

E-Tüketici ve Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması

Yrd. Doç. Dr. Betül Tiryaki

Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Medeni Hukuk Anabilim Dalı
btiryaki@baskent.edu.tr

Özet: E-tüketici, elektronik sözleşmeler ile mal ve hizmeti temin eden tüketicidir. E-Tüketicinin taraf olduğu elektronik sözleşmeler, tüketici sözleşmelerinin bir alt türüdür. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, bu tür sözleşmeler için “Mesafeli Sözleşmeler” ifadesi kullanmakta ve mesafeli sözleşmelerde tüketicinin korunmasına yönelik özel hükümlere yer vermektedir.

Abstract: E-consumer is defined as, a consumer who gets goods and services by means of e-contracts. The e-contracts are one of the varieties of consumer contracts. In Code of Consumer Protection, it is used expression of “distance contract” for these kinds of contracts. Also there are some special clauses for protection of consumers in “distance contracts” in Code of Consumer Protection.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, E-Tüketici, Tüketici Sözleşmesi, Mesafeli Sözleşme, Tüketicinin Korunması

1. Kavram Olarak E-Tüketici ve Mesafeli Sözleşme

E-Tüketici kavramının ve Mesafeli Sözleşmelerin açıklanmasından önce “tüketici” ve “tüketici sözleşmeleri” nin üzerinde durulması gerekmektedir. Tüketici kavramı ilk olarak ekonomistler tarafından kullanılmış, sonra da hukuk bilimi içinde yerini almıştır.¹ Ancak, hukuki açıdan tüketici kavramı farklıdır. Tüketici kavramının kendisine benzeyen müşteri, alıcı, satın alan vb., hukukun genel hükümleriyle korunan diğer kavramlardan farklı olarak bir kanun kapsamında tanımlanması zorunluluğu, mal ve hizmet talebinde bulunan tüketicilerin, örgütlenmiş, ekonomik ve teknik olarak kendilerinden güçlü satıcılar karşısında korunma ihtiyacından kaynaklanmaktadır.

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun’un 3. maddesi (e) bendi “tüketici”nin tanımını yapmaktadır. Bu hükme göre; tüketici, bir mal veya hizmeti ticari ve mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek veya tüzel kişidir. TKHK’un kapsamı da yani

1 BAYKAN, Renan: Türkiye’de Tüketicinin Korunması Tedbirleri - Öneriler ve Ekonomik Etkileri, İstanbul 1996, s. 131.

uygulama alanı da tüketicilerin taraf olduğu sözleşmelerdir. Diğer bir deyişle, kanunun kapsamı, tüketicilerin taraf olduğu “tüketici işlemleri” ile kısıtlı bulunmaktadır.² Kanun’un yaptığı tüketici tanımından yola çıkarak tüketici sözleşmesini de şu şekilde tanımlayabiliriz; tüketicinin özel amaçlarını gerçekleştirmek üzere giriştiği sözleşmelerdir. Bunlar, parayla ölçülebilir bir bedel karşılığı mal veya hizmet arzını amaçlayan, taraflarından birinin tüketici olduğu, tüketicinin sözkonusu bir malın mülkiyetini veya kullanım hakkını devraldığı ya da bir hizmetten yararlandığı sözleşmelerdir.³

2 TKHK 2. maddesinin eski metninde tüketicinin taraf olduğu her türlü hukuki işlemin kanunun kapsamına girdiğini belirtmişti. Yeni Kanun’da ise, “hukuki işlem” ifadesi yerine “tüketici işlemi” ifadesi kullanılmış ve bu işlem tanımlanmıştır. “İşlem” kavramı, tek taraflı hukuki işlemleri de kapsamına aldığından, bu kavram yerine sadece iki taraflılığı ifade eden “sözleşme” kavramının kullanılması daha uygun olmaktadır. Bkz. ZEVKLİLER, Aydın: Tüketicinin Korunması Hukuku, 3. Bası, Ankara 2004.s. 72.

3 ZEVKLİLER, s. 73-78; Tüketici Sözleşmesi tanımları için bkz. ÖZEL, Çağlar: Mukayeseli Hukuk Işığında Tüketiciyi Koruyan Geri Alma Hakkı, Ankara 1999, s. 28 vd.; GEZDER, Ümit: Tüketici Kredisi Sözleşmeleri, İstanbul 1997, s. 13 vd.; OZANOĞLU, Hasan Seçkin: Tüketici Sözleşmeleri Kavramı (Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un Maddî Anlamda Uygulanma Alanı), AÜHFD 2001, C. 50, Sa. 1, s. 65.

Tüketici hukuku kapsamında, sözleşmenin bir tarafını diğer tarafa göre daha ön planda tutan ve sözleşmenin zayıf tarafını koruyan özel nitelikli kurallar yer almaktadır. Bu kuralların maddi anlamda uygulama alanına hangi sözleşmelerin dahil olacağı, tüketici sözleşmelerinin ayırıcı özelliklerinin ortaya konması suretiyle tespit edilebilir. Tüketici sözleşmelerinin ayırıcı özellikleri şunlardır:⁴

- a. Bedel karşılığı mal ve hizmet arzını amaçlayan bir sözleşmenin varlığı gerekir.
- b. Her türlü hukuki işlem olabilir, sözleşmenin çeşidi ve niteliği önem taşımaz.
- c. Sözleşmenin taraflarından birinin tüketici, diğer tarafın ise mesleki faaliyeti gereği piyasaya mal veya hizmet arz eden kişi olması gerekir.
- d. Tüketicinin mal veya hizmeti ticari ve mesleki olmayan amaçlarla edinmesi, kullanması veya yararlanması gerekir.
- e. Sözleşme konusunun taşınır mal, konut ve tatil amaçlı taşınmaz mal veya elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzer gayri maddi mallar ya da hizmetler olması gerekir.

Tüketici sözleşmesinin konusu, onu diğer sözleşme tiplerinden ayırt eden özelliklerin başında gelir. Tüketici sözleşmelerinin konusunu, TKHK'da tanımlanmış olan mal ve hizmetler oluşturmaktadır.

Tüketicinin yaptığı sözleşmenin amacı, özel ihtiyaçların karşılanması olmalıdır. Bir malın aynen veya değiştirilerek yeniden satışı veya bir malın üretiminde hammadde ya da ara mal olarak kullanılması amacını taşıyan sözleşmelerde, ne taraflar tüketici olarak ne de sözleşme tüketici sözleşmesi olarak kabul edilecektir.

4 ZEVLİLER, s. 73-79; ASLAN, İ. Yılmaz: Tüketici Hukuku ve İlgili Mevzuat, 3. Bası, Bursa 2006. s. 9 vd.; OZANOĞLU, s. 66-76.

E-Tüketici ise, elektronik sözleşmeler ile mal ve hizmeti temin eden tüketicidir. E-tüketici, tüketici tanımının bir alt kavramı olarak düşünülebilir. Diğer bir deyişle, ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden, elektronik iletişim araçlarını kullanarak bir mal veya hizmet edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişidir.⁵

TKHK'un kapsam alanı bakımından tüketici sözleşmelerinin ayırt edici nitelikleri E-Tüketicinin taraf olduğu elektronik sözleşmeler bakımından da aranmaktadır. Bununla beraber, elektronik tüketici sözleşmelerinin diğer tüketici sözleşmelerine nazaran bazı özellikler taşıması gerekmektedir. Kanun, bu tür sözleşmeler için "Mesafeli Sözleşmeler" ifadesi kullanmaktadır.

2. Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması İhtiyacı

Ülkemizde çağdaş anlamda tüketicinin korunması son yirmi yılda önem kazanarak 1995'te doğrudan kanuni düzenlemeye kavuşturulan bir konudur. 8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe giren 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun,⁶ tüketiciyi korumaya yönelik dağıtım mevzuatı biraraya toplama ve Avrupa Birliği mevzuatı ile uyum açısından atılmış önemli adımlardan biridir. Bununla birlikte, sosyal ve ekonomik alanda yaşanan gelişmelere paralel olarak tüketicinin korunması konusundaki ihtiyaçlar artış göstermektedir. Teknolojik gelişmeler sonucu mal ve hizmetlerin çeşit ve kalitesinde oluşan farklılıklar, mal ve hizmetlerle ilgili verilen teknik bilgilerin yetersizliği, kalitenin düşük olması, satış sonrası servis hizmetlerinin eksikliği, yanıltıcı reklamlar, insan sağlığına ve güvenliğine aykırı mal ve hizmetlerin üretilmesi ve ayıplı mallar ve hizmetler gibi pek çok sorun hem tüketicileri hem de ülkelerin ekonomilerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bütün bu gelişmelere teknolojik ilerlemelerin sonucu

5 Diğer tanımlar için bkz. ERALP, Özgür: E-Tüketici, s. 5 (<http://bilisimsurasi.org.tr/dosyalar/46.doc-8.12.2008>)

6 RG 23/2/1995- 22221 Sayılı.

olarak, bilinen satış tekniklerinden farklı (özellikle elektronik ticaret yoluyla)⁷ usullerin uygulanmaya başlamasını da eklersek, tüketicinin korunma ihtiyacı eskiden olduğundan da fazla artmış görünmektedir.

İşte yaşanan bu gelişmeler Avrupa Birliği mevzuatında e-ticarette de tüketicinin korunması yönünde düzenlemelere vücut vermiş, 20 Mayıs 1997 tarihli 97/7 sayılı “Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması Direktifi”⁸ bu alanda atılan önemli bir adım olmuştur. Direktife göre, satıcı, sözleşme kurulmadan önce belli konularda tüketiciye ayrıntılı bilgi vermeli ve bunu yazılı olarak göndermelidir. Malların veya hizmetlerin niteliğine, ödeme miktar ve koşullarına, icap ve fiyatın geçerli olacağı süreye, teslimin yapılış şekline, ödenecekse posta teslim bedeline ve tüketicinin sözleşmeyi feshetme koşullarına ilişkin bilgiler örnek olarak verilebilir. Bu bildirimde, satıcı ve sağlayıcının açık kimliğinin ve adresinin bulunması gerekmektedir. Tüketici, 7 gün içinde cezai şart veya başka her hangi bir ad altında ödeme yapmak zorunda kalmaksızın geri alma, diğer bir deyişle sözleşmeyi yapmama konusunda hakkı kullanılabilir. Birinci halde sözü edilen bilgiler tüketiciye yazılı olarak verilmezse geri alma süresi 3 aydır. Sözleşme kurulduktan sonra en geç 30 gün içinde mal teslim edilmeli, hizmet sunumu gerçekleşmelidir.⁹

7 Günümüzde, sözleşme taraflarının yüzyüze gelmeden, uzaktan iletişim araçlarını kullanarak bağlantıya geçip, sözleşme kurlmaları, oldukça yaygın bir uygulamaya sahiptir. İnternet üzerinden gerçekleştirilen elektronik ticaretin gelişimine paralel olarak son zamanlarda ticari işletmeler arası (B2B-Business to Business) işlemlerin yanı sıra, işletmeler ile tüketiciler (B2C-Business to Consumer) arası sözleşmelerin de önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Bunun sonucu olarak, bu tür hukuki işlemleri ele alan ve çözümler bulmayı hedefleyen “Bilişim Hukuku” adı verilen yeni bir hukuk dalı ortaya çıkmıştır.

8 European Parliament and Council Directive of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts, “Mesafeli Sözleşmelere İlişkin Olarak Tüketicinin Korunması Hakkında 97/7 AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi”, (97/7/EC). OJ No L 144, 4.6.1997, s. 0019-0027.

9 Bu konuda bkz. REICH, Norbert/ MICKLITZ, W. Hans: Europäisches Verbraucherrecht, 4. Auflage, Ba-

Ülkemizde de sözü edilen gelişmeler karşısında yetersiz kalan 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun 4822 sayılı Kanunla¹⁰ değiştirilerek, bu alanda Avrupa Birliği mevzuatı ile uyum amacıyla olumlu adım atılmış¹¹, Kanun’un 9/A maddesinde konu “Mesafeli Sözleşmeler” başlığı altında düzenlemeye kavuşturulmuş ve AB ilgili direktifi örnek alınarak “Mesafeli Sözleşmeler Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik”¹² hazırlanmıştır. Sözü edilen Yönetmelik 2007 yılında “Mesafeli Sözleşmeler Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik”¹³ ile daha güncel bir hale getirilmiştir.

Kanun değişikliği öncesinde “kapıdan satış” olarak nitelendirilmesi gerekip gerekmediği yönünde tartışmalara konu olan elektronik ortamda yapılan bu tür satışlar böylece ayrı bir düzenlemeye kavuşmuştur. Oysa, mesafeli sözleşmeler, kapıdan satışlardan oldukça farklıdır. Kapıdan satışlarda, tüketici aniden satıcı veya temsilcisini görür ve istemeden bireysel sözleşme görüşmesine geçer. Mesafeli sözleş-den-Baden 2003, s. 576 vd.

10 RG 6/3/2003- 25048 Sayılı. Bundan böyle, çalışmamızda “TKHK” olarak ifade edilecektir.

11 Nitekim, yeni Kanun’un genel gerekçesinde 4077 sayılı Kanun’un sosyal ve ekonomik yaşamdaki gelişmeler karşısında tüketiciyi daha etkin bir şekilde koruması ve Avrupa Birliği’nin tüketicinin korunmasıyla ilgili on üç Direktifi ile uyum sağlamak amacıyla sekiz temel tüketici hakkının (güvenlik ve güven duyma hakkı, bilgilendirme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme hakkı, temel ihtiyaçların karşılanması hakkı, tazmin edilme hakkı, eğitim hakkı ve sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkına sahip olma) dik kate alınarak yeni Kanun’un hazırlandığı belirtilmektedir (<http://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem21/yil01/ss842m.htm>- 11.8.04) Şu sıralar sözünü ettiğimiz değişiklikler de yetersiz kalmış; T. C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı” hazırlanmaktadır. Bu hazırlığın temel gerekçesini, Avrupa Birliği’nin son dönemde çıkardığı ve henüz mevzuatımıza aktarılmamış olan 2002/65 AT sayılı Finansal Hizmetlerin Mesafeli Satışı ve 2005/29 AT sayılı Haksız Ticari Uygulamalar Direktiflerinin iç hukukumuza aktarılması teşkil etmektedir.

12 RG 13/6/2003- 25137 Sayılı; Metin içerisinde bundan sonra “Yönetmelik” şeklinde anılacaktır.

13 RG 9/10/2007-26668 Sayılı.

melerde ise, tüketici isterse iletişim araçları ile gönderilen reklama aldrış etmeyebilir, internete girmeyebilir. Bununla beraber mesafeli satışlarda tüketicinin aldatılma riski daha fazladır. Çünkü tüketici genelde bedeli peşin öder ve ürünü sonradan alır. Üründe bir ayıp ortaya çıkması halinde, bedelin iadesi ve malın satıcıya gönderilmesi güç olmakta, hatta bazen satıcı adresinde bulunamamakta, firmanın mevcut olmadığı anlaşılmaktadır. TKHK’da bu konuda özel hüküm yok iken kıyasen geri alma hakkının kullanılması kabul ediliyordu.¹⁴

3. Mesafeli Sözleşme Türleri

Mesafeli sözleşmeleri, diğer tüketici sözleşmelerinden ayırt eden en temel özelliği, sözleşmenin iletişim araçlarının kullanılması yoluyla, tüketici ile satıcı veya sağlayıcının karşı karşıya gelmeden sözleşmenin kurulmasıdır. Kullanılan iletişim araçlarına göre mesafeli sözleşmeler sınıflandırılabilir;¹⁵

a.Yazılı/görsel iletişim araçları kullanılarak yapılan mesafeli sözleşmeler.

Teleks, telefaks, el ilanı, broşür, katalog gibi yazılı iletişim araçlarının tüketiciye gönderilmesi, tüketicinin sipariş ettiği malların kargo, posta yolu ile ona ulaştırılması şeklinde yapılan sözleşmeler, mesafeli sözleşmelerdendir.¹⁶ Yine, TV, teleteks yayınları, video kaydı gibi görsel iletişim araçları yolu ile tüketici ile karşı karşıya gelmeden kurulan sözleşmeler de mesafeli sözleşmelerin bir türüdür.¹⁷

b.Telefon kullanılarak yapılan mesafeli sözleşmeler.

Özellikle 900’lü hatlar ile TV’de veya gazetede yayınlanan diğer özel numaraların aranmasıyla

mal veya hizmet siparişi alınmakta ise yine bir mesafeli sözleşmeden bahsedilebilir.¹⁸

c.Elektronik ortamdan yararlanarak (internet üzerinden kurulan) mesafeli sözleşmeler.

Bilgisayar veya internet kullanılarak yapılan mesafeli sözleşmelerde, maddi mal, gayri maddi mallar ve hizmetler temin edilebilir. Gün geçtikçe yaygınlaşan bu sözleşmelerde, mağazalarda gördüğümüz hemen hemen her maddi malın satın alınması mümkündür. Bu halde, sözleşme internet üzerinden kurulmuş olsa da, satıcının borcunu ifası posta veya kurye gibi alışılmış yöntemlerle yapılmakta, tüketici ise, kredi kartı veya havale gibi elektronik araçlar kullanarak borcunun ifasını gerçekleştirmektedir.¹⁹ Gayri maddi mallar, diğer bir deyişle, digital mallar (yazılım, müzik, film, kitap) da (download) indirme yolu ile temin edilebilmekte, sözü edilen mallara ilişkin sözleşmelerin²⁰ hem kurulması hem de ifası internet üzerinden gerçekleştirilmektedir.²¹ Bu tür mallar, TKHK kapsamındadır. (TKHK m. 3 c)

4. Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması

Mesafeli sözleşmelere özgü gerek TKHK’un gerekse Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğinde tüketiciyi koruyucu olarak getirilen hükümlerin başlıcaları şunlardır:

-Tüketicinin sözleşme öncesinde bilgilendirilmesi ve sözleşmenin bir örneğinin tüketiciye iletilmesi; Sözleşmenin kurulması öncesinde satıcı/sağlayıcı, Yönetmeliğin 5. maddesinde sayılan satıcı/sağlayıcının ismi, adresi, sözleş-

14 ZEVKLİLER, s. 261; DEMİR, Mehmet: Kapıdan İşlemlerde Tüketiciyi Koruyan Geri Alma Hakkı, Ankara 2003, Kapıdan İşlemler, s. 163.

15 ZEVKLİLER, s. 265.

16 DEMİR, Kapıdan İşlemler, s. 96-97.

17 DEMİR, Kapıdan İşlemler, s. 98-99.

18 ALTINIŞIK, Ulvi: Elektronik Sözleşmeler, Ankara 2003, s. 27; DEMİR, Kapıdan İşlemler, s. 98-99.

19 KIRCA, Çiğdem: İnternette Sözleşmenin Kurulması, BATİDER, C. XX, S. 4, s. 101; ALTINIŞIK, s. 33.

20 Bu sözleşmelere “internet veri bankası sözleşmesi” adı da verilmektedir (KIRCA, s. 100).

21 ALTINIŞIK, s. 29-30; SÖZER, Bülent: Elektronik Sözleşmeler, İstanbul 2002, s. 26.

me konusu mal ve hizmetin nitelikleri, fiyatı gibi bilgilerin yer aldığı bilgilendirme formunu tüketiciye vermek suretiyle, açık anlaşılır ve kullanılan iletişim vasıtasına uygun şekilde tüketiciyi bilgilendirir. Tüketici bu bilgileri edinmediğini yazılı olarak teyit etmedikçe sözleşme kurulmuş olmaz. Bununla beraber, elektronik ortamda yapılan sözleşmelerde teyit işlemi yine elektronik ortamda yapılır. Bilgilendirme formunun sözleşme konusu mal tüketiciye ulaşmadan, hizmetler için de en geç sözleşmenin ifasından önce tüketiciye yazılı olarak, elektronik ortamda yapılan sözleşmelerde ise, tüketici tarafından kullanılabilir ve sürekli olarak erişilebilir başka bir sürekli veri taşıyıcısı ile ulaştırılması gerekir. Yine, mesafeli sözleşmenin bir nüshasının tüketici tarafından kullanılabilir ve sürekli olarak erişilebilir başka bir sürekli veri taşıyıcısı ile tüketiciye teslimi zorunludur. Bu usullere aykırı davrananlar için çeşitli idari para cezaları öngörülmüştür. (Yönetmelik m. 5, 6, 7)

-Sözleşmenin ifası için süre kararlaştırılmış olması; Sözleşmenin ifası, tüketicinin siparişinin satıcı/sağlayıcıya ulaştığı andan itibaren 30 gündür.

-Tüketiciye cayma hakkının tanınmış olması; kapıdan satışlarda olduğu gibi mesafeli sözleşmelerde de tüketici, malın teslim tarihinden itibaren, hizmet sözkonusu ise, sözleşmenin imzalandığı tarihten itibaren 7 gün içinde hiçbir gerekçe göstermeden sözleşmeden cayabilir. Satıcı/sağlayıcı, cayma bildirimini kendisine ulaştığı tarihten itibaren 10 gün içinde sözleşme bedelini, tüketiciyi borç altına sokan her türlü belgeyi iade etmeli, 20 gün içinde de malı geri almalıdır. Cayma hakkının kullanılmasına ilişkin masraflara satıcı veya sağlayıcı katlanır. (TKHK m.9/A, Yönetmelik m.8)

- Kredi kartı ile yapılan ödemede tüketicinin korunması; Mesafeli sözleşmelerde ödeme, kredi kartı ve benzeri ödeme kartları ile yapılmışsa, tüketici, rızası dışında ve hukuka aykırı

şekilde kartının kullanılması halinde ödeme işleminin iptalini talep edebilir. Kartı çıkaran kuruluş iptalin talebinden itibaren 10 gün içinde ödeme tutarını tüketiciye iade eder. (Yönetmelik m. 10)

Mesafeli sözleşmelerle ilgili olarak getirilen tüm bu koruyucu hükümlere rağmen, Yönetmeliğin kapsamın dışında bırakılan haller oldukça fazladır. Yönetmeliğin 11. maddesine göre, banka ve sigorta ile ilgili, otomatik satış makineleri aracılığıyla kurulan, halka açık jetonlu telefon vasıtasıyla kurulan, açık arttırma yolu ile kurulan, gıda, içecek ve günlük tüketim için tüketicinin evine veya işyerine düzenli olarak sağlanan malların tedariki ile ilgili, sağlayıcının üstlendiği, barınma, yemek tedariki, sportif ve kültürel faaliyetler ve eğlence hizmetlerini özel bir günde veya sürede tedarik etmesine ilişkin hükümler içeren sözleşmelere yönetmelik hükümleri uygulanamaz.

Sonuç

Tüketici sözleşmelerinin bir alt türü sayılan, E-tüketicinin taraf olduğu elektronik sözleşmeler, 4822 sayılı Kanunla değişik 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da "Mesafeli Sözleşmeler" başlığı altında düzenlenmiş ve bu tür sözleşmelerde tüketiciyi koruyucu ek düzenlemeler getirilmiştir. Kanun'un 9/A maddesi ve "Mesafeli Sözleşmeler Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" hükümleri gereğince, tüketiciyi koruyucu düzenlemelerin başında, tüketicinin sözleşme öncesinde bilgilendirilmesi ve sözleşmenin bir örneğinin tüketiciye iletilmesi zorunluluğunun öngörülmüş ve tüketiciye cayma hakkının tanınmış olması gelir.

Kaynaklar

[1] ALTINIŞIK, Ulvi: Elektronik Sözleşmeler, Ankara 2003.

[2] ASLAN, İ. Yılmaz: Tüketici Hukuku ve İlgili Mevzuat, 3. Bası, Bursa 2006.

[3] BAYKAN, Renan: Türkiye’de Tüketicinin Korunması Tedbirleri - Öneriler ve Ekonomik Etkileri, İstanbul 1996.

[4] DEMİR, Mehmet: Kapıdan İşlemlerde Tüketiciyi Koruyan Geri Alma Hakkı, Ankara 2003.

[5] ERALP, Özgür: E-Tüketici, s. 5 (<http://bilisimsurasi.org.tr/dosyalar/46.doc-8.12.2008>).

[6] GEZDER, Ümit: Tüketici Kredisi Sözleşmeleri, İstanbul 1997.

[7] KIRCA, Çiğdem: İnternette Sözleşmenin Kurulması, BATİDER, C. XX, S. 4.

[8] OZANOĞLU, Hasan Seçkin: Tüketici Sözleşmeleri Kavramı (Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un Maddi Anlamda Uygulanma Alanı), AÜHFD 2001, C. 50, Sa. 1.

[9] ÖZEL, Çağlar: Mukayeseli Hukuk Işığında Tüketiciyi Koruyan Geri Alma Hakkı, Ankara 1999

[10] REICH, Norbert/ MICKLITZ, W. Hans: Europäisches Verbraucherrecht, 4. Auflage, Baden-Baden 2003.

[11] SÖZER, Bülent: Elektronik Sözleşmeler, İstanbul 2002.

[12] ZEVKLİLER, Aydın: Tüketicinin Korunması Hukuku, 3. Bası, Ankara 2004.