

» **MUTLULUĞUN
ŞİFRESİ**
ALİŞVERİŞ Mİ?

» **TERCİH DEĞİL**
ZORUNLULUK

» **SOKAK: OUT**
AVM: INN

KKTC Ekonomi ve Enerji Bakanı Olgun Amcaoğlu:

KIBRIS'IN ENERJİ

KORİDORU

TÜRKİYE'DEN GEÇER



The recent understanding reached between the United States and Iran offers a valuable opportunity to move beyond confrontation and toward constructive engagement. After months of uncertainty and conflict, renewed diplomacy provides hope for reducing tensions and preventing further human suffering.

We encourage all parties to remain committed to dialogue, restraint, and peaceful dispute resolution. Sustainable security cannot be achieved through force alone; it requires trust, cooperation, and a shared commitment to regional stability.

May this development mark the beginning of a more peaceful chapter for the Middle East and the wider international community.



MUHAMMAD ATTA UR REHMAN
Chairman IIPL



PROF. DR. UGUR OZGOKER
IIPL Country Director Turkey

INSTITUTE OF INTERNATIONAL PEACE LEADERS



EDİTÖR'DEN

TÜKETİCİNİN GÜCÜ

Tüketici hakları mücadelesinin ve bilinçli tüketim kültürünün sesi olmayı hedefleyen dergimizle sizleri karşınızda olmaktan mutluyum.

Gelişen teknoloji, dijitalleşen pazarlar ve hızla değişen ticaret dinamikleri... Bu hızlı döngü içinde gözden kaçırılmaması gereken en temel unsur, sahip olduğumuz yasal haklar ve bu hakları koruma kararlılığımız olduğunu unutmamalıyız.

Günümüzde alışveriş yapmak yalnızca bir mal veya hizmeti satın almak anlamı taşımıyor. Alınan her ürün, arkasında hukuki bir sorumluluk ve güven ilişkisi barındırmak zorunda. Tüm bunlara rağmen maalesef zaman zaman "gizli ayıplı" ürünlerle karşılaşabiliyor, mesafeli sözleşmelerde mağduriyetler yaşayabiliyor ya da haksız şartlarla mücadele etmek zorunda kalabiliyoruz. İşte tam bu noktada, Tüketici Hakem Heyetleri ve ilgili sivil toplum kuruluşları, adalet mekanizmasının en hızlı ve erişilebilir kaleleri olarak mağdurun hakkını savunmak için devreye giriyor. Yozgat'tan İstanbul'a, ülkenin dört bir yanında hakkını arayan ve pes etmeyen tüketicilerin kazandığı her hukuki zafer, piyasadaki standartların yükselmesini ve satıcıların daha sorumlu davranmasını sağlıyor.

Dergi olarak amacımız, sadece mağduriyet oluşuktan sonra devreye giren bir rehber olmak değil, aynı zamanda bu mağduriyetleri doğmadan önleyecek bir bilinç düzeyi inşa etmek. Bir malı satın alırken sözleşme detaylarına dikkat etmek, garanti koşullarını sorgulamak ve haklarımızı bilerek hareket etmek,

tüketici olarak en büyük gücümüz. Hak arama bilinci geliştikçe, ticaretin de daha adil, şeffaf ve ahlaki zeminlerde yürütülmesi kaçınılmaz olacak, çürük elmalar kendiliğinden piyasadan çekilmek zorunda kalacaktır.

Bu sayımızda, güncel tüketici uyuşmazlıklarından emsal niteliğindeki Hakem Heyeti kararlarına, dijital dünyada dolandırıcılıktan korunma yöntemlerinden alışveriş tercihlerimizi belirleyen yeni yasal düzenlemelere kadar geniş bir yelpazeyi masaya yatırdık. Yine birlikte geçmişe yolculuk yapalım istedik, değişen dünya dengelerini, bunların Türkiye üzerindeki etkilerini de anlatmaya çalıştık. Amacımız, sayfalarımızı çeviren her okurun, hakları konusunda bir adım daha donanımlı ve güçlü hissetmesini sağlamak. Her okurumuzun ilgisini çekeceği bir konuyu gündeme taşımaya, sayfalarımızda yer vermeye gayret ettik.

Unutmayalım ki, bilinçli bir tüketici toplumu, adil bir ticaret hayatının en güçlü teminatıdır. Haklarınızı bildiğiniz, koruduğunuz ve her adımda adaletle hareket ettiğiniz sağlıklı günleriniz olsun.

Prof. Dr. Uğur Özgöker

DMW - Uluslararası Diplomatlar Birliği Başkan Yardımcısı
Türk-Kuzey Kıbrıs Türk Ticaret Odası Başkanı
TÜRKER - Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Derneği Başkanı
REVAK - Rekabet Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı
İSTCEE- İstanbul Çevre Konseyi Federasyonu 1. Başkanı
AREL ÜNİVERSİTESİ Uluslararası İlişkiler Bölüm Başkanı

İÇİNDEKİLER

06 **TERCİH DEĞİL ZORUNLULUK**
Deprem gerçeği ile yaşayan Türkiye’de kentsel dönüşüm artık bir tercih değil zorunluluk haline geldi.

10 **MUTLULUĞUN ŞİFRESİ ALIŞVERİŞ Mİ?**
Gerçek mutluluk sahip olduklarımızda mı, yoksa sahip olduklarımızla kurduğumuz ilişkide mi saklı?

14 **FENOMEN REKLAMLARI**
Gizli reklam, sahte kampanya ve filtrelenmiş gerçekler: Influencer ekonomisinin görünmeyen yüzü.

16 **AKDENİZDE MACERAYA GEREK YOK**
KKTC Enerji Bakanı: Rumların Avrupa enerji projeleri ekonomik değil siyasi Kıbrıs’ın enerji koridoru Türkiye’dir.

20 **SEVİNCİNİZ YARIM KALMASIN**
Yılların birikimiyle aldığınız aracınızda eksper hatası sonucu sorun yaşıyorsanız ümitsizliğe kapılmayın.

24 **KRİZLERİ ÇÖZMENİN YOLU**
Prof. Dr. Uğur Özgöker: Yeni dünya düzenini anlamadan dünyadaki savaş, gerilim ve krizleri çözemeyiz.

30 **SATIN ALMA GÜCÜ VE MAAŞ**
Ekonomik refahın ölçülmesinde nominal maaşların büyüklüğü değil, o maaşın alım gücü öne çıkıyor.



16



20



42

32 **HAYATA DEĞER KATTILAR**
İş, sanat, siyaset ve spor dünyasında başarılarıyla öne çıkan isimler ‘Hayata Değer Katanlar’ ödülüne layık görüldü.

38 **SOKAK LEZZETLERİ**
Kokoreç, midye, ekmek arası köfte... Sokak lezzetleri, değişmeyen alışkanlık olmaya devam ediyor.

40 **MAĞDURİYETİNİZ KADERİNİZ DEĞİL**
Tatilde yaşadığı sorunu yargıya taşıyan Alman Turist, tur operatöründen tazminat kazandı.

42 **SOKAK: OUT, AVM: INN**
Günümüz şehir hayatında AVM’ler alışveriş yapılan yer değil aynı zamanda buluşma noktası.

46 **SİTE Mİ VERGİ DAİRESİ Mİ?**
Sitelere yüksek aidat rakamları kira fiyatları ile yarışır hale geldi.

48 **HER ÜLKEDE FARKLI**
Dijitalleşme ve veri ekonomisi çağında Türkiye ve AB’de tüketici haklarının yeni sınırları.



24



30

AYIN HABERİ

SÜRESİZ NAFAKADA TARİHİ KIRILMA

Anayasa Mahkemesi’nin “süresiz nafaka” düzenlemesini iptal etmesi, aile hukuku alanında son yılların en önemli kararlarından biri olarak değerlendiriliyor. Dokuz ay sonra yürürlüğe girecek karar, yıllardır devam eden nafaka tartışmalarını yeniden Türkiye’nin gündemine taşıdı.

Boşanma sonrası ekonomik olarak yoksulluğa düşecek eşe bağlanan yoksulluk nafakası, Türk Medeni Kanunu’nun 175’inci maddesi kapsamında uzun yıllardır uygulanıyor. Ancak kanunda yer alan “süresiz olarak” ifadesi, özellikle son yıllarda kamuoyunda yoğun tartışmalara neden oluyordu. Bir kesim, uygulamanın ekonomik olarak zayıf durumda kalan tarafı koruyan önemli bir sosyal güvence olduğunu savunurken, diğer kesim ise kısa süreli evliliklerde dahi yıllarca nafaka ödenmesinin hakkaniyete aykırı olduğunu öne sürüyordu.

OY ÇOKLUĞUYLA İPTAL EDİLDİ
Tartışmaların merkezindeki düzenleme, Antalya 12. Aile Mahkemesi’nin başvurusu üzerine Anayasa Mahkemesi’nin gündemine taşındı. Yüksek Mahkeme, yaptığı değerlendirme sonucunda yoksulluk nafakasının süresiz uygulanmasına imkan tanıyan hükmü oy çokluğuyla iptal etti. Kararın gerekçesi henüz açıklanmazken, iptal hükmünün dokuz ay sonra yürürlüğe girmesi kararlaştırıldı.

NAFAKA VAR AMA SÜRESİZ DEĞİL

Kararla birlikte yoksulluk nafakası tamamen ortadan kalkmıyor. Boşanma nedeniyle ekonomik sıkıntıya düşen tarafın nafaka talep etme hakkı devam edecek. Ancak mevcut sistemde yer alan

ve nafakanın herhangi bir süre sınırı olmadan devam etmesine imkan sağlayan düzenleme yürürlükten kalkacak. Böylece gözler, yeni dönemde hazırlanacak yasal düzenlemeye çevrildi.

TARTIŞMA KONUSUYDU

Türkiye’de nafaka konusu yalnızca hukuki değil, aynı zamanda sosyal ve ekonomik boyutlarıyla da uzun yıllardır tartışılıyor. Kadın hakları savunucuları, özellikle çalışma hayatına katılım oranlarının düşük olduğu ve ekonomik eşitsizliklerin sürdüğü bir ortamda nafakanın önemli bir güvence mekanizması olduğunu savunuyor. Buna karşılık nafaka mağduru olduğunu belirten bazı erkekler ise birkaç yıl süren evliliklerin ardından uzun yıllar nafaka ödemek zorunda kaldıklarını belirterek mevcut sistemin değiştirilmesini talep ediyor.

SÖZ MECLİSTE

Son dönemde Yargıtay’ın verdiği bazı kararlar da tartışmaları yeniden alevlendirmişti. Özellikle düzenli gelir sahibi olan kişinin yoksulluk nafakası talep edemeyeceğine yönelik değerlendirmeler, uygulamanın sınırları konusunda yeni bir tartışma başlatmıştı. Anayasa Mahkemesi’nin son kararı ise bu tartışmaları yeni bir aşamaya taşıdı. Uzmanlar, önümüzdeki dokuz aylık süreçte Meclis’in yeni bir düzenleme hazırlamasının beklendiğini belirtiyor. Yeni modelde evliliğin süresi, tarafların yaşı, gelir durumu, çalışma imkanları ve çocukların varlığı gibi kriterlerin dikkate alınabileceği değerlendiriliyor. Böylece hem ekonomik olarak korunmaya ihtiyaç duyan tarafın mağdur edilmemesi hem de nafaka yükümlüsünün süresiz bir sorumluluk altında bırakılmaması hedefleniyor.

TÜKETİCİ

Tüketim Bilinci Dergisi

Kurucusu: **FAHRİ USTAOĞLU**
Kuruluş Yılı: **1988**

İmtiyaz Sahibi ve Genel Yayın Yönetmeni:
PROF. DR. UĞUR ÖZGÖKER

Yayın Koordinatörü:
FEHİM USTAOĞLU

Yayın Danışmanları:
SEVDA ÖZGÖKER
LEYLA PEKER

Yazı İşleri Müdürü:
JÜLİDE ÇİLİNGİR

Hukuk Danışmanı:
ARABULUCU DR. ÖĞR. ÜYESİ
AYŞEGÜL GÜLHAN

İçerik ve Tasarım:
DURİN AJANS

Yayın Kurulu:
PROF. DR. YILMAZ ASLAN
DOÇ. DR. ESRA AYDIN GÖKTEPE
DR. KUTLU KÖYÇÜ
CELAL TOPRAK
TANER ALTUN

Yönetim Adresi
Gürpınar Galip Esmer Caddesi No 42
Beylikdüzü/İstanbul

WhatsApp
+90 553 257 40 40

E-posta
bilgi@tuketicidergisi.com.tr

Web
www.tuketicidergisi.com.tr

DEPREMİN VE BETONUN ARASINDAKİ HUKUK

Türkiye'nin değişmeyen gerçeği deprem, artık yalnızca bir afet riski değil; ekonomik, sosyal ve hukuki sonuçlarıyla toplumun tamamını etkileyen büyük bir yaşam meselesi haline geldi. Binaların güvenliğinin sorgulandığı bugün kentsel dönüşüm bir tercih değil zorunluluk.

Türkiye genelinde on binlerce bina dönüşüm sürecine girerken, milyonlarca vatandaş da hayatının en kritik imzalarından birini atıyor. Çünkü kentsel dönüşüm masasında atılan her imza, yalnızca eski bir evin yıkılması anlamına gelmiyor; aynı zamanda ailelerin birikimlerini, gelecek planlarını ve yaşam güvencelerini doğrudan etkiliyor. Ne var ki uygulamada birçok vatandaş, teknik ve hukuki detayları yeterince bilmeden sürece dahil oluyor. Müteahhitlerin tek taraflı hazırladığı sözleşmeler, belirsiz teknik şartnameler, geciken teslimler ve yarım kalan projeler ise dönüşümün en sancılı tarafını oluşturuyor.

Özellikle büyükşehirlerde artan dönüşüm projeleriyle birlikte mağduriyet dosyaları da hızla çoğalıyor. Bazı projelerde inşaat firmalarının ekonomik kriz nedeniyle işi yarıda bırakması, bazılarında ise vaat edilen teknik özelliklerin uygulanmaması nedeniyle vatandaşlar yıllarca süren hukuk mücadelelerinin içine sürükleniyor.

TİCARİ DEĞİL TÜKETİCİ

Uzun yıllar boyunca kentsel dönüşüm yalnızca “arsa sahipleri ile müteahhit arasındaki ticari ortaklık” olarak değerlendirildi. Oysa bugün yargı kararları ve tüketici mevzuatı, dönüşüm sürecindeki kat maliklerini doğrudan “tüketici” statüsünde kabul ediyor. Bu durum, vatandaşlara sıradan bir mülk sahibinden çok daha güçlü hukuki haklar sağlıyor. Çünkü bir konutun yeniden inşa edilmesi sürecinde vatandaş, yalnızca arsasını veren taraf değil; aynı zamanda hizmet satın alan ve korunması gereken nihai tüketici konumunda bulunuyor. Özellikle büyükşehirlerde artan dönüşüm projeleriyle birlikte mağduriyet dosyaları da hızla çoğalıyor. Bazı projelerde inşaat firmalarının ekonomik kriz nedeniyle işi yarıda bırakması, bazılarında ise vaat edilen teknik özelliklerin uygulanmaması nedeniyle vatandaşlar yıllarca süren hukuk mücadelelerinin içine sürükleniyor. Deprem korkusuyla evini yenilemek isteyen insanlar, bu kez ekonomik güvensizlik ve hukuki belirsizlik korkusuyla karşı karşıya kalıyor.

İLK AŞAMA: SÖZLEŞME

Kentsel dönüşüm sürecindeki en büyük hata, vatandaşların sözleşme aşamasını yeterince önemsememesi. Oysa dönüşümün kaderini belirleyen temel unsur, noter huzurunda imzalanan “Arsa Payı Karşılığı İnşaat ve Taşınmaz Satış Vaadi Sözleşmesi.” Pek çok müteahhit firma standart, matbu sözleşmelerle süreci hızlandırmaya çalışsa da hukuki açıdan en büyük risk burada başlıyor. Çünkü eksik hazırlanmış veya belirsiz ifadeler içeren sözleşmeler, ileride telafisi zor mağduriyetlere yol açabiliyor.

METREKARE GÜVENCESİ

Yeni yapılacak dairenin yalnızca “brüt” değil, kullanılabilir “net” alanının da açıkça belirtilmesi gerekiyor. Çünkü uygulamada birçok vatandaş, eski dairesine göre daha küçük kullanım alanına sahip bir konutla karşılaşabiliyor. Tüketici mevzuatına göre vaat edilen net metrekareden ciddi ölçüde sapılması “ayıplı hizmet” kapsamında değerlendiriliyor ve tazminat hakkı doğuruyor.

TEKNİK ŞARTNAME

Sözleşmelerde yer alan “birinci sınıf malzeme kullanılacaktır” gibi genel ifadeler çoğu zaman yeterli kabul edilmiyor. Beton kalitesinden yalıtıma, kullanılacak asansörden pencere sistemine kadar tüm teknik detayların marka ve model belirtilerek yazılması gerekiyor. Çünkü dönüşüm projelerinde en sık yaşanan uyumsuzlıklardan biri de teslim edilen yapının vaat edilen kaliteyi taşımaması oluyor.

Pek çok müteahhit firma standart, matbu sözleşmelerle süreci hızlandırmaya çalışsa da hukuki açıdan en büyük risk burada başlıyor. Çünkü eksik hazırlanmış veya belirsiz ifadeler içeren sözleşmeler, ileride telafisi zor mağduriyetlere yol açabiliyor.



Kentsel dönüşüm korkularının merkezinde çoğu zaman aynı soru yer alıyor: “Ya müteahhit işi yarıda bırakırsa?” Ekonomik krizler ve finansman sorunları nedeniyle yarım kalan projeler, son yıllarda en büyük mağduriyet alanlarından biri haline geldi.

GECİKME TAZMİNATI

Kentsel dönüşüm projelerinde en büyük mağduriyetlerden biri de teslim sürelerinin uzaması. Bu nedenle sözleşmede inşaatın teslim tarihi açık şekilde belirtilmeli; gecikme halinde ödenecek kira desteği veya tazminat miktarı net olarak yazılmalı. Uzmanlara göre belirsiz bırakılan teslim tarihleri, yıllarca sürebilecek mağduriyetlerin önünü açıyor.

SALT ÇOĞUNLUK SİSTEMİ

Geçmiş yıllarda dönüşüm projelerinin en büyük çıkmazlarından biri, maliklerin tamamına yakınının onayının aranmasıydı. Özellikle eski apartmanlarda ulaşılamayan mirasçılar, yurtdışında yaşayan hissedarlar veya uzlaşmaz maliklerin itirazları nedeniyle birçok riskli bina yıllarca dönüşemedi. Yapılan yeni düzenlemelerle birlikte bu sistem önemli ölçüde değişti. Artık riskli yapı ilan edilen binalarda yıkım, tahliye ve müteahhit seçimi gibi kritik kararlar için yüzde 50 artı 1 oranındaki salt çoğunluk yeterli kabul ediliyor.



YAPI YARIM KALIRSA?

Kentsel dönüşüm korkularının merkezinde çoğu zaman aynı soru yer alıyor: “Ya müteahhit işi yarıda bırakırsa?” Ekonomik krizler ve finansman sorunları nedeniyle yarım kalan projeler, son yıllarda en büyük mağduriyet alanlarından biri haline geldi. Vatandaşlar bir yandan evlerinden olurken diğer yandan yıllarca kira ödemek zorunda kalıyor. Yeni düzenlemeler bu konuda tüketicilere daha güçlü haklar tanıyor. Eğer müteahhit inşaatla belirlenen süre içinde başlamazsa veya uzun süre çalışmayı tamamen durdurursa, kat malikleri salt çoğunluk kararıyla sözleşmeyi feshedebilir hale geliyor. Bunun yanında “Bina Tamamlama Sigortası” uygulaması da önem kazanıyor. Bu sistemde müteahhit iflas etse bile sigorta şirketi projeyi tamamlamakla yükümlü oluyor.

DEVLET DESTEKLERİ

Kentsel dönüşümün ekonomik yükünü azaltmak amacıyla devlet tarafından önemli teşvikler sunuluyor. Özellikle “Yarısı Bizden” kampanyası, dönüşüm sürecine girmek isteyen vatandaşlar açısından önemli bir finansman desteği sağlıyor. Bu kapsamda hak sahiplerine hibe, düşük faizli kredi, kira yardımı ve çeşitli vergi muafiyetleri sunuluyor. Noter harçları, tapu işlemleri ve belediye giderleri gibi birçok kalemden vatandaş önemli avantajlardan yararlanabiliyor.



ALİŞVERİŞ

MUTLULUK GETİRİR Mİ?

Modern dünya tüketimi sürekli hızlandırırken, belki de en kritik soru giderek daha fazla önem kazanıyor: Gerçek mutluluk sahip olduklarımızda mı, yoksa sahip olduklarımızla kurduğumuz ilişkide mi saklı?

Modern hayatın en güçlü vaatlerinden biri artık çok net: “Canın mı sıkın? Kendini ödüllendir” Üstelik bunun için mağaza mağaza dolaşmaya da gerek yok. Bir ekran, birkaç dokunuş ve kapıya gelen paketlerle mutluluğun satın alınabileceği fikri günümüz tüketim kültürünün merkezine yerleşmiş durumda. Yeni bir telefon, uzun süredir istenen bir ayakkabı, indirimde yakalanan bir ürün ya da yalnızca “sepette tükenmek üzere” uyarısı bile insan beyninde güçlü bir heyecan yaratabiliyor. Ancak uzmanlara göre mesele ürünlerden çok daha derin. Çünkü alışverişin merkezinde çoğu zaman ihtiyaç değil, beynin ödül sistemi yer alıyor.

SATIN ALMA VE DOPAMİN

Nörobilim araştırmaları, satın alma davranışının insan beynindeki dopamin mekanizmasıyla doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koyuyor. Stanford Üniversitesi’nden nörobiyolog Prof. Dr. Robert Sapolsky, yıllardır yürüttüğü çalışmalarında beynin “isteme” ve “sahip olma” süreçlerini birbirinden ayırdığını anlatıyor. Sapolsky’ye göre insanların çoğu satın aldıkları üründen değil, onu bekleme sürecinden haz alıyor. Yani dopamin, ürün ele geçtiğinde değil; sepete eklendiğinde, kargo takip edildiğinde ya da ürünü alma ihtimali hissedildiğinde zirve yapıyor. Sapolsky bunu, “Beyin isteme ile hoşlanmayı birbirinden ayırır. Bir şeyi yoğun şekilde arzulamanız, ondan gerçekten mutlu olacağınız anlamına gelmez” sözleriyle açıklıyor.

HEYECAN ARAYIŞI

Bu durum modern tüketim ekonomisinin neden sürekli “bir sonrakini” arattığını da açıklıyor. Çünkü heyecan çoğu zaman satın alma anıyla birlikte düşmeye başlıyor. İnsan zihni yeni olana hızla alışıyor ve kısa süre sonra aynı tatmini yeniden yaşayabilmek için yeni bir hedef arıyor. Psikolojide buna “hedonik adaptasyon” adı veriliyor. Cornell Üniversitesi’nden psikoloji profesörü Dr. Thomas Gilovich, mutluluk ve tüketim ilişkisi üzerine yaptığı uzun soluklu araştırmalarda insanların maddi eşyalara şaşırtıcı derecede hızlı alıştığını vurguluyor. Gilovich’e göre yeni alınan bir telefon ya da otomobil kısa sürede gündelik hayatın sıradan bir parçasına dönüşüyor. Ancak deneyimler aynı hızla eskimiyor. Bir seyahat, yeni bir beceri öğrenmek, arkadaşlarla geçirilen özel bir an ya da unutulmaz bir konser, insan zihninde daha kalıcı bir iz bırakıyor. Çünkü deneyimler zamanla kişinin kimliğinin bir parçası haline geliyor.



GÖRÜNÜRLÜLÜK BASKISI

Modern tüketim alışkanlıklarını yalnızca bireysel tercihlerle açıklamak da artık mümkün değil. Sosyal medya çağında alışveriş aynı zamanda görünür bir kimlik gösterisine dönüşmüş durumda. Özellikle Instagram, TikTok ve kısa video platformlarında sürekli olarak yeni ürünlerin, “trend” parçaların ve ideal yaşam tarzlarının sergilenmesi tüketiciler üzerinde güçlü bir baskı yaratıyor. Bir dönem ihtiyaçlar doğrultusunda yapılan alışverişler artık çoğu zaman algoritmaların yönlendirdiği bir psikolojik döngüye dönüşüyor. İnsanlar yalnızca ürün satın almıyor; bir yaşam tarzına, bir sosyal statüye ya da ait olmak istedikleri bir kimliğe yatırım yapıyor.

PRESTİJ GÖSTERGESİ

Davranışsal ekonomist Dan Ariely'ye göre tüketim davranışının en önemli yanılsamalarından biri de burada başlıyor. Ariely, insanların sahip olmadıkları şeylerin kendilerini daha mutlu edeceğine inandığını söylüyor. Ancak satın alma sonrası yaşanan kısa süreli tatmin duygusu yerini hızla yeni bir eksiklik hissine bırakıyor. Bu nedenle tüketim kültürü sürekli olarak “henüz tamamlanmadınız” mesajı üzerine kuruluyor. Daha iyi görünmek, daha başarılı hissetmek, daha prestijli yaşamak ya da sosyal çevrede daha görünür olmak için yeni ürünlere ihtiyaç duyulduğu fikri sürekli yeniden üretiliyor.

Özellikle Instagram, TikTok ve kısa video platformlarında sürekli olarak yeni ürünlerin, “trend” parçaların ve ideal yaşam tarzlarının sergilenmesi tüketiciler üzerinde güçlü bir baskı yaratıyor.

DUYGUSAL BOŞLUK

Uzmanlara göre alışverişin psikolojik boyutu özellikle stres dönemlerinde daha belirgin hale geliyor. Psikolog ve “I Buy, Therefore I Am” kitabının yazarı Dr. April Lane Benson, insanların duygusal boşluk yaşadıkları dönemlerde satın alma davranışına daha fazla yöneldiğini belirtiyor. Benson'a göre alışveriş çoğu zaman yalnızlık, değersizlik hissi, kaygı ya da başarısızlık duygusuna karşı geliştirilen geçici bir savunma mekanizması. Çünkü satın alma anında kişi kısa süreli de olsa kontrol hissi yaşıyor. Hangi ürünü alacağına, hangi markayı tercih edeceğine ve kendisini nasıl “ödüllendireceğine” karar vermek zihinsel olarak rahatlatıcı bir etki yaratıyor. Ancak Benson, bunun kalıcı bir çözüm olmadığını özellikle vurguluyor. Ünlü psikoloğa göre çoğu zaman aranan şey yeni bir ürün değil; özgüven, kabul görme, aidiyet ya da duygusal rahatlama hissi oluyor.

Nobel ödüllü ekonomist Daniel Kahneman'a göre insanlar sahip olmayı düşündükleri şeylerin hayatlarında yaratacağı etkiyi olduğundan çok daha büyük hayal ediyor.

STRES VE ÖDÜLENDİRME

Bu durum özellikle ekonomik belirsizliklerin arttığı dönemlerde daha çarpıcı hale geliyor. İnsanlar yoğun stres altında kendilerini iyi hissettirecek küçük ödüller arıyor. Dijital alışveriş platformlarının sunduğu “tek tıkla satın alma” sistemi ise bu dürtüsel davranışları kolaylaştırıyor. “Sınırlı stok”, “kaçırılmayacak fırsat”, “yalnızca bugün” gibi pazarlama stratejileri beynin aciliyet hissini tetikleyerek satın alma kararlarını hızlandırıyor. Nörobilim uzmanları bu sistemlerin insan beynindeki ödül-devrelerini bilinçli şekilde hedef aldığını belirtiyor.

SAHİP OLMA DÜRTÜSÜ

Nobel ödüllü ekonomist Daniel Kahneman'ın “odaklanma yanılsaması” teorisi de tam bu noktada dikkat çekiyor. Kahneman'a göre insanlar sahip olmayı düşündükleri şeylerin hayatlarında yaratacağı etkiyi olduğundan çok daha büyük hayal ediyor. Yeni bir araba, pahalı bir saat ya da lüks bir çanta satın almadan önce zihinde büyütülüyor; ancak günlük hayatın içine karıştığında sıradanlaşıyor. Kahneman'ın ünlü sözü bunu özetliyor: “Hayatta hiçbir şey, onu düşündüğünüz an kadar önemli değildir.”

UZMANLARDAN UYARI

Uzmanların ortaklaştığı nokta ise mutluluğun tüketimden tamamen bağımsız olmadığı, ancak kalıcı mutluluğun yalnızca satın alma davranışıyla kurulamayacağı yönünde. Araştırmalar, uzun vadeli yaşam memnuniyetinin sosyal ilişkiler, güven duygusu, fiziksel sağlık, üretkenlik hissi ve anlam duygusuyla daha güçlü bağlantılı olduğunu gösteriyor. Bu nedenle son yıllarda özellikle genç kuşaklarda “bilinçli tüketim” eğilimi güç kazanıyor. Daha az ama kaliteli ürün satın almak, ikinci el kullanımına yönelmek, tamir kültürünü benimsemek ya da deneyimlere yatırım yapmak yeni tüketici davranışları arasında öne çıkıyor. Uzmanlara göre alışverişin tamamen kötü ya da zararlı bir davranış olarak görülmesi de doğru değil. Sorun, tüketimin kişinin duygusal boşluklarını kapatmaya çalışan bir mekanizmaya dönüşmesiyle başlıyor. Bir ürünü gerçekten ihtiyaç olduğu için mi yoksa ruh halini değiştirmek için mi satın aldığını sorgulamak ise bilinçli tüketimin ilk adımı olarak görülüyor.



FENOMEN TAVSİYE ETTİ TÜKETİCİ MAĞDUR OLDU

“Gizli reklamlar, sahte kampanyalar ve filtrelenmiş gerçekler:
Influencer ekonomisinin görünmeyen yüzü”

Bir fenomen yeni bir cilt bakım ürününü övüyor. Bir başkası “kaçırılmayacak kampanya” diyerek link paylaşıyor. Milyonlarca takipçili hesaplar, her gün yüzlerce ürünü “denedim”, “bayıldım”, “asla bırakmam” cümleleriyle tanıtıyor. Ancak çoğu zaman tüketici şunu bilmiyor: O paylaşım gerçekten samimi bir tavsiye mi, yoksa gizlenmiş bir reklam mı?



Sosyal medya üzerinden yapılan örtülü reklamlar ve sahte kampanyalar, son yıllarda tüketici hakları alanının en hızlı büyüyen sorunlarından biri haline geldi. Özellikle Instagram, TikTok ve YouTube'daki influencer pazarlaması büyüdükçe, tüketiciler de manipülatif içeriklerle daha fazla karşı karşıya kalmaya başladı. Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu, yalnızca 2024 yılında influencer reklamlarına ilişkin çok sayıda dosyayı incelemeye aldı. Kurul; reklam olduğu açıkça belirtilmeyen paylaşımlar, yanıltıcı sağlık beyanları ve gerçeği yansıtmayan kampanyalar nedeniyle birçok fenomen ve markaya yaptırım uyguladı.

TAVSİYE Mİ REKLAM MI

Sorun aslında tüketicinin reklam izlediğinin farkında olmaması zira influencer reklamcılığı klasik reklamlardan farklı işliyor. Çünkü burada ürün doğrudan değil, ‘güven ilişkisi’ üzerinden pazarlanıyor. Fenomenin; “Ben kullanıyorum”, “Annem bile çok sevdi”, “Gerçekten stok yapıyorum” gibi ifadeleri, takipçiler tarafından reklam olarak değil kişisel deneyim olarak algılıyor. Oysa bu paylaşımlar söz konusu marka ile fenomen arasındaki ücretli işbirliğinin bir sonucu olarak yayınlanıyor. Ticaret Bakanlığı’nın “Sosyal Medya Etkileyicileri Rehberi”ne göre influencer’ların reklam içeriklerinde: “#Reklam”, “#İşbirliği”, “Sponsorlu içerik” ifadelerinin kullanılması gerekse de uygulamada bu çok karşılık bulmuyor.

“Önümüzdeki dönemde özellikle yapay zekâ ile üretilen içerikler ve dijital avatar reklamları yeni tartışma alanları oluşturacak.”



INFLUENCER REKLAMLARINA DİKKAT

- ‘Reklam’ ibaresi var mı kontrol edin
- Abartılı vaatlere şüpheyle yaklaşın
- Fenomen önerisine güvenmeyin
- Marka ve satıcı bilgilerini araştırın
- Linklere doğrudan tıklamayın
- Ürünle ilgili yorumları takip edin
- Filtre ve ışık kullanıldığını unutmayın
- Acele satın alma baskısına kapılmayın
- Güvenli ödeme sistemleri kullanın

Yeni dönemin tüketici sorunlarından biri de reklam ile gerçek deneyim arasındaki çizginin giderek silikleşmesi.

FİLTRELİ GÖRÜNTÜ HİLESİ

Fenomenlerin özellikle kozmetik ve kişisel bakım ürünlerine yönelik reklamları ise takipçiler tarafından en çok şikayet alan konuların başında geliyor. Oysa fenomenler bu tanıtım sırasında; yoğun filtre kullanıyor, ışık düzenlemeler ve profesyonel kurgu teknikleri kullanıyor böylece ürün etkisini olduğundan çok daha fazla kullanılıyor. Bu tanıtımlarda fenomenlerin söylediği; “lekeleri yok etti”, “tek gecede sonuç verdi”, “ameliyatsız değişim sağladı” gibi ifadelerle inanan takipçi ise ürünü sipariş verip denediğinde gerçeği anlıyor.

ÇOCUK VE GENÇLER RİSK ALTINDA

Psikologlar, sosyal medyada sürekli “kusursuz yaşam” ve “sürekli alışveriş” mesajına maruz kalmanın gençlerde yetersizlik hissi ve tüketim bağımlılığı oluşturabileceğine dikkat çekti. Yapılan araştırmalarda da influencer reklamlarının çocuklar ve gençler üzerinde hassas etki gösterdiği ortaya çıktı. Genç kullanıcıların, fenomenlerle duygusal bağ kurduğu, önerileri arkadaş tavsiyesi gibi algıladığı ve reklam farkındalığının daha düşük olduğunu ortaya koyan araştırmada, “Özellikle oyun, kozmetik, moda ve teknoloji ürünlerinde trend baskısı üzerinden yoğun bir tüketim kültürü oluşuyor” ifadelerine yer verildi.

SATIN ALMA BASKISI

Fenomenlerin bu tanıtımlarda kullandığı ‘son yarım saat, takipçilerime özel, stok bitiyor’ gibi söylemlerle takipçi üzerinde ‘acele satın alma baskısı’ oluşturduğuna dikkat çeken uzmanlar buna inanılmamasını istedi. Yapılan uyarıda; ürün hakkında detaylı araştırma yapılması, şirket bilgileri, vergi numarası, açık adres ve güvenli ödeme altyapısının mutlaka kontrol edilmesi gerektiğinin altını çizildi.



KKTC Ekonomi ve Enerji Bakanı Olgun Amcaoğlu:

KIBRIS'IN ENERJİ KORİDORU TÜRKİYE'DEN GEÇER

KKTC Ekonomi ve Enerji Bakanı Olgun Amcaoğlu, Türkiye ile planlanan denizaltı elektrik kablosu ve doğal gaz hattı projelerinin Kuzey Kıbrıs'ın enerji geleceği açısından hayati önemde olduğunu söyledi. Güney Kıbrıs'ın Avrupa bağlantılı enerji projelerini “ekonomik değil siyasi” olarak nitelendiren Amcaoğlu, “Kıbrıs'ın en mantıklı enerji koridoru Türkiye'dir” dedi.

KKTC Ekonomi ve Enerji Bakanı Olgun Amcaoğlu, Türkiye ile planlanan denizaltı elektrik kablosu ve doğal gaz hattı projelerinin Kuzey Kıbrıs'ın enerji geleceği açısından hayati önemde olduğunu söyledi. Güney Kıbrıs'ın Avrupa bağlantılı enerji projelerini “ekonomik değil siyasi” olarak nitelendiren Amcaoğlu, “Kıbrıs'ın en mantıklı enerji koridoru Türkiye'dir” dedi.

Doğu Akdeniz'de enerji rekabeti yeni bir döneme girerken, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti enerji arz güvenliğini güçlendirecek stratejik projelere odaklanıyor. KKTC Ekonomi ve Enerji Bakanı Olgun Amcaoğlu, Türkiye ile planlanan denizaltı elektrik bağlantısı ve doğal gaz boru hattının yalnızca enerji maliyetlerini düşürmeyeceğini, aynı zamanda ülkenin enerji alanındaki izolasyonunu sona erdireceğini belirtti. Yenilenebilir enerji yatırımlarından Avrupa'ya uzanacak enerji koridorlarına, Doğu Akdeniz'deki doğal gaz rezervlerinden bölgesel jeopolitiğe kadar birçok konuda değerlendirmelerde bulunan Amcaoğlu, Türkiye-KKTC enerji entegrasyonunun hem ekonomik hem de stratejik bir zorunluluk olduğunu vurguladı

ENERJİDE KALICI ÇÖZÜM SAĞLAR

Türkiye ile KKTC arasındaki denizaltı elektrik kablosu projesinde geline son aşama nedir?

Bu projenin bizim için çok büyük önemi olduğuna inanlardan biriyim. Bu projenin önünde yasal bazı engeller var, başlaması ve bir an önce bitirilmesi en önemli dileğimizdir. Proje hayata geçerse, KKTC'nin elektrik arz güvenliği artar. Frekans ve şebeke kalitesi son derece iyi bir seviyeye ulaşır. Yenilenebilir enerji yatırımlarının önü açılır. Yılda 333 gün 3 bin 300 saat güneş görebilen bir ülke olmanın avantajından daha fazla faydalanırız

RUMLAR İÇİN PAHALI PROJE

Güney Kıbrıs'ın Yunanistan üzerinden Avrupa enerji sistemine bağlanma girişimleri sürerken, KKTC'nin Türkiye üzerinden Avrupa'ya entegre olma hedefi ne durumda?

Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY), AB'nin desteklediği ve Yunanistan üzerinden Avrupa şebekesine bağlanmayı hedefleyen Great Sea Interconnector projesi üzerinde çalışıyor. Bu proje, son derece pahalı hatta neredeyse teknik olarak yapılması imkânsız ya da şöyle söyleyelim, Avrupalı vergi mükelleflerine çok pahalıya mal olabilecek gereksiz bir proje. Kıbrıs'ın tamamı için daha ekonomik ve teknik açıdan daha uygulanabilir çözüm, Türkiye üzerinden enterkonnekte bağlantısıdır. Adanın kuzey ve güneyinin ortak bir sistem içinde yer alabilmesi mümkündür. Bu konu, çözüm müzakereleri dışında veya paralelinde konuşulabilecek bir konudur.

İZOLE OLMAKTAN ÇIKARIZ

Türkiye, Alanya-KKTC doğal gaz hattı projesi için hedef 2028 olarak duyuruldu. KKTC açısından bu proje ne anlam taşıyor? Elektrik üretiminde büyük ölçüde ithal sıvı yakıtlara bağımlıyız. Doğal gazın devreye girmesi halinde daha verimli santral teknolojileri kullanılabilir ve yakıt maliyetlerinde avantaj sağlayabiliriz. Bu durum elektrik fiyatları üzerinde de olumlu etki yaratabilir.

GENÇ NÜFUS ENERJİMİZ

2020'de 1.5-1.6 milyar dolar olan ithalatımız bugün 4 milyar dolar seviyesine geldiyse, bu ülkede ihtiyacın ve nüfusun ne kadar arttığı ortadadır. Pandemi döneminde üniversiteler online sisteme geçince Mağusa, Lefkoşa ve Güzelyurt'un nasıl durduğunu, esnafın nasıl etkilendiğini gördük. Bu genç sinerji, ekonomimizin en büyük itici gücüdür. Hedefimiz minimum 4 milyon turist, 50 bin yatak ve yükseköğretimde bilişimle entegre olmuş 150 bin öğrenci.

ATATÜRK'ÜN VASİYETİNİ UNUTMADIK

Trakya'daki, Bosna'daki Türk neyse, Kıbrıs'aki Türk de 200 milyonluk Türk dünyasının ayrılmaz bir unsurudur. Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk, 'Kıbrıs'a iyi bakın, yoksa İskenderun Körfezi'nden çıkamazsınız' diyerek adadaki Türk varlığının ve nöbetinin stratejik önemini yıllar öncesinden ortaya koymuştur. Mustafa Kemal Atatürk'ün 1937'deki vasiyetini unutmadık. Bütçesine oranla silahlanmada Güney Kıbrıs dünyada ilk sıralarda. İsrail ve Fransa ile yapılan askeri anlaşmalar ortada. Ancak Türkiye Cumhuriyeti var olduğu sürece buradaki insanların saçının teline zarar gelmez.

AB SAMİMİ OLMALI

Annan Planı'na 'Evet' diyen bizdik. 'Hayır' diyenleri sisteme dahil edip, Kuzey Kıbrıs'ı bunun dışında tutmak hangi vicdana sığar? Avrupa Birliği yetkililerinin artık din, dil, ırk gözetmeksizin insanın yaşama hakkını ön plana alması ve samimi olması gerekiyor. Güney Kıbrıs liderinin nifak sokmak için Kazakistan'a kadar gittiğini görüyoruz. Ancak Türk Devletleri Teşkilatı toplantılarında o birliktelik isteğini ve sinerjiyi çok net müşahade ediyorum. Türk dünyası bu birlikteliği korumak zorundadır.

Avrupa Birliği yetkililerinin artık din, dil, ırk gözetmeksizin insanın yaşama hakkını ön plana alması ve samimi olması gerekiyor. Güney Kıbrıs liderinin nifak sokmak için Kazakistan'a kadar gittiğini görüyoruz.

Doğal gaz boru hattı ile birlikte KKTC'nin enerji kaynakları çeşitlenir; mevcut sıvı yakıt tedarik zincirlerine bağımlılık azalır. Bu da özellikle yaz aylarındaki yüksek tüketim dönemlerinde 'kesinti' riskini azaltır, sistemi daha dayanıklı hale getirir. Türkiye ile enerji entegrasyonu stratejik bir gerekliliktir. Olası bir elektrik hattı ve doğal gaz boru hattı ülkemizi enerji alanında izole bir ada ekonomisi olmaktan çıkarır ve rekabet gücümüzü artıracak müthiş bir yatırımdır.

TERS AKIŞ DOĞRU OLANDIR

Boru hattı sadece KKTC'nin iç tüketimine mi yönelik, yoksa Doğu Akdeniz'deki olası yeni gaz keşiflerinin ters akışla Türkiye üzerinden Avrupa'ya taşınması gibi daha küresel, iki yönlü bir jeopolitik stratejinin parçası mı?
Doğu Akdeniz'deki olası yeni gaz keşiflerinin ters akışla Türkiye üzerinden Avrupa'ya taşınması, mantıklı ve doğru olandır. Kıbrıs çevresindeki veya doğu Akdeniz'in her noktasındaki yeni gaz keşifleri KKTC üzerinden, ters akış sistemiyle Türkiye ve Avrupa'ya en güvenilir şekilde çok daha az maliyetlerle taşınabilir. Bunun bölgedeki barış ve istikrar açısından da ciddi faydalı bir gelişme olarak değerlendirilmesi gerektiği inancındayım.

TÜKETİCİ ÖNCELİĞİMİZ

Akaryakıt fiyatlarında küresel dalgalanmalar sürerken, Türkiye'den sağlanan akaryakıt temininde uyguladığınız sübvansiyon bütçeyi nasıl etkiliyor?
Akaryakıt fiyatlarını mümkün olduğunca istikrarlı tutmaya çalışıyoruz ve bunun için de devlet desteklerini yaşama geçiriyoruz. Tüketiciyi, halkımızı korumak adına başvurduğumuz bu desteklerin bütçeye bir maliyeti elbette olacaktır. Ve küresel enerji piyasalarındaki gelişmelere bağlı olarak fiyatların zaman zaman yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.



LEYLA PEKER

GÜNEŞTEN FAYDALANMALIYIZ

KKTC yılda yaklaşık 300'den fazla güneşli gün yaşayan bir ülke. Güneş enerjisinde istenilen seviyeye ulaşıldı mı? Hükümetin 2030 yenilenebilir enerji hedefi nedir?
KKTC, güneş enerjisi açısından çok avantajlı bir konumda. Yılda yaklaşık 330 gün güneş var. Ancak, güneş enerjisinin sisteme alınmasında teknik sınırlar bulunuyor. Depolama sistemleri ve enterkonnekte bağlantılar henüz yeterli seviyede değil. Bu nedenle güneş enerjisi yatırımları artsa da teorik potansiyelin oldukça altında kaldığını söyleyebilirim. Hedefimiz; yenilenebilir enerjinin elektrik üretimindeki payını önemli ölçüde artırmak, büyük ölçekli güneş enerjisi santrallerini yaygınlaştırmak, enerji depolama sistemlerini devreye almak.

KKTC STRATEJİK BİR ÜLKEDİR

Doğu Akdeniz'de enerji jeopolitiği giderek daha kritik hale geliyor. KKTC bu denklemde kendisini nasıl konumlandırıyor?
Doğu Akdeniz enerji jeopolitiğini, yalnızca hidrokarbon aramalarıyla değil; elektrik, doğal gaz, yenilenebilir enerji ve enerji koridorlarıyla birlikte ele almak lazım. KKTC, coğrafi konumu nedeniyle bölgesel enerji ağlarının önemli bir parçası olabilecek bir noktadadır. Türkiye'nin Doğu Akdeniz'deki enerji politikaları, bizim için çok önemlidir. Çok değer veriyoruz ve mutlak anlamda birlikteyiz. KKTC, Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarına aynı mesafede olan, Doğu Akdeniz'in merkezindeki stratejik bir ülkedir. Türkiye ile Avrupa arasında enerji bağlantılarında potansiyel bir köprü görevi üstlenebilir.

SİYASİ DEĞİL EKONOMİK BAKILMALI

İsrail, Mısır ve Güney Kıbrıs eksenindeki enerji iş birliklerini nasıl takip ediyorsunuz?
Güney Kıbrıs'ın Yunanistan ve Avrupa üzerinden geliştirmeye çalıştığı enerji bağlantıları akıl işi değildir. Kıbrıs'ın Türkiye üzerinden bağlanmasının teknik ve ekonomik açıdan daha uygulanabilir olduğu apaçık bir gerçektir. Bu nedenle Doğu Akdeniz'deki enerji projelerinde siyasi tercihler yerine maliyet ve verimlilik kriterleri esas alınmalıdır. Doğu Akdeniz'de kurulan enerji ortaklıklarının KKTC'yi yok sayması uzun vadede sürdürülebilir değildir. Ayrıca Kıbrıs'ın enerji geleceğinin planlanmasında Kıbrıs Türk tarafının da dikkate alınması gerektiği en doğal ve yasal hakkımızdır. İsrail-Mısır-GKRY iş birliği akılcı değil siyasidir.

TEK KELİME: ÇILGINLIK

"KKTC varsa Mavi Vatan için vardır" diyerek jeopolitik duruşu çok net çizdiniz. Hemen ardından Rumlar "Kronos" yatağından doğal gaz üretimine geçilmesi planını onayladı. Adanın ortak zenginliklerini tek taraflı olarak gasp etme ve Avrupa'ya satma girişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?
Tek kelimeyle yanıt vermek istiyorum; "çılgınlık"!... Gelişmeleri yakından izliyoruz. Anavatan da izliyor. Gerektiğinde, gerekli olan mütakabiliyet yerine getirilir.



Doğu Akdeniz enerji jeopolitiğini, yalnızca hidrokarbon aramalarıyla değil; elektrik, doğal gaz, yenilenebilir enerji ve enerji koridorlarıyla birlikte ele almak lazım. KKTC, coğrafi konumu nedeniyle bölgesel enerji ağlarının önemli bir parçası olabilecek bir noktadadır.



TÜRKİYE'NİN AYRILMAZ PARÇASIYIZ

Doğu Akdeniz'de enerji mücadelesi artık yalnızca ekonomik değil aynı zamanda askeri ve jeopolitik bir meseleye dönüşmüş durumda. KKTC bu denklemde kendisini nasıl konumlandırıyor?
Türkiye'nin bölgedeki ve Ada'daki varlığı, bizim için ekonomik ve jeopolitik anlamda ne kadar değerliyse, askeri anlamda bunun elli kat daha değerli olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. KKTC, bu denklemde, Türkiye'nin ayrılmaz parçası, çok önemli bir mevziisidir.

ENERJİDE KİLİT ÜLKE TÜRKİYE

Daha önce "Türkiye ve KKTC'yi yok sayan projeler geçerli olmaz" açıklaması yapmıştınız. Bu noktada East Med ve Euro Asia projelerinin geleceğini nasıl görüyorsunuz?
East Med ve Euro Asia Interconnector ya da yeni adıyla Great Sea Interconnector projeleri, ekonomik projeler değildir. Siyasi projelerdir. East Med, İsrail ve Güney Kıbrıs gazını Yunanistan üzerinden Avrupa'ya taşımayı hedefleyen bir doğal gaz projesiydi. Ancak yüksek maliyetler, teknik zorluklar ve ticari fizibilite tartışmaları nedeniyle proje yıllardır belirsizlik içinde bulunuyor. Doğu Akdeniz enerji projelerinde Türkiye'nin ve KKTC'nin dışlanması ekonomik açıdan rasyonel değildir. Great Sea Interconnector Projesi, İsrail-Güney Kıbrıs-Yunanistan arasında denizaltı elektrik kablosu kurarak Kıbrıs'ı Avrupa elektrik sistemine bağlamayı amaçlıyor. Bunun yerine KKTC ile Türkiye arasında 70 kilometrelik bir enterkonnekte bağlantı çok daha mantıklı olur.



İKİNCİ EL ARAÇTA GİZLİ AYIP KRİZİ

Bazen yılların birikimi, bazen eşinin altınlarını bozduarak, bazen de bankadan kredi çekilerek binbir umutla alınan ikinci el araçta çıkan hatalar hayalleri yıkabiliyor. Alıcı ile satıcıyı karşı karşıya getiren bu duruma Yargıtay son noktayı koydu: Gizli ayıpta 'satıcı kusurlu, ekspertiz yapıldıysa o firma da kusurlu.

Türkiye'de ikinci el araç piyasası son yıllarda yalnızca fiyat artışlarıyla değil, artan hukuki uyuşmazlıklarla da gündemde. Sıfır araçlardaki yüksek fiyatlar nedeniyle tüketicilerin ikinci el piyasasına yönelmesi, "gizli ayıp" kaynaklı anlaşmazlıkları Tüketici Hakem Heyetleri ve mahkemelerin en yoğun dosya alanlarından biri haline getirdi. Satış sırasında sorunsuz olduğu belirtilen araçlarda kısa süre sonra ortaya çıkan motor arızaları, düşürülmüş kilometreler, değişen parçalar, şanzıman problemleri veya iptal edilmiş hava yastıkları binlerce tüketiciyi hukuki mücadeleye sürüklüyor.

MAZERET GEÇERLİ DEĞİL

Ancak son yıllarda verilen Yargıtay kararları, özellikle satıcının sorumluluğu konusunda önemli bir içtihat birliği oluşturmaya başladı. Mahkemeler artık "Ben de bilmiyordum" savunmasını çoğu durumda yeterli görmüyor. Hukuk sistemi, tüketiciyi koruyan daha sert bir yaklaşım benimserken; satıcıların, galerilerin ve ekspertiz firmalarının sorumluluk alanları da genişliyor. İkinci el araç uyuşmazlıklarında en sık karşılaşılan savunmalar başında satıcının araçtaki kusurdan haberdar olmadığını ileri sürmesi geliyor. Ancak Yargıtay 3. Hukuk Dairesi'nin kilometresi düşürülmüş araçlarla ilgili verdiği karar, bu savunmanın tek başına hukuki koruma sağlamadığını açık biçimde ortaya koydu.

GİZLİ AYIPTAN SORUMLU

Karara konu olayda tüketici, satın aldığı aracın kilometresinin düşürüldüğünü satıştan sonra fark etti. Satıcı ise kilometre işlemini kendisinin yapmadığını, aracı bu şekilde aldığını ve durumdan haberi olmadığını savundu. Ancak Yargıtay, Türk Borçlar Kanunu kapsamında satıcının gizli ayıplardan, bunları bilmese bile sorumlu olduğuna hükmetti. Kararda kilometre düşürme işlemi açık biçimde “gizli ayıp” olarak değerlendirildi. Bu yaklaşım, ikinci el araç satışında satıcının yalnızca “aracı devreden kişi” olmadığını; aynı zamanda malın hukuki ve teknik durumundan belirli ölçüde sorumlu olduğunu gösteriyor. Özellikle profesyonel galeriler ve ticari satış yapan işletmeler açısından sorumluluk daha da ağırlaşıyor.

GİZLİ AYIP NEDİR?

Hukuki açıdan gizli ayıp; normal incelemeyle fark edilmesi mümkün olmayan ve kullanım sırasında ortaya çıkan kusurlar olarak tanımlanıyor. Motor içi arızalar, şanzıman problemleri, elektronik sistemlerdeki manipülasyonlar, pert geçmişinin gizlenmesi veya hava yastığı iptalleri bu kapsama giriyor. Buna karşılık kaportadaki çizik, kırık far ya da görünür boya işlemleri gibi ilk incelemede anlaşılabilecek sorunlar “açık ayıp” kabul ediliyor. Yargıtay’ın dikkat çekici kararlarından biri de tam bu ayrım üzerinden şekilleniyor.



İMZASI HER ŞEYİ KAPATMIYOR

İkinci el araç satışlarında tüketicilerin en çok çekindiği konulardan biri de noter sözleşmelerindeki standart ifadeler. Özellikle “aracı mevcut haliyle görüp beğenerek teslim aldım” ibaresinin, ileride hak arama sürecini tamamen ortadan kaldırdığı düşünülüyor. Ancak Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun yaklaşımı bunun tam tersini ortaya koyuyor. Mahkemeye göre bu tür sözleşme maddeleri yalnızca açık ayıpları kapsıyor. Yani alıcı, gözle görülebilecek kusurları kabul etmiş sayılıyor; ancak motor içindeki ağır bir arıza, şasedeki işlem geçmişine ya da elektronik manipülasyonlar gibi gizli ayıplar bakımından satıcının sorumluluğu devam ediyor. Bu karar özellikle tüketiciler açısından kritik önem taşıyor. Çünkü uygulamada birçok satıcı, standart noter sözleşmelerini hukuki koruma kalkanağı olarak kullanmaya çalışıyor. Oysa yüksek yargı kararları, gizli ayıpların sözleşmedeki genel ifadelerle ortadan kaldırılamayacağını net biçimde ortaya koyuyor.

TRAMER'E YARGITAY FRENİ

Araç satış uyumsuzluklarında sık karşılaşılan başka bir tartışma da alıcının araştırma yükümlülüğü. Satıcılar çoğu zaman tüketicinin ekspertiz yaptırmadığını veya hasar kaydını sorgulamadığını ileri sürüyor. Yargıtay 13. Hukuk Dairesi’nin pert kayıtlı araçlarla ilgili emsal niteliğindeki kararı ise tüketici lehine önemli bir sınır çiziyor. Karara göre alıcının aracı satın almadan önce mutlaka TRAMER sorgusu yapma zorunluluğu bulunmuyor. Eğer satıcı aracı hasarsız olarak tanıtmış ya da ağır hasarı gizlemişse sorumluluk devam ediyor. Bu yaklaşım, dürüstlük kuralının ikinci el araç ticaretindeki belirleyici rolünü güçlendiriyor. Hukuk sistemi burada satıcının doğru bilgilendirme yükümlülüğünü ön plana çıkarıyor.

EKSPERTİZ FİRMALARI SORUMLU

Son yıllarda ikinci el araç satışlarında ekspertiz raporları neredeyse standart hale geldi. Özellikle belirli bedelin üzerindeki satışlarda ekspertiz işlemleri fiilen piyasanın ayrılmaz parçasına dönüşmüş durumda. Ancak tüketiciler açısından yeni tartışma alanı da burada başlıyor. Ekspertiz raporunda “sorunsuz” denilen bir aracın kısa süre sonra ciddi arızalar vermesi halinde sorumluluk yalnızca satıcıya mı ait? Yargıtay kararları ve son dönemdeki yerel mahkeme uygulamaları, ekspertiz firmalarının da “ayıplı hizmet” nedeniyle sorumlu tutulabileceğini gösteriyor. Özellikle hava yastığı sistemi, motor performansı veya şanzıman gibi uzman incelemesi gerektiren alanlarda raporun gerçeği yansıtmaması halinde tüketici tazminat talebinde bulunabiliyor. Bu durum ekspertiz sektöründe de ciddi bir dönüşüm yarattı. Firmalar artık daha ayrıntılı rapor hazırlamak, riskli alanlarda açık uyarılar koymak ve sorumluluk sınırlarını netleştirmek zorunda kalıyor.

Ekspertiz raporunda “sorunsuz” denilen bir aracın kısa süre sonra ciddi arızalar vermesi halinde sorumluluk yalnızca satıcıya mı ait?

THH NEDEN ÖNEMLİ?

2026 yılı itibarıyla ikinci el araç uyumsuzluklarının önemli bölümü hâlâ Tüketici Hakem Heyetleri (THH) üzerinden çözülüyor. Belirlenen parasal sınırın altındaki uyumsuzluklarda tüketiciler ücretsiz başvuru yapabiliyor. Üstelik hakem heyeti kararları ilam niteliğinde olduğundan doğrudan icra edilebiliyor. Uzmanlara göre bu sistem Türkiye’nin tüketici hukukundaki en güçlü mekanizmalarından biri olarak öne çıkıyor. Özellikle yüksek dava masraflarıyla uğraşmadan hak arama imkânı sunması nedeniyle tüketiciler açısından önemli bir avantaj sağlıyor.

YAZILI BİLDİRİM YAPILMALI

Uzman hukukçular, gizli ayıp şüphesi ortaya çıktığında zaman kaybedilmemesi gerektiğini vurguluyor. Kusur fark edildiği anda satıcıya yazılı bildirim yapılması büyük önem taşıyor. WhatsApp mesajları, e-posta yazışmaları, noter ihtarnameleri ve servis kayıtları ileride açılacak davalarda kritik delil niteliği taşıyor. Yetkili servis incelemeleri ve bilirkişi raporları ise arızanın satış öncesinden kaynaklandığını kanıtlamak açısından belirleyici oluyor. Türk hukukunda ikinci el araç satışlarında ayıba karşı sorumluluk genel olarak iki yıllık zamanaşımına tabi. Ancak kilometre düşürme gibi hileli işlemlerde satıcının ağır kusurlu sayılması nedeniyle bu süre sınırlaması uygulanmayabiliyor.

GÜVEN KRİZİ DERİNLEŞİYOR

İkinci el araç piyasasında yaşanan temel sorunlardan biri artık teknik arızalardan çok güven eksikliği. Tüketiciler satın aldıkları aracın geçmişinden emin olamazken, satıcılar da ağır hukuki sorumluluklarla karşı karşıya kalıyor. Yargıtay kararları ise bu denklemde giderek daha net bir mesaj veriyor: İkinci el araç satışında gizli ayıbın bedelini çoğu durumda tüketici değil, satıcı ödemek zorunda kalacak.



KİLOMETREYİ BEN DÜŞÜRMEDİM

• YARGITAY 3. HUKUK DAİRESİ
(2022/2762367)

Bir tüketici, satın aldığı aracın kilometresinin düşürüldüğünü kullanım sonrasında fark ederek dava açtı. Satıcı ise kilometre işlemini kendisinin yapmadığını ve araçtaki durumdan haberi olmadığını savundu. Yargıtay, satıcının kusuru bilmese bile gizli ayıptan sorumlu olduğuna hükmetti. Kararda, kilometre düşürme işlemi “gizli ayıp” sayıldı ve satıcının iyi niyetli olmasının sorumluluğu ortadan kaldırmayacağı vurgulandı.

ARAŞTIRSAYDI SAVUNMASINA RET

• YARGITAY 13. HUKUK DAİRESİ
(E. 2015/30347, K. 2017/11464)

Satın aldığı aracın ağır hasarlı olduğunu sonradan öğrenen tüketici dava açtı. Satıcı ise alıcının TRAMER sorgusu yaparak bu bilgiyi öğrenebileceğini savundu. Yargıtay, tüketicinin satış öncesinde TRAMER sorgusu yapma zorunluluğu bulunmadığına karar verdi. Mahkeme, satıcının aracı hasarsız tanıtmasının veya ağır hasarı gizlemesinin sorumluluğu ortadan kaldırmayacağını belirtti.

Mahkeme kararlarında ekspertiz firmalarının sorumluluğu da genişletildi. Ekspertiz raporunda ‘sorunsuz’ denilen araçlarda daha sonra ciddi mekanik kusurların ortaya çıkması halinde firmalar ayıplı hizmet nedeniyle sorumlu tutulabilecek.



YENİ DÜNYA DÜZENİNİ ANLAMADAN KRİZLERİ ÇÖZEMEYİZ

Uluslararası ilişkiler, rekabet hukuku ve tüketici politikaları çalışmalarıyla öne çıkan Prof. Dr. Uğur Özgöker, küresel güç mücadelelerine dikkat çekti. Günümüzdeki savaş ve gerilimler için ‘Yeni dünya düzenini anlamadan krizleri çözemeyiz’ ifadelerini kullandı.

Küresel siyasette artan jeopolitik gerilimler, enerji savaşları, ticaret koridorları ve dijital ekonomide büyüyen tekelleşme tartışmaları dünya gündeminin merkezinde yer almayı sürdürüyor. ABD-İsrail-İran hattında yükselen tansiyonun dünya ekonomisine etkileri, NATO’nun geleceği, Avrupa Birliği’nin güvenlik politikaları ve Türkiye’nin stratejik konumu yeniden tartışılırken; teknoloji şirketlerinin yükselen gücü ve yapay zekânın tüketici davranışları üzerindeki etkisi de hukuk dünyasında yeni bir dönemin kapısını aralıyor.

Arel Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölüm Başkanı, Uluslararası Diplomatlar Birliği Başkan Yardımcısı, Türk-Kuzey Kıbrıs Türk Ticaret Odası Başkanı, Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Derneği Başkanı, Rekabet Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı ve İstanbul Çevre Konseyi Federasyonu Başkanı Prof. Dr. Uğur Özgöker, küresel dengelerden tüketici haklarına yaşananları anlattı. Orta Doğu’daki krizlerin yalnızca askeri değil, ekonomik ve stratejik boyutlarıyla okunması gerektiğini vurgulayan Prof. Dr. Özgöker, dijital çağda “siber tüketici hukuku” kavramının ön plana çıkacağını söyledi.

KÜRESEL GERİLİM VE JEOPOLİTİK DENGİ

ABD-İsrail-İran geriliminin perde arkasında sizce ne var? Ana neden gerçekten İran’ın nükleer silaha sahip olma ihtimali mi?

“İran meselesini yalnızca nükleer silah başlığı üzerinden okumak eksik olur. Elbette İran’ın nükleer kapasitesi, İsrail ve ABD açısından stratejik bir güvenlik meselesidir. Ancak burada daha geniş bir jeopolitik denklem vardır. Orta Doğu, enerji kaynakları, ticaret yolları, deniz geçişleri ve küresel güç mücadelesinin merkezlerinden biridir. Pentagon, istihbarat yapıları ve küresel sermaye üçgeni bu süreçlerde belirleyici aktörlerdir. Savunma sanayii, enerji piyasaları, finans çevreleri ve bölgesel güvenlik politikaları birbirinden bağımsız değildir. Bölgedeki her kriz, yalnızca askeri değil, aynı zamanda ekonomik sonuçlar doğurur. Bu nedenle İran’a yönelik baskıyı sadece nükleer programla açıklamak yerine; enerji güvenliği, İsrail’in bölgesel üstünlüğü, ABD’nin küresel liderlik iddiası ve Çin-Rusya ekseninin sınırlandırılması çerçevesinde değerlendirmek gerekir.”

HÜRMÜZ FİYATLARI ARTIRIR

Hürmüz Boğazı’nda tırmanan gerilim dünya ekonomisinde yeni bir enflasyonist dalgayı tetikler mi?

“Hürmüz Boğazı dünya enerji güvenliği açısından kritik bir geçiş noktasıdır. Petrol ve doğal gaz sevkiyatında yaşanacak en küçük aksama bile küresel piyasalarda psikolojik etki yaratır. Bu durum enerji fiyatlarını yukarı çeker, taşıma maliyetlerini artırır ve kısa sürede gıda, sanayi üretimi ve ulaştırma fiyatlarına yansır. Dolayısıyla Hürmüz’de yaşanacak ciddi bir tırmanma, yeni bir enflasyonist dalgayı tetikleyebilir. Özellikle Avrupa gibi enerji bağımlılığı yüksek ekonomilerde bu etki daha sert hissedilir. Türkiye açısından da enerji ithalatı nedeniyle cari açık, üretim maliyetleri ve tüketici fiyatları üzerinde baskı oluşabilir. Bu yüzden Hürmüz Boğazı’ndaki gerilim yalnızca bölgesel değil, küresel ekonomik sonuçları olan bir meseledir.”

SOSYAL MEDYA TEPKİSİ ÖNEMLİ

“Sosyal medya boykotları, tüketicinin tepkisini görünür kılması bakımından önemlidir. Özellikle fahiş fiyat, kötü hizmet, çevre duyarlılığı veya etik dışı uygulamalar karşısında şirketler üzerinde itibar baskısı oluşturabilir. Günümüzde marka değeri çok hassas olduğu için bu tür tepkiler firmaları kısa vadede davranış değişikliğine zorlayabilir. Ancak bu boykotların kalıcı etki yaratabilmesi için örgütlü, bilinçli ve sürdürülebilir olması gerekir. Anlık tepkiler çoğu zaman birkaç gün içinde gündemden düşmektedir. Piyasayı gerçekten regüle eden şey; bilinçli tüketici davranışı, güçlü tüketici örgütleri, etkin kamu denetimi ve rekabetçi piyasa yapısıdır. Sosyal medya önemli bir araçtır, fakat tek başına kalıcı çözüm değildir.”

Özellikle fahiş fiyat, kötü hizmet, çevre duyarlılığı veya etik dışı uygulamalar karşısında şirketler üzerinde itibar baskısı oluşturabilir.

AB SAVUNMADA DA ROL ÜSTLENMELİ

Avrupa ve ABD arasında Trump sonrası yaşanan gerilim Batı dünyasında dengeleri nasıl değiştirir? NATO için nasıl bir gelecek bekliyorsunuz?

“Trump dönemi, Avrupa’ya ABD güvenlik şemsiyesinin artık koşulsuz olmadığı mesajını verdi. Bu durum Avrupa’da stratejik özerklik tartışmalarını güçlendirdi. Avrupa Birliği artık sadece ekonomik bir birlik değil, savunma ve güvenlik alanında da daha fazla sorumluluk almak zorunda olduğunu görüyor. Ancak NATO’nun kısa vadede önemini kaybetmesini beklemiyorum. NATO hâlâ Batı güvenlik mimarisinin temel kurumudur. Fakat NATO’nun geleceği daha dengeli yük paylaşımına bağlı olacaktır. ABD, Avrupalı müttefiklerinden daha fazla savunma harcaması ve daha fazla sorumluluk beklemektedir. Bu süreçte Türkiye’nin NATO içindeki jeopolitik önemi daha da artmaktadır. Çünkü Türkiye hem Karadeniz, hem Orta Doğu, hem Balkanlar hem de Kafkasya denkleminde kilit bir ülkedir.

Savunma sanayii, enerji piyasaları, finans çevreleri ve bölgesel güvenlik politikaları birbirinden bağımsız değildir. Bölgedeki her kriz, yalnızca askeri değil, aynı zamanda ekonomik sonuçlar doğurur.



TÜRKİYE VAZGEÇİLMEZ AKTÖR

Ankara'nın son dönemde AB'ye yaptığı “Türkiye’siz AB olmaz” uyarılarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu uyarı stratejik olarak doğru bir tespittir. Avrupa Birliği'nin Türkiye'yi tamamen dışlayan bir güvenlik, enerji, göç ve ticaret politikası oluşturması gerçekçi değildir. Türkiye, Avrupa'nın doğuya açılan kapısıdır. Enerji koridorları, göç yönetimi, savunma güvenliği, lojistik hatlar ve bölgesel krizler açısından Türkiye vazgeçilmez bir aktördür. Ancak bu söylemin etkili olabilmesi için Türkiye'nin de AB ile ilişkilerinde reform, hukuk devleti, ekonomik istikrar ve demokratik standartlar alanında güven artırıcı adımlar atması gerekir. Türkiye'siz AB eksik kalır; fakat AB ile güçlü ilişki kurmak isteyen Türkiye'nin de kendi iç yapısını güçlendirmesi önemlidir.”

AVANTAJI DEĞERLENDİRMELİYİZ

Türkiye Orta Koridor ile lojistik merkezi olabilir mi?

“Türkiye Orta Koridor'un en kritik ülkelerinden biridir. Çin'den başlayıp Orta Asya, Hazar, Kafkasya ve Türkiye üzerinden Avrupa'ya ulaşan hat, küresel ticaret açısından büyük önem taşımaktadır. Rusya-Ukrayna savaşı sonrasında Kuzey Koridoru'nun riskli hale gelmesi, Orta Koridor'un değerini artırmıştır. Türkiye, limanları, demiryolları, karayolu bağlantıları ve jeopolitik konumu ile doğal bir lojistik merkez olma potansiyeline sahiptir. Ancak bu potansiyelin gerçeğe dönüşmesi için altyapı yatırımları, gümrük süreçlerinin hızlandırılması, dijital lojistik sistemleri, demiryolu kapasitesinin artırılması ve bölgesel iş birliğinin güçlendirilmesi gerekir. Yani Türkiye'nin avantajı vardır; mesele bu avantajı kurumsal kapasiteyle desteklemektir.”

DİJİTAL REKABET VE TÜKETİCİ HAKLARI

Geçmişte Rekabet Kurumu'nda görev aldınız. Günümüzün dev küresel teknoloji ve enerji şirketlerinin yarattığı tekeli yapıları uluslararası rekabet hukuku açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?

“Günümüzde rekabet hukukunun en büyük meydan okuması dijital platformlar ve enerji devleri karşısında ortaya çıkmaktadır. Teknoloji şirketleri artık sadece birer ticari aktör değil; veri, algoritma, reklam, ödeme sistemleri ve tüketici davranışı üzerinde büyük kontrol gücüne sahip yapılarıdır. Bu durum klasik rekabet hukuku araçlarını yetersiz bırakabilmektedir. Özellikle veri tekeli, algoritmik fiyatlandırma, platform bağımlılığı ve küçük işletmelerin pazara girişinin engellenmesi ciddi tehditlerdir. Enerji sektöründe ise arz güvenliği, fiyat belirleme gücü ve jeopolitik bağımlılık rekabeti sınırlandıran unsurlardır. Bu nedenle uluslararası rekabet hukukunun artık sadece şirket birleşmelerini değil, veri sahipliğini, algoritmaları ve platform gücünü de denetleyen daha kapsamlı bir yapıya kavuşması gerekir.”

Türkiye, limanları, demiryolları, karayolu bağlantıları ve jeopolitik konumu ile doğal bir lojistik merkez olma potansiyeline sahiptir.

FAHİŞ FİYATA KARŞI İŞBİRLİĞİ

Türkiye'deki Rekabet Kurumu kararları ve Tüketici Kanunu, tekelleşme ve fahiş fiyat zararını önlemede yeterince senkronize çalışıyor mu?

Türkiye'de Rekabet Kurumu ve tüketici mevzuatı önemli bir hukuki altyapıya sahiptir. Rekabet Kurumu piyasanın yapısını, kartelleşmeyi, hâkim durumun kötüye kullanılmasını ve rekabeti bozucu anlaşmaları denetler. Tüketici Kanunu ise daha çok tüketicinin doğrudan uğradığı zararı, ayıplı mal ve hizmeti, haksız şartları ve bilgilendirme yükümlülüklerini düzenler. Ancak fahiş fiyat meselesi bu iki alanın kesişim noktasında yer almaktadır. Burada daha güçlü bir koordinasyona ihtiyaç vardır. Çünkü tüketiciye yansıyan yüksek fiyat her zaman rekabet ihlali olmayabilir; maliyet artışı, kur etkisi veya arz sorunu da olabilir. Fakat piyasada anlaşmalı fiyat artışı, stokçuluk, hâkim durumun kötüye kullanılması veya kartel davranışı varsa Rekabet Kurumu'nun hızlı ve caydırıcı biçimde devreye girmesi gerekir. Bu nedenle kurumlar arası veri paylaşımı, piyasa izleme sistemleri ve denetim kapasitesi daha da güçlendirilmelidir.”

THH'LERİN DİJİTAL ALTYAPISI GÜÇLENMELİ

Tüketici Hakem Heyetlerinin (THH) işleyişini, karar mekanizmalarını ve bağılayıcılığını nasıl değerlendiriyorsunuz?

“Tüketici Hakem Heyetleri, tüketicinin adalete erişimini kolaylaştıran çok önemli yapılardır. Mahkemeye gitmeden, daha hızlı ve masrafsız şekilde uyuşmazlık çözmeye imkânı sağlarlar. Bu yönüyle sosyal devlet anlayışı açısından değerlidir. Ancak uygulamada bazı sorunlar bulunmaktadır. Dosya yoğunluğu, karar süreleri, uzmanlık gerektiren teknik konular ve kararların uygulanmasında yaşanan gecikmeler tüketicinin memnuniyetini azaltabilmektedir. Hakem heyetlerinin dijital altyapısı güçlendirilmeli, kararların takibi kolaylaştırılmalı ve özellikle e-ticaret, dijital abonelikler, finansal hizmetler gibi alanlarda uzmanlaşma artırılmalıdır. Kararların bağılayıcılığı önemlidir; fakat bağılayıcılığın fiilen etkili olabilmesi için icra ve denetim mekanizmalarının da hızlı işlemesi gerekir.”

SİBER TÜKETİCİ HUKUKU OLMALI

Yapay zekâ algoritmalarının tüketiciyi manipüle etmesi karşısında bizi nasıl bir “Siber Tüketici Hukuku” bekliyor?

Önümüzdeki dönemde tüketici hukukunun en önemli alanlarından biri yapay zekâ ve algoritmik karar alma süreçleri olacaktır. Bugün tüketiciler yalnızca reklamlarla değil, kişiselleştirilmiş fiyatlar, hedefli kampanyalar, karanlık tasarım kalıpları, sahte yorumlar ve algoritmik yönlendirmelerle etkilenmektedir. Bu nedenle klasik tüketici hukukunun yanına “siber tüketici hukuku” diyebileceğimiz yeni bir yaklaşım eklenmelidir. Tüketici, bir algoritmanın kendisine neden belirli bir fiyat sunduğunu, neden belirli bir ürüne yönlendirildiğini veya hangi verilerinin kullandığını bilme hakkına sahip olmalıdır. Şeffaflık, veri koruma, algoritmik denetim ve dijital platform sorumluluğu bu yeni dönemin temel başlıkları olacaktır. Gelecekte tüketici hukukunun sadece mal ve hizmeti değil, veriyi, algoritmayı ve dijital davranış mühendisliğini de denetlemesi gerekecektir.

TÜKETİCİ BİLİNÇLİ AMA ÖRGÜTLÜ DEĞİL

“Türk tüketicisi geçmişe göre daha bilinçlidir; ancak örgütlü olma konusunda hâlâ yeterli seviyede değildir. Bireysel şikâyet mekanizmaları kullanılmaktadır, fakat tüketici derneklerine üyelik, toplu hareket etme kültürü ve hak arama bilinci istenen düzeyde değildir. Tüketici hakları yalnızca devletin denetimiyle korunamaz. Tüketicinin de bilinçli, sorgulayan, örgütlenen ve hakkını takip eden bir aktör olması gerekir. Eğitim burada çok önemlidir. Okullarda, üniversitelerde ve medya aracılığıyla tüketici bilinci artırılmalıdır. Çünkü güçlü tüketici, sağlıklı piyasanın en önemli güvencelerinden biridir. Tüketici bilinçli olmazsa piyasa aktörleri üzerindeki denetim de eksik kalır.”

Tüketici hakları yalnızca devletin denetimiyle korunamaz. Tüketicinin de bilinçli, sorgulayan, örgütlenen ve hakkını takip eden bir aktör olması gerekir.



Hakem heyetlerinin dijital altyapısı güçlendirilmeli, kararların takibi kolaylaştırılmalı ve özellikle e-ticaret, dijital abonelikler, finansal hizmetler gibi alanlarda uzmanlaşma artırılmalıdır.

KART AİDATLARINDA 'HAKSIZ ŞART' ÇIKMAZI

Kredi kartı aidatları tüketicinin cebinden her yıl sessizce çıkıyor. Ancak Yargıtay kararları ve tüketici mevzuatı, “zorunlu ücret” olarak görülen bu kesintilere karşı vatandaşlara güçlü haklar tanıyor. Uzmanlara göre aidatsız kart seçeneği sunulmayan durumlarda, tüketiciler geriye dönük 10 yıllık ücret iadesi talep edebiliyor.



Milyonlarca kredi kartı kullanıcısının her yıl ekstrelerinde gördüğü “Yıllık Üyelik Ücreti” kalemi, tüketici hukuku ile bankacılık uygulamaları arasında bir çekişme noktası olmaya devam ediyor. Peki, Yargıtay bu konuda ne diyor? Tüketici Hakem Heyetleri hangi durumlarda iade kararı veriyor?

Günümüzde cüzdanımızdaki plastik kartlar, alışverişin ötesinde birer hukuki sorumluluk belgesi niteliğinde. Ancak bu kartların ‘yıllık aidatları’, tüketiciler için hala en büyük şikâyet konularının başında geliyor. Bankaların ‘operasyonel maliyet’ olarak savunduğu bu ücretler, tüketici cephesinde ‘haksız bir kazanç’ olarak görülüyor.

YARGITAY’IN ‘MÜZAKERE’ KRİTERİ

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun yerleşik içtihatlarına göre, bir sözleşme maddesinin geçerli olabilmesi için o maddenin tüketiciyle müzakere edilmiş olması gerekiyor. Eğer banka, kredi kartı sözleşmesini matbu (standart) bir form olarak önünüze koymuşsa ve siz aidat maddesine müdahale edememişseniz, bu madde ‘haksız şart’ kabul edilebiliyor. Yargıtay kararlarının altını çizdiği en kritik nokta ise şöyle; “Tüketicinin onayının alınmadığı ve karşılığında somut bir hizmetin sunulmadığı aidatlar, iadeye tabidir.”

TERCİH DEĞİL ZORUNLULUK

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, bankalara çok net bir görev yüklüyor. Bu görevlerden biri de; tüketiciye yıllık üyelik aidatı olmayan bir kart seçeneği sunulması. Eğer banka, aidatsız kart alternatifi sunmadan doğrudan aidatlı kart tanımlarsa burada hukuk devreye giriyor. Bu durumda alınan ücretlerin iadesinin Tüketici Hakem Heyetleri kanalıyla sağlanıyor. Birçok tüketici sadece son ekstresindeki aidata odaklanırken, Borçlar Kanunu’ndaki zamanaşımı hükümleri uyarınca kart kullanıcısının geriye dönük 10 yıllık aidat iadesi talep etme hakkı bulunuyor. Bunun için yapılması gerekense; bankadan son 10 yılın dökümü istemek ve toplam tutar üzerinden tek bir başvuru ile hak arama süreci başlatmak.

ADIM ADIM İADE REHBERİ

Kredi kartı kullanıcısının iade için izlemesi gereken yol ise şöyle sıralanıyor; Öncelikle ekstrenizi kontrol edin. Kesilen tutarı ve ‘yıllık üyelik ücreti’ ibaresini netleştirin. Ardından müşteri hizmetlerini arayarak iade talebinizi sözlü iletin. Birçok banka, ‘iptal riski’ nedeniyle bu aşamada iadeyi veya puan yüklemesini kabul ediyor. Eğer müşteri hizmetleri ile yaptığınız sözlü iletişimden bir sonuç alamazsanız e-Devlet üzerinden Tüketici Bilgi Sistemi (TÜBİS) aracılığıyla Hakem Heyeti’ne dilekçenizi verin. Hakem heyetine yapacağınız başvuru ve devamında hiçbir ücret ödemeniz gerekmeyecek.

Eğer banka, kredi kartı sözleşmesini matbu (standart) bir form olarak önünüze koymuşsa ve siz aidat maddesine müdahale edememişseniz, bu madde ‘haksız şart’ kabul edilebiliyor.

BİLİNÇLİ TÜKETİCİ KAZANIYOR

Bankaların tek taraflı uygulamalarının, yasaların üzerinde olmadığını belirten Tüketici Hakem Heyeti Derneği; “Kart aidatı ödemek bir kader değil, sözleşmesel bir detaydır. Haklarınızı bilmek, bütçenizi korumanın ilk adımıdır” diyerek üyelik aidatı konusunda kart kullanıcılarını uyardı.

Eğer banka, aidatsız kart alternatifi sunmadan doğrudan aidatlı kart tanımlarsa burada hukuk devreye giriyor. Bu durumda alınan ücretlerin iadesinin Tüketici Hakem Heyetleri kanalıyla sağlanıyor.



ASGARİ ÜCRETİN ALIM GÜCÜ SINAVINDA TÜRKİYE, ALMANYA VE İNGİLTERE CÜZDANDAKİ SAVAŞ

Ekonomik refahın ölçülmesinde nominal maaşların büyüklüğü değil, o maaşın market kasasında ve otomobil bayisinde ne kadarlık bir karşılık bulduğu önem arz ediyor.

Ekonomi literatüründe son yılların en çok tartışılan kavramlarından biri hiç şüphesiz “Satın Alma Gücü Paritesi” (SGP) ve nominal ücret illüzyonu. Bir ülkedeki asgari ücretin kendi para birimi cinsinden binlerce birime ulaşması, o ülkedeki bireyin rahat bir yaşam sürdüğü anlamına gelmiyor. Gerçek refah; çalışanın emeği karşılığında aldığı ücretle, yaşamını sürdürmek için almak zorunda olduğu mal ve hizmet sepetinden kaç adet doldurabildiğiyle ölçülüyor. Bu araştırma dosyamızda; Türkiye, Almanya ve Birleşik Krallık (İngiltere) ekseninde asgari ücretli bir çalışanın alım gücünü iki temel lokomotif sektör olan “gıda” ve “otomobil” üzerinden, yerli ve yabancı saygın ekonomistlerin analizleriyle inceledik.

KİM, NE KAZANIYOR

2026 yılı itibarıyla üç ülkenin resmi otoriteleri tarafından belirlenen net asgari ücret seviyelerine baktığımızda ilk olarak karşımıza nominal bir uçurum çıkıyor. Türkiye’de yapılan son düzenlemelerle net asgari ücret 28.075,50 TL olarak uygulanıyor. Federal Almanya’da asgari saatlik ücretin 13,90 Euro’ya yükseltilmesiyle, tam zamanlı bir çalışanın net aylık geliri medyan olarak 1.650 ila 1.750 Euro bandına yerleşti. İngiltere’de ise “National Living Wage” (Ulusal Yaşam Ücreti) uygulaması kapsamında saatlik ücretin 12,20 Sterlin’e ulaşması, net aylık geliri ortalama 1.700 ila 1.800 Sterlin seviyesine taşıdı. Londra Ekonomi Okulu (LSE) bünyesinde çalışan

makroekonomistlerin ortaklaştığı rapora göre; “Gelişmekte olan ekonomilerde asgari ücret artışlarının nominal olarak yüksek oranlarda yapılması, enflasyonist döngü kırılmadığı sürece sadece geçici bir rahatlama sağlar. Gelişmiş batı ekonomilerinde ise ücret artışları düşük oranlı görünse de, fiyat istikrarı nedeniyle alım gücü endeksinde doğrusal bir kazanca dönüşür.”

MUTFAKTAKİ YANGIN

Tüketicinin her gün doğrudan hissettiği en net barometre mutfak masraflarıdır. Eurostat ve TÜİK verilerinden derlenen 2026 yılı gıda fiyat endekslerine göre, üç ülkedeki asgari ücretlinin “temel gıda maddelerine” erişim katsayısı yapısal bir ayrışmayı ortaya koyuyor.

Almanya’da asgari ücretle çalışan bir birey, aylık net geliriyle yaklaşık 1.230 litre süt veya 88 kilogram dana eti satın alabiliyor. Benzer şekilde İngiltere’deki bir asgari ücretli, zincir marketlerden aylık kazancıyla ortalama 1.150 litre süt ya da 85 kilogram kırmızı et tedarik edebilme gücüne sahip.

Türkiye’deki mevcut fiyat mekanizmasında ise durum oldukça farklı. 2026 yılı güncel piyasa koşullarında, 28.075 TL’lik net asgari ücretle bir Türk tüketicisi yaklaşık 432 litre süt veya ortalama 40 kilogram dana eti alabiliyor. Yabancı ekonomi enstitülerinin Türkiye raporlarında şu analize yer veriliyor: “Türkiye’de gıda enflasyonunun genel tüketici fiyat endeksinin üzerinde seyretmesi, asgari ücretli çalışanların toplam gelirleri içinde gıdaya ayırmak zorunda oldukları payı %45’lerin üzerine çıkarmıştır. Almanya ve İngiltere’de bu oran %12 ila %15 bandındadır.”

HAYALLER VE VERGİLER

Alım gücü farkının en çarpıcı, hatta sarsıcı olduğu alan ise otomotiv sektörüdür. Bu alandaki makasın bu denli açılmasının yegane sebebi sadece kur farkı değil, ülkelerin uyguladığı vergi politikaları. Almanya’da üretilen veya ithal edilen orta segment sınıf bir binek aracın taban fiyatı yaklaşık 28.000 ila 32.000 Euro seviyesinde. Almanya’da asgari ücretli bir çalışan, yemeden içmeden para biriktirdiği senaryoda yaklaşık 16-18 ay içinde bu araca sıfır kilometre olarak sahip olabilmekte. İngiltere’de ise benzer bir aracın fiyatı 25.000 ila 29.000 Sterlin arasında değişmekte ve satın alma süresi 15-17 ay bandında seyrediyor. Türkiye’de ise aynı segmentteki bir aracın fiyatı, 2026 yılı vergi baremleriyle 1.500.000 TL sınırını aşmış durumda. Türkiye’deki bir asgari ücretlinin aynı aracı satın alabilmesi için hiçbir harcama yapmadan tam 54 ay çalışması gerekiyor.

ADALET VE FİYAT MEKANİZMASI

Otomobil fiyatlarındaki bu devalüatif farkın arkasında yatan temel neden, Türkiye’ye özgü Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) ve KDV bileşimi. Almanya’da otomobil satışlarında sadece yüzde 19 standart katma değer vergisi uygulanıyor. Lüks tüketim veya motor hacmine göre katlanarak artan ekstra bir vergi modeli yok. İngiltere’de bu oran yüzde 20 ile sınırlı. Türkiye’de ise otomobillerde motor silindir hacmine ve matrah limitlerine göre değişen %45’ten başlayıp %220’ye kadar yükselen ÖTV uygulanıyor. Bu ÖTV’li tutarın üzerine bir de %20 KDV ekleniyor. Yani Türk tüketicisi, bir araç satın alırken aslında devlete iki veya üç araç parası vergi ödemek zorunda kalıyor.

ASGARİ ÜCRET VE SATIN ALMA GÜCÜ (2026)

AYLIK NET ASGARİ ÜCRET

Türkiye	28.075,50 TL
Almanya	1.700 Euro
İngiltere	1.750 Sterlin

1 LİTRE SÜT FİYATI

Türkiye	65 TL
Almanya	1,38 Euro
İngiltere	1,50 Sterlin

MAAŞLA ALINABİLEN SÜT (LİTRE)

Türkiye	432 Litre
Almanya	1.231 Litre
İngiltere	1.166 Litre



YÜZDE 70 VERGİ

Ekonomistlerin analizlerine göre; dolaylı vergilerin toplam vergi gelirleri içindeki payının Türkiye’de %70’e yaklaşması, asgari ücretlinin tüketim aşamasında çok ağır bir vergi yükü altında kalmasına neden oluyor. Almanya ve İngiltere gibi gelişmiş ülkelerde ise vergi adaleti büyük oranda “kazançtan alınan dolaysız vergilerle” sağlandığı için, dar gelirli vatandaşın tüketim esnasındaki cezalandırılması engellenmiş oluyor.

BİLİNÇLİ TÜKETİCİ

Türkiye’deki asgari ücretlilerin, gıda ve ulaşım gibi en temel insani ihtiyaçlara erişimde batıdaki akranlarına kıyasla 3 ila 4 kat daha fazla emek harcamak zorunda kalması, çözülmesi gereken yapısal bir ekonomik problem olarak gösteriliyor. Bilinçli tüketicinin, sadece etiket fiyatını değil, o etiketi oluşturan maliyet ve vergi sarmalını da sorgulayan tüketici olduğunu unutmamak gerekiyor.



FERHAT BOZÇELİK, PROF. DR. UĞUR ÖZGÖKER, CELAL TOPRAK, DÜRBAY DURAN, ÜLKÜ ALEMDAR, ŞAHİN ALEMDAR, NİHAT TANRIKULU



AYŞE DERVA KAHRAMAN, FEHİM USTAOĞLU DAMLA DADGAR, UĞUR ÖZGÖKER, LEYLA PEKER

Hayata Değer Katanlar Zirvesi ve Ödül Töreni
üçüncü kez gerçekleştirildi:

HAYATA DEĞER KATTILAR

Hayata Değer Katanlar Zirvesi ve Ödül Töreni üçüncü kez gerçekleştirildi. Üreten iş dünyası, sanat ve siyaset dünyasından isimleri bir araya getiren gece yeni fırsatların da kapısını araladı.

Lobin International tarafından “İlham Veren Liderler, Güçlü İş Birliklikleri, Sürdürülebilir Gelecek” temasıyla düzenlenen 3. Hayata Değer Katanlar Zirvesi ve Ödül Töreni; iş, siyaset, akademi ve sanat dünyasının önde gelen isimleri katıldı. İstanbul Ataköy Romu Ristorante'nin ev sahipliğinde ve Uluslararası Diplomatlar Birliği'nin gerçekleştirilen zirvenin açılışında konuşan Lobin International Yönetim Kurulu Başkanvekili Fehim Ustaoglu; 39 yıldır ülkemizin itibarını yükseltmek için dünyanın birçok yerine imalat ve hizmet sektöründe geldiği yeri ifade etmek için toplantılar yaptıklarını ve konferanslar düzenlediklerini söyledi. Ustaoglu, ikinci kuşak temsilci olarak 40 yıla yakın bir süredir tüketicinin bilinçlenmesi için çalıştıklarını hatırlatarak bu nedenle düzenledikleri 'Hayata Değer Katanlar' zirvesini çok önemsediklerini kaydetti. “Türkiye'nin üretim ve hizmet gücünün dünya arenasında çok daha görünür olması gerekir” diyen Ustaoglu, Lobin International olarak bu amaçla yola çıktıkları ilk günkü heyecanla çalıştıklarını söyledi.

ÜRETİM VE TÜKETİMDE BİLİNÇ

Sadece Türkiye'yi dünyaya tanıtmakla kalmadıklarını aynı zamanda tüketici ve üreticinin bilinçlenmesi için de birçok organizasyonu hayata geçirdiklerini anlatan Ustaoglu, “Hayata değer katmak, üretmek, ilham olmak ve gelecek nesillere güçlü bir miras bırakmaktır. Bu zirve farklı alanlarda başarılarıyla örnek olan isimleri ortak bir vizyonda buluşturmaktadır. 3. Hayata Değer Katanlar Zirvesini İstanbul'da dünyanın merkezi, başkenti olacak bir şehirde gerçekleştiriyoruz. Böylesi güzel bir etkinlikte böylesi güzel insanlarla beraber olmak imkanı sunuyor. Bu yolculukta bizlere destek veren tüm kişi ve kuruluşlara teşekkür ediyorum” ifadelerini kullandı.

3. kez düzenlenen ödül töreni için hazırlanan pastayı davetliler birlikte kesti. Geceye iş, akademi, sanat, siyaset, basın ve spor camiasından çok sayıda seçkin isim katıldı.





Geceye katılan davetliler kırmızı halıda yürürken şıklıkları ile de öne çıktı. Ödül alan isimlerin heyecanı ise dikkatlerden kaçmadı.



SEFA ZENGİN, AZMİ OFLUOĞLU, FEHİM USTAOĞLU

ÖDÜLLER SAHİPLERİNİ BULDU

DAMLA DADGAR
Romu Ristorante Yönetim Kurulu Başkanı

PROF. DR. UĞUR ÖZGÖKER
T.C. Arel Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölüm Başkanı

PROF. DR. AYŞE KAHRAMAN
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Grafik Tasarım Programı

İRAJ ALİPOUR
Avrupa Ekonomi Senatosu Ortadoğu Başkanı

AV. SERKAN BAYRAM
İstanbul Milletvekili

ÜLKÜ ALEMDAR(KKTC İSTANBUL KONSOLosu)
KKTC Ekonomi ve Enerji Bakanı adına

DERYA ŞAHİN
Dil Bilimleri Onur Ödülü

BETÜL GÜLBAHAR
Kadınlar Konfederasyonu Başkanı

DR. OĞUZHAN AKGÜL

NİHAT TANRIKULU:
TÜMKİAD Genel Başkanı

MEHMET AYDIN
TGRT Haber Spikeri

FERHAT KARA
Bereket Şirketler Grubu CEO'su

DR.AZMİ OFLUOĞLU
T.C.Yeni Yüzyıl Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı

SEFA ZENGİN
Oyuncu

ORHAN AYDIN
Oyuncu

HABERLER.COM
Dijital habercilik platformu

ABDULLAH YAŞAR
Ortak Karar İş Platformu Başkanı

ADEM BİRİNCİ
"Milletin Efendisi" programı sunucusu

NİHAL COŞKUN
TV programcısı

ZİYA KAPLAN & OKAN ÇETİNDAG
Akit TV adına

SEVTUĞ
Sanatçı

ÜMİT EFE
DEİK Sağlık İş Konseyi İcra Kurulu Üyesi

ORHAN BELLİ
La Reine Butik Pasta sahibi

MAHMUT ÖZDEMİR
İnci Reklam Ajansı sahibi

DURBEY DURAN
Lonca Medya temsilcisi

MEHMET TAŞCI
Kadıköy Anadolu Meslek Lisesi Müdürü

SELÇUK FİDAN

SELÇUK ABAY
Türk rock müzik sanatçısı

ZAFER AĞACIK
Z7 Film Production sahibi

MUSTAFA BOZKURT
By Mustafa markası sahibi



Hayata değer katanların ödüllendirildiği gece aynı zamanda yeni dostlukların kurulmasına da vesile oldu.



SELEN ÇELİKÖZ, SERAP DUYGULU, AİDA NAVIDA



CENK DAĞCI



AYŞEGÜL KARAER, ABDULLAH YAŞAR

Ödül alan isimler, ürettikleriyle insana dair hayata değer katmaya devam edeceklerini, bu ödülün kendileri için bir motivasyon kaynağı olduğunu söyledi.

ÜLKE TANITIMINA BÜYÜK KATKI

Gecede kısa bir konuşma yapan Arel Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölüm Başkanı Prof. Dr. Uğur Özgöker'de, Lobin International'ın misyonuyla ülkeye çok büyük katkılar sağladığını söyledi. Özgöker, "Geçtiğimiz haftalarda benzeri bir organizasyonu Londra'da tertipleddiler, dünyanın birçok ülkesinde bu tür organizasyonlar yapan Fehim Ustaoglu ve ekibine teşekkür ediyoruz çünkü Türkiye'nin tanıtımına katkı sağlıyorlar" diye konuştu. Prof. Dr. Özgöker, dünya çapında gerçekleştirilen bu tür organizasyonlara iş ve siyaset camiasının destek vermesi çağrısını yaptı. Romu Ristorante Yönetim Kurulu Başkanı Damla Dadgar da, organizasyona ev sahipliği yapmanın mutluluğunu yaşadıklarını ifade etti. Dadgar, "Burada iş dünyamızın, akademi dünyamızın, sanat ve basın dünyamızın saygın isimlerini

bir arada görmek, üretici ve tüketicinin bilinçlendirilmesini hedefleyen bir zirveye ev sahipliği yapmak bizim için de çok önemliydi" diye konuştu.

KEYİF DOLU BİR GECE

3. Hayata Değer Katanlar Zirvesi protokol konuşmalarının ardından sahne performanslarıyla devam etti. Gecede sahne alan sanatçı ve DJ performansları davetlilere unutulmaz anlar yaşattı. Farklı sektörde faaliyet gösteren üreticilerin, sanat ve siyaset dünyasından isimlerin tanışmasına, yeni dostlukların kurulmasına vesile olan gecenin ödül töreninde de renkli görüntüler yaşandı. Türkiye'nin tanıtımına katkı sağlayan, ürettikleriyle hayata değer katan; iş, akademi, medya ve sanat dünyasından birçok isme törenle ödülleri verildi.

AZALMAYAN İLGİ SOKAK LEZZETLERİ

Dönerden midyeye, “fusion” trendinden fiyat algısına şehirlerin değişmeyen tutkusu sokak lezzetleri günümüzde sadece klasik tatlarla değil yeni nesil yorumlarla da dönüşüm yaşıyor.

Bir gece yarısı... Bir köşe başında döner tezgâhı... Deniz kenarında midye arabası... Ya da kalabalık bir caddede kokoreç sesi... Sokak lezzetleri, şehir hayatının en değişmeyen alışkanlıklarından biri olmaya devam ediyor. Ancak 2026’ya gelindiğinde bu kültür sadece klasik tatları yeni nesil yorumlarla buluşturuyor. Döner, kokoreç ve midye hâlâ listenin zirvesinde yer alırken, “fusion street food” adı verilen yeni trend sokak yemeklerini farklı bir noktaya taşıyor.

EKONOMİK DÖNGÜ

Bazen bir konser sonrası, bazen maç sonrası kalabalıkların akın ettiği, gece çalışanların mutlaka uğradığı ya da öğrencilerin uzun ders çalışma saati sonrası kendilerini ödüllendirdiği sokak lezzetleri uzun yıllardır şehirlerde özellikle gece ekonomisinin en önemli parçası haline geldi. Bir başka deyişle şehirlerde 24 saat yaşayan ekonominin önemli bir halkası oldu.



DEĞİŞMEYEN ÜÇLÜ

Türkiye’de sokak lezzetlerinin değişmeyen üçlüsü açık ara hala; hızlı, doyurucu ve her kesime hitap etmesi özelliğine sahip döner, geç saatlerin vazgeçilmezi kokoreç, sahil şehirlerinin simgesi haline gelen midye dolma. Bu üçlü, sadece bir yemek değil; aynı zamanda şehir kültürünün bir parçası olarak kendini gösteriyor. Bu üçlünün başarısının arkasında yatan nedenlere baktığımızda ise; hızlı servis, ulaşılabilir fiyat, güçlü yerel damak tadı ve yıllara dayanan alışkanlığı görüyoruz.

YENİ TREND: “FUSION STREET FOOD”

Son yıllarda ise sokak lezzetlerinde büyük bir değişim dikkat çekiyor. “Fusion” yani karışım mutfak anlayışı olan bu yeni lezzette; klasik Türk sokak yemekleri, Asya mutfağı etkileri, Latin Amerika dokunuşları ve modern sosla sunum teknikleri bir arada

SOSYAL MEDYA GÖRÜNÜR KILDI

Sokak lezzetlerinin günümüzde daha popüler ve görünür olmasında sosyal medyanın etkisi yadsınamaz. “en iyi dönerci”, “gece yenilecek sokak lezzetleri”, “viral kokoreç videoları” sosyal medyada binlerce kez izleniyor. Bu videoları gören o lezzetleri merak edip tatmak için çıkıyor gecenin bir yarısı sokağa. Bu durum, sokak yemeği kültürünü hem büyütüyor hem de standardını yükseltiyor. Çünkü sosyal medya ile birlikte daha geniş kitlelere ulaşma isteği işletmeleri artık sadece damak tadına değil, görüntüye de önem vermeye itiyor. Sokak lezzetleri bir yandan geleneksel yapısını korurken, diğer yandan da değişimi yaşıyor.

Restoranlar değişebilir, trendler geçebilir, menüler yenilenebilir... Ama sokak lezzetleri her zaman kalır. Çünkü sokak yemekleri sadece bir beslenme biçimi değil; şehrin ritmini, insanını ve yaşam hızını anlatan en gerçek mutfaktır.

sunuluyor. Fusionda Wrap adı verilen baharatla harmanlanan döner, Kore soslu tavuk dürüm, avokadolu sokak tostları, farklı soslarla yeniden yorumlanan midye tabakları gibi birçok karışım lezzet ortaya çıkıyor. Son dönemdeki bu dönüşümün ardında ise gençlerin farklı deneyim arayışı etkili oluyor. Gençlerin ilgisini çekmek isteyen işletmeler yeni tatları hazırlayarak ya da klasik lezzetleri modern soslarla harmanlayarak onların beğenisine sunuyor.

KÜLTÜR GÖSTERGESİ

Eskiden sokak yemekleri daha çok; hızlı doyum, düşük maliyet ve pratik tüketim nedeniyle tercih ediliyordu ancak günümüzde tercih sebebi biraz daha genişledi. Sosyal medya içeriği ve deneyim alanı olarak görülmesinin yanı sıra sokak lezzetleri aynı zamanda o şehrin kültürünün de göstergesi haline geldi. Durum böyle olunca sokak lezzetleri pratik sunum değil özel sunumlarla tüketicinin beğenisine sunulmaya başlandı. Lezzetlerin harmanlanması, özel sunumlar, farklı soslarla süslenmesi sokak lezzetlerinin ucuz fiyat algısını da değiştirdi. Öyle ki fiyatlar artık fast food zincir restoranlarla yarışır hale geldi. Bu konudan sokak lezzeti müdavimleri şikayetçi olsa da işletme sahipleri; artan gıda maliyetleri, kira ve işletme giderleri, enerji ve lojistik maliyetleri ve hammadde artışlarının rakamları yukarı çektiğini söylüyor. Fakat gerçek şu ki; fiyatların yüksek olmasından şikayetçi olursa da sokak lezzetleri günümüzde popülerliğini korumaya devam ediyor. Zira, birçok kişi için sokak yemekleri sadece açlığı gidermek değil; aynı zamanda şehirle kurulan bir bağ anlamına geliyor.

TUR OPERATÖRÜ KUSURLU BULUNDU

ŞEZLONG DAVASINI KAZANDI

Yunanistan'da tatilini geçirdiği otelde yaşadığı şezlong sıkıntısını yargıya taşıyan Alman turist, Tur operatörüne dava açtı. Dava, Avrupa tatil kültürünün yıllardır konuşulan “havluyla yer kapma” sorununu da yeniden gündeme taşıdı.

Yaz tatillerinin en tanıdık sahnelerinden biri artık deniz, kum ve güneş değil; sabahın ilk ışıklarıyla başlayan şezlong yarışı. Avrupa'nın popüler tatil merkezlerinde yıllardır süren “havluyla yer kapma” alışkanlığı bu kez mahkeme salonuna taşındı. Üstelik sonuç, tatil sektöründe yeni tartışmaların kapısını aralayabilecek türden oldu.

Almanya'da görülen davada, ailesiyle birlikte Yunanistan'ın İstanköy Adası'na tatile giden bir turist, otelde yaşadığı şezlong sorunu nedeniyle tur operatörüne dava açtı. Mahkeme ise tatil hizmetinin “kusurlu” olduğuna karar vererek turiste yaklaşık 987 euro tazminat ödenmesine hükmetti.

SABAH 06.00 MESAİSİ

Davaya konu olan olay, aslında milyonlarca tatilcinin çok iyi bildiği bir deneyimi anlatıyor. Otelin havuzuna ya da plajına inildiğinde şezlongların büyük bölümünün boş olmasına rağmen üzerlerinde havlu bulunuyor. Sahibi ortada olmayan bu havlular, saatler boyunca “rezervasyon” işlevi görüyor. Mahkemeye başvuran Alman turist de benzer bir durum yaşadığını anlattı. Ailesiyle birlikte çıktığı tatilde her sabah saat 06.00'da kalkmasına rağmen uygun şezlong bulabilmek için uzun süre uğraştığını söyledi. Bazı günlerde çocuklarının yerde oturmak zorunda kaldığını belirten turist, otelin bu konuda hiçbir denetim uygulamadığını savundu. Tatil için yaklaşık 7 bin eurodan fazla ödeme yapan aile, yaşadıkları deneyimin “dinlenme” kavramıyla bağdaşmadığını ifade etti.

TATİL ANLAYIŞI DEĞİŞTİ

Hannover Bölge Mahkemesi'nin dikkat çeken kararında, tur operatörünün her müşteriye sınırsız şezlong garantisi vermek zorunda olmadığı belirtildi. Ancak hakimler, oteldeki misafir kapasitesi ile şezlong sayısı arasında “makul bir denge” kurulmasının işletmenin sorumluluğunda olduğuna dikkat çekti. Kararda, havluyla yer tutma uygulamasına göz yumulmasının hizmet kalitesini düşürdüğü vurgulanırken tur şirketi 987 euro ödemeye mahkum edildi. Davayı değerlendiren sektör temsilcileri, kararın modern tatil anlayışındaki dönüşümün de işareti olduğuna dikkat çekti. Temsilciler, Alman turistin açtığı davanın, tatilcilerin yalnızca otelin yıldız sayısına ya da manzarasına değil, deneyimin konforuna ve adil kullanım kurallarına da önem verdiğini gösterdiğinin altını çizdi.



MODERN ŞEHRİN YENİ MEYDANLARI

İstanbul'dan Ankara'ya, İzmir'den Anadolu şehirlerine kadar alışveriş merkezleri artık yalnızca "alışveriş yapılan yerler" değil; buluşma noktası, sosyalleşme alanı, hatta boş zamanın ana adresi haline geldi.

Türkiye'nin hangi şehrine giderseniz gidin, hafızalarda yer etmiş bir nirengi noktası vardır. İstanbul denince akla ilk Taksim Meydanı gelir örneğin. Kayseri'de Cumhuriyet Meydanı, Erzurum'da Çifte Minareli Medrese'nin önü, Konya'da Mevlana Meydanı veya İzmir'de Saat Kulesi... Bu meydanlar, on yıllar boyunca sadece birer coğrafi koordinat değil; siyasetin tartıştığı, bayramların kutlandığı, aşıkların buluştuğu ve "şehrin nabzının attığı" açık hava odalarıydı. Ancak milenyum sonrası hızlanan AVM'leşme dalgası, bu açık hava odalarını deyim yerindeyse rafa kaldırdı. Artık buluşma noktaları, şehrin rüzgarını ve tozunu hissettiğimiz taş zeminler değil; sabit 22 derece sıcaklığa ayarlanmış, gün ışığının yerini ledlerin aldığı, her katı birer tüketim katmanı olan devasa ticaret kompleksleri oldu.

DEĞİŞEN SOSYAL HİYERARŞİ

AVM'ler İstanbul'da bir seçenek olarak başladı ancak Anadolu şehirlerinde birer sosyolojik devrim niteliği kazandı. Sosyolog Prof. Dr. Nilüfer Narlı'nın kentsel dönüşüm ve sosyal davranışlar üzerine yaptığı çalışmalar, bu mekanların neden birer cazibe merkezine dönüştüğünü açıklıyor. Anadolu'nun sert kışlarında veya kavurucu yazlarında, geleneksel meydanlar konfor sunamazken; AVM'ler 'her şey dahil' bir yaşam vaadiyle insanların hayatına girdi. Eskiden 'çarşıya çıkmak' bir ritüelken, bugün AVM'ye akmak bir statü göstergesi haline geldi. Üsküdar Üniversitesi'nden Prof. Dr. Ebulfez Süleymanlı, AVM'lerin 'steril' yapısının Anadolu insanı için bir nevi 'modernleşme vitrini' olduğunu söyledi. Süleymanlı'ya göre, geleneksel sokaktaki karmaşa ve denetimsizlikten kaçan birey, özel güvenliklerin koruduğu, her köşesi kameralarla izlenen bu yarı-kamusal alanlarda kendini daha güvende ve modern hissediyor.

Sosyolog Prof. Dr. Nilüfer Narlı'nın kentsel dönüşüm ve sosyal davranışlar üzerine yaptığı çalışmalar, bu mekanların neden birer cazibe merkezine dönüştüğünü açıklıyor.





MODERNLİK VE GELENEK ARASINDAKİ SIKIŞMIŞLIK

AVM'ler artık sadece alışveriş yapılan yerler değil modern şehir insanının yaşam tarzını, alışkanlıklarını ve hatta sosyalleşme biçimini belirleyen yeni kent merkezleri haline geldi. İçinde mescit olan, kreş barındıran, kütüphane açılan ve hatta belediye ödeme noktaları bulunan birer “mikro-şehir” haline geldiler. Ancak bu mikro-şehirler, demokratik meydanların aksine “girişin izne tabi olduğu” alanlardır. Bir meydana her türlü fikri savunabilir, her türlü kıyafetle var olabilirsiniz; ancak bir AVM’de “yönetimin uygun bulmadığı” hiçbir eylemi gerçekleştiremezsiniz.

VİTRİN CAMINDAN BAKMAK

Modern şehrin yeni meydanları olan AVM’ler, bize konforu, güvenliği ve global standartları vaat ediyor. Ancak bu vaat, gökyüzünü görmediğimiz, rüzgarı hissetmediğimiz ve sadece birer “tüketici” olarak kabul edildiğimiz bir hapisaneyi de beraberinde getiriyor. İstanbul ve Anadolu’nun kadim meydanları sessizliğe gömülürken, food-courtlardaki gürültü artıyor. Şehir, ruhunu kaldırımlardan çekip, yürüyen merdivenlerin mekanik sesine teslim ediyor. Bugün artık gençler buluşma yeri olarak tarihi bir çınarı değil, bir fast-food zincirinin şubasını veriyor.



İstanbul ve Anadolu’nun kadim meydanları sessizliğe gömülürken, food-courtlardaki gürültü artıyor. Şehir, ruhunu kaldırımlardan çekip, yürüyen merdivenlerin mekanik sesine teslim ediyor.

VİTRİNDEKİ GENÇLİK

Bugün Anadolu’daki bir üniversite öğrencisi için AVM’nin anlamı, bir İstanbulludan çok daha farklı. İstanbul’da sahil hatları, parklar veya alternatif sokak kültürleri (Beşiktaş, Kadıköy gibi) birer kaçış alanı sunarken; pek çok Anadolu şehrinde AVM, sinemanın, bowling salonunun ve global kahve zincirlerinin bulunduğu tek modern ada konumunda. Ancak bu durum, tüketim odaklı sosyalleşme riskini de beraberinde getiriyor. İstanbul Planlama Ajansı (İPA) verileri ve raporları, gençlerin bu mekanlarda harcadıkları zamanın, onları kamusal tartışmalardan ve sokak politikasından uzaklaştırdığını gösteriyor. Meydanlarda yapılan tartışmaların yerini, food-court masalarındaki marka odaklı sohbetler aldı. Gençler artık şehrin meydanındaki heykelin önünde değil, bir hazır giyim devinin neon tabelası altında buluşuyor.



Gençler için AVM’ler sadece alışveriş yapılan yer değil; “birlikte vakit geçirilen güvenli alan” anlamına geliyor.

EKONOMİK BİR İLLÜZYON MU

Ekonomistler, AVM’lerin ekonomiye katkısı konusunda ise hemfikir değil. AVM’lerin istihdam yarattığı gerçeği bir yanda dururken diğer yanda ise küçük yerel esnafın yok olması söz konusu. Bu durumu “ekonominin estetik ambalajı” olarak tanımlayan uzmanlar; “AVM’lerin pırıltılı koridorlarındaki kalabalık, toplumun alım gücünün yüksekliğinden ziyade, sosyal bir boşluğun tüketimle doldurulmaya çalışılmasının bir sonucu. Anadolu’daki AVM’ler, yerel sermayeyi ulusal ve uluslararası zincirlere aktaran birer “pompa” görevi görüyor. Şehrin yerli esnafı kepenk kapatırken, AVM içindeki markalar kira ödemek için şehrin toplam tasarrufunu emiyor” sözleri ile anlattı.

ÖLÜ ŞEHİR MERKEZLERİ

Şehir plancıları ise AVM’leri, kentin dokusuna saplanmış birer hançer gibi görüyor. Şehir Plancısı Merve Akı Yaman, “insan odaklı şehirler” tasarımı meydanların hayati önemine vurgu yaptı. Yaman’a göre, “Bir meydan; o şehrin hafızasıdır. AVM ise hafızasızdır; Erzurum’daki bir AVM ile Aydın’daki bir AVM’nin iç tasarımı, kokusu ve müzikleri birbirinin aynısıdır.” Yaman bu mekansızlaşma durumunun, insanların yaşadıkları kente olan aidiyet duygusunu zayıflattığının altını çizdi.



AİDAT, FATURA, ABONELİK KISKACINDA TÜKETİCİ

Modern kent yaşamının kaçınılmaz bir parçası haline gelen toplu yapılar, siteler ve apartmanlar, son yıllarda adeta birer “vergi dairesi” gibi çalışmaya başladı. Kira fiyatlarıyla yarışan, lüks sitelerde asgari ücret sınırını aşan aidatlar, gizemli bütçe kalemleri ve yönetimlerin tek taraflı dayatmaları tüketiciyi canından bezdirdi.



Kentleşme oranının zirveye ulaştığı günümüzde güvenli, sosyal donatılı ve yüksek yaşam standardı vaat eden siteler, başlangıçta şehir hayatının konforlu yüzü olarak pazarlanıyordu. Ancak bugün milyonlarca vatandaş için bu yaşam modeli, giderek ağırlaşan bir mali yük anlamına geliyor. Elektrik, su, doğalgaz ve internet faturalarındaki artışların ardından artık aidatlar da aile bütçelerinde ayrı bir kriz başlığına dönüşmüş durumda. Özellikle büyükşehirlerde birçok site sakini için aidat ödemeleri neredeyse ikinci bir kira kalemi haline geldi. Üstelik sorun yalnızca rakamların yüksekliğiyle sınırlı değil. Aidatların hangi harcamalara göre belirlendiği, yönetimlerin hangi yetkilerle hareket ettiği ve maliklerin karar süreçlerine ne ölçüde dahil edildiği de ciddi bir tartışma konusu. Son yıllarda tüketici derneklerine ve mahkemelere ulaşan şikâyetlerin önemli bölümünü; açıklanmayan giderler, faturasız harcamalar, astronomik zam oranları ve denetlenemeyen yönetim uygulamaları oluşturuyor. Özellikle profesyonel yönetim şirketlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, apartman ve site yaşamı birçok kişi için hukuki bir mücadele alanına dönüşmüş durumda.

KRİZİ NASIL BU NOKTAYA GELDİ

Kat Mülkiyeti Kanunu’nda yıllardır süregelen bazı boşluklar, site yönetimlerinin geniş bir hareket alanına sahip olmasına neden oldu. Pek çok sitede genel kurul toplantıları yeterli katılım sağlanamadığı gerekçesiyle ertelenirken, ikinci toplantılarda çok az sayıda kişinin aldığı kararlar yüzlerce daireyi bağladı. Böylece birkaç kişinin onayıyla milyonlarca liralık işletme projeleri yürürlüğe girerken, aidatlar da bir anda iki katına çıkabildi. Özellikle son dönemde enflasyon baskısının artmasıyla birlikte bu durum daha görünür hale geldi. Güvenlik, peyzaj, temizlik, teknik bakım ve sosyal tesis giderleri gerekçe gösterilerek yapılan yüksek oranlı zamlar, birçok aileyi ödeme güçlüğüyle karşı karşıya bıraktı. Bazı sitelerde aidatların 15-20 bin lira seviyelerine ulaşması kamuoyunda büyük tepki topladı.

ŞEFFAFLIK EKSİKLİĞİ

Aidat tartışmalarını büyüten bir diğer unsur ise şeffaflık eksikliği oldu. Kat maliklerinin önemli bir bölümü, ödedikleri paranın nasıl harcadığını tam olarak göremediğini ifade ediyor. Denetim mekanizmalarının yetersizliği, yönetimlerin keyfi uygulamalarına ilişkin soru işaretlerini artırırken, “aidat terörü” ifadesi de tam bu süreçte kamuoyunda sıkça kullanılmaya başlandı.

TBMM’DEN DÜZENLEME

Artan tepkiler ve tüketici mağduriyetleri sonunda konuyu TBMM gündemine taşıdı. Kabul edilerek yasalaşan yeni düzenleme, toplu yapılardaki yönetim süreçlerini daha şeffaf hale getirmeyi ve maliklerin söz hakkını güçlendirmeyi amaçlıyor. Yapılan değişikliklerle birlikte, yöneticilerin genel kurul onayı olmadan kalıcı aidat artışı yapmasının önüne önemli ölçüde geçildi. Yeni düzenlemenin en dikkat çeken maddelerinden biri, “geçici avans” uygulaması oldu. Buna göre site yöneticileri, işletme projesi kat malikleri kurulunda resmi olarak onaylanıncaya kadar yalnızca zorunlu giderler için geçici aidat toplayabilecek. Böylece yönetimlerin genel kurulu devre dışı bırakarak fiili zam uygulamaları yapması engellenmiş oldu. Eski uygulamada birçok site yönetimi henüz onaylanmamış bütçeleri fiilen yürürlüğe koyuyor, itiraz eden maliklere ise icra tehdidi yöneltiliyordu. Yeni yasa ile birlikte artık aidat artışlarının hukuki zemine dayanması zorunlu hale geliyor.

YENİDEN DEĞERLEME ORANI

Yeni düzenleme yalnızca yönetimlerin yetkilerini sınırlandırmakla kalmıyor, aynı zamanda kriz dönemleri için de koruyucu bir mekanizma getiriyor. Eğer hazırlanan işletme projesi kat malikleri kurulunda kabul edilmezse, yönetim üç ay içinde yeni bir bütçe hazırlayarak yeniden oylamaya sunmak zorunda kalacak. Bu geçiş sürecinde uygulanacak geçici aidat artışları ise bir önceki yılın Yeniden Değerleme Oranı’nı aşamayacak. 2026 yılı için yaklaşık yüzde 25,49 olarak belirlenen bu oran, geçmişte görülen yüzde 100’ü aşan “geçici yönetim zamlarının” önüne yasal bir set çekmiş oluyor.

AZINLIĞIN TAHAKKÜMÜNE SON

Büyük sitelerde en sık yaşanan sorunlardan biri de düşük katılımlı genel kurul toplantılarıydı. İlk toplantıda çoğunluk sağlanamadığı için ertelenen oturumlarda, ikinci toplantıya katılan sınırlı sayıdaki kişinin aldığı kararlar yüzlerce bağımsız bölümü etkiliyordu. Yeni düzenleme bu soruna da önemli bir müdahale getiriyor. Yönetim planlarının değiştirilmesi, geçici yönetim hükümlerinin kaldırılması veya kritik temsilci kurulu kararları için artık bağımsız bölüm maliklerinin üçte ikisinin onayı gerekecek. Böylece azınlık tahakkümüne karşı demokratik denge sağlanmış olacak.

ŞEFFAFLIK DÖNEMİ BAŞLIYOR

Yasanın en dikkat çekici yönlerinden biri de mali şeffaflık konusunda getirdiği yenilikler oldu. Yeni dönemde site yönetimleri, yaptığı harcamaların çok daha ayrıntılı şekilde kayıt altına alacak ve maliklerin denetimine açacak. Asansör bakımından güvenlik hizmetine, temizlik giderlerinden peyzaj ihalelerine kadar tüm harcamaların fatura ve sözleşmelerle desteklenmesi gerekecek.

AİDAT BOYKOTU

İstanbul’da Esenyurt ve Beylikdüzü’ndeki artış sakinlerin aidatlara karşı ilk isyanı oldu. 2024 ve 2025 yıllarında, asgari ücretin bile üzerinde aidat talep edilen lüks sitelerde toplanan vatandaşlar, meşaleler ve düdükle protesto gösterileri düzenledi.

GEÇİNEMİYORUZ

Başkent Ankara’da, Çankaya ve Yenimahalle’deki büyük sitelerde yaşayan vatandaşlar, kış aylarında merkezi sistem ısınma giderleri ve fahiş yönetim ücretleri birleşince evlerinin balkonlarından tencere ve tavalara vurarak yönetimi protesto etti. Site bahçesinde toplanan vatandaşlar, “Aidat ödemekten mutfak masrafımızdan kısıyoruz” diye haykırdı.

SOSYAL TESİSPROTESTOSU

İzmir’in Karşıyaka ve Çiğli ilçelerindeki havuzlu ve güvenli sitelerde ise aidatların iki katına çıkarılması üzerine sakinler, ortak kullanım olan havuzun etrafını şeritlerle kapatarak “Kullanmadığımız havuzun fahiş faturasını ödemeyi reddediyoruz” eylemi yaptı. Kat malikleri aidatların soyguna dönüştüğünü ileri sürdü.

Yapılan değişikliklerle birlikte, yöneticilerin genel kurul onayı olmadan kalıcı aidat artışı yapmasının önüne önemli ölçüde geçildi. Yeni düzenlemenin en dikkat çeken maddelerinden biri, “geçici avans” uygulaması oldu.

AİDAT GELİR KAPISI DEĞİL

Bazı site yönetimleri tarafından aidatların gerçek amacının ortak yaşam alanlarının sürdürülebilirliği olduğu unutuldu ve sistem ticari bir yapıya dönüştürüldü. TBMM’den geçen yeni düzenleme ise aidatların bir “ikinci kira” olmadığını yeniden hatırlatıyor. Amaç; ortak giderlerin adil, şeffaf ve denetlenebilir şekilde paylaşılması. Artan yaşam maliyetleri karşısında faturalar, abonelikler ve aidatlar arasında malikler için bu düzenleme, kontrolsüz zamların önüne geçilmesi adına önemli bir nefes olarak gösterildi.

TÜRKİYE VE AB'DE TÜKETİCİ OLMAK

Dijitalleşme, yeşil dönüşüm ve veri ekonomisi çağında tüketici haklarının yeni sınırları ülkelere göre farklılık gösteriyor.

Küresel ekonomi artık yalnızca üretim ve ticaret üzerinden değil; veri, sürdürülebilirlik ve dijital platformlar üzerinden şekilleniyor. Bu dönüşüm, tüketici haklarını da ulusal sınırların ötesine taşıyor.

Bu duruma akıllara; ‘Türkiye’deki bir tüketici ile Berlin ya da Paris’teki bir tüketici gerçekten aynı haklara mı sahip’ sorusunu akıllara getiriyor. Bu haberimizde AB ülkeleri ile Türkiye arasındaki tüketicilerin haklarını araştırdık. Türkiye’de 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, Avrupa Birliği (AB) müktesebatıyla büyük ölçüde uyumlu bir çerçeve sunuyor. Ancak AB’nin son yıllarda hız kazanan yeşil dönüşüm, dijital haklar ve yapay zekâ düzenlemeleri, bu uyumun bazı alanlarda yeniden değerlendirilmesini zorunlu kılıyor.

TAMİR HAKKI

Son yıllarda AB tüketici politikasının en güçlü başlıklarından biri “Right to Repair (Tamir Hakkı)” oldu. Avrupa Birliği, özellikle 2024 sonrası düzenlemelerle; Ürünlerin tamir edilebilir şekilde tasarlanmasını, Yedek parçaların uzun yıllar boyunca erişilebilir olmasını, Tüketicinin bağımsız servisleri tercih edebilmesini yasal güvence altına almaya yöneldi. Ayrıca “erken bozulma” (planned obsolescence) ile mücadele kapsamında üreticilere daha uzun garanti ve servis sorumlulukları yüklendi.

Türkiye’de ise Satış Sonrası Hizmetler mevzuatı çerçevesinde belirli ürünlerde yedek parça ve servis yükümlülükleri bulunsa da, “tamir hakkı” henüz AB’deki kadar bütüncül bir tüketici hakkı olarak yapılandırılmadı.

TÜKETİCİ ŞEFFAFLIĞI

Dijitalleşme, tüketici haklarını artık yalnızca ürün değil veri temelli bir alana taşıdı. AB, AI Act (Yapay Zekâ Yasası) ile; Algoritmaların şeffaf olmasını, Tüketicinin manipülatif fiyatlandırmaya karşı korunmasını, Kişiselleştirilmiş fiyatlandırmanın açıkça bildirilmesini zorunlu hale getirdi. Bu düzenlemeler ile AB üyesi ülkelerdeki tüketicilerin “görünmez sistemler” karşısında korunması hedeflendi.

Türkiye’de ise KVKK ve tüketici mevzuatı dijital hakların temelini oluşturuyor. Ancak AB’nin yapay zekâ ve algoritmik şeffaflık alanındaki düzenlemeleri Türkiye ile kıyaslandığında daha kapsamlı ve tüketiciyi daha koruma altına alan bir yapı olarak karşımıza çıkıyor.

AB, AI Act (Yapay Zekâ Yasası) ile; Algoritmaların şeffaf olmasını, Tüketicinin manipülatif fiyatlandırmaya karşı korunmasını, Kişiselleştirilmiş fiyatlandırmanın açıkça bildirilmesini zorunlu hale getirdi.





YEŞİL DÖNÜŞÜM

Yeşil ekonomi, tüketici davranışlarını belirleyen en kritik faktörlerden biri haline geldi. Bu alan aynı zamanda en fazla “algı yönetimi” barındıran sektörlerden biri olarak yer alıyor. AB, Green Claims Directive (Yeşil Beyanlar Direktifi) kapsamında; “Karbon nötr”, “eko dostu” gibi ifadelerin somut, doğrulanabilir bilimsel veriye dayanmadan kullanılmasını sıkı şekilde denetlemeye başladı. Bu yaklaşımla, greenwashing (yeşil aklama) ile mücadelenin merkeze alınması hedeflendi.

Türkiye’de Reklam Kurulu son yıllarda çevreci iddialara yönelik denetimlerini artırmış durumda. AB ile paralel şekilde, tüketiciyi yanıltan çevresel beyanlar idari yaptırımlara konu olabiliyor. Ancak sistemin, AB’ye kıyasla daha yeni ve gelişim aşamasında olduğunu söylemek yanlış olmaz.

TÜKETİCİ HAKEM HEYETİ

Türkiye’nin tüketici hukukunda en özgün alanlardan biri Hakem Heyetleri sistemi olarak öne çıkıyor. Bu heyete verilen yetkilerle; parasal sınırlar dahilinde uyuşmazlıklar ücretsiz şekilde mahkemeye gitmeden çözülebiliyor. Bu yapı, hız ve erişilebilirlik açısından tüketiciye önemli bir avantaj sağlıyor. AB’de ise alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmaları bulunsa da, Türkiye’deki kadar merkezi ve bağlayıcı bir sistemin her ülkede mevcut olmadığını görüyoruz.

İSTİSNAİ ALAN

Yeni dijital ekonomide en tartışmalı konulardan biri de “kişiyi özel fiyatlandırma” AB, üye ülke tüketicilerinin, algoritmalarla farklı fiyatlara maruz kalması durumunda bu bilginin açıkça belirtilmesini zorunlu kılıyor. Bu düzenleme, dijital pazarlarda “gizli fiyat ayrımcılığı” tartışmalarını doğrudan hedef alıyor. Türkiye’de ise bu alanı henüz gelişmekte olan bir düzenleme sahası olarak görüyoruz.

AB, Green Claims Directive kapsamında; “Karbon nötr”, “eko dostu” gibi ifadelerin somut, doğrulanabilir bilimsel veriye dayanmadan kullanılmasını sıkı şekilde denetlemeye başladı.

BAĞLAYICI KARAR

Türkiye’de hakem heyetine başvuruda ürünün maddi değeri için bir alt sınır bulunmuyor. Zorunlu hakem heyetinde üst sınırsa 186 bin TL olarak belirlenmiş durumda. Hakem Heyeti süreci ücretsiz işletiyor ve hızlı bir çözüm mekanizması sunuyor. Hakem Heyeti’nin verdiği kararlar aynı zamanda icra edilebilir bağlayıcılık özelliği taşıyor.

DAVRANIŞ EKONOMİSİ

Tüketici hakları artık yalnızca satın alma sonrası koruma değil; üretimden tasarıma, algoritmadan çevresel etkiye kadar uzanan bütüncül bir sistem haline geliyor. Araştırmada ortaya çıkan gerçek; Türkiye, AB ile büyük ölçüde uyumlu bir yasal çerçeveye sahip olsa da; dijital şeffaflık, yapay zekâ düzenlemeleri ve yeşil ekonomi standartları gibi alanlarda dönüşüm sürecinin devam ettiği şeklinde. Önümüzdeki dönem, yalnızca “ne satın aldığımızın” değil, nasıl üretildiğinin, nasıl fiyatlandırıldığının ve hangi veriyle yönlendirildiğimizin de tüketici hakkı tartışmalarının merkezine yerleştiği bir dönem olacak.



**IV. ÖRGÜTLERİN YÖNETİMİ
ULUSLARARASI KONGRESİ**
Girne Amerikan Üniversitesi işbirliğinde



**IV. INTERNATIONAL CONGRESS ON
MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS**
In Cooperation With Girne American University

**Y, Z, ALFA VE C
KUŞAKLARINA YÖNELİK
LİDERLİK TARZLARI VE
MODELLERİ**

**LEADERSHIP STYLES AND
MODELS FOR
GENERATIONS Y, Z, ALPHA,
AND C**

YÖNETİMİN 4K'SI

- KAVRAMSAL-KURAMSAL AÇILARDAN YÖNETİM
- KONUSAL-TEMATİK AÇILARDAN YÖNETİM
- KURUMSAL AÇILARDAN YÖNETİM
- KURUMLARARASI ETKİLEŞİM-GEÇİŞ AÇISINDAN YÖNETİM

KONGRE MOTTOSU
ETKİN YÖNETİM, GÜÇLÜ ÖRGÜTLER, İYİ BİR GELECEK
İnsanların sorunlarının çözümü, ihtiyaçlarının karşılanması,
hedeflerinin gerçekleştirilmesi, etkin yönetilen örgütleri gerektirir-
Prof. Dr. Ali Akdemir

4K'S OF MANAGEMENT

- CONCEPTUAL-THEORETICAL PERSPECTIVES ON MANAGEMENT
- TOPICAL-THEMATIC PERSPECTIVES ON MANAGEMENT
- INSTITUTIONAL PERSPECTIVES ON MANAGEMENT
- INTER-INSTITUTIONAL INTERACTION AND TRANSITION IN MANAGEMENT

KONGRE MOTTO
EFFECTIVE MANAGEMENT, STRONG ORGANIZATIONS, A BETTER FUTURE
The resolution of people's problems, meeting their needs, and
achieving their goals require efficiently managed organizations-
Prof. Dr. Ali Akdemir

Prof. Dr. Ali Akdemir
Kongre Başkanı / Congress President
Girne/KKTC- TRNC

Girne Amerikan Üniversitesi Spectrum Kongre Merkezi
Girne American University Spectrum Congress Center

12-14

**KASIM
NOVEMBER**

2026

Önemli Tarihler ve Kongreye Dair Ayrıntılı Bilgiler / Important
Dates & Detailed Congress Information
<https://2026.orgutlerinyonetimi.com/>





INSTITUTE OF
INTERNATIONAL
PEACE LEADERS



LOB'IN
INTERNATIONAL

IN COLLABORATION WITH
AND INTERNATIONAL PARTNERS

INTERNATIONAL HUMANITARIAN PEACE AWARD 2026

Honoring exceptional individuals and organizations
who dedicate their lives to humanitarian service,
peacebuilding, and creating a better world.



2 SEPTEMBER
2026



INTERNATIONAL
PARTICIPATION

Uniting individuals
and organizations
from around
the world.



INSPIRING
LEADERS

Honoring visionary
leaders making
a difference.



GLOBAL
COLLABORATION

Building partnerships
for a more peaceful
and just world.

VENUE

NAVAL AND
MILITARY CLUB



St. James's Square,
London SW1Y 4JU,
United Kingdom

AWARDS FOR
HUMANITY
AND PEACE

Recognizing exceptional
contributions to
humanity.



INSTITUTE OF INTERNATIONAL
PEACE LEADERS (IIPL)
Global Offices
(Europe – Asia – Middle East – Americas)



www.internationalpeaceleaders.org



support@internationalpeaceleaders.org



LOB'IN
INTERNATIONAL



lobin.org