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Kibar A. F. (2020). Fikir ve Sanat Eserlerinde Lisans Sözleşmesi. NKÜ Hukuk Fakültesi Dergisi 93-131.
- MEB, (2006). Meslek Etiği. Mesleki Eğitimi Ve Öğretimi Güçlendirilmesi Projesi, Syf: 14-16 Ankara.
- MEB, (2020). Pazarlama ve Perakende Alanı Çerçeve Öğretim Programı, Ankara.
- Mucuk, İ. (2001). Pazarlama İlkeleri. İstanbul.
- Özdemir, E. (2009). Pazarlama Araştırmasında Etik Karar Alma. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 64 (2), 119-144.
- Tenekecioğlu, B. (2011). Pazarlama Yönetimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tonus, H. Z., Oruç, İ. (2012). İnsan Kaynakları Yönetiminde Etik Dışı Davranışlar ve Yönetimi. Bir İşletmenin Personel Yönetmeliği İçerik Analizi İş Ahlakı Dergisi. Kasım 2012 Cilt:5 sayı:10 sayfa:149-181.
- Torlak, Ö., Dalyan, F. (2018). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
- Yalmankülah Z. (2014). Ticaret Unvanı ve Korunması. Kırıkkale Üniversitesi Hukuk Fakültesi Özel Hukuk Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Yapraklı, T.Ş. (2018). Uluslararası Pazarlama. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
- Yazım Kılavuzu, (2012, 27. Baskı). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Genel Ağ Adresi	Erişim Tarihi
https://sozluk.gov.tr/	12.07.2021
https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5846&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=3	14.07.2021
https://www.mevzuat.gov.tr/Kişisel Verilerin Korunması Kanunu	15.07.2021
https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6102.pdf	05.08.2021
https://www.mevzuat.gov.tr/Türk Medeni Kanunu	07.08.2021
https://www.tobb.org.tr/Documents/ttk/ttk_tescil_ilan_maddeler.pdf	09.08.2021
https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6502.pdf	10.08.2021
https://dergipark.org.tr/Türk Hukuku'nda Üreticinin Ve İthalatçının Satım Sözleşmesinde Ayıptan Sorumluluğu	10.08.2021
https://www.resmigazete.gov.tr	13.08.2021
https://www.tbmm.gov.tr	13.08.2021
https://www.kizilay.org.tr/neler-yapiyoruz/mineralli-su-isletmeleri	14.08.2021
https://www.mevzuat.gov.tr/Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun	16.08.2021
https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/687F1EF0-AED5-45A4-9322-8C81DDD75863.pdf	04.09.2021
https://www.mevzuat.gov.tr/Türk Borçlar Kanunu	05.09.2021
https://ticaret.gov.tr/ic-ticaret/lisansli-depoculuk/kurulus-ve-faaliyet-izinleri/lisansli-depo-isletmeleri/faaliyet-izni-lisans-icin-istenilen-belgeler	13.09.2021
https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.5846.pdf	14.09.2021
https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/562271	19.09.2021
https://www.resmigazete.gov.tr/Türk Borçlar Kanunu	20.09.2021
https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Mevzuat/4054-sayili-kanun	05.10.2021
https://www.kvkk.gov.tr/	12.10.2021
https://www.rekabet.gov.tr/tr/Guncel/turk-telekomunikasyon-as-hakkinda-yurutu-7d8ad36de022ec118144005056b1ce21	14.10.2021
https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/285775	13.11.2021



<http://kitap.eba.gov.tr/karekod/Kaynak.php?KOD=2534>

1. Öğrenme Birimi

Bulmaca		Doğru-Yanlış		Boşluk Doldurma		Çoktan Seçmeli	
1	Satılan şey	1	Doğru	6	hak	11	D
2	Kabul	2	Yanlış	7	yaptırım	12	E
3	Satış sözleşmesi	3	Yanlış	8	görgü kuralları	13	C
4	Semen	4	Doğru	9	taksitle satış	14	A
5	Satıcı	5	Doğru	10	satış sözleşmesi	15	B
6	Sözleşme					16	C
7	Alıcı						
8	İcap						

2. Öğrenme Birimi

Bulmaca		Doğru-Yanlış		Boşluk Doldurma		Çoktan Seçmeli	
1	Zilyet	1	Doğru	6	2 yıl	11	A
2	Devir	2	Doğru	7	taşınmaz mal / gayrimenkul	12	D
3	Temerrüt	3	Yanlış	8	yazılı	13	C
4	Zapt	4	Yanlış	9	otuz altı ay	14	A
5	Satış bedeli	5	Doğru	10	on dört gün	15	B
6	Muaccel					16	C
7	Faiz						
8	Sorumluluk						



3. Öğrenme Birimi

Bulmaca		Doğru-Yanlış		Boşluk Doldurma		Çoktan Seçmeli	
1	İş birliği	1	Doğru	6	rekabet	11	C
2	Para cezası	2	Doğru	7	haksız rekabet	12	B
3	Hizmet	3	Yanlış	8	Rekabetin Korunması Hakkında Kanun	13	A
4	Teşebbüs	4	Doğru			14	E
5	Ürün	5	Yanlış	9	teşebbüs birliği	15	D
6	Rekabet			10	idari para cezası		
7	Kartel						
8	Haksız rekabet						
9	Rekabet Kurumu						

4. Öğrenme Birimi

Bulmaca		Doğru-Yanlış		Boşluk Doldurma		Çoktan Seçmeli			
1	İşletme adı	1	Doğru	6	ticaret unvanı	11	D	16	A
2	Lisans	2	Doğru	7	tacir	12	D	17	B
3	Tescil	3	Yanlış	8	garanti markası	13	A	18	A
4	Marka	4	Yanlış	9	lisans	14	A	19	D
5	Basit lisans	5	Doğru	10	eser	15	C	20	E
6	Tam lisans								
7	Tacir								
8	Sanat eseri								
9	Fikir								
10	Aracı marka								

5. Öğrenme Birimi

Bulmaca		Doğru-Yanlış		Boşluk Doldurma		Çoktan Seçmeli			
1	Geleneksel	1	Yanlış	6	geleneksel düzey	11	C	16	A
2	Etik kod	2	Doğru	7	etik kod	12	E	17	C
3	İçsel denetim	3	Doğru	8	ticaret	13	B	18	E
4	Sentez	4	Doğru	9	suç	14	B	19	D
5	Hoşgörü	5	Yanlış	10	dokuz	15	D	20	D
6	Etik								
7	Olasılık								
8	Ödül								
9	Karar								
10	Etik dışı								