

» **TÜKETİCİ İÇİN**
HAREKETE GEÇTİ

» **OTOMOTİVDE**
SERVİS TARTIŞMASI

» **PANDEMİ İLE**
DEĞİŞEN KÜLTÜR

TESK Genel Başkanı:
BENDEVİ
PALANDÖKEN

“ESNAF BU ÜLKENİN SİGORTASIDIR”

20 YILLIK AKILLI LENS TECRÜBESİ

KATARAKT TEDAVİSİNDE

YÜKSEK KALİTELİ AKILLI LENSLE

GÖZLÜKSÜZ, ÖMÜR BOYU
YAKIN VE NET GÖRÜŞ



KATARAKT
TEDAVİSİ



AKILLI LENS
KONFORU



GÖZLÜKSÜZ
YAŞAM



DAHA AYDINLIK
GÖRÜŞ



GÜVENLİ
VE ETKİLİ

SİNAN GÖKER
GÖZ GRUP



EDİTÖR'DEN

TİCARİ AHLAK VE GIDA GÜVENLİĞİ

Tüketici olmak, yalnızca alışveriş yapmak değil; güvenli ürüne ulaşabilmek, doğru bilgilendirilmek ve hakkını arayabilmektir. Bu nedenle tüketiciyi korumaya yönelik her denetim, aslında toplum sağlığını ve ekonomik güveni koruyan önemli bir adımdır.

Bugün Ticaret Bakanlığı, sahte indirimlerden haksız rekabete ve merdiven altı üretime kadar pek çok alanda denetimlerini aralıksız sürdürüyor. Tarım ve Orman Bakanlığı ise taklit ve taşışle mücadele ederek sofralarımıza ulaşan gıdaların güvenliğini sağlamaya çalışıyor. Atılan her adımın ortak amacı, tüketicinin hem sağlığını hem de bütçesini korumak; kötü niyetli girişimlerin vatandaşları yanıltmasının önüne geçmek.

Ancak yapılan denetimler, hâlâ kat edilmesi gereken önemli bir mesafe olduğunu da ortaya koyuyor. Kimi zaman sucukta at eti, kimi zaman baharatta yabancı maddeler, kimi zaman da taklit ürünlerle karşılaşırız. Daha fazla kazanç uğruna ticari ahlakın göz ardı edilmesi, yalnızca tüketiciyi değil, işini dürüstlük yapan üretici ve esnafı da mağdur ediyor.

Son günlerde bir beyaz peynir partisinde tespit edilen bakteri nedeniyle yaşanan toplatma kararı ise gıda güvenliğinde üretimden depolamaya, taşımadan satışa kadar uzanan zincirin her halkasının ne kadar önemli olduğunu bir kez daha hatırlattı. Güvenilir gıdaya ulaşmak, yalnızca üreticinin değil, tedarik zincirindeki herkesin sorumluluğunu eksiksiz yerine getirmesiyle mümkün olabiliyor.

Biz de Tüketici Dergisi olarak bu sayımızda, tüketici haklarına ilişkin güncel gelişmeleri, uzman görüşlerini ve dikkat edilmesi gereken önemli başlıkları sizlerle buluşturuyoruz. Amacımız yalnızca haklarınızı anlatmak değil; karşılaşılabileceğiniz risklere karşı farkındalık oluşturmak, bilinçli tüketim kültürüne katkı sunmak.

Her sayımızda olduğu gibi bu sayımızda da yalnızca güncel dosyalarla değil, geçmişe uzanan nostaljik yolculuklarla da sizlere keyifli anlar yaşatmayı hedefledik. Hem bilgi edineceğiniz hem de anılarınızı tazeleyeceğiniz zengin bir içerik hazırladık.

Keyifli okumalar dileğiyle...

Prof. Dr. Uğur Özgöker

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

İÇİNDEKİLER

07 DÜĞÜN TAKILARI TARTIŞMASI
Yargıtay, düğünde takılan altınlarla ilgili kararını verdi

08 SOFRADAKİ TEHLİKE
Peynirde Listeria monocytogenes bakterisi korkusu

10 TÜKETİCİ İÇİN HAREKETE GEÇTİ
Farklı kıtalardaki ülkelerin tüketiciler için koyduğu yasalar

14 SOKAK LEZZETLERİ
Bir ısınlıkta bitireceğiniz tat: Islak Hamburger

18 APPLE'Yİ DİZE GETİREN DAVA
“Batterygate” skandalı ve tüketicilerin zaferi

20 BENDEVİ PALANDÖKEN
Esnaf kalkınırsa ülke ekonomisi de kalkınır

24 ENFLASYON VE FAİZ KISKACINDA
Her üç kişiden biri borcunu ödeyemiyor



28 HAKKINIZ VAR ANCAK..
İnternet alışverişinde iadeye çıkarılan zorluklar

30 OTOMOTİV'DE SERVİS TARTIŞMASI
Yetkili servisler rekabeti bozuyor mu?

34 GÖZLERİNİZ ALARM VERİYOR OLABİLİR
Göz Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Sinan Göker göz sağlığını tehdit eden risklere dikkat çekti

36 PANDEMİ İLE DEĞİŞEN KÜLTÜR
Virüs alışveriş anlayışımızı internete taşıdı

40 TÜKETİCİ BUNLARDAN ŞİKAYETÇİ
Türkiye'de hangi ilde hangi sektör şikayet ediyor

44 TARİHİN AKIŞINI DEĞİŞTİRDİLER
Sıradan görünen ancak bulundukları döneme yön veren ürünler

48 YOKLUK MU YOKSULLUK MU?
Hafızalarda kazınan Türkiye'nin kuyrukta beklediği yıllar

AYIN HABERİ

AVRUPA KAPISI ARALANIYOR

Avrupa Birliği, daha önce Schengen vizesini kurallara uygun kullanan Türk vatandaşlarına kademeli olarak çok girişli ve uzun süreli vize verilmesinin önü açtı. Düzenleme, özellikle sık seyahat eden iş insanları, öğrenciler, akademisyenler ve turistler açısından önemli bir kolaylık getirecek,

Avrupa seyahati planlayan Türk vatandaşlarının son yıllarda en çok karşılaştığı sorunların başında Schengen vizesi geliyor. Artan başvuru yoğunluğu, sınırlı randevu kapasitesi ve uzayan değerlendirme süreçleri nedeniyle Avrupa ülkelerine seyahat etmek isteyen binlerce kişi ciddi zorluklarla karşılaşılıyor. AB tarafından açıklanan yeni uygulama, bu alandaki en önemli gelişmelerden biri olarak dikkat çekti.

GÜVENİLİR BAŞVURULARA UZUN VİZE

Yeni uygulamanın temelinde Avrupa Birliği'nin uzun süredir kullandığı “kademeli vize” sistemi yer aldı. Buna göre daha önce alınan Schengen vizelerini kurallara uygun kullanan, vize süresini aşmayan ve herhangi bir ihlalde bulunmayan başvuru sahipleri, sonraki başvurularında daha uzun süreli vizeler alabilecek. İlk aşamada bir yıllık çok girişli vize verilmesi öngörülürken,

düzenli seyahat geçmişi bulunan kişiler için üç yıl ve beş yıla kadar geçerli vizelerin verilmesinin yolu açılıyor.

KRİZİ TAMAMEN BİTECEK Mİ?

Son yıllarda Türkiye'de Schengen vizesi konusu yalnızca seyahat planlarının değil, aynı zamanda iş dünyasının, akademik çevrelerin ve öğrencilerin de önemli gündem maddelerinden biri haline geldi. Özellikle fuar, toplantı, eğitim programı ve ticari görüşmeler için Avrupa'ya gitmek isteyen birçok kişi randevu bulmakta zorlanırken, bazı ülkelerde aylar sonrasına tarih veriliyordu.

İŞ DÜNYASI MEMNUN

Karar özellikle iş dünyasında olumlu karşılandı. Avrupa ile yoğun ticari ilişkiler yürüten şirket temsilcileri, her iş seyahati öncesinde yeniden evrak hazırlama ve başvuru sürecine girmenin önemli zaman kaybına yol açtığını belirtti. Turizm sektörü temsilcileri de uygulamanın Avrupa seyahatlerine olan ilgiyi artırabileceğini söyledi. Uzun süreli vize sahibi olan kişilerin daha sık seyahat etmesi ve yeni destinasyonlar keşfetmesi böylece daha kolaylaşacak. Kararın; akademisyenler, öğrenciler ve kültürel değişim programlarına katılan kişiler açısından da kolaylıklar sağlayacak.

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

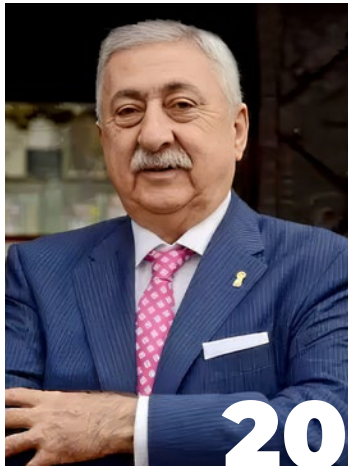
Yayın Kurulu:
PROF. DR. YILMAZ ASLAN
DOÇ. DR. ESRA AYDIN GÖKTEPE
DR. KUTLU KÖYCÜ
CELAL TOPRAK
TANER ALTUN

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



ŞİRKET TELEFONU ÇALIŞANIN ÖZEL HAYATI MI?

Akıllı telefonlar ve dizüstü bilgisayarlar artık yalnızca iletişim araçları değil; aynı zamanda kişisel hayatımızın, aile ilişkilerimizin, özel yazışmalarımızın ve dijital hafızamızın da bir parçası. Peki işveren tarafından verilen bir telefon ya da bilgisayardaki kişisel mesajlar kime ait? Cihazın sahibi işveren olsa da içindeki özel yazışmaları inceleyebilir mi?



Yargıtay'ın son dönemde verdiği emsal karar, çalışma hayatında uzun süredir tartışılan bu soruya önemli bir yanıt verdi. Yüksek Mahkeme, işveren tarafından çalışana tahsis edilen telefon, tablet veya bilgisayardaki kişisel yazışmaların ve özel verilerin, çalışanın açık rızası olmadan incelenemeyeceğine hükmetti. Kararda, bu yolla elde edilen verilerin işten çıkarma gerekçesi olarak da kullanılamayacağı vurgulandı.

DAVA NASIL BAŞLADI?

Karara konu olayda yaklaşık beş yıl çalışan bir mühendisin iş sözleşmesi feshedildi. İşveren, çalışana tahsis edilen cep telefonunu geri aldıktan sonra cihazdaki WhatsApp yazışmalarını inceledi. Yapılan incelemede çalışanın iş arkadaşları ve işveren hakkında olumsuz ifadeler kullandığı mesajlar

tespit edildi ve bu yazışmalar işten çıkarılmanın gerekçeleri arasında gösterildi. Çalışan ise telefonun kişisel verilerini silmesine fırsat verilmeden incelendiğini, haberleşme gizliliğinin ihlal edildiğini ve işten çıkarılmanın hukuka aykırı olduğunu ileri sürerek dava açtı. Dosya Yargıtay'a kadar taşındı.

MAHREMİYET ÇALIŞANINDIR

Yargıtay'ın kararında dikkat çeken nokta, cihazın mülkiyeti ile cihazdaki kişisel verilerin aynı şey olmadığına vurgu yapılması oldu. Mahkemeye göre işveren, çalışanına işini yapabilmesi için telefon veya bilgisayar tahsis edebilir. Ancak bu durum, cihazdaki özel mesajları, aile yazışmalarını veya kişisel içerikleri sınırsız biçimde inceleme hakkı vermez. Kararda, haberleşmenin

gizliliği, özel hayatın korunması ve kişisel verilerin güvenliği gibi anayasal hakların iş yaşamında da geçerliliğini koruduğu belirtildi. Bu nedenle çalışanın açık bilgisi ve hukuka uygun bir gerekçe olmadan yapılan incelemenin delil niteliği taşımayacağı ifade edildi.

HER İNCELEME YASAK MI?

Karar, işverenlerin şirket cihazlarını hiçbir şekilde denetleyemeyeceği anlamına gelmiyor. Hukukçulara göre işverenler, şirketin bilgi güvenliğini sağlamak, ticari sırları korumak veya siber saldırıları önlemek amacıyla kurumsal sistemleri belirli kurallar çerçevesinde denetleyebiliyor. Ancak bunun için çalışanların önceden bilgilendirilmesi, incelemenin meşru bir amaca dayanması ve özel hayatın gereksiz şekilde

ihlal edilmemesi gerekiyor. Ölçülülük ilkesi, bu tür denetimlerin temel sınırını oluşturuyor.

DİJİTAL MAHREMİYET DÖNEMİ

Uzaktan ve hibrit çalışmanın yaygınlaşmasıyla birlikte şirket telefonları, dizüstü bilgisayarlar ve kurumsal mesajlaşma uygulamaları günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline geldi. İş ve özel hayat arasındaki sınırlar ise her geçen gün daha da belirsizleşiyor. Yargıtay'ın bu kararı, dijital çağda çalışanların temel haklarını koruyan önemli bir içtihat olarak değerlendiriliyor. Karar, işverenlerin denetim yetkisini tamamen ortadan kaldırmıyor; ancak bu yetkinin çalışanların özel hayatına sınırsız müdahale anlamına gelmeyeceğini açık biçimde ortaya koyuyor.

BİR KART BASTI TAZMİNATINI KAYBETTİ

Fenerbahçe'nin köklü tarihinden aldığı ilhamı geleceğe taşıma hedefiyle kurulan Fenerbahçe Çubuklu Vizyonu Derneği, ilk olağan genel kurulunu anlamlı bir tarihte gerçekleştirerek kurumsal yapılanmasını resmen tamamladı.

İşe birkaç dakika geç kalan ya da o gün işe gelemeyen arkadaşının yerine giriş kartını okutmak... Pek çok iş yerinde “küçük bir iyilik” olarak görülen bu davranış, Yargıtay'ın son dönemde verdiği emsal kararlar birlikte çok ağır hukuki sonuçlar doğurabilecek bir fiil olarak değerlendirildi. Yüksek Mahkeme, iş arkadaşının yerine personel giriş kartını okutan bir çalışanın, işverenle arasındaki güven ilişkisini zedelediğine hükmederek iş akdinin haklı nedenle feshedilebileceğine karar verdi. Karara göre çalışan, kıdem ve ihbar tazminatına da hak kazanamadı.

ARKADAŞININ YERİNE OKUTTU

Dosyaya konu olayda bir çalışan, işe gelmeyen mesai arkadaşının yerine personel giriş kartını turnikede okuttu. İşveren tarafından yapılan inceleme sonucunda durum güvenlik kameralarıyla tespit edildi. İşveren, bu davranışın iş yerindeki güven esasını ortadan kaldırdığı gerekçesiyle çalışanın iş sözleşmesini feshetti. İşten çıkarılan çalışan ise kıdem ve ihbar tazminatı talebiyle dava açtı. İlk derece mahkemesi çalışan lehine değerlendirme yapsa da dosya Yargıtay'a taşındı. Yüksek Mahkeme ise farklı bir sonuca ulaştı.

GÜVEN İLİŞKİSİ ZEDELENDİ

Yargıtay kararında, iş ilişkisinin yalnızca iş görme borcuna değil, aynı zamanda karşılıklı güven ilkesine dayandığı vurgulandı. Kararda, başka bir çalışan adına giriş işlemi yapılmasının iş yerindeki kayıt düzenini bozduğu, çalışma disiplinini olumsuz etkilediği ve işveren açısından güven kaybına yol açtığı ifade edildi. Bu nedenle işverenin iş sözleşmesini haklı nedenle feshettiği kabul edildi ve çalışanın kıdem ile ihbar tazminatı talepleri reddedildi.

SAVUNMASI YETERLİ OLMADI

Benzer olaylarda çalışanlar çoğu zaman bunu arkadaşına yardım etmek amacıyla yaptığını dile getiriyor. Ancak hukukçular, niyetin tek başına belirleyici olmadığını vurguluyor. Çünkü personel kartları yalnızca giriş çıkışı göstermek için değil; çalışma saatlerinin belirlenmesi, fazla mesainin hesaplanması, iş güvenliği kayıtlarının tutulması ve acil durumlarda personel takibi gibi birçok resmi amaçla kullanılıyor. Bu nedenle bir başkası adına kart okutulması, işveren açısından kayıtların güvenilirliğini ortadan kaldıran ciddi bir ihlal olarak değerlendiriliyor.

DÜĞÜN ALTINLARI KİMİN?

Boşanma davalarının en çok tartışılan konularından biri hiç kuşkusuz düğünde takılan altınlar... Bilezikler, çeyrek altınlar, kolyeler, takı setleri ve nakit paralar... Evlilik bittiğinde bu takılar kime ait sayılıyor? Geline mi, damada mı, yoksa ortak mal mı kabul ediliyor?

Yargıtay'ın son dönemde verdiği kararlar ve içtihat değişiklikleri, düğün takılarının paylaşımı konusunda uzun yıllardır uygulanan yaklaşımın yeniden değerlendirilmesine neden oldu. Özellikle boşanma davalarında sıkça karşılaşılan “ziynet eşyası” uyuşmazlıkları, artık yalnızca geleneksel kabullerle değil; tarafların anlaşması, yerel örf ve adetler ile takının niteliği dikkate alınarak değerlendiriliyor.

ALTIN GELİNE Mİ AİT?

Uzun yıllar boyunca Yargıtay'ın yerleşik uygulaması,

düğünde kim tarafından kime takılırsa takılsın, ziynet eşyalarının kural olarak kadına bağışlandığı ve kadının kişisel malı olduğu yönündeydi. Bu yaklaşımın temelinde, altınların kadının geleceğini güvence altına almak amacıyla takıldığı yönündeki örf ve adet anlayışı bulunuyordu. Ancak son yıllarda ekonomik koşulların ve düğün geleneklerinin değişmesiyle birlikte Yargıtay, bu konuda yeni bir değerlendirme yapmaya başladı. Yeni içtihadı göre öncelikle eşler arasında takıların paylaşımına ilişkin bir anlaşma olup

olmadığına bakılıyor. Böyle bir anlaşma yoksa, olayın yaşandığı bölgedeki yerel örf ve adetler inceleniyor. Eğer bunlar da belirleyici değilse, ekonomik değeri bulunan takılar ve hediyeler kural olarak kime takılmışsa ona ait kabul ediliyor. Kadına özgü bilezik, küpe, kolye gibi ziynetler ise nitelikleri gereği kadına ait kişisel mal olarak değerlendiriliyor.

UYUŞMAZLIK KONUSU

Aile mahkemelerinde görülen davalarda, düğün altınlarının ev alırken, araba alırken ya da borç öderken

bozdurulduğu iddiaları sıkça gündeme geliyor. Yargıtay'ın yerleşik kararlarına göre, ziynet eşyalarının kadının rızasıyla ortak ihtiyaçlar için bozdurulduğunu iddia eden taraf, bunu ispat etmekle yükümlü. Aksi ispat edilemediği sürece, altınların iadesi veya bedelinin ödenmesi istenebiliyor. Hukukçular, bu tür davalarda fotoğrafların, düğün videolarının, tanık beyanlarının ve kuyumcu bilirkişi raporlarının önemli deliller arasında yer aldığını belirtiyor.



PEYNİRDE GÖRÜNMEYEN TEHLİKE: LISTERIA

Tahsildaroğlu markasıyla satışa sunulan beyaz peynir partisinde *Listeria monocytogenes* bakterisinin tespit edilmesinin ardından ürünler piyasadan çekildi. Yaşanan gelişme, süt ve süt ürünlerinde hijyen, soğuk zincir ve doğru saklama koşullarının önemini bir kez daha gündeme taşıdı.

Kahvaltının vazgeçilmezi beyaz peynir ve zeytin.... Ancak her sabah soframızda lezzeti ile yer alan beyaz peynir bu kez bambaşka bir sorunla gündeme geldi. Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından yapılan denetimlerde, Tahsildaroğlu markasıyla satışa sunulan beyaz peynir partisinde *Listeria monocytogenes* bakterisine rastlandı. Firma söz konusu ürünleri piyasadan geri çekti. Ancak bu durum kamuoyu gündeminde yeni bir tartışmayı da beraberinde getirdi.

Özellikle hamileler, ileri yaştaki bireyler, bebekler ve bağışıklık sistemi zayıf kişiler açısından daha ciddi sonuçlara yol açabileceği belirtilen *Listeria* bakterisinin oluşma koşulları ise uzmanlar tarafından şöyle açıklandı: “Nem oranı yüksek olan beyaz peynir, taze lor ve benzeri yumuşak peynir çeşitleri, sert ve uzun süre olgunlaştırılmış peynirlere göre daha fazla risk taşıyor. Bunun en önemli nedenlerinden biri bakterinin düşük sıcaklıklarda, hatta buzdolabı koşullarında dahi yaşamını sürdürebilmesi ve çoğalabilmesi.

ÜRETİM VE DAĞITIM ZİNCİRİ

Uzmanlara göre üretim sırasında uygulanan pastörizasyon işlemi bakteriyi büyük ölçüde ortadan kaldırırsa da, paketleme aşamasındaki hijyen eksiklikleri veya yeterince temizlenmeyen ekipmanlar nedeniyle ürün yeniden kontamine olabiliyor. Bu nedenle yalnızca üretim süreci değil, ürünün depolanması ve tüketiciye ulaşana kadar geçen tüm aşamalar gıda güvenliği açısından önem taşıyor. Evde saklama koşulları da peynirin güvenliği açısından belirleyici unsurlar arasında yer alıyor. Ambalajı açılan peynirlerin kapalı cam kaplarda veya kendi saklama kutularında muhafaza edilmesi, buzdolabı raflarının düzenli temizlenmesi ve ürünlerin uygun sıcaklıkta korunması çapraz bulaşma riskini azaltan temel uygulamalar arasında gösteriliyor.

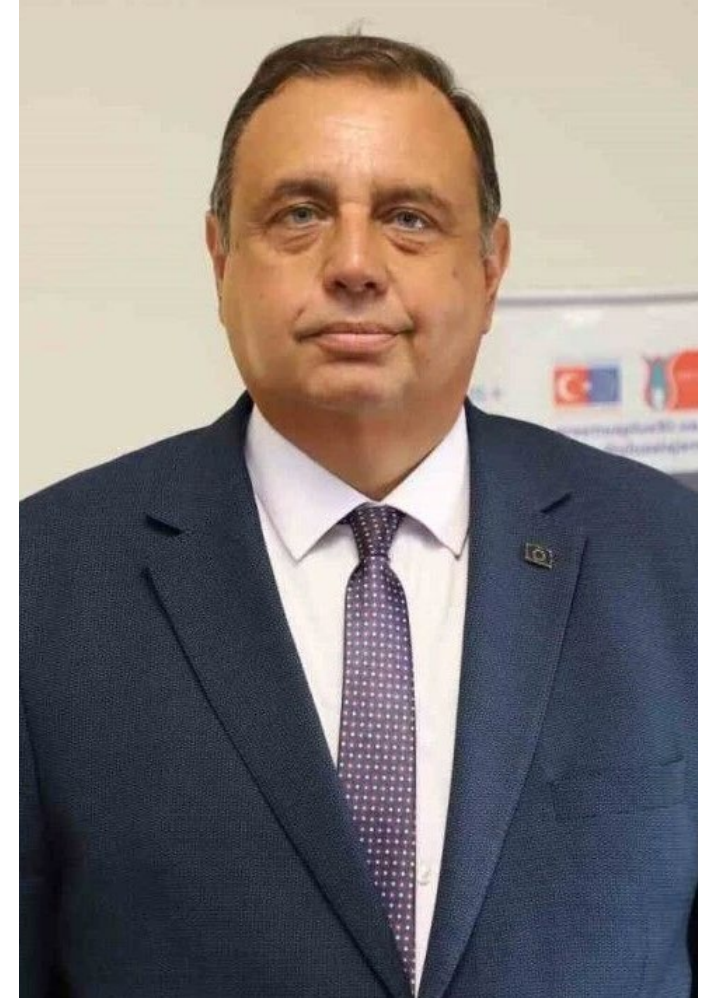
PROF. DR. ÖZGÖKER BARIŞ'IN SESİNİ HAYKIRACAK

Prof. Dr. Uğur Özgöker, 2026 Uluslararası İnsani Barış Ödülleri Töreni'nde hem organizasyon komitesine başkanlık edecek hem de açılış konuşmasını yapacak. Londra'da düzenlenecek etkinlik, barış, diplomasi ve uluslararası iş birliği alanında dünyanın farklı ülkelerinden önemli isimleri buluşturacak.

Uluslararası hukuk, diplomasi ve barış çalışmaları alanındaki akademik çalışmalarıyla öne çıkan Prof. Dr. Uğur Özgöker, bu yıl İngiltere'nin başkenti Londra'da düzenlenecek 2026 Uluslararası İnsani Barış Ödülleri Töreninde iki önemli görev üstlenecek. Özgöker, organizasyonun Düzenleme Komitesi Başkanı olarak etkinliğin hazırlık ve koordinasyon sürecini yönetecek, aynı zamanda törenin açılış konuşmasını gerçekleştirerek Türkiye'yi uluslararası platformda temsil edecek. 2 Eylül 2026 tarihinde Londra'nın tarihi yapılarından Naval and Military Club'da gerçekleştirilecek tören, dünyanın farklı ülkelerinden devlet temsilcilerini, diplomatları, akademisyenleri, hukukçuları, iş dünyasının önde gelen isimlerini ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerini bir araya getirecek. Uluslararası ölçekte barışın, diyalogun ve ortak çalışmanın güçlendirilmesini amaçlayan etkinliğin, farklı kültürler arasında yeni iş birliklerine de zemin hazırlaması hedefleniyor.

Prof. Dr. Özgöker, organizasyondaki görevini yalnızca açılış konuşmasıyla sınırlı tutmayacak. Aynı zamanda Institute of International Peace Leaders (IIPL) Türkiye Ülke Direktörü kimliğiyle etkinliğin planlanması, uluslararası katılımcılar arasındaki koordinasyonun sağlanması ve programın yürütülmesi süreçlerinde de aktif rol üstlenecek. Organizasyon komitesine başkanlık edecek olan Özgöker, farklı ülkelerden temsilcilerin katılımıyla gerçekleştirilecek programın başarılı şekilde hayata geçirilmesi için yürütülen çalışmaları yönlendirecek.

Prof. Dr. Uğur Özgöker, bu yıl İngiltere'nin başkenti Londra'da düzenlenecek 2026 Uluslararası İnsani Barış Ödülleri Töreninde iki önemli görev üstlenecek.



ULUSLARARASI DİPLOMASİ VE HUKUK

Uzun yıllardır uluslararası hukuk, tahkim, enerji hukuku, kamu-özel iş birliği (PPP) projeleri ve uluslararası uyuşmazlıkların çözümü alanlarında akademik çalışmalar yürüten Prof. Dr. Uğur Özgöker, aynı zamanda farklı ülkeler arasında diyalog kanallarının güçlendirilmesine yönelik çeşitli uluslararası

platformlarda görev alıyor. Barış diplomasisi, sürdürülebilir uluslararası iş birliği ve hukukun üstünlüğü konularındaki çalışmalarıyla bilinen Özgöker, uluslararası toplantı ve konferanslarda Türkiye'yi temsil eden akademisyenler arasında yer alıyor.

BARIŞ VE DAYANIŞMA VURGUSU

Bu yıl “Barış, İnsanlık ve Küresel Dayanışma İçin Birlikte” temasıyla düzenlenecek Uluslararası İnsani Barış Ödülleri Töreni'nde, küresel ölçekte barışın korunmasına katkı sağlayan kişi ve kurumlar ödüllendirilecek. Organizasyonda insani yardım faaliyetleri, uluslararası diplomasi, toplumsal

dayanışma, insan hakları ve ülkeler arası iş birliğini güçlendiren projeler ön plana çıkarılacak. Tören boyunca farklı ülkelerden konuşmacılar, küresel krizlerin çözümünde diyalogun önemi, uluslararası hukukun güçlendirilmesi, insani yardımların etkinliği ve barış kültürünün gelecek nesillere aktarılması gibi başlıklarda görüşlerini paylaşacak.

DÜNYADA TÜKETİCİSİNİ NASIL KORUNUYOR?

Almanya'dan Japonya'ya, İngiltere'den ABD'ye... Dünyanın en dikkat çekici tüketici haklarını mercek altına aldık. Bazı ülkelerde tüketici tıklı sözleşmesini iptal edebilirken, bazılarında arızalı üründe ispat yükü satıcıya ait. Peki Türkiye bu uygulamaların neresinde?

Berlin'de internetten satın aldığınız bir kahve makinesini beğenmediniz... Tokyo'da kapınıza gelen bir satıcıdan elektrik süpürgesi aldınız ve ertesi gün pişman oldunuz... Londra'da satın aldığınız dizüstü bilgisayar arızalandı... New York'ta aldığınız otomobil sürekli aynı arızayı vermeye başladı... Stockholm'de internetten sipariş ettiğiniz mont beklediğiniz gibi çıkmadı... Reykjavik'te satın aldığınız elektronik ürün kısa süre sonra bozuldu... Aynı tüketici... Benzer alışveriş... Ancak haklar birbirinden oldukça farklı.

Küreselleşme sayesinde dünyanın herhangi bir ülkesinden alışveriş yapmak artık birkaç dakikalık bir işlem. Buna karşın tüketici hakları söz konusu olduğunda ülkeler arasında önemli farklılıklar bulunuyor. Bazı ülkeler tüketiciyi daha alışveriş yapılmadan koruyan önleyici sistemler kurarken, bazıları uyumsuzluk çıktığında hızlı çözüm mekanizmalarıyla öne çıkıyor. Türkiye de son yıllarda özellikle e-ticaret, mesafeli satışlar ve tüketici hakem heyetleri alanında önemli adımlar attı. Ancak dünya örnekleri incelendiğinde, tüketiciyi daha güçlü koruyan ve güveni artıran uygulamaların sayısı oldukça fazla.

AB mevzuatı gereği tüketiciler, satın aldıkları ürünlerde en az iki yıllık yasal garanti hakkına sahip. Ürün ayıplı çıkarsa satıcı ücretsiz onarım, değişim, bedel indirimi veya koşullar oluştuğunda para iadesi sağlamakla yükümlü.

İKİ YIL BOYUNCA YANINDAYIM

Avrupa Birliği'nin en güçlü tüketici koruma sistemlerinden biri Almanya'da uygulanıyor. AB mevzuatı gereği tüketiciler, satın aldıkları ürünlerde en az iki yıllık yasal garanti hakkına sahip. Ürün ayıplı çıkarsa satıcı ücretsiz onarım, değişim, bedel indirimi veya koşullar oluştuğunda para iadesi sağlamakla yükümlü. Ayrıca internetten yapılan alışverişlerde tüketiciler, hiçbir gerekçe göstermeden 14 gün içinde cayma hakkını kullanabiliyor. Teslimattan sonraki ilk dönemde ortaya çıkan ayıplarda, kusurun teslim anında mevcut olmadığı iddiasını ispatlama yükü satıcıya ait oluyor. Bu da, tüketicinin teknik raporlarla zaman harcamamasını sağlıyor.

MAHKEMEYE GİTMEDEN ÇÖZÜM

İngiltere'de tüketici haklarının en dikkat çekici yönlerinden biri ise ombudsman sistemi. Bankacılıktan enerjiye, telekomünikasyondan sigortaya kadar birçok sektörde bağımsız ombudsman kurumları faaliyet gösteriyor. Tüketiciler çoğu zaman mahkemeye gitmeden şikâyetlerini ücretsiz olarak bu kurumlara taşıyabiliyor. Ayrıca devlet destekli danışmanlık sistemi sayesinde tüketiciler, haklarını öğrenmek için ücretsiz bilgi ve yönlendirme hizmeti alabiliyor. Gerekliğinde dosyalar yerel denetim birimlerine de aktarılabilir.

SEKİZ GÜNLÜK DÜŞÜNME SÜRESİ

Japonya’da ise “cooling-off” var yani düşünme süresi. Özellikle kapıdan satışlar, telefonla satışlar ve bazı doğrudan pazarlama yöntemlerinde tüketicilere belirli bir süre içinde hiçbir gerekçe göstermeden sözleşmeden vazgeçme hakkı tanınıyor. Bu uygulamanın amacı, ani kararlarla yapılan alışverişlerde tüketiciyi baskı altında bırakabilecek satış yöntemlerine karşı koruma sağlamak. Japon tüketici politikalarının temelinde ise “önce bilgilendirme, sonra satış” anlayışı bulunuyor. Satıcıların sözleşme şartlarını açık ve anlaşılır biçimde tüketiciye sunması yasal zorunluluklar arasında yer alıyor.

ARIZALI ARACA İADE HAKKI

Amerika Birleşik Devletleri’nde tüketici hakları büyük ölçüde eyalet yasalarıyla düzenleniyor. Bunların en dikkat çekici örneklerinden biri “Lemon Law” olarak bilinen düzenlemeler. “Lemon” (limon), ABD’de sürekli arıza çıkaran ürünler için kullanılan bir deyim. Bu yasalar kapsamında, yeni alınan bir otomobil aynı ciddi arızayı makul sayıda onarıma rağmen gidermiyorsa veya uzun süre serviste kalıyorsa, tüketici belirli koşullarda aracın değiştirilmesini ya da bedelinin iadesini talep edebiliyor. Kurallar eyaletten eyalete değişse de sistem, üretici ve satıcı üzerinde önemli bir kalite baskısı oluşturuyor. ABD’de ayrıca yanıltıcı reklamlar ve haksız ticari uygulamalar konusunda Federal Trade Commission (FTC) aktif denetim yapıyor. Şirketler, tüketiciyi yanıltan reklamlar nedeniyle milyonlarca dolarlık yaptırımlarla karşılaşabiliyor.

GÜVEN SİSTEMİN TEMELİ

İsveç, tüketici memnuniyeti ve güven konusunda Avrupa’nın öne çıkan ülkelerinden biri. Ülkede belediyeler bünyesinde tüketicilere ücretsiz danışmanlık hizmeti veriliyor. Sorun yaşayan vatandaşlar, dava açmadan önce haklarını öğrenebiliyor ve çözüm yolları konusunda destek alabiliyor. Bunun yanında İsveç Ulusal Tüketici Ajansı, şirketlerin reklamlarını, sözleşmelerini ve pazarlama faaliyetlerini denetliyor. Tüketiciyi yanıltabilecek uygulamalar hızlı şekilde incelemeye alınıyor. Bir diğer uygulama ise çevresel sürdürülebilirlik. İsveç’te tamir kültürünü teşvik etmek amacıyla geçmiş yıllarda bazı tamir hizmetlerinde vergi indirimi uygulanarak, ürünlerin atılmak yerine onarılması özendirildi. Bu yaklaşım hem tüketicinin bütçesine katkı sağlıyor hem de israfı azaltmayı hedefliyor.

KÜÇÜK ÜLKE, BÜYÜK GÜVEN

Yaklaşık 400 bin nüfuslu İzlanda, dünyanın en yüksek yaşam standartlarına sahip ülkelerinden biri olarak gösteriliyor. Avrupa Ekonomik Alanı’nın bir parçası olan İzlanda’da, Avrupa Birliği’nin tüketici koruma kurallarının büyük bölümü uygulanıyor. İnternette yapılan alışverişlerde cayma hakkı, ürün garantileri ve sözleşme şeffaflığı konusunda tüketici lehine güçlü düzenlemeler bulunuyor. Küçük bir pazar olması nedeniyle işletmeler açısından güven kaybının maliyeti oldukça yüksek. Bu nedenle müşteri memnuniyeti ve şeffaflık ticari hayatın temel unsurları arasında yer alıyor.

TÜRKİYE NEREDE DURUYOR

Türkiye’de de 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile mesafeli satışlarda cayma hakkı, ayıplı mal hükümleri ve tüketici hakem heyeti sistemi gibi önemli koruma mekanizmaları



İsveç’te tamir kültürünü teşvik etmek amacıyla geçmiş yıllarda bazı tamir hizmetlerinde vergi indirimi uygulanarak, ürünlerin atılmak yerine onarılması özendirildi. Bu yaklaşım hem tüketicinin bütçesine katkı sağlıyor hem de israfı azaltmayı hedefliyor.

bulunuyor. Ancak uzmanlara göre tüketicinin haklarını bilme düzeyi hâlâ istenen seviyede değil. Avrupa Komisyonu’nun tüketici araştırmaları da, hakların etkin kullanılabilmesi için yalnızca güçlü yasaların değil, tüketicinin bilinç düzeyinin de kritik olduğunu gösteriyor.

Mesafeli satışlarda 14 günlük cayma hakkı, ayıplı mal ve ayıplı hizmet hükümleri, garanti uygulamaları, ön ödemeli konut satışları, abonelik sözleşmeleri ve taksitli satışlara ilişkin düzenlemeler, Avrupa Birliği müktesebatıyla uyumlu şekilde geliştirildi. Türkiye’nin en önemli avantajlarından biri ise Tüketici Hakem Heyetleri. Belirli parasal sınırın altındaki uyuşmazlıklarda tüketiciler, mahkemeye gitmeden hakem heyetlerine başvurabiliyor. Ticaret Bakanlığı verilerine göre her yıl yüz binlerce başvuru bu mekanizma üzerinden sonuçlandırılıyor. Bu sistem, hem vatandaşın dava masrafına katlanmasını önüyor hem de yargının iş yükünü azaltıyor. Ayrıca son yıllarda e-Devlet üzerinden başvuru yapılabilmesi ve dijital süreçlerin yaygınlaşması, hak aramayı daha erişilebilir hâle getirdi.

GELİŞTİRİLEBİLECEK ALANLAR

Buna karşın uzmanlara göre gelişmiş ülkelerdeki bazı uygulamalar Türkiye için de yol gösterici olabilir. Örneğin İngiltere’de olduğu gibi sektör bazlı alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmalarının daha da yaygınlaştırılması, tüketici ile satıcı arasındaki sorunların daha kısa sürede çözülmesine katkı sağlayabilir. İsveç’teki ücretsiz tüketici danışmanlığı modeli, özellikle haklarını bilmeyen vatandaşlar için örnek



UYARLANABİLECEK 10 UYGULAMA

- Sektör bazlı bağımsız ombudsman sistemlerinin yaygınlaştırılması.
- Belediyeler aracılığıyla ücretsiz tüketici danışmanlığı hizmetlerinin güçlendirilmesi.
- Ürün geri çağırma süreçlerinin daha görünür ve kullanıcı dostu hâle getirilmesi.
- Kapıdan satış ve agresif pazarlama yöntemlerinde tüketicinin bilgilendirilmesinin artırılması.
- Ayıplı ürünlerde tüketici lehine ispat mekanizmalarının daha da güçlendirilmesi.
- Dijital aboneliklerde iptal süreçlerinin sadeleştirilmesi.
- Sahte kullanıcı yorumlarına karşı daha etkin denetim ve yaptırımlar.
- Yapay zekâ ile oluşturulan reklam içeriklerinde şeffaflık standartları.
- Okullarda temel tüketici hakları ve finansal okuryazarlık eğitimlerinin yaygınlaştırılması.
- Tüketici Hakem Heyetlerinin kararlarının ve örnek uygulamalarının daha geniş kitlelere ulaştırılması.

alınabilecek uygulamalar arasında. ABD’deki ürün geri çağırma sistemleri ve kamuoyunun etkin biçimde bilgilendirilmesi de ürün güvenliği açısından dikkat çeken örneklerden biri. Japonya’da tüketicinin sözleşme öncesinde daha ayrıntılı bilgilendirilmesine yönelik uygulamalar ise özellikle dijital abonelikler ve karmaşık hizmet sözleşmeleri bakımından incelenmeye değer.

ASIL GÜÇ BİLİNÇLİ TÜKETİCİ

Ancak uzmanlar tek bir konuda hemfikir: En güçlü yasa bile, haklarını bilmeyen bir tüketiciyi tek başına koruyamaz. Avrupa Komisyonu’nun tüketici politikalarına ilişkin çalışmalarında da yalnızca yasal düzenlemelerin değil; tüketici eğitiminin, finansal okuryazarlığın ve dijital okuryazarlığın artırılmasının önemine dikkat çekiliyor. Bir ürünü satın almadan önce sözleşmeyi okumak... Fiyat karşılaştırması yapmak... İade koşullarını incelemek... Faturayı saklamak... Şikâyet mekanizmalarını bilmek...

GELECEĞİN TÜKETİCİ HAKLARI

Dijitalleşme, yapay zekâ ve sınır ötesi e-ticaret, tüketici hukukunun gündemini de değiştiriyor. Artık yalnızca ayıplı mal ya da garanti süresi konuşulmuyor. Kişisel verilerin korunması... Yapay zekâ tarafından oluşturulan yanıltıcı reklamlar... Sahte kullanıcı yorumları... Abonelik tuzakları... Karanlık tasarım olarak adlandırılan yönlendirici arayüzler... Önümüzdeki yıllarda tüketici hukukunun en önemli başlıkları arasında yer alacak. Avrupa Birliği’nin kabul ettiği Dijital Hizmetler Yasası (Digital Services Act) ve Dijital Pazarlar Yasası (Digital Markets Act) gibi düzenlemeler, çevrim içi platformlarda tüketicinin korunmasına yönelik yeni standartlar getiriyor.

BİR GECE EFSANESİ ISLAK HAMBURGER

Taksim'in küçük bir büfesinde doğan ıslak hamburger, bugün İstanbul'un en ikonik sokak lezzetlerinden biri haline geldi. Peki bu buharı tüten hamburger neden bu kadar seviliyor? Gerçekten en iyisi nerede yeniyor? İşin sırrı sosunda mı, köftesinde mi, yoksa yıllardır değişmeyen geleneğinde mi?

Gece yarısını çoktan geçmiş... İstiklal Caddesi'nin kalabalığı yavaş yavaş dağılırken Taksim Meydanı'nın köşesinde hâlâ uzun bir kuyruk var. Kimisi konserden çıkmış... Kimisi iştten... Kimisi sadece "canım çekti" diyerek uğramış. Hepsinin ortak noktası aynı. Cam dolabın içinde buharın arasında bekleyen küçük hamburgerler... Üzerlerinden ağır ağır süzülen domates sosu... Yoğun sarımsak kokusu... Ve ilk ısırdıkta ekmeğin içine işlemiş o meşhur lezzet... İstanbul'un belki de en sıra dışı sokak yemeği olan ıslak hamburger, yaklaşık yarım asırdır gece hayatının vazgeçilmez lezzetlerinden biri olmayı sürdürüyor.

TESADÜFTEN DOĞAN LEZZET Mİ

Islak hamburgerin ortaya çıkışıyla ilgili farklı anlatılar bulunsa da ortak adres değişmiyor: Taksim Meydanı. En yaygın kabul gören hikâyeye göre 1970'li yılların başında Taksim'deki büfelerde hazırlanan hamburgerler, yoğun talep nedeniyle önceden pişirilip domates sosuyla birlikte sıcak dolaplarda bekletilmeye başlandı. Buharın etkisiyle ekmeğin sosu çekti, hamburger alışılmışın dışında yumuşak ve "ıslak" bir kıvam aldı. Müşterilerin bu yeni lezzeti benimsemesiyle "ıslak hamburger" adı kısa sürede yaygınlaştı. Bu lezzetin ilk kez kim tarafından üretildiği konusunda farklı iddialar bulunsa da, Kızılkayalar ailesi kendi tarifleriyle geliştirdikleri ıslak hamburgeri yıllar süren denemelerin ardından bugünkü hâline getirdiklerini ve markalarının simgesi haline getirdiklerini belirtiyor. 1972'den beri Taksim'de faaliyet gösteren firma, ıslak hamburgeri özel sosuyla sokak lezzeti kültürüne kazandırdığını ifade ediyor.



İSTANBUL'UN SİMGESİ OLDU

Aslında ıslak hamburger çok gösterişli bir yemek değil. Yaklaşık 90 gramlık küçük bir hamburger... İnce bir köfte... Bol sarımsaklı domates sosu... Ve buharın içinde bekletilen yumuşacık ekmek... Ama onu özel yapan tarifinden çok hikâyesi. Paris'in kruvasanı... New York'un hot dog'u... Berlin'in currywurst'u... İstanbul'un da ıslak hamburgeri var. Bugün Beyoğlu denildiğinde Galata Kulesi, nostaljik tramvay ve İstiklal Caddesi kadar akla gelen lezzetlerden biri de ıslak hamburger. Beyoğlu Kaymakamlığı da bu lezzeti ilçenin gastronomik simgeleri arasında gösteriyor.

PEKİ EN İYİSİ NEREDE

Bu sorunun tek bir cevabı yok. Ancak gastronomi yazarlarının, turist rehberlerinin ve müdavimlerin ortaklaştığı birkaç adres bulunuyor. Başta Kızılkayalar, Taksim'de ıslak hamburger denildiğinde ilk akla gelen işletmelerden biri olarak öne çıkıyor. Bunun yanında Marmaris Büfe, Bambi gibi yıllardır aynı bölgede hizmet veren işletmeler de müdavimleri tarafından sıkça tercih ediliyor. Reddit'teki İstanbul topluluğunda da yerli kullanıcıların en sık önerdiği adresler arasında Kızılkayalar ve Bambi yer alıyor. Ancak gastronomi uzmanlarına göre iyi bir ıslak hamburgeri belirleyen yalnızca adres değil; kullanılan malzeme ve hazırlama tekniği. Çünkü gerçek bir ıslak hamburgeri özel yapan, sosun ekmeği tamamen yumuşatması değil, ekmeğin dağılmadan bu sosu içine çekebilmesi.

SIRRI SOS MU, BUHAR MI

İyi bir ıslak hamburger ile sıradan bir hamburger arasındaki farkın onlarca küçük ayrıntıda gizli. Yıllardır bu lezzeti hazırlayan ustalara göre iyi bir ıslak hamburgerin başarısı yalnızca köftede değil; sos, ekmek, pişirme tekniği ve bekletme süresinin uyumunda yatıyor. Zira ıslak hamburgeri diğer hamburgerlerden ayıran en önemli unsur, kendine özgü sosu. Domates püresi,

Başta Kızılkayalar, Taksim'de ıslak hamburger denildiğinde ilk akla gelen işletmelerden biri olarak öne çıkıyor. Bunun yanında Marmaris Büfe, Bambi gibi yıllardır aynı bölgede hizmet veren işletmeler de müdavimleri tarafından sıkça tercih ediliyor.

salça, sarımsak ve çeşitli baharatlarla hazırlanan bu yoğun sos, hamburger ekmeğinin tamamına nüfuz ediyor. Ardından hamburgerler kapalı ve buharlı bir dolapta belirli bir süre dinlendiriliyor. Böylece ekmek yumuşuyor ancak dağılmıyor; köfte ise suyunu kaybetmeden sıcaklığını koruyor.

DÖRT TEMEL LEZZET

Profesyonel şefler, iyi bir ıslak hamburgeri değerlendirirken dört temel kritere dikkat çekiyor. İlki, köftenin lezzeti. İnce hazırlanmış olsa da et tadını kaybetmemeli ve fazla baharatla baskılanmamalı. İkincisi, sos dengesi. Sos ne fazla sulu olmalı ne de salça tadı baskın gelmeli. Domatesin doğal asiditesi ile sarımsağın aroması birbirini tamamlamalı. Üçüncüsü, ekmek dokusu. Islak hamburgerin en büyük özelliği yumuşak olmasıdır. Ancak bu yumuşaklık hamurlaşmaya dönüşmemeli.

Bir dönem yalnızca Taksim Meydanı'nda bulunabilen ıslak hamburger, bugün İstanbul'un birçok ilçesinde, hatta Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya gibi büyük şehirlerde de farklı yorumlarla hazırlanıyor.



HİJYEN TARTIŞMALARI

Islak hamburger, yıllardır sokak lezzetlerinin en popüler örneklerinden biri olsa da hijyen tartışmalarının da odağında yer alıyor. Çünkü ürün, hazırlanıp sıcak dolaplarda bekletilerek servis ediliyor. Gıda güvenliği uzmanları, bu tür ürünlerde en kritik unsurun sıcak muhafaza zincirinin korunması olduğunu vurguluyor. Hazırlanan hamburgerlerin uygun sıcaklıkta bekletilmesi, kullanılan etin güvenilir kaynaklardan temin edilmesi, sosun günlük hazırlanması ve ekipman temizliğinin düzenli yapılması gerektiğine dikkat çekiliyor.

TAKSİM'DEN TÜRKİYE'YE

Bir dönem yalnızca Taksim Meydanı'nda bulunabilen ıslak hamburger, bugün İstanbul'un birçok ilçesinde, hatta Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya gibi büyük şehirlerde de farklı yorumlarla hazırlanıyor. Bazı işletmeler cheddar peynirli versiyonlar sunarken, bazıları acılı soslarla yeni tatlar deniyor. Kimileri ise klasik tarife sadık kalmayı tercih ediyor. Yarım asrı aşan geçmişiyle ıslak hamburger, İstanbul'un değişen yüzüne rağmen ayakta kalmayı başaran ender sokak lezzetlerinden biri. Bugün daha modern mutfaklar, daha büyük restoranlar ve sayısız yeni lezzet alternatifi var. Ancak bu küçük hamburger, hâlâ gece yarısı Taksim'in simgesi olmayı sürdürüyor. Belki de onu özel yapan, kusursuz bir tariften çok daha fazlası... Bir şehrin ritmini, gecesini ve hafızasını tek lokmada hissettirebilmesi.

APPLE'A BATTERYGATE TAZMİNATI

Milyonlarca iPhone kullanıcısını etkileyen “Batterygate” skandalı, teknoloji dünyasında yalnızca Apple’ın değil, tüm sektörün tüketiciye karşı sorumluluklarını yeniden tanımladı. Planlı eskime tartışmalarını küresel gündeme taşıyan dava, şeffaflık, onarım hakkı ve dijital tüketici hakları konusunda emsal oluşturdu.

Akıllı telefonunuz bir sabah aniden yavaşlamaya başlarsa ilk aklınıza ne gelir? Çoğu tüketici gibi siz de “Telefon artık eskidi” diye düşünebilir ve yeni bir cihaz alma fikrine sıcak bakabilirsiniz. İşte 2017 yılında milyonlarca iPhone kullanıcısının yaşadığı tam olarak buydu. Ancak kısa süre sonra ortaya çıkan gerçek, yalnızca Apple’ı değil, tüm teknoloji sektörünü sarsacak kadar büyüktü.

Bugün “Batterygate” olarak anılan olay, tüketici hakları tarihinde dijital ürünlerle ilgili açılmış en önemli davalardan biri olarak kabul ediliyor. Çünkü bu dava yalnızca bir telefonun yavaşlamasıyla ilgili değildi; tüketicinin bilgi alma hakkı, şeffaflık ilkesi ve “planlı eskime” tartışmalarını dünya gündemine taşıdı.

KULLANICILAR ŞİKÂYET ETTİ

2017 yılı boyunca özellikle iPhone 6, iPhone 6S, iPhone 7 ve iPhone SE kullanıcıları cihazlarının yeni iOS güncellemelerinden sonra belirgin şekilde yavaşladığını fark etti. Sosyal medyada binlerce kullanıcı aynı sorunu paylaşıırken, bağımsız yazılım geliştiricileri yaptıkları performans testlerinde işlemci hızının yazılım tarafından sınırlandırıldığını ortaya koydu. Bunun üzerine Apple, uzun süre tartışılan gerçeği kabul etmek zorunda kaldı. Şirket yaptığı açıklamada, lityum iyon bataryaların zamanla kapasite kaybettiğini, eskiyen bataryaların ani güç ihtiyacını karşılayamadığını ve bunun telefonun beklenmedik şekilde kapanmasına neden olabileceğini belirtti. Apple’a göre işlemci performansını sınırlayan yazılım, cihazların kapanmasını önlemek amacıyla geliştirilmişti. Ancak kullanıcılar için asıl sorun başka bir noktadaydı: Bu işlem kullanıcılara önceden haber verilmeden yapılmıştı.

PLANLI ESKİME TARTIŞMASI

Apple’ın açıklaması tartışmaları bitirmedi, tam tersine daha da büyüttü. Tüketici örgütleri ve hukukçular, performansı düşen kullanıcıların önemli bir bölümünün batarya değişimi yerine yeni telefon satın aldığını savundu. Böylece teknoloji dünyasında yıllardır konuşulan “planned obsolescence” yani planlı eskime kavramı yeniden gündeme geldi. Bir ürünün ekonomik ömrünün yazılım, tasarım veya donanım yoluyla bilinçli olarak kısaltıldığı planlı eskimenin tüketicinin yeni ürün almaya yönlendirildiği iddiasını gündeme taşıdı. Apple bu iddiayı kabul etmedi. Şirket, uygulamanın yalnızca cihaz güvenliği ve kullanıcı deneyimini korumaya yönelik olduğunu savunmasını tekrarladı. Buna rağmen birçok ülkedeki düzenleyici kurumlar, tüketicilerin yeterince bilgilendirilmediği görüşünde birleşti.

500 MİLYON DOLARLIK UZLAŞMA

ABD’de açılan toplu davalar yıllarca sürdü. 2020 yılında Apple, kusurlu olduğunu kabul etmedi ancak davayı sonuçlandırmak amacıyla 310 ila 500 milyon dolar arasında değişen bir uzlaşma paketini kabul etti. Uygun şartları sağlayan iPhone kullanıcılarına cihaz başına ödeme yapılmasına karar verildi. Fransa’da ise Rekabet ve Tüketici Koruma Kurumu (DGCCRF) tarafından yürütülen soruşturmanın ardından Apple, tüketicileri eksik bilgilendirdiği gerekçesiyle 25 milyon avro para cezası ödemeyi kabul etti. Ayrıca şirketin internet sitesinde kullanıcıları bilgilendiren resmi bir açıklama yayımlaması istendi.

TEKNOLOJİ SEKTÖRÜ DEĞİŞTİ

Batterygate’in en büyük etkisi yalnızca Apple’ın ödediği cezalar olmadı. Bu olaydan sonra Apple, iPhone’lara “Batarya Sağlığı” ekranını ekledi. Kullanıcılar artık pil kapasitesini görebiliyor, performans yönetiminin devreye girip girmediğini öğrenebiliyor ve isterlerse bu özelliği kapatabiliyordu. Şirket ayrıca batarya değişim ücretlerini geçici olarak önemli ölçüde düşürdü ve milyonlarca kullanıcının uygun fiyatla pil değişimi yaptırmasını sağladı. Bu gelişmeler diğer teknoloji üreticilerini de etkiledi. Akıllı telefon üreticileri artık yazılım güncellemelerinin performansla etkisini daha ayrıntılı

3,5 DAKİKA TARTIŞMASI

ABD’de yaşayan Amanda Ramirez, marketten satın aldığı mikrodalgada hazırlanan Velveta Shells & Cheese ürününün ambalajında yer alan “3,5 dakikada hazır” ifadesinin gerçeği yansıtmadığını öne sürerek üretici Kraft Heinz’a karşı 5 milyon dolarlık toplu dava açtı. Ramirez, ürünün kapağını açma, su ekleme, pişirme ve sosu karıştırma gibi hazırlık aşamalarının da hesaba katılması gerektiğini, bu nedenle tüketicilerin ambalajdaki ifadeyle yanıltıldığını savundu. Dava kısa sürede tüketici hakları çevrelerinde geniş yankı uyandırdı. Tartışmanın odağında yalnızca iki dakikalık zaman farkı değil, ambalajlarda kullanılan pazarlama



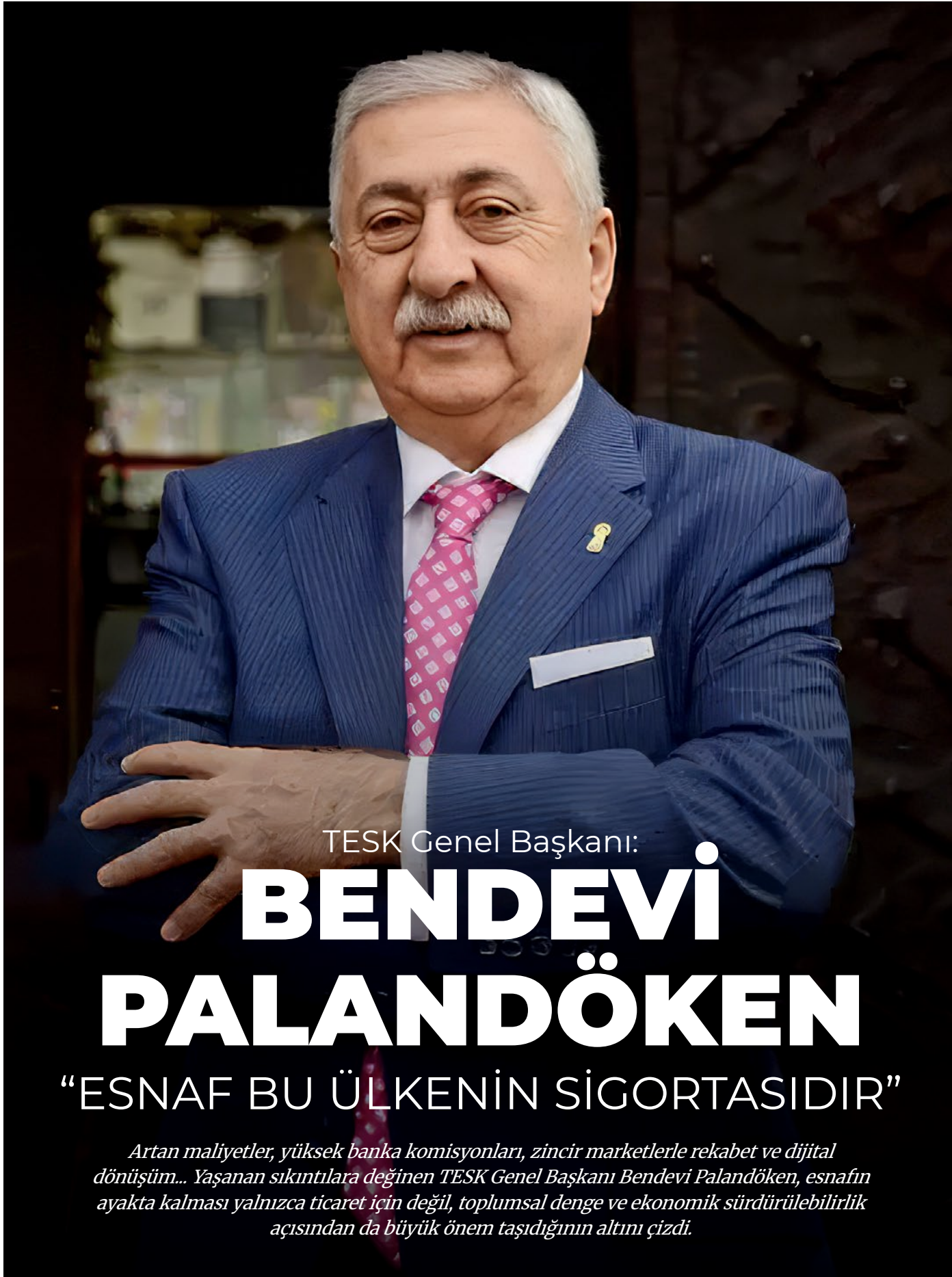
ifadelerinin tüketicide oluşturduğu algı vardı. Uzmanlara göre tüketici, ürün üzerinde yer alan “hazır” ibaresini çoğu zaman paketin açılmasından tüketilmeye hazır hale gelmesine kadar geçen toplam süre olarak yorumlanıyordu.

Kraft Heinz ise ambalajın arka yüzündeki hazırlama talimatlarında 3,5 dakikanın yalnızca mikrodalgada pişirme süresini ifade ettiğini belirterek davanın reddini istedi. Florida Federal Mahkemesi de 2023 yılında şirketi haklı bularak davayı düşürdü. Mahkeme, tüketicinin hukuki zararını yeterince ortaya koyamadığına ve ürün üzerindeki kullanım talimatlarının hazırlama sürecini açıkladığına karar verdi. Dava tüketici lehine sonuçlanmasa da, dosya gıda sektöründe ambalaj üzerindeki süre, porsiyon ve performans vaatlerinin ne kadar açık ve anlaşılır olması gerektiği tartışmasını yeniden gündeme taşıdı.

açıklamaya, pil ömrü bilgilerini kullanıcılarla paylaşmaya ve uzun süreli yazılım desteği konusunda daha şeffaf davranmaya başladı.

DİJİTAL ÇAĞIN TÜKETİCİ DAVASI

Batterygate, dijital çağın en önemli tüketici davalarından biri olarak yer aldı çünkü mahkemeler ilk kez “ürünün çalışması” kadar tüketicinin doğru bilgilendirilmesinin de temel bir hak olduğuna dikkat çekti. Avrupa Birliği’nde kabul edilen “Onarım Hakkı (Right to Repair)”, batarya değişiminin kolaylaştırılması, ürün ömrünün uzatılması ve yazılım güncellemelerinde şeffaflık gibi düzenlemelerin temelini de ABD’de açılan bu davalar oluşturdu. Batterygate, dijital çağda tüketici haklarının yalnızca garanti süresiyle sınırlı olmadığını gösterdi. Milyonlarca kullanıcının açtığı davalar sayesinde bugün teknoloji şirketleri ürünleri hakkında çok daha fazla bilgi vermek zorunda kalıyor. Bu yönüyle Apple krizi, tüketicinin teknoloji devlerine karşı kazandığı en önemli hukuki mücadelelerden biri olarak tarihe geçti.



TESK Genel Başkanı:

BENDEVE PALANDÖKEN

“ESNAF BU ÜLKENİN SİGORTASIDIR”

Artan maliyetler, yüksek banka komisyonları, zincir marketlerle rekabet ve dijital dönüşüm... Yaşanan sıkıntılara değinen TESK Genel Başkanı Bendeve Palandöken, esnafın ayakta kalması yalnızca ticaret için değil, toplumsal denge ve ekonomik sürdürülebilirlik açısından da büyük önem taşıdığının altını çizdi.

Enflasyonla mücadele sürecinin etkileri, finansmana erişim, kartlı ödemelerde artan banka komisyonları, dijitalleşme, e-ticaretin yükselişi ve zincir marketlerle rekabet... Türkiye ekonomisinin en önemli aktörlerinden biri olan esnaf ve sanatkârlar, değişen ekonomik koşulların beraberinde getirdiği birçok sorunla mücadele ediyor. Yaklaşık 2,5 milyon esnaf ve sanatkârı temsil eden Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK) Genel Başkanı Bendeve Palandöken, küçük işletmelerin karşı karşıya olduğu sorunları, beklentilerini ve çözüm önerilerini dergimize değerlendirdi.

Enflasyonun düşmeye başlaması beklentilerine rağmen sahada esnaf bunu hissedebiliyor mu?

Enflasyonda baz etkisiyle görülen gerileme elbette önemlidir ancak çarşı pazarda bunun etkisini henüz tam anlamıyla göremiyoruz. Esnafımızın satışları hâlâ istenilen seviyede değil. Vatandaş temel ihtiyaçları dışında harcama yapmaktan kaçınıyor. Maliyetler yüksek seyreliyor. Kira, enerji, personel giderleri, vergi yükü devam ediyor. Enflasyonun kalıcı şekilde düşmesi için üretimin desteklenmesi, maliyetlerin azaltılması ve piyasaya güven ortamının hâkim olması gerekiyor.

KÜÇÜK ESNAF ZORLANIYOR

Son iki yılda en çok hangi sektörlerde kapanma veya küçülme yaşandı?

Özellikle gıda, tekstil, ayakkabı, mobilya, kırtasiye, küçük imalat ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerimiz ciddi sıkıntılar yaşadı. Artan maliyetler, finansmana erişimde yaşanan güçlükler ve büyük zincir işletmelerle yaşanan haksız rekabet küçük esnafın ayakta kalmasını zorlaştırdı. Esnafımız dükkânını kapatmamak için büyük fedakârlık gösteriyor ancak sürdürülebilirlik her geçen gün zorlaşıyor. Eskisi gibi öyle 30 – 40 yıllık esnaf bulmak zor. Yeni dönemde 1 ile an fazla ayakta kalma süresi 3 yıl arasında değişiyor.

KOMİSYON MAĞDURİYETİ

3. Son açıklamalarınızda “Esnafın kazandığından fazlasını bankalar komisyon olarak alıyor” dediniz. Kartlı ödemelerde bankaların uyguladığı komisyonların yeniden düzenlenmesini talep ettiniz.

Bugün vatandaşın büyük çoğunluğu kartla ödeme yapıyor. Esnaf kart kabul etmek zorunda kalıyor ancak bankaların uyguladığı komisyon oranları birçok sektörde ürünün kâr marjını aşmış durumda. Özellikle düşük kârla çalışan bakkal, market, akaryakıt ve sigara satışı yapan esnafımız büyük mağduriyet yaşıyor. Esnaf kazanmadan bankalar kazanıyor. Bu sistem sürdürülebilir değildir. Komisyon oranlarının makul seviyeye çekilmesi ve bankaların bu konuda fedakârlık yapması gerekiyor.

TAHSİLAT SÜRESİ KISALTILMALI

Kamu bankalarının burada öncü rol üstlenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz. Nasıl bir sistem öneriyorsunuz?

Kamu bankaları piyasanın düzenleyicisi olmalıdır. Komisyon oranlarını düşürerek özel bankalara örnek olabilirler. Esnaf için düşük maliyetli POS hizmetleri sunulmalı, tahsilat süreleri

YENİ DÖNEM YENİ PROJELER

Önümüzdeki dönemde önceliğimiz dijitalleşen dünyada esnafımızın rekabet gücünü artırmak olacak. Mesleki eğitim projelerine ağırlık vereceğiz. Gençlerin ve kadın girişimcilerin esnaflığa yönelmesini destekleyen çalışmalarımız sürecektir. Yeşil dönüşüm, enerji verimliliği ve e-ticaret alanlarında yeni projeler geliştireceğiz. Bunun yanında Perakende Yasası’nın güncellenmesi, prim gün sayısının eşitlenmesi, finansmana erişimin kolaylaştırılması ve esnafın üzerindeki mali yüklerin azaltılması için çalışmalarımızı kararlılıkla sürdüreceğiz.



kısaltılmalı ve özellikle küçük işletmelere özel uygulamalar geliştirilmelidir. Böylece hem kayıtlı ekonomi güçlenir hem de vatandaş kart kullanımında herhangi bir sorun yaşamaz.

DİJİTALDE ADİL REKABET

İnternet alışverişi küçük esnaf için tehdit mi yoksa fırsat mı? İnternet ticareti artık hayatımızın bir gerçeği. Doğru kullanıldığında küçük esnaf için önemli bir fırsata dönüşebilir. Ancak bugün büyük platformların piyasa hâkimiyeti küçük işletmeler açısından ciddi rekabet sorunu oluşturuyor. Biz dijitalleşmeye karşı değiliz. Aksine esnafımızın dijital dünyada daha güçlü yer almasını istiyoruz. Ancak rekabet şartlarının adil olması gerekiyor.

Esnaf dijital dönüşüme uyum sağlayabildi mi?

Son yıllarda önemli bir uyum süreci yaşandı. Artık birçok esnafımız sosyal medya kullanıyor, internette sipariş alıyor, e-ticarete yöneliyor. Ancak teknolojiye yatırım yapmak kolay değil. Özellikle küçük işletmeler için yazılım, reklam ve lojistik maliyetleri oldukça yüksek. Devlet destekleri artırılsa dijital dönüşüm çok daha hızlı gerçekleşecektir.

Yerel esnafın büyük e-ticaret platformlarıyla rekabet edebilmesi için hangi destekler gerekli?

Öncelikle komisyon oranları makul seviyeye çekilmeli. Yerel esnafın dijital pazarlama eğitimleri desteklenmeli. Lojistik maliyetleri azaltılmalı. Vergisel avantajlar sağlanmalı. Ayrıca büyük platformların piyasa hâkimiyetini önleyecek rekabet düzenlemeleri yapılmalı. Aynı kurallar herkes için geçerli olursa küçük esnaf da rekabet edebilir.

MAHALLE ESNAFI İHMAL EDİLDİ

AVM'ler Türkiye'de ticaret kültürünü nasıl değiştirdi?
AVM'ler tüketim alışkanlıklarını değiştirdi. İnsanlar alışverişini sosyal etkinlik olarak görmeye başladı. Ancak bu dönüşüm yaşanırken mahalle esnafının korunması ihmal edildi. Oysa mahalle esnafı sadece ticaret yapan kişi değildir. Mahallenin güvenidir, dayanışmasıdır, kültürüdür. Bu değer korunmalıdır.

Mahalle esnafı ile AVM mağazaları arasında gerçekten adil bir rekabet nasıl sağlanabilir?

Öncelikle aynı şartlarda faaliyet göstermeleri gerekir. Vergi, kira, finansman ve denetim uygulamalarında adalet sağlanmalıdır. Büyük işletmelerin sahip olduğu avantajlar küçük esnafın aleyhine büyümelidir. Bunun için de Perakende Yasası güncellenerek haksız rekabetin önüne geçilmelidir.

YASA GÜNCELLENMELİ

AVM'lerden zincir marketler sokak aralarına kadar indi. Bu esnafın nefes almasını daha da zorlaştırmadı mı? Bu konuda neler yapılabilir?

Bugün zincir marketlerin el atmadığı sektör neredeyse kalmadı. Gıdadan kırtasiyeye, züccaciye den elektronik ürünlere kadar her alanda faaliyet gösteriyorlar. Sokak aralarına kadar inmeleri mahalle esnafının müşteri kaybetmesine neden oluyor. Perakende Yasası mutlaka güncellenmeli. Zincir marketlerin faaliyet alanları yeniden düzenlenmeli. Herkes kendi uzmanlık alanında hizmet vermeli. Teknik servis gerektiren ürünün teknik hizmetini veremeyen satmamalı. Böylece hem tüketici korunur hem de esnaf ayakta kalır. Az önce söylediğim gibi Perakende Yasası güncellenerek adil bir rekabet ortamı sağlanırsa, dünyada ne yapıyorsa bizde de o yapırsa sorun çözülür.

AVRUPA ÖRNEĞİ

Avrupa'daki örneklerde küçük esnafı koruyan uygulamalar bulunuyor. Türkiye'de benzer modeller hayata geçirilebilir mi? Elbette geçirilebilir. Avrupa'nın birçok ülkesinde küçük esnafı koruyan şehir planlamaları, mağaza açılış kriterleri ve rekabet düzenlemeleri bulunuyor. Türkiye'de de esnafı merkeze alan politikalar geliştirilmeli. Çünkü esnaf sadece ekonomik değil sosyal hayatın da temel direğidir.

Siz hem esnafı temsil ediyorsunuz hem de tüketiciyle doğrudan temas halindesiniz. İki taraf arasında denge nasıl kurulmalı?

Esnafın kazandığı yerde tüketici de kazanmalıdır. Güven esas olmalıdır. Esnaf kaliteli mal satmalı, dürüst ticaret yapmalı, tüketici de yerel esnafı tercih ederek ekonomiye katkı sağlamalıdır. Sağlıklı piyasa ancak karşılıklı güvenle oluşur.

Esnafın tüketiciye karşı en büyük sorumluluğu sizce nedir?
Dürüstlükten taviz vermemektir. Kaliteli ürün satmak, doğru fiyat uygulamak, satış sonrası hizmet vermek ve tüketici memnuniyetini ön planda tutmak esnaf kültürünün temelidir. Ahilik geleneğimiz bunu emreder. Bizim ticaret anlayışımız sadece kazanç üzerine değil güven üzerine kuruludur.



SGK prim yükü mutlaka azaltılmalı. Esnafımız uygun faizli ve uzun vadeli krediye kolay ulaşabilmeli. Finansmana erişim kolaylaşmadan üretim de ticaret de büyüyemez.

VERGİ YÜKÜ HAFİFLETİLMELİ

Vergi ve kira artışları esnafı zorluyor. Bu konuda neler yapılmalı?
Kira artışları son yıllarda esnafımızın en büyük gider kalemlerinden biri haline geldi. Bunun yanında vergi, enerji ve personel maliyetleri de işletmeleri zorluyor. Küçük işletmeler için vergi yükü hafifletilmeli, kira artışlarını dengeleyecek düzenlemeler yapılmalı ve maliyetleri azaltacak destek paketleri hazırlanmalıdır.

Esnaf için SGK primleri ve finansmana erişim konusunda hangi adımlar atılmalı?

SGK prim yükü mutlaka azaltılmalı. Esnafımız uygun faizli ve uzun vadeli krediye kolay ulaşabilmeli. Finansmana erişim kolaylaşmadan üretim de ticaret de büyüyemez. Özellikle Halkbank Esnaf Kefalet kredilerinin limitleri artırılmalı, faiz oranları daha da aşağı çekilmeli ve krediye ulaşım kolaylaştırılmalıdır.

2.5 MİLYON ESNAFIN SESİYİZ

TESK olarak bugüne kadar hayata geçirdiğiniz çalışmalardan kısaca bahseder misiniz?

TESK olarak 2,5 milyonu aşkın esnaf ve sanatkârimızın sesi olmaya devam ediyoruz. Finansmana erişimden vergi düzenlemelerine, kredi imkanlarından mesleki eğitime, dijital dönüşümden çıraklık sisteminin güçlendirilmesine kadar birçok konuda kamu kurumlarıyla sürekli işişare halindeyiz. Esnafın sorunlarını ilgili makamlara taşıyor, çözüm önerileri sunuyor ve Ahilik kültürünü yaşatmaya yönelik çalışmalar yürütüyoruz.



HER ÜÇ KİŞİDEN BİRİ İCRALIK

Türkiye ekonomisinde enflasyon, faiz ve hayat pahalılığı tartışmaları sürerken, vatandaşın karşı karşıya kaldığı en önemli sorunlardan biri de giderek büyüyen borç yükü. Banka kredileri, kredi kartları, kira alacakları, senetler ve ticari borçlar nedeniyle icra dairelerinin yükü her geçen gün artıyor.

Türkiye, 2026 yılına ekonomik dengelerin yeniden şekillendiği, nakde erişimin zorlaştığı ve borçluluk oranlarının tırmandığı ağır bir yükte girdi. Ulusal Yargı Ağı Projesi (UYAP) verileri ve bankacılık raporları, adliyelerdeki icra ve iflas dairelerinin kelimenin tam anlamıyla kilitlenme noktasına geldiğini gösteriyor. Ülke nüfusunun ve yetişkin iş gücünün çok büyük bir kısmını doğrudan etkileyen bu kriz, sadece bireyleri değil, esnafı ve büyük ölçekli ticari işletmeleri de içine çeken yapısal bir probleme dönüşmüş durumda. 2025 yılı sonlarına doğru ülkedeki icra ve iflas dosyası sayısı 24,7 milyonun üzerine çıktı. Bu rakam, Türkiye nüfusuyla kıyaslandığında neredeyse her üç kişiden birine karşılık gelen devasa bir hukuki yük anlamına geliyor.

HER GÜN ON BİNLERCE YENİ DOSYA

UYAP verilerine göre 2025 yılı içinde icra dairelerine 8,5 milyondan fazla yeni dosya giriş yaptı. Günlük ortalama yeni dosya sayısı ise yaklaşık 30 bin seviyesinde seyrediyor. Bu tablo, ekonomik sıkıntıların yalnızca bireyleri değil, ticari hayatı da etkilediğini gösteriyor. Hukukçulara göre icra dosyalarındaki artış yalnızca borçların büyüdüğünü değil, ödeme gücünün de zayıfladığını ortaya koyuyor. Özellikle yüksek faiz ortamı ve gelir artışının enflasyonun gerisinde kalması, vatandaşın finansal dayanıklılığını azaltıyor.

KAÇ KİŞİ BORÇLARINI ÖDEYEMİYOR?

Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi verileri, borç sorununun boyutunu daha net gösteriyor. 2025 yılında bireysel kredi veya kredi kartı borcu nedeniyle yasal takibe düşen kişi sayısı 2 milyon 114 bine ulaştı. Bu rakam bir önceki yıla göre yüzde 14'lük artış anlamına geliyor. Yıl içinde yalnızca Ocak-Ekim döneminde takibe düşen kişi sayısı 1 milyon 810 bin olarak kaydedildi. Aynı dönemde sorunlu alacak tutarlarında da ciddi yükseliş yaşandı. Daha çarpıcı olan ise halen borcu devam edenlerin sayısı. Risk Merkezi verilerine göre bireysel kredi ve kredi kartı borcunu ödeyememiş ve borcu devam eden gerçek kişi sayısı 2025 yılı itibarıyla 4 milyon kişinin üzerine çıktı.

VATANDAŞ İCRALIK OLUYOR

Artan yaşam maliyetleri nedeniyle birçok vatandaş kredi kartını gelir tamamlayıcı araç olarak kullanıyor. Ancak yüksek faiz oranları nedeniyle kart borçlarının çevrilmesi zorlaşıyor. 2025 yılında kredi kartı borçları nedeniyle yasal takibe düşen kişi sayılarında tarihi artışlar yaşandı. Birçok ayda kredi kartı kaynaklı takip sayıları bireysel kredi takiplerini geçti. İhtiyaç kredileri ve bireysel tüketici kredileri de önemli bir risk alanı

oluşturuyor. Özellikle faiz oranlarındaki yükseliş, kredi geri ödemelerini zorlaştırıyor. Son yıllarda kira uyuşmazlıkları da icra sisteminde önemli bir yer tutmaya başladı. Kira artışları ve tahliye anlaşmazlıkları nedeniyle ev sahipleri ile kiracılar arasındaki hukuki süreçler yoğunlaştı. Ekonomik daralma dönemlerinde işletmeler arasındaki tahsilat sorunları da büyüyor. Küçük ve orta ölçekli işletmelerde yaşanan nakit akışı problemleri icra takiplerini artıran bir diğer unsur olarak öne çıkıyor.

PARAYA ULAŞMAK ZORLAŞTI

UYAP verilerini değerlendiren Avukat Mustafa Zafer, faiz artışları ile icra dosyaları arasındaki ilişkiye dikkat çekerek şu değerlendirmeyi yaptı: “Her ay düzenli bir şekilde icra dosyalarının artış sağladığını görüyoruz. Faiz oranları nedeniyle sıcak paraya ulaşmak zorlaştı. Kredi kartı kullanımının daraltılması ve insanların krediye ulaşma imkanının zorlaşması icra takibinin artmasına sebep veriyor.” Zafer'e göre krediye erişimin zorlaşması ve kredi kartı kullanımındaki baskılar, borçların ödenmesini güçleştiriyor ve bunun etkisi birkaç ay gecikmeyle icra sistemine yansıyor.

YASAL TAKİP SAYISI ARTTI

Eski Ziraat Bankası Genel Müdür Yardımcısı Şenol Babuşçu da geçtiğimiz yıl yükselen kredi kartı ve bireysel kredi borçlarında takip oranlarının bu yılın ilk 4 ayında da sürdüğüne dikkat çekti. Risk Merkezi verilerini paylaşan Babuşçu, borcunu ödeyemeyen kişi sayısının 4 milyonun üzerine çıktığını ifade etti. Babuşçu, “Bireysel kredi veya kredi kartı borcundan dolayı Şubat ayında 221.000 kişi yasal takibe intikal etti. Bireysel kredi kartı ve bireysel kredilerdeki takipteki kredi tutarı ise geçen yılın aynı dönemine göre %98 artış ile 323,8 milyar TL oldu” dedi.

DOSYALAR SESSİZ TANIK

Ekonomistler; yüksek faiz oranları ile hayat pahalılığının vatandaşın ödeme kapasitesini düşürdüğünü hatırlatıyor. Özellikle gelir artışlarının enflasyon karşısında yetersiz kalması, kredi kartlarının günlük yaşam finansman aracı haline gelmesine yol açıyor. Bu durum da gecikmiş ödemeler ve icra takiplerini artırıyor. Uzmanlara göre enflasyonun kalıcı biçimde düşürülmesi, gelirlerin güçlendirilmesi ve bireysel borçlanmanın sürdürülebilir hale getirilmesi sağlanmadığı sürece icra dosyalarındaki yükselişin durması kolay görünmüyor. Bugün icra dairelerinin raflarında biriken milyonlarca dosya, aslında Türkiye'nin ekonomik hikâyesinin sessiz tanıkları olarak duruyor.

KONKORDATO VE İFLAS

Kriz sadece bireysel borçluları değil, üretim çarklarını da vurmuş durumda. Ticaret mahkemelerinden alınan veriler, şirketlerin borçlarını yapılandırmak veya hacizlerden kaçınmak için tek çıkış yolu olarak konkordatoya sığındığını gösteriyor. Mahkemelerin sadece bir yıl içinde verdiği konkordato geçici mühlet kararı 2 bin 817 adede ulaşarak tarihi bir zirve yaptı. Bu sayı; geçmiş son üç yılın toplam konkordato sayısını geride bıraktı. Esnaf ve Sanatkarlar Sicil Gazetesi verilerine göre, son bir yılda 120 bin 423 esnaf kapısına kilit vurdu. Bu da günde ortalama 330 esnafın ekonomik ömrünün tamamladığı anlana geliyor.

RAKAMLARLA BORÇ KARNESİ

İcra ve iflas dosyası sayısı: **24,7 milyon**
2025'te icra dairelerine gelen yeni dosya: **8,5 milyon**
2025 yılında yasal takibe düşen kişi: **2 milyon 114 bin**
Borcu devam eden gerçek kişi sayısı: **4 milyon**
Tasfiye olunacak bireysel kredi alacakları: **200 milyar TL**
Günlük yeni icra dosyası: **Yaklaşık 30 bin adet**

Mahkemelerin sadece bir yıl içinde verdiği konkordato geçici mühlet kararı 2 bin 817 adede ulaşarak tarihi bir zirve yaptı. Bu sayı; geçmiş son üç yılın toplam konkordato sayısını geride bıraktı.

CAYMA HAKKINIZ VAR ANCAK... İADE KABUL EDİLMEDİ

İnternette aldığınız herhangi bir ürünü beğenmeyip iade etmek istiyorsunuz ancak; 'Hijyen ürünü, Kampanyalı ürün, Kullanılmış ürün, Ambalaj açılmış' denilerek satıcı ürünü geri almak istemiyor. Cayma hakkınız var ancak kullanamıyorsunuz...

Türkiye'de hızla büyüyen e-ticaret sektörüyle birlikte en büyük tartışmalardan biri de iade süreçleri oldu. Tüketiciler, yasal olarak sahip oldukları cayma hakkını kullanmak isterken birçok platform ve satıcıyla sorun yaşıyor. Ticaret Bakanlığı verilerine göre yalnızca son 6 ayda e-ticaret denetimlerinde 67 firmaya toplam 93 milyon lirayı aşan idari para cezası kesildi. Gerekçelerin başında ise iade süreçleri ve cayma hakkı ihlalleri geldi.

CAYMA HAKKI

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a göre tüketiciler, internetten yaptıkları alışverişlerde 14 gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeden cayma hakkına sahip. Bu hak, özellikle tüketicinin ürünü fiziksel olarak görmeden satın aldığı e-ticaret işlemlerinde koruyucu kalkını. Ancak uygulamada işler her zaman mevzuattaki kadar sorunsuz ilerlemiyor. Tüketici yorumları ve şikâyet platformlarındaki veriler, e-ticaret platformları arasında uygulamada ciddi farklılıklar yaşandığını ortaya koyuyor. Bazı platformlar tüketici lehine daha hızlı çözüm üretirken, bazı satıcılarda süreç haftalarca uzuyor; 'satıcı onayı bekleniyor', 'ürün kullanılmış', 'yeniden satışa uygun değil' gibi gerekçelerle müşterinin iade talebi reddediliyor.

'KAMPANYA' KALKANI

Satıcıların iade kabul etmeme yöntemlerinden biri de 'kampanyalı ürünlerde iade olmaz' kalkanı ancak hukukçular, internet üzerinden yapılan satışlarda ürün kampanyalı olsa bile cayma hakkının devam ettiğinin altını çiziyor. Burada istisnai durumlar ise sadece; kişiye özel üretilen ürünler, hızlı bozulan gıdalar veya hijyen açısından özel sınıfta değerlendirilen ürünler yer alıyor.

ŞİKAYETLER ARTTI

İade süreçlerinde sonuç alamayan tüketicilerin en sık başvurduğu mekanizmalardan biri Tüketici Hakem Heyetleri oldu. Hakem heyetlerine yapılan başvurular arasında; ayıplı ürün, eksik iade, geç ödeme, sipariş iptali, teslim edilmeyen ürün, cayma hakkının reddedilmesi yer aldı.

BUNLARI MUTLAKA YAPIN

İade sürecinde zorluk yaşanmaması için ürünü kargodan teslim aldığınız andan itibaren dikkatli olmanız gerekiyor. Uzmanlar bu süreci şöyle sıralıyor; Ürünün kutu açılış videosunu çekin, İade talebinizi yazılı yapın, Ekran görüntülerini saklayın, Satıcı açıklamalarını kaydedin, Kargo teslim tutanaklarını muhafaza edin, Cayma hakkı süresini kaçırmayın, Gerekirse bankadan harcama itirazı başlatın. Sonuç alamazsanız Tüketici Hakem Heyeti'ne başvurun.

Türkiye'de milyonlarca kişi artık alışverişini internet üzerinden yapıyor. Hız, fiyat avantajı ve kampanyalar tüketiciyi dijital platformlara yönlendirirken; iade süreçleri de yeni dönemin en kritik tüketici hakkı başlıklarından biri haline geliyor.



TÜKETİCİ NEDEN ZORLANIYOR?

Uzmanlara göre en büyük sorunlardan biri tüketicilerin haklarını tam olarak bilmemesi. Uzmanlar birçok kullanıcının iade süresini kaçırdığına dikkat çekiyor. Yine tüketicilerin; yazılı başvuru yapmaması, ekran görüntüsü almaması satıcıyla yalnızca telefon üzerinden iletişim kurması iade süreçlerini zorlaştırdığını belirten uzmanlar; "e-ticaret uyumsuzluklarında belge ve dijital kayıtlar büyük önem taşıyor" uyarısını yapıyor.

OTOMOTİVDE YAZILIM KİLİDİ VE SERVİS SAVAŞLARI

Otomobiller artık yalnızca mekanik parçalardan oluşmuyor. Yazılımla çalışan yüzlerce elektronik sistem, uzaktan güncellemeler ve internete bağlı teknolojiler sayesinde araçlar hareket eden bilgisayarlara dönüştü. Bu dönüşüm sektörde yeni bir tartışmanın da fitilini ateşledi.

Yaklaşık otuz yıl öncesine kadar otomobil tamiri büyük ölçüde mekanik bilgiye dayanıyordu. Deneyimli bir usta motorun sesini dinleyerek arızayı tahmin edebilir, kaputu açıp sorunun kaynağını bulabilir ve gerekli parçayı değiştirerek aracı yeniden çalışır hâle getirebilirdi. Bugün ise tablo tamamen değişmiş durumda. Modern bir otomobilde onlarca elektronik kontrol ünitesi (ECU), yüzlerce sensör ve milyonlarca satır yazılım kodu birlikte çalışıyor. Motor yönetim sistemi, otomatik şanzıman, direksiyon, fren sistemi, hava yastıkları, klima, multimedya ekranı, adaptif hız sabitleyici,

şerit takip sistemi ve hatta farlar bile elektronik kontrol altında. Elektrikli otomobillerin yaygınlaşmasıyla birlikte yazılımın rolü daha da büyüdü. Batarya yönetim sistemi, enerji verimliliği, şarj süreçleri ve sürüş performansı tamamen dijital sistemlerle kontrol ediliyor. Üreticiler artık araçlarına internet bağlantısı ekliyor, uzaktan yazılım güncellemesi (OTA) yapıyor ve bazı arızaları araç servise gitmeden önce uzaktan tespit edebiliyor. Kısacası otomobil artık yalnızca mekanik bir ulaşım aracı değil; sürekli veri üreten ve yazılımla yönetilen dijital bir platform hâline geldi.

YAZILIM KİLİDİ TARTIŞMASI

Bu dijital dönüşüm, otomotiv sektörüne “yazılım kilidi” olarak adlandırılan yeni bir kavramı da getirdi. Eskiden bozulan bir far sökülür, yenisi takılır ve araç kullanılmaya devam edilirdi. Bugün ise aynı işlem her zaman bu kadar kolay olmayabiliyor. Yeni nesil birçok araçta değiştirilen elektronik parçanın yalnızca fiziksel olarak takılması yeterli olmuyor. Parçanın aracın elektronik sistemine tanıtılması, güvenlik yazılımıyla eşleştirilmesi ve bazı modellerde üreticinin sunucusu üzerinden dijital olarak doğrulanması gerekiyor. Üreticilere göre bu uygulamanın temel amacı güvenlik. Yanlış takılan bir radar sensörünün ya da hatalı çalışan bir fren modülünün sürüş güvenliğini tehlikeye atabileceği belirtiliyor. Ayrıca sahte parçaların kullanımını önlemek, araçları siber saldırılara karşı korumak ve fikri mülkiyet haklarını güvence altına almak da gerekçeler arasında gösteriliyor. Ancak tartışma tam da bu noktada başlıyor.

BAĞIMSIZ TAMİRCİLER ENDİŞELİ?

Bağımsız tamirciler ve özel servisler, teknolojinin gelişmesine karşı olmadıklarını söylüyor. Onların itiraz ettiği konu, araçların teknik verilerine ve yazılımlarına erişimin büyük ölçüde üreticilerin kontrolüne bırakılması. Tamirciler, elektronik eşleştirme işlemlerinin yalnızca yetkili servislerde yapılabildiğini ve bunun da rekabeti olumsuz etkilediğini savunuyor. Bugün bir otomobil servise girdiğinde mekanik onarımın yanı sıra bilgisayarlı teşhis, yazılım güncellemesi ve elektronik kalibrasyon da yapılması gerekiyor. Bu işlemler için lisanslı yazılım, özel cihazlar ve çevrim içi bağlantılar gerekiyor. Küçük ölçekli tamirhaneler ise bu yatırımları yapmakta zorlanabiliyor. Bağımsız servis temsilcileri, tüketicinin istediği ustayı seçebilmesi gerektiğini, araç verilerine adil koşullarda erişimin rekabeti güçlendireceğini ve tamir maliyetlerini düşüreceğini savunuyor.

OTOMOBİL SATMAK YETMİYOR

Uzmanlara göre tartışmanın arkasında çok daha büyük bir ekonomik dönüşüm yer alıyor. Eskiden otomobil üreticileri gelirlerinin büyük bölümünü araç satışından elde ediyordu. Günümüzde ise servis hizmetleri, yazılım güncellemeleri, bağlantılı hizmetler, uzaktan teşhis sistemleri ve dijital abonelik modelleri üreticiler için giderek daha önemli gelir kalemleri hâline geliyor. Bazı markalar koltuk ısıtma, gelişmiş sürüş destek sistemleri, navigasyon paketleri veya ek yazılım özelliklerini abonelik modeliyle sunmaya başladı. Böylece otomobil yalnızca satın alınan bir ürün olmaktan çıkıp, kullanım süresi boyunca gelir üreten dijital bir platforma dönüşüyor. Akıllardaki soru şu; Bir otomobili satın alan kişi gerçekten aracın tamamına mı sahip oluyor, yoksa yalnızca üreticinin belirlediği kurallar çerçevesinde kullanma hakkını mı elde ediyor?

TAMİR ETME HAKKI

Artık iyi bir usta olmak yalnızca motor bilgisiyle sınırlı değil. Bilgisayar destekli arıza teşhisi, elektronik kalibrasyon, yazılım güncellemeleri ve dijital güvenlik konuları da mesleğin vazgeçilmez parçaları hâline geliyor. Son yıllarda dünyanın birçok ülkesinde büyüyen “Right to Repair” (Tamir Etme Hakkı) hareketi; cep telefonlarından traktörlere, bilgisayarlardan beyaz eşyalara kadar çok geniş bir alanı kapsıyor. Bu hareketin temel amacı oldukça basit: Bir ürünü satın alan tüketici, o ürünü istediği tamirciye götürebilmeli, yedek parçaya ulaşabilmeli ve üretici teknik bilgiye erişimi gereksiz yere sınırlandırmamalı,

SERVİS ÜCRETİ KATLANIYOR

Tamir Etme Hakkı savunucularına göre üreticiler; yazılım kilitleri, özel teşhis cihazları ve yalnızca yetkili servislerin erişebildiği teknik bilgiler aracılığıyla tamir pazarını kontrol altında tutuyor. Bunun sonucu olarak tüketicilerin tamir seçenekleri azalıyor, servis ücretleri yükseliyor ve ürünlerin kullanım ömrü kısalıyor.

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

Üreticilere göre ise modern otomobiller artık yalnızca mekanik araçlar değil; aynı zamanda siber saldırılara açık, karmaşık yazılım sistemleri. Bu nedenle araçlara yapılacak her müdahalenin güvenlik standartlarına uygun olması gerekiyor. Özellikle otonom sürüş sistemleri, batarya yönetimi ve gelişmiş sürüş destek teknolojilerinde yapılacak yanlış bir müdahalenin ciddi güvenlik riskleri doğurabileceğine dikkat çekiliyor.

MÜCADELE AVRUPA VE ABD’YE TAŞINDI

Tamir Etme Hakkı tartışması artık yalnızca servislerle otomobil üreticileri arasında yaşanan ticari bir anlaşmazlık olmaktan çıktı. Avrupa Birliği, ABD ve birçok ülkede konu mahkemelere, parlamentolara ve rekabet otoritelerinin gündemine taşındı. Avrupa Birliği uzun yıllardır bağımsız servislerin teknik bilgiye erişimini kolaylaştırmaya yönelik düzenlemeler yapıyor. Motorlu Taşıtlar Grup Muafiyeti Tüzüğü (MVBBER) kapsamında üreticilerin belirli teknik bilgileri bağımsız tamircilere de sunması öngörülüyor. Ancak bağlantılı araç teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte araçlardan elde edilen verilerin paylaşımı yeniden tartışma konusu hâline geldi. ABD’de ise özellikle Massachusetts eyaletinde kabul edilen “Right to Repair” düzenlemesi büyük yankı uyandırdı. Düzenleme, bağımsız tamircilerin araç verilerine erişimini kolaylaştırmayı amaçlarken otomotiv üreticileri güvenlik gerekçesiyle itirazlarını sürdürdü. Bu süreçte otomotiv üreticileri, servis birlikleri, tüketici örgütleri ve bağımsız tamirci dernekleri yoğun bir lobi faaliyeti yürütüyor. Çünkü tartışmanın merkezinde yalnızca teknik bir konu değil, milyarlarca dolarlık satış sonrası hizmet pazarı bulunuyor.

ELEKTRİKLİ ARAÇLAR DENGELERİ DEĞİŞTİRİYOR

Elektrikli otomobillerin yaygınlaşmasıyla birlikte tamir anlayışı da değişmeye başladı. İçten yanmalı motorlarda yüzlerce hareketli parça bulunurken elektrikli araçlarda bu sayı önemli ölçüde azalıyor. Buna karşılık yüksek voltajlı bataryalar, gelişmiş elektronik kontrol sistemleri ve yazılım tabanlı teknolojiler ön plana çıkıyor. Artık birçok arıza mekanik müdahaleden çok elektronik teşhis gerektiriyor. Dolayısıyla otomotiv sektöründe yazılım bilgisi, önümüzdeki yıllarda mekanik bilgi kadar önemli hâle gelecek.

TÜRKİYE’Yİ NASIL ETKİLEYECEK?

Türkiye’de otomotiv satış sonrası hizmet sektörü, yüz binlerce kişiye istihdam sağlayan büyük bir ekonomik alan oluşturuyor. Yetkili servislerin yanı sıra organize sanayi siteleri ve özel tamirhaneler de sektörün önemli parçaları arasında yer alıyor. Sektör temsilcileri, dijital dönüşümün kaçınılmaz olduğunu kabul ediyor. Ancak bağımsız servislerin teknik eğitim, yazılım erişimi ve teşhis ekipmanlarına ulaşabilmesinin büyük önem taşıdığına dikkat çekiyor. Sektör temsilcilerine göre aksi hâlde küçük ölçekli işletmelerin rekabet gücünü kaybetmesi, servis seçeneklerinin azalması ve bakım maliyetlerinin artması gibi riskler gündeme gelebilir.

Yetkili servislerin yanı sıra organize sanayi siteleri ve özel tamirhaneler de sektörün önemli parçaları arasında yer alıyor. Sektör temsilcileri, dijital dönüşümün kaçınılmaz olduğunu kabul ediyor.



NET GÖRMEK YETMEZ GÖZLERİNİZ ALARM VERİYOR OLABİLİR

Katarakt, glokom, göz kuruluğu ve retina rahatsızlıklarında erken tanının önemine değinen Göz Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Sinan Göker katarakt yaşının erkene inmesine dikkat çekti.

Glokom, retina hastalıkları ve sarı nokta gibi ciddi rahatsızlıklar uzun süre hiçbir belirti vermeden ilerleyebildiğini belirten Göz Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Sinan Göker göz sağlığını tehdit eden risklere dikkat çekti.

Akıllı telefonlar, bilgisayarlar, yoğun ekran kullanımı, kronik hastalıklar ve değişen yaşam alışkanlıkları gözlerimiz hiç olmadığı kadar yoruyor. Çoğumuz göz doktoruna ancak görmemiz bozulduğunda gitmeyi düşünüyoruz. Oysa göz hastalıklarının önemli bir bölümü, kişi farkına varmadan yıllarca ilerleyebiliyor. Özellikle glokom gibi halk arasında “göz tansiyonu” olarak bilinen hastalık, görme sinirinde geri dönüşü olmayan hasarlara yol açabiliyor. Benzer şekilde retina hastalıkları ya da sarı nokta hastalığı da başlangıç döneminde belirgin bir şikâyet oluşturmayabiliyor. Göz Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Sinan Göker, “İyi görüyorum” demek her zaman sağlıklı gözlerle sahip olmak anlamına gelmiyor. Düzenli göz muayenesi, birçok hastalığın erken tanısı için hayati önem taşıyor” uyarısında bulundu.

HASTALIK YAŞLILARA ÖZEL DEĞİL

Son yıllarda göz hastalıklarında nasıl bir değişim yaşanıyor? Eskiden birçok göz hastalığını ileri yaş grubunda görürdük. Ancak bugün teknoloji kullanımının artmasıyla birlikte çok daha genç hastalarda göz yorgunluğu, göz kuruluğu ve odaklanma problemleriyle karşılaşıyoruz. Bunun yanında diyabet, hipertansiyon ve tiroit hastalıklarının genç yaşlarda daha sık görülmesi de göz sağlığını olumsuz etkiliyor. Eskiden ileri yaş hastalığı olarak bildiğimiz bazı sorunlar artık çok daha erken yaşlarda karşımıza çıkabiliyor. Bu nedenle yalnızca yaşa güvenerek hareket etmek doğru değil.



TELEFONLAR GÖZÜ YORAR

En çok merak edilen sorulardan biri şu: Telefon ve bilgisayar ekranları gerçekten gözleri bozuyor mu? Bu konuda toplumda yanlış bilinen önemli bir bilgi var. Ekran ışığı tek başına göz numarasını artırmaz. Ancak uzun saatler boyunca ara vermeden ekrana bakmak göz kaslarını sürekli çalıştırır. Göz kırpma sayısı azalır, gözyaşı tabakası bozulur ve bunun sonucunda kuruluk, batma, yanma, bulanık görme ve baş ağrısı gibi şikâyetler ortaya çıkar. Özellikle karanlık ortamda telefon kullanmak gözleri çok daha fazla yoruyor. Çünkü ekran tek ışık kaynağı haline geliyor ve göz kasları yoğun şekilde çalışmak zorunda kalıyor. Uzun süre bu şekilde devam edildiğinde yaşam kalitesini ciddi şekilde etkileyen yakınmalar gelişebiliyor.

BELİRTİ VERMEYEN TEHLİKE

Görme kaybına yol açan en önemli hastalıklar hangileri?

En sık karşılaştığımız görme kusurları miyop, hipermetrop ve astigmat. Ancak bunlardan çok daha önemli olan, görme sinirine ya da retinaya zarar veren hastalıklar. Örneğin glokom, göz içi basıncının yükselmesi sonucu görme sinirini sessizce tahrip eder. Kişi çoğu zaman bunu fark etmez. Görme alanı daralmaya başladığında ise hastalık ileri evreye ulaşmış olabilir. Retina hastalıkları da aynı şekilde ciddi risk oluşturuyor. Sarı nokta hastalığı özellikle ileri yaşlarda merkezi görmeyi etkilerken, diyabete bağlı retina hastalıkları ve retina yırtıkları tedavi edilmediğinde kalıcı görme kayıplarına neden olabiliyor. Bu nedenle sadece bulanık görmeye odaklanmamak gerekiyor. Göz sağlığının korunması için belirli aralıklarla ayrıntılı göz muayenesi yapılması büyük önem taşıyor.

SİGARA GÖZLERİ DE YAŞLANDIRIYOR

Sigaranın göz sağlığı üzerindeki etkisi gerçekten bu kadar büyük mü?

Kesinlikle. Gözün en önemli dokularından biri retinadır ve oldukça yoğun damarsal yapıya sahiptir. Sigara ise damar sağlığını bozduğu için doğrudan retinayı etkiler. Retinaya giden kan akımı azalır, sarı nokta hastalığı riski yükselir, erken katarakt gelişebilir. Bunun yanında gözyaşı tabakası da olumsuz etkilendiği için kuruluk, yanma ve kızarıklık şikâyetleri daha sık görülür. Dolayısıyla göz sağlığını korumanın en önemli adımlarından biri sigaradan uzak durmaktır.

MODERN ÇAĞIN HASTALIĞI: KURULUK

Son yıllarda göz kuruluğu şikâyeti neden bu kadar arttı?

Eskiden daha çok menopoz dönemindeki kadınlarda ya da bazı romatizmal hastalıklarda gördüğümüz göz kuruluğu artık gençlerde de çok yaygın. Bunun en önemli nedeni saatlerce ekran karşısında çalışılması. Ekrana odaklandığımızda normalden çok daha az göz kırpyoruz. Bu da gözyaşının buharlaşmasına ve koruyucu tabakanın bozulmasına neden oluyor. Sonuçta kişiler günün sonunda gözlerinde batma, kum varmış hissi, kızarıklık ve bulanık görmeden şikâyet ediyor. Üstelik tedavi edilmeyen göz kuruluğu zamanla kornea yüzeyinde hasara kadar ilerleyebiliyor.

EN YAYGIN GÖZ KUSURLARI

Miyop (yakını görüp, uzağı görememe), hipermetrop (uzağı görüp, yakını görememe), astigmat (hem yakını hem de uzağı bulanık görme) dışında görülen rahatsızlıklar şunlar: Glokom-göz tansiyonu: Göz içi basıncının yükselmesi sonucu görme sinirinin zarar görmesiyle oluşan, tedavi edilmezse kalıcı görme kaybına yol açabilen sinsi bir göz hastalığıdır. Retina hastalıkları: Sarı nokta hastalığı-makula dejenerasyonu, özellikle 55-60 yaş üstü bireylerde, merkezi görmeden sorumlu olan makula bölgesinin bozulmasıyla oluşan, okuma ve detayları görmeyi zorlaştıran kronik bir retina hastalığıdır. Diyabete bağlı retinopati ve retina dekolmanı-yırtılması ciddi görme kaybı riski taşır. Erken katarakt oluşumu: Gözün içindeki doğal merceğin şeffaflığını kaybederek bulanıklaşması sonucu oluşan, ileri yaş hastalığı olarak bilinse de günümüzde erken yaşlarda görülen ilerleyici bir görme kaybı hastalığı. Kornea hasarı: Son yıllarda göz kuruluğuna bağlı kornea hasarıyla görmede azalma sıkça görülüyor.



GÖZ KURULUĞUNA KARŞI BUNLARI YAPIN

- Mümkün olduğunca kontakt lens kullanımını aza indirin.
- Kadınlarda göz makyajına dikkat edin ve iyi temizleyin.
- Kırpık dibi iltihabı varsa kronikleşmeden tedavi ettirin.
- Uzun süre göz kırpmadan kapalı ortamlarda ekrana odaklanıyorsanız, molalarla gözünüzü dinlendirin.

BİR VİRÜS, TÜKETİCİNİN ALİŞKANLIĞINI DEĞİŞTİRDİ

2020'nin ilk aylarında hayat durdu. Sokaklar boşaldı, mağazalar kapandı, alışveriş merkezleri sessizliğe büründü. Ancak ticaret durmadı. İnsanlar evlerinden çıkamadıkları günlerde market alışverişinden elektronik eşyaya, çocuk bezinden kitaba kadar ihtiyaçlarını ilk kez yoğun biçimde internetten karşılamaya başladı.

Dünya 2020'ye sayılı günler kala Covid 19 adı verilen salgınla tanıştı. Türkiye'de ilk vaka Mart 2020'de görüldü. Covid-19 salgını nedeniyle getirilen kısıtlamalar, yalnızca çalışma hayatını ve sosyal yaşamı değil, alışveriş alışkanlıklarını da kökten değiştirdi. Bir gün önce mahalle marketine yürüyerek giden insanlar, ertesi gün cep telefonlarından sipariş vermeye başladı. Kıyafet denemek için mağaza gezenler, ürün yorumlarını okumaya başladı. Restoranlarda yemek yiyen aileler, mobil uygulamalardan sipariş vermeyi öğrendi. Alışveriş, fiziksel bir eylem olmaktan çıkıp dijital bir deneyime dönüştü. O günlerde kimse bunun geçici bir çözüm mü, yoksa kalıcı bir dönüşüm mü olduğunu bilmiyordu. Pandemi, Türkiye'de e-ticareti hızlandırmadı; geleceği birkaç yıl öne çekti.

2019 DİJİTAL TİCARET YOLUN BAŞINDA

Pandemi öncesinde de Türkiye'de internetten alışveriş yapan geniş bir kitle vardı. Ancak e-ticaret, geleneksel mağazaların yanında gelişen alternatif bir satış kanalı olarak görülüyordu. Birçok tüketici için mağazaya gidip ürüne dokunmak, denemek ve satıcıyla yüz yüze konuşmak hâlâ alışverişin vazgeçilmez parçasıydı. Özellikle giyim, ayakkabı ve mobilya gibi kategorilerde fiziksel mağazalar baskın konumunu koruyordu. Buna rağmen dijital dönüşümün işaretleri de giderek belirginleşiyordu. Akıllı telefon kullanımının yaygınlaşması, mobil bankacılığın gelişmesi ve güvenli ödeme sistemlerinin güçlenmesi, e-ticaret için sağlam bir altyapı oluşturmuştu. Ancak bu altyapının gerçek anlamda harekete geçmesi için beklenmedik bir kırılma noktası gerekiyordu. O kırılma noktası, Covid-19 salgını oldu.

RAKAMLARIN ANLATTIĞI DÖNÜŞÜM

Ticaret Bakanlığı'nın "Türkiye'de E-Ticaretin Görünümü 2025" raporuna göre, Türkiye'nin e-ticaret hacmi 2019 yılında 23,94 milyar ABD doları düzeyindeydi. Aradan geçen altı yılda bu rakam istikrarlı biçimde büyüyerek 2025 yılında 115,43 milyar ABD dolarına ulaştı. Böylece dolar bazında toplam büyüme %382 olarak gerçekleşti. Aynı rapor, 2019-2025 döneminde genel e-ticaret hacminin yıllık bileşik büyüme oranının %79,6 olduğunu ortaya koydu. 2025 yılında Türkiye'nin toplam e-ticaret hacmi 4,57 trilyon liraya, işlem sayısı ise 5 milyar 940 milyon adede ulaştı. Perakende e-ticaret hacmi 2,46 trilyon lira olurken, e-ticaretin genel ticaret içindeki payı %19,3, Gayrisafi Yurt İçi Hasıla içindeki payı ise %6,9 olarak hesaplandı. Aynı yıl Türkiye genelinde 634 bin 611 işletme dijital ticaret faaliyeti yürüttü. Bu veriler, e-ticaretin artık "alternatif" değil, ekonominin ana damarlarından biri hâline geldiğini gösterdi.

ZORUNLULUKTAN ALİŞKANLIĞA

Pandemi döneminde internetten alışveriş yapmak çoğu kişi için bir tercih değildi; zorunluluktan. Sokağa çıkma kısıtlamaları nedeniyle insanlar market rafları yerine mobil uygulamaları kullanmaya başladı. Daha önce internetten hiç sipariş vermemiş milyonlarca kişi, ilk kez çevrim içi ödeme yaptı, kargo takibini öğrendi ve kapısına gelen paketi teslim aldı. Bu süreçte dikkat çekici olan yalnızca sipariş sayısındaki artış değildi. Asıl değişim, tüketicinin dijital alışverişe duyduğu güvenin hızla artmasıydı. Bir kez güven duyan tüketici, pandemi sonrasında da eski alışkanlıklarına tamamen dönmedi.

ZAMANDAN TASARRUF

Pandemi sonrasında mağazalar yeniden açıldı. Alışveriş merkezleri yeniden doldu. Ancak milyonlarca kişi, artık her ihtiyacı için fiziksel mağazaya gitmiyordu. Bunun en önemli nedeni zaman algısının değişmesiydi. Eskiden bir alışveriş için; trafiğe çıkılıyor, otopark aranıyor, mağaza mağaza dolaşılıyor, kasada sıra bekleniyor, ardından eve dönülüyordu. Bugün ise aynı tüketici, akşam işten geldiğinde bir fincan kahvesini ya da çayını alıp koltuğuna oturuyor, cep telefonundan onlarca mağazayı aynı anda geziyor, fiyat karşılaştırıyor, kullanıcı yorumlarını okuyor ve birkaç dakika içinde siparişini tamamlıyor. İşte pandemiyle başlayan en büyük zihinsel dönüşüm de tam burada yaşandı. Tüketici için dijital alışverişte zaman kısıtlaması yok. Fiziki mağazaların açılış kapanış saatleri var ancak internetteki mağazalar 24 saat açık. Gecenin saat üçünde yemek siparişi verebiliyor, ya da gıda alışverişi yapabiliyor.

KADINLAR İÇİN RAHATLIK

Pandemi sonrasında özellikle çalışan bireyler ve çocuklu aileler açısından dijital alışveriş önemli bir kolaylık sağladı. Yoğun iş temposu içinde market alışverişi yapmak için ayrıca zaman ayırmak yerine sipariş vermek mümkün hâle geldi. Çocuklu aileler için ağır market poşetleri taşımak yerine ürünlerin eve teslim edilmesi günlük yaşamı kolaylaştırdı. Yaşlı bireyler ise fiziksel hareketliliğin sınırlı olduğu dönemlerde temel ihtiyaçlarını internet üzerinden karşılayabildi. Bu yönüyle e-ticaret yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyal yaşamı kolaylaştıran bir hizmet modeli olarak da öne çıktı.

KARŞILAŞTIRMA İMKANI

Dijital ticaretin en önemli kazanımlarından biri de fiyat karşılaştırmasının kolaylaşması oldu. Eskiden tüketici aynı ürünün farklı mağazalardaki fiyatını öğrenmek için saatlerce dolaşmak zorundaydı. Bugün ise karşılaştırma siteleri ve pazaryerleri sayesinde aynı ürünün onlarca satıcıdaki fiyatı birkaç saniyede görülebiliyor. Bu durum rekabeti artırırken tüketicinin pazarlık gücünü de yükseltti.

Tüketici için dijital alışverişte zaman kısıtlaması yok. Fiziki mağazaların açılış kapanış saatleri var ancak internetteki mağazalar 24 saat açık. Gecenin saat üçünde yemek siparişi verebiliyor, ya da gıda alışverişi yapabiliyor.



Türkiye’de e-ticaretin büyümesi, yalnızca teknoloji yatırımlarının ya da internet kullanımının artmasının sonucu değildi. Salgın, milyonlarca insanı daha önce denemedikleri bir alışveriş modelini kullanmaya yöneltti.

KAHVE YUDUMLARKEN DÜNYAYI GEZMEK

Belki de dijital alışverişi en iyi anlatan örnek bu. Bugün bir tüketici akşam evine geldiğinde koltuğuna oturuyor. Bir fincan kahvesini ya da çayını hazırlıyor. Telefonunu eline alıyor. İstanbul’daki bir mağazaya bakıyor. Ardından Ankara’daki satıcıyı inceliyor. Sonra İzmir’deki başka bir işletmenin fiyatını karşılaştırıyor. Hatta yurt dışındaki seçenekleri değerlendiriyor. Bütün bunlar birkaç dakika içinde gerçekleşiyor. Tüketici sadece ürün satın almıyor aynı zamanda kolaylık ve konforu da beraberinde alıyor.

KÜÇÜK ESNAF DA YERİNİ ALDI

Pandemi ile başlayan bu dönüşüm, büyük markalar kadar küçük işletmeleri de etkiledi. Mahallede faaliyet gösteren bir butik, züccaciye dükkânı ya da yöresel ürün satıcısı da müşterisine ulaşmak için sosyal medya hesapları açtı, çevrim içi sipariş almaya başladı ve pazaryerlerine katıldı. Birçok küçük işletme için dijitalleşme ayakta kalmanın koşulu hâline geldi. Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD), e-ticaret ekosisteminin özellikle KOBİ’lere ulusal pazara erişim, ihracat ve yeni müşteri kazanımı açısından önemli fırsatlar sunduğuna dikkat çekti. Dernek, dijital pazaryerlerinin Anadolu’daki işletmeler için coğrafi sınırları büyük ölçüde ortadan kaldırdığını belirtiyor.

SOSYOLOJİK DÖNÜŞÜM

Covid-19 salgını, insanlık tarihinin en zorlu dönemlerinden biri olarak hafızalara kazındı. Ancak geride bıraktığı en kalıcı miraslardan biri, tüketim alışkanlıklarında yarattığı dönüşüm oldu. Türkiye’de e-ticaretin büyümesi, yalnızca teknoloji yatırımlarının ya da internet kullanımının artmasının sonucu değildi. Salgın, milyonlarca insanı daha önce denemedikleri bir alışveriş modelini kullanmaya yöneltti. Bu deneyim, zaman tasarrufu, fiyat şeffaflığı ve kullanım kolaylığı sayesinde kalıcı bir alışkanlığa dönüştü. Belki de bu dönüşümün en iyi anlatan cümle şu: Pandemi, insanlara internetten alışveriş yapmayı öğretmedi; internetten alışveriş yapmanın hayatı ne kadar kolaylaştırabileceğini gösterdi.

TÜRKİYE’NİN ŞİKÂyet HARİTASI

Türkiye’de tüketiciler her geçen gün daha fazla alışveriş yapıyor, daha fazla dijital hizmet kullanıyor ve buna paralel olarak daha fazla sorunla karşılaşılıyor. E-ticaretten bankacılığa, kargodan telekomünikasyona kadar birçok alanda yaşanan uyuşmazlıklar hem şikâyet platformlarına hem de Tüketici Hakem Heyetlerine yansıyor.

Siparişi iptal edilenler, kargosunu beklerken mağdur olanlar, hesabındaki kesintinin nedenini öğrenemeyenler, çözüm yerine çağrı merkezleri arasında dolaştırılanlar... Türkiye’de tüketicinin sesi her geçen yıl daha gür çıkıyor. Şikâyet platformlarına yansıyan milyonlarca başvuru, yalnızca bireysel mağduriyetleri değil, aynı zamanda ülkenin ekonomik ve sosyal dinamiklerini de gözler önüne seriyor. Son veriler, e-ticaretten finansa, kargodan telekomünikasyona kadar birçok sektörde tüketicinin ortak sorunlarla karşı karşıya kaldığını ortaya koyarken, bölgesel farklılıklar da dikkat çekici bir tablo çiziyor.

E-TİCARET ZİRVEDE

Türkiye’de tüketicilerin en fazla şikâyet ettiği sektör açık ara e-ticaret oldu. Şikâyetvar verilerine göre 2024 yılında e-ticaret sektörü 400 bini aşkın başvuruyla ilk sıraya yerleşti. Dijital içerik platformları, finans ve iletişim sektörleri ise onu takip etti. 2025 verilerinde de tablo büyük ölçüde değişmedi; e-ticaret yine listenin başında yer aldı. Tüketicilerin en çok tepki gösterdiği konuların başında siparişlerin haber verilmeden iptal edilmesi geliyor. Özellikle kampanya dönemlerinde satın alınan ürünlerin daha sonra iptal edilerek daha yüksek fiyatlardan yeniden satışa sunulması, tüketiciler tarafından “fırsatçılık” olarak değerlendiriliyor. Bunun yanı sıra ürünlerin görsellerle uyuşmaması, ayıplı veya düşük kaliteli ürün gönderilmesi, geç teslimatlar ve iade süreçlerinde yaşanan sorunlar da şikâyetlerin temel nedenlerini oluşturuyor.

KARGO KRİZİ ORTAK SORUN

Şikâyet kategorileri incelendiğinde ise kargo hizmetleri ilk sırada yer alıyor. Türkiye genelinde artan internet alışverişleriyle birlikte teslimat gecikmeleri, kayıp gönderiler ve hasarlı paketler en sık karşılaşılan sorunlar arasında bulunuyor. 2024 yılında yalnızca kargo kategorisinde 156 binden fazla şikâyet kayda geçti. Özellikle büyükşehirlerde sipariş yoğunluğunun artması, dağıtım ağlarının zaman zaman yetersiz kalmasına neden oluyor. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi e-ticaret hacminin yüksek olduğu şehirlerde tüketici şikâyetlerinin önemli bölümünün teslimat süreçlerinden kaynaklandığı belirtiliyor. Uzmanlara göre kargo şirketleri ile e-ticaret platformları arasındaki koordinasyon eksikliği, mağduriyetlerin temel nedenlerinden biri.

ŞEHİRLERDE FİNANS ÖNE ÇIKIYOR

Finans sektörü, Türkiye’nin en çok şikâyet edilen alanlarından biri olmayı sürdürüyor. Bankacılık işlemleri, kredi kartları, hesap hareketleri ve dijital bankacılık uygulamalarına ilişkin sorunlar tüketicilerin yoğun başvuru yaptığı konular arasında yer alıyor. 2025 verilerine göre finans sektöründe en fazla şikâyet hesap işlemleri ve kredi kartlarıyla ilgili yaşandı. Özellikle İstanbul, Ankara, Bursa, Kocaeli ve İzmir gibi ekonomik faaliyetlerin yoğun olduğu kentlerde finans kaynaklı şikâyetlerin daha görünür olduğu değerlendiriliyor. Uzmanlar, dijitalleşen bankacılık sistemlerinin işlem hızını artırırken aynı zamanda yeni mağduriyet alanları oluşturduğuna dikkat çekiyor.

Tüketicilerin en çok tepki gösterdiği konuların başında siparişlerin haber verilmeden iptal edilmesi geliyor. Özellikle kampanya dönemlerinde satın alınan ürünlerin daha sonra iptal edilerek daha yüksek fiyatlardan yeniden satışa sunulması, tüketiciler tarafından “fırsatçılık” olarak değerlendiriliyor.





TÜKETİCİLERDEN REKOR BAŞVURU

Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2025 yılında Tüketici Hakem Heyetlerine 907 bin 515 başvuru yapıldı. Başvuruların toplam parasal büyüklüğü yaklaşık 12,4 milyar TL olarak gerçekleşti. Şikayetlerdeki artış bir öncesi yıla göre yüzde 20 oldu. 2025'te 849 bin 143 başvuru karara bağlandı. Bugüne kadar toplamda 19 milyon uyuşmazlık mahkemeye gitmeden hakem heyeti tarafından çözüldü.

2025'TE EN FAZLA ŞİKAYETİN OLDUĞU İLLER

İstanbul: **235.253**

Ankara: **100.958**

İzmir: **60.722**

Bursa: **33.581**

Antalya: **28.045**

TÜKETİCİNİN MESAJI NET

Ortaya çıkan tablo, Türkiye'de tüketicinin artık yalnızca alışveriş yapan değil, aynı zamanda hesap soran bir aktöre dönüştüğünü gösteriyor. Milyonlarca şikayet, şirketler için yalnızca bir itibar meselesi değil; hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyetinin ve kurumsal güvenin de önemli bir göstergesi haline gelmiş durumda. Türkiye'nin şikayet haritası incelendiğinde görülen gerçek şu: Tüketici artık sessiz kalmıyor. Siparişinden bankacılık işlemine, internet aboneliğinden kargo teslimatına kadar her alanda hakkını arıyor. Şirketler için ise yeni dönemin en kritik rekabet unsuru fiyat değil, güven olmaya aday görünüyor.

Türkiye'nin şikayet haritası incelendiğinde görülen gerçek şu: Tüketici artık sessiz kalmıyor. Siparişinden bankacılık işlemine, internet aboneliğinden kargo teslimatına kadar her alanda hakkını arıyor.

DİJİTAL PLATFORMDA ARTIŞ

Türkiye'nin dijitalleşmesiyle birlikte iletişim sektörü ve dijital platformlar da tüketici şikayetlerinde üst sıralara çıktı. GSM operatörleri, internet servis sağlayıcıları ve dijital abonelik hizmetleri hakkında yüz binlerce başvuru yapıldı. Çekim kalitesi, faturalandırma sorunları, taahhüt süreçleri ve iptal işlemlerindeki zorluklar en çok dile getirilen başlıklar arasında yer aldı. Dijital içerik platformlarına yönelik şikayetlerde ise üyelik iptalleri, otomatik yenilenen abonelikler ve ücretlendirme anlaşmazlıkları öne çıkıyor. Tüketicilerin önemli bir bölümü, hizmet iptal süreçlerinin yeterince şeffaf olmadığını düşünüyor.



GSM operatörleri, internet servis sağlayıcıları ve dijital abonelik hizmetleri hakkında yüz binlerce başvuru yapıldı. Çekim kalitesi, faturalandırma sorunları, taahhüt süreçleri ve iptal işlemlerindeki zorluklar en çok dile getirilen başlıklar arasında yer aldı.

BÖLGELERE GÖRE ŞİKAYETLER

Türkiye'de şikayetlerin dağılımı incelendiğinde ekonomik yapı ile tüketici davranışları arasında güçlü bir ilişki görülüyor. Marmara Bölgesi'nde e-ticaret, bankacılık ve telekomünikasyon şikayetleri öne çıkarken, Ege ve Akdeniz bölgelerinde turizm, ulaşım ve hizmet sektörüne yönelik başvuruların daha fazla olduğu gözleniyor. İç Anadolu'da bankacılık ve kamu hizmetleri kaynaklı şikayetler dikkat çekerken, Karadeniz Bölgesi'nde kargo ve e-ticaret kaynaklı sorunlar daha sık gündeme geliyor. Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerinde ise kamu hizmetleri, iletişim altyapısı ve finansal işlemlerle ilgili

şikayetlerin daha görünür olduğu değerlendiriliyor. Uzmanlar, tüketici davranışlarının bölgesel ekonomik faaliyetlerle paralel geliştiğini belirtiyor.

DOLANDIRICILIK %44 ARTTI

Son yılların en dikkat çekici başlıklarından biri de dolandırıcılık vakaları. Şikayetvar verilerine göre dolandırıcılık şikayetleri bir yılda yüzde 44 artış gösterdi. Evde paketleme vaadiyle yapılan dolandırıcılıklar ve burs vaatleriyle gerçekleştirilen sahte başvurular en fazla şikayet edilen yöntemler arasında yer aldı. Uzmanlar, ekonomik sıkışıklığın arttığı dönemlerde dolandırıcılık girişimlerinin de yükseldiğini belirtiyor. Özellikle sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları üzerinden yapılan yönlendirmeler nedeniyle çok sayıda vatandaşın mağdur olduğu ifade ediliyor.

ŞİKAYET'TEN HAK ARAYIŞINA

Şikayet platformlarına yansıyan başvuruların önemli bir bölümü daha sonra Tüketici Hakem Heyetleri ve mahkemelere taşınıyor. Son yıllarda tüketicilerin hak arama bilincinin arttığı görülürken, özellikle e-ticaret, ayıplı ürün, teslim edilmeyen siparişler ve garanti kapsamındaki uyuşmazlıklar konusunda başvuruların yükseldiği dikkat çekiyor. Kamuoyuna yansıyan çok sayıda örnekte tüketicilerin hakem heyetleri aracılığıyla ücret iadesi veya ürün değişimi kararı aldığı görülüyor. Bununla birlikte süreçlerin uzunluğu ve bazı dosyalarda yaşanan teknik uyuşmazlıklar da tartışma konusu olmaya devam ediyor.

Bir savaşın nedeni bir kral olabilir... Bir keşfin ardında cesur bir denizci bulunabilir... Bir devrimin fitilini siyasi fikirler ateşleyebilir... Ancak insanlık tarihine yakından bakıldığında, büyük kırılmaların çoğunun ardında aslında çok daha sıradan görünen ürünlerin olduğu fark edilir.

İNSANLIK TARİHİNİ DEĞİŞTİREN ÜRÜNLER



Bir avuç tuz... Bir çuval karabiber... Bir fincan çay... Bir kalıp şeker... Bir top pamuk... Bir varil petrol... Ve bugün cebimizde taşıdığımız telefonların kalbindeki birkaç santimetrelik silikon çip... Bu ürünler yalnızca ticaretin konusu olmadı; devletlerin yükselişini, imparatorlukların zenginleşmesini, savaşların çıkmasını, keşiflerin yapılmasını ve toplumların yaşam biçimlerini değiştirdi. Ekonomi tarihçileri, dünya tarihinin yalnızca siyasi olaylar üzerinden değil, ticareti şekillendiren ürünler üzerinden de okunması gerektiğini belirtiyor. Çünkü çoğu zaman ülkelerin dış politikası, deniz yolları, sömürgecilik faaliyetleri ve ekonomik rekabeti belirleyen asıl unsur, stratejik kabul edilen bu ürünlerdi.

TİCARETİN İZİNİ SÜREN TARİH

İnsanlık tarihinin ilk büyük ticaret ağları; tahıl, tuz, bakır ve obsidyen gibi temel ihtiyaçlar etrafında oluştu. Tarımın gelişmesiyle birlikte ürün fazlası ortaya çıktı ve bu fazlalık, şehirlerin ve pazarların kurulmasını sağladı. Daha sonra İpek Yolu, Baharat Yolu ve deniz ticaret yolları yalnızca malları değil; dinleri, dilleri, bilimsel bilgiyi ve kültürel etkileşimi de kıtalar arasında taşıdı. Fransız tarihçi Fernand Braudel, Akdeniz ticaretini incelerken ekonomik hayatın ve gündelik tüketim ürünlerinin, siyasetin görünmeyen yönünü şekillendirdiğini vurguluyor. Benzer şekilde William H. McNeill, dünya tarihini medeniyetler arasındaki ticaret ve etkileşim üzerinden okumayı öneriyor.

ALTINDAN DAHA DEĞERLİYDİ

Bugün market raflarında kolayca ulaşabildiğimiz birçok ürün, geçmişte yalnızca zenginlerin satın alabildiği lüks mallardı. Orta Çağ Avrupası'nda karabiber, tarçın ve karanfil altın kadar değer görebiliyordu. Tuz, yiyecekleri uzun süre saklayabildiği için stratejik öneme sahipti. Çay ve kahve ise önce sarayların, ardından toplumun sosyal yaşamını değiştiren ürünlere dönüştü.

BİR ÜRÜN DÜNYAYI DEĞİŞTİRİR Mİ?

Bu sorunun cevabı tarihte defalarca "evet" oldu. Baharat arayışı, Avrupalı denizcileri yeni deniz yolları bulmaya yöneltti ve Coğrafi Keşifler'in önünü açtı. Çay üzerindeki vergiler, Amerika'daki kolonilerde büyük tepkiye yol açtı ve 1773'teki Boston Tea Party, Amerikan Bağımsızlık Süreci'nin sembol olaylarından biri hâline geldi. Petrol, 20. yüzyılın jeopolitiğini belirledi. Bugün ise yarı iletken çipler ve nadir toprak elementleri, teknoloji rekabetinin merkezinde yer alıyor. Tarih değişiyor; ancak stratejik ürünlerin devletler üzerindeki etkisi devam ediyor.

Bugün market raflarında kolayca ulaşabildiğimiz birçok ürün, geçmişte yalnızca zenginlerin satın alabildiği lüks mallardı. Orta Çağ Avrupası'nda karabiber, tarçın ve karanfil altın kadar değer görebiliyordu.

TUZ, BAHARAT VE ÇAY

Bugün mutfaklarımızda sıradan görünen bazı ürünler, geçmişte devletlerin kaderini değiştirecek kadar değerliydi. Bir tutam tuz, yalnızca yemeklere lezzet veren bir madde değildi. Gıdaların korunmasını sağlayarak orduların beslenmesinden ticaretin gelişmesine kadar pek çok alanda belirleyici oldu. Bir avuç baharat ise kralların sofralarını süsleyen lüks bir ürün olmanın ötesinde, deniz yollarının keşfedilmesine ve dünya ticaret haritasının değişmesine neden oldu. Çay ise milyonlarca insanın günlük alışkanlığını değiştiren, imparatorlukların ekonomi politikalarını etkileyen küresel bir ürüne dönüştü.

UYGARLIKLARIN GİZLİ TEMELİ

İnsanlık tarihinin en eski ticaret ürünlerinden biri tuzdu. Bunun en önemli nedeni, tuzun gıdaları uzun süre saklama imkânı sağlamasıydı. Etin, balığın ve çeşitli ürünlerin bozulmadan korunabilmesi, özellikle uzun yolculuk yapan ordular ve tüccarlar için hayati önem taşıyordu. Antik dönemlerden itibaren tuz üretim bölgeleri ekonomik merkezlere dönüştü. Roma İmparatorluğu döneminde askerlere verilen ödemelerle ilişkilendirilen “salary” (maaş) kelimesinin kökeninin Latince “salarium” kelimesine dayandığı kabul edilir. Her ne kadar bu ilişkinin tarihsel ayrıntıları tartışmalı olsa da, tuzun Roma dünyasında önemli bir ekonomik değer taşıdığı biliniyor. Tuz ticareti, Sahra Çölü’nü aşan kervan yollarında da büyük rol oynadı. Batı Afrika’da tuz blokları, altınla takas edilen değerli mallar arasındaydı.

TUZ SADECE ÜRÜN DEĞİL GÜÇTÜ

Devletler tarih boyunca tuz kaynaklarını kontrol etmeye çalıştı. Çünkü tuz; askerlerin beslenmesi, gıdanın korunması, ticaretin devamlılığı için stratejik bir maddeydi. Bu nedenle birçok ülkede tuz vergileri uygulandı. Ancak bu vergiler zaman zaman büyük toplumsal tepkilere de yol açtı. Bunun en bilinen örneklerinden biri, Hindistan’da İngiliz sömürge yönetimine karşı Mahatma Gandhi’nin 1930 yılında gerçekleştirdiği Tuz Yürüyüşü oldu. Bu olay, Hindistan bağımsızlık hareketinin sembollerinden biri hâline geldi.

HARİTAYI DEĞİŞTİREN KOKU

Karabiber, tarçın, karanfil ve muskat... Bugün mutfaklarda sıradan ürünler olarak görülen bu baharatlar, Orta Çağ Avrupa’sında büyük bir zenginlik göstergesiydi. Baharatın değeri yalnızca tadından kaynaklanmıyordu. Uzak coğrafyalardan gelmesi, taşınmasının zor olması ve ticaret yollarının sınırlı olması onu son derece değerli hâle getiriyordu. Avrupa devletleri,

Antik dönemlerden itibaren tuz üretim bölgeleri ekonomik merkezlere dönüştü. Roma İmparatorluğu döneminde askerlere verilen ödemelerle ilişkilendirilen “salary” (maaş) kelimesinin kökeninin Latince “salarium” kelimesine dayandığı kabul edilir.



Doğu’nun baharat kaynaklarına doğrudan ulaşabilmek için yeni deniz yolları aramaya başladı. Bu arayış, tarihin en büyük dönüşümlerinden biri olan Coğrafi Keşifler döneminin önemli nedenlerinden biri oldu. Portekizli denizci Vasco da Gama’nın 1498 yılında Hindistan’a ulaşması, Avrupa ile Asya arasındaki ticaret dengelerini değiştirdi.

TİCARET DEĞİL, KÜLTÜR YOLU

Baharat yolları üzerinden yalnızca ürünler taşınmadı. Diller, dinler, bilimsel bilgiler, teknolojiler ve kültürler de kıtalar arasında hareket etti. İpek Yolu ve Baharat Yolu, dünyanın ilk küresel bağlantı ağları olarak kabul edilebilecek ticaret sistemlerini oluşturdu.

BİR İÇECEKTEN FAZLASI

Çay, özellikle Çin’de binlerce yıllık geçmişe sahip bir üründü. Ancak zamanla yalnızca Asya’nın değil, dünyanın en önemli tüketim ürünlerinden biri hâline geldi. İngiltere’nin çay kültürü, Hindistan’daki çay üretimi ve küresel ticaret ağları, çayı ekonomik ve siyasi bir güç unsuruna dönüştürdü. 18. yüzyılda İngiltere’de çay tüketimi büyük ölçüde arttı. İngiliz Doğu Hindistan Şirketi, çay ticaretinde önemli bir aktör hâline geldi. Ancak çay, yalnızca ticari bir ürün olarak kalmadı. Siyasi olayların da merkezine yerleşti. 1773 yılında Amerikan kolonilerinde yaşanan Boston Tea Party, İngiltere’nin çay vergilerine karşı büyük bir protesto olarak tarihe geçti ve Amerikan Bağımsızlık sürecinin önemli sembollerinden biri oldu.

ÜÇ ÜRÜNÜN ORTAK HİKÂYESİ

Tuz, baharat ve çay farklı dönemlerin ürünleri gibi görünse de ortak bir noktaya sahip: Hepsi insan hareketlerini değiştirdi. Tuz ticaret yollarını oluşturdu. Baharat yeni kıtaların keşfine yol açtı. Çay ise siyasi dönüşümlerin sembollerinden biri oldu.

ŞEKER, PAMUK VE PETROL...

Bugün mutfakların vazgeçilmezlerinden biri olan şeker, birkaç yüzyıl önce dünyanın en değerli ticari ürünlerinden biriydi.

ŞEKER KÜRESEL AKTÖR OLDU

Sanayi Devrimi ile birlikte üretim teknikleri gelişti, şeker daha geniş kitlelerin ulaşabildiği bir tüketim maddesi hâline geldi. 19. ve 20. yüzyıllarda şeker; gıda sanayisinin büyümesini, içecek sektörünün gelişmesini, işlenmiş gıdaların yaygınlaşmasını sağlayan temel hammaddelerden biri oldu. Binlerce yıldır kullanılan pamuk, özellikle Sanayi Devrimi sırasında dünya ekonomisinin merkezine yerleşti. 18. yüzyılda İngiltere’de tekstil fabrikalarının gelişmesiyle pamuk talebi hızla arttı. İplik makineleri ve dokuma teknolojilerindeki gelişmeler, tekstil üretimini büyük bir sanayi koluna dönüştürdü.

PETROL: 20. YÜZYILIN GERÇEĞİ

Eğer 19. yüzyıla kömür damga vurduysa, 20. yüzyıla petrol damgasını vurdu. Petrol yalnızca otomobillerin yakıtı olmadı. Uçaklardan plastiklere, ilaçlardan kimya sanayisine kadar modern hayatın birçok alanının temel girdisi hâline geldi. Petrol rezervlerine sah ip olmak veya petrol yollarını kontrol etmek, ülkelerin ekonomik ve siyasi gücünü doğrudan etkiledi. 20. yüzyıl boyunca Ortadoğu, petrol nedeniyle dünyanın en önemli

SİLİKON ÇİP, LİTYUM VE VERİ

Dijital çağda ise dünyaya yön veren ürünler artık daha farklı. Silikon çip, milimetrelerle ölçülen bu küçük teknoloji parçaları; cep telefonlarından savaş uçaklarına, otomobillerden yapay zekâ sistemlerine kadar modern dünyanın neredeyse tüm kritik alanlarının temelini oluşturuyor. Ancak çip üretimi dünyanın her ülkesinin yapabildiği bir teknoloji değil. Üretim süreci; ileri mühendislik, yüksek hassasiyetli makineler, özel kimyasallar ve büyük sermaye yatırımları gerektiriyor. ABD, Çin, Avrupa Birliği ve Asya ülkeleri arasında yaşanan teknoloji rekabetinin merkezinde işte bu yarı iletkenler bulunuyor. Çünkü çipler yalnızca tüketici elektroniği için değil; savunma sanayii, yapay zekâ, uzay teknolojileri, enerji sistemleri ve haberleşme altyapıları için de hayati öneme sahip.

ÇAĞIN HAMMADDESİ

Dünya fosil yakıtlardan daha temiz enerji kaynaklarına yönelirken lityum ortaya çıktı. Özellikle elektrikli araçların bataryalarında ve enerji depolama sistemlerinde kullanılan lityuma talep her geçen gün artıyor.

YENİ PETROL: VERİ

21. yüzyılın en değerli kaynaklarından biri artık petrol değil, veri olarak tanımlanıyor.Çünkü günümüzde şirketlerin ve devletlerin karar alma süreçleri büyük ölçüde veriye dayanıyor. İnsanların; alışveriş tercihleri, arama alışkanlıkları, konum bilgileri, tüketim davranışları dijital ortamda büyük bir ekonomik değere dönüşüyor.

jeopolitik bölgelerinden biri hâline geldi. 1973 Petrol Krizi, petrolün küresel ekonomi üzerindeki etkisini tüm dünyaya gösterdi. Petrol fiyatlarındaki hızlı artış, birçok ülkede ekonomik durgunluğa ve yüksek enflasyona yol açtı.

STRATEJİK GÜCE DÖNÜŞTÜLER

Tarih boyunca bazı ürünler dünyayı değiştirdi. Tuz, devletlerin ekonomisini etkiledi. Baharat, yeni kıtaların keşfine yol açtı. Şeker, küresel ticaret düzenini dönüştürdü. Petrol, 20. yüzyılın siyasetini şekillendirdi. Çip, lityum ve veri ise 21. yüzyılın güç dengelerini belirliyor. Değişmeyen tek şey şu: Bir ürün, eğer ekonominin ve toplumun temel ihtiyacına dönüşürse, yalnızca bir ticaret malı olmaktan çıkar; stratejik bir güce dönüşür.

KUYRUKLARIN GÖLGESİNDE BİR DÖNEM

“Margarin almak için sabahın ilk ışıklarıyla kuyruğa giren insanlar... Tüp bulabilmek için mahalle mahalle dolaşan aileler... Şeker, yağ, gaz ve benzin kuyrukları... Türkiye'nin yakın tarihine damga vuran bu görüntüler, aradan yarım asır geçmesine rağmen hafızalardaki yerini koruyor.”

1970'li yıllar denildiğinde birçok kişinin aklına yalnızca siyasi çatışmalar değil, uzun kuyruklar da geliyor. Bugün market raflarında kolayca ulaşılabilen birçok temel tüketim ürünü, o yıllarda günlerce hatta haftalarca bulunamıyordu. Peki gerçekten ne olmuştu? Türkiye kendi gıdasını üretemiyor muydu? Yoksa sorun üretimde değil, ekonominin genel işleyişinde miydi? Akademik araştırmalar, krizin sadece Türkiye'ye özgü olmadığını gösteriyor. 1973 Petrol Krizi'nin ardından dünyada enerji fiyatları birkaç kat arttı. Petrol fiyatlarındaki yükseliş; tarımda kullanılan mazotun, gübrenin, nakliyenin ve sanayi üretiminin maliyetlerini hızla artırdı. Bu gelişmeler pek çok ülkede ekonomik daralmaya ve yüksek enflasyona neden oldu.

TÜRKİYE BİRDEN FAZLA KRİZ YAŞADI

Türkiye ise bu küresel dalgaya, kendi ekonomik sorunlarıyla yakalandı. 1970'lerde artan dış ticaret açığı, döviz sıkıntısı ve ithalata bağımlı üretim yapısı nedeniyle birçok temel ürünün temininde güçlük yaşandı. Döviz yetersizliği, yalnızca sanayi hammaddelerini değil, tarımda kullanılan gübre, yem ve diğer girdilerin ithalatını da zorlaştırdı. Buna siyasi istikrarsızlık, sık değişen hükümetler ve ekonomik karar alma süreçlerindeki belirsizlikler eklenince piyasalarda arz sorunu derinleşti. Ekonomi literatürü, bu dönemde Türkiye'nin hem küresel petrol şoklarından hem de uygulanan ekonomi politikalarının etkilerinden önemli ölçüde etkilendiğini ortaya koydu

KUYRUKLAR SADECE EKMEK İÇİN DEĞİLDİ

Bugün hafızalarda daha çok yağ ve şeker kuyrukları kalsa da, dönemin tanıkları benzin, tüpgaz, gazyağı, sigara ve çeşitli temel tüketim ürünleri için de uzun bekleyişler yaşandığını anlatıyor. Bilkent Üniversitesi'nde hazırlanan “1970'li Yıllarda Türkiye'deki İhtiyaç Kuyrukları” başlıklı çalışma, kuyrukların tek bir üründen kaynaklanmadığını; ekonomik, siyasi ve sosyal gelişmelerin birleşik sonucu olarak ortaya çıktığını ortaya koydu. Araştırmada, dönemin medya haberleri ve ekonomik göstergeleri birlikte incelenerek kuyrukların nedenleri analiz edildi. Sanılının aksine Türkiye üretimsiz bir ülke değildi. 1970'lerin başında tarım, ekonominin en güçlü sektörlerinden biri olmayı sürdürüyordu. Buğday başta olmak üzere birçok üründe yerli üretim devam ediyordu ancak üretimin pazara ulaştırılması, ithal girdilere erişim, döviz darboğazı ve dağıtım zincirindeki aksaklıklar, vatandaşın temel ihtiyaç maddelerine ulaşmasını zorlaştırıyordu. Yani sorun yalnızca tarlada değil; ekonominin bütününde yaşanan kırılmalardan kaynaklanıyordu.

HAYATIN BİR PARÇASI OLDU

1970'li yılların ikinci yarısında birçok aile için alışveriş, bugünkü gibi birkaç dakikada tamamlanan bir ihtiyaç olmaktan çıkmıştı. Günlük yaşamın önemli bir bölümü, hangi mağazada hangi ürünün bulunduğunu öğrenmeye çalışmak ve saatlerce kuyrukta beklemekle geçiyordu. Sabahın erken saatlerinde bakkalların, kooperatiflerin ve devlet kuruluşlarının önünde oluşan uzun sıralar, dönemin sıradan görüntülerinden biriydi. Bir mahallede şeker geldiği haberi kısa sürede kulaktan kulağa yayılıyor, vatandaşlar ellerindeki filelerle dükkânların önüne koşuyordu. Aynı durum sıvı yağ, margarin, tüpgaz ve akaryakıt için de yaşanıyordu.

TÜKETİCİYE DÜŞEN GÖREV

1970'li yılların deneyimi yalnızca kamu yönetimine değil, tüketicilere de önemli mesajlar veriyor. zamanlar, kriz dönemlerinde panik alımlarının gerçek ihtiyaçtan daha büyük bir talep oluşturabildiğini, bunun da geçici arz sorunlarını büyütebildiğini belirtiyor. Bilinçli tüketim, israfın önlenmesi ve doğru bilgiye dayalı alışveriş alışkanlıkları, sağlıklı bir piyasa düzeninin korunmasına katkı sağlayan önemli unsurlar arasında gösteriliyor.

BİR FOTOĞRAF DEĞİL BİR DERS

Bugün 50 yaşın üzerindeki birçok kişi için yağ tenekesi, tüpgaz kuyruğu ya da boş benzin istasyonları yalnızca eski bir fotoğraf karesi değil; bizzat yaşanmış bir hayat tecrübesi. Genç kuşaklar için ise bu görüntüler, ekonomik istikrarın, üretimin ve güçlü tedarik zincirlerinin önemini anlatan tarihî belgeler niteliğinde. 1970'li yılların kıtlıkları, Türkiye'nin yakın geçmişinde derin izler bıraktı. Ancak aynı zamanda krizlerden çıkarılan derslerin, ekonomik planlamanın ve üretim kapasitesinin ne kadar hayati olduğunu da gösterdi. Belki de bu nedenle, geçmişî hatırlamak yalnızca nostalji değil; geleceği daha sağlam kurabilmenin de en etkili yollarından biridir.



1970'li yılların kıtlıkları, Türkiye'nin yakın geçmişinde derin izler bıraktı. Ancak aynı zamanda krizlerden çıkarılan derslerin, ekonomik planlamanın ve üretim kapasitesinin ne kadar hayati olduğunu da gösterdi.

KARABORSANIN ORTAYA ÇIKIŞI

Temel ihtiyaç maddelerinin piyasada yeterince bulunamaması, zamanla kayıt dışı satışları da artırdı. Resmi satış noktalarında bulunamayan bazı ürünler, çok daha yüksek fiyatlarla el altından satılmaya başlandı. Karaborsa, yalnızca ürün kıtlığının değil; arz-talep dengesinin bozulmasının doğal sonuçlarından biriydi. Bir ürün raflarda bulunamadığında, onu temin edebilen kişiler daha yüksek fiyat talep edebiliyor, bu da hem tüketiciyi mağdur ediyor hem de fiyat istikrarını bozuyordu.

KIRSALDA VE KENTTE FARKLI TABLO

Kıtlık her bölgede aynı şekilde hissedilmedi. Kırsal kesimde yaşayan ve kendi üretimini yapabilen aileler, şehirlerde yaşayanlara göre bazı temel gıda ürünlerine daha kolay ulaşabiliyordu. Sebzesini yetiştiren, sütünü sağan, ununu temin eden birçok köy ailesi, şehirlerde yaşanan sıkıntıları daha sınırlı hissetti. Büyük şehirlerde ise nüfusun hızla artması, tüketime olan talebi yükseltti. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi kentlerde dağıtım zincirindeki aksaklıklar daha belirgin hâle geldi ve kuyruklar günlük yaşamın simgesi oldu.

KRİZDEN ÇIKIŞ NASIL BAŞLADI

1970'li yılların sonuna gelindiğinde ekonomik sorunlar daha da ağırlaşmıştı. Döviz darboğazı, yüksek enflasyon ve üretim sıkıntıları nedeniyle kapsamlı ekonomik önlemler gündeme geldi. 24 Ocak 1980'de açıklanan ekonomik istikrar kararlarıyla birlikte dış ticaret, döviz sistemi ve piyasa mekanizmasına yönelik önemli değişiklikler hayata geçirildi. Amaç; üretimi artırmak, ithalat ve ihracatı yeniden dengelemek, döviz sorununu hafifletmek ve piyasalarda mal arzını normalleştirmektir. Ekonomi tarihçileri, bu kararların Türkiye ekonomisinde yeni bir dönemin başlangıcı olduğunu, ancak beraberinde farklı sosyal ve ekonomik tartışmaları da getirdiğini ifade ediyor.

HAFIZALARDA KALAN BİR DERS

1970'li yılların kuyrukları bugün yalnızca siyah-beyaz fotoğraflarda kalan görüntüler değil; ekonomik dengelerin, üretimin, lojistiğin ve güvenilir piyasa düzeninin ne kadar önemli olduğunu hatırlatan tarihi bir deneyim olarak karşımıza çıkıyor. Bugün market raflarının dolu olması çoğu zaman sıradan bir durum gibi görülse de, yarım asır önce yaşananlar; ekonomik istikrarın, üretim kapasitesinin ve etkin tedarik zincirlerinin toplumun günlük yaşamı üzerindeki belirleyici etkisini açık biçimde ortaya koyuyor.

GIDA GÜVENLİĞİ MİLLÎ GÜVENLİK BAŞLIĞI

COVID-19 salgını, Rusya-Ukrayna Savaşı ve iklim değişikliğinin tarım üzerindeki etkileri, dünyaya bir gerçeği yeniden hatırlattı: Gıda arzının sürekliliği artık yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda stratejik bir konu. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), ülkelerin güçlü tarım politikaları, yerli üretim kapasitesi, etkin lojistik altyapısı ve kriz dönemlerine yönelik stok yönetimi geliştirmelerinin önemine dikkat çekiyor. Türkiye de son yıllarda tarımsal üretimin artırılması, stratejik ürünlerde arz güvenliğinin korunması ve tedarik zincirinin güçlendirilmesine yönelik çeşitli politikalar uyguluyor.

Bugün market raflarının dolu olması çoğu zaman sıradan bir durum gibi görülse de, yarım asır önce yaşananlar; ekonomik istikrarın, üretim kapasitesinin ve etkin tedarik zincirlerinin toplumun günlük yaşamı üzerindeki belirleyici etkisini açık biçimde ortaya koyuyor.



DOĞRU BESLEN

Mutlu Yaşa



Doğadan gelen besleyici tohumlar ile hafif ve dengeli öğünler



GLUTENSİZ



Reis, Gıda Güvenliği Derneği Üyesidir.



10'dan Fazla Faaliyet Alanı ile

Atığı Değere, Enerjiyi Geleceğe Dönüştüren
Türkiye'nin Halka Açık ve En Büyük
Biyodöngüsel Ekosistemi



Biyogaz
Üretimi



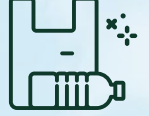
Çöp Gazı
Üretimi



Mekanik Ayrıştırma
ve Malzeme
Geri Kazanımı



Karbon
Ticareti



Plastik Kirliliği
Çözümleri



Düzenli
Depolama



Enerji
Üretimi



Atıktan Türetilmiş
Yakıt Üretimi



Kompost
Üretimi



Plastik
İleri Dönüşüm



X
BiotrendA

in
Biotrend Enerji

ig
Biotrendenerji

yt
Biotrendenerji

www.biotrendenerji.com.tr

DOĞANLAR
HOLDİNG

BioTREND