

E-TİCARET PAZAR YERİNDE TARAFLAR ARASI  
İLİŞKİLERİN HUKUKİ NİTELİĞİ VE E-TİCARET  
ARACI HİZMET SAĞLAYICININ TÜKETİCİYE  
KARŞI AYIPLI MALDAN SORUMLULUĞU

Yüksek Lisans Tezi

ÖZGE SÖNMEZ

Hukuk Bölümü  
İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi  
Ankara  
Aralık 2024

ÖZGE SÖNMEZ.

E-TİCARET PAZAR YERİNDE TARAFLAR ARASI

İLİŞKİLERİN HUKUKİ NİTELİĞİ VE E-TİCARET ARACI HİZMET SAĞLAYICININ

TÜKETİCİYE KARŞI AYIPLI MALDAN SORUMLULUĞU.

Bilkent Üniversitesi 2024



E-TİCARET PAZAR YERİNDE TARAFLAR ARASI İLİŞKİLERİN HUKUKİ  
NİTELİĞİ VE E-TİCARET ARACI HİZMET SAĞLAYICININ TÜKETİCİYE KARŞI  
AYIPLI MALDAN SORUMLULUĞU

İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi  
Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖZGE SÖNMEZ

Özel Hukuk Disiplininde Yüksek Lisans Derecesi Kazanma  
Yükümlülüklerinin Bir Parçasıdır.

HUKUK BÖLÜMÜ  
İHSAN DOĞRAMACI BİLKENT ÜNİVERSİTESİ  
ANKARA

Aralık 2024

E-TİCARET PAZAR YERİNDE TARAFLAR ARASI İLİŞKİLERİN HUKUKİ NİTELİĞİ VE  
E-TİCARET ARACI HİZMET SAĞLAYICININ TÜKETİCİYE KARŞI AYIPLI MALDAN  
SORUMLULUĞU

Özge Sönmez

Bu tezi okuduğumu, kapsam ve nitelik bakımından Hukuk Yüksek Lisans derecesi için yeterli bulunduğumu beyan ederim.

-----  
Pınar Altınok Ormancı  
Tez Danışmanı

Bu tezi okuduğumu, kapsam ve nitelik bakımından Hukuk Yüksek Lisans derecesi için yeterli bulunduğumu beyan ederim.

-----  
Arif Barış Özbilen  
Tez Jüri Üyesi

Bu tezi okuduğumu, kapsam ve nitelik bakımından Hukuk Yüksek Lisans derecesi için yeterli bulunduğumu beyan ederim.

-----  
S. Derya Yakupoğlu  
Tez Jüri Üyesi

Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü'nün onayı

-----  
Refet S. Gürkaynak  
Müdür

## ABSTRACT

LEGAL QUALITIES OF THE RELATIONSHIPS AMONG PARTIES IN E-COMMERCE  
MARKETPLACE AND LIABILITY OF E-COMMERCE INTERMEDIARY SERVICES  
PROVIDER FOR DEFECTIVE GOODS TO CONSUMER

Sönmez, Özge

LL.M., Department of Law

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Pınar Altınok Ormancı

December 2024

Thanks to the today's technological developments, shopping on e-commerce marketplaces have emerged as a compelling alternative to in-store shopping. The widespread use of e-commerce marketplaces poses a risk of defective goods being sold to consumers by entering circulation. As a result of this questions of what the legal qualities of relationships among parties in the three-sided relationship consisting of e-commerce services provider, consumer and e-commerce intermediary services providers (who connect them) are and whether an intermediary services provider can be held liable for defective goods to a consumer arises. In this study, firstly, definition and types of e-commerce will be explained, next, legal qualities of relationships among parties of e-commerce will be analyzed and whether liability of an e-commerce intermediary services provider arises from defective goods sold to consumer on e-commerce marketplace will be examined within the framework of Turkish and Comparative law, in the context of both contractual and non-contractual liability.

**Keywords:** ECISP, defective goods, liability, consumer.

## ÖZET

### E-TİCARET PAZAR YERİNDE TARAFLAR ARASI İLİŞKİLERİN HUKUKİ NİTELİĞİ VE E-TİCARET ARACI HİZMET SAĞLAYICININ TÜKETİCİYE KARŞI AYIPLI MALDAN SORUMLULUĞU

Sönmez, Özge

Yüksek Lisans, Hukuk Bölümü

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Pınar Altınok Ormancı

Aralık 2024

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler sayesinde e-ticaret pazar yerleri üzerinden yapılan alışverişler fiziki olarak mağazaları ziyaret ederek yapılan alışverişlere iddialı bir alternatif olmuştur. E-ticaret pazar yerlerinin bu derecede yaygın kullanımı ayıplı ürünlerin dolaşıma girerek tüketiciyle buluşması riskini doğurmaktadır. Bunun sonucu olarak tüketici, e-ticaret hizmet sağlayıcı ve onları bir araya getiren e-ticaret aracı hizmet sağlayıcılardan oluşan üç taraflı ilişkide taraflar arası ilişkilerin hukuki niteliğinin ne olduğu ve e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının tüketiciye karşı ayıplı maldan sorumlu tutulup tutulamayacağı soruları gündeme gelmektedir. Çalışmada öncelikle e-ticaretin tanımı ve türleri açıklanacak, sonrasında e-ticaretin tarafları arasındaki ilişkilerin hukuki niteliği analiz edilecek ve e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının e-ticaret pazar yeri üzerinden tüketiciye satılan ayıplı maldan sorumluluğunun doğup doğmayacağı Türk hukuku ve karşılaştırmalı hukuk çerçevesinde, sözleşmesel ve sözleşme dışı sorumluluk bağlamında incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** ETAHS, ayıplı mal, sorumluluk, tüketici.

## TEŞEKKÜR

Tezin yazımı aşamasında tavsiyeleri ile yol gösteren ve desteğini esirgemeyen saygıdeğer hocam Doç. Dr. Pınar Altınok Ormancı'ya teşekkürlerimle.



## İÇİNDEKİLER

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| ABSTRACT .....            | I   |
| ÖZET .....                | II  |
| TEŞEKKÜR .....            | III |
| İÇİNDEKİLER .....         | IV  |
| KISALTMALAR CETVELİ ..... | X   |
| GİRİŞ .....               | 1   |

## BİRİNCİ BÖLÜM

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| ELEKTRONİK TİCARETİN TANIMI VE TÜRLERİ .....                     | 5  |
| I. ELEKTRONİK TİCARETİN TANIMI .....                             | 5  |
| II. ELEKTRONİK TİCARETİN TÜRLERİ .....                           | 9  |
| A. Tarafları Bakımından E-Ticaret Türleri .....                  | 9  |
| 1. İşletmeler Arası (B2B) E-Ticaret .....                        | 9  |
| 2. İşletme ile Tüketici Arasındaki (B2C) E-Ticaret .....         | 10 |
| 3. Tüketiciler Arası (C2C) E-Ticaret .....                       | 11 |
| 4. Devlet ile İşletmeler Arasındaki (B2G ve G2B) E-Ticaret ..... | 13 |
| 5. Tüketici ile Devlet Arasındaki (G2C) E-Ticaret .....          | 14 |
| B. İfa Yöntemi Bakımından E-Ticaret Türleri .....                | 15 |
| 1. Doğrudan E-Ticaret .....                                      | 15 |
| 2. Dolaylı E-Ticaret .....                                       | 16 |
| C. Yürütülen Ticari Faaliyet Bakımından E-Ticaret Türleri .....  | 16 |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 1. Mal Satışını Konu Alan E-Ticaret .....    | 16 |
| 2. Hizmet Sunumunu Konu Alan E-Ticaret ..... | 18 |
| 3. Bilgi Sunumunu Konu Alan E-Ticaret .....  | 19 |

## İKİNCİ BÖLÜM

### **ELEKTRONİK TİCARETİN TARAFLARI VE TARAFLAR ARASI İLİŞKİLERİN HUKUKİ NİTELİĞİ ..... 21**

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| I. ELEKTRONİK TİCARETİN TARAFLARI 21                         |    |
| A. Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı (ETHS) .....          | 21 |
| B. Alıcı .....                                               | 24 |
| C. E-Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı (ETAHS) .....            | 26 |
| II. TARAFLAR ARASI İLİŞKİLERİN HUKUKİ NİTELİĞİ ..... 29      |    |
| A. ETAHS ile ETHS Arasındaki İlişkinin Hukuki Niteliği ..... | 29 |
| 1. Ticari Temsilcilik Bakımından Analizi .....               | 29 |
| 2. Ticari Vekillik Bakımından Analizi .....                  | 31 |
| 3. Pazarlamacılık Sözleşmesi Bakımından Analizi .....        | 33 |
| 4. Simsarlık Sözleşmesi Bakımından Analizi .....             | 36 |
| 5. Komisyonculuk Sözleşmesi Bakımından Analizi .....         | 40 |
| 6. Acentelik Sözleşmesi Bakımından Analizi .....             | 41 |
| 7. Vekâlet Sözleşmesi Bakımından Analizi .....               | 44 |
| 8. Kira Sözleşmesi Bakımından Analizi .....                  | 47 |
| 9. İsimsiz Sözleşme Bakımından Analizi .....                 | 49 |

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| B. ETHS ile Tüketici Sifatını Haiz Alıcı Arasındaki İlişkinin Hukuki Niteliği .....  | 52 |
| C. ETAHS ile Tüketici Sifatını Haiz Alıcı Arasındaki İlişkinin Hukuki Niteliği ..... | 54 |
| 1. Genel Bakış .....                                                                 | 54 |
| 2. İlişkinin Hukuki Niteliğinin Analizi .....                                        | 56 |
| a) Hizmet Sözleşmesi Bakımından Analizi .....                                        | 56 |
| b) Vekâlet Sözleşmesi Bakımından Analizi .....                                       | 57 |
| c) İsimsiz Sözleşme Bakımından Analizi .....                                         | 59 |
| d) Abonelik Sözleşmesi Bakımından Analizi .....                                      | 59 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### **ELEKTRONİK TİCARET ARACI HİZMET SAĞLAYICININ TÜKETİCİYE KARŞI AYIPLI MALDAN DOĞAN SORUMLULUĞU ..... 63**

|                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| I. SATICININ SÖZLEŞMESEL SORUMLULUĞU ÇERÇEVESİNDE<br>AYIPTAN SORUMLULUĞU BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ ... | 63 |
| A. Satıcının Ayıptan Sorumluluğu .....                                                                    | 63 |
| 1. Genel Olarak .....                                                                                     | 63 |
| a) Satıcı Kavramı .....                                                                                   | 63 |
| b) Ayıp ve Ayıplı Mal Kavramları .....                                                                    | 64 |
| 2. Satıcının Ayıptan Sorumluluğunun Koşulları .....                                                       | 67 |
| a) Ayıbın Hasarın Geçiş Anında Mevcut Olması .....                                                        | 67 |
| b) Alıcının Satılanın Ayıplı Olduğunu Bilmemesi .....                                                     | 68 |

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| c) Alıcının Ayıbı Kabul Etmemiş Olması .....                                                      | 69 |
| d) Sorumsuzluk Anlaşmasının Bulunmaması .....                                                     | 70 |
| e) Alıcının Gözden Geçirme ve İhbar Külfetlerini Yerine Getirmiş<br>Olması .....                  | 71 |
| 3. Tüketicinin Seçimlik Hakları .....                                                             | 74 |
| a) Sözleşmeden Dönme Hakkı .....                                                                  | 74 |
| b) Bedelin İndirilmesini İsteme Hakkı .....                                                       | 75 |
| c) Ücretsiz Onarım Hakkı .....                                                                    | 77 |
| d) Ayıpsız Misliyle Değiştirme Hakkı .....                                                        | 78 |
| 4. Tüketicinin Tazminat Hakkı .....                                                               | 79 |
| B. ETAHS'lerin Satıcının Ayıptan Sorumluluğu Çerçevesinde Sorumlu Tutulup<br>Tutulamayacağı ..... | 80 |
| 1. Türk Hukukunda .....                                                                           | 80 |
| a) TBK'daki Satım Sözleşmesi Hükümleri Kapsamında<br>Değerlendirme .....                          | 80 |
| b) TKHK Hükümleri Çerçevesinde Satıcı Olarak Değerlendirilip<br>Değerlendirilemeyeceği .....      | 82 |
| c) TKHK m. 48/6/d Hükümünün Sorumluluğa Etkisi .....                                              | 84 |
| d) ETK m. 9 Hükümünün Sorumluluğa Etkisi .....                                                    | 85 |
| 2. Karşılaştırmalı Hukukta .....                                                                  | 89 |
| a) Amerika Birleşik Devletleri'nde .....                                                          | 89 |
| b) Avrupa Birliği'nde .....                                                                       | 91 |
| II. SÖZLEŞME DIŞI SORUMLULUK BAĞLAMINDA<br>DEĞERLENDİRİLMESİ .....                                | 94 |

|                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| A. Ürün Sorumluluğu Bağlamında .....                                                               | 94  |
| 1. Ürün Sorumluluğu .....                                                                          | 94  |
| a) Genel Olarak .....                                                                              | 94  |
| b) Ürün Sorumluluğunda Sorumlu Kişiler .....                                                       | 96  |
| c) Ürün Sorumluluğunun Koşulları .....                                                             | 101 |
| 2. ETAHS'lerin Ürün Sorumluluğu Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı .....                  | 105 |
| a) Türk Hukukunda .....                                                                            | 105 |
| b) Karşılaştırmalı Hukukta .....                                                                   | 109 |
| aa) Amerika Birleşik Devletleri'nde .....                                                          | 109 |
| bb) Avrupa Birliği'nde .....                                                                       | 111 |
| B. Güven Sorumluluğu Bağlamında .....                                                              | 115 |
| 1. Genel Olarak Güven Sorumluluğu .....                                                            | 115 |
| 2. ETAHS'lerin Güven Sorumluluğu Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı .....                 | 119 |
| a) Türk Hukukunda .....                                                                            | 119 |
| b) Karşılaştırmalı Hukukta .....                                                                   | 121 |
| C. Adam Çalıştıranın Organizasyon Sorumluluğu Bağlamında .....                                     | 122 |
| 1. Genel Olarak Adam Çalıştıranın Organizasyon Sorumluluğu .....                                   | 122 |
| 2. ETAHS'lerin Organizasyon Sorumluluğu Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı Meselesi ..... | 126 |
| a) Türk Hukukunda .....                                                                            | 126 |
| b) Karşılaştırmalı Hukukta .....                                                                   | 128 |
| D. Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenme Bağlamında .....                                                | 129 |

|                                                                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1. Genel Olarak Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenme .....                                                         | 129        |
| 2. ETAHS'lerin Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenme (Taahhüt)<br>Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı ..... | 131        |
| <b>SONUÇ .....</b>                                                                                            | <b>133</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>                                                                                         | <b>139</b> |



## KISALTMALAR CETVELİ

|                 |                                                                |
|-----------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>AB</b>       | : Avrupa Birliği                                               |
| <b>ABD</b>      | : Amerika Birleşik Devletleri                                  |
| <b>ABAD</b>     | : Avrupa Birliği Adalet Divanı                                 |
| <b>AHBVÜHFD</b> | : Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakóltesi Dergisi |
| <b>Art.</b>     | : Article                                                      |
| <b>AÜHFD</b>    | : Ankara Üniversitesi Hukuk Fakóltesi Dergisi                  |
| <b>AYM</b>      | : Anayasa Mahkemesi                                            |
| <b>Bkz.</b>     | : Bakınız                                                      |
| <b>B2B</b>      | : Business to Business                                         |
| <b>B2C</b>      | : Business to Consumer                                         |
| <b>B2G</b>      | : Business to Government                                       |
| <b>C2C</b>      | : Consumer to Consumer                                         |
| <b>BATİDER</b>  | : Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi                              |
| <b>BAÜHFD</b>   | : Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakóltesi Dergisi              |
| <b>C.</b>       | : Cilt                                                         |
| <b>dn.</b>      | : Dipnot                                                       |
| <b>DSA</b>      | : 2022/2065 Sayılı AB Dijital Hizmetler Tüzüğü                 |
| <b>E.</b>       | : Esas Numarası                                                |
| <b>ECD</b>      | : 2000/31/EC Sayılı AB E-Ticaret Direktifi                     |
| <b>ECISP</b>    | : E-Commerce Intermediary Services Provider                    |
| <b>ETAHS</b>    | : Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı                    |
| <b>ETHS</b>     | : Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı                          |

|                  |                                                                                                              |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>E-Ticaret</b> | : Elektronik Ticaret                                                                                         |
| <b>ETK</b>       | : 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun                                               |
| <b>ETY</b>       | : Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve<br>Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik |
| <b>G2C</b>       | : Government to Consumer                                                                                     |
| <b>G2B</b>       | : Government to Business                                                                                     |
| <b>HD</b>        | : Hukuk Dairesi                                                                                              |
| <b>K.</b>        | : Karar Numarası                                                                                             |
| <b>m.</b>        | : Madde Numarası                                                                                             |
| <b>MÜHFD</b>     | : Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları<br>Dergisi                                        |
| <b>NEÜHFD</b>    | : Necmettin Erbakan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi                                                     |
| <b>OECD</b>      | : Organization for Economic Co-Operation and Development                                                     |
| <b>s.</b>        | : Sayfa Numarası                                                                                             |
| <b>S.</b>        | : Sayı                                                                                                       |
| <b>T.</b>        | : Tarih                                                                                                      |
| <b>TBK</b>       | : 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu                                                                            |
| <b>TMK</b>       | : 4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu                                                                             |
| <b>TTK</b>       | : 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu                                                                            |
| <b>TKHK</b>      | : 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun                                                           |
| <b>UNICITRAL</b> | : United Nations Commission on International Trade Law                                                       |
| <b>ÜGTDK</b>     | : 7223 Sayılı Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu                                                   |
| <b>v.</b>        | : versus                                                                                                     |
| <b>vd.</b>       | : ve devamı                                                                                                  |

**Vol.** : Volume  
**WTO** : World Trade Organization  
**Yarg.** : Yargıtay



## GİRİŞ

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme ile birlikte bireylerin alışveriş yapma biçimleri de değişikliğe uğramıştır. İnternetin gelişmesiyle birlikte fiziksel olarak mağazaları ziyaret ederek yapılan alışverişe internet üzerinden gerçekleştirilen online alışverişler iddialı bir alternatif olmuştur.<sup>1</sup> Öyle ki 2023 yılında dünya çapında toplam perakende satışların %19,5'ini oluşturan internet satışlarının 2027 yılında toplam perakende satışların %23'ünü oluşturması beklenmektedir.<sup>2</sup> Fiyat ve ürün çeşitliliğinin fiziki mağazalara nazaran daha fazla olması, günün herhangi bir saatinde alışveriş yapma olanağı, satın alınan ürünlerin alıcının dilediği adrese teslim edilmesi, aynı ürünü daha uygun fiyata bulabilme imkanı gibi nedenler e-ticaret pazar yerleri üzerinden alışveriş yapmayı tüketiciler açısından cazip hâle getirmektedir. Dünya çapında özellikle Covid-19 salgını sürecinde e-ticaret platformlarının kullanımı ve kârlılığı artış göstermiştir.<sup>3</sup> Ülkemizde de buna paralel olarak salgın sürecini kapsayan 2019 ve 2022 yılları arasında toplam e-ticaret hacmi 136 Milyar TL'den 800,7 Milyar TL 'ye yükselmiştir.<sup>4</sup> 2022 yılı verilerine göre Türkiye'de e-ticaret faaliyeti yürüten işletmelerin %97,25'i e-ticaret pazar yerleri üzerinden satış

---

<sup>1</sup> Gough, J.: *Measuring the Impact of the Internet on Retailing*, World Economics 2017 Vol.18, s. 212.

<sup>2</sup> Coppola, D.: *E-commerce as percentage of total retail sales worldwide from 2015 to 2027*, Statista 2023, ([https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/#:~:text=Internet%20sales%20have%20played%20an,percent%20of%20retail%20sales%20worldwide](https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/#:~:text=Internet%20sales%20have%20played%20an,percent%20of%20retail%20sales%20worldwide/#:~:text=Internet%20sales%20have%20played%20an,percent%20of%20retail%20sales%20worldwide)). Erişim Tarihi: 04.01.2024).

<sup>3</sup> Khumalo, S./Mduduzi, M./Zanokuhle, K./Omphile, R.: *The Impact of COVID-19 on e-Commerce Through a Systematic Review*, Proceedings of the European Conference on Innovation & Entrepreneurship 2023, Vol.1, s. 466.; Deliçay, M.: *Perakende E-Ticaretin Yükselişi*, T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Sektörler ve Kamu Yatırımları Genel Müdürlüğü 2021, s. 17-18, ([https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/01/Perakende\\_E-Ticaretin\\_Yukselisi.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/01/Perakende_E-Ticaretin_Yukselisi.pdf)). Erişim Tarihi: 18.01.2024).

<sup>4</sup> T. C. Ticaret Bakanlığı E-Ticaret Bilgi Platformu, *Yıllara Göre E-Ticaret Hacmi İstatistiği*, (<https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>). Erişim Tarihi: 03.01.2024).

yapmaktadır.<sup>5</sup> E-ticaret şirketlerine duydukları güven tüketicilerin satın alma kararını pozitif yönde etkileyebilmektedir.<sup>6</sup> Bazen tüketici satıcının e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı olduğunu dahi zannedebilir. Hâlbuki e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (ETK) m. 2/1/f'ye<sup>7</sup> göre kendisine ait e-ticaret pazar yerinde üçüncü kişiye (e-ticaret hizmet sağlayıcı)<sup>8</sup> ait bir mal veya hizmetin teminine ilişkin sözleşme akdedilmesine aracılık etmektedir. Yoksa e-ticaret pazar yerinde tüketici ile kendisine ait bir malın satışına ilişkin sözleşme akdederek malın mülkiyetini devretme borcu altına girmemektedir. E-ticaret pazar yerinde gerçekleşen mal satışında mülkiyeti elinde bulundurup mülkiyeti devir borcu altına giren, yani satıcı konumunda olan kişi, e-ticaret hizmet sağlayıcıdır. İşlettiği e-ticaret pazar yerini üçüncü taraf satıcılara kullandırmanın yanında aynı pazar yeri üzerinden kendi mallarını satışa sunan kişi kendi malını satması bakımından aracılık faaliyetinde bulunmadığı için e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı sıfatını değil e-ticaret hizmet sağlayıcı sıfatını haiz olacaktır. Dolayısıyla böyle bir ihtimalde e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının satıcı olarak ayıplı maldan sorumlu tutulup tutulamayacağı değil e-ticaret hizmet sağlayıcının sorumluluğunun doğup doğmayacağı sorusuna cevap aranacaktır.

---

<sup>5</sup> Bloomberg HT (2023), *2022'de E-Ticaretin Toplam Ticarete Oranı Yüzde 18,6'ya Çıktı*, (<https://www.bloomberght.com/2022-de-e-ticaretin-toplam-ticarete-orani-yuzde-18-6-ya-cikti-2329809> Erişim Tarihi: 03.01.2024).

<sup>6</sup> Ekinci Furtana, T./Özkazanç, H.: *Sosyal Medya ve E-Ticaret Şirketlerine Olan Güvenin Tüketici Kararına Etkisi*, İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi 2023, C. 10, S.2, s. 619-621.

<sup>7</sup> ETK m. 2/1/f'de e-ticaret hizmet sağlayıcı "*Elektronik ticaret Pazar yerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcıyı ifade etmektedir.*" şeklinde tanımlanmıştır.

<sup>8</sup> ETK m. 2/1/g'ye göre e-ticaret hizmet sağlayıcı "*Elektronik ticaret pazar yerinde ya da kendine ait elektronik ticaret ortamında mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapan ya da sipariş alan hizmet sağlayıcıyı*" ifade etmektedir.

E-ticaret hacmindeki artış ve e-ticaret satışlarının ezici çoğunluğunun e-ticaret pazaryerleri üzerinden gerçekleştirilmesi çok sayıda ayıplı malın e-ticaret pazar yerleri üzerinden piyasaya sürülmesi ve tüketiciyle buluşması riskini doğurmaktadır. Ne var ki, izah edildiği üzere, e-ticaret pazar yerleri üzerinden gerçekleştirilen e-ticarete alıcı, e-ticaret hizmet sağlayıcı ve e-ticaret aracı hizmet sağlayıcıdan oluşan üç taraflı ilişkide e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı, e-ticaret hizmet sağlayıcı ile alıcı arasında mal veya hizmet teminine yönelik sözleşme kurulmasına yalnızca aracılık etmektedir. Ancak belirtmek gerekir ki e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı e-ticaret hizmet sağlayıcının mallarının pazarlanmasında, listelenmesinde, satıldıktan sonra kargolanmasında ve iade süreçlerinde de rol alabilmektedir. Dolayısıyla bizzat satış sözleşmesinin tarafı olmamakla beraber tüketici nezdinde satın aldığı ürünle ilgili problemlerde başvurabileceği bir muhatap olduğu izlenimini doğurabilmektedir. Hâl böyle iken ticari veya mesleki olmayan amaçlarla e-ticaret pazar yeri üzerinden satın aldığı mal ayıplı çıkan tüketicinin satıladaki ayıplardan ötürü e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının sorumluluğuna gidip gidemeyeceği sorusu akla gelmektedir. Her ne kadar 2022 yılında TKHK m. 48/6'ya eklenen d) bendi ile aracı hizmet sağlayıcının satıcı adına bedel tahsil edip, bedeli satıcıya aktarması hâlinde satıladaki ayıplardan sorumlu olmayacağı düzenlenmişse de gerek ABD'de gerek AB'de sorumluluğun önünü açan yargı kararları ve hukuki düzenlemeler bulunmaktadır. Gerçekten de satış sözleşmesinin tarafı olmamakla beraber tüketicide satışına aracılık ettiği malın ayıpsız olarak teslim edilmesini sağlayacağı ve bu konuda e-ticaret hizmet sağlayıcı üzerinde etki sahibi olduğu yönünde haklı güven uyandıran e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı ile zayıf konumdaki tüketici arasında menfaatler dengesinin kurulması gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı e-ticaret pazar yerinde taraflar arası ilişkilerin hukuki niteliğinin analiz edilmesi ve işlettiğı e-ticaret pazar yeri vasıtasıyla çok sayıda satıcının (e-ticaret hizmet sağlayıcı) tüketici ile mesafeli satış sözleşmesi akdetmesine aracılık eden e-ticaret aracı hizmet sağlayıcıların, satışına aracılık ettiğı malın ayıplarından sorumlu tutulup tutulamayacağı sorusuna cevap vermektir. Bu bağlamda, çalışmanın birinci bölümünde e-ticaretin tanımı ve türleri açıklanacaktır. İkinci bölümde e-ticaretin tarafları ve taraflar arasındaki ilişkilerin hukuki niteliğı ayrı ayrı ele alınacaktır. Tezin üçüncü bölümünde ise e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının bu ilişki çerçevesinde satışına aracılık ettiğı malın ayıplarından tüketiciye karşı sözleşmesel sorumluluk, ürün sorumluluğı, güven sorumluluğı, adam çalıştırmanın organizasyon sorumluluğı, üçüncü kişinin fiilini üstlenme bağlamında sorumluluğunun doğup doğmayacağı Türk hukuku ve karşılaştırmalı hukuktaki mevzuat ve içtihatlar ışığında değerlendirilerek sonuca varılacaktır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ELEKTRONİK TİCARETİN TANIMI VE TÜRLERİ

#### I. ELEKTRONİK TİCARETİN TANIMI

Elektronik ticaretin çok sayıda farklı tanımı bulunmaktadır. Bir tanıma göre elektronik ticaret malların, hizmetlerin ve bilgilerin, internet dahil, bilgisayar ağları aracılığıyla alım satım ve mübadelesini ifade etmektedir.<sup>9</sup> Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) tanımına göre ise, e-ticaret mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış ve dağıtımının telekomünikasyon ağları vasıtasıyla gerçekleştirilmesidir.<sup>10</sup> UNCITRAL'ın Elektronik Ticaret Hakkında Model Kanunu'nun 1. ve 2. maddesine göre e-ticaret kavramı malların ve hizmetlerin yalnızca internet siteleri üzerinden alınıp satılmasını değil, aynı zamanda EDI, e-posta, teleks, faks gibi elektronik iletişim araçlarıyla alım satımını da kapsamaktadır.<sup>11</sup> OECD'nin tanımına göre ise e-ticaret kuruluşların ve kişilerin dahil olduğu, ses, görüntü, metin gibi verilerin elektronik olarak işlenmesine ve iletilmesine dayanan her türlü ticari işlemdir.<sup>12</sup> Avrupa İstatistik Ofisi'nin (Eurostat) tanımlamasına göre ise e-ticaret internet ve sair bilgisayarlı ağlar

<sup>9</sup> Mourya, S. K./Gupta, S.: E-Commerce, Oxford 2015, s. 1.2. (<https://eds.p.ebscohost.com/eds/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzE2OTY3MjNfX0FO0?sid=cdc73574-6b5a-4054-bff3-5eff07843d0d@redis&vid=0&format=EB&rid=3>Erişim Tarihi: 08.01.2024).

<sup>10</sup> Akbaba, A. İ./Kul, S./Ünalın, M./Mutlu, M.: E-Ticaret, 1. Baskı, Ankara 2022, s. 14.

<sup>11</sup> UNCITRAL, *Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998*, ([https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/en/19-04970\\_ebook.pdf](https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/en/19-04970_ebook.pdf) Erişim Tarihi: 09.01.2024).

<sup>12</sup> OECD, *Sacher Report*, Digital Economy Papers No. 29, s. 20, (<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/237058611046.pdf?expires=1704813485&id=id&accname=guest&checksum=3EBC66B9BFE4970B26424C560F31969D> Erişim Tarihi: 09.01.2024).

aracılığıyla gerçekleştirilen işlemlerle işletmeler, hane halkları, bireyler ve özel kurumlar arasında ürün veya hizmetlerin alım satımıdır.<sup>13</sup>

2000/31 Sayılı AB E-Ticaret Direktifinde e-ticaret doğrudan tanımlanmamıştır. Ancak e-ticaret faaliyetini de kapsar şekilde bilgi toplumu hizmetleri tanımlanmıştır. Bilgi toplumu hizmetleri hizmet alanın talebiyle, kural olarak bir bedel mukabilinde, elektronik araçlar vasıtasıyla uzaktan sunulan hizmetlerdir.<sup>14</sup> Bu bağlamda bilgi toplumu hizmetleri malların çevrim içi satışı, bilgilerin iletişim ağları aracılığıyla iletimi, alıcı tarafından sağlanan bilgilerin saklanması, verilerin aranması geri çağırılması gibi hizmetleri içermektedir.<sup>15</sup> Dolayısıyla. e-ticaret faaliyetleri de bu anlamda olmak üzere bilgi toplumu hizmetlerinden oluşmaktadır.<sup>16</sup>

Hukukumuzda e-ticaret ETK m. 2/1/a'ya göre tarafları fiziken bir araya gelmeksizin elektronik ortamda çevrim içi olarak gerçekleştirilen her türlü iktisadi ve ticari faaliyeti ifade etmektedir. Dolayısıyla mevzuatımızda da e-ticaret kavramı e-ticaret pazar yerleri üzerinden mal ve hizmet alım satımını da kapsayacak şekilde ve fakat bununla sınırlandırılmayarak düzenlenmiştir. İlgili hükümde geçen elektronik ortam kavramı Kanun'da tanımlanmamıştır. Ancak Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik m. 4/1/f'ye göre elektronik ortam “*Verilerin sayısallaştırılarak işlenmesi, saklanması ve iletilmesinin sağlandığı ortamı*” ifade

---

<sup>13</sup> Deliçay, s. 5.

<sup>14</sup> Kaygusuz, B.: Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcıların Hukuki Sorumlulukları, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2022, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 26-27.

<sup>15</sup> Baistrocchi, P. A.: *Liability of Intermediary Service Providers in the EU Directive on Electronic Commerce*, Santa Clara Computer and High Technology Law Journal 2002, Vol. 1, s. 113.

<sup>16</sup> Kaygusuz, s. 27.

etmektedir. Bazı yazarlar ise e-ticaret ifadesinden internet gibi bilgisayar ağıları aracılığıyla yapılan ticaretin anlaşılması gerektiğini savunmaktadır.<sup>17</sup>

Bir görüşe göre e-ticaret, elektronik ortamda gerçekleştirilen ve TTK m. 3 anlamında ticari iş olarak nitelendirilebilecek faaliyetlerden ibarettir.<sup>18</sup> Bu görüşe göre elektronik ortamda gerçekleşmeyen veya ticari işletmeyi ilgilendirmemesi yahut TTK’de düzenlenen hususlara ilişkin olmaması nedeniyle TTK m. 3’teki ticari iş tanımına uymayan işlem ve fiiller e-ticaret kapsamında değerlendirilemez. Bizim de katıldığımız aksi yöndeki görüşe göre ticari veya mesleki amaçla hareket etmeyen kişilerin bir malı satması ya da hizmeti sunması ticari faaliyet olarak nitelendirilemese de daha geniş bir kavram olan iktisadi faaliyet kapsamına girmekle e-ticaret olarak nitelendirilebilecektir.<sup>19</sup> Zira ETK m. 2/1/a’da yapılan e-ticaret tanımında ticari iş ifadesine yer verilmediği gibi elektronik ortamda çevrim içi gerçekleştirilen ticari faaliyetlerin yanı sıra iktisadi faaliyetler de e-ticaret olarak kabul edilmiştir. Aksinin kabulü Kanun’un lafzıyla ve kanun koyucunun amacı ile bağdaşmayacaktır. Örneğin bir üniversite öğrencisinin ikinci el bilgisayarını [www.letgo.com](http://www.letgo.com) üzerinden başka bir tüketiciye satması TTK m. 3 anlamında ticari iş olmasa da<sup>20</sup> iktisadi faaliyet olarak ETK m. 2/1/a anlamında e-ticarettir. Kaldı ki ETK m. 2’nin gerekçesinde de iktisadi

---

<sup>17</sup> Gezder, Ü.: *Elektronik Ticaret Hukuki İşlemlerinin Ayrımı-Dijital İçerik ve Hukuki Niteliği*, MÜHFD 2016, C. 22, S. 3, s. 1118. Ayrıca Bkz. Turan, G.: *Elektronik Sözleşmeler ve Elektronik Sözleşmelere Uygulanacak Hukukun Tespiti*, Türkiye Barolar Birliği Dergisi 2008, S. 77, s. 88-89.

<sup>18</sup> Arslan, M.: *Elektronik Ticaret ve Bu Kapsamda Akdedilen Mesafeli Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması*, 1. Baskı, Ankara 2021, s. 25.

<sup>19</sup> Kaygusuz, s. 18-20.

<sup>20</sup> TTK m. 3 gereğince bir işin ticari iş sayılması için ya TTK’de düzenlenen hususlara ilişkin olması ya da bir ticari işletmeyi ilgilendiren işlem veya fiillerden olması gerekmektedir. Ancak verilen örnekte ne ticari işletmeyi ilgilendiren fiil veya işlem ne de TTK’de düzenlenen bir husus vardır.

faaliyet ibaresi eklenmekle, e-ticaret kapsamına tüketiciler arasındaki iktisadi faaliyetler gibi faaliyetlerin de dahil edilmek istendiği ifade edilmiştir.<sup>21</sup>

Tüm bu açıklamalardan hareketle önemle belirtmek gerekir ki e-ticaret fiziki varlığı olan maddi malların internette alınıp satılmasından ibaret değildir. Fiziksel varlığı olmayan video, müzik gibi dijital içeriklerin elektronik ortamda sunulması da e-ticaret kapsamındadır.

Çalışmanın kapsamı, kendisine ait e-ticaret pazar yeri üzerinden üçüncü taraf satıcıların, tüketici ile malların alım satımı ve sipariş verilmesine yönelik mesafeli sözleşme akdetmesine aracılık eden ETAHS'nin satılandaki ayıplardan sorumluluğu ile sınırlıdır. Dolayısıyla alıcı tarafını tüketicinin oluşturmadığı e-ticaret pazar yerinde<sup>22</sup> gerçekleşen mal satışları ile tüketiciye mal satışı yapılırsa dahi e-ticaret pazar yerinde gerçekleşmeyen mal satışları ve bu satışlardan kaynaklanan ayıptan sorumluluk çalışmanın kapsamı dışındadır.

---

<sup>21</sup> Bkz. 6563 Sayılı Kanun'un 2. maddesinin gerekçesi (<https://legalbank.net/belge/madde-2/1463172>) Erişim Tarihi: 25.02.2024)

<sup>22</sup> E-ticaret pazar yeri ETAHS'nin ETHS'ye mal veya hizmetlerin teminine yönelik sözleşme yapma, sipariş alma imkanı sağladığı -aracılık hizmetini sunduğu- internet sitesi, mobil site, mobil uygulama gibi platformlardır. Bkz. Badur, E./Hatipoğlu, K.: *Elektronik Ticaret Pazar Yerinde Aracılık Sözleşmesi*, Kırıkkale Hukuk Mecmuası 2023, C. 3, S. 2, s. 323. Örneğin Trendyol mobil uygulaması e-ticaret pazar yeridir. Bkz. Trendyol Üyelik Sözleşmesi ([https://www.trendyol.com/uyelik\\_sozlesmesi](https://www.trendyol.com/uyelik_sozlesmesi)) Erişim Tarihi: 25.02.2024).

## II. ELEKTRONİK TİCARETİN TÜRLERİ

### A. Tarafları Bakımından E-Ticaret Türleri

#### 1. İşletmeler Arası (B2B) E-Ticaret

Bu e-ticaret türünde işletmeler bedelini elektronik ortamda ödeyerek birbirinden mal veya hizmet satın almakta ve faturalandırma işlemi de elektronik olarak gerçekleştirilmektedir.<sup>23</sup> Tedarikçi (*supplier*) ve müşteri (*customer*) taraflarını işletmelerin oluşturduğu B2B (*business to business*), e-ticaret işletmelerin telekomünikasyon araçları vasıtasıyla ürünlerin alımı, satımı, tedariki gibi ticari işlemlerini yürütmesini ifade etmektedir.<sup>24</sup> Başka bir anlatımla, B2B e-ticaret modelinde tedarik zincirinde rol alan üretici, toptancı, perakendeci gibi ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden işletmeler ürünlerini -telefon, mail gibi iletişim kanallarından ziyade- internet üzerinden satışa sunmakta ve yine ticari veya mesleki amaçla hareket eden alıcı işletmeler bedelini internet üzerinden ödeyerek ürünleri sipariş etmekte, satıcı işletme siparişi alıcıya ulaştırmaktadır.<sup>25</sup> Bu tür e-ticaret faaliyetinin yürütüldüğü e-ticaret pazar yerine Alibaba<sup>26</sup> örnek gösterilebilir.<sup>27</sup> Belirtmek gerekir ki B2B e-ticarette ticari veya mesleki olmayan amaçlarla mal veya

<sup>23</sup> Akbaba/Kul/Ünalın/Mutlu, s. 20.

<sup>24</sup> Skhulukhia/M.: *Online Mediation and e-commerce (B2B and B2C) Disputes*, International Journal on Online Dispute Resolution 2021, Vol. 8, s. 169.

<sup>25</sup> Mourya/Gupta, s. 2. 4.; Erbaşlar, G./Dokur, Ş.: Elektronik Ticaret, Geliştirilmiş 3. Basım, Ankara 2016, s. 61.; Altaş, A.: E-Ticaret, Güncellenmiş ve Genişletilmiş 3. Baskı, İstanbul 2013, s. 109-110.; Altınışık, U.: Elektronik Sözleşmeler, 1. Baskı, Ankara 2003, s. 31.

<sup>26</sup> Her ne kadar bünyesinde istisnai olarak tüketiciye bireysel kullanımı için bir adet ürün satan satıcılar barındırsa da Alibaba, esasen işletmelerin işletmelere toptan satış yapmasına ortam sağlayan bir pazar yeridir. Bkz. (<https://reads.alibaba.com/tr/buy-1-item/> Erişim Tarihi:24.02.2024).

<sup>27</sup> Akar, E.: E-Ticaret, Sosyal Ticaret, Mobil Ticaret, 6. Baskı, Ankara 2023, s. 41.

hizmet alan tüketiciler mal veya hizmet satın alan konumunda olmadığı için taraflar arasında doğabilecek ihtilaflara TKHK hükümleri değil TTK ve TBK hükümleri uygulanacaktır.<sup>28</sup> B2B e-ticaret çerçevesinde e-ticaret pazar yeri üzerinden işletmeler arasında akdedilen satış sözleşmelerine konu malların ayıbından sorumluluk, çalışmanın kapsamına girmemektedir.

## 2. İşletme ile Tüketici Arasındaki (B2C) E-Ticaret

İşletme ile tüketici arasındaki (*business to consumer*) e-ticaret işletmelerin malları, hizmetleri veya bilgileri elektronik iletişim araçlarını kullanarak, günümüzde genellikle internet siteleri üzerinden, tüketiciye pazarlamasını, satışını ve dağıtılmasını da kapsayan, tüketici ile buna yönelik mesafeli sözleşmeler akdetmesi biçiminde yürütülen e-ticaret türüdür.<sup>29</sup> İşletmelerin Amazon, Hepsiburada, AliExpress gibi e-ticaret pazar yerlerinde tüketicilere mal arz etmesi B2C e-ticaret örneğidir.<sup>30</sup> B2C e-ticaretin bir tarafını tüketici, diğer tarafını ise ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye mal satan satıcı veya hizmet ya da bilgi sunan sağlayıcı işletme oluşturmaktadır.<sup>31</sup> Bu bağlamda, B2C e-ticaret kapsamında tüketici ile akdedilen mesafeli sözleşmeler ve gerçekleştirilen sair hukuki işlemler TKHK m. 3/1/1 anlamında tüketici işlemi olduğundan bu tür bir ilişkiye, ilişkinin zayıf tarafını oluşturan<sup>32</sup>, tüketiciyi koruyucu

<sup>28</sup> Arslan, s. 40.; Kaya, F.: E-Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları, 5. Baskı, Ankara 2023, s. 83.

<sup>29</sup> Mourya/Gupta, s. 2. 4.; Arslan, s. 41.; Skhulukhia, s. 173.; Altaş, s. 48.; Erbaşlar/Dokur, s. 60.

<sup>30</sup> Akbaba/Kul/Ünalın/Mutlu, s. 20.; Akar, s. 41.

<sup>31</sup> Büyüksağış, E./Kahveci, D.: *E-Ticaret Platformlarının Satılanın Ayıplarından Sorumluluğu*, Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2022, C. 19, S. 3, s. 130.

<sup>32</sup> Arslan, s. 41.

TKHK hükümleri uygulanacaktır.<sup>33</sup> Söz gelimi herhangi bir e-ticaret pazar yerinde hesap oluşturup sanal mağaza açan ve bu mağazada kendisine ait malları tüketiciye satan işletme<sup>34</sup>, satılarda herhangi bir ayıp bulunması hâlinde, koşulları mevcutsa, TKHK m. 8 vd. gereği tüketiciye karşı sorumlu olacaktır. Tüketici, TKHK m. 11’de sayılan seçimlik haklarını işletmeye yöneltebilecektir. Çalışmanın kapsamını e-ticaret çerçevesinde, e-ticaret pazar yeri üzerinden tüketiciye satılan malların ayıplı olması hâlinde satışa aracılık eden e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının sorumluluğuna başvurulup başvurulamayacağı oluşturmaktadır. Bu amaçla tezin ikinci bölümünde tarafları tüketici, e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı ve e-ticaret hizmet sağlayıcı olan ve e-ticaret pazar yerinde gerçekleşen mal satımında taraflar arasındaki hukuki ilişkilerin nitelendirilmesi ele alınacaktır. Varılacak sonuç dikkate alınarak ETAHS’nin satılardaki ayıplardan ötürü tüketiciye karşı sorumluluğunun doğru olmayacağı açıklanacaktır.

### 3. Tüketiciler Arası (C2C) E-Ticaret

C2C (*consumer to consumer*) e-ticaret ise, ticari veya mesleki amaçlarla hareket etmeyen tüketicilerin birbirine mal veya hizmet sunması esasına dayanmaktadır.<sup>35</sup> C2C e-ticarete tüketiciler kullanılmış (ikinci el) ya da kullanılmamış mallarını internet sitelerinde oluşturdukları hesaplar üzerinden satışa sunmakta, bu

---

<sup>33</sup> Kaya, s. 81.

<sup>34</sup> ETK m. 2/1/g hükmünde e-ticaret hizmet sağlayıcı “*Elektronik ticaret pazar yerinde ya da kendine ait elektronik ticaret ortamında mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapan ya da sipariş alan hizmet sağlayıcı*” şeklinde tanımlanmıştır. Dolayısıyla böyle bir faaliyette bulunan işletme ETK m. 2/1/g anlamında e-ticaret hizmet sağlayıcıdır.

<sup>35</sup> Büyüksağış/Kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 130.

siteleri ziyaret eden tüketiciler ise ürünler için fiyat verip bedelini ödeyerek ürünleri satın alabilmektedir.<sup>36</sup> eBay gibi bazı e-ticaret pazar yerlerinde açık artırma yöntemiyle dahi tüketiciler doğrudan tüketicilere mal satabilmektedir.<sup>37</sup> Gittigidiyor, Letgo, Sahibinden, Airbnb, Dolap gibi e-ticaret platformları da C2C e-ticarete kullanılmaktadır.<sup>38</sup> Bu e-ticaret türünde, her iki taraf da tüketici olduğu için taraflar arasında doğabilecek uyuşmazlıklara TKHK uygulanmayacaktır. Zira TKHK m. 2 gereği TKHK yalnızca tüketici işlemlerini<sup>39</sup> ve tüketiciye yönelik uygulamaları kapsar. İlgili hükmün gerekçesine<sup>40</sup> göre Kanun'un kapsamına kamu tüzel kişileri de dahil ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına/hesabına hareket eden gerçek ve tüzel kişilerle tüketiciler arasında akdedilen sözleşmelerin kurulmasından önceki (örneğin tüketici kredilerinde sözleşme öncesi bilgi formu verilmesi), kurulması sırasındaki ve kurulduktan sonraki uygulamalardan (örneğin mal satışından sonra verilen satış sonrası hizmetler) doğan uyuşmazlıklar ile herhangi bir hukuki işleme veya sözleşmeye dayanmayan tüketiciye yönelen haksız ticari uygulamalardan doğan uyuşmazlıklar girmektedir. Ancak her iki tarafını da eşit konumdaki tüketicilerin oluşturduğu C2C e-ticaret faaliyetleri çerçevesinde gerçekleştirilen hukuki işlemlerden ya da uygulamalardan kaynaklanan

---

<sup>36</sup> Akbaba/Kul/Ünalan/Mutlu, s. 21.; Erbaşlar/Dokur, s. 63.; Altaş, s. 112-113.

<sup>37</sup> Mourya/Gupta, s. 2.6.

<sup>38</sup> Akar, s. 44.; Arslan, s. 42.

<sup>39</sup> TKHK m. 3/1/1'ye göre tüketici işlemi “*Mal veya hizmet piyasalarında kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketiciler arasında kurulan, eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekâlet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dâhil olmak üzere her türlü sözleşme ve hukuki işlem*”dir. Buna göre tüketici işleminin varlığından söz edebilmek için işlemin bir tarafının tüketici, diğer tarafının ise ticari veya mesleki amaçla hareket eden satıcı yahut sağlayıcı olması gerekmektedir. Bkz. İlğün, Ö. F.: Tüketici İşlemleri Hukuku, 1. Baskı, İstanbul 2021, s. 7.

<sup>40</sup> 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Gerekçesi (<https://www.lexpera.com.tr/mevzuat/gerekceler/tuketicinin-korunmasi-hakkinda-kanun-madde-gerekceleri/1/madde-2> Erişim Tarihi: 20.01.2024).

uyuşmazlıklara TKHK uygulanmayacaktır.<sup>41</sup> Aksinin kabulü TKHK'nın amacıyla bağdaşmayacaktır. Ancak tüketicilerin birbiriyle mal satışına ilişkin mesafeli sözleşmeler kurmasına aracılık eden e-ticaret aracı hizmet sağlayıcıların satışa konu maldaki ayıplardan sorumlu tutulup tutulamayacağı da çalışma kapsamında değerlendirilecektir. Zira C2C e-ticarete işlettiği e-ticaret pazar yerini tüketicilere kullandırmak suretiyle aracılık eden e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının ismine duyduğu güven tüketicilerin ürünleri satın almaya karar vermesinde etkili olabileceğinden bu hususun da açıklığa kavuşturulmasına ihtiyaç vardır. Tezin ikinci bölümünde taraflar arası ilişkilerin hukuki niteliği ayrı ayrı incelenecektir. Bu bağlamda ETAHS'nin satışına aracılık ettiği malı satın alan tüketiciye karşı ayıba karşı tekeffülden sorumlu olup olmayacağı da bu ilişkinin nitelendirilmesinde varılacak sonuç dikkate alınarak tezin üçüncü bölümünde analiz edilecektir.

#### 4. Devlet ile İşletmeler Arasındaki (B2G ve G2B) E-Ticaret

Devlet ve işletmeler arasındaki e-ticaret işletmeden devlete (*business to government*) ve devletten işletmeye (*government to business*) e-ticaret şeklinde gerçekleşebilmektedir. B2G e-ticarete devlet kurumları elektronik iletişim araçlarını kullanarak, genellikle web siteleri üzerinden, işletmelerden mal veya hizmet

---

<sup>41</sup> Kaya, s. 82.; Arslan, s. 43.; Kara, İ.: Tüketici Hukuku, 2. Baskı, Ankara 2021, s. 84-85. Yazara göre her iki tarafını tüketicinin oluşturduğu mal ve hizmet teminini konu alan sözleşmeler tüketici işlemi değildir.; Aslan, İ. Y.: Tüketici Hukuku Dersleri, 8. Baskı, Bursa 2021, s. 5-6. Yazara göre bir sözleşmenin TKHK kapsamında değerlendirilmesi için karşı tarafının tüketiciye mal veya hizmet sunmayı meslek edinmiş bir kişi olması gerekmektedir. Bu anlamda olmak üzere her iki tarafını da ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden tüketicilerin oluşturduğu C2C e-ticaret çerçevesinde akdedilen sözleşmelerde taraflardan hiçbirinin mal satımı veya hizmet sunumunu meslek edinmiş olmaması taraflar arasındaki ilişkiyi TKHK kapsamı dışına çıkarmaktadır.

almaktadır.<sup>42</sup> Kamu kurumlarının elektronik ortamda ihaleleri duyurması ve işletmelerin de elektronik ortamda ihalelere katılıp teklif vererek ihale üzerinde kaldığında, kamu kurumlarına mal veya hizmet sunması B2G e-ticaret örneğidir.<sup>43</sup> Bu ilişkinin tarafları tüketici sıfatını haiz olmadığından doğabilecek uyuşmazlıklara TKHK uygulanmayacaktır.<sup>44</sup>

G2B e-ticaret ise devletin işletmelerin vergi ve harçlarını online olarak ödeyebilmesine imkan veren portallar oluşturmalarıdır.<sup>45</sup>

## 5. Tüketici ile Devlet Arasındaki (G2C) E-Ticaret

G2C (*government to consumer*) e-ticaret ise devletin, vatandaşların sigorta primi, vergi ödemesi<sup>46</sup> gibi işlemleri yapabilmesine ve bazı evrakları elektronik ortamda temin edebilmesine imkan sağlayan sistemler oluşturmaları ve bu sistemler üzerinden (Örneğin E-Devlet) bireylerin işlem yapmasını ifade etmektedir.<sup>47</sup> Bir tarafını devletin diğer tarafını ise tüketicilerin oluşturduğu faaliyet gerçek anlamda ticari veya iktisadi bir niteliği olmadığı ve e-ticaret tanımıyla bağdaşmadığı gerekçesiyle eleştirilmektedir.<sup>48</sup> Gerçekten de ETK’da tanımlandığı şekliyle e-ticaret, tarafları fiziken bir araya gelmeden çevrim içi ortamda gerçekleştirilen ticari veya

<sup>42</sup> Akar, s. 45.; Erbaşlar/Dokur, s. 64.

<sup>43</sup> Akbaba/Kul/Ünalı/Mutlu, s. 21.; Altınışık, s. 31-32.

<sup>44</sup> Arslan, s. 44.

<sup>45</sup> Akar, s. 45.; Erbaşlar/Dokur, s. 64.

<sup>46</sup> Altınışık, s. 32.

<sup>47</sup> Kaya, s. 82.; Akar, s. 45.; Erbaşlar/Dokur, s. 65.

<sup>48</sup> Arslan, s. 45.

iktisadi faaliyetleri ifade ettiğinden ve e-Devlet gibi portallar üzerinden vatandaşların çeşitli belgelere elektronik ortamda erişim sağlaması devletin ticari/iktisadi faaliyet yürütmesi değil, kamu hizmeti sunması olduğundan G2C e-ticaret kavramı hukukumuzdaki e-ticaret tanımına uymamaktadır.

## **B. İfa Yöntemi Bakımından E-Ticaret Türleri**

### **1. Doğrudan E-Ticaret**

Doğrudan e-ticaret türünde alıcı ve satıcı ya da sağlayıcı elektronik ortamda, fiziksel varlığı olmayan (dijital) bir malın temini ya da hizmetin yerine getirilmesini konu alan sözleşme akdetmekte olup sözleşme konusu malın veya hizmetin teslimi/sağlanması da dijital olarak gerçekleşmektedir.<sup>49</sup> Başka bir deyişle çevrim içi (online) ortamda satın alınan ürünün veya hizmetin çevrim içi olarak temin edilmesi söz konusudur.<sup>50</sup> Bu e-ticaret türünde dijital ürün bilgisayara indirme (*download*) imkanı sağlanarak, bilgi veya başka bir içeriğe erişim imkanı sağlanarak veya e-posta ile gönderilerek teslim edilmektedir.<sup>51</sup> Örneğin, bilgisayar yazılımı, film, müzik gibi dijital ürünlerin<sup>52</sup>, veri tabanları üzerinden sağlanan e- dergi, e-kitap gibi ürünlerin internet üzerinden alım satımı<sup>53</sup> doğrudan e-ticarettir.

---

<sup>49</sup> Turan, s. 90.; Altınışık, s. 26.

<sup>50</sup> Gezder, s. 1123.

<sup>51</sup> Altınışık, s. 26.; Erendur, T.: Elektronik Sözleşmelerde İfa ve Satıcının Elektronik Sözleşmelerdeki ve Diğer Sözleşme Türlerindeki Ayıptan Sorumluluğu, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2019, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 36-38.

<sup>52</sup> Gezder, s. 1119.

<sup>53</sup> Kırca, Ç.: *İnternette Sözleşme Kurulması*, BATİDER 2000, C. 20, S. 4, s. 100.

## 2. Dolaylı E-Ticaret

Dolaylı e-ticaret, fiziksel malların satışına ilişkin sözleşmenin internet ortamında kurulduğu, malın teslimi borcunun ise malın kargolanması, postalanması gibi geleneksel yöntemler kullanılmak suretiyle fiziken ifa edilmesi esasına dayanan (örneğin internet sitesinden satın alınan oyuncak bebeğin kargo ile gönderilip teslim edilmesi gibi) e-ticaret türüdür.<sup>54</sup> Fiziksel varlığı olmayan mallar ancak fiziksel hâle getirilebildikleri ölçüde dolaylı e-ticarete konu olabilirler; söz gelimi elektronik ortamda teslimi mümkün olan, alıcının bilgisayarına indirebileceği, bir müzik dosyası CD'ye yüklenerek dolaylı e-ticarete satışa sunulabilir.<sup>55</sup>

### C. Yürütülen Ticari Faaliyet Bakımından E-Ticaret Türleri

#### 1. Mal Satışını Konu Alan E-Ticaret

Mal satımını konu alan e-ticaret modelini açıklamak için öncelikle mal kavramının tanımlanmasına ihtiyaç vardır. Mal, TKHK m. 3/1/h'ye göre “*Alışverişe konu olan; taşınır eşya, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallar ile elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri her türlü gayri maddi malları*” ifade etmektedir. Mallar maddi mallar ve gayrimaddi mallar olmak üzere ikiye ayrılabilir. Maddi mal ile kastedilen cismani bir varlığı olan, boşlukta belirli bir

<sup>54</sup> Gezder, s. 1118.; Kaygusuz, s. 20.; Altınışık, s. 26.

<sup>55</sup> Arslan, s. 48.

yer kaplayan şeydir.<sup>56</sup> Gayrimaddi (maddi olmayan) mal ise cismani varlığı olmayan, boşlukta yer kaplamayan, ekonomik değer taşıyan ve bir şey üzerinde somutlaşabilen<sup>57</sup> mallardır.<sup>58</sup>

TKHK’da yapılan mal tanımına alışverişe konu olmak (kişiler arasında mübadele edilmek) koşuluyla<sup>59</sup> hem taşınır eşyalar hem de dijital ortamda depolanabilen ses, görüntü gibi cismani varlığı olmayan ürünler dahil edilmiştir. Dolayısıyla katıldığımız görüşe göre, fiziki varlığı olmayan dijital ürünler de gayrimaddi mal olarak TKHK m. 3/1/h anlamında mal sayılabilir.<sup>60</sup> Bu bağlamda, mal satımını konu alan e-ticaret türünde hem fiziki varlığa sahip oyuncak, kalem, çanta gibi maddi mallar hem de fiziki varlığı olmayan (gayrimaddi) müzik, film, video, bilgisayar programı gibi mallar satışa sunulabilmektedir.<sup>61</sup> Söz gelimi N11, Hepsiburada, Amazon, Trendyol, eBay gibi e-ticaret pazar yerleri üzerinden kargo, posta gibi yöntemlerle teslim edilmek üzere cep telefonu, saat, kıyafet, defter gibi ürünlerin satılması maddi malların satışı; GooglePlay, AppStore gibi platformlardan

<sup>56</sup> Özkaya, E.: Eşya Hukuku Cilt I, 1. Baskı, Ankara 2022, s. 35.

<sup>57</sup> Tutumlu, M. A./Tutumlu, Ö.: Ayıplı Mal Hukuku, Güncellenmiş ve Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara 2023, s. 41. Yazarlara göre bir eşya üzerinde somutlaşmayan konser, tiyatro gösterimi gibi fikir ve sanat eserleri gayrimaddi mal değil hizmet olarak nitelendirilmelidir. Aksi yöndeki görüş için Bkz. Özkaya, s. 36.

<sup>58</sup> Özkaya, s. 35.

<sup>59</sup> Tutumlu/Tutumlu, s. 38.

<sup>60</sup> Arslan, s. 51. ; Erendur, s. 97. ; Sağlam, İ. : Elektronik Sözleşmeler, 1. Baskı, İstanbul 2007, s. 68-69. ; Demirel, A.: Elektronik Pazar Yeri Sözleşmesi, 1. Baskı, Ankara 2023, s. 172. E-kitap, e-dergi gibi dijital ürünlerin elektronik ortamda alıcının erişimine sunulmasının mal satımı değil hizmet sunumu olduğu yönündeki görüş için Bkz. Çak, M.: Dünya’da ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi, İstanbul 2002, s. 42, (<https://eds.p.ebscohost.com/eds/ebookviewer/ebook?sid=e445db95-e2e1-420a-a6ea-3a4fc27f5595%40redis&vid=0&format=EB> Erişim Tarihi: 02.02.2024).

<sup>61</sup> Siller, N.: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun Kapsamında Web Siteleri Vasıtasıyla Sözleşmelerin Kurulması, 1. Baskı, İstanbul 2019, s. 40.

akıllı telefona indirilmek üzere oyun satın alınması gayrimaddi mal satışı kapsamında olup mal satışını konu alan e-ticaret faaliyetidir.<sup>62</sup>

Tezin konusu, işlettiği e-ticaret pazar yerini alıcı ve satıcıya kullandıran e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının satış konusu ayıplı maldan sorumlu tutulup tutulamayacağı olduğundan bu e-ticaret türü çalışmanın temelini teşkil etmektedir.

## 2. Hizmet Sunumunu Konu Alan E-Ticaret

Hizmet, Türk Dil Kurumu tarafından “*birinin işini görme veya birine yarayan bir işi yapma*” olarak tanımlanmaktadır.<sup>63</sup> Mal satımından farklı olarak hizmet sunumunda fikri ve bedeni emek sarfıyatı söz konusudur.<sup>64</sup> Hizmet sunumunu konu alan e-ticaret modelinde taraflar bir hizmetin teminine yönelik olarak elektronik ortamda sözleşme akdetmekte ve sözleşmede kararlaştırılan hizmet ediminin ifası online olarak ya da fiziksel olarak gerçekleştirilebilmektedir.<sup>65</sup> Söz gelimi bir kişi internet sitesi üzerinden bir spor eğitmeni ile ücret mukabilinde egzersiz programı hazırlayıp görüntülü olarak egzersizleri tarif edip geri bildirim vermesine ilişkin sözleşme akdettiğinde, sözleşme konusu edimlerden hizmet edimi Zoom, Microsoft Teams gibi uygulamalar kullanılmak suretiyle online olarak veya hizmet alanın spor eğitmeninin ofisinde yüz yüze hizmet alması şeklinde yerine getirilebilir. Sözleşme

---

<sup>62</sup> Büyüksağış/Kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 131.

<sup>63</sup> Türk Dil Kurumu Sözlüğü, (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 02.02.2024).

<sup>64</sup> Sağlam, s. 66.

<sup>65</sup> Siller, s. 43.; Altınışık, s. 34.

konusu diğerk edim olan ücret ödeme ediminin ifası da online olarak<sup>66</sup>, genellikle internet sitesine kredi kartı bilgileri girilerek kredi kartıyla<sup>67</sup>, yerine getirilmektedir. Armut<sup>68</sup>, Über<sup>69</sup>, BiTaksi<sup>70</sup>. Airbnb<sup>71</sup>, Netflix<sup>72</sup> gibi platformlar hizmet sunumu yapılan e-ticaret platformlarıdır.

### 3. Bilgi Sunumunu Konu Alan E-Ticaret

Bu e-ticaret türü, hava durumu, döviz kuru, uçak tarifeleri, mağazaların açılış kapanış saatleri, yiyeceklerin besin değerleri gibi çok çeşitli bilgilerin elektronik ortamda, çoğunlukla ücretsiz olarak,<sup>73</sup> temin edilmesi esasına dayanmaktadır.<sup>74</sup> Bilgi

<sup>66</sup> Sağlam, s. 67. Yazar ücret ediminin kural olarak elektronik ortamda ifa edildiğini ifade etmektedir. Bu ise ücret ediminin fiziken de ifa edilebileceğine işaret etmektedir. Kanaatimizce de ücret fiziken de ödenebilir. Bu durum faaliyetin e-ticaret olarak nitelendirilmesine engel değildir. Zira, asıl olan elektronik ortamda hizmet sunumunun gerçekleşmesi ve bedelinin ödenmiş olmasıdır. Örneğin evin duvarlarının ücret karşılığında boyanması konusunda anlaşarak internet sitesi üzerinden sözleşme kurulması hâlinde hizmet ediminin ifası, hizmetin doğası gereği, fiziken gerçekleştirildikten sonra ücret de nakit olarak ödenebilir.; Arslan, s. 54.

<sup>67</sup> Arslan, s. 54.; Siller, s. 43.

<sup>68</sup> Bu platformda hizmet almak isteyenler ile hizmet sunanlar internet ortamında bir araya gelmekte ve hizmet alımına ilişkin sözleşme akdetmektedir. Söz gelimi evinin duvarlarını boyatmak isteyen bir kişi boya ustası ile [www.armut.com](http://www.armut.com) web sitesi üzerinden evinin duvarlarının boyanması konusunda sözleşme kurabilmektedir. Bkz. Armut Kullanıcı Sözleşmesi (<https://info.armut.com/kullanici-sozlesmesi> Erişim Tarihi: 04.02.2024).

<sup>69</sup> Über taksi hizmeti almak isteyenler ile taksicileri bir araya getiren ve hizmetin detayları ile (yolculuğun başlangıç ve varış noktası gibi) karşılığında ödenecek ücret hakkında tarafların anlaşmaya vararak sözleşme akdetmesine aracılık eden bir platformdur. Bkz. <https://www.uber.com/legal/tr/document/?country=turkey&lang=tr&name=general-terms-of-use> Erişim Tarihi: 04.02.2024.; <https://www.uber.com/tr/tr/about/how-does-uber-work/> Erişim Tarihi: 04.02.2024.

<sup>70</sup> Bkz. BiTaksi Kullanım Koşulları (<https://www.bitaksi.com/tr/terms-of-use> Erişim Tarihi: 04.02.2024).

<sup>71</sup> Airbnb evini konaklama hizmeti vermek isteyenlerin bu hizmeti almak isteyenler ile elektronik ortamda sözleşme akdetmesine imkan sağlayan bir platformdur. Bkz. Airbnb Hizmet Şartları (<https://www.airbnb.com.tr/help/article/2908> Erişim Tarihi: 05.02.2024).

<sup>72</sup> Netflix ücret karşılığında film, dizi, belgesel gibi eğlence içeriklerine online erişim imkanı sunarak hizmet veren bir platformdur. Bkz. Netflix Kullanım Koşulları (<https://help.netflix.com/tr/legal/termsfuse> Erişim Tarihi: 05.02.2024).

<sup>73</sup> Altınışık, s. 34.; Demirel, s. 176.

<sup>74</sup> Altınışık, s. 34.; Siller, s. 44.; Sağlam, s. 67-68.; Arslan, s. 54.

sunumunu konu alan e-ticaret türünü hizmet sunumunu konu alan e-ticaret türünden ayıran özelliğin ücret unsurunun eksikliği olduğu öne sürülmektedir.<sup>75</sup> Ancak kanaatimizce ayırtım yapmakta kullanılabilecek tek ölçüt ücret unsuru değildir. Ücret unsuruna ek olarak, söz gelimi internet sitesini ziyaret edenlerin, erişimine sunulmanın bir bilgi<sup>76</sup> mi yoksa bir hizmet mi olduğu da yol gösterici olabilir. Ancak bazen bu ayrımı yapmak zor olabilir. Örneğin akıllı telefona indirilen navigasyon uygulamaları üzerinden yol tariflerine erişim sağlandığında bunun bir hizmet sunumu mu bilgi sunumu mu olduğu sorusu akla gelebilir. Kanaatimizce böyle bir örnekte salt varılacak yerin adresi verilmeyip sesli/yazılı olarak varış noktasına nasıl gidileceği tarif edildiği için hizmet sunumu söz konusudur.

Bilgi sunumunu konu alan e-ticarete taraflar arasında sözleşme kurulup kurulmadığı tartışmalıdır. Katıldığımız görüşe göre, bilgi sunumuna dayalı e-ticaret türünde taraflar arasında bağlanma iradesi ile birbirine uygun icap ve kabul olmadığından taraflar arasında bir sözleşme kurulmamaktadır.<sup>77</sup> Bunun sonucu olarak da bilgiyi temin edenlerin bilgiye erişim sağlayan kişiler karşısında sözleşmeye aykırılıktan ötürü sorumluluğu doğmasa da dürüstlük kuralına aykırılıktan dolayı sorumluluğuna gidilebilir.<sup>78</sup>

---

<sup>75</sup> Demirel, s. 176.; Siller, s. 44.; Sağlam, s. 104.; Arslan, s. 55.

<sup>76</sup> Bilgi, “İnsan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütünü, bilim, malumat.” Olarak tanımlanmaktadır. Bkz. Türk Dil Kurumu Sözlüğü, (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 14.02.2024).

<sup>77</sup> Siller, s. 44.; Sağlam, s. 104.; Arslan, s. 55. Taraflar arasında sözleşme ilişkisi kurulduğuna dair görüş için Bkz. Demirel, s. 175-176.; Altınışık, s. 34.

<sup>78</sup> Siller, s. 44.; Sağlam, s. 105.

## İKİNCİ BÖLÜM

### ELEKTRONİK TİCARETİN TARAFLARI VE TARAFLAR ARASI İLİŞKİLERİN HUKUKİ NİTELİĞİ

#### I. ELEKTRONİK TİCARETİN TARAFLARI

##### A. Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı (ETHS)

Elektronik ticaret hizmet sağlayıcı kavramı, hukukumuzda ETK’da 2022 yılında yapılan değişiklikle girmiştir. E-ticaret hizmet sağlayıcıyı tanımlamadan önce hizmet sağlayıcının ne anlama geldiğini açıklamak gerekir. ETK m. 2/1/a ve m. 2/1/ç bir arada değerlendirildiğinde hizmet sağlayıcı, *“fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrim içi iktisadi veya ticari her türlü faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişi”* olarak tanımlanabilir. E-ticaret hizmet sağlayıcı ise ETK m. 2/1/g’ye göre *“E-ticaret pazar yerinde veya kendine ait e-ticaret ortamında mal veya hizmetlerinin teminine ilişkin sözleşme yapan yahut sipariş alan hizmet sağlayıcıdır.”* Dolayısıyla ETHS de bir hizmet sağlayıcı olmakla beraber diğer hizmet sağlayıcılardan ayrıştığı yönleri bulunmaktadır.

ETHS yalnızca kendisine ait mal veya hizmetlerin teminine ilişkin sözleşme yapma ya da sipariş alma faaliyeti gerçekleştirmekte iken hizmet sağlayıcı başkaca

ticari/iktisadi faaliyetleri de gerçekleştirebilmektedir.<sup>79</sup> Örneğin fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin çevrim içi olarak bilgi temini sağlayan kişiler ETHS olarak değil; ancak hizmet sağlayıcı olarak nitelendirilebilir. Ayrıca ETHS, e-ticaret pazar yerinde faaliyet gösterdiği ihtimalde, mal/hizmet teminine ilişkin sözleşmeleri başkaca e-ticaret ortamlarında değil, e-ticaret pazar yerinde akdetmekle de diğer hizmet sağlayıcılardan ayrışmaktadır.<sup>80</sup>

ETHS tanımında geçen “elektronik ticaret ortamı” kavramı ile kastedilen, elektronik ticaretin yürütüldüğü internet sitesi, mobil site, mobil uygulama ve sair platformlardır. Elektronik pazar yeri ise, ETK m. 2/1/h’ye göre, elektronik ticaret hizmet sağlayıcının mal veya hizmetlerinin teminine aracılık eden elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının, aracılık hizmetini sunduğu e-ticaret ortamını ifade etmektedir. Dolayısıyla, e-ticaret pazar yeri de bir elektronik ticaret ortamı olup diğer e-ticaret ortamlarından aracılık hizmetinin yürütüldüğü (ETAHS’nin faaliyet gösterdiği) bir ortam olma özelliğiyle ayrışmaktadır.<sup>81</sup> Başka bir anlatımla, e-ticaret pazar yerinde ETAHS, ETHS ve alıcıdan müteşekkil üç taraflı bir ilişki kurulmaktadır.

<sup>79</sup> Hizmet sağlayıcı elektronik ortamda bulut bilişim hizmetleri, reklamcılık hizmetleri, video paylaşım hizmetleri sunma gibi çok çeşitli ticari/iktisadi faaliyetlerde bulunabilir. Bkz. Kaygusuz, s. 29.

<sup>80</sup> Kendisine ait e-ticaret ortamında mal/hizmet teminine yönelik sözleşme yapan veya sipariş alan ETHS’yi diğer hizmet sağlayıcılardan ayıran ise faaliyet alanının yalnızca mal/hizmet teminine ilişkin sözleşme yapmak veya sipariş almakla sınırlı olmasıdır. Yani başkaca ticari/iktisadi faaliyette bulunanlar ETHS olarak nitelendirilemez.

Ancak önemle vurgulamak gerekir ki ETK m. 1/3 gereği şans oyunları alanında faaliyet gösterenler gibi özel kanunlarla yetkilendirilip münhasıran bu alanda faaliyet gösterenler Kanun’un uygulanmasında ETHS olarak kabul edilmemektedir.

Sözü edilen düzenleme dayanağı, ETK’den alan ETY’nin 2. maddesinin 2. fıkrasında da yinelenmiştir. Ancak ilgili Yönetmelik hükmünün, Danıştay 10. Dairesi’nin T. 08.05.2023, E. 2023/465 sayılı ara kararı ile, dayanak Kanun hakkındaki Anayasa’ya aykırılık iddialarına ilişkin AYM’ce verilecek karara göre yeniden karar verilmek üzere, yürütmesi durdurulmuştur. Tezin yazımı sırasında 20.05.2024 tarihli Resmi Gazete’de yayınlanan T. 01.02.2024, E. 2023/177, K. 2024/30 sayılı AYM kararında Yönetmeliğin dayanağı olan ETK m. 11’in ve ETK’nin diğer maddelerinin, m. 1/3 dahil, Anayasa’ya aykırı olmadığına hükmedilmiştir. Danıştay ise henüz dosya hakkında yeniden karar vermemiştir.

<sup>81</sup> Badur/Hatipoğlu, s. 323.

Öte yandan e-ticaret pazar yeri niteliğinde olmayan e-ticaret ortamlarında alıcı ve satıcı (ETHS) arasında iki taraflı ilişki kurulması da mümkündür. Bu hâliyle her e-ticaret pazar yeri bir e-ticaret ortamıdır. Ancak her e-ticaret ortamı e-ticaret pazar yeri değildir. Söz gelimi [www.apple.com.tr](http://www.apple.com.tr), [www.maccosmetics.com.tr](http://www.maccosmetics.com.tr) gibi web siteleri elektronik ticaret ortamıdır. Ancak bünyesinde e-ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerini sergileyebilecekleri bağımsız sanal mağazalar barındıran, alıcılara bu mağazaları çevrim içi ortamda ziyaret ederek ürünleri inceleme olanağı sağlayan Trendyol, Hepsiburada, Gittigidiyor gibi platformlar elektronik ticaret pazar yeridir.<sup>82</sup> ETHS'nin kendisine ait bir malı kendi web sitesi veya mobil uygulaması üzerinden satması hâlinde satış elektronik ticaret pazar yerinde değil, e-ticaret ortamında gerçekleşmektedir. Zira böyle bir satış ilişkisi aracısız olarak kurulmaktadır.

6563 Sayılı Kanun'un mehzazı olan<sup>83</sup> Directive on Electronic Commerce (ECD)'de<sup>84</sup> ise hizmet sağlayıcı kavramı kullanılmaktadır. ECD m. 2/1/b'de hizmet sağlayıcı bilgi toplumu hizmetleri sunan gerçek ve tüzel kişi olarak tanımlanmıştır. Bilgi toplumu hizmetleri, hizmet alanın talebiyle kural olarak bir bedel mukabilinde, elektronik araçlar vasıtasıyla mesafeli olarak internet ortamında sunulan hizmetlerdir.<sup>85</sup> Bu bağlamda bilgi toplumu hizmetleri, malların çevrim içi satışı,

---

<sup>82</sup> Elektronik ticaret pazar yeri öğretide işletmelerin ürünlerini pazarlayıp sattığı web siteleri biçimindeki sanal ticaret merkezleri olarak tanımlanmaktadır. Bkz. Demirel, s. 44.; Ekici, Ş.: *B2C Elektronik Ticarete Sanal Pazar Yerin Hukuki Durumu*, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2020, C. 5, S. 8, s. 218-219.

<sup>83</sup> Bkz. 6563 Sayılı Kanun'un Genel Gerekçesi, (<https://www.lexpera.com.tr/mevzuat/gerekceler/elektronik-ticaretin-duzenlenmesi-hakkinda-kanun-genel-gerekce/1> Erişim Tarihi: 31.05.2024).

<sup>84</sup> Düzenleme için Bkz. Directive 2000/31/EC of The European Parliament and of The Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce), (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031> Erişim Tarihi: 17.02.2024).

<sup>85</sup> Kaygusuz, s. 26-27.

bilgilerin iletişim ağıları aracılığıyla iletimi, alıcı tarafından sağlanan bilgilerin saklanması, verilerin aranması, geri çağırılması gibi hizmetleri içermektedir.<sup>86</sup> Bu anlamda, e-ticaret faaliyetleri de bilgi toplumu hizmetleri ile yürütülmektedir. Dolayısıyla ECD'deki hizmet sağlayıcı kavramı hukukumuzdaki EHS kavramından daha geniş bir kavramdır.

Şubat 2022'de yürürlüğe giren AB Dijital Hizmetler Yasası<sup>87</sup> (*Digital Services Act*) m. 3/1/a'da atıf yapılan 2015/1535 Sayılı AB Direktifi m. 1/1/b'de AB E-Ticaret Direktifi'ndeki bilgi toplumu hizmetleri tanımı yinelenmektedir. Dijital Hizmetler Yasası'nın "Tanımlar" başlıklı 2. maddesinde hizmet sağlayıcı tanımına yer verilmediğinden, "Kapsam" başlıklı 2. maddesinin 3. Fıkrası uyarınca<sup>88</sup> AB Dijital Hizmetler Yasası, AB E-Ticaret Direktifinin uygulanmasını engellemediğinden, kanaatimizce AB Dijital Hizmetler Yasası'nda yer almayan hizmet sağlayıcı kavramının anlamlandırılmasında AB E-Ticaret Direktifindeki tanım esas alınmalıdır.

## B. Alıcı

Alıcı, ETK'ya dayanılarak çıkarılan Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik m. 4/1/a'ya göre

---

<sup>86</sup> Baistrocchi, s. 113.

<sup>87</sup> Düzenleme için Bkz. Regulation (EU) 2022/2065 of The European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and Amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act), (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>) Erişim Tarihi: 30.05.2024).

<sup>88</sup> İlgili hüküm şöyledir: "... *This Regulation shall not affect the application of Directive 2000/31/EC...*"

“Elektronik ticarete konu mal veya hizmeti satın alan ya da satın alma amacıyla hareket eden gerçek veya tüzel kişi”dir. Dolayısıyla alıcı kavramı, hem tüketicileri hem de ticari veya mesleki amaçla hareket eden gerçek ve tüzel kişileri karşılayacak biçimde düzenlenmiştir. Buna karşın AB E-Ticaret Direktifinde alıcı (*recipient of the service*) ve tüketici (*consumer*) kavramları ayrı ayrı tanımlanmıştır. ECD m. 2/1/d’ye göre alıcı, “Mesleki veya başka bir amaçla, özellikle bilgiyi aramak veya bilgiye erişmek amacıyla, bilgi toplumu hizmetini kullanan her türlü gerçek ve tüzel kişi”dir.<sup>89</sup> Tüketici ise ECD m. 2/1/e’ye göre “Mesleği, ticari faaliyeti veya işiyle ilgili amaçlar dışındaki amaçlarla hareket eden gerçek kişi”dir.<sup>90</sup> Buna karşın TKHK m. 3/1/k’ya göre tüketici, bu amaçlarla hareket etmeyen tüzel kişiler de olabilir.<sup>91</sup>

Digital Services Act (DSA)’daki tanıma göre ise alıcı, (*recipient of the service*) aracılık hizmetini, özellikle bilgi aramak veya bilgiye erişmek amacıyla, kullanan her türlü gerçek veya tüzel kişidir.<sup>92</sup> Ancak DSA da tüketiciyi ayrıca tanımlamıştır. DSA m. 3/1/c’ye göre tüketici “Mesleği, zanaatı, ticari faaliyeti, işiyle ilgili amaçlar dışındaki amaçlarla hareket eden gerçek kişi”dir.<sup>93</sup> Tezin amacı, ETAHS’nin tüketiciye karşı ayıplı maldan sorumlu tutulup tutulamayacağının açıklığa

<sup>89</sup> Bkz. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce) Art. 2/d: “...*recipient of the service: any natural or legal person who, for professional ends or otherwise, uses an information or making it accessible...*”

<sup>90</sup> Bkz. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce) Art. 2/e: “...*consumer’: any natural person who is acting for purposes which are outside his or her trade, business or profession...*”

<sup>91</sup> Çizmecioglu, L./İçözdemirel, D./Karakocalı, A./Kavak, M./Şahin McCarthy, O./Özdemir, H./Özkurt, A./Selim, A./Sert Sütçü, S./Süzen, A./Tutar, E./Tutumlu, M. A./Ulaş, Ö./Yıldız, R.: Tüketici Hukuku Davaları, 3. Baskı., Ankara 2022, s. 46. Bkz. TKHK m. 3/1/k: “...*Tüketici: Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi...ifade eder.*”

<sup>92</sup> Bkz. DSA Art. 3/b: “b) *recipient of the service means any natural or legal person who uses an intermediary service, in particular for the purposes of seeking information or making it accessible.*”

<sup>93</sup> Bkz. DSA Art. 3/1/c: “...c) *consumer means any natural person who is acting for purposes which are outside his or her trade, business, craft, or profession.*”

kavuşturulması olduğundan, bu bölümde e-ticaretin taraflarından alıcı tüketici sıfatını haiz alıcı ile sınırlı olarak ele alınarak ETAHS'nin ayıptan sorumluluğu yalnızca tüketiciye karşı olmak üzere incelenecektir. Tüketici sıfatını haiz olmayan alıcıların taraf olduğu satış sözleşmelerinde ayıptan doğan sorumluluğun koşullarındaki farklılıklar tezin üçüncü bölümünün I numaralı başlığında açıklanacaktır.

### C. E-Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı (ETAHS)

ETK m. 2/1/f'de e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı, “*Elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcı*” şeklinde tanımlanmıştır. Aracı hizmet sağlayıcı ise ETK m. 2/1/d'ye göre, başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişilerdir.<sup>94</sup> Bununla birlikte TKHK m. 48/5'te de “*oluşturdukları sistem ile satıcı veya sağlayıcı adına mesafeli sözleşme kurulmasına aracılık eden aracı hizmet sağlayıcılar*” ifadesi yer almaktadır. Aracı hizmet sağlayıcı, Tüketici Hukuku bağlamında, kurduğu sistemi (çevrim içi ortamı) kullanarak satıcıya, mallarını tüketiciye pazarlama ve tüketici ile mesafeli sözleşme akdetme olanağı sağlayan aracılarıdır.<sup>95</sup> Mesafeli sözleşme ise, THKH m. 48/1'e göre, satıcı/sağlayıcı ve tüketicinin fiziksel varlığı olmaksızın mal veya hizmetlerin uzaktan

<sup>94</sup> İzah edildiği üzere ETK m. 1/3'te sayılan alanlarda faaliyet yürüten kişiler ETK'nın uygulanmasında ETAHS olarak kabul edilmemektedir. Bkz. dn. 85. Dolayısıyla ilgili hükümde sayılan faaliyetleri yürütenler ne ETHS ne de ETAHS sıfatını haizdir. Başka bir anlatımla, bu kişiler ETHS ve ETAHS tanımı kapsamına girmemektedir.

<sup>95</sup> Sert Sütçü, S.: *Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketici Hukuku Bağlamında Sorumluluğunun Belirlenmesi*, NEÜHFD 2021, C. 4, S. 1, s. 279.

pazarlanması için oluşturulmuş sistem çerçevesinde uzaktan iletişim araçlarını kullanarak akdettikleri sözleşmedir.<sup>96</sup> Bu kapsamda, e-ticaret pazar yerlerini<sup>97</sup> işletenler de bu türden bir hukuki ilişki içinde TKHK'ya göre aracı hizmet sağlayıcıdır. Fakat TKHK bağlamında aracı hizmet sağlayıcı sıfatı bulunup da bununla beraber kendi mallarını tüketici ile akdettikleri sözleşmeler bağlamında satanlar, bu sözleşmeler bakımından aracı değil, satıcı sıfatını haiz olacaktır.<sup>98</sup> E-ticaret aracı hizmet sağlayıcılar dijital ekonominin yeni iş modellerinden hem fiziki olarak teslim edilebilen mal veya hizmetin online siparişi modelini hem de aracılık platform modellerini<sup>99</sup> bir arada uygulamaktadır. ETAHS'yi diğer aracı hizmet sağlayıcılardan ayıran özellik, mal veya hizmet teminine ilişkin sözleşmelerin kurulmasına “e-ticaret pazar yerinde” aracılık etmesidir. Buna karşın aracı hizmet sağlayıcı başkaca ticari/iktisadi faaliyetlerin yürütülmesine e-ticaret pazar yerinde ya da e-ticaret pazar yeri haricindeki elektronik ortamda da aracılık edebilmektedir.

<sup>96</sup> İnceoğlu, M. M./Baş Süzel, E.: *Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketicie Karşı Sorumluluğu (TKHK m. 48/f. 5)*, BAÜHFD 2020, C. 15, S. 189-190, s. 477.

<sup>97</sup> Türkiye’de önde gelen e-ticaret pazar yerlerine Amazon Türkiye, Hepsiburada, Çiçeksepeti örnek gösterilebilir. Bkz. Rekabet Kurumu, E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu, (<https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/geneldosya/e-pazaryeri-si-raporu-pdf> Erişim Tarihi: 23.12.2024), s. 62-68.

<sup>98</sup> Keskin, A. D.: *TKHK Değişik m. 48 Hükmü Çerçevesinde Aracı Hizmet Sağlayıcının Tüketicie Karşı Sorumluluğu*, AHBVÜHFD 2022, C. 26, S. 3, s. 124.

Önemle belirtmek gerekir ki ETK Ek m. 2/1/a’da “Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür: a) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde kendisinin veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerin markasını taşıyan ya da marka kullanım hakkını haiz olduğu malları satışa sunamaz veya bu malların satışına aracılık edemez. Bu malların, farklı elektronik ticaret ortamında satışa sunulması hâlinde bu ortamlar arasında erişim imkânı sunamaz ve birbirinin tanıtımını yapamaz. Bu hüküm, toplam satış hasılatının yarısından fazlasını elektronik ticaret dışındaki satışlardan elde eden kişilerin markasını taşıyan veya marka kullanım hakkını haiz olduğu mallar hakkında uygulanmaz.” hükmü yer alsa da ETAHS’nin kendi markasını veya ekonomik bütünlük içinde olduğu kişinin markasını taşımamakla beraber mülkiyeti kendisine ait olan bir malı satışa sunması ihtimali vardır. Kanaatimizce bu ihtimalde, izah edildiği üzere, TKHK anlamında aracı değil satıcı sıfatını haiz olacaktır.

<sup>99</sup> Pınar, H.: *Haksız Rekabet ve Marka hukuku Açısından Dijital Ekonominin Yeni Bir İş Modeli: Şikayet Siteleri*, BATİDER 2020, C. 36, S. 2, s. 125.

AB E-Ticaret Direktifinde ise ETAHS yerine aracı hizmet sağlayıcı (*intermediary services provider*) kavramı kullanılmaktadır. Buna karşın Direktifte doğrudan tanım yapılmamakta, Direktifin aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluğunu düzenleyen 12 ilâ 15. maddelerinden hareketle üç çeşit bilgi toplumu hizmetini salt iletim hizmeti (*mere conduit*)<sup>100</sup>, ön belleğe alma hizmeti (*catching*)<sup>101</sup>, yer sağlama (*hosting*)<sup>102</sup> hizmeti sunan aracılar, aracı hizmet sağlayıcı olarak nitelendirilmektedir.<sup>103</sup> DSA'da da aracı hizmet kavramı, m. 3/1/g'de salt iletim, ön belleğe alma ve yer sağlama hizmetlerini ifade eden bilgi toplumu hizmetleri şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımlardan yola çıkarak aracı hizmet sağlayıcının, AB mevzuatı çerçevesinde salt iletim, ön belleğe alma ve yer sağlama faaliyetleri yürütmek suretiyle aracılık eden bir hizmet sağlayıcı olduğu söylenebilir.

<sup>100</sup> ECD Art. 12 hükmünden yola çıkılarak salt iletim hizmeti alıcı tarafından sağlanan bilginin bir iletişim ağında iletiminden oluşan veya bir iletişim ağına erişimin sağlanması şeklindeki bilgi toplumu hizmetlerini ifade etmektedir. Ayrıca sözü edilen Direktif hükmünün 2. fıkrasına göre, makul süreyi aşmamak kaydıyla iletme konu bilgilerin otomatik, geçici ve aracı nitelikte depolanması da basit iletim faaliyeti kapsamındadır. Buna pasif teknik aracılık da denilmektedir. Bkz. Mamalı, K. S.: İnternette Hizmet Sağlayıcıların Hukuka Aykırı İçerikten Sorumluluğu, 1. Baskı, Ankara 2024, s. 51-53. DSA Art. 4'teki sorumluluk muafiyeti düzenlemesi incelendiğinde de salt iletim hizmetinin alıcı tarafından sağlanan bilginin iletişim ağında iletilmesinden oluşan veya iletişim ağına erişimin sağlanması biçimindeki bilgi toplumu hizmetleri olarak tanımlanması mümkündür.

<sup>101</sup> Ön belleğe alma ECD Art. 13'e göre alıcı tarafından sağlanan bilgilerin salt bu bilgilerin daha etkili şekilde iletilmesini sağlamak amacıyla otomatik, geçici ve aracı şekilde depolanmasını ve iletişim ağında iletilmesini ifade etmektedir. Esasında bu hizmet alıcıların bilgiye daha etkili erişimini sağlamak üzere gerçekleştirilen teknik bir süreçtir. Bkz. Çelenkoğlu, R.: İnternette Elektronik Ticaret Ortamı Sağlayan Aracı Hizmet Sağlayıcıların Yükümlülükleri ve Alıcıya Karşı Hukuki Sorumluluğu, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2023, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 30. DSA Art. 5'e istinaden de yer sağlama hizmetinin alıcı tarafından sağlanan bilginin iletişim ağında iletilmesinden oluşan bilgi toplumu hizmeti olarak tanımlanması mümkündür.

<sup>102</sup> Yer sağlama ECD Art. 14'ten hareketle alıcı tarafından sağlanan bilgilerin depolanmasından oluşan bilgi toplumu hizmeti olarak tanımlanabilir. DSA Art. 6 incelendiğinde ise yer sağlama hizmetinin alıcı tarafından sağlanan bilgilerin depolanmasından oluşan bilgi toplumu hizmetini ifade ettiği söylenebilir.

<sup>103</sup> Çelenkoğlu, s. 29. Yazara göre salt iletim, ön belleğe alma ve yer sağlama hizmetleri sunan aracı hizmet sağlayıcılar için muafiyet rejimi öngören ECD Art. 12-15 bu faaliyetleri yürütenlerin aracı hizmet sağlayıcı olarak nitelendirmesini olanaklı kılmaktadır.

## II. TARAFLAR ARASI İLİŞKİLERİN HUKUKİ NİTELİĞİ

### A. ETAHS ile ETHE Arasındaki İlişkinin Hukuki Niteliği

#### 1. Ticari Temsilcilik Bakımından Analizi

ETAHS ve ETHE arasındaki hukuki ilişkinin ticari temsil ilişkisi şeklinde nitelendirilip nitelendirilemeyeceği incelenmeden önce, ticari temsilcinin ne anlama geldiğinin açıklanması gerekmektedir. Ticari temsilci, TBK m. 547’de tanımlandığı üzere, bir ticari işletmenin işleteni tarafından ticari işletmeyi yönetme ve ticari işletmeye ilişkin işlemleri ticaret ünvanı altında yürütme yetkileri ile donatılmış kişidir.<sup>104</sup> Ticari işletmeyi işletence atanması, ticari temsilcinin tacir dışındaki kişiler tarafından (örneğin esnaf) atanamayacağına işaret etmektedir.<sup>105</sup> Zira TTK m. 12/1 gereği bir ticari işletmeyi kısmen de olsa kendi adına işleten kişi tacirdir. Buna karşın Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcılar ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmeliğinin ETHE’lerin bilgi verme yükümlülüğünü düzenleyen 5. maddesinin, 2. ve 3. fıkraları incelendiğinde, ETHE’lerin tacir olabileceği gibi esnaf/sanatkar da olabileceği çıkarımını yapmak mümkündür.

<sup>104</sup> Ticari temsilcinin tüzel kişiler içinden de seçilip seçilemeyeceği tartışmalıdır. Yalnızca gerçek kişilerin ticari temsilci olabileceği yönündeki görüş için Bkz. Arkan, S.: Ticari İşletme Hukuku, 24. Baskı, Ankara 2018, s. 187.; Poroy, R./Yasaman, H.: Ticari İşletme Hukuku, Güncellenmiş 12. Baskı, Ankara 2022, s. 281.; Ayhan, R./Çağlar, H./Özdamar, M.: Ticari İşletme Hukuku Genel Esaslar, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 15. Baskı, Ankara 2022, s. 492-493.; Bozer, A./Göle, C.: Ticari İşletme Hukuku, Güncellenmiş ve Genişletilmiş 8. Baskı, Ankara 2023, s. 137. Tüzel kişilerin de ticari temsilci olabileceğine dair görüş için Bkz. Eryiğit, H.: *Tüzel Kişilerin Ticari Temsilci Olarak Atanıp Atanamayacağı Sorunu*, İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2017, C. 4, S. 1, s. 179.

<sup>105</sup> Arkan, s. 184. Esnaf işletmesi için de ticari temsilci atanabileceği yönündeki görüş için Bkz. Bozer/Göle, s. 137.

Bu bağlamda tacir ile ticari temsilci arasındaki ilişkinin ETAHS ve ETHE arasında da mevcut olup olmadığı irdelendiğinde öğretide, Amazon ETHE ile arasındaki ilişkiyi ticari temsil olarak nitelendirse bile<sup>106</sup>, ticari temsilcinin gerçek kişi olması gerekliliğinin Amazon gibi tüzel kişiliği haiz ETAHS'lerce sağlanamamasından ve TBK m. 553'te ticari temsilci için öngörülen rekabet etme yasağının çok sayıda ETHE'nin malının satılmasına aracılık eden ETAHS açısından uygulanamadığı gerekçeleriyle ilişkinin hukuken ticari temsil olarak nitelendirilemeyeceği savunulmaktadır.<sup>107</sup> Kanaatimizce de ETAHS, ETHE'nin ticari temsilcisi değildir. Zira ticari temsilci ticari işletmenin amacına uygun olmak kaydıyla tacir adına kambiyo taahhüdünde bulunma, kredi alma, işletmeye dahil taşınmazları kiraya verme, işletmede çalışan işçilerle iş sözleşmesi akdetme gibi oldukça geniş yelpazedeki işlemleri yapabilir.<sup>108</sup> Öyle ki, TBK m. 349 uyarınca ticari temsilcinin temsil yetkisi, iyiniyetli üçüncü kişiler nezdinde hüküm ve sonuç doğuracak şekilde ancak şube kaydıyla veya birlikte temsil kaydıyla sınırlandırılabilir.<sup>109</sup> Tüm bu hususlar göz önüne alındığında, mallarını e-ticaret pazar yerinde satabilmek amacıyla bir ETAHS ile sözleşme akdeden ETHE'nin, tacir sıfatı bulunduğu ihtimalde, ETAHS'nin ticari işletmesini idare etmesine ve ticari işletmesini ilgilendiren geniş kapsamlı işleri yapabilmesine cevaz verme niyetiyle hareket ettiğini kabul ederek ETAHS'yi ticari temsilci olarak atadığı sonucuna varmak mantıklı değildir. Böyle bir kabul, adil olmayan sonuçlar doğurur. Ticari temsilcinin yetkilerinin istisnaen

<sup>106</sup> Bkz. Amazon Services İş Çözümleri Sözleşmesi m. 13 ([https://sellercentral.amazon.com.tr/help/hub/reference/external/201190440?ref=efph\\_20+1190440\\_content](https://sellercentral.amazon.com.tr/help/hub/reference/external/201190440?ref=efph_20+1190440_content)) G2 Erişim Tarihi: 09.06.2024).

<sup>107</sup> Çakıroğlu, Y. E.: Sanal Mağaza Sözleşmesinin Hukuki Niteliği ve Bu Sözleşmeden Doğan Uyuşmazlıkların Çözümü, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2022, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 14-16.

<sup>108</sup> Kayar, İ.: Ticari İşletme Hukuku, 12. Baskı, Ankara 2022, s. 369-370.

<sup>109</sup> Poroy/Yasaman, s. 282.

sınırlandırılabilmesi de ETHS'nin durumunu ağırlaştıracağından bu kanıyı desteklemektedir.

## 2. Ticari Vekillik Bakımından Analizi

Ticari vekil, TBK m. 551'de düzenlenmiştir. Hükme göre ticari vekil, ticari temsilciden farklı olarak bir ticari işletmeyi işleten tarafından işletmenin idaresi ya da işletmeyi ilgilendiren (mutat) işlemlerin gerçekleştirilmesi hususunda yetkili kılınan, yani daha sınırlı yetkilere sahip olan kişidir.<sup>110</sup> Ancak belirtmek gerekir ki, ticari vekil olağanüstü işleri yapma yetkisini haiz değildir.<sup>111</sup> Ticari vekil genel yetkili ve özel yetkili olmak üzere ikiye ayrılır. İşletmeyi ilgilendiren her türlü olağan işi yapma konusunda yetkilendirilen ticari vekil genel yetkili ticari vekil iken, işletmeyi ilgilendiren birtakım işlemleri yapma konusunda yetkilendirilen ticari vekil özel yetkilidir.<sup>112</sup> Söz gelimi bir mağazanın müdürü genel yetkili ticari vekil; mağazadaki kasiyer, satış temsilcisi gibi kişiler özel yetkili ticari vekil örneğidir. ETHS'nin ETHS'nin ticari vekili olup olmadığı sorusu cevaplanırken açıklığa kavuşturulması gereken iki temel mesele vardır. Bunlardan ilki, genellikle tüzel kişiliği haiz olan ETHS'lerin ticari vekil olup olamayacağı, ikincisi ise esnaf işletmesi niteliğindeki ETHS'ler yönünden ticari vekil tayin edilememesinin ETHS-ETHS ilişkisinin ticari vekil-müvekkil sayılmasına engel teşkil edip etmediğidir. Tüzel kişiler katıldığımız

---

<sup>110</sup> Arkan, s. 196.

<sup>111</sup> Kayar, s. 274.; Poroy/Yasaman, s. 282-283. Ticari vekil özel olarak yetkilendirilmedikçe tacir adına kambiyo taahhüdünde bulunma, ödünç alma, dava açma gibi işlemleri gerçekleştiremez.

<sup>112</sup> Arkan, s. 196.; Kayıhan, Ş.: Ticari İşletme Hukuku, 7. Baskı, Ankara 2021, s. 260.

görüŖe göre ticari vekil olabilir.<sup>113</sup> Zira ticari temsilci oldukça geniŖ yetkilere sahip olmasından ötürü tacir ile arasında güven iliŖkisi kurulması ve tüzel kiŖinin organlarının tacirin iradesi dıŖında deęiŖmesinin yaratabileceği sakıncalar<sup>114</sup> iŖletmenin bazı iŖlerini yapma konusunda sınırlı yetkisi olan ticari vekil açısından söz konusu olmayacaktır. ETAHS, ETHS adına onun ürünlerini sergileyerek alıcı ürünü satın aldığında satış bedelini tahsil etme, fatura düzenleme gibi iŖlemleri yapma konusunda yetkilidir.<sup>115</sup> Bu bakımdan tacir sıfatı olan ETHS’lerin mallarını satmasına aracılık eden ETAHS’lerin, ticari vekil olarak nitelenmesi mümkün ise de<sup>116</sup> esnaf olan ETHS’leri temsilen satış bedelini tahsil eden ETAHS’ler, ticari vekil olarak nitelendirilemeyeceğinden ticari vekillik de iliŖkiyi nitelendirmek açısından yeterince kapsayıcı değildir.<sup>117</sup> Yine de ticari vekil-müvekkil iliŖkisinin, ETHS’nin mallarının satılması hâlinde alıcıdan bedel tahsil ederek ETHS’ye gönderen ETAHS’lerin, temsil yetkilerinin kapsamı dikkate alındığında, ETAHS ve ETHS arasındaki iliŖkinin bünyesine uygun düşen yanları da bulunmaktadır.

---

<sup>113</sup> Yolal, O.: Ticari Vekil, 1. Baskı, Ankara 2020, s. 151.

<sup>114</sup> Arkan, s. 187. Yazara göre ticari temsilcinin tüzel kiŖi olması ve tüzel kiŖinin organlarının tacirin rızası dıŖında deęiŖme ihtimali risk yaratmaktadır.

<sup>115</sup> Bkz. n11 Satıcı İŖ Ortaklığı ve Aracılık Hizmetleri Sözleşmesi m. 6.8, (<https://magazadestek.n11.com/s/kullanım-kosulları> EriŖim Tarihi: 10.06.2024).

<sup>116</sup> ETHS’nin ETAHS’yi iŖletmesinin yönetimi veya iŖletmeyi ilgilendiren bazı iŖleri yürütmesi için yetkilendirmediğinden bahisle taraflar arasındaki iliŖkinin ticari vekil-müvekkil olarak nitelendirilemeyeceğine dair görüş için Bkz. Badur/Hatipoğlu, s. 344.

<sup>117</sup> Çakıroğlu, s. 17-18. Yazara göre ticari vekilin gerçek kiŖi olması gerekmekte olup tüzel kiŖi olan ETAHS’ler ticari vekil sayılamaz.

### 3. Pazarlamacılık Sözleşmesi Bakımından Analizi

Pazarlamacı, TBK m. 448’de düzenlenen pazarlamacılık sözleşmesi tanımından yola çıkılarak tanımlanabilir. Buna göre pazarlamacı, bir ticari işletme sahibi işveren tarafından ücret mukabilinde onun hesabına sürekli olarak işletmenin dışında her türlü işlemin yapılmasına aracılık etme veya aralarındaki yazılı anlaşmaya istinaden birtakım işlemleri yapma konusunda yetkilendirilmiş bir bağımlı tacir yardımcısıdır.<sup>118</sup> Yani tacirin pazarlamacı tayin etmekteki temel amacı, mallarını daha geniş müşteri çevresine ulaştırarak satışlarını arttırmaktır. Bu doğrultuda ticari işletmesini ziyaret etmeyen potansiyel müşterilere ürünlerini tanıtmayı için pazarlamacıyla ücret karşılığında bir iş görme sözleşmesi akdetmektedir. Pazarlamacı da tacirin mallarını üçüncü kişi müşterilerine sergileyip tanıtarak malların satışına aracılık etmektedir. Bu yönüyle pazarlamacılık sözleşmesi ile ETAHS-ETHS arasında kurulan sözleşme benzerdir.<sup>119</sup>

TBK m. 448’de düzenlenen pazarlamacılık sözleşmesi hizmet sözleşmesinin özel bir türü olsa da bir görüşe göre TBK’da pazarlamacının gerçek kişi olması gerektiğine ilişkin hüküm bulunmadığından ve sözleşme işçinin ancak gerçek kişi olabileceğini öngören İş Kanunu’na tâbi olmadığından pazarlamacının gerçek kişiler arasından seçilmesi şart değildir.<sup>120</sup> Ancak katıldığımız aksi yöndeki görüşe göre,

---

<sup>118</sup> Arkan, s. 200.; Bozer/Göle, s. 149.; Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 516. Esnaf işletmesi için pazarlamacı atanamayacağına dair görüş için Bkz. Yavuz, C./Acar, F./Özen B.: Borçlar Hukuku Dersleri Özel Hükümler, 15. Baskı, İstanbul 2018, s. 517.

<sup>119</sup> Demirel, s. 155.; Koca Duman, U. İ.: Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Eden Platformlara Karşı Tüketicinin Korunması, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2023, Yüksek Lisans Tezi, s. 71-72.

<sup>120</sup> Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 516, dn. 725.

pazarlamacının gerçek kişi olması gerekmektedir.<sup>121</sup> Bu ise ETAHS'nin genellikle tüzel kişi olması karşısında ilişkinin pazarlamacılık sözleşmesi olarak nitelendirilmesini güçleştirmektedir.

Tacir ile pazarlamacı arasındaki ilişki süreklilik arz etmektedir.<sup>122</sup> Esasen ETAHS de ETHS'nin mallarının satımına sürekli olarak aracılık etmektedir. Dolayısıyla bu yönden aralarındaki ilişki pazarlamacılık sözleşmesine benzemektedir.<sup>123</sup> Ancak TBK m. 450'ye göre, pazarlamacı tacirin talimatları doğrultusunda müşterileri ziyaret etme borcu altında olup<sup>124</sup> tacirin yazılı iznini almaksızın müşterilerle gerçekleştirdiği görüşmelerde kendisi veya üçüncü kişi adına işlem tesis edemez. Öyle ki tacir tarafından işlem yapma konusunda yetkilendirilmiş olsa dahi tacirin belirlediği fiyatlara ve işlem koşullarına uymak zorundadır.<sup>125</sup> Bu hâliyle ETAHS, ETHS tarafından yetkilendirilerek müşterilere sergilediği malların satışını gerçekleştirebilir. Bu da aralarındaki ilişkinin pazarlamacılık sözleşmesi ile benzeştiği bir diğer özelliktir. Ancak pazarlamacının müşterileri ziyaret etme yükümlülüğü ETAHS-ETHS ilişkisinin bünyesine uygun düşmemektedir.<sup>126</sup> Mallarını daha geniş müşteri kitlesine ulaştırmak isteyen tacir mallarının tanıtımını yapması karşılığında pazarlamacıya, TBK m. 455 uyarınca ücret veya ücretle birlikte komisyon ödemektedir.<sup>127</sup> ETHS'nin e-ticaret pazar yerinde ürünlerinin satımına aracılık etmesi

---

<sup>121</sup> Topuz, M.: *6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu Uyarınca Pazarlamacılık Sözleşmesi (TBK m. 448-460)*, Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi 2013, C. 19, S. 1, s. 307.

<sup>122</sup> Bozer/Göle, s. 149.; Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 514.

<sup>123</sup> Çakıroğlu, s. 18.; Demirel, s. 155.

<sup>124</sup> Pazarlamacının müşterileri ziyaret etme borcu olması da esasen gerçek kişi olması gerektiğinin göstergesidir.

<sup>125</sup> Pazarlamacının işveren tacirin talimatlarına uyma borcu hakkında detaylı bilgi için Bkz. Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 526.; Bozer/Göle, s. 150.

<sup>126</sup> Çakıroğlu, s. 19.; Demirel, s. 155.; Koca Duman, s. 72.

<sup>127</sup> Bozer/Göle, s. 149.

karşılığında ETAHS'ye ücret ve veya ücretle beraber her bir satış için komisyon ödediği dikkate alındığında<sup>128</sup>, aralarındaki ilişkinin pazarlamacılık sözleşmesinin ücret unsurunu sağladığı görülmektedir.

Bununla birlikte, tacir pazarlamacıyı belirli bir alan veya müşteri çevresinde faaliyet göstermekle yetkili kıldığında aksine yazılı anlaşma olmadıkça o alan için bir başkasını yetkilendiremez.<sup>129</sup> Pazarlamacı da tacir tarafından izin verilmedikçe kendisi ya da üçüncü kişi hesabına işlem yapamaz. Bu sınırlandırmanın taraflar arasındaki yazılı anlaşma ile ortadan kaldırılması mümkün olup ETAHS ve ETHS arasındaki sözleşmeye de ETAHS'nin farklı ETHS'lerle eş zamanlı olarak faaliyet yürütebileceğine ilişkin hüküm eklenmesi mümkündür. Aynı şekilde ETHS'lerin de birden fazla ETAHS ile çalışması mümkündür. Dolayısıyla katıldığımız görüşe göre, uygulamada ETAHS'lerin ETHS'lerle aralarındaki sözleşmeye hüküm ekleyerek birden çok ETHS ile, ETHS'lerin de birden çok ETAHS ile çalışması<sup>130</sup> pazarlamacılık sözleşmesinin bünyesine aykırı düşmez.<sup>131</sup>

Sonuç olarak, ETHS ve ETAHS arasındaki ilişki, bazı yönleriyle pazarlamacılık sözleşmesiyle benzerlik göstermekle birlikte, ayrıştığı yönler de

---

<sup>128</sup> Bkz. n11 Satıcı İş Ortaklığı ve Aracılık Hizmetleri Sözleşmesi m. 6.3., ([https://magazadestek.n11.com/s/kullanim-kosullari?gclid=CjwKCAjwmrqzBhAoEiwAXVpgoklQcD3el7GditH1IiScLLYLwPQWIC90txS7NrUQEeHOP0EA-xT1NRoCH\\_UQAvD\\_BwE](https://magazadestek.n11.com/s/kullanim-kosullari?gclid=CjwKCAjwmrqzBhAoEiwAXVpgoklQcD3el7GditH1IiScLLYLwPQWIC90txS7NrUQEeHOP0EA-xT1NRoCH_UQAvD_BwE) Erişim Tarihi: 16.06.2024). Söz konusu sözleşme hükmüne göre, ETAHS sıfatını haiz Doğuş Pazarlama Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş., ETHS sıfatını haiz satıcılardan satış yaptıkları kategoriye bağlı olarak değişen oranlarda komisyon tahsil etmektedir.

<sup>129</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 520.

<sup>130</sup> Demirel, s. 156.

<sup>131</sup> Çakıroğlu, s. 19.; Demirel, s. 156.

bulunmaktadır. Bu nedenle pazarlamacılık sözleşmesi ilişkinin hukuki niteliğini tam anlamıyla karşılamamaktadır.

#### 4. Simsarlık Sözleşmesi Bakımından Analizi

Simsarlık sözleşmesi TBK m. 520’de tanımlandığı üzere simsarın, karşı tarafın bir üçüncü kişi ile sözleşme yapması için gerekli ortam ve koşulları sağlamayı veya sözleşme yapmasına aracılık etmeyi, karşı tarafın ise karşılığında ücret ödemeyi üstlendiği bir sözleşmedir.<sup>132</sup> Ancak belirtmek gerekir ki, simsarın ücrete hak kazanması taraflar arasında geçerli bir sözleşmenin kurulmasına bağlıdır.<sup>133</sup> Simsar, kurulması imkanını sağladığı veya kurulmasına aracılık ettiği sözleşmenin bir tarafı ile veya her iki taraf ile ayrı ayrı simsarlık sözleşmesi yapabilir.<sup>134</sup>

Simsar bağımsız tacir yardımcılardan olup, müvekkili ile arasındaki ilişki süreklilik arz etmez. Başka bir anlatımla, simsarın görevi belirli bir sözleşmenin kurulması için ortam hazırlama veya sözleşmenin kurulmasına aracılık etmekle sınırlıdır. Yoksa sürekli olarak tacir ile üçüncü kişileri sözleşme kurmaları için bir araya getirmemektedir.<sup>135</sup> Dolayısıyla simsar özel olarak yetkilendirilmedikçe tacir adına sözleşme yapamaz, bedel tahsil edemez, satış konusu malı teslim alamaz.<sup>136</sup>

---

<sup>132</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 708-709.; Arkan, s. 205.; Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 538.; Bozer/Göle, s. 155.

<sup>133</sup> Simsarin taraflar arasında sözleşme kurulmasa dahi ücret alacağına hak kazanacağı da kararlaştırılabilir. Ayrıca sözleşme geciktirici şarta bağlanmışsa simsarin ücrete hak kazandığı an koşulun gerçekleştiği an olacaktır. Bkz. Arkan, s. 208.; Yavuz/Acar/Özen, s. 710-711.; Bozer/Göle, s. 156.

<sup>134</sup> Çakıroğlu, s. 21.

<sup>135</sup> Taraflar arasındaki ilişkinin sürekli olmayışı simsarlık sözleşmesini pazarlamacılık ve acentelik sözleşmesinden ayıran bir özelliktir. Bkz. Arkan, s. 206.; Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 541.

<sup>136</sup> Arkan, s. 206.

Simsar, bağımsız tacir yardımcısı olmasından ötürü simsarlık faaliyetini yürütürken eş zamanlı olarak bir ticari işletme de işletebilir ve tacir sıfatını haiz olabilir.<sup>137</sup> Bir sözleşmenin kurulmasına imkan hazırlanması veya kurulmasına aracılık etmesi için birden fazla simsar görevlendirilebilir. Aynı şekilde, bir simsarın eş zamanlı olarak birden fazla kişi ile simsarlık sözleşmesi akdetmesi de mümkündür.<sup>138</sup> Simsarlık sözleşmesi simsarın kendisine verilen işi tamamlamasıyla veya kendisine verilen sürede işi tamamlayamaması hâllerinde ve vekâlet sözleşmesini sona erdiren sebepler mevcutsa<sup>139</sup> sona erer.<sup>140</sup>

Simsarlık sözleşmesinin özellikleri ile ETAHS ve ETHE arasındaki sözleşme karşılaştırıldığında, her iki sözleşme arasında çeşitli benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Benzerliklerden ilki, her iki sözleşmenin de aracılık işlevi olmasıdır.<sup>141</sup> Bir diğer benzerlik ise simsarın birden fazla müvekkil ile simsarlık sözleşmesi akdedebilmesinde olduğu gibi ETAHS'nin birden çok ETHE ile e-ticaret pazar yerinin

<sup>137</sup> Arkan, s. 205.; Bozer/Göle, s. 156.

<sup>138</sup> Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 541-543. Yazarlara göre TBK m. 520-525'te açıkça bir sözleşme için birden fazla simsarın görevlendirilebileceği düzenlenmemiş ise de TBK m. 520/2'ye göre simsarlık sözleşmesine bünyesine uygun düştüğü ölçüde vekâlet sözleşmesine ilişkin hükümler uygulanacağından birlikte vekiller ile birlikte vekâlet verenlerin sorumluluğunu düzenleyen TBK m. 511'den yola çıkılarak bir sözleşmenin kurulmasına aracılık etmesi için birden fazla simsarla simsarlık sözleşmesi akdedilebilir. Kanaatimizce de isabetli olan bu değerlendirmeye ek olarak, aynı hükümden hareketle, bir simsarın birden fazla kişi ile simsarlık sözleşmesi akdetmesinin mümkün olduğu söylenebilir.

<sup>139</sup> Simsarlık sözleşmesi müvekkilin simsarı azletmesi, simsarın istifa etmesi, taraflardan birinin ölümü/fiil ehliyetini kaybetmesi/iflası hâllerinde sona erer. Belirtmek gerekir ki bu hâller vekâlet sözleşmesini de sona erdiren hâllerdir. Bkz. Arkan, s. 213.

<sup>140</sup> Poroy/Yasaman, s. 340.; Bozer/Göle, s. 157.

<sup>141</sup> Çekirdek, M.: İnternet Üzerinden Satış Konu Edinen Sözleşmelerin Belirleyici Özellikleri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2019, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 69.; Çakıroğlu, s. 21.; Koca Duman, s. 75.; Demirel, s. 147. Yazara göre ETAHS'nin ETHE'nin alıcılarla sözleşme kurmasına aracılık ettiği örnekler bulunmakla beraber ETAHS taraflar arasında sözleşme kurulacağını taahhüt etmemektedir. ETAHS yalnızca ETHE'ye sözleşme kurması için ortam sağlamaktadır. Kanaatimizce salt e-ticaret ortamı sağlamak biçiminde olsa bile ETAHS'nin yürüttüğü faaliyet TBK m. 520/1'de geçen "taraflar arasında sözleşme kurulmasına imkan hazırlama"yı karşılamakla simsarlık sözleşmesine benzemektedir. Satışın bizzat sanal mağaza sahibi ETHE tarafından aracısız olarak gerçekleştirildiğinden bahisle ETAHS'nin ETHE'nin alıcı ile sözleşme kurmasına aracılık etmediği yönündeki görüş için Bkz. Ekici, s. 222.

kullandırılmasını konu alan sözleşme akdedebilmesidir. Ayrıca simsarın taraflardan her ikisiyle de simsarlık sözleşmesi yapabilmesi de simsarlık sözleşmesinin ETAHS-ETHS arasındaki sözleşmeyle örtüştüğü bir diğer yönüdür. Zira ETAHS'ler hem alıcılarla hem de ETHS'lerle üyelik sözleşmesi akdetmektedir.<sup>142</sup> Simsarlık sözleşmesinin devamlı olmama özelliği ise ETAHS-ETHS arasındaki sözleşme ile tam olarak örtüşmemektedir. Zira Sahibinden gibi e-ticaret pazar yerlerinde ETHS ve ETAHS arasında tek bir ürünün satımı için tek seferlik bir aracılık sözleşmesi akdedilirken (bu, simsarlık sözleşmesi ile bağdaşmakta ise de) başkaca pazar yerlerinde ETAHS zamana yaygın bir biçimde ETHS'ye mal ve hizmetlerini potansiyel alıcılarla buluşturabilmesi için aracılık etmektedir. Bu ikinci ihtimalde ise süreklilik söz konusu olduğundan ilişki simsarlık sözleşmesinden ayrılmaktadır.<sup>143</sup> Bununla birlikte, simsarlık sözleşmesi simsarın müvekkil ile üçüncü kişi arasında sözleşme kurulmasına imkan hazırlaması ya da sözleşme kurulmasına aracılık etmesi anında sona ererken ETAHS, ETHS ile alıcı arasında sözleşme kurulduktan sonra sözleşmenin ifa aşamasında da rol üstlenebilmektedir.<sup>144</sup> Buna ek olarak ETHS-ETAHS arasındaki ilişki simsarlık sözleşmesiyle ücret unsuru bakımından karşılaştırıldığında simsar ancak müvekkili ile üçüncü kişi arasında geçerli bir sözleşme kurulduğunda ücrete hak kazanırken bazı ETAHS'ler, alıcı ile ETHS arasında mal veya hizmet teminine yönelik sözleşme akdedilmiş olmasa bile üyelik

---

<sup>142</sup> Çakıroğlu, s. 21.

<sup>143</sup> Demirel, s. 148. ETAHS-ETHS arasındaki ilişkinin süreklilik arz etmesinden ötürü simsarlık sözleşmesine benzemediğine dair görüş için Bkz. Çakıroğlu, s. 21.

<sup>144</sup> Örneğin Amazon Fulfillment by Amazon seçeneği ile ETHS'lere alıcı ile satış sözleşmesi akdetmelerinden sonra satış konusu malın paketlemesi, kargolanması ve iade süreçlerinin Amazon tarafından yürütülmesi imkanını sağlamaktadır. Bkz. ([https://satis.amazon.com.tr/lojistik/amazon-lojistik?ld=SETRFBAADGog\\_12643617989\\_120891881020\\_kwd-23792740295\\_e\\_692021790128\\_c\\_asret\\_&gclid=Cj0KCQjwj9-zBhDyARIsAERjds2mn9smHZvqToRsy\\_fHxEsJEbacSobYo5bEn4C1dIxqf\\_yzNf\\_yYEsaAm\\_nEALw\\_wcB](https://satis.amazon.com.tr/lojistik/amazon-lojistik?ld=SETRFBAADGog_12643617989_120891881020_kwd-23792740295_e_692021790128_c_asret_&gclid=Cj0KCQjwj9-zBhDyARIsAERjds2mn9smHZvqToRsy_fHxEsJEbacSobYo5bEn4C1dIxqf_yzNf_yYEsaAm_nEALw_wcB) Erişim Tarihi: 24.06.2024).

ücreti adı altında ücret alabilmenin yanında satış veya hizmet teminine ilişkin sözleşme kurulması hâlinde komisyon alabilmektedir. Bazı ETAHS'ler de üyelik ücreti almaksızın alıcı ve ETHS arasında sözleşme kurulduğunda yalnızca komisyon almaktadır.<sup>145</sup> Yine de aracılık ettiği sözleşme kurulduğunda komisyon alan ETAHS'ler bakımından simsarlık sözleşmesindeki ücret unsurunun sağlandığını söylemek mümkündür.<sup>146</sup> İlâveten, simsarın ücret alacağıının doğması, kurulmasına aracılık ettiği sözleşmedeki edimlerin ifa edilmesine bağlı değilken örneğin Dolap isimli e-ticaret pazar yerinde ETAHS'nin ücret alacağı ancak alıcı satın aldığı malı onaylayınca doğmaktadır.<sup>147</sup> Son olarak taşınmaz satışına yönelik simsarlık sözleşmeleri yazılı şekle tâbiyken<sup>148</sup> Hepsieimlak gibi web sitelerinde taşınmazların satışına yönelik olarak alıcı ve satıcı ile ETAHS yazılı olarak sözleşme yapmadığından taraflar arasındaki ilişki simsarlık sözleşmesine benzememektedir.<sup>149</sup>

ETAHS-ETHS arasındaki sözleşmenin simsarlık sözleşmesi ile benzer özellikleri bulunmakla beraber tam olarak simsarlık sözleşmesiyle örtüşmemektedir.<sup>150</sup> Her ne kadar ETAHS'nin ETHS'ye ait malların/hizmetlerin alıcılar nezdinde tanınırlığını arttırarak aralarında sözleşme akdetmelerine aracılık etmesi dolayısıyla simsara benzediği söylenebilirse de<sup>151</sup>, simsarlık sözleşmesinin

---

<sup>145</sup> Ekici, s. 221.; Demirel, s. 147.

<sup>146</sup> Koca Duman, s. 75.

<sup>147</sup> Çakıroğlu, s. 22. Yazara göre simsar aracılık ettiği sözleşmenin taraflarından biri cayma hakkını kullandığında almış olduğu ücreti iade etmezken Dolap uygulamasında alıcı tarafından ürün iade edildiğinde aracılık ücreti de dahil alınan tüm ücretin alıcıya iade edilmesi ETHS-ETAHS ilişkisini simsarlık sözleşmesinden ayırmaktadır.

<sup>148</sup> TBK m. 520/3 uyarınca taşınmaz satımını konu alan simsarlık sözleşmesi yazılı olarak yapılmadıkça geçerli olmayacaktır.

<sup>149</sup> Çekirdek, s. 70, dn. 52.

<sup>150</sup> Koca Duman, s. 74-75.; Demirel, s. 148.; Çakıroğlu, s. 22.; Badur/Hatipoğlu, s. 342. Yazarlara göre ETAHS-ETHS arasındaki ilişkide simsarlık sözleşmesindeki aracılıktan ziyade ETHS'nin mal veya hizmetlerinin sunumuna yönelik elektronik ortam (teknolojik altyapı) sağlanması söz konusudur.

<sup>151</sup> Kanaatimizce ETAHS, alıcı ve ETHS'ye sözleşme yapmaları için e-ticaret pazar yeri (yani bir ticaret ortamı) sağlamakla TBK m. 520'deki simsarlık sözleşmesi tanımında geçen taraflar arasında sözleşme

sürekli olmaması, simsarın ücret alacağını müvekkiliyle üçüncü kişi arasında sözleşme kurulmasından sonra doğması, ETAHS-ETHS arasındaki ilişki açısından söz konusu değildir. Dolayısıyla ilişki simsarlık sözleşmesi olarak nitelendirilemez.

## 5. Komisyonculuk Sözleşmesi Bakımından Analizi

Komisyonculuk sözleşmesi, TBK m. 532’de tanımlandığı üzere komisyoncunun kendi adına müvekkili hesabına bir kıymetli evrakın veya taşınırın alım satımını, müvekkilin de bunun mukabilinde ücret ödemeyi üstlendiği bir sözleşmedir.<sup>152</sup> Bu tanımdan hareketle müvekkilini komisyoncu ile sözleşme yapmaya iten amaç komisyoncunun bir mal veya kıymetli evrakın alımını (teminini) veya satımını gerçekleştirmesidir. Komisyoncunun temel amacı ise kendi adına, müvekkili hesabına gerçekleştirdiği alım-satım işleminden bir miktar komisyon elde etmektir. Dolayısıyla müvekkili hesabına üçüncü kişiyle bir taşınır veya kıymetli evrakın alım-satımı konusunda sözleşme yapan komisyoncu, o sözleşmeden iktisap ettiği hakları ve üstlendiği borçları müvekkiline devreder.<sup>153</sup> Bu itibarla, komisyoncu simsardan ve pazarlamacıdan farklı olarak bir sözleşmenin kurulmasına aracılık etmemektedir. Müvekkilinin dolaylı temsilcisi olarak<sup>154</sup> bizzat üçüncü kişi ile sözleşme akdetmektedir. Yani bizzat alım-satım sözleşmesinin tarafıdır. Örneğin bir otomobilin

---

kurulması imkanını sağlama edimini karşılamaktadır. İlaveten, taraflar arasında sözleşme kurulduğunda o sözleşmenin kurulmasına aracılık ettiğini söylemek de mümkündür. Zira birbiriyle aynı yerde yaşamayan, belki aynı dili konuşmayan ve ETAHS, ETHS’ye kendisine ait e-ticaret pazar yerini kullanırmısaydı bir araya gelerek sözleşme akdedemeyecek olan ETHS ve alıcılar ETAHS aracılığıyla mal/hizmet eminine ilişkin sözleşme yapabilmektedir.

<sup>152</sup> Bozer/Göle, s. 158.; Arkan, s. 247.

<sup>153</sup> Arkan, s. 249.; Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 556.

<sup>154</sup> Bozer/Göle, s. 159.

satımı konusunda müvekkili ile komisyonculuk sözleşmesi akdeden bir kişi üçüncü kişiyle otomobilin satışı hususunda sözleşme akdettiğinde bu sözleşmeden doğan satış bedelini talep hakkı ile otomobilin mülkiyetinin devri borcu komisyoncuya aittir.

ETAHS ve ETHEs arasındaki ilişki incelendiğinde, ETAHS'nin kendi adına ETHEs hesabına üçüncü kişi konumundaki alıcı ile taşınır veya kıymetli evrakın alım satımına yönelik sözleşme akdederek bu sözleşmeden kaynaklanan (şahsında doğan) hak ve borçlarını ETHEs'ye devretmekten ziyade, ETHEs'nin potansiyel alıcılarla sözleşme kurmasına e-ticaret ortamı sağladığı görülmektedir.<sup>155</sup> ETAHS, ETHEs ve alıcı arasında sözleşme kurulduğunda alıcıdan tahsil ettiği bedelden komisyonunu alarak kalan kısmını ETHEs'ye göndererek, ücret almakla, komisyoncuya benzetilebilirse de bir e-ticaret pazar yerinde bir taşınırın/kıymetli evrakın satımını ya da alımını ETHEs hesabına gerçekleştirmemesinden ötürü komisyoncu olarak nitelendirilemez.<sup>156</sup>

## 6. Acentelik Sözleşmesi Bakımından Analizi

Acente, TTK m. 102'de tanımlandığı üzere, ticari temsilci, ticari vekil, satış memuru, işletmenin çalışanı gibi, tacire bağımlı olmaksızın tacirle arasındaki sözleşmeye istinaden belirli bir yer veya bölgede sürekli olarak ticari işletmeyi ilgilendiren sözleşmelere aracılık etmeyi veya bu sözleşmeleri tacir adına akdetmeyi

<sup>155</sup> Bkz. Trendyol Üyelik Sözleşmesi m. 3.4. ([https://www.trendyol.com/uyelik\\_sozlesmesi](https://www.trendyol.com/uyelik_sozlesmesi) Erişim Tarihi: 25.06.2024). İlgili sözleşme hükmünde Trendyol isimli e-ticaret pazar yerini işleten DSM adlı ETAHS'nin, platformda satılan malların satıcısı konumunda olmadığı açıkça ifade edilmektedir.

<sup>156</sup> Çekirdek, s. 60-61.; Çakıroğlu, s. 27.; Koca Duman s.71.; Demirel, s. 151.; Ekici, s. 222.

meslek edinen kişidir.<sup>157</sup> Tanımdan da anlaşılacağı üzere esnaf işletmesi için acentelik sözleşmesi kurulamaz.<sup>158</sup> Bu nedenle tacir olmayan ETHS ile ETAHS arasındaki ilişkinin acentelik sözleşmesi olarak nitelendirilmesi mümkün değildir.<sup>159</sup> Acente, bağımsız tacir yardımcısı olduğundan çalışma usulü ve süresini kendisi belirler.<sup>160</sup> ETAHS de ETHS ile olan ilişkisinde benzer şekilde çalışma süresini ve yöntemini kendisi belirler.<sup>161</sup> İlâveten, acente ve tacir arasındaki ilişki süreklilik arz etmektedir. Başka bir anlatımla bir defaya mahsus olmak üzere sözleşme kurulmasına aracılık eden kişi acente olarak nitelendirilemez.<sup>162</sup> ETAHS-ETHS ilişkisi de acentelik sözleşmesinde aranan süreklilik unsurunu taşımaktadır. Zira ETAHS, ETHS'nin alıcılara sunduğu mal ve hizmetleri bir defaya mahsus olmak üzere -tek bir sözleşmenin kurulmasına aracılık etmek üzere- değil sürekli olarak e-ticaret pazar yerinde sergilemekte, aralarında sözleşme kurulmasına aracılık etmektedir.<sup>163</sup> Bu itibarla, acentelik sözleşmesindeki meslek edinme kriterini de sağlamaktadır.<sup>164</sup> Aksi yazılı olarak kararlaştırılmadıkça acentenin belirli bir bölge veya yerde sözleşme kurulmasına aracılık etmek konusunda tekel hakkı vardır.<sup>165</sup> Dolayısıyla, TTK m. 104

<sup>157</sup> Poroy/Yasaman, s. 289.; Bozer/Göle, s. 169.; Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 568-569.; Arkan, s. 215.

<sup>158</sup> Arkan, s. 217. Yazara göre müvekkili tacir olmayan bağımsız yardımcı acente vasfını haiz değildir.

<sup>159</sup> Örneğin tüketicinin veya esnafın mal veya hizmet teminine yönelik sözleşme akdetmesine aracılık eden ETAHS, karşı taraf tacir olmadığından, acente olarak nitelendirilemez. Çakıroğlu, s. 23.; Koca Duman, s. 73.; Çekirdek, s. 63.

<sup>160</sup> Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 569.; Arkan, s. 216.; Bozer/Göle, s. 170.

<sup>161</sup> Çakıroğlu, s. 23.; Çekirdek, s. 65.; Koca Duman, s. 73.

<sup>162</sup> Poroy/Yasaman, s. 289.; Bozer/Göle, s. 170.; Arkan, s. 217-218.; Acente ve müvekkilinin acentelik sözleşmesi kurulurken aralarındaki ilişkinin devamı niyetinde olması gerekli ve yeterli görülmektedir. Bkz. Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 579.

<sup>163</sup> Baş, K.: *Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması*, BATİDER 2017, C. 33, S. 4, s. 130.; Koca Duman, s. 73.; Çakıroğlu, s. 24.; Çekirdek, s. 65-66. Yazar ürünlerini e-ticaret pazar yerinde satan ETHS'ler ile ETAHS'ler arasındaki ilişkinin süreklilik arz ettiğini; ancak e-ticaret pazar yerinde yalnızca ürünlerinin tanıtımını yapıp satışı fiilen gerçekleştiren ETHS ve ETAHS arasındaki ilişkide süreklilik unsuru bulunmadığını ifade etmektedir.

<sup>164</sup> Çekirdek, s. 66.; Çakıroğlu, s. 24.

Booking.com, Yemeksepeti.com gibi platformlarda salt aracılık hizmeti verildiğinden bahisle meslek edinme kriterini sağladıkları değerlendirilmektedir. Bkz. Baş, s. 132.

<sup>165</sup> Poroy/Yasaman, s. 289.; Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 570.

gereği tacir kural olarak aynı bölgede/yerde faaliyet göstermek üzere bir başkasını acente tayin edemeyeceği gibi acente de tacire rakip olabilecek kişiler hesabına çalışamaz.<sup>166</sup> Ancak öğretilde, yer ve bölge kavramının salt mülki idare sınırları şeklinde anlaşılmaması ve bu konuda taraf iradelerinin esas alınması gerektiği savunulmaktadır.<sup>167</sup> ETAHS-ETHS ilişkisi acente ile tekel hakkı bağlamında kıyaslandığında ise katıldığımız görüşe göre<sup>168</sup>, belirli bir yerde faaliyet gösterme belirli bir müşteri çevresinden oluşan internet ortamı açısından sağlandığı için ETAHS-ETHS ilişkisinde tekel hakkı unsuru da sağlanmaktadır. Kanaatimizce ETAHS'nin, aynı alanda faaliyet gösteren birden çok ETHS'nin aracılığını üstlenmesi de ETHS'nin birden çok ETAHS'yi aracı tayin etmesi de acentenin tekel hakkına aykırı düşmemektedir. Zira acentenin tekel hakkını düzenleyen TTK m. 104, emredici bir hüküm olmayıp taraflarca aksi kararlaştırılabilir. Dolayısıyla ETAHS-ETHS arasındaki ilişkide de bu yönde bir karar alınması sayesinde ilişkinin acenteliğe benzediği bir diğer yönü ortaya çıkmaktadır. Acentenin ücret hakkı, aracılık ettiği sözleşmeden ya da aracılık etmese de tacire sağladığı müşteri çevresi sayesinde tacirin yaptığı işlerden doğar. Hâlbuki acenteden farklı olarak ETAHS, ETHS alıcı ile sözleşme akdettiğinde veya sözleşme akdetmese de e-ticaret pazar yerini kullandığında ücret almaktadır.<sup>169</sup> Buna ek olarak acentenin ücrete hak kazanma anı aracılık ettiği sözleşmedeki edimin ifa edildiği andır. Bu yönüyle de ETAHS-ETHS

---

<sup>166</sup> Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 570.; Arkan, s. 217.

<sup>167</sup> Bozer/Göle, s. 170.; Ayhan/Çağlar/Özdamar, s. 570. ETAHS-ETHS arasındaki sözleşmenin internet ortamıyla sınırlı bir müşteri çevresine yönelik olmasından hareketle acentelik sözleşmesinde aranan belli bir bölge ile sınırlı tekel hakkı koşulunu sağladığına dair görüş için Bkz. Çakıroğlu, s. 24.; Baş, s. 132. E-ticaret platformuna üye olsun olmasın internete erişebilen herkesin ETHS'nin mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapabildiğinden bahisle acentelik sözleşmesindeki belirli bir bölgenin tahsis unsurunun ETHS-ETAHS ilişkisinde söz konusu olmadığına dair aksi yöndeki görüş için Bkz. Koca Duman, s. 74.

<sup>168</sup> Baş, s. 132.; Çakıroğlu, s. 24. Aksi yöndeki görüş için Bkz. Çekirdek, s. 68.

<sup>169</sup> Çakıroğlu, s. 24-25.

ilişkinine benzer. Zira ETAHS de, ETHS'nin ürünü alıcı tarafından onaylanmadığında/iade edildiğinde kesmiş olduğu komisyonu iade etmektedir.<sup>170</sup> Buna karşın TTK m. 105 uyarınca acentenin aracılık ettiği sözleşmeye ilişkin ihtar/ihbar ve protestoları yapmaya, kabule ve buna ilişkin davalarda müvekkilini temsile yetkili olmasına karşın ETAHS ETHS'yi davalarda temsil etmemektedir.<sup>171</sup>

Tüm bu hususlar birlikte değerlendirildiğinde, kanaatimizce sadece tacir sıfatını haiz ETHS ile ETAHS arasındaki ilişki acentelik sözleşmesi olarak nitelendirileceğinden<sup>172</sup> ve tacir olmayan ETHS'nin taraf olduğu ilişkiye acenteliğe dair hükümler uygulanamayacağından, acentelik de ETAHS-ETHS ilişkisini nitelendirmede yeterince kapsayıcı değildir.

## **7. Vekâlet Sözleşmesi Bakımından Analizi**

Vekâlet sözleşmesi, TBK m. 502'de tanımlandığı üzere, vekilin ücret karşılığında veya ücretsiz olarak<sup>173</sup> müvekkilinin bir işini görmeyi ya da bir işlemini yapmayı, sonucun gerçekleşmemesinden sorumlu olmaksızın,<sup>174</sup> taahhüt ettiği sözleşmedir.<sup>175</sup> Vekâlet sözleşmesine ilişkin kanun hükümleri bünyesine uygun düştüğü ölçüde Kanun'da düzenlenmemiş diğer iş görme sözleşmelerine de

---

<sup>170</sup> Çakıroğlu, s. 25.

<sup>171</sup> Çakıroğlu, s. 25.

<sup>172</sup> Katıldığımız görüş için Bkz. Bozer/Göle, s. 169.

<sup>173</sup> Vekilin ücrete hak kazanması ancak vekile ücret ödeneceğine dair sözleşme hükmü veya teamül bulunmasına bağlıdır. Bkz. Yavuz/Acar/Özen, s. 624.

<sup>174</sup> Aral, F./Ayrancı, H.: Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 16. Baskı, Ankara 2023, s. 533.

<sup>175</sup> Eren, F.: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Gözden Geçirilmiş 11. Baskı, Ankara 2023, s. 719.

uygulanır.<sup>176</sup> Vekâlet ilişkisi kural olarak süreklilik arz etmektedir.<sup>177</sup> ETAHS ve ETHS arasındaki sözleşme ise ETAHS'nin, ETHS'nin mallarının veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme akdetmesine aracılık etmesi biçimindeki bir iş görme edimi ihtiva etmesi bakımından vekâlet sözleşmesine benzerlik göstermektedir.<sup>178</sup> Bu itibarla, TBK m. 502/2 uyarınca, ETAHS-ETHS ilişkisine, bünyesine uygun düştüğü ölçüde vekâlet sözleşmesine dair hükümler uygulanabilir.<sup>179</sup> Ancak önemle vurgulamak gerekir ki bahse konu ilişkide, e-ticaret pazar yerinin kullanılması da söz konusudur. Bu ise kanaatimizce de isabetli olan görüşe göre<sup>180</sup>, vekâlet sözleşmesinde bulunmayan bir edim olduğundan sözleşme, vekâlet sözleşmesi olarak nitelendirilemez. Zira her ne kadar ETAHS, ETHS'nin işini (sözleşme kurmasına aracılık etme), e-ticaret pazar yerini kullanırmak suretiyle görmekte ise de, e-ticaret pazar yerini kullandırma da tıpkı aracılık edimi gibi ilişkinin karakteristik unsurudur. Bununla birlikte, vekâlet sözleşmesi, kural olarak ücret unsuru içermemesi özelliğiyle hem kendisine ait e-ticaret pazar yerini ücretsiz olarak ETHS'lere kullandıran (üyelik veya sanal mağaza açma ücreti almayan) ETAHS'ler ile ETHS'ler arasındaki ilişkiye, hem de üyelik ücreti alan ETAHS'ler ve ETHS'ler arasındaki ilişkiye uygulanabilir.<sup>181</sup> İlâveten, vekâlet sözleşmesinde vekil, edim sonucunun

---

<sup>176</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 720.

<sup>177</sup> Belirli bir işin görülmesini öngören, örneğin bir arabanın satışı, vekâlet sözleşmeleri süreklilik arz etmez. Ancak zamana yaygın bir biçimde gerçekleştirilebilecek edim içeren vekâlet sözleşmeleri, örneğin bir şirketin yönetilmesi, süreklidir. Bkz. Aral/Ayrancı, s. 530. Eren ise vekâlet sözleşmesini sürekli sözleşme benzeri bir sözleşme olarak nitelendirmektedir. Belirli bir mal varlığının yönetilmesi gibi işlerin görülmesine dair vekâlet sözleşmesinin sürekli edimli, sürekli olmamakla beraber yürütülmesi uzun süre alan işleri, örneğin bir davanın takibi, konu edinen vekâlet sözleşmelerinin sürekli sözleşme benzeri sözleşme olduğunu ifade etmektedir. Bkz. Eren, Borçlar Özel, s. 721-722.

<sup>178</sup> ETAHS-ETHS arasındaki sözleşmede ETAHS'nin ediminin iş görmeden ziyade e-ticaret pazar yerini kullandırma olduğuna ilişkin görüş için Bkz. Demirel, s. 142-143.

<sup>179</sup> Çakıroğlu, s. 27.; Badur/Hatipoğlu, s. 344.

<sup>180</sup> ETHS ETAHS'ye ait e-ticaret pazar yerinde bir sanal mağaza edinerek bunun karşılığında bir ücret ödemektedir. Oysa vekâlet sözleşmesinde böylesi bir ilişkiden söz edilemez. Bkz. Çakıroğlu, s. 27.; Demirel, s. 143.

<sup>181</sup> Demirel, s. 142.

gerçekleşmesini taahhüt etmediği gibi<sup>182</sup> ETAHS de ETHS'ye karşı alıcı ile sözleşme akdedeceğini taahhüt etmemektedir. ETAHS-ETHS ilişkisi, vekil ile müvekkil arasında özel güven ilişkisi bulunması ve vekâlet sözleşmesine konu işin veya işlemin vekilin şahsi vasıflarıyla yakından ilişkili olması<sup>183</sup> bakımından vekâlet sözleşmesiyle benzeşmektedir. Zira tıpkı bir avukatın belirli bir alanda uzmanlaşmış olmasının uzmanlık alanına ilişkin davasının takibi hususunda vekâlet sözleşmesi akdetmek isteyen potansiyel müvekkiller için tercih sebebi olması gibi, ETAHS'nin işlettiği e-ticaret pazar yerinin tanınırlığı, ulaştığı alıcı kitlesinin büyüklüğü, müşteriler nezdinde uyandırdığı güven, ETHS'lere sağladığı ürünlerini öne çıkarma imkanı gibi faktörler tercih sebebi olabilir.

Öte yandan ETAHS-ETHS arasındaki sözleşmenin, vekâlet sözleşmesinden ayrılan yönleri de bulunmaktadır. Vekâlet sözleşmesinde bazı durumlarda vekil kendi adına, müvekkil hesabına işlemler yaparak o işlemde doğan hak ve yükümlülükleri müvekkiline devredebilmekte ise de ETAHS, ETHS'nin mallarının/hizmetlerinin teminine yönelik olarak alıcı ile akdettiği sözleşmelerde taraf olmamakta ve o sözleşmelerden kaynaklanan hak ve borçlar şahsında ortaya çıkmamaktadır.<sup>184</sup> Bununla birlikte vekâlet sözleşmesinde vekil, sadakat yükümlülüğünün gereği olarak, üstlendiği işi müvekkilinin menfaatine ve iradesine uygun şekilde görmeliyken<sup>185</sup> ETAHS, ETHS'nin menfaatine hareket etmemekte, yalnızca kendi ticari menfaatine

---

<sup>182</sup> Vekil üstlendiği işi özenle görme yükümlülüğü altında olmakla beraber istenen sonucun gerçekleşmemesinden sorumluluğu bulunmamaktadır. Bkz. Aral/Ayrancı, s. 533.

<sup>183</sup> Vekâlet sözleşmesinde vekilin göreceği iş onun şahsı ve şahsi nitelikleri ile yakından ilişkilidir. Bkz. Eren, Borçlar Özel, s. 722.

<sup>184</sup> Çakıroğlu s. 28. Ayrıca Bkz. Trendyol Üyelik Sözleşmesi m. 3.5. (<https://www.trendyol.com/s/alici-uyelik-sozlesmesi> Erişim Tarihi: 30.06.2024). İlgili sözleşme hükmünde Trendyol isimli e-ticaret pazar yerini işleten DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.'nin satış sözleşmesinin tarafı olmadığı açıkça ifade edilmektedir.

<sup>185</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 627.

göre hareket etmektedir.<sup>186</sup> Vekilin, müvekkilinin menfaatiyle bağdaşmayan işleri alması yasaktır.<sup>187</sup> Oysa ETAHS, aynı ürünü satan birden çok ETHS'ye e-ticaret pazar yerini kullanarak alıcılarla sözleşme akdetmelerine aracılık etmektedir. Bu ise aralarındaki ilişkinin vekâlet sözleşmesinden farklı olduğu bir diğer özelliğidir.

Tüm bu hususlar göz önüne alındığında ETAHS-ETHS arasındaki ilişki, vekâlet sözleşmesine özgü özellikleri barındırsa da özellikle elektronik ticaret ortamını kullandırmayı da içermesinden ötürü, tipik bir vekâlet sözleşmesi olarak nitelendirilemez.

## **8. Kira Sözleşmesi Bakımından Analizi**

Kira sözleşmesi, TBK m. 299'da tanımlandığı üzere kiraya verenin bir şeyin kullanımını ya da kullanımıyla beraber ondan yararlanılması imkanını, belirli veya belirli olmayan bir süre için, ücret mukabilinde kiracıya bıraktığı bir sözleşmedir.<sup>188</sup> Kiralananın kullanımının devredildiği sözleşme adi kira sözleşmesi, bir şeyden veya haktan yararlanmanın devredildiği sözleşme ise ürün kirası sözleşmesidir.<sup>189</sup> İfade etmek gerekir ki adi kira sözleşmesinin konusu bir eşya olduğundan ve öğretideki çoğunluk görüşüne göre<sup>190</sup> eşyanın maddi varlığı haiz olması gerektiğinden, gayrimaddi mallar ve diğer ekonomik değerler ürün kirasına konu edilebilir.<sup>191</sup>

---

<sup>186</sup> Ekici, s. 221-222.

<sup>187</sup> Aral/Ayrancı, s. 546.

<sup>188</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 317.; Aral/Ayrancı, s. 317.

<sup>189</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 225.; Eren, Borçlar Özel, s. 317-318.

<sup>190</sup> Bkz. Birinci Bölüm, II/C/1.

<sup>191</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 324.

ETAHS-ETHS arasındaki ilişkide de ETAHS, ücret karşılığında kendisine ait e-ticaret pazar yerinin bir bölümünü ETHS'ye kullandırmayı taahhüt etmektedir. Bu yönden kanaatimizce aralarındaki ilişki adi kira sözleşmesinden ürün kirası sözleşmesine benzemektedir.<sup>192</sup> ETAHS hakkında bir eşyayı kullandırma borcundan söz edilemeye de maddi varlığı olmayan bir elektronik ticaret ortamını kullandığı açıktır. Bu itibarla, ETAHS sahibi olduğu alışveriş merkezindeki mağazaları kiraya veren bir alışveriş merkezi sahibine benzetilebilir. Ancak, kiraya verenden ETHS ve alıcılar arasında sözleşme kurulmasına aracılık etmesi bakımından ayrılmaktadır.<sup>193</sup> Kiraya verenin kiralananı kiracının kullanımına hazır bulundurma edimi, ETAHS-ETHS arasındaki sözleşme ilişkisinde de mevcuttur. Zira ETAHS'nin e-ticaret pazaryerinde ETHS'nin kullanımına bıraktığı sanal mağazayı ETHS'nin sözleşme süresince erişimine açık bulundurması gerekmektedir.<sup>194</sup> ETAHS-ETHS ilişkisi kira sözleşmesi ile ücret unsuru bakımından kıyaslanırken ikili bir ayırım yapılmalıdır. Platforma üye olma sırasında e-ticaret pazar yerini kullandırmak karşılığı ücret almayıp yalnızca ETHS alıcı ile satış sözleşmesi akdettiğinde komisyon alan ETAHS ve ETHS ilişkisinde ücret unsuru sağlanmamaktadır.<sup>195</sup> Bu durumda da ilişki kira sözleşmesine

---

<sup>192</sup> Demirel, s. 133. Yazara göre taraflar arasındaki ilişki kullandırma ediminin ortak olması bakımından kira sözleşmesine benzemektedir. Bu görüşe katılmakla beraber TBK m. 299'daki tanımda yer alan “*bir şeyin kullanımını veya yararlanılmasını kiracıya bırakma*” ifadesi karşısında e-ticaret pazar yerinin eşya vasfı olmamasından ötürü ilişkinin ürün kirasına benzetilmesi daha isabetlidir.

<sup>193</sup> Bkz. Amazon.com.tr Kullanım ve Satış Şartları m. 10. (<https://www.amazon.com.tr/gp/help/customer/display.html?nodeId=GLSBYFE9MGKKQXXM> Erişim Tarihi: 26.06.2024). Sözleşme hükmüne göre Amazon satıcılara mallarını alıcılara satabilmeleri için e-ticaret pazar yerini kullandırmaktadır. Sözleşme hükmünde Amazon'un alıcı veya satıcı konumunda olmadığı (ticari vekil olduğunu) ifade etmektedir. Bu ifade Amazon'un aracı olduğuna işaret etmektedir.

Çakıroğlu, s. 29. Yazara göre e-ticaret pazar yeri alışveriş merkezinin sanal hâli gibidir.

<sup>194</sup> Demirel, s. 134.

<sup>195</sup> Örneğin Trendyol adlı e-ticaret pazar yerinde mağaza açmak isteyenlerden üyelik sırasında ücret alınmamaktadır. Bkz. (<https://akademi.trendyol.com/satici-bilgi-merkezi/detay/16> Erişim Tarihi: 27.06.2024). Çiçeksepeti adlı e-ticaret pazar yerinde de durum aynıdır. Bkz. (<https://akademi.ciceksepeti.com/sikca-sorulan-sorular/> Erişim tarihi: 27.06.2024).

değil, ancak kullanım ödöncü sözleşmesine<sup>196</sup> benzerlik gösterir.<sup>197</sup> Ancak ETHS'ler için üyeliğın ücretli olduğı e-ticaret pazar yerini işleten ETAHS ve ETHS arasındaki ilişki ücret unsurunu içermesi bakımından kira sözleşmesiyle benzeşmektedir.

Tüm bu açıklamalardan hareketle, ETAHS ve ETHS arasındaki sözleşmenin kira sözleşmesi ile benzer ve farklı yönleri bulunmaktadır. Her ne kadar ETAHS kendisine ait e-ticaret pazar yerini ETHS'ye kullanırmakta ise de bunun yanında ETHS'nin malları satıldığında kargolama süreçlerini yürütmesi, fatura düzenlemesi, alıcıdan bedel tahsil etmesi gibi özellikleri de taşıması nedeniyle kanaatimizce, ilişki kira sözleşmesi olarak nitelendirilemez.

## 9. İsimsiz Sözleşme Bakımından Analizi

İsimsiz sözleşme, herhangi bir kanunda az çok ayrıntılarıyla düzenlenmemiş, asli edimleri kanun hükümleriyle ortaya konmamış sözleşme olarak tanımlanabilir.<sup>198</sup> Bir diğer tanıma göre ise isimsiz sözleşme, tip unsurları tümüyle kanunda düzenlenmemiş olan sözleşmedir.<sup>199</sup> Bir sözleşmenin isminin kanunda geçmesi, onu tek başına isimli hâle getirmez.<sup>200</sup> Zira isimsiz sözleşmelere isimsiz denmesinin nedeni, bir isimlerinin olmaması değil, esaslı unsurlarının kanunda detaylıca

<sup>196</sup> Kullanım ödöncü sözleşmesi ödünç verenin bir şeyin veya hakkın kullanımını karşılıksız olarak ödünç alana bırakmayı; ödünç alanın da sözleşme konusunu geri vermeyi üstlendiğı bir sözleşmedir. Bkz. Yavuz/Acar/Özen, s. 377-378.; Aral/Ayrancı, s. 417.

<sup>197</sup> Demirel, s. 135.

<sup>198</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 949.

<sup>199</sup> Gümüş, M. A.: Borçlar Hukuku Özel Hükümler Kısa Ders Kitabı, 2. Baskı, İstanbul 2017, s. 4.

<sup>200</sup> Aral/Ayrancı, s. 79.; Eren, Borçlar Özel, s. 949-950.

düzenlenmemiş olmasıdır.<sup>201</sup> İsimsiz sözleşmeler; karma sözleşmeler, bileşik sözleşmeler ve kendine özgü (*sui generis*) sözleşmeler olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Karma sözleşmeler kanunda düzenlenmiş çeşitli sözleşmelere özgü unsurların (asli edimlerin) kanunun öngörmediği biçimde<sup>202</sup> bir araya getirilmesiyle oluşan sözleşmelerdir.<sup>203</sup> Bileşik sözleşmeler, hukuken birbirinden bağımsız iki veya daha fazla sözleşmenin niteliklerini kaybetmeden ve geçerlilikleri ile mevcudiyeti birbirine bağlı olacak şekilde bir araya getirilmesinden oluşan sözleşmelerdir.<sup>204</sup> Kendine özgü (*sui generis*) sözleşmeler ise asli edimleri hiçbir isimli sözleşmenin asli edimi ile örtüşmeyen sözleşmelerdir.<sup>205</sup>

ETAHS-ETHS ilişkisinin isimsiz sözleşme olup olmadığı incelendiğinde ise, her şeyden önce ETAHS'nin ETHS'ye karşı üstlendiği edimin, alıcılarla sözleşme akdetmesine aracılık etmek olduğu söylenmelidir. Ancak söz konusu aracılık edimini

<sup>201</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 949-950.; Gümüş, s. 4. Yazara göre bir sözleşmenin isimli sözleşme sayılabilmesi için kanunla asli edimleri ile asgari hüküm ve sonuçlarının düzenlenmiş olmasına ihtiyaç vardır.

<sup>202</sup> Karma sözleşmeyi atipik hâle getiren de edimlerin bir araya getiriliş şeklidir. Bkz. Serozan, R./Baysal, B./Sanlı, K. C.: Borçlar Hukuku Özel Bölüm, 3. Baskı, İstanbul 2018, s. 88.

<sup>203</sup> Kılıçoğlu, A. M.: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Genişletilmiş 3. Bası, Ankara 2021, s. 25.; Aral/Ayrancı, s. 84.; Eren, Borçlar Özel, s. 955.; Yavuz/Acar/Özen, s. 14.

Karma sözleşmeler dar ve geniş anlamda karma sözleşme olarak ikiye ayrılmakta ve kanunun öngördüğü isimli sözleşmelere ait asli edimlerin kanunun öngörmediği biçimde bir araya getirilmesi ile oluşan isimsiz sözleşmeler dar anlamda karma sözleşme, isimli ve isimsiz sözleşmelere ait asli edimlerin bir araya getirilmesi ile oluşan sözleşmeler ise geniş anlamda karma sözleşme olarak kabul edilmektedir. Bkz. Gümüş, 6.

<sup>204</sup> Serozan/Baysal/Sanlı, Borçlar Özel, s. 82.; Yavuz/Acar/Özen, s. 13-14.; Aral/Ayrancı, s. 87.; Eren, Borçlar Özel, s. 968. Öğretide bileşik sözleşme kavramı yerine bağlı sözleşme kavramı da kullanılmaktadır. Bkz. Nomer, H. N./Engin, B. İ.: Türk Borçlar Kanunu Şerhi Cilt I, Gözden Geçirilmiş 8. Baskı, Ankara 2024, s. 26. Yazarlar bileşik sözleşme yerine bağlı sözleşme kavramını kullanmaktadır.

<sup>205</sup> Kılıçoğlu, Borçlar Özel, s. 18. Yazara göre sui generis sözleşmeler kısmen ya da tamamen kanunda belirtilen özellikleri taşımayan sözleşmelerdir.

Nomer/Engin, s. 25.; Yavuz/Acar/Özen, s. 15.; Eren, Borçlar Özel, s. 965.

Kendine özgü (*sui generis*) sözleşmelerde edimlerin özü atipiktir. Karma sözleşmede ise edimlerin bir araya getiriliş şekli (kompozisyonu) atipiktir. Bkz. Serozan/Baysal/Sanlı, Borçlar Özel, s. 98.

İsimli sözleşmelere ait karakteristik edimlerin yanında kanunda düzenlenmemiş edimleri de içeren isimsiz sözleşmeleri sui generis sözleşme olarak kabul eden görüş için Bkz. Aral/Ayrancı, s. 84.

Aksi yöndeki görüş için Bkz. Eren, Borçlar Özel, s. 966. Yazar, bu görüşü, sui generis sözleşmelerle geniş anlamda karma sözleşmeler arasındaki farkı ortadan kaldırma ihtimalinden bahisle eleştirmektedir.

e-ticaret pazar yerini kullanarak ifa etmektedir. Bu hâliyle aracılık ve kullandırma edimleri birbirinden ayrı düşünülemez. Her ne kadar ETK’da ETAHS-ETHS ilişkisine atıfla “aracılık sözleşmesi” kavramı ismen geçse de Kanun’da bu sözleşmede tarafların asli edimlerinin nelerden ibaret olduğu az çok ayrıntılarıyla düzenlenmemiştir. Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik m. 15, “*Aracılık Sözleşmesinin Asgari Unsurları*” başlığını taşısa da ilgili hükümde aracılık sözleşmesi çerçevesinde ETAHS’nin ve ETHS’nin üstlendiği edimler tanımlayıcı bir dille açıklanmamaktadır. Bu nedenle öğretide, ETAHS-ETHS arasındaki sözleşmenin isimsiz sözleşme olduğu savunulmaktadır.<sup>206</sup> Bir görüşe göre<sup>207</sup> söz konusu sözleşme sui generis bir sözleşmedir. Zira aracılık edimi elektronik ortamda gerçekleşmekte ve ETAHS’nin ETHS’ye e-ticaret pazar yerini kullandırması biçiminde yürütülmekte olup, bu edim kanunda düzenlenmiş sözleşmelerden hiçbirindeki edimlere benzememektedir. Bir diğer görüşe göre<sup>208</sup> ise, ETHS’nin tacir olması hâlinde, ETAHS ile arasındaki sözleşme acentelik sözleşmesindeki asli edim olan aracılık ile kira sözleşmesindeki asli edim olan kullandırma edimini içermekle isimsiz sözleşmelerin diğer bir türü olan karma sözleşmedir.

Kanaatimizce de ETAHS-ETHS arasındaki sözleşme, sui generis bir sözleşmedir. Zira ETAHS’nin taahhüdü, ETHS’ye e-ticaret pazar yerini kullandırmak

---

<sup>206</sup> Keskin, s. 140. ETAHS-ETHS ilişkisini atipik bir iş görme sözleşmesi olarak nitelendiren görüş için Bkz. İncoğlu/Baş Süzel, s. 479.

<sup>207</sup> Özbay Özdoğru, Z.: İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketicilere Karşı Sorumluluğunun Şartları, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2021, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, s. 60.; Badur/Hatipoğlu, s. 342. ETAHS-ETHS ilişkisinin sui generis sözleşmelerden biri olan satış için bırakma sözleşmesine benzediğine ilişkin görüş için Bkz. Koca Duman, s. 79.

<sup>208</sup> Çakıroğlu, s. 31.; Demirel, s. 160. Yazara göre de ilişki bir karma sözleşmedir.

suretiyle potansiyel alıcılara mal veya hizmetlerini tanıtması ve onlarla sözleşme akdetmesi için aracılık etmektir. Bu taahhütteki aracılık e-ticaret pazar yerini ETHS'nin kullanımına açık ve hazır bulundurmadan ayrı olarak düşünülemez. ETHS ise bazen üyelik ücreti ödemektedir. Bazen ise e-ticaret pazar yerine ücretsiz üye olur ve yalnızca alıcılarla sözleşme akdetmesi hâlinde ETAHS'ye komisyon öder. Bu hâliyle ETAHS-ETHS arasında kanunda düzenlenmiş herhangi bir sözleşmedeki edimlere benzemeyen edimler ihtiva eden sui generis bir sözleşme vardır.

## **B. ETHS ile Tüketici Sifatını Haiz Alıcı Arasındaki İlişkinin Hukuki Niteliği**

ETHS ile tüketici arasında mal, hizmet veya bilgi teminine yönelik sözleşme akdedilebilmektedir. Ancak tezin kapsamı çerçevesinde, ETHS ile tüketici arasında mal teminine yönelik olarak akdedilen sözleşmenin hukuki niteliğinin açıklanmasıyla yetinilecektir. ETHS, kendisine ait e-ticaret ortamında ya da başkasına ait e-ticaret pazar yerinde alıcılarla (tüketici veya ticari/mesleki amaçla hareket eden) sözleşme akdedebilmektedir. Bu sözleşmenin konusu, bedel karşılığı bir şeyin mülkiyet ve zilyetliğinin devri olduğundan sözleşmenin satış sözleşmesi olduğu açıktır.<sup>209</sup> Zira satış sözleşmesi, TBK m. 207/1'e göre satıcının satılanın mülkiyet ve zilyetliğini alıcıya devretmeyi, alıcının da bunun mukabilinde bedel ödemeyi üstlendiği bir sözleşmedir. Satış sözleşmesinin konusu maddi varlığı olan şeyler olabileceği gibi gayrimaddi mallar ile eşya niteliği bulunmayan ekonomik değerleri haiz diğer unsurlar

---

<sup>209</sup> Çekirdek, s. 84.

da olabilir.<sup>210</sup> Bu bağlamda, ETHE ile tüketici arasında maddi varlığı olan taşınırların satışına ilişkin sözleşme kurulabileceği gibi, gayrimaddi nitelikteki dijital ürünlerin satışına ilişkin sözleşme de kurulabilir.<sup>211</sup>

Sözleşme elektronik araçlarla kurulduğu için ise elektronik satış sözleşmesi<sup>212</sup> niteliğindedir.<sup>213</sup> Ancak söz konusu sözleşmenin alıcı tarafı tüketici olduğunda sözleşme mesafeli sözleşme olarak nitelendirilir.<sup>214</sup> Başka bir anlatımla, TKHK m. 48'e ve Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m. 4/1/e'ye göre tüketiciyle satıcı konumundaki ETHE arasındaki sözleşme, mesafeli sözleşmedir.<sup>215</sup> Zira sözü edilen hükme göre bir tarafını tüketicinin, diğer tarafını satıcının oluşturduğu tarafları eş zamanlı olarak fiziken bir araya gelmeksizin uzaktan iletişim araçlarıyla kurulan mal veya hizmet teminine yönelik sözleşmeler mesafeli sözleşmelerdir. Bu bağlamda, B2C ve G2C e-ticaret kapsamında gerçekleştirilen satışlar mesafeli sözleşmedir.<sup>216</sup>

<sup>210</sup> Söz konusu hükümde geçen “mülkiyet ve zilyetliğin devri” ifadesinden yola çıkılarak yalnızca maddi varlığı olan malların satış sözleşmesine konu edilebileceği düşünülebilirse de Eren satış sözleşmesine gayrimaddi malların, örneğin hakların, da konu edilebileceğini savunmaktadır. Yazar satış sözleşmesini “Alıcının ödemeyi üstlendiği bir bedel karşılığında satıcının, satılan bir mal üzerindeki hakkı ona devretmeyi borçlandığı sözleşme” olarak tanımlamaktadır. Bkz. Eren, Borçlar Özel, s. 26-27.

Aral/Ayrancı da TBK m. 207/1'de “satılan” kelimesinin kullanılmasıyla satış konusunun maddeselliği daha az vurgulanarak gayrimaddi mallar ve eşya ötesi değerlerin satışının da satış sözleşmesi tanımı içine alındığını değerlendirmektedir. Bkz. Aral/Ayrancı, s. 94.

<sup>211</sup> Konuya ilişkin detaylı açıklamalar için Bkz. Birinci Bölüm, II/C/1.

<sup>212</sup> Elektronik sözleşme taraflardan en az birinin sözleşme kurmaya yönelik irade beyanını ses, görüntü gibi verilerin sayısallaştırılmasıyla oluşturulduğu ve bu şekilde açıklandığı, yani elektronik ortamda kurulan sözleşmelerdir. Bkz. Sağlam, s. 71-72.

<sup>213</sup> Çekirdek, s. 88-89. Yazara göre, Sahibinden.com gibi web sitelerinde mülkiyeti kendilerine ait olmayan şeyleri satışa sunan (satış ilanını veren) kişiler, hizmet sağlayıcı sıfatını taşıyabilirler bunlarla alıcılar arasında satış sözleşmesi kurulmamaktadır. Başka bir anlatımla, Sahibinden.com adlı web sitesine örneğin bir cep telefonunun satışı için ilan yükleyen bir kişi ETK anlamında hizmet sağlayıcı olarak nitelendirilebilirse de ilanını yayınladığı malın mülkiyeti kendisine ait değilse, ürünü satan kendisi olmadığından, mülkiyeti cep telefonunun maliki devredeceğinden, alıcıyla arasında satış sözleşmesi kurulmayacaktır. Dolayısıyla, kanaatimizce, siteye ilan yükleyen kişi, ETK anlamında, bir hizmet sağlayıcı olsa da kendisine ait malın teminini gerçekleştirmediğinden ETHE sıfatını haiz değildir. Bu durum Sahibinden.com adlı web sitesini işleten kişinin ETHE sıfatını etkilemeyecektir.

<sup>214</sup> İncoğlu/Baş Süzel, s. 479.

<sup>215</sup> Keskin, s. 124.; Demirel, s. 173-174.

<sup>216</sup> Arslan, s. 97.

Dolayısıyla satıcı konumundaki ETHS ile tüketici arasındaki sözleşmeye öncelikle TKHK'daki ve ikincil mevzuattaki mesafeli sözleşmelere ilişkin hükümler uygulanacaktır.<sup>217</sup>

## **C. ETAHS ile Tüketici Sifatını Haiz Alıcı Arasındaki İlişkinin Hukuki Niteliği**

### **1. Genel Bakış**

E-ticaret pazar yerine erişim sağlayabilmek için zorunlu olmamakla beraber<sup>218</sup>, ETAHS ile tüketici sıfatını haiz alıcı arasında genellikle “Kullanıcı Sözleşmesi (*User Agreement*)”, “Üyelik Sözleşmesi” gibi isimler altında çerçeve sözleşmeler<sup>219</sup> kurulmaktadır. Bir görüşe göre, bu sözleşme kapsamında ETAHS'nin asli edimi tüketiciye e-ticaret pazar yerinde güvenli bir alışveriş ortamı sağlamaktır. ETAHS'nin tüketiciye e-ticaret pazar yerini kullanarak ETHS'lerle sözleşme kurmasına aracılık etmesi ise, örtülü olarak kurulan ayrı bir sözleşmenin konusu olarak görülmektedir.<sup>220</sup> Buna göre çerçeve sözleşmedeki güvenli alışveriş ortamı sunma edimi, hiçbir isimli sözleşmede var olmadığından çerçeve sözleşme sui generis bir sözleşmedir.<sup>221</sup> Sözü

---

<sup>217</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s. 280.

<sup>218</sup> Koca Duman, s. 67.

<sup>219</sup> İnceoğlu/Baş Süzel, s. 478. Yazarlara göre bu çerçeve sözleşme uyarınca ETAHS (Makalede makalenin yayımlandığı tarihte yürürlükte olan mevzuata uygun olarak “aracı hizmet sağlayıcı” kavramı kullanılmaktadır.) tüketiciye karşı kişisel verilerini koruma ve kredi kartı ile ödemelerde kredi kartı bilgilerinin korunması borçları altına girmektedir.

<sup>220</sup> Çelenkoğlu, s. 93. Yazara göre tüketici ile ETHS arasında mesafeli sözleşme kurulduğunda ETAHS ile tüketici arasında mesafeli sözleşmenin kurulmasına ve ifasına yönelik ayrı bir sözleşme kurulmaktadır.

<sup>221</sup> Koca Duman, s. 69.

edilen ikinci sözleşmenin asli edimi ise mesafeli sözleşmenin kurulmasına ve ifasına aracılık etmektir.<sup>222</sup> Kanaatimizce bu görüş isabetli değildir. Her ne kadar tüketicinin e-ticaret pazar yerine üye olmasına karşın herhangi bir ETHS ile mesafeli sözleşme akdetmemesi ihtimal dahilinde olsa da tüketici ile ETAHS arasındaki üyelik sözleşmesinde ETAHS'nin aracılık edimini ifa edeceği hususunda mutabakata varılmış olması gerekli ve yeterli olup, ETHS-tüketici arasında sözleşme kurulması şart değildir. Bu nedenle kanaatimizce tüketici ETAHS ile yalnızca tek bir üyelik sözleşmesi akdetmektedir. Bu sözleşme kapsamında ETAHS, tüketici sıfatını haiz alıcıya e-ticaret pazar yerini güvenli şekilde kullanarak üçüncü taraf ETHS'ler ile mal veya hizmet teminine yönelik sözleşme akdetmesine ve bu sözleşmenin ifasına aracılık etmeyi üstlenmektedir. ETAHS tüketiciyi temsilen siparişleri ve tüketicinin siparişe ilişkin taleplerini (cayma, iade talebi gibi) ETHS'ye iletmekte ve tüketiciden tahsil ettiği bedeli onu temsilen satıcıya göndermektedir. Öyle ki tüketici ETAHS'ye yaptığı ödeme ile ETHS'ye olan borcundan kurtulmaktadır. Ayrıca tüketici sistemin işleyişi için gereken kişisel verilerini ve bankacılık bilgilerini ETAHS ile paylaşmakta, ancak e-ticaret pazar yerine üyelik ücretli olmadıkça bir bedel ödememektedir.

Önemle belirtmek gerekir ki ETAHS, ETHS ve tüketici arasında akdedilen sözleşmede taraf değildir. Aksinin kabulü sözleşmenin nispiliği ilkesiyle çelişir.<sup>223</sup> Zira ETAHS aracılık ettiği sözleşmeye konu malı zilyetliğinde veya mülkiyetinde bulundurmadağı gibi, mülkiyet ve zilyetliğini alıcıya geçirmemektedir.<sup>224</sup> Bir ihtimal

---

<sup>222</sup> Özbay Özdoğru, s. 33-37.; Çelenkoğlu, s. 93-94.

<sup>223</sup> İnceoğlu/Baş Süzel, s. 478-479.; Özbay/Özdoğru, s. 43.

<sup>224</sup> ETAHS'nin satış sözleşmesinin tarafı olmadığı e-ticaret pazar yerlerinin üyelik sözleşmelerinde de açıkça ifade edilmektedir. Bkz. Trendyol üyelik sözleşmesi m. 3.4 ([https://www.trendyol.com/uyelik\\_sozlesmesi](https://www.trendyol.com/uyelik_sozlesmesi) Erişim Tarihi: 20.07.2024).

olarak ETAHS'nin kendisine ait malları satışa sunabileceği ve dolayısıyla satıcı sıfatını haiz olabileceği düşünülebilirse de ETK Ek m. 2/1/a'ya göre ETAHS'nin kendisine ait e-ticaret pazar yerinde kendi markasını veya ekonomik bütünlük içinde olduğu kişilerin markasını taşıyan malları satışa sunması hukuken mümkün değildir. Ancak kendi markasını veya ekonomik bütünlük içinde olduğu kişilerin markasını taşımayan malları satması mümkündür. Bu durumda ise ETAHS aracılık faaliyeti yürütmediğinden ETAHS değil ETHS konumunda olacaktır. Bu konu ETAHS'nin satıcının ayıplı maldan sorumluluğu çerçevesinde sorumlu tutulup tutulamayacağının inceleneceği tezin üçüncü bölümünde detaylandırılacaktır. Bu başlık altında sadece ETAHS ile tüketici arasındaki, mesafeli sözleşme kurulmasına ve ifasına e-ticaret pazar yerini kullandırmak suretiyle aracılık etme edimini içeren, üyelik sözleşmesinin hukuki niteliği analiz edilecektir.

## **2. İlişkinin Hukuki Niteliğinin Analizi**

### **a) Hizmet Sözleşmesi Bakımından Analizi**

Hizmet sözleşmesi, TBK m. 393'te tanımlandığı üzere işçinin bir işi belirli veya belirli olmayan bir süre için işverene bağımlı olarak görmeyi; işverenin de buna mukabil ücret ödemeyi taahhüt ettiği sözleşmedir.<sup>225</sup> Ancak önemle belirtmek gerekir ki hizmet sözleşmesinde işçinin kişisel becerileri, deneyimi, yetkinliği ön planda olduğundan işçinin gerçek kişi olması gerekir. Yani tüzel kişiler hizmet sözleşmesinin

---

<sup>225</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 545-546.

işçi tarafında olamaz.<sup>226</sup> ETAHS'nin sunduğu aracılık hizmeti, bir iş görme niteliğinde olsa da ETAHS'ler genellikle gerçek kişi değil tüzel kişilerdir. Bu nedenle ETAHS-tüketici ilişkisi hizmet sözleşmesinden ayrılmaktadır. İlişkinin hizmet sözleşmesinden ayrıştığı bir diğer özelliği de hizmet sözleşmesinde işçi işverene bağımlı olarak -yani onun hiyerarşisi altında ve talimatlarına uygun olarak- iş görme edimini ifa ederken, ETAHS tüketiciye bağımlı olarak faaliyet göstermemektedir.<sup>227</sup> Söz gelimi, tüketicinin ETAHS'nin çalışma saatlerini tayin etmesi söz konusu değildir. Bir diğer fark ise hizmet sözleşmesinde zorunlu unsur olan ücret unsurunun<sup>228</sup>, üyelik ücreti alan ETAHS'ler ve tüketici arasında kurulan ilişkiler hariç, ETAHS-tüketici ilişkisinde bulunmamasıdır.<sup>229</sup> Tüm bu nedenlerden ötürü ETAHS-tüketici ilişkisinin hukuken hizmet sözleşmesi olarak nitelendirilmesi mümkün değildir.

## **b) Vekâlet Sözleşmesi Bakımından Analizi**

Vekâlet sözleşmesinin tanımı ve özelliklerine ilişkin detaylı açıklamalar yukarıda yapılmıştı.<sup>230</sup> ETAHS-tüketici ilişkisinin hukuki niteliği vekâlet sözleşmesi bakımından analiz edildiğinde, ETAHS tüketiciyle olan ilişkisi çerçevesinde tüketiciyi temsilen aracılık ettiği mesafeli sözleşmeden doğan talep ve bildirimlerini ETHS'ye iletmediği için ETAHS-tüketici ilişkisi vekâlet sözleşmesiyle benzeşmektedir.<sup>231</sup> Ayrıca vekâlet sözleşmesinde ücretin zorunlu unsur olmamasının ETAHS-tüketici ilişkisiyle

---

<sup>226</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 546.

<sup>227</sup> Demirel, s. 166.

<sup>228</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 468. Yazarlara göre ücret unsuru içermeyen bir iş görme sözleşmesi hizmet sözleşmesi olarak değil; ancak vekâlet sözleşmesi olarak nitelendirilebilir.

<sup>229</sup> Demirel, s. 166.

<sup>230</sup> Bkz. İkinci Bölüm, II/A/7.

<sup>231</sup> Özbay Özdoğru, s. 40.

örtüştüğü söylenebilir.<sup>232</sup> Bununla beraber vekil sonuç taahhüdünde bulunmadığı gibi ETAHS de sözleşme görüşmelerine aracılık ettiği sözleşmenin kurulacağı veya ifa edileceği konusunda taahhüt altına girmemektedir. Ancak öğretide vekâlet sözleşmesinde müvekkilin dilediği zaman temsil yetkisini geri alabilmesinin tüketici açısından ETAHS ile olan ilişkisinde mümkün olmadığı; zira tüketicinin, ETAHS'nin aracılığı olmaksızın ETHS ile iletişime geçemeyeceği öne sürülmektedir. Buna dayanılarak ETAHS-tüketici ilişkisinin vekâlet sözleşmesinden ayrıştığı savunulmaktadır.<sup>233</sup> Kanaatimizce vekâlet sözleşmesinde olduğu gibi ETAHS-tüketici ilişkisinde de tüketicinin üyeliğini sonlandırması hukuken mümkündür. Tüketicinin ETHS'ye ETAHS'nin aracılığı olmaksızın ulaşmasının önündeki sistemsal engeller ise başka bir tartışmanın konusudur.

Ancak belirtmek gerekir ki ETAHS-tüketici ilişkisinin vekâlet sözleşmesi olarak nitelendirilmesi, özellikle ETAHS'nin ETHS ile de arasında bir aracılık sözleşmesi olduğu dikkate alındığında, menfaat çatışması doğurma riski taşımaktadır.<sup>234</sup> Bununla beraber ETAHS'nin üstlendiği edim tüketiciye e-ticaret pazar yerini kullandırmayı da içerdiğinden vekâlet sözleşmesi olarak nitelendirilemez. Yine de iş görme edimi olan aracılık etme edimini içeren inceleme konusu ilişkiye TBK m. 502/2 gereğince, vekâlet sözleşmesine ilişkin hükümler bünyesine uygun düştüğü ölçüde uygulanabilir.<sup>235</sup>

---

<sup>232</sup> Özbay Özdoğru, s. 41.; Çelenkoğlu, s. 95.

<sup>233</sup> Özbay Özdoğru, s. 41-42. Yazara göre tüketicinin e-ticaret pazar yerine bir kere üye olup ETHS ile mesafeli sözleşme akdetmesinden sonra mesafeli sözleşmenin ifası aşamasında ETHS'lerle (satıcı/sağlayıcılar) bizzat iletişime geçerek cayma, iade gibi taleplerini yöneltemediğinden mesafeli sözleşme kurulduktan sonra üyeliğini sonlandırması/devre dışı bırakması sistemin işleyişi bakımından mümkün değildir.

<sup>234</sup> Çelenkoğlu, s. 95, dn. 356.

<sup>235</sup> Özbay/Özdoğru, s. 43.

### c) İsimsiz Sözleşme Bakımından Analizi

İsimsiz sözleşmenin tanımı ve özellikleri yukarıda<sup>236</sup> açıklanmış olup bu başlık altında bahsi geçen açıklamalara atıf yapmakla yetinilecektir. ETAHS-tüketici arasındaki üyelik sözleşmesi e-ticaret pazar yerinin alıcının kullanımına (erişimine) sunulması yoluyla güvenli bir alışveriş ortamında üçüncü taraf ETHS'lerle mesafeli sözleşme kurmasına aracılık etme edimini içeren bir sözleşmedir. Ancak söz konusu sözleşme tüketiciye farklı ödeme seçenekleri sunma, ürün önerisi yapma gibi edimleri de ihtiva edebilir. Bu nedenle öğretideki bir görüşe göre ETAHS-tüketici arasındaki sözleşme, kanunda yer alan hiçbir isimli sözleşmeye benzememektedir. Dijital ekonominin ihtiyaçlarına yanıt vermek maksadıyla sözleşme özgürlüğü çerçevesinde kurulan sui generis bir sözleşmedir.<sup>237</sup>

### d) Abonelik Sözleşmesi Bakımından Analizi

Abonelik sözleşmesi, TKHK m. 52/1'de ve Abonelik Sözleşmeleri Yönetmeliği m. 4/1/a'da tanımlandığı üzere, tüketicinin belirli bir mal veya hizmeti sürekli veya düzenli olarak edinmesini konu alan sözleşmedir. Bu tanımlarda abonelik sözleşmesinde “ücret unsurunun” varlığına işaret eden bir ifade bulunmasa da öğretide yapılan bir diğer tanımlamaya göre, abonelik sözleşmesi satıcı/sağlayıcının bir mal veya hizmetin sürekli veya düzenli periyotlarla teminini; tüketicinin de karşılığında

---

<sup>236</sup> Bkz. İkinci Bölüm, II/A/9.

<sup>237</sup> Çekirdek, s. 83.; Özbay Özdoğru, s. 42.

belirli veya belirlenebilir olan bir ücreti ödemeyi üstlendiği sözleşmedir.<sup>238</sup> Her ne kadar hayatın olağan akışında bir mal veya hizmetin sürekli veya düzenli aralıklarla sunulmasının ücret karşılığı olması beklenirse de Abonelik Sözleşmeleri Yönetmeliği m. 4/1/d'ye göre, abonelik sözleşmesinin konusu hizmet sunma olduğunda, karşılığının “ücret” veya “başkaca menfaat olması” mümkündür. ETAHS-tüketici ilişkisi incelendiğinde, ETAHS'nin tüketiciye e-ticaret pazar yerini kullandırması ve bununla birlikte bazı ek hizmetler sunması dikkate alındığında, aralarında abonelik sözleşmesine benzer şekilde hizmet sunma ve hizmet alma olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, öğretilde aksi yönde görüş bulunsa da<sup>239</sup> kanaatimizce abonelik sözleşmesindeki süreklilik veya düzenli aralıklarla sağlanma unsuru ETAHS ile tüketici arasındaki ilişkide de mevcuttur. Zira aralarındaki sözleşme çerçevesinde ETAHS, e-ticaret pazar yerini geçici süreliğine değil zamana yaygın şekilde tüketicinin erişimine (kullanımına) açık hâlde tutmakta ve ETHS'lerle sözleşme akdetmesi ile bu sözleşmeden doğan taleplerini ETHS'ye iletmesine aracılık etmektedir.

Ayrıca, ETAHS-tüketici arasındaki sözleşme çerçevesinde tüketici genellikle e-ticaret pazar yeri niteliğindeki web sitelerine ücretsiz olarak üye olmaktadır. Buna karşın adı, soyadı, adresi gibi kişisel verilerini ETAHS ile paylaşmaktadır. ETAHS platformdaki çerezler vasıtasıyla da tüketicinin alışveriş tercihleri hakkında bilgi edinerek reklamcılık ve sair ticari amaçlarla/gelir getirici şekilde bu bilgileri

---

<sup>238</sup> Türker, S.: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Abonelik Sözleşmeleri, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2020, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 16-17.

<sup>239</sup> Demirel, s. 163. Yazara göre, e-ticaret pazar yerini kullandırmanın sürekliliği hususunda ETAHS herhangi bir taahhüt altına girmediğinden ve taraflar sözleşmeyi dilediği zaman tek taraflı olarak sona erdirebildiğinden ötürü ETAHS-tüketici arasındaki sözleşme abonelik sözleşmesindeki süreklilik unsurunu sağlamamaktadır.

kullanabilir.<sup>240</sup> Bu hâliyle, ETAHS ile tüketici arasındaki sözleşme, ücret içermese de ücret yerine geçen bir ekonomik değer olan kişisel verilerin aktarımını içermekle, hizmeti konu alan abonelik sözleşmesindeki ücret veya menfaat unsurunu da sağlamaktadır. Zira ETAHS ekonomik değeri haiz bu verileri e-ticaret pazar yerini tüketiciye kullandırmasıyla elde etmektedir.

Bununla birlikte, Abonelik Sözleşmeleri Yönetmeliğinin “Sözleşmenin Şekli” başlıklı 5. maddesine göre, abonelik sözleşmesinin yazılı veya mesafeli olarak kurulması mümkündür. ETAHS-tüketici arasındaki sözleşme, e-ticaret pazar yerinde mesafeli olarak kurulduğu için, abonelik sözleşmesinin şekil şartını da sağlamaktadır. Abonelik sözleşmesi tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme olup<sup>241</sup>, aynı Yönetmeliğin abonelik sözleşmesinin içeriğini düzenleyen 6. maddesinin 1. fıkrasının j) bendine göre, tüketicinin temerrüde düşmesinin hukuki sonuçlarına ilişkin bilginin abonelik sözleşmesinde bulunması zorunludur. Bu özelliğin ETAHS-tüketici ilişkisinin bünyesine uygun düşüp düşmediğinin ise ücretli ve ücretsiz e-ticaret pazar yerleri bakımından ikili bir ayırım yaparak değerlendirilmesi gerekmektedir. Tüketicinin ücretsiz üye olduğu e-ticaret pazar yerlerinde ETAHS ve tüketici arasında kurulan ilişkide, her ne kadar ücretin yerine geçen kişisel veri paylaşımı söz konusu olsa da temerrüt ve temerrüde bağlanan hukuki sonuçların (örneğin para borçlarında söz konusu olan temerrüt faizi) uygulanması mümkün olmadığından sözleşmenin zorunlu içeriğinde yer alması gereken temerrüdün sonuçları sözleşmeye eklense dahi sonuç doğurmayacaktır. Başka bir deyişle, her ne kadar tüketicinin paylaştığı kişisel veriler ETAHS’nin sunduğu hizmetin karşılığı olan bir ekonomik menfaat olarak

---

<sup>240</sup> Özbay Özdoğru, s. 40.

<sup>241</sup> Türker, s. 30.

değerlendirilebilirse de tüketicinin kişisel verilerini paylaşmaması temerrüde düşmesi sonucunu doğurmaz. Kaldı ki tüketici e-ticaret pazar yerine üye olurken peşinen kişisel verilerini ETAHS ile paylaşmakla yükümlü olduğundan -bu verileri paylaşmaksızın e-ticaret pazar yerine üye olamamaktadır<sup>242</sup> tüketicinin kişisel verilerini paylaşma edimi, ETAHS'nin e-ticaret pazar yerini kullandırma ediminden önce muaccel olmaktadır. Bu da pratikte temerrüdün ve buna bağlı sonuçların gerçekleşmeyeceğinin bir diğer göstergesidir. Dolayısıyla Abonelik Sözleşmesi Yönetmeliği m. 6/1/j'de sözleşmenin zorunlu içeriği arasında sayılan “tüketicinin temerrüde düşmesinin sonuçları” sözleşmede yer alsa dahi uygulanamayacaktır. Ancak bu durum, ETAHS-tüketici arasındaki ilişkinin hizmet alımını konu alan ve ücret unsurunun yerini ekonomik değeri haiz kişisel verilerin aldığı bir abonelik sözleşmesi olarak nitelendirilmesini engellemez. Zira Yönetmelik m. 6/2 uyarınca 1. fıkra da öngörülen zorunlu içeriğin sözleşmede bulunmaması abonelik sözleşmesinin geçerliliğini etkilemeyecektir. Aynı şekilde ilişkinin abonelik sözleşmesi olarak nitelendirilmesini de engellemeyecektir. E-ticaret pazar yerine üyelik ücretinin ödendiği ihtimalde ise tüketicinin ücret ödeme ediminde temerrüde düşmesi mümkündür. Dolayısıyla kanaatimizce hem ücretli hem de ücretsiz e-ticaret pazar yerlerinde tüketici sıfatını haiz alıcı ile ETAHS arasında kurulan sözleşme hizmet sunumuna yönelik bir abonelik sözleşmesi niteliğindedir.

---

<sup>242</sup> Bkz. Trendyol Üyelik Sözleşmesi m. 3.1. ([https://www.trendyol.com/uyelik\\_sozlesmesi](https://www.trendyol.com/uyelik_sozlesmesi) Erişim Tarihi: 21.12.2024). İlgili hükümde sözleşme hükmüne göre üyenin platformu kullanabilmesi için platformda kendisinden istenen bilgileri tam, doğru ve güncel olarak paylaşması, alıcının yükümlülüğü olarak düzenlenmiştir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ELEKTRONİK TİCARET ARACI HİZMET SAĞLAYICININ TÜKETİCİYE KARŞI AYIPLI MALDAN DOĞAN SORUMLULUĞU

#### I. SATICININ SÖZLEŞMESEL SORUMLULUĞU ÇERÇEVESİNDE AYIPTAN SORUMLULUĞU BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

##### A. Satıcının Ayıptan Sorumluluğu

##### 1. Genel Olarak

##### a) Satıcı Kavramı

Satıcı kavramı TBK’da tanımlanmış değildir. Ancak TBK m. 207/1’e göre satış sözleşmesi satıcının alıcının bedel ödemesi karşılığında satılanın mülkiyet ve zilyetliğini devretme borcu altına girdiği bir sözleşmedir. Bu tanımdan yola çıkarak satıcı, satılanın mülkiyet ve zilyetliğini bedel ödemesi karşılığında bir başkasına devretmeyi üstlenen kişi olarak tanımlanabilir. TKHK m. 3/1/i’de ise satıcı, ticari veya mesleki amaçla tüketiciye mal sunan veya mal sunan adına yahut hesabına hareket eden gerçek ve tüzel kişi olarak tanımlanmaktadır. Bu hükme göre kamu tüzel kişileri de satıcı sıfatını haiz olabilir. Satıcı adına veya hesabına hareket eden kişiler her ne

kadar satış sözleşmesinin tarafı olmasa da, yalnızca sözleşmenin kurulmasına aracılık etmiş olsa da, TKHK m. 3/1/i anlamında satıcı sayılmaktadır. Söz gelimi bağımsız tacir yardımcılarında acente de TKHK anlamında satıcı sayılmaktadır.<sup>243</sup> Belirtmek gerekir ki, gelir elde etme amacıyla faaliyet yürütmeyen kişiler satıcı olarak nitelendirilmemektedir.<sup>244</sup> TKHK m. 9'a göre satıcı malı satış sözleşmesine uygun şekilde tüketiciye teslim etmekle yükümlüdür. Satış konusu malın ayıplı olması hâlinde satıcı tüketiciye karşı sorumlu olur. Önemle belirtmek gerekir ki satıcının ayıptan sorumluluğu bir kusursuz sorumluluk hâlidir.<sup>245</sup>

## **b) Ayıp ve Ayıplı Mal Kavramları**

Mal, TKHK m. 3/1/h'de *“alışverişe konu olan taşınır eşya, konut veya tatil amaçlı taşınmaz mallar ile elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanan yazılım, ses, görüntü ve benzeri her türlü gayri maddi mallar”* olarak tanımlanmaktadır. Ayıp, satış konusunun satıcının taahhüt ettiği<sup>246</sup> veya alıcının haklı olarak beklediği gerekli nitelikleri haiz olmadığından alıcının/tüketicinin maldan sağlayacağı faydayı azaltan veya ortadan kaldıran eksiklik ve bozukluklardır.<sup>247</sup> Satıcının ayıptan sorumluluğu ise satıcının, zikrettiği niteliklerin satılarda mevcut olmamasından veya satılanın

---

<sup>243</sup> Çilci, Ç.: Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Hükümlerine Göre Ayıplı Taşınır Mal Satışı Nedeniyle Doğan Müteselsil Borçluluğun Tâbi Olduğu Hükümler, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2018, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 12.

<sup>244</sup> Kara, İ.: Tüketici Hukuku, 2. Baskı, Ankara 2021, s. 167.

<sup>245</sup> Aslan, s. 97.; Gümüş, s. 59.

<sup>246</sup> Satıcının bildirdiği vasıflar garanti sözleşmesinden farklıdır. Garanti sözleşmesi satış sözleşmesinden bağımsız bir sözleşme olup garanti sözleşmesinde garanti veren satılanın uygun nitelikleri taşımamasından ileri gelebilecek sonuçlardan sorumlu olmayı taahhüt eder. Ancak satılanın satıcının bildirdiği nitelikleri taşımaması durumundan (ayıplı olması) sorumlu olması satış sözleşmesinden kaynaklanan bir edimdir. Bkz. Aral/Ayrancı, s. 158-159.

<sup>247</sup> Kartal, İ.: *Türk Hukukunda Ayıp Kavramı*, Ankara Barosu Dergisi 2022, C. 80, S. 1, s. 40.

ekonomik değerini dūřüren yahut sōzleřme gereği ondan beklenen yararı azaltan/kaldıran eksikliklerin varlığından sorumlu olmasıdır.<sup>248</sup> Satıcının ayıptan sorumluluğunu dūzenleyen TBK m. 219'a gōre satıcının ayıptan sorumluluğu bildirdiği niteliklerin satılarda bulunmaması sebebiyle doğabileceği gibi, satılanın niteliği veya niteliğini etkileyen niceliği dolayısıyla değerini dūřüren/alıcının beklediği yararı azaltan/kaldıran maddi, hukuki, ekonomik ayıplarının varlığı nedeniyle de doğabilir. Satıcının bildirdiği niteliğin űrűnde bulunmaması nedeniyle ayıptan sorumluluğuna gidilebilmesi için nitelik eksikliğinin satılanın değerini veya kullanılabilirliğini ۆnemli ۆlűde azaltması/kaldırması řart değildir; fakat alıcının ayıp nedeniyle talep hakkını yۆneltirken dűrűstlűk kuralına uygun davranması gerekir.<sup>249</sup> Ayıbın ۆnemli olması gerekip gerekmediği konusunda fikir birliği yoktur. ۆęretide, TBK anlamında satıcının ayıptan sorumluluğunun doğması için ayıbın ۆnemli olması gerekirken<sup>250</sup> TKHK'ya gōre, ayıp ۆnemli olmasa da ayıptan sorumluluğun doğabileceği ۆne sűrűlmektedir.<sup>251</sup>

Ayıplı mal, TKHK m. 8'e gōre, satıcı tarafından reklamlar, ilanlar ve sair vasıtalarla vadedilen yahut mahiyeti gereęi objektif olarak tařıması gereken vasıflardan yoksun olmasından ۆtűrű tűketicinin bekledięi yararı saęlamayan

---

<sup>248</sup> Yavuz/Acar/ۆzen, s. 71.; Aral/Ayrancı, s. 153.; Eren, Borçlar ۆzel, s. 106.

<sup>249</sup> Aral/Ayrancı, s. 159.

<sup>250</sup> Kılıçoğlu, Borçlar ۆzel, s. 78. Yazara gōre, ayıbın ۆnemli olması hem satıcının taahhűt ettiği niteliklerin eksikliğinden hem de satılanın değeri ile alıcının ondan beklediği faydayı ortadan kaldıran ayıplardır. Satılanın değeri ile alıcının ondan beklediği faydayı azaltan ayıplar ise, ۆnemli ۆlűde olmak kaydıyla ۆnemli ayıp niteliğindedir. Yavuz/Acar/ۆzen, s. 75.; Bildirilen niteliklerin eksikliği biçimindeki ayıp ۆnemli olmasa dahi satıcının sorumluluğunu doğurur. Bkz. Tutumlu/Tutumlu, s. 91.

<sup>251</sup> abri, S.: Tűketicinin Korunması Hakkında Kanun řerhi, 2. Baskı., Ankara 2021, s. 293.; ۆzdemir, Tűketicici Hukuku Davaları, s. 146.; Arslan, s. 185. Yazara gōre ayıbın ۆnemsiz olması yalnızca tűketicinin sōzleřmeden dōnme hakkını kullanamamasına yol açar. TKHK'ya dayalı olarak satıcının ayıplı maldan sorumluluęuna gidilebilmesi için de ayıbın ۆnemli olması gerektięi yۆnűndeki gōrűř için Bkz. İnal, H. T.: 6502 Sayılı Tűketicinin Korunması Hakkında Kanun'a Gōre Hazırlanmış Tűketicici Hukuku, Gۆzden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 3. Baskı, Ankara 2014, s. 1039.

maldır.<sup>252</sup> Vadedilen özelliklerin yokluğu nedeniyle ayıptan sorumluluğun doğması için vadedilen özelliklerin alıcının alım kararında etkili olması gerekir.<sup>253</sup> Sahte bir malın teslimi hâlinde tüketici malın sahteliğini ayırt edemeyecek durumdaysa satıcının ayıptan doğan sorumluluğuna gidebileceği kabul edilmektedir.<sup>254</sup> TKHK m. 8'e göre bir malın idari ve teknik düzenlemelere aykırılığı da ayıplı sayılmasına neden olur.<sup>255</sup> Ayrıca malın zamanında teslim edilmemesi de TKHK'da ayıp olarak nitelendirilmektedir.<sup>256</sup> Ancak katıldığımız görüşe göre<sup>257</sup> bu düzenleme isabetli değildir. Bir malın geç teslim edilmesi ayıp olarak sayılmamalı ve geç teslim durumunda TBK'daki temerrüde ilişkin hükümler uygulanmalıdır. Malın satıcı tarafından yahut onun kontrolü altında montajının hatalı olarak yapılması veya montaj talimatlarının yanlış olması neticesinde tüketicinin malı hatalı monte etmesi de TKHK bağlamında ayıp olarak kabul edilmektedir.<sup>258</sup> Bir malın objektif olarak taşınması gerekli vasıfları taşımamasına örnek olarak buzdolabının soğutmaması verilebilir.<sup>259</sup>

---

<sup>252</sup> Aslan, s. 92.

TKHK m. 8/1'e göre bir mal, taraflarca kararlaştırılan örneğe/modele uygun olmayarak ya da objektif olarak taşınması gereken özellikleri taşımayarak sözleşmeye aykırı ise ayıplıdır. Bahse konu hükmün 2. fıkrasına göre bir malın etiketinde/ambalajında/reklamlarında yer alan özellikleri haiz olmaması, teknik düzenlemelerde aranan özellikleri taşımaması, benzer (muadil) ürünlerin kullanım amacını karşılamaması, tüketicinin ondan beklediği yararı sağlamaması, hukuki veya ekonomik eksiklikler taşıması da malın ayıplı addedilmesine neden olur.

<sup>253</sup> Aslan, s. 99.

<sup>254</sup> Aslan, s. 98.

<sup>255</sup> İnal, s. 206.

Teknik düzenlemelere aykırılığın kanunun emredici hükümlerine aykırılık teşkil ederek, ayıptan sorumluluğa değil ancak, sözleşmenin kesin hükümsüzlüğüne yol açacağına ilişkin görüş için Bkz. Çabri, s. 292. Yazara göre teknik düzenlemelere aykırı malın satışı hâlinde satıcının ayıptan sorumluluğuna gidilemez. Ancak alıcı malı iade ederek satış bedelinin sebepsiz zenginleşme hükümlerine göre iadesini talep edebilir.

Teknik düzenlemelere aykırı mal satışını ayıplı mal satışı olarak nitelendiren görüş için Bkz. İnal, s. 206.

<sup>256</sup> Çabri, s. 276.; Yarg. 13. HD. T. 15.2.2018, E. 2018/36, K. 2018/1842 (Tutumlu/Tutumlu, s. 57).

<sup>257</sup> Akipek Öcal, Ş./Kara, İ.: Tüketici Hukuku Ders Kitabı, 2. Baskı, Ankara 2023, s. 81.

<sup>258</sup> Tutumlu/Tutumlu, s. 52-55.

<sup>259</sup> Polat, E.: *Borçlar-Ticaret ve Tüketici Hukuku Bakımından Ayıplı Mal Kavramının İncelenmesi*, Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi 2022, C. 8, S. 1, s. 213.

Belirtmek gerekir ki satıcının sözleşmeyle kararlaştırılan maldan başka bir malı teslim etmesi (örneğin elma yerine portakal teslimi) hâlinde ayıplı mal teslimi değil aliud teslim söz konusu olur.<sup>260</sup> Sözleşmede kararlaştırılardan daha az miktarda mal teslimi de ayıplı mal teslimi değil, eksik mal teslimi yani eksik ifadır. Bu iki durumda ise satıcının ayıptan sorumluluğundan değil borçlu temerrüdünden veya kötü ifadan söz edilir.<sup>261</sup> Kararlaştırılan mal teslim edilmekle beraber malın sözleşmede uzlaşılan nitelikleri kısmen veya tamamen taşımaması hâlinde ise satıcının ayıptan sorumluluğuna ilişkin hükümler uygulanır.<sup>262</sup> Ayrıca öğretideki genel kabul gören görüşe göre satıcının sorumluluğunu doğuran ayıplı ifa, gereği gibi ifa etmeme sayılarak TBK m. 112'nin uygulanması da mümkün olabilir.<sup>263</sup>

## **2. Satıcının Ayıptan Sorumluluğunun Koşulları**

### **a) Ayıbın Hasarın Geçiş Anında Mevcut Olması**

Satıcının ayıptan sorumluluğunun doğabilmesi için ayıbın hasarın alıcıya geçtiği anda mevcut olması gerekmektedir.<sup>264</sup> Hasar sözleşmenin kurulması ile ifası

---

<sup>260</sup> Aral/Ayrancı, s. 155.

<sup>261</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 107. Yazara göre hem parça satışında hem de çeşit satışında sözleşmede kararlaştırılardan başka bir malın teslimi ayıplı ifa değil; ancak aliud teslimidir. Bu nedenle böyle bir durumda satıcının temerrüdü veya kötü ifaya ilişkin hükümler uygulanacaktır.

<sup>262</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 108.; Aral/Ayrancı'ya göre ise parça satışlarında da çeşit satışlarında da satılanın niteliği satıcının edim yükümlülüğü kapsamında olup niteliklerin bulunmadığı (ayıplı) malın teslimi de bir kötü ifadır. Bkz. Aral/Ayrancı, s. 153-154.

<sup>263</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 72.; Zevkliler, A./Gökyayla, E.: Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, 17. Bası, Ankara 2017, s. 134.; Gümüş, s. 60.; Kılıçoğlu, Borçlar Özel, s. 100.

<sup>264</sup> Özdemir, Tüketici Hukuku Davaları, s. 148.; Eren, Borçlar Özel, s. 118.

arasında geçen sürede taraflardan herhangi birine yüklenemeyen nedenlerle satılarda meydana gelen eksilme, bozulma ve kötüleşme olarak tanımlanabilir.<sup>265</sup>

Hasarın geçişi TBK m. 208 uyarınca kural olarak taşınırlarda zilyetliğin devri; taşınmazlarda ise tescil ile olur. Dolayısıyla bu andan sonra ortaya çıkan ayıplardan satıcı ancak ayıbın kaynağı hasar alıcıya geçmeden önce de mevcutsa (örneğin teslimden önce hasta olan bir hayvanın sakat kalması) sorumlu olacaktır.<sup>266</sup> Bu da aslında gizli ayıbın varlığına işaret etmektedir. Zilyetliğin devri anında ayıbın kaynağı satılan malda mevcut olmakla birlikte, ayıp olağan bir gözden geçirmeyle ortaya çıkmamakta; daha sonra kullanım sırasında ortaya çıkmaktadır. TKHK m. 9'a dayalı olarak satıcının ayıplı maldan sorumlu tutulabilmesi için ayıbın malın tüketiciye teslimi anında bulunması ve TKHK m. 10/2'ye göre tüketicinin ayıbı bilmemesi ya da bilebilecek durumda olmaması gerekir.<sup>267</sup> TKHK m. 10/1'e göre satılanın tesliminden itibaren altı ay içinde ortaya çıkan ayıpların teslim anında da var olduğu kabul edilmektedir.

## **b) Alıcının Satılanın Ayıplı Olduğunu Bilmemesi**

Gerek TBK m. 222/1'e gerekse TKHK m. 10/2'ye göre satıcı sözleşmenin kurulduğu anda alıcı/tüketici tarafından bilinen ayıplardan sorumlu değildir. Meğerki

---

<sup>265</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 47.

<sup>266</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 74.

<sup>267</sup> Polat, s. 222-223.

sözleşme ile bunlardan sorumlu olmayı da üstlenmiş olsun.<sup>268</sup> Alıcı/tüketici sözleşmenin kurulduğu sırada satılanın ayıplı olduğunu biliyorsa veya satılana bakıp seçerken yapacağı mutlak bir gözden geçirme ile bilebilecek durumdaysa satıcı ayıptan sorumlu değildir.<sup>269</sup> Belirtmek gerekir ki satılardaki ayıbın sözleşmenin kurulduğu anda var olmadığını ispat yükü satıcının üstündedir.<sup>270</sup>

### c) Alıcının Ayıbı Kabul Etmemiş Olması

Alıcının satıcının ayıptan sorumluluğuna gidebilmesi için satılanı ayıplı olarak kabul etmemiş olması gerekir.<sup>271</sup> Satılardaki ayıbı bilmesine rağmen satıcıya bildirmemesi satış konusunu ayıplı olarak kabul ettiği şeklinde değerlendirilir.<sup>272</sup> Alıcının kabul beyanı açık olabileceği gibi örtülü de olabilir.<sup>273</sup> Söz gelimi alıcının satın aldığı vazoyu eve gelip incelediğinde bir köşesinin kırık olduğunu fark etmesine rağmen satıcıya ayıp sebebiyle yöneltebileceği talepleri yöneltmemesi örtülü kabule örnek verilebilir. Alıcının satıcıyı arayarak satılanın ayıplı olduğunu; ancak herhangi bir talebinin olmadığını açıklaması ise açık kabul örneğidir.

---

<sup>268</sup> Aral/Ayrancı, s. 162-163.

<sup>269</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 76.; Yarg. 19. HD, T. 15.05.2017, E. 2016/6207, K. 2017/3790 (Lexpera İçtihat Bankası Erişim Tarihi: 06.08.2024).

<sup>270</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 116-117.

<sup>271</sup> Gümüş, s. 73.

<sup>272</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 118.; Aral/Ayrancı, s. 163.

<sup>273</sup> Aral/Ayrancı, s. 164.

#### d) Sorumsuzluk Anlaşmasının Bulunmaması

TBK m. 221 hükmüne göre, satıcının ayıptan sorumlu tutulabilmesi için taraflar arasında satıcının ayıptan sorumlu olmayacağına dair bir anlaşmanın bulunmaması gerekir. Ancak böyle bir anlaşmanın varlığına rağmen satıcı satılanı ayıplı olarak devretmekte ağır kusurlu ise<sup>274</sup> anlaşma kesin hükümsüz olup satıcının ayıptan sorumluluğuna gidilebilir.

Belirtmek gerekir ki, ayıptan sorumluluğu kaldıran anlaşmalar, bir görüşe göre TKHK'daki ayıptan sorumluluğu düzenleyen hükümler emredici olduğundan geçersizdir.<sup>275</sup> Başka bir görüşe göre tüketici ile müzakere edilmeksizin ve dürüstlük kuralına aykırı düşecek biçimde menfaatler dengesini tüketici aleyhine bozması hâlinde TKHK m. 5/1 anlamında haksız şart olarak nitelendirilebilir ve aynı hükmün 2. fıkrasına göre kesin hükümsüzdür.<sup>276</sup> Diğer bir görüşe göre, sorumsuzluk kayıtları yazılı, açık ve anlaşılır olmak koşuluyla ve satıcının ayıbı hile veya ağır kusurla gizlememiş olması kaydıyla geçerli olacaktır.<sup>277</sup> Kanaatimizce, ayıptan sorumsuzluk kayıtları zayıf konumdaki tüketicinin durumunu ağırlaştırdığı için geçerli sayılmamalıdır. TKHK m. 10/2 gereği satıcının sorumluluğu tüketicinin bilmediği, bilebilecek durumda olmadığı ayıplarla sınırlıdır. Ayrıca satıcı, TKHK m. 12/2'ye göre

<sup>274</sup> Satıcının hileli olarak (ayıbı gizleyerek) ayıplı bir malı satması hâlinde ayıptan sorumluluğu, sorumsuzluk anlaşmasının varlığına rağmen, devam edecektir. Satıcının ağır kusurla ayıplı mal devretmesi ile kastedilen, satıcının satılarda bulunması gereken olumlu özelliklerin bulunduğu veya olumsuz özelliklerin bulunmadığı hususunda alıcıyı aldatarak sözleşmeyi yapmaya veya belirli koşulları kabul ederek yapmaya yönlendirmesidir. Bkz. Yavuz/Acar/Özen, s. 76-77.

<sup>275</sup> Özdemir, Tüketici Hukuku Davaları, s. 152.

<sup>276</sup> TKHK m. 5/3'e göre sözleşmeyi düzenleyen ETAHS sorumsuzluk kaydı olmasaydı sözleşmeyi akdetmeyeceğini öne sürerek sözleşmenin tüm hükümlerinin geçersiz sayılmasını sağlayamayacaktır. Bkz. Büyüksağış, E./Cumalıoğlu, E./Kahveci, D.: E-Ticaret ve Çevrimiçi Pazaryerleri Üzerinden Satılanın Ayıbından Sorumluluk, 1. Baskı, İstanbul 2023, s. 91-95.

<sup>277</sup> Aslan, s. 106-107.

kendisinden kaynaklanmayan mal ile ilgili reklamlarda yapılan açıklamaları bilmediğini veya bilebilecek durumda olmadığını yahut satış sözleşmesi kurulmadan açıklamanın düzeltildiğini kanıtlayarak zaten sorumluluktan kurtulabilir. Dolayısıyla satıcının sorumluluktan kurtulma imkanlarının bulunduğu da dikkate alındığında tüketici ile akdedilen sorumsuzluk anlaşmaları kesin hükümsüz sayılmalıdır.

#### **e) Alıcının Gözden Geçirme ve İhbar Külfetlerini Yerine Getirmiş Olması**

TBK m. 223'e göre alıcının satıcının ayıptan sorumluluğuna dayalı olarak talepte bulunabilmesi (seçimlik haklarını kullanabilmesi) için satılanı gözden geçirme ve varsa ayıpları bildirme külfeti bulunmaktadır. Sözü edilen hükme göre alıcı kural olarak satılanı imkan bulur bulmaz gözden geçirme külfeti altındadır. Ancak bu süre Kanun'da açıkça düzenlenmemiş olup satılanın niteliğine, ayıbın niteliğine (olayın özelliklerine) göre değişkenlik gösterir.<sup>278</sup> Alıcının olağan bir gözden geçirme ile tespit edebileceği, örneğin bir gözlük çerçevesindeki taşlardan bir kısmının düşmüş olması şeklindeki ayıp için daha kısa bir gözden geçirme süresi uygulanabilirken, enerji tasarruflu bir buzdolabının vadedilenden daha fazla elektrik sarf etmesi şeklindeki ayıp bakımından daha uzun bir gözden geçirme süresi uygulanmalıdır. Alıcının olağan gözden geçirme ile tespit edebildiği ayıpları uygun bir süre içinde satıcıya bildirmesi gerekir. "Uygun süre" ifadesi ile kastedilen ise işin ve hâlin icabına göre normal olan

---

<sup>278</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 121-122.; Yavuz/Acar/Özen, s. 77. Gözden geçirme süresi hayvan satışlarında ve ticari satışlarda kanun ile belirlenmiştir. TBK m. 224'e göre hayvan satışlarında gözden geçirme ve bildirim süresi hayvanın devralınmasından veya temerrüt hâlinde devralmada temerrüdün gerçekleşmesinden itibaren 9 gündür. Ticari satışlar için ise TTK m. 23/1/c'de satılanın tesliminden itibaren 8 gün olarak belirlenmiştir.

bir süredir.<sup>279</sup> Satılarda olağan bir gözden geçirme ile anlaşılamayacak ayıplar var ise alıcının bunları fark ettiğinde hemen satıcıya bildirmesi gerekmektedir. Aksi hâlde satılanı ayıplarıyla kabul etmiş sayılır.<sup>280</sup> Ticari satışlarda ise TTK m. 23/1/c gereğince ihbar süresi açık ayıplarda teslimden itibaren iki gün, gizli ayıplarda ise yine teslimden itibaren sekiz gündür.<sup>281</sup>

Ayıp ihbarının hukuki niteliği tartışmalıdır. Öğretideki, bizim de katıldığımız görüşe göre ayıp ihbarı bir irade açıklaması değil bir tasavvur açıklamasıdır. Yani malın ayıplı olma durumunun satıcıya haber verilmesinden ibarettir.<sup>282</sup> Ancak Yargıtay’ın ihbarın tek taraflı hukuki işlem olduğuna dair<sup>283</sup> ve hukuki işlem benzeri fiil olduğuna dair<sup>284</sup> kararları da bulunmaktadır. Belirtmek gerekir ki ihbar kural olarak<sup>285</sup> bir geçerlilik şartına tâbi olmamakla beraber alıcının ihbarda salt ayıp iddiasında bulunması yeterli değildir ve ayıbın türünü, muhteviyatını ve satılanı bu ayıpla kabul etmediğini ifade etmesi gerekmektedir.<sup>286</sup>

---

<sup>279</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 78.

<sup>280</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 125.

<sup>281</sup> Bkz. TTK m. 23/1/c. Bu hükümde yer alan bildirim sürelerinin ilk bakışta anlaşılan (aşıkâr) ayıplar için 2 gün, olağan gözden geçirme ile anlaşılabilen (açık) ayıplar için 8 gün ve gizli ayıplar için “fark edilince hemen” şeklinde uygulanması gerektiği yönündeki görüş için Bkz. Gümüş, s. 79-81.

<sup>282</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 123.; Tutumlu/Tutumlu, s. 112.; Aral/Ayrancı, s. 170.

<sup>283</sup> Yarg. 13. HD, T. 02.02.2016, E. 2018/48786, K. 2016/2505 (Tutumlu/Tutumlu, s. 112).

<sup>284</sup> Yarg. 15. HD, T. 20.06.2018, E. 2018/1965, K. 2018/2595 (Tutumlu/Tutumlu, s. 112).

<sup>285</sup> Ticari satışlarda ayıp ihbarının TTK m. 18/3’te öngörülen şekillere (noter aracılığıyla, taahhütlü mektupla, telgrafla, güvenli elektronik imza ile) uygun olarak yapılması gerektiğine ilişkin görüş bulunmakla beraber hâkim görüşe göre ticari satışlarda da ihbar geçerlilik şekline tâbi değildir. Bkz. Tutumlu/Tutumlu, s. 114-115.

<sup>286</sup> Aral/Ayrancı, s. 171.; Eren, Borçlar Özel, s. 124.

TBK'dan farklı olarak TKHK'da, tüketiciye malı gözden geçirme ve ayıbı belli süre içinde satıcıya bildirme külfeti yüklenmemiştir.<sup>287</sup> Tüketici bu külfetleri yerine getirmeden de TKHK m. 12'de öngörülen zaman aşımı süresi içinde seçimlik haklarını kullanabilir.<sup>288</sup> Bu süre taşınırlarda kural olarak, sözleşmede daha uzun bir süre kararlaştırılmadıysa veya satıcı ağır kusur veya hile ile hareket etmediyse, malın tüketiciye tesliminden itibaren 2 yıldır. Ancak Yargıtay 2021 tarihli bir kararında,<sup>289</sup> tüketicinin ihbar külfeti bulunduğu yönünde hüküm tesis etmiştir.

Mesafeli satışlarda alıcının ayıptan doğan talep haklarını kullanabilmesi için başkaca bazı külfetleri yerine getirmesi gerekmektedir. Bunlardan ilki, TBK m. 226'ya göre, satılanın teslim edildiği yerde satıcının temsilcisi yok ise satılanı koruma külfeti, bir diğeri satılanın durumunu gecikmeksizin tespit ettirmek ve satılan bozulabilir nitelikteyse, ve satıcının da menfaatine ise, satılanı mahkeme kararıyla sattırmaktır.<sup>290</sup>

---

<sup>287</sup> Çabri, s. 294. Yine de öğretide TKHK m. 83 yollaması ile bildirim sürelerine ilişkin olarak TBK m. 223'ün uygulanması gerektiği savunulmaktadır. Bkz. Tutumlu/Tutumlu, s. 116.

<sup>288</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 79.

<sup>289</sup> Yarg. 3. HD. T. 15.2.2021, E. 2020/4313, K. 2021/1452, (Özdemir, Tüketici Hukuku Davaları, s. 153, dn. 95).

<sup>290</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 126.; Erendur, s. 63.; Yavuz/Acar/Özen, s. 79-80.

### 3. Tüketicinin Seçimlik Hakları

#### a) Sözleşmeden Dönme Hakkı

TBK m. 227/1 ve TKHK m. 11/1/a'da alıcıya satılanın ayıplı olması durumunda yenilik doğuran bir hak olan sözleşmeden dönme hakkı tanınmıştır. Sözleşmeden dönme hakkı tek taraflı bir irade beyanı olup, dava yoluyla ileri sürülmesi şart değildir ve satıcıya dönme beyanı ulaştığında sözleşmeyi geçmişe etkili olarak sona erdirir.<sup>291</sup> Öğretide ayıbın önemsiz olması hâlinde sözleşmeden dönme hakkının kullanılamayacağı savunulmaktadır.<sup>292</sup> Alıcının sözleşmeden dönmesinin hukuki sonucu olarak TBK m. 229/1 uyarınca satılanı ondan elde ettiği semerelerle birlikte iade etmesi, satıcının da alıcıya satış bedelini faiziyle iade etmesi ve alıcının zararlarını tazmin etmesi gerekmektedir.<sup>293</sup> Ayrıca satıcının kusuru varsa, alıcının uğradığı dolaylı zararların tazminini talep etme hakkı vardır.<sup>294</sup>

Belirtmek gerekir ki TBK m. 227/2'ye göre satıcı satılanın ayıpsız bir mislini alıcıya vererek, alıcının zararını karşılayarak seçimlik haklarını kullanmasını

<sup>291</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 94.; Aral/Ayrancı, s. 184.; Eren, Borçlar Özel, s. 140. Yazara göre alıcı sözleşmeden dönme hakkını satıcıya yöneltip de satıcı alıcıya karşı dava açarsa dönmenin haklı olup olmadığına ilişkin söz konusu dava bir yenilik doğuran dava değil tespit davası olacaktır.

<sup>292</sup> Çabri, s. 327.; Zevkliler/Gökyayla, s. 126.

Esasen TBK m. 227/4 hükmüyle de alıcının sözleşmeden dönme hakkını kullanması durumun bu hakkın kullanılmasını haklı göstermesi şartına bağlanmıştır. Aksi takdirde hâkim satılanının onarılmasına veya satış bedelinden indirim yapılmasına hükmedebilecektir. Söz gelimi alıcı ayıplı malı başka bir biçimde kullanabilecek ise hâkim satılanın ücretsiz onarılmasına veya satış bedelinin indirilmesine hükmedebilir. Bkz. Gümüş, s. 92-93.; Zevkliler/Gökyayla, s. 128.; Kılıçoğlu, Borçlar Özel, s. 91.

<sup>293</sup> Aral/Ayrancı, s. 184-185. Yazarlara göre alıcının satılanı iade borcu sözleşmeden kaynaklanan bir borçtur. Zira sözleşmeden dönme ile satış sözleşmesi ortadan kalkmayıp yalnızca tasfiye sürecine girer. TBK m. 228/1'e göre satılan mücbir sebep, ayıp veya beklenmeyen hâlden dolayı yok olursa alıcının dönme hakkı bundan etkilenmez.

<sup>294</sup> TBK m. 229/1/3 gereğince satıcının, kusuru aranmaksızın, alıcının ayıplı mal nedeniyle uğradığı doğrudan zararları karşılama yükümlülüğü bulunmaktadır. Diğer, yani dolaylı, zararları karşılamaktan ise kusursuzluğunu kanıtlayarak kurtulabilir. Bkz. Eren, Borçlar Özel, s. 146-147.

engelleyebilir. Dolayısıyla böyle bir durumda alıcının sözleşmeden dönme hakkını kullanmasını da engelleyebilir. Önemle vurgulamak gerekir ki alıcının sözleşmeden dönme yönündeki irade açıklaması haklı bir nedene dayanmıyorsa dava açılmış olması hâlinde hâkim TBK m. 227/4 uyarınca satış bedelinin indirilmesine veya satılanın satıcı tarafından ücretsiz onarılmasına hükmedebilir.<sup>295</sup> Son olarak TBK m. 227/5'e göre satılanın değerindeki eksilme ve satış bedeli birbirine çok yakın olduğunda alıcı yalnızca sözleşmeden dönme veya ayıpsız misliyle değişim haklarını kullanabilir.<sup>296</sup>

Satılanın download yöntemiyle teslim edilen dijital bir ürün olması hâlinde (örneğin bilgisayar programı) tüketicinin sözleşmeden dönme hakkını kullanması mümkündür.<sup>297</sup> Ancak Yargıtay'a göre ayıbın sözleşmeden dönmeyi haklı kılacak nitelikte olması gerekmektedir.<sup>298</sup>

## **b) Bedelin İndirilmesini İsteme Hakkı**

Alıcının bir diğer seçimlik hakkı ise satılanı alıkoymak suretiyle satış bedelinden satılndaki değer kaybı kadar indirim yapılmasını isteme hakkıdır. Alıcının bu hakkını kullanması hâlinde sözleşme, bedele dair şartlar haricinde varlığını sürdürür ve karşılıklı alacaklara ilişkin fer'i haklar da devam eder.<sup>299</sup> Satış bedelinden

---

<sup>295</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 87.

<sup>296</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 87.

<sup>297</sup> Erendur, s. 99.

<sup>298</sup> Yarg. 23. HD, T. 15.01.2019, E. 2016/4138, K. 2019/49 (Erendur, s. 99-100). Söz konusu kararda Yargıtay'ca sözleşmeden dönme hakkının kullanılmasını haklı kılacak bir hâlin bulunmadığı ve bedelde indirim hakkının kullanılmasının hakkaniyetli olduğu yönündeki ilk derece mahkemesi kararını onanmıştır.

<sup>299</sup> Aral/Ayrancı, s. 190.

indirim oranı nispi metoda göre satış bedelinin ayıpsız malın satış bedeline oranının malın ayıpsız değeri ile çarpılması ile bulunur.<sup>300</sup> Söz gelimi ayıpsız objektif değeri 3000 (üç bin) TL olan bir sandalyenin ayıplı objektif değeri 1500 (bin beş yüz) TL ve satış bedeli de 1800 TL ise 900 (dokuz yüz) TL'nin alıcıya iade edilmesi gerekir. Mutlak metoda göre ise ayıp nedeniyle satış bedelinde yapılacak indirim tutarı satılanın ayıpsız değerinden ayıplı değerinin çıkarılması ile bulunur. Söz gelimi ayıpsız değeri 80000 TL olan bir taşınmazın ayıplı değeri 50000 TL ve satış bedeli de 80000 TL ise bedelde yapılacak indirim tutarı 30000 TL'dir.<sup>301</sup> Alıcının varsa uğradığı zararların giderilmesi için TBK m. 112-116 hükümleri çerçevesinde tazminat davası açma hakkı da bulunmaktadır.<sup>302</sup> Ancak önemle vurgulamak gerekir ki satış bedeli ile bedelde gerçekleşecek indirim birbirine çok yakın ise alıcı bedelde indirim hakkını kullanamaz. Bunun yerine sözleşmeden dönme veya ayıpsız misliyle değişim hakkını kullanabilir.<sup>303</sup>

TKHK m. 11/2 uyarınca alıcı değiştirme hakkını üretici veya ithalatçıya da yöneltebilir. Buna karşın aynı kanun hükmünün 3. fıkrasına göre ayıplı malın ayıpsız misliyle değiştirilmesi satıcı açısından orantısız güçlükler doğuracaksa alıcı ancak bedelde indirim veya sözleşmeden dönme haklarından birini kullanabilir.

Ayıplı durumdaki satılanın download yöntemiyle teslim edilen dijital bir ürün olması hâlinde tüketicinin bedelde indirim hakkını kullanmasının önünde engel teşkil eden bir mevzuat hükmü bulunmasa da öğretide dijital ürünün bozuk olmasından ötürü

<sup>300</sup> Özdemir, Tüketici Hukuku Davaları, s. 172.

<sup>301</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 103.

<sup>302</sup> Eren, Borçlar Özel, s. 154-155.

<sup>303</sup> Tutumlu/Tutumlu, s. 305.

tüketicinin ürünü kullanamayacak olmasından hareketle bu hakkın kullanılmasının fiilen mümkün olmadığı savunulmaktadır.<sup>304</sup>

### c) Ücretsiz Onarım Hakkı

Gerek TKHK m.11'de gerekse TBK m. 227/1/3'te alıcıya satılanın, satıcının sorumluluğunu doğuracak şekilde, ayıplı olması hâlinde, tüm masrafları satıcıya ait olmak üzere onarılmasını isteme hakkı tanınmıştır. Alıcının ücretsiz onarım hakkını kullanabilmesi onarımın aşırı masraf gerektirmemesine bağlıdır.<sup>305</sup>

TBK'da alıcıya ücretsiz onarım hakkının kullandırılmasından yalnızca satıcı sorumlu iken TKHK m. 11/2'de tüketiciye tanınmış olan ücretsiz onarım hakkı üretici ve ithalatçıya karşı da ileri sürülebilir. Öyle ki alıcının tüketici olması hâlinde ayıplı malın onarılmasından satıcı, üretici ve ithalatçı müteselsilen sorumludur.<sup>306</sup> TKHK m. 11/3'e göre satılanın onarımı satıcı için orantısız güçlükler doğuracaksa alıcı ancak sözleşmeden dönme ya da ayıp oranında bedelden indirim haklarını kullanabilir.<sup>307</sup>

---

<sup>304</sup> Erendur, s. 99.

<sup>305</sup> Özdemir, Tüketici Hukuku Davaları, s. 173.; Yavuz/Acar/Özen, s. 108-109.

<sup>306</sup> Üretici veya ithalatçı maldaki ayıbın malın kendisi tarafından piyasaya sürülmesinden sonra ortaya çıktığını kanıtlayarak sorumluluktan kurtulabilir. Bkz. Eren, Borçlar Özel, s. 156.

<sup>307</sup> Tüketicinin onarım talebi TKHK m. 11/4 gereğince kural olarak otuz işgünü içinde karşılanır. Eren, Borçlar Özel, s. 156.

Download yöntemiyle teslim edilen dijital ürünler açısından bu hakkın kullanılması öğretide mümkün görülmezken Yargıtay'ın bir kararı aksine işaret etmektedir.<sup>308</sup>

#### **d) Ayıpsız Misliyle Değiştirme Hakkı**

Alıcıya ayıp nedeniyle tanınan bir diğer seçimlik hak satılanın ayıpsız misliyle değiştirilmesini talep etme hakkıdır. Ancak bu hakkın kullanılması satılanın çeşit borcu olması hâlinde mümkün olup parça borcu niteliğindeki satılanların ayıplı çıkması hâlinde, aksi taraflarca kararlaştırılmadıkça, kullanılamaz.<sup>309</sup> Kaldı ki TBK m. 227/1/4'te "imkan varsa" ifadesi kullanılmaktadır.<sup>310</sup> Ayrıca ayıp nedeniyle malın değerinde önemli bir eksilme olmadığında tüketicinin ayıpsız misliyle değiştirme talebi kabul edilmemektedir.<sup>311</sup> İlâveten, alıcının ayıpsız misliyle değişim hakkını kullanabilmesi için satılanı alıcıya iade etmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, TBK m. 228-229 uygulama alanı bulacak ve satılan alıcıya yüklenebilen bir sebep dolayısıyla yok olmuşsa veya alıcı onu başkasına devretmişse ya da biçimini değiştirmişse, ancak satılanın değerindeki eksikliğin karşılığının satış bedelinden indirilmesini

---

<sup>308</sup> Yarg. 3. HD, T. 16.11.2016, E. 2016/8382, K. 2016/5049 (Erendur, s. 100). Kararda ürünün onarılamaması hâlinde sözleşmeden dönme hakkının kullanılabileceği değerlendirilmekle esasen örtülü olarak alıcının onarım hakkını kullanabileceğine işaret edilmektedir.

<sup>309</sup> Aral/Ayrancı, s. 194.

<sup>310</sup> Satılanın ayıpsız misliyle değiştirilmesi mümkün olduğu hâlde satıcı alıcıya hakkını kullandırmazsa alıcı TBK m. 125'e dayananı olarak sözleşmeden dönerek menfi zararının giderilmesini isteme ya da ifadan vazgeçip müspet zararını talep etme haklarını kullanabilir. Bkz. Erendur, s. 78.

<sup>311</sup> Yarg. 3. HD. T. 22.9.2020, E. 2020/4254, K. 2020/4590, (Legalbank Elektronik Hukuk Bankası Erişim Tarihi 06.08.2024).

isteyebilecektir.<sup>312</sup> Bununla beraber satıcının ayıpsız misliyle değiştirme hakkını kullanması hâlinde tazminat talep etme imkanı da bulunmaktadır.<sup>313</sup>

Öğretide dijital ürünlerin, ayıplı olması hâlinde çoğaltılabilir misli mal niteliğinde olduklarından bahisle, tüketicinin ayıpsız misliyle değiştirilmesini talep edebileceği savunulmaktadır.<sup>314</sup> Gerçekten de söz gelimi bozuk bir filmin bozuk olmayan bir kopyası ile değiştirilmesi mümkündür.

#### 4. Tüketicinin Tazminat Hakkı

Satılanın ayıplı olmasından dolayı tüketici sıfatını haiz alıcının seçimlik haklarından birini kullanarak veya kullanmaksızın<sup>315</sup> (bu durumda talebi TBK m. 112'ye dayanacaktır)<sup>316</sup> tazminat talep etme hakkı vardır. Alıcı, TBK m. 227/2'ye dayalı olarak maddi tazminat talebinde bulunabileceği gibi sözleşmeden dönme hakkını kullanması hâlinde TBK m. 229/1 ve m. 229/2'ye dayanarak doğrudan ve dolaylı zararlarının tazmin edilmesi talebinde de bulunabilir.<sup>317</sup> TKHK m. 11/6'ya göre tüketicinin seçimlik hakkını kullanmasından doğan masrafları seçimlik hakkını yönelttiği taraftan isteme imkanı da mevcuttur. Söz gelimi satış konusu televizyonunun elektrik kaçağı yaparak yangın çıkarması hâlinde alıcı seçimlik haklarından birini

---

<sup>312</sup> Aral/Ayrancı, s. 195.

<sup>313</sup> Erendur, s. 79.

<sup>314</sup> Erendur, s. 100.

<sup>315</sup> Yavuz/Acar/Özen, s. 110.

<sup>316</sup> Erendur, s. 93.

Alıcının TBK m. 112'ye istinaden borca aykırılık sebebiyle tazminat talebinde bulunması hâlinde satıcının kusurlu olduğunu kanıtlaması gerekir. Ancak alıcının tüketici olması hâlinde tüketici lehine kusur karinesi uygulanarak kusurun varlığı kabul edilecektir. Bkz. Tutumlu/Tutumlu, s. 344.

<sup>317</sup> Tutumlu/Tutumlu, s. 343-344.

kullanarak veya kullanmaksızın satıcıdan yangın nedeniyle malvarlığında meydana gelen zararların tazminini talep edebilir.

Tüketici sıfatını haiz alıcının maddi tazminat hakkının yanında manevi tazminat hakkı da vardır.<sup>318</sup>

## **B. ETAHS'lerin Satıcının Ayıptan Sorumluluğu Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı**

### **1. Türk Hukukunda**

#### **a) TBK'daki Satım Sözleşmesi Hükümleri Kapsamında Değerlendirme**

Satıcı kavramı TBK'da tanımlanmamıştır. Ancak TBK m. 207'deki satış sözleşmesi tanımından hareketle satıcı, alıcının bedel ödemesi karşılığında satılanın zilyetlik ve mülkiyetini geçirme borcu altında olan kişi olarak tanımlanabilir. Bir kimse satıcı olarak nitelendirildiğinde, TBK m. 219'da düzenlenen kusursuz sorumluluk hâllerinden biri olan ayıba karşı tekeffül borcundan sorumlu hâle gelmektedir. ETAHS'nin tüketici ile arasındaki sözleşme ile üstlendiği edim

---

<sup>318</sup> TKHK m. 83/1, m. 11/6, m. 79/2 ve m. 79/5 tüketicinin genel hükümlere (TBK ve TMK) göre maddi ve manevi tazminat talep edebileceğine işaret eden hükümlerdir. Tüketici TMK m. 24 ve TBK m. 56 ile m. 58'e dayanarak kişilik haklarının ihlalden doğan manevi zararların tazminini talep edebilir. Bkz. Tutumlu/Tutumlu, s. 367-368.

incelendiğinde ETAHS, tüketici ile akdettiği üyelik sözleşmesine istinaden, tüketiciye işlettiği e-ticaret pazar yeri üzerinden sanal mağazaları ziyaret ederek ürünleri ve fiyatları karşılaştırmak suretiyle çevrim içi alışveriş yapma imkânı sunmaktadır.<sup>319</sup> İzah ettiğimiz üzere söz konusu üyelik sözleşmesi hizmet sunumunu konu alan bir abonelik sözleşmesi niteliğinde olup, ETAHS'nin edimi tüketiciye güvenli elektronik ticaret ortamı sunmak, tüketicinin edimi ise üyelik için gerekli bilgileri (adı, soyadı, e-posta adresi gibi) ETAHS ile paylaşmaktır.<sup>320</sup> Dolayısıyla ETAHS herhangi bir malın mülkiyet ve zilyetliğini devri borcu üstlenmemektedir.<sup>321</sup> Bu ise TBK anlamında satıcı sıfatını haiz olmadığı anlamına gelmektedir. Hâl böyle iken tüketici ile (veya tüketici olmayan alıcılarla) ETHS arasında akdedilen mesafeli satış sözleşmesinin tarafı olmayan ETAHS'nin, satış konusu maldaki ayıplardan sorumlu tutulması düşünülemez.<sup>322</sup> Zira sözleşme hukukuna hâkim olan sözleşmenin nispiliği ilkesi, sözleşmenin yalnızca alacaklı ve borçlu arasında hüküm ve sonuç doğurmasını (üçüncü kişileri etkilememesini) ifade eder.<sup>323</sup> Kaldı ki TBK m. 219/2 ile işaret edildiği üzere ayıptan sorumluluk kusura dayanmamaktadır. ETAHS'ye tarafı olmadığı bir sözleşmeden doğan ve kusur şartına bağlı olmayan bir sorumluluğu yüklemek bu konuda kanuni bir dayanak da yok iken hakkaniyete uygun düşmeyecektir.

---

<sup>319</sup> Trendyol Üyelik Sözleşmesi ([https://www.trendyol.com/uyelik\\_sozlesmesi](https://www.trendyol.com/uyelik_sozlesmesi) Erişim Tarihi: 30.08.2024)).

<sup>320</sup> Tüketici-ETAHS ilişkisinin hukuki niteliği yukarıda tartışılarak ilişkinin abonelik sözleşmesi niteliğinde olduğu sonucuna varılmıştır. Bkz. İkinci Bölüm, II/C/4.

<sup>321</sup> Hâlbuki satış sözleşmesi bir miktar satış parası mukabilinde bir malvarlığı değeri üzerindeki hakların tam anlamıyla ve sürekli şekilde (geçici olarak değil) devredilmesi borcunu ihtiva eden karşılıklı borç yükleyen bir sözleşmedir. Bkz. Serozan/Baysal/Sanlı, Borçlar Özel, s. 122.

<sup>322</sup> Çelenkoğlu, s. 81.

<sup>323</sup> Oğuzman, M. K./Öz, T.: Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt-1, Gözden Geçirilmiş 16. Baskı, İstanbul 2018, s. 27.

**b) TKHK Hükümleri Çerçevesinde Satıcı Olarak Değerlendirilip Değerlendirilemeyeceği**

E-ticaret aracı hizmet sağlayıcının, mülkiyeti kendisine ait olan malları işlettiği e-ticaret pazar yeri üzerinden sattığı durumlarda satıcı olduğu açıktır.<sup>324</sup> Ancak kendisine ait e-ticaret pazar yeri üzerinden satılan üçüncü kişiye ait ayıplı maldan sorumlu tutulabilmesi satıcı olarak nitelendirilmesine bağlıdır. Böyle bir ihtimalde e-ticaret aracı hizmet sağlayıcıların satıcı sayılıp sayılamayacağı öğretide tartışmalıdır. Bir görüşe göre ETAHS'nin ETHS ile tüketici arasında sözleşme kurulmasından sonra ETHS hesabına semeni tahsil ederek alıcıya göndermesinden hareketle TKHK m. 3/1/i anlamında satıcı adına/hesabına hareket ettiği gerekçesiyle satıcı sayılması mümkündür.<sup>325</sup> Diğer bir görüşe göre; tüketicinin sözleşmeyi akdederken e-ticaret pazar yerinin ismine güvenmesinden, satış sözleşmesini doğrudan pazar yeri üzerinden pazar yerini işletenle yapmasından, malı sunan kişilerin sözleşmeye katılmamasından, sözleşmenin kurulmasından sonra teslimat süreciyle ilgili bilgilendirmenin doğrudan web sitesini işleten tarafından yapılmasından, ücretin bizzat pazar yerini işletence tahsil edilip cayma hâlinde ücret iadesinin de pazar yeri işleten tarafından gerçekleştirilmesinden ötürü e-ticaret pazar yerini işletenler (ETAHS) aracı değil satıcıdır.<sup>326</sup> Başka bir görüşe göre ise ETAHS, tüketici ile ETHS arasındaki mesafeli

<sup>324</sup> Birlik, A./Reyhan, R.: *Liability of Intermediary Service Providers in Electronic Commerce*, GSI Articleletter 2023, Vol. 29, s. 95.

<sup>325</sup> Büyüksağış, E./Kahveci, D.: “Çiçeksepeti Kararı” Üzerine Eleştirel Değerlendirmeler, Yargıtay Dergisi 2022, C. 48, S. 2, s. 314-315.; Sırış, B.: Yargıtay'ın “Çiçeksepeti Kararı” Işığında Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcıların Sorumluluğu Hakkında Değerlendirmeler, Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2023, C. 9, S. 2, s. 384.

Karar Çiçeksepeti'nin satış sözleşmesi bakımından aktif mi pasif mi rol oynadığı irdelenmeksizin muafiyetten yararlandırıldığı gerekçesiyle de eleştirilmektedir. Bkz. Sırış, s. 388.

<sup>326</sup> Çabri, s. 134-135.

sözleşmenin tarafı değildir ve sözleşmenin nispiliği ilkesinin de gereği olarak hukukumuzda istisnaen kabul edilen kusursuz sorumluluk hâllerinden biri olan ayıba karşı tekeffül borcundan sorumlu tutulamaz.<sup>327</sup> Yargıtay 2021 tarihli bir kararında<sup>328</sup> satıcının hizmet sağlayıcı olduğuna, aracı hizmet sağlayıcının da ayıptan sorumlu olmadığına karar vermiştir.<sup>329</sup> Bu karar, ETAHS'nin satıcı sıfatı olup olmadığını ETHS adına hareket edip etmediği bağlamında (TKHK m. 3/1/i), değerlendirmedeği için eleştirilmektedir.<sup>330</sup>

Kanaatimizce, bir an için ETAHS'nin, yürürlükteki TKHK m. 3/1/i'nin lafzı<sup>331</sup> kapsamında satıcı olarak nitelendirilmesine bir engel olmadığı düşünülebilirse de, TKHK m. 48/6'da aracı hizmet sağlayıcının satıcı ile müteselsilen sorumlu olduğu hâller düzenlendiğinden satıcı ile e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı sıfatlarının aynı kişinin şahsında birleşmesi mümkün görünmemektedir. Zira müteselsil borçluluk TBK m. 61<sup>332</sup> gereği ancak “birden çok kişinin” bir zarara yol açması durumunda söz konusu olur. Dolayısıyla e-ticaret aracı hizmet sağlayıcı TKHK bağlamında satışına aracılık ettiği mal bakımından satıcı olarak nitelendirilemez. Ayrıca müteselsil borçlulara aralarındaki iç ilişkide birbirine rücu etme imkanı tanınması karşısında bir

<sup>327</sup> İncooğlu/Baş Süzel, s. 481.

<sup>328</sup> Yarg. 3. HD, T. 15.11.2021, E. 2021/4000, K. 2021/11403, (Çelenkoğlu, s. 81, dn. 281).

Aynı yönde Bkz. İstanbul 8. Asliye Ticaret Mahkemesi, T. 22.03.2023, E. 2021/385, K. 2023/243 (Lexpera İçtihat Bankası Erişim Tarihi: 30.08.2024).

İstanbul 18. Asliye Ticaret Mahkemesi, T. 04.07.2023, E. 2022/750, K. 2023/543 (Lexpera İçtihat Bankası Erişim Tarihi: 30.08.2024).

<sup>329</sup> Kararın verildiği sırada ETK'da ETHS ifadesi yerine hizmet sağlayıcı ifadesi kullanılmaktaydı. ETHS ifadesi Kanun'a 2022 yılında yapılan değişikliklerle eklenmiştir.

<sup>330</sup> Büyüksağış/Kahveci, Çiçeksepeti Kararı, s. 314.

<sup>331</sup> TKHK m. 3/1/i şöyledir: “*Satıcı: Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi...ifade eder.*”

<sup>332</sup> Hüküm her en kadar haksız fiil sorumluluğuna ilişkin olsa da kanaatimizce müteselsil sorumluluğun ne anlama geldiğinin anlaşılmasında yol göstericidir.

kişiyi hem satıcı hem de aracı hizmet sağlayıcı sıfatının atfedilmesi kendi kendisine rücu edemeyeceğinden mantıklı görünmemektedir.

### **c) TKHK m. 48/6/d Hükümünün Sorumluluğa Etkisi**

E-ticaret aracı hizmet sağlayıcı, TKHK bağlamında satıcı sayılması mümkün olmadığından, TKHK m. 9-12 arasında düzenlenen satıcının ayıptan sorumluluğu hükümlerine tâbi değildir. Ayrıca TKHK'ya 2022 yılında eklenen m. 48/6/d hükmüne göre, aracı hizmet sağlayıcının (ETK'ya göre ETAHS de bir aracı hizmet sağlayıcıdır). hizmet sağlayıcı (ETK'ye göre ETHS de bir hizmet sağlayıcıdır) adına bedel tahsil etmesi hâlinde satılardaki ayıptan sorumluluğu bulunmamaktadır. Dolayısıyla, kanaatimizce ETAHS'ye satıcı sıfatı atfedilebilseydi bile, Kanun'un açık hükmü karşısında ETAHS'nin ayıptan sorumlu tutulması mümkün olamayacaktı. Ancak aynı hükme göre tüketicinin, seçimlik haklarını olmasa da, cayma hakkını ETAHS'ye yöneltmesi mümkündür.<sup>333</sup> İlgili hükme göre malın bedelini hizmet sağlayıcı adına tahsil eden aracı hizmet sağlayıcı, malın tüketicie teslimini takiben bedeli henüz hizmet sağlayıcıya aktarmadıysa teslimden ve cayma hakkının kullandırılmasından ETHS ile müteselsilen sorumludur.

---

<sup>333</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 74.

#### d) ETK m. 9 Hükümünün Sorumluluğa Etkisi

ETK m. 9'a göre ETAHS'ler, kural olarak ETHS'lerin e-ticaret pazar yeri üzerinden sunduğu içerik ve içeriğe konu maldaki hukuka aykırı hususlardan sorumlu değildir. Söz konusu hükümde “*diğer kanunlarda aksi öngörülmedikçe*” ifadesine yer verilmele bu sorumsuzluğa istisna getirilmesinin önü açılmıştır. TKHK m. 48/6/d'de böyle bir istisnadır.<sup>334</sup> Ancak bu gibi istisnalar dışında aracının içeriğe konu malın hukuka aykırılıklarından sorumluluğu yoktur. Buna karşın aynı maddenin 2. fıkrasına göre ETAHS'lerin içeriğin hukuka aykırılığını öğrendiğinde içeriği derhâl yayından kaldırarak durumu ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına bildirmesi gerekmektedir. Çiçeksepeti Kararında<sup>335</sup> bu sorumluluk muafiyetinin ayıptan sorumluluğu da kapsadığı yönünde hüküm kurulmuştur. Kararın ilgili kısmı şöyledir: “...Somut olayda, yukarıda açıklanan mevzuat hükümleri birlikte değerlendirildiğinde internet ağı üzerinden elektronik ticarete imkan sağlayan davacı şirketin aracı hizmet sağlayıcısı konumunda olduğu ve taraflar arasında mesafeli satış sözleşmesi ön bilgilendirme formuna göre satıcı tarafın “... Pastanesi” olduğu, bu durumda davacı aracı hizmet sağlayıcının hizmet sunduğu elektronik ortamı kullanan gerçek ve tüzel kişiler tarafından sağlanan içeriği kontrol etmek, bu içerik ve içeriğe konu mal veya hizmetle ilgili hukuka aykırı bir faaliyetin ya da durumun söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü olmadığı anlaşılmaktadır. Hâl böyle olunca, mahkemece; 6563 sayılı Kanun'un 9. maddesi ve yine Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmeliğin 6. maddesine göre aracı hizmet sağlayıcı olan davacının malın ayıplı olmasından kaynaklı sorumluluğunun bulunmadığı

<sup>334</sup> Çelenkoğlu, s. 115.

<sup>335</sup> Yarg. 3. HD, T. 15.11.2021, E. 2021/4000, K. 2021/11403.

*gözetilerek davanın kabulüne dair hüküm kurulması gerekirken, yanlışlı değerlendirme ile davanın reddine, karar verilmiş olması doğru görülmediğinden, Adalet Bakanlığının bu yöne ilişkin kanun yararına temyiz talebinin kabulü gerekir.”*

Dolayısıyla hukukumuzda ETK m. 9, ETAHS'nin ETK'nin sattığı ayıplı maldan sorumlu olmadığına işaret eden bir hüküm olarak yorumlanmıştır. Buna karşın yukarıda sözü edilen ve Yargıtay tarafından kanun yararına bozulan Tüketici Mahkemesi kararında, tüketicinin aracı hizmet sağlayıcının ismine duyduğu güvenle alışveriş yaptığı ve aracının, hizmet sağlayıcıya rücu edebileceği gerekçesiyle ayıptan sorumlu olduğuna karar verilmiştir. Yargıtay'ın bu kararı malın ayıplı olmasının, doğrudan maldaki eksiklik ve bozukluklara işaret etmesi nedeniyle, içeriğin hukuka aykırılığı olarak değerlendirilip aracıları muafiyetten yararlandıramayacağı gerekçesiyle -kanaatimizce de isabetli olarak- eleştirilmektedir.<sup>336</sup>

ETK'nin mehazı olan AB E-Ticaret Direktifinin 12 ilâ 14. maddesinde öngörülen ve yalnızca otomatik teknik altyapı hizmeti sağlayan (pasif) araçlar için uygulanan sorumsuzluk rejimine göre ise bilgi toplumu hizmeti sunan (basit iletim, önbelleğe alma ve yer sağlama) ve teknik, tarafsız, pasif nitelikte faaliyet gösteren hizmet sağlayıcıların üçüncü kişiye sağlanan içeriğin hukuka aykırılığından sorumluluğu bulunmamaktadır. Ancak önemle vurgulamak gerekir ki izah edilen

---

<sup>336</sup> Büyüksağış/Kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 138. Eserin yayın tarihinde ETK m. 9'da 2022 yılında yapılan değişiklik henüz yürürlüğe girmemiştir. Yazarların bu değerlendirmesine ETK m. 9'un mülga hâli esas teşkil etmektedir. Mülga hüküm şöyledir: “*Aracı hizmet sağlayıcılar, hizmet sundukları elektronik ortamı kullanan gerçek ve tüzel kişiler tarafından sağlanan içerikleri kontrol etmek, bu içerik ve içeriğe konu mal veya hizmetle ilgili hukuka aykırı bir faaliyetin ya da durumun söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü değildir...*” Yazarlar Yargıtay'ın ETAHS'nin (o tarihte yürürlükteki mevzuata göre aracı hizmet sağlayıcı) ve içeriği kontrol etmekten ve içeriğe konu malın/hizmetin hukuka aykırı olup olmadığını araştırmaktan muaf tutulmasının satış konusu malda meydana gelen bozukluk ve eksiklikler (ayıplar) için uygulanamayacağını -ayıplı malın dolaşıma sokulmasının platformda sunulan içerikle ilgisiz olduğunu- savunmaktadır.

muafiyet rejimi yalnızca pasif araçlar için uygulanacaktır. Yani salt teknik ve otomatik altyapı hizmeti sunmanın ötesine geçen faaliyetlerde bulunan araçlar (aktif araçlar) bu muafiyetten yararlanamaz.<sup>337</sup> Bu bağlamda aktif araçlar; sözleşmenin kurulmasına aracılık etmenin yanı sıra satış konusu malı deposunda saklayarak malın kargolanması, siparişin takibi, tüketici ile satıcı arasındaki iletişimin kurulması, satış bedelinin tahsili süreçlerinde aktif rol oynayan, tek taraflı olarak ETHS'lere ait ürünlerin listelenmesini kısıtlayabilme imkanını elinde bulunduran araçlar olup yukarıda izah edilen muafiyet rejiminden yararlanamayacaktır. Söz gelimi Amazon'un S adlı satıcı (hukukumuzda göre ETHS) tarafından satılan bir defteri -defterin satışına aracılık etmenin yanı sıra- kendi depolarında saklaması, kendi logosunu taşıyan ambalajlarla paketleyerek bizzat kargolaması ve alıcının satıcı ile iletişimini sağlaması örneğinde Amazon aktif aracı niteliğinde olup yukarıda izah edilen sorumluluk muafiyetinden yararlanamaz. Öte yandan eBay isimli e-ticaret pazar yerinde S isimli satıcı tarafından satılan ikinci el bir çantanın bizzat satıcı tarafından paketlenip kargolandığı, sözleşme görüşmeleri sırasında alıcı ile satıcının e-ticaret pazar yeri üzerinden bizzat iletişim kurduğu ve eBay'in taraflar arasında ilişki kurulmasına ortam sağlama dışında bir faaliyetinin olmadığı bir örnekte eBay salt teknik ve otomatik altyapı hizmeti sunması itibarıyla pasif aracı olarak sorumluluk muafiyetinden yararlanabilir.

---

<sup>337</sup> Mamalı, s. 101.

ECD'nin Giriş (*Preambles*) kısmının 42. paragrafına göre muafiyet rejimi salt otomatik, teknik ve pasif faaliyet gösteren araçlara uygulanır. Bkz. Büyüksağış/Cumaloğlu/Kahveci, s. 137.

DSA'nın 4 ilâ 6. maddelerinde de AB E-Ticaret Direktifindekine benzer bir muafiyet rejimi öngörülmüştür.<sup>338</sup> DSA'nın Giriş kısmının 18. paragrafında da benzer şekilde aktif araçların sorumsuzluk düzenlemesinden yararlanamayacağı ifade edilmektedir.<sup>339</sup> Buna ek olarak, DSA m. 6/3'e göre söz konusu muafiyet rejimi, tüketicinin tacirlerle mesafeli sözleşme akdetmesine imkan sağlayan ve ortalama tüketicide, malın kendisi tarafından veya onun kontrolü altındaki kişilerce sağlandığı inancını oluşturan aracının, tüketiciye karşı Tüketici Hukukundan kaynaklanan sorumluluğuna uygulanmayacaktır.<sup>340</sup>

Öğretide Türk hukukunda da araçlar arasında aktif/pasif ayrımı yapılarak aktif ETAHS'lerin ayıptan sorumlu olması, pasiflerin ise muafiyetten yararlanması gerektiği savunulmaktadır.<sup>341</sup> Kanaatimizce de araçlar arasında aktif/pasif ayrımı

---

<sup>338</sup> Mamalı, s. 143.

<sup>339</sup> DSA Giriş kısmının 18. paragrafı şöyledir: “*The exemptions from liability established in this Regulation should not apply where, instead of confining itself to providing the services neutrally by a merely technical and automatic processing of the information provided by the recipient of the service, the provider of intermediary services plays an active role of such a kind as to give it knowledge of, or control over, that information. Those exemptions should accordingly not be available in respect of liability relating to information provided not by the recipient of the service but by the provider of the intermediary service itself, including where the information has been developed under the editorial responsibility of that provider.*”

<sup>340</sup> Bkz. Polat, C./Özçelik, Ş. B.: *Locating Online Platforms in the Right Place: Between the Digital Services Act and the Liability Law*, Journal of European Consumer and Market Law 2023, Vol. 12, s. 169.

DSA m. 6 şöyledir: “1. *Where an information society service is provided that consists of the storage of information provided by a recipient of the service, the service provider shall not be liable for the information stored at the request of a recipient of the service, on condition that the provider: (a) does not have actual knowledge of illegal activity or illegal content and, as regards claims for damages, is not aware of facts or circumstances from which the illegal activity or illegal content is apparent; or (b) upon obtaining such knowledge or awareness, acts expeditiously to remove or to disable access to the illegal content.* 2. *Paragraph 1 shall not apply where the recipient of the service is acting under the authority or the control of the provider.* 3. *Paragraph 1 shall not apply with respect to the liability under consumer protection law of online platforms that allow consumers to conclude distance contracts with traders, where such an online platform presents the specific item of information or otherwise enables the specific transaction at issue in a way that would lead an average consumer to believe that the information, or the product or service that is the object of the transaction, is provided either by the online platform itself or by a recipient of the service who is acting under its authority or control.*”

<sup>341</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 141.

yapılarak sadece pasif ETAHS'lerin ayıptan sorumlu tutulmaması yerinde olur. Zira sözleşmenin kurulmasına aracılık etmenin ötesine geçerek malın kargolanması, siparişin takibi, tüketici ile satıcı arasındaki iletişimin kurulmasında aktif rol oynayan, tek taraflı olarak ETHS'nin ürünlerinin listelenmesini kısıtlayabilmek gibi faaliyetler yürüten ETAHS ile, salt teknik altyapı hizmeti sunan pasif ETAHS'nin sorumluluk kapsamının aynı olması adil olmayan sonuçlar doğuracaktır. Fakat mevcut ETK m. 9 hükmü çerçevesinde ayıptan sorumluluğun ortadan kalkıp kalkmadığı tartışması önemini alıcının tüketici olduğu ihtimaller için yitirmiştir. Zira TKHK m. 48/6/d'ye göre -hükümdeki koşullar çerçevesinde- aracılardan ayıptan sorumlu olmayacağı açıktır. Bu tartışma ancak alıcının tüketici olmadığı durumlarda anlam ifade edecektir. Bu ihtimalde ise, alıcının tüketici olmaması nedeniyle, TKHK uygulanamayacağından ve açıklandığı üzere ETAHS'nin satıcı sıfatı bulunmadığından satıcının ayıplı maldan sorumluluğuna tâbi tutulması mümkün görünmemektedir.

## **2. Karşılaştırmalı Hukukta**

### **a) Amerika Birleşik Devletleri'nde**

ABD'de e-ticarete aracılık edenlerin satıcı olarak ayıptan sorumluluğunun tespitinde eyalet mahkemelerince birbirinden farklı kriterler benimsenmiştir. Pensilvanya Eyaleti'nde 2019 yılında verilen Oberdorf v. Amazon Kararı<sup>342</sup> e-ticarete

---

<sup>342</sup> Oberdorf v. Amazon.com, Inc., 237 A. 3d 394 (Pa. 2020) (Jacobsen, K. A.: *Navigating the Amazon: Liability of E-Commerce Companies for Defective Products Sold through Their Internet Websites*, DePaul Law Review 2021, Vol. 71, s. 94-97).

aracılık eden Amazon platformunun satışına aracılık ettiği maldaki ayıplardan sorumlu tutulabileceği yönünde emsal nitelikte bir karardır. Karara konu olayda Heather Oberdorf adlı tüketicinin, Amazon üzerinden The Furry Gang adlı satıcıdan satın aldığı köpek tasmaı köpeğini gezdirdiğı sırada kayışın geri tepmesi ile gözüne çarparak gözünde kalıcı körlüğe sebep olmuştur. Bunun üzerine zararın tazmini için ne Oberdorf ne de Amazon, The Furry Gang adlı satıcıya ulaşabilmiştir. Satıcı online mağazasını kapatmıştır. Oberdorf'un ayıplı tasma sebebiyle uğradığı zararın tazmini için Amazon aleyhine açtığı dava ilk derece mahkemesince; Amazon'un malı hiç mülkiyetinde veya zilyetliğinde bulundurmadiğı, kargonun satıcı tarafından doğrudan Oberdorf'a gönderildiğı ve dolayısıyla Amazon'un satıcı olmadığı gerekçesiyle reddedilmiştir. Kararın temyiz edilmesi üzerine Pensilvanya 3. Bölge Temyiz Mahkemesi dört kriteri esas alarak temyiz incelemesini yürütmüştür. Bu kriterler; davalının alıcının zararını tazmin ettirmede başvurabileceğı tek kişi olup olmadığı, davalıya ayıplı maldan sorumluluk yüklenmesinin satıcı üçüncü kişiye sorumluluk yüklenmesi kadar ürün güvenliğine hizmet edip etmeyeceğı, davalının tüketiciye nazaran ayıplı malın dolaşımını engellemek bakımından avantajlı konumda olup olmadığı, davalının ödeyeceğı tazminatı diğerk giderleri ile birlikte genele yayıp yayamayacağıdır. Bölge Temyiz Mahkemesi, Amazon'un yalnızca bir acente gibi siparişleri alıp kargo süreçlerini takip etmenin ötesine geçerek ürünlerin satış fiyatını sınırlandırmak, müşteriyle iletişimi bizzat kurmak suretiyle ürün satışları üzerinde ciddi bir kontrolü olduğu kanaatine varmıştır. Böylelikle Bölge Temyiz Mahkemesi sözü edilen dört kriteri sağladığı gerekçesiyle Amazon'u satıcı olarak nitelendirmiştir. Kararda, Amazon'un uyguladığı iş modeli üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda Amazon'un; ürünleri listelemesi, sipariş bilgilerini toplaması, tüketiciden ödemeyi

alması, satıcıyla anlaştığında ürünlerin reklamını yapması ve kargoyu göndermesi, kararlaştırıldığında malı doğrudan zilyetliğinde bulundurması hususlarına da atıf yapılarak Amazon'un satıcı olduğu sonucuna varılmıştır.

Buna karşın Texas Yüksek Mahkemesi bir kararında Amazon'un satışına aracılık ettiği ayıplı malın mülkiyetin hiçbir zaman elinde bulundurmadığı ve mülkiyeti devretmediği gerekçesiyle satıcı olarak nitelendirilemeyeceğine karar vermiştir.<sup>343</sup> Tennessee 6. Bölge Mahkemesi ise bir kararında<sup>344</sup> malın satışına dağıtım zincirinin herhangi bir aşamasında ürün üzerinde yeterli kontrole sahip olmak koşuluyla katılan ancak malın maliki olmayan kişilerin de Tennessee hukukuna göre satıcı sayılabileceğini vurgulamıştır. Ancak karara konu olayda Amazon üzerinden üçüncü taraf satıcının sattığı elektrikli kaykayın kargolanmasının Amazon tarafından yapılıp yapılmadığının belirsiz olduğu olayda, Amazon'un satış konusu elektrikli kaykay üzerinde yeterli hâkimiyeti olmadığı gerekçesiyle satıcı olmadığına hükmetmiştir. Dolayısıyla ABD uygulamasında, e-ticaret platformlarının satıcı olup olmadığı farklı eyalet mahkemelerinde farklı kriterler esas alınarak belirlenmektedir.

## **b) Avrupa Birliği'nde**

AB'de aracılardan satılacak ayıplardan sorumlu tutulup tutulamayacağına ilişkin olarak ABAD tarafından verilen Wathelet kararı<sup>345</sup> dikkat çekmektedir. Karara

---

<sup>343</sup> McMillan v. Amazon.com., Inc., 983 F. 3d 194, 197 (5th Cir. 2020) (Çelemkoğlu, s. 77).

<sup>344</sup> Fox v. Amazon.com, Inc., No. 3:16-CV003013, 2018 WL 2431628 at \*7 (M. D. Tenn. May 30, 2018) (Jacoben, s. 101-103)

<sup>345</sup> ABAD, Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL, C-149/15, EU: C: 2016: 840, paragraf 41 (Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 105, dn. 221).

göre bir kimseye satıcı sıfatının atfedilmesi, mülkiyet hakkı sahipliğine bağlı olmayıp, tüketicide satıcı adına hareket ettiğine dair algı yaratılıp yaratılmadığına göre yapılacaktır. Buna göre aracı satıcı adına hareket ettiğini tüketiciye belli etmeli ve bildirmelidir. Dolayısıyla tüketici nezdinde davranışlarıyla satıcı olduğu algısını yaratan aracının da satıcı olarak sorumlu tutulması mümkündür. Söz konusu kararda benimsenen tüketicide yaratılan algı ölçütü kriteri, Avrupa Hukuk Enstitüsü tarafından hazırlanan Ürün Sorumluluğu Yönergesi Taslağı'nda<sup>346</sup> da kısmen önerilmektedir. Taslak metni m. 8/3'e göre üreticinin yetkili temsilcisi veya ithalatçısı AB'de bulunmuyorsa yahut bu kişiler tespit edilemiyorsa çevrim içi pazar yerinin satılndaki ayıptan sorumlu olmasının iki ihtimalde önü açılmaktadır. Bu ihtimallerden biri, çevrim içi pazar yerinin malı bizzat sağlaması diğeri ise tüketicinin gözünde malın çevrim içi pazar yerince veya onun kontrolünde hareket eden bir satıcı tarafından sunulduğu kanaatinin oluşmasıdır.<sup>347</sup> AB'de yayınlanan Çevrim İçi Aracı Platformlar Hakkında Taslak Yönergede de alıcıların üçüncü taraf satıcılar üzerinde baskın etkiye sahip bir aracı platformun işletmecisine güvenmesi durumunda aracı platformu işletenin satıcının sözleşmeyi ihlalinden satıcı ile müteselsilen sorumlu tutulmasına ilişkin bir düzenleme yapılması önerilmiştir.<sup>348</sup> Ancak belirtmek gerekir ki AB E-Ticaret Direktifinin 14. maddesine göre aracılar, hizmet alan tarafından sunulan içeriğin hukuka aykırılığını bilmiyorsa veya öğrendiğinde derhâl içeriği kaldırmışsa içeriğin hukuka aykırılığından hukuki sorumluluğu bulunmamaktadır. Direktifin Giriş bölümünün 42. paragrafında bu muafiyetin yalnızca teknik, otomatik ve pasif aracılık

<sup>346</sup> Avrupa Hukuk Enstitüsü Ürün Sorumluluğu Yönergesi Taslağı (https://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user\_upload/p\_eli/Publications/ELI\_Draft\_of\_a\_Revised\_Product\_Liability\_Directive.pdf Erişim Tarihi: 09.08.2024).

<sup>347</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 108.

<sup>348</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 109.

hizmeti vererek bilgilerin iletimini sağlayan aracıları kapsadığı düzenlenmiştir.<sup>349</sup> Bununla birlikte, AB E-Ticaret Direktifini değiştiren AB Dijital Hizmetler Yasası m. 6/3'e göre tüketicisi ile mesafeli sözleşme akdedilmesine aracılık eden aracı hizmet sağlayıcı, ortalama tüketicisi gözünde bilginin e-ticaret platformu ya da onun kontrolü altındaki hizmet alan tarafından (*recipient of the service*) sağlandığı intibası uyandırıyor, muafiyetten yararlanamaz. Dolayısıyla tüketicide ayıplı malın aracı hizmet sağlayıcı tarafından veya onun kontrolü altındaki hizmet sağlayıcı (satıcı) tarafından sunulduğu kanaati oluşuyorsa, aracı hizmet sağlayıcının ayıplı maldan sorumluluğu doğabilir.<sup>350</sup> Böylelikle tüketicinin korunması sağlanmak istenmiştir.

---

<sup>349</sup> Büyüksağış/Kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 136. Ayrıca ABAD'ın L'Oreal v. eBay kararı muafiyetten aktif çevrim içi pazar yerlerinin yararlanamayacağına işaret etmektedir. Bkz. ABAD, L'Oreal SA v. eBay Int'l AG, C-324/09, EU:C:2011:474.

<sup>350</sup> Çelenkoğlu, s. 122.

## II. SÖZLEŞME DIŞI SORUMLULUK BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

### A. Ürün Sorumluluğu Bağlamında

#### 1. Ürün Sorumluluğu

##### a) Genel Olarak

Ürün sorumluluğu üreticinin/imalatçının piyasaya sürülmüş uygunsuz (ayıplı)<sup>351</sup> üründen dolayı alıcının veya üçüncü kişilerin uğradığı zararı tazmin etme yükümlülüğü olarak tanımlanabilir.<sup>352</sup> Ürün sorumluluğu piyasaya sürülen hatalı (ayıplı) ürünlerin<sup>353</sup> sebebiyet verdiği zararların tazminini amaçlayan<sup>354</sup> bir kusursuz

<sup>351</sup> ÜGTDK’da uygunsuz ürün ifadesi kullanılmakta iken mehzaz 85/374/EEC Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifinin 1. maddesinde üreticinin ürünündeki ayıbın yol açtığı zararlardan sorumlu olduğu hükmüne yer verilmekte ve ilgili hükümde “defect” sözcüğü kullanılmaktadır. Esasen defect sözcüğü Türkçede “eksiklik, kusur” gibi sözcüklere karşılık gelmenin yanında “ayıp” kelimesine de karşılık gelmektedir. Bkz. (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-turkish/defect> Erişim Tarihi: 06.09.2024). Ayrıca Bkz. (<https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/ay%C4%B1p%C4%B1> Erişim Tarihi: 06.09.2024).

<sup>352</sup> Polat, C.: *Türk ve Avrupa Birliği Hukukunda Ürün Sorumluluğu*, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2021, C. 70, S. 4, s. 975.

<sup>353</sup> Bkz. ÜGTDK m. 3/1/s. ’ye göre “Her türlü madde, müstahzar veya eşyayı” ifade etmektedir. 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifinin 2. maddesine göre ise ürün “Birincil tarım ürünleri (işlemden geçenler hariç olmak üzere topraktan, balıkçılıktan veya hayvancılıktan elde edilmiş ürün) ve oyun dışında kalan bir taşınır veya taşınmazın bütünleyici parçası olanlar da dahil her türlü taşınır ve elektrik”tir. Düzenleme için Bkz. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31985L0374> Erişim Tarihi: 01.09.2024). Dolayısıyla Direktif anlamında ham maddenin de ürün vasfı bulunmaktadır. Bkz. Polat, s. 978.

<sup>354</sup> Ceylan, E./Aslan Bingöl, K. L.: *Türk Hukukunda 7223 Sayılı Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu’na Göre Üreticinin Sorumluluktan Kurtuluş Sebeplerinin Değerlendirilmesi*, Terazî Hukuk Dergisi, C. 17, S. 192, s. 22.

sorumluluk hâlidir.<sup>355</sup> Öğretide hatalı (ayıplı) ürün, sahip olduğu eksiklik nedeniyle güvenlik beklentisini karşılamayan ürün olarak tanımlanmaktadır.<sup>356</sup>

Hukukumuzda üreticinin/imalatçının ve ithalatçının satıcı ile müteselsilen satılanın ayıplarından sorumluluğu başlangıçta 4077 Sayılı Kanun'un 4. maddesi ve aynı Kanun'u dayanak alan Ayıplı Malın Neden Olduğu Zararlardan Sorumluluk Hakkında Yönetmelik (Ayıplı Mal Yönetmeliği) ile düzenlenmiştir. Her ne kadar mülga 4077 Sayılı Tüketicinin Koruması Hakkında Kanun TKHK ile yürürlükten kaldırılmış olsa da öğretide Ayıplı Mal Yönetmeliğinin hâlen uygulanabilir olup olmadığı tartışmalıdır. Bir görüşe göre dayanak 4077 Sayılı Kanun'un mülga olması nedeniyle Ayıplı Mal Yönetmeliği artık ürün sorumluluğuna uygulanmayacaktır.<sup>357</sup> Ancak diğer bir görüşe göre ise TKHK Geçici m. 1/3 hükmü gereğince TKHK'da öngörülen yönetmelikler yürürlüğe girinceye kadar mülga 4077 Sayılı Kanun'a dayanılarak çıkarılan yönetmelikler uygulanacağından ve henüz TKHK'yı dayanak alan ayıplı malların neden olduğu zararların giderilmesine ilişkin bir yönetmelik yürürlüğe koyulmadığından Ayıplı Mal Yönetmeliği hâlen yürürlükte dir.<sup>358</sup> Bu tartışmanın önemi Ayıplı Mal Yönetmeliğinde üretici kavramının ÜGTDK'daki imalatçı kavramından daha geniş kapsamlı şekilde tanımlanmış olmasından

---

<sup>355</sup> Kurt, L. M.: *Avrupa Birliği Ürün Sorumluluğu Direktifi ve Yeni Direktif Önerisi Işığında Türk Hukukunda Ürün Sorumluluğunda Sorumlu Kişilerin Belirlenmesi*, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi 2023, C. 22, S. 2, s. 360.

<sup>356</sup> Baş, S.: *7223 Sayılı Kanun Kapsamında Ürün Sorumluluğu Kavramına Genel Bir Bakış*, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi 2022, C. 13, S. 52, s. 351-352.

<sup>357</sup> Arık, D.: *Avrupa Ürün Sorumluluğu Direktifi ile Karşılaştırmalı Olarak 7223 Sayılı Ürün Güvenliği Teknik Düzenlemeler Kanunu Uyarınca Ürün Sorumluluğu*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2023, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 83.

<sup>358</sup> Büyüksağış/Kahveci/Cumalıoğlu, s. 185.

kaynaklanmaktadır. Bu konu Sorumlu Kişiler başlığı altında<sup>359</sup> detaylıca açıklanacaktır.

Ürün sorumluluğunun açıkça kanunda düzenlenmesi ilk defa ÜGTDK'nin “Ürün Sorumluluğu Tazminatı” başlıklı 6. maddesi ile olmuştur.<sup>360</sup> Sözü edilen hükmün 1. fıkrasına göre bir ürünün bir kişiye veya başka bir mala zarar vermesi durumunda o ürünün üreticisi ve ithalatçısı, zararı giderme yükümlülüğü altındadır.<sup>361</sup> Belirtmek gerekir ki ÜGTDK hem ürün güvenliğine ilişkin kamu hukuku karakterli hükümler hem de ürün sorumluluğuna ilişkin özel hukuk karakterli hükümler içerse de AB mevzuatında ürün güvenliği 2001/95 Sayılı Genel Ürün Güvenliği Direktifinde, ürün sorumluluğu ise 85/374 Sayılı Ürün Sorumluluğu Direktifinde ayrı ayrı düzenlenmektedir. Türk hukukunda ürün sorumluluğu ve ürün güvenliğinin tek bir kanunla düzenlenmiş olması ise öğretilde eleştirilmektedir.<sup>362</sup>

## **b) Ürün Sorumluluğunda Sorumlu Kişiler**

Ürün sorumluluğu çerçevesinde asli olarak sorumlu kişiler ÜGTDK m. 6'ya göre ve m. 11'e göre imalatçı/üretici ve ithalatçıdır. Dağıtıcı ve tartışmalı olmakla

---

<sup>359</sup> Bkz. Üçüncü Bölüm, II/A/1/b.

<sup>360</sup> Baş, s. 362.

<sup>361</sup> Kanun hükmünün gerekçesinde sorumluluğun doğal bir uzantısı ürünlerdeki uygunsuzluğun neden olduğu zararların telafi edilmesi olduğu ifade edilmekle zarara yol açan ürünün uygunsuz bir ürün olması gerektiğine işaret edilmektedir. Bkz. 7223 Sayılı Kanun m. 6 Gerekçesi, ([https://www.lexpera.com.tr/Appendix/DRAFT\\_TR/TA801Y2020N22537\\_teklifmetni.pdf](https://www.lexpera.com.tr/Appendix/DRAFT_TR/TA801Y2020N22537_teklifmetni.pdf) Erişim Tarihi: 08.09.2024).

<sup>362</sup> Kurt, s. 361.; Ceylan/Aslan Bingöl, s. 22.

beraber imalatçı/üreticinin yetkili temsilcisi ise ÜGTDK m. 11/2'ye göre tali sorumlu kişilerdir.<sup>363</sup>

ÜGTDK'da üretici kavramı yerine imalatçı kavramı kullanılmaktadır. ÜGTDK m. 3/1/g'ye göre imalatçı, ürünü imal ederek veya ürünün tasarımını veya imalatını yaptırarak kendi isim veya ticari markası ile piyasaya arz eden gerçek veya tüzel kişidir. Ürünün tasarımını ya da imalatını başkasına yaptırarak kendi markası/ticaret ünvanı altında piyasaya süren ile ürünü fiilen imal edenin farklı kişiler olması durumunda, ÜGTDK m. 2 uyarınca bir ürünün birden fazla imalatçısı olabileceğinden, her iki kişinin de imalatçı sayılarak ürünün yol açtığı zarardan müteselsilen sorumlu tutulması gerekmektedir.<sup>364</sup> Ayıplı Mal Yönetmeliğinde ise imalatçı-üretici kavramı kullanılmakta ve m. 4/1/d'de tanımlandığı üzere “*Kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere tüketiciye sunulmuş olan malları veya bu malların hammaddelelerini veya ara mallarını üreten ile mal üzerine kendi ayırt edici işaretini, ticari markasını veya ünvanını koyarak satışa sunanları veya satışa sunmak amacıyla ithal edenleri*” ifade etmektedir. Dolayısıyla ÜGTDK'daki imalatçı tanımı Ayıplı Mal Yönetmeliğindeki üretici-imalatçı tanımından daha dar kapsamlı olup tüketicinin başvurabileceği kişiler çevresinin ÜGTDK'da daha sınırlı olduğu söylenebilir.<sup>365</sup> 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifi m. 3/1'e göre ise üretici (*producer*), nihai ürünün, ham maddenin veya ara malın üreticisi ya da ürüne ismini, markasını veya başkaca ayırt edici özelliğini koymak suretiyle kendisini ürünün üreticisi olarak tanıtan kişidir.<sup>366</sup>

---

<sup>363</sup> Kurt, s. 363 vd.

<sup>364</sup> İnceoğlu, M. M.: *Ürün Sorumluluğunda Sorumlular*; Sorumluluk Hukuku Konferansı-I 2022, s. 83-84.

<sup>365</sup> Büyüksağış/Kahveci/Cumalıoğlu, s. 185.

<sup>366</sup> AB Ürün Sorumluluğu Direktifi m. 3/1 şöyledir: “*‘Producer’ means the manufacturer of a finished product, the producer of any raw material or the manufacturer of a component part and any person*

2022/495 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifi Taslağının Tanımlar başlıklı 4. maddesinin 11. fıkrasında ise ÜGTDK'ya benzer şekilde imalatçı (*manufacturer*) kavramı kullanılmakta ve imalatçı “*Bir ürünü geliştiren/imal eden/üreten veya tasarlanmış/üretilmiş bir ürünü olan yahut bir ürünü kendi ismi veya markası altında pazarlayan ya da kendi kullanımı için ürünü geliştiren/imal eden/üreten gerçek ya da tüzel kişi*” olarak tanımlanmaktadır.<sup>367</sup> Ayrıca belirtmek gerekir ki TKHK m. 3/1/n anlamında bir gerçek veya tüzel kişinin üretici sayılabilmesi için tüketiciye sunulmuş malı veya bu malın hammaddesini/ara malını üretmesi ya da ürüne markasını/ticaret ünvanını/ayırt edici işaretini koyarak kendisini üretici olarak göstermesi gerekmektedir. ETAHS ise üçüncü taraf satıcıya ait malın üretim aşamasına katılmamaktadır. Kendisini üretici olarak tanıtır tanıtmadığı ise somut olayın özelliklerine göre değerlendirilmelidir. Kanaatimizce ETAHS'nin tüketicide ürünü bizzat ürettiği algısını yaratma niyetiyle ve ürünün ambalajından başkasınca üretildiği anlaşılamayacak şekilde ürüne kendi markasını/ticaret ünvanını/ayırt edici işaretini koyması hâlinde TKHK m. 3/1/n anlamında üretici kabul edilerek TKHK m. 11/2 uyarınca tüketicinin ayıplı maldan doğan ayıpsız misliyle değişim ve ücretsiz onarım haklarının kullandırılmasından sorumlu tutulması, TKHK m. 48/6/d hükmü yürürlükte olmasaydı mümkün olabilirdi. Buna karşın ETAHS kendi markasını taşıyan ambalajlarla paketlediği ürünlerin kargolanmasını gerçekleştirmesine rağmen malın etiketinden, markasından, tasarımından başka bir kişiye üretildiği ortalama tüketici tarafından anlaşılabilir nitelikte ise ETAHS üretici dahi sayılmayacaktır. Dolayısıyla

---

*who, by putting his name, trade mark or other distinguishing feature on the product presents himself as its producer.”*

<sup>367</sup> İlgili Direktif Taslağı hükmü şöyledir: “...*manufacturer means any natural or legal person who develops, manufactures or produces a product or has a product designed or manufactured, or who markets that product under its name or trademark or who develops, manufactures or produces a product for its own use.*”

kanaatimizce bu durumda TKHK m. 48/6/d hükmü yürürlükte olmasaydı dahi ETAHS üretici olarak TKHK m. 11/2 kapsamında sorumlu tutulamazdı. Söz gelimi Fjallraven Kanken markalı bir çantanın Amazon logolu ambalajla paketlenmesine karşın tüketici paketi açtığında çantanın üzerindeki etiketten üreticinin Amazon olmadığı ayırımına varabilir. Dolayısıyla böyle bir durumda tüketici çantanın ayıplı çıkması hâlinde üretici sıfatıyla ETAHS'ye, TKHK m. 48/6/d hükmü yürürlükte olmasaydı bile, başvuramazdı.

Ürün sorumluluğu çerçevesinde asli sorumlulardan bir diğeri olan ithalatçı ÜGTK m. 3/1/ğ'de tanımlandığı üzere “*Ürünü ithal ederek piyasaya arz eden gerçek veya tüzel kişiyi*” ifade eder. 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifinde doğrudan ithalatçı tanımına yer verilmemekle beraber Direktifin 3. maddesinin 2. fıkrasında ticari faaliyeti çerçevesinde satış, kiralama, finansal kiralama veya herhangi bir biçimde dağıtımı için Avrupa Topluluğuna ürün ithal eden kişinin Direktif anlamında üretici sayılacağı düzenlenmektedir. ÜGTDK ise ithalatçı tanımını ithalatçının ürünü hangi amaçla ithal ettiğinden bağımsız olarak yapmaktadır.<sup>368</sup> Ayrıca ÜGTDK uyarınca bir kimsenin ithalatçı sayılabilmesi için ürünü ithal etmesi yeterli olmayıp piyasada ilk defa bulundurması, yani piyasaya arz etmiş olması, aranmaktadır.<sup>369</sup> Yeni AB Ürün Sorumluluğu Direktifi Taslağı<sup>370</sup> m. 4/13'te yer alan tanıma göre ise ithalatçı merkezi AB'de olan ve AB pazarına üçüncü ülkelerden ürün arz eden gerçek veya tüzel kişidir.

---

<sup>368</sup> İnceoğlu, s. 85.

<sup>369</sup> ÜGTDK m. 3/k ve m. 3/i bir arada değerlendirildiğinde ithalatçının ürünü ticari veya mesleki amaçla ithal etmiş olması gerekmektedir. Bkz. Kurt, s. 377.; Polat, s. 1011.

<sup>370</sup> Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on liability for defective products ([https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b9a6a6fe-3ff4-11ed-92ed-01aa75ed71a1.0001.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b9a6a6fe-3ff4-11ed-92ed-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF) Erişim Tarihi: 08.09.2024).

Ürün sorumluluğu kapsamında tali (ikincil) olarak sorumlu tutulan kişilerden dağıtıcı<sup>371</sup>, ÜGTDK m. 3/1/ç'ye göre ürünü tedarik zincirinde yer almak suretiyle piyasada bulunduran gerçek ya da tüzel kişidir. Dolayısıyla tedarik zincirinde rol alan perakendeci, toptancı, bayii, satıcı ÜGTDK uyarınca dağıtıcı sıfatını haizdir.<sup>372</sup> Ancak belirtmek gerekir ki ÜGTDK m. 11/3 uyarınca dağıtıcının ürünün neden olduğu zararları tazmin etme yükümlülüğü ürünün imalatçısı, yetkili temsilcisi veya ithalatçısının belirlenemediği durumlarda söz konusu olmakta ve dağıtıcı bu kişilerin isimleri ile irtibat bilgilerini o da yoksa tedarik zincirinde kendisinden bir önce yer alan kişinin bilgilerini zarar görenlere (on iş günü içinde) bildirmekle sorumluluktan kurtulabilir. Gerçekten de ürünün üreticisi veya ithalatçısını bilemeyen ve zarar görmüş bir kişinin muhatap bulabilmesi için dağıtıcının da sorumlu tutulmasına ihtiyaç vardır.<sup>373</sup> Benzer düzenleme 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifi m. 3/3'te de yer almaktadır.<sup>374</sup>

Yetkili temsilcinin tali sorumluluğu<sup>375</sup> Kanun'da açıkça düzenlenmemiştir. Dolayısıyla ürün sorumluluğu kapsamındaki sorumluluğunun niteliği öğretide tartışmalıdır. Bir görüşe göre yetkili temsilcinin ayrıca bir sorumluluğu bulunmamaktadır. Zira ÜGTDK m. 11/3 ile amaçlanan yetkili temsilcilerin ayrıca bir sorumlu kişi grubu hâline getirilmesi değil zarar görenlerin üreticiye daha kolay ulaşmasını sağlamaktır.<sup>376</sup> Diğer bir görüşe göre ise yetkili temsilcinin sorumluluğu

---

<sup>371</sup> İncoğlu, s. 87.

<sup>372</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 192.; Kurt, s. 382.

<sup>373</sup> İncoğlu, s. 88.

<sup>374</sup> İlgili Direktif hükmü şöyledir: "...Where the producer of the product cannot be identified, each supplier of the product shall be treated as its producer unless he informs the injured person, within a reasonable time, of the identity of the producer or of the person who supplied him with the product..."

<sup>375</sup> Yetkili temsilcinin asli olarak (birinci derecede) sorumlu olduğuna dair görüş için Bkz. İncoğlu, s. 91.

<sup>376</sup> Arık, s. 304.

dağıtıcının sorumluluğu gibi tali niteliktedir. Zira Kanunda yetkili temsilcinin imalatçı veya ithalatçı gibi sorumlu olduğu yönünde bir hükme yer verilmemiştir.<sup>377</sup> Kanaatimizce ÜGTDK m. 11/3'te “*ürünün imalatçısı, yetkili temsilcisi ya da ithalatçısının belirlenemediği durumlarda*” ifadesi kullanılmakla, yetkili temsilcinin belirlenebildiği durumlarda dağıtıcının sorumluluğunun doğmayacağı anlamı ortaya çıkmaktadır. Bu hâliyle, yetkili temsilcinin dağıtıcıdan önce gelmek üzere ve imalatçı ve ithalatçı ile aynı sorumlular kategorisinde (asli sorumlu) olduğu söylenebilir.

### c) **Ürün Sorumluluğunun Koşulları**

Uygulanabilirliği tartışmalı olmakla beraber Ayıplı Mal Yönetmeliği'ne göre üreticinin maldaki ayıptan (ÜGTDK'ya göre uygunsuzluktan) sorumluluğunun doğması, makul güvenlik beklentisini karşılamayan bir malın bir kimsenin ölümüne/yaralanmasına veya ayıplı mal dışındaki bir malının zarar görmesine yol açması hâlinde mümkündür.<sup>378</sup>

ÜGTDK m. 6/1 ve m. 6/2 uyarınca, her iki hüküm bir arada değerlendirildiğinde, ürün sorumluluğunun doğabilmesi için ürünün piyasaya sürülmüş olması,<sup>379</sup> ürünün uygunsuz olması, bir zararın bulunması ve zarar ile ürünlerdeki uygunsuzluk arasında illiyet (nedensellik) bağının bulunması gerekmektedir.<sup>380</sup> Önemle belirtmek gerekir ki ÜGTDK m. 6/4 uyarınca

---

<sup>377</sup> Kurt, s. 387.

<sup>378</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 186.

<sup>379</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 195.

<sup>380</sup> Çamcı, Ş. A.: 7223 Sayılı Kanun Kapsamında Ürün Sorumluluğu Tazminatı, İstanbul Barosu Dergisi 2023, C. 97, S. 4, s. 158.

imalatçı/üretici ve ithalatçının üründeki ayıpların/hataların/uygunsuzluğun neden olduğu zararlardan sorumluluğunu kaldıran anlaşmalar geçersizdir.

Uygunsuz ürün, ÜGTDK m. 3/1/r ve m. 3/1/s uyarınca “*ilgili teknik düzenlemeye veya genel ürün güvenliği mevzuatına uygun olmayan her türlü madde, müstahzar veya eşya*”dır. AB Ürün Sorumluluğu Direktifinde ise sorumluluk düzenlenirken ayıp (*defect*) sözcüğü kullanılmıştır. ÜGTDK’da ayıp yerine uygunsuzluk sözcüğünün kullanılması ise eleştirilmektedir.<sup>381</sup> 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifinin 6. maddesine göre bir ürün “*sunumu, makul kullanım şekli, dolaşıma sokulduğu zaman gibi tüm koşulları dikkate alındığında bir kişinin haklı olarak beklediği güvenlik gereksinimlerini karşılamıyorsa*” ayıplıdır ve ürün sorumluluğuna yol açar.<sup>382</sup> Dolayısıyla ürün sorumluluğu bağlamında ayıp/hata (*defect*) kavramı satıcının sözleşmesel sorumluluğunu doğuran ayıp kavramından ayrılmaktadır. Başka bir deyişle, ürün sorumluluğu bağlamında yalnızca güvenlik gerekliliklerini karşılamayan (alıcının güvenliğini tehlikeye düşüren) ürünler uygunsuzdur; ancak başka türden ayıplar uygunsuzluk kapsamında değildir.

Sorumluluğun doğumu için aranan bir diğer şart üründeki ayıptan kaynaklı olarak bir kişi üzerinde veya satılan dışındaki bir mal üzerinde zarar meydana gelmiş olmasıdır. Hukukumuzda ürün sorumluluğu çerçevesinde karşılanması öngörülen zararlar hem maddi hem de manevi zararlar olup tazminat miktarının belirlenmesinde TBK m. 51 ve m. 52’nin esas alınacağı ÜGTDK m. 6/5’te hüküm altına alınmıştır.<sup>383</sup>

---

<sup>381</sup> Polat, s. 995.

<sup>382</sup> Çamcı, s. 165.; Polat, s. 991.

<sup>383</sup> ÜGTDK m. 6/2 uyarınca üründeki ayıptan kaynaklı bir zarar ortaya çıktığını ispat yükü zarar görenin üzerindedir.

Buna karşın 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifinde sorumluluğu doğuran zararlar ölüm ve kişisel yaralanmalardan ileri gelen zararlar ile değeri 500 Eurodan az olmamak kaydıyla, ayıplı mal dışındaki zarar görenin kişisel kullanımına ve tüketimine özgülenmiş ve bu amaçla kullanılan mala gelen zararlardır.<sup>384</sup> Manevi zararlar ise Direktifte sayılan zarar kalemlerinden olmamakla beraber ne şekilde tazmin edileceklerinin düzenlenmesi üye ülkelerin ulusal hukuklarına bırakılmıştır.<sup>385</sup>

ÜGTDK kapsamında ürün sorumluluğu tazminatına konu edilebilecek mala gelen zararlar yönünden ise kişisel kullanıma veya tüketime özgülenmiş olma koşulu aranmaksızın diğer amaçlara özgülenmiş mallara gelen zararlar da tazminat talebine konu edilebilmektedir.<sup>386</sup> Ürün sorumluluğunun diğer bir koşulu, ispat yükü zarar görenin üzerinde olmak üzere, zarar ile ürünlerdeki ayıp arasında uygun nedensellik bağı bulunmasıdır. Uygun nedensellik bağı ile kastedilen ürünlerdeki uygunsuzluğun hayatın olağan akışına göre tazmini talep edilen zararı ortaya çıkarmaya elverişli olmasıdır. Ancak ürünün zarar görence kullanım amacına uygun biçimde kullanılmaması hâlinde ürün sorumluluğu doğmayacaktır.<sup>387</sup> Son olarak zarar görenlerin ürün sorumluluğu çerçevesinde sorumlu kişilerden tazminat talebinde bulunabilmesi için sorumlu kişilerce kurtuluş kanıtı getirilmemiş olmalıdır. Ayıplı Mal Yönetmeliği m. 7'ye göre

---

<sup>384</sup> Arık, s. 189 vd.; Çamcı, s. 167.

85/734 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifi m. 9 şöyledir: “*For the purpose of Article 1, 'damage' means: (a) damage caused by death or by personal injuries; (b) damage to, or destruction of, any item of property other than the defective product itself, with a lower threshold of 500 ECU, provided that the item of property: (i) is of a type ordinarily intended for private use or consumption, and (ii) was used by the injured person mainly for his own private use or consumption. This Article shall be without prejudice to national provisions relating to non-material damage.*”

<sup>385</sup> Polat, s. 1002.

85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifi m. 9/2 şöyledir: “*...This Article shall be without prejudice to national provisions relating to non-material damage.*”

<sup>386</sup> Arık, s. 202-203.; Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 195.

<sup>387</sup> Çamcı, s. 168.

imalatçı/üretici; malı piyasaya sürmediğini, malı piyasaya sürmek amacıyla veya ticari faaliyeti çerçevesinde üretmediğini, tüm durum ve koşullar göz önüne alındığında zarara sebep olan ayıbın mal piyasaya sürülmeden önce var olmadığını, malın teknik düzenlemesinin ayıba sebep olduğunu, mal piyasaya sürüldüğü sırada mevcut bilimsel ve teknolojik bilgilerin ayıbın varlığını bilinebilir kılmadığını ispatlamak suretiyle sorumluluktan kurtulabilir. 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifine göre ise üretici; ürünü dolaşıma sokmadığını, ayıbın ürün dolaşıma sokulduktan sonra ortaya çıktığını veya dolaşıma sokulduğu sıradaki koşullar dikkate alındığında zarara sebep olan ayıbın -kuvvetle muhtemel- var olmadığını, ürünün mesleki faaliyeti çerçevesinde ya da ekonomik amaçla veya satış yahut dağıtım için üretilmediğini, ayıbın ürünün kamu otoritelerince öngörülen zorunlu düzenlemelere uygun olmasından kaynaklandığını, ürünün piyasaya sürüldüğü sıradaki bilimsel ve teknolojik bilginin ayıbın varlığının tespit edilmesine imkan vermediğini kanıtladığı takdirde tazminat yükümlülüğünden kurtulur.<sup>388</sup> Bununla birlikte, ara malın (*component*) üreticisi parçanın (ara malın) durumunun tasarıma veya üreticinin talimatlarına atfedilebilir olduğunu ispatlayarak sorumluluktan kurtulur. ÜGTDK m. 21/2'ye göre üretici veya ithalatçı; ürünü piyasaya sürmediğini<sup>389</sup>, uygunsuzluğun

---

<sup>388</sup> İlgili Direktif hükmü şöyledir: “*The producer shall not be liable as a result of this Directive if he proves : (a) that he did not put the product into circulation ; or (b) that, having regard to the circumstances, it is probable that the defect which caused the damage did not exist at the time when the product was put into circulation by him or that this defect came into being afterwards ; or (c) that the product was neither manufactured by him for sale or any form of distribution for economic purpose nor manufactured or distributed by him in the course of his business ; or (d) that the defect is due to compliance of the product with mandatory regulations issued by the public authorities ; or (e) that the state of scientific and technical knowledge at the time when he put the product into circulation was not such as to enable the existence of the defect to be discovered ; or (f) in the case of a manufacturer of a component, that the defect is attributable to the design of the product in which the component has been fitted or to the instructions given by the manufacturer of the product.*”

<sup>389</sup> Ürünün piyasaya sürülmesi ilk defa alıcılar/tüketiciler tarafından incelenip alışverişe konu edilebilir hâle gelmesini ifade eder. Bir ürün henüz üretim veya dağıtım aşamasındayken zarara neden olduysa üretici veya ithalatçı ürünün henüz piyasaya sürülmediği yönünde kurtuluş kanıtı getirebilir. Ancak belirtmek gerekir ki ürünün piyasaya sürülmüş sayılabilmesi için üreticinin zilyetliğinden çıkmış olması şart değildir. Söz gelimi ürünün pazarlanması için Bkz. Çamcı, s. 171.

dağıtıcının veya üçüncü kişinin ürüne müdahalesi veya kullanımdan kaynaklandığını, ürünlerdeki uygunsuzluğun ürünün teknik düzenlemelere ve ilgili diğer zorunlu teknik kurallara uymasından ileri geldiğini ispatladığında aynı Kanun hükmünün 3. fıkrasına istinaden sorumluluktan kurtulabilir.

Ürün sorumluluğunda zaman aşımı süresi Ayıplı Mal Yönetmeliği m. 9'a göre zarar görenin, zararı, maldaki ayıbı ve imalatçının/üreticinin kim olduğunu öğrendiği ya da öğrenebileceği günden itibaren üç yıldır. ÜGTDK m. 6/6'ya göre ise zaman aşımı süresi zarar görenin zararı ve tazminat yükümlüsünü öğrenmesinden başlayarak üç yıl ve her hâlde zararın doğduğu andan itibaren on yıldır.

## **2. ETAHS'lerin Ürün Sorumluluğu Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı**

### **a) Türk Hukukunda**

ETAHS'lerin tüketiciye karşı ürün sorumluluğu çerçevesinde satılanın ayıplarından sorumlu tutulup tutulamayacağı öncelikle ürün sorumluluğunda sorumlu kişilerden sayılmasına bağlıdır.

ETAHS'ler çeşitli ürünleri imal etmeleri veya tasarımını yaptırarak yahut imal ettirerek kendi marka ve isimleri altında piyasaya arz etmeleri hâlinde ÜGTDK

anlamında üretici sayılabilir.<sup>390</sup> Ancak bu durumda e-ticaret pazar yerini işleten, alıcılar ile ETHS'lerin mal veya hizmet teminine yönelik sözleşme akdetmesine aracılık etmesi söz konusu olmadığından, bu ilişki yönünden ETAHS sıfatını değil ETHS sıfatını haiz olacaktır. Öte yandan öğretilerdeki bir görüşe göre, ürüne markasını/logosunu/ayırt edici işaretini koyarak ürünün paketlenmesi/kargolanması sürecinde rol alan Amazon, Trendyol, Çiçeksepeti gibi e-ticaret pazar yerlerini işleten ETAHS'lerin Ayıplı Mal Yönetmeliği çerçevesinde tüketiciye karşı üretici-imalatçı olarak satılanın ayıplarından sorumlu tutulması mümkündür. Zira Ayıplı Mal Yönetmeliği m. 4/1/d'ye göre ürüne kendi ayırt edici işaretini, ticari markasını veya ünvanını koyarak satışa sunanlar veya satışa sunmak amacıyla ithal edenler üretici/imalatçıdır.<sup>391</sup> Ancak kanaatimizce bu görüş iki nedenden ötürü tartışmaya açıktır. Öncelikle Yönetmeliğin sözü edilen hükmünde “ürüne” ayırt edici işaretini koyma koşulu aranmaktadır. Hâlbuki Trendyol, Amazon, Çiçeksepeti gibi ETAHS'ler doğrudan ürünün kendisine değil ürünün kargo poşetine veya taşıma kolisine ayırt edici işaretini koymaktadır. Dolayısıyla bu yönüyle gerçekleştirdiği iş modelinin kargo firmalarının yürüttüğü hizmetten farkı bulunmamaktadır. Söz gelimi Trendyol logosunu taşıyan bir paket kahvenin üzerinde kahve markası yazmasına karşın kargo poşetinde Trendyol logosunun bulunması örneğinde sözü edilen logo ürünün üzerinde değil kargo poşetinin üzerindedir.<sup>392</sup> Aksinin kabulü kargo firmalarının dahi üretici

---

<sup>390</sup> Birlik/Reyhan, s. 93-94. Belirtmek gerekir ki ETK Ek Madde 1 ve Ek m. 2 ile ETAHS'lerin kendi markalarını taşıyan ürünleri satışa sunması büyük ölçüde kısıtlanmıştır. Kurt, s. 176.

Ürünü imal etmeksizin veya tasarımını/imalatını yaptırmaksızın salt kendi logosu/amblemi/ayırt edici işareti ile paketleyerek alıcıya gönderen ETAHS'ler ÜGTDK anlamında üretici olarak nitelendirilemez. Bkz. Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 199.

<sup>391</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 190.; Büyüksağış/Kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 162.

<sup>392</sup> Bu örnekte ETAHS konumundaki Trenyol, Amazon, Çiçeksepeti gibi e-ticaret pazar yerlerini işletenler yalnızca ürünün kargolanması sırasında kendi ayırt edici işaretlerini taşıyan kargo poşetleri kullanmaktadır. Bu anlamda bir kargo firmasının bir ürünü kargolarken kendi logosunu taşıyan kargo poşetlerini kullanmasına benzemektedir. Dolayısıyla bu durumda ETAHS'nin doğrudan doğruya ürüne ayırt edici işaretini koyması söz konusu değildir.

olarak nitelendirilmesi sonucunu doğurur ki böyle bir kabul üretici ve dağıtıcı kavramları arasındaki farkı tamamen ortadan kaldıracaktır. Bununla beraber kanaatimizce Yönetmelik hükmünde aranan “satışa sunma” unsuru da ETAHS’ler bakımından sağlanmamaktadır. Zira ETAHS, ürünü kendi logosunu/ismini taşıyan ambalajlarla kargolarken veya ürünün kendisine ait e-ticaret pazar yerinde pazarlanmasına ortam sağlarken ürünü bizzat satışa sunmamaktadır. Ürüne ilişkin bilgileri web sitesindeki sanal mağazaya yükleyen, ürün açıklamalarını sisteme kaydeden ETHS olduğundan ürünü satışa sunan da ETHS’dir. ETAHS ise yalnızca ETHS’nin ürününün satışa sunulmasına ortam sağlamaktadır. Yoksa ürünü bizzat satışa arz etmemektedir. Hâl böyle iken, sözü edilen ETAHS’leri Ayıplı Mal Yönetmeliğinin bir hükmüne dayanarak üretici olarak nitelendirmek suretiyle, kusursuz sorumluluk hâli olan ürün sorumluluğundan sorumlu tutmak istisnai olan kusursuz sorumluluğu genişletme sonucu doğurur. Bu ise isabetli değildir.

ETAHS’nin ithalatçı sıfatı bulunup bulunmadığı da öğretilerde tartışmalıdır. İthalatçı ÜGTDK m. 3/1/ğ’de tanımlandığı üzere ürünü ithal ederek piyasaya arz eden gerçek veya tüzel kişidir. ETAHS’lerin, yurt dışında yerleşik satıcıların ürünlerinin satışına aracılık etmesi hâlinde ithalatçı sayılabileceği yönünde bir görüş<sup>393</sup> bulunmakla beraber bizim de katıldığımız aksi yöndeki görüşe göre<sup>394</sup> ETAHS’lerin ithalatçı olarak nitelendirilebilmesi için yurt dışında yerleşik imalatçının ürününün satışına aracılık etmesi yeterli olmayıp bunun yanında ürünün yurt dışından Türkiye’ye getirilmesinde aktif rol alması gerekmektedir. Kanun’daki tanımda ayrıca piyasaya arz

<sup>393</sup> Atamer, Y. M./Kurtulan Güner, G.: *Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu ile İmalatçının Sorumluluğu Konusu Türk Hukukunda Çözölmüş Müdür?*, AÜHFD 2021, C. 70, S. 2, s. 552.

<sup>394</sup> Kurt, s. 379.

İthalat “*Başka bir ülkeden mal getirme veya satın alma*”yı ifade eder. İthalatçı ise “*İthalatla uğraşan kimse; dış alımcı*” olarak tanımlanmaktadır. Bkz. Türk Dil Kurumu Sözlüğü, (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 17.09.2024). Bu hâliyle başka ülkeden Türkiye’ye ürün getirmeyen ETAHS’lerin ithalatçı olarak nitelendirmesi kanaatimizce de mümkün görünmemektedir.

etme kriterine de yer verilmiştir. Dolayısıyla bu kriteri sağlamayan ETAHS'lerin ithalatçı olarak ürün sorumluluğu kapsamında tazminat yükümlülüğü doğmayacaktır.

Bununla birlikte, ETAHS'nin satışına aracılık ettiği ve ürünün lojistiğini sağladığı maldaki ayıplardan dağıtıcı olarak, ürün sorumluluğu çerçevesinde, sorumlu tutulması mümkündür. Zira ÜGTDK m. 3/1/ç'ye göre tedarik zincirinde rol alan üretici ve ithalatçı dışındaki herkes dağıtıcı olarak nitelendirilebilir.<sup>395</sup> Ancak izah edildiği üzere dağıtıcının sorumluluğu tali nitelikte olup dağıtıcının, imalatçının/ithalatçının ya da bunların yetkili temsilcilerinin yahut tedarik zincirinde kendisinden önce yer alan kişinin isim ve irtibat bilgilerini on iş günü içinde paylaşmasıyla ortadan kalkabilecek bir sorumluluktur. Dolayısıyla hukukumuzda ÜGTDK bağlamında ETAHS'ler dağıtıcı sıfatıyla ürün sorumluluğuna tâbi tutulabilirse de sözü edilen bilgileri paylaşmak suretiyle sorumluluktan kurtulma imkanına sahiptir. Ayıplı Mal Yönetmeliğinin hâlen yürürlükte olduğunun kabulü hâlinde ise üretici olarak sorumluluklarına başvurulması ancak “ürüne” (bizzat ürünün kendisine) isimlerini/markalarını/ayırt edici işaretlerini koymak suretiyle piyasaya sunmaları hâlinde mümkün görünmektedir.

Kanaatimizce de isabetli olan görüşe göre, ÜGTDK'ya “ürünün üzerine” marka/isim/ticaret ünvanı gibi ayırt edici özelliğini koymak suretiyle “tüketici nezdinde ürünün üreticisi olduğu izlenimi uyandıran” ETAHS'lerin, ürün sorumluluğu

---

<sup>395</sup> Özellikle satıcılara (ETHS) lojistik desteği vererek ürünlerin alıcılara kargolamasını gerçekleştiren ETAHS'ler tedarik zincirinde aktif rol almakla dağıtıcı olarak nitelendirilebilir. Bkz. Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 200.; Kurt, s. 385.; Atamer/Kurtulan Güner, s. 552.

çerçevesinde sorumlu olacağına dair hüküm eklenmesi isabetli olacaktır.<sup>396</sup> Zira işlettiği e-ticaret pazar yeri ile ÜGTDK'ya göre uygunsuz AB Ürün Sorumluluğu Direktifine göre ayıplı/hatalı ürünleri piyasaya arz ederek tüketiciyle buluşmasına aracılık eden ETAHS'ler, bu ürünlerin geri çağırılması, ETHS'lerden malın yetkili satıcısı olup olmadığına dair belge talep etme gibi önlemleri alarak tüketicinin zarara uğramasını engelleme bakımından avantajlı konumdadır. Kaldı ki ETAHS'ler, bazen tüketicinin erişebildiği tek muhatap dahi olabilirler.

Ancak hukukumuzda mevcut yasal düzenlemeler karşısında ETAHS'lerin, ürün sorumluluğu bağlamında, yalnızca dağıtıcı olarak tali sorumluluklarına gidilmesi mümkündür.

## **b) Karşılaştırmalı Hukukta**

### **aa) Amerika Birleşik Devletleri'nde**

ABD'de ürün sorumluluğu; (*products liability*), esas itibariyle ürünü üretmemiş (*non-manufacturing*) perakendeci, toptancı, veya tedarik zincirindeki diğer satıcıların<sup>397</sup> ürünün neden olduğu zararlardan haksız fiil sorumluluğu çerçevesinde

<sup>396</sup> Kurt, s. 385-386. Yazara göre 2022/495 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifi Taslağının 7. maddesinde öngörüldüğü gibi hukukumuzda da tüketicide ürünü bizzat ürettiği veya kendi kontrolündeki kişilerce üretildiği izlenimi uyandıran ETAHS'lerin de, tedarik zincirinde aktif rol alsın almasın, dağıtıcı olarak sorumlu tutulması yerinde olacaktır.

<sup>397</sup> Gillies, Z.: *Amazon Marketplace and Third-Party Sellers: The Battle over Strict Product Liability*, Suffolk University Law Review 2021, Vol. 54, s. 87.

kusursuz olarak üretici gibi sorumlu tutulmasını ifade etmektedir.<sup>398</sup> ABD’de mahkemeler önceleri çevrim içi pazar yeri işletenleri (hukukumuzda ETAHS) ürün üzerinde kontrolü ve mülkiyet hakkı olmadığı gerekçesiyle ürün sorumluluğu çerçevesinde sorumlu tutmamakta iken<sup>399</sup> 2019 yılından itibaren Kaliforniya, New Jersey ve New York Eyalet Mahkemelerince çevrim içi pazar yerlerinin üründeki ayıpların neden olduğu bedensel zararlardan sorumlu tutulabileceğine hükmedilmiştir.<sup>400</sup> Özellikle Kaliforniya Temyiz Mahkemesince verilen Bolger v. Amazon kararında Amazon üzerinden satış yapan Lenoge adlı satıcıdan satın aldığı laptop bataryasının patlaması sonucu yaralanan Angela Bolger’in tazminat talebinin kabul edilmesi, çevrim içi pazar yerine ürün sorumluluğunun uygulanabileceğine işaret etmesi bakımından dikkate değerdir. Mahkemece bu yönde hüküm tesis edilirken Amazon’un; FBA (*Fulfillment by Amazon*) hizmeti çerçevesinde satış konusu malları kendi zilyetliğine geçirerek kendi depolarında saklaması, Bolger’i Amazon web sitesine çekmesi, Bolger’e Lenoge’nun ürünlerini listelemesi, Bolger ve Lenoge arasında kurulacak sözleşmenin koşullarını kontrol etmesi, Bolger’den satış bedelini

<sup>398</sup> Ülfbeck, V./Verbruggen, P.: *Online Marketplaces and Product Liability: Back to Where We Started?* Eurpoean Review of Private Law 2022, Vol. 30, s. 8. Yazarın aktarımına göre ABD’de çok sayıda mahkeme ürün sorumluluğunu üretici konumunda olmayan satıcılar açısından ihmal seviyesinde kusur şartına bağlamaktadır.

<sup>399</sup> Amazon’un satıcı tarafından ifa (*Fulfillment by Merchant*) modeliyle faaliyet gösterdiği ve satıldaki ayıptan dolayı alıcının zarara uğrayarak Amazon’dan tazminat talebi bulunduğu davalarda Amerikan Mahkemeleri genellikle Amazon lehine hüküm tesis etmiştir. Bkz. Stiner v. Amazon.com, Inc., 164 N.E.3d 394, 398-401 (Ohio 2020) ürün üzerinde yeterli kontrolü olmadığı gerekçesiyle; Carpenter v. Amazon.com, Inc., No. 17-cv-03221-JST, 2019 WL 1259158, at \*2 (N.D. Cal. Mar. 19, 2019) Amazon’un faaliyetinin malların piyasaya sürülmesinde zorunlu faktör olmadığı gerekçesiyle; Garber v. Amazon.com, Inc., 380 F. Supp. 3d 766, 778-79 (N.D. Ill. 2019) satıcı konumunda da dağıtım zincirinin parçası konumunda da olmadığı ve pazarlamada esaslı rolü olmadığı gerekçesiyle Amazon’un sorumlu olmadığına ilişkin kararlardır. (Monestier, T. J.: *Amazon Is A Seller of Marketplace Under Article 2*, Cornell Law Review 2022, Vol. 107, s. 718, dn. 79; García-Micó, T.: *Platform Economy and Product Liability: Old Rules for New Markets*, Revista De Internet Derecho Y Política 2022, Vol. 35, s. 10-11).

Stiner v Amazon kararı Amazon’un satış işlemi üzerindeki kontrolü dikkate alınmayarak verildiği gerekçesiyle eleştirilmektedir. Bkz. O’Connor, D.: *All of the Products, None of the Liability: Examining the Supreme Court of Ohio’s Decision in Stiner v. Amazon.com, Inc.*, University of Cincinnati Law Review 2022, Vol. 90, s. 1361-1362.

<sup>400</sup> Ülfbeck/Verbruggen, s. 9-10.

tahsil etmesi, ürünü Amazon logolu ambalajlarla paketleyerek Bolger'e kargolaması, Lenoge'nun Amazon'daki müşteri bilgilerine erişimini sınırlandırabilmesi ve müşteriyle iletişimini ancak Amazon üzerinden gerçekleştirebilmesine imkan vermesi dikkate alınmıştır. Böylelikle, Mahkemece, ürünün müşteriye ulaştırılmasında önemli role sahip olduğu gerekçesiyle ve finansal kâr elde etmesinden ötürü Amazon'un üretim ve dağıtım zincirinin parçası olduğu sonucuna varılarak ayıplı ürünün neden olduğu zararlardan sorumlu olduğuna hükmedilmiştir. Bu bağlamda, Mahkeme satıcı Lenoge'nun yurtdışında yerleşik olmasından dolayı Amazon'un zarar görenin başvurabileceği tek makul muhatap olması, Amazon'un; piyasaya sürülen ürünlerin güvenliğini sağlama konusunda satıcılar üzerinde kontrol uygulayabileceği, Amazon'un satılandaki ayıpların yol açtığı zararlardan kusursuz olarak sorumlu tutulmasının piyasadaki ürün güvenliğini sağlamaya yönelik ek bir teşvik olacağı, Amazon'un ödeyeceği tazminatı genele yayabilecek olması kriterlerini esas almıştır.<sup>401</sup>

## **bb) Avrupa Birliği'nde**

AB hukukunda çevrim içi pazar yeri işletenlerin (hukukumuzda göre ETAHS) ayıplı ürünün yol açtığı zararlardan sorumlu tutulabilmesi öncelikle bu kişilerin üretici, ithalatçı veya dağıtıcı olarak nitelendirilebilmesine bağlıdır. Bir çevrim içi pazar yeri işleten, 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifinin 3. maddesine göre üretici

---

<sup>401</sup> Bolger v. Amazon.com, LLC, 53 Cal.App.5th 431, 453 (Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 205.; Büyüksağış/Kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 158-160.)

Ayrıca Loomis v. Amazon.com LLC, 63 Cal.App.5th 466 kararı da aynı yöndedir. (Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 205-207.; Büyüksağış/Kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 160-161.; Monstier, s. 720.

olarak nitelendirildikten sonra ürünündeki ayıbın neden olduğu zararlardan sorumluluğu gündeme gelebilecektir. Bunun için ise ürünündeki ayıp ve zarar arasında nedensellik bağının bulunmasına ihtiyaç vardır.

İzah edildiği üzere 85/374 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifi m. 3/1'e göre, bir kimsenin üretici sayılabilmesi için ya malın tamamını/hammaddesini/bütünleyici parçasını (ara malı) üretmiş olması ya da ürüne ismini, ticaret ünvanını, markasını, ayırt edici özelliğini koyarak kendisini üretici gibi tanıtmaya çalışması gerekmektedir. Bu hâliyle, işlettiği e-ticaret pazar yerinde kendi ürettiği veya kendisini üretici olarak tanıtmak maksadıyla kendi logosunu yerleştirdiği ürünleri satışa sunan çevrim içi pazar yeri işletenlere üretici vasfı atfedilebilirse de üçüncü taraf satıcıların (hukukumuzda göre ETHS) mallarını sergileyerek potansiyel müşterilerin beğenisine sunmasına ve müşterilerle mesafeli sözleşme akdetmesine aracılık eden çevrim içi pazar yeri işletenlerin AB Ürün Sorumluluğu Direktifi anlamında üretici sayılması, ürünün kendisi veya paketindeki bilgi başka bir üreticinin varlığına işaret ediyorsa, daha düşük bir olasılıktır.<sup>402</sup> Söz gelimi Amazon'un Amazon tarafından ifa modeli (*Fulfillment by Amazon*)<sup>403</sup> çerçevesinde satılan Apple Macbook Air'ı kendi markasını/logosunu taşıyan ambalajlarla paketleyerek alıcıya kargolaması hâlinde de Macbook'un üstündeki ve kolisindeki Apple logolarından, kargo poşetinde Amazon

<sup>402</sup> Busch, C.: *Rethinking Product Liability Rules for Online Marketplaces: A Comparative Perspective*, European Legal Studies Institute Osnabrück Research Paper Series 2021, No. 21-01, s. 12-13.; García-Micó, s. 14.

Çevrim içi pazar yerlerinin ürünün üreticisi olduğu izlenimini yarattığı durumlarda AB Ürün Sorumluluğu Direktifi kapsamında üretici olarak sorumlu olacağına dair görüş için Bkz. Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 210.

<sup>403</sup> "Fulfillment by Amazon" Türkçeye "Amazon Tarafından Lojistik/Teslim" olarak çevrilebilir. Bu satıcıların ürünlerini Amazon'un depolarına göndererek, Amazon'un bu ürünleri depolayıp, paketleyip müşterilere gönderilmesini sağladığı bir hizmettir.

adı yer alsaydı da, üreticinin Amazon olmadığı açıktır.<sup>404</sup> Kaldı ki böyle bir olayda AB Ürün Sorumluluğu Direktifi m. 3/1'deki üretici tanımında yer alan “kendisini ürünün üreticisi olarak tanıtmama” unsurunun sağlandığı da söylenemez. Bu nedenle çevrim içi pazar yerlerinin salt ürünün ambalajına kendi markalarını/ayırt edici işaretlerini koymalarına bakılmamalı ve gerçekten de kendilerini üretici olarak göstermek üzere hareket edip etmedikleri araştırılmalıdır.<sup>405</sup>

Çevrim içi pazar yeri işletenlerin AB Ürün Sorumluluğu Direktifi anlamında ithalatçı sayılabilmesi için ise ürünü AB'ye ithal etmiş olması (*import*) gerekmektedir. Bu bağlamda, Amazon'un Amazon tarafından ifa (*Fulfillment by Amazon*)<sup>406</sup> modeliyle ürünün üçüncü ülkeden AB'ye girişini sağladığı durumlarda ithalatçı olarak satılanın ayıbından sorumlu tutulması mümkün olsa da<sup>407</sup> bizzat üçüncü ülkedeki satıcı tarafından AB'deki alıcıya kargolanan (satıcı tarafından ifa (*Fulfillment by Merchant*) modeliyle teslim edilen) ürünler bakımından Amazon'un veya aracılık faaliyeti yürüten benzer çevrim içi pazar yerlerini işletenlerin ithalatçı olarak nitelendirilmesi zordur.<sup>408</sup>

---

<sup>404</sup> Bu durumda da Amazon'un maliki olduğu Apple Macbook Air'ı satması ihtimalinde satıcı sıfatı bulunabilirse de üretici sıfatı olmayacaktır.

<sup>405</sup> Örneğin İspanyol hukukunda da ürüne veya paketine ismini/markasını/ayırt edici özelliğini yerleştiren çevrim içi pazar yeri işletenlerin, dağıtım zincirinde yer almakla birlikte kendilerini üretici olarak tanıtmamaları hâlinde üretici/imalatçı sayılmamaları yönünde görüş bulunmaktadır. Bkz. García-Micó, s. 13.

<sup>406</sup> “Fulfillment by Amazon” Türkçeye “Amazon Tarafından Lojistik/Teslim” olarak çevrilebilir. Bu satıcıların ürünlerini Amazon'un depolarına göndererek, Amazon'un bu ürünleri depolayıp, paketleyip müşterilere gönderilmesini sağladığı bir hizmettir.

<sup>407</sup> Fairgrieve D./Busch, C./Büyüksağış, E./Garrett, Z. G./Streaetmans, G./Karaikos, A./Linley, R. D./Markou, C./Paterson, J. M./Sharkey, C. M.: *Product Liability and Online Marketplaces: Comparison and Reform*, International and Comparative Law Quarterly 2024, Vol. 73, s. 483.

<sup>408</sup> Busch, s. 13-14.; Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 210.

AB Ürün Sorumluluğu Direktifi m. 3/3'e göre üretici veya ithalatçının belirlenemediği durumlarda, üretici gibi sorumlu tutulan ürünün tedarikçisi, üretici veya ithalatçıya ilişkin bilgileri makul süre içinde zarar gören ile paylaşmadıkça üretici gibi sorumlu tutulmaktadır. Benzer şekilde 2022/495 Sayılı AB Ürün Sorumluluğu Direktifi Taslağı m. 7/5 hükmüne göre üreticinin tespit edilememesi veya AB dışında yerleşik olması ve iktisadi işletmelerin<sup>409</sup> de tespit edilememesi hâlinde dağıtıcı<sup>410</sup> talebin tebliğinden başlayarak 1 ay içinde iktisadi işletmelerin veya tedarik zincirinde kendisinden önce yer alan işletmenin kimliğini zarar görene bildirmediğçe zarardan sorumlu olur.

Çevrimiçi pazar yeri (e-ticaret pazar yeri) işletenlerin AB Ürün Sorumluluğu Direktifi anlamında tedarikçi (*supplier*) olarak sorumlu tutulması da mümkündür.<sup>411</sup> Zira Amazon örneğinde olduğu gibi ürünün çevrim içi pazar yeri işleten tarafından tüketiciye ulaştırıldığı durumlarda çevrim içi pazar yerlerine üretici veya ithalatçının bilgilerini alıcı ile paylaşma yükümlülüğü getirilmesi piyasaya arz edilen güvenlik gerekliliklerini taşımayan ürünlerden dolayı zarara uğrayan tüketicilerin/alıcıların en azından zararın tazmini için muhatap bulabilmelerini kolaylaştırıcı olacaktır.<sup>412</sup>

<sup>409</sup> İktisadi işletmeler Ürün Sorumluluğu Direktifi Taslağı m. 4/16'da tanımlandığı üzere bir ürün ya da ara malın üreticisi, ürünle alakalı hizmetlerin sağlayıcısı, ithalatçı, ifa (*fulfillment*) hizmeti sunanlardır.

<sup>410</sup> Dağıtıcı Direktif Taslağının 4. maddesinin 15. fıkrasına göre tedarik zincirinde yer alan üretici ve ithalatçı dışındaki herkestir.

<sup>411</sup> Kurt, s. 385. Yazara göre ETAHS'lerin dağıtıcı olarak nitelendirilmesi ancak ürünün paketlenmesi, kargolanması sürecinde aktif rol oynamaları hâlinde söz konusu olacaktır. Buna karşın Ürün Sorumluluğu Direktifi Taslağına göre pasif çevrim içi pazar yeri işletenler de makul tüketici nezdinde ürünün kendisi veya kontrolü altındaki kişilerce sağlandığı izlenimi yaratıyorsa dağıtıcı sıfatıyla sorumlu olacaktır.; Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 211. Çevrim içi pazar yeri dağıtıcı olarak nitelendirildiğinde AB Ürün Sorumluluğu Direktifine göre makul süre içinde üreticinin veya ithalatçının kimlik bilgilerini zarar görene bildirdiği takdirde sorumluluktan kurtulabilecektir.; Büyüksağış/kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 157.

<sup>412</sup> Buna karşın ABAD, Coty v. Amazon kararında ABAD, Hukuk Sözcüsü'nün, aksi yönde görüşü bulunsa da, Amazon'un Coty'nin marka hakkını ihlal eden üçüncü taraf satıcıya ait ürünlerin Amazon'un depolarında tutulması ve satıcının bilgilerini Coty ile paylaşmadığı olayda Amazon'un piyasaya arz etme amacının bulunmadığına ve söz konusu marka ihlalden sorumlu olmadığına

## B. Güven Sorumluluğu Bağlamında

### 1. Genel Olarak Güven Sorumluluğu

Bir kusur sorumluluğu olan<sup>413</sup> güven sorumluluğu bir kimsenin, hukuki ilişki içine girmeksizin veya haksız fiil işlemeksizin, bir başkası üzerinde yarattığı güveni boşa çıkarmak suretiyle o kişiyi uğrattığı zararı gidermesini öngören bir sorumluluk hâli olup<sup>414</sup> kanaatimizce de isabetli olan görüşe göre culpa in contrahendo sorumluluğu da içine alan<sup>415</sup> bir üst kavramdır. Ancak diğer bir görüşe göre güven sorumluluğu culpa in contrahendo sorumluluktan ayrı bir sorumluluk hâlidir.<sup>416</sup> Kaynağını dürüst davranma ödevinden alan güven sorumluluğunun hukuki niteliği tartışmalıdır. Öğretideki bir görüşe göre güven sorumluluğu edim yükümlülüğünden bağımsız borç ilişkisi teşkil etmektedir.<sup>417</sup> Eren'e göre edim yükümlülüğünden bağımsız borç ilişkisi hem sözleşme görüşmeleri sırasındaki özen yükümlülüğünü hem de üçüncü kişiyi koruyucu etkili sözleşmelerdeki koruma yükümlülüğünü içine alan bir kavramdır.<sup>418</sup>

---

hükmetmiştir. Bkz. ABAD, Coty Germany GmbH v. Amazon Services Europe Sarl, C-567/18, EU:C:2020:267, paragraf 8-12 (Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 150, dn. 348).

<sup>413</sup> Görener, A.: Güven Sorumluluğu, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2019, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 14.; Durak, Y.: *Güven Sorumluluğu ve "Culpa in Contrahendo"*, Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2017, C. 25, S. 1, s. 244.

<sup>414</sup> Kılıçoğlu, A. M.: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 27. Baskı, Ankara 2024, s. 57.

<sup>415</sup> Antalya, O. G.: Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt 5/1,1, Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara 2019, s. 240. Yazara göre güven sorumluluğu kanundan kaynaklanan sözleşme benzeri sm-özleşme benzeri talep doğurucu niteliktedir.

Sert Sütçü, S.: *Güven Sorumluluğu Kavramı ve Yargıtay'ın Güven Sorumluluğu Kavramına Yaklaşımı*, Hukuk ve Adalet Eleştirel Hukuk Dergisi 2020, C. 12, S. 28, s. 193. Yazara göre güven sorumluluğu culpa in contrahendo sorumluluğu da kapsayan daha geniş bir kavramdır. Zira güven sorumluluğu sözleşmenin akdedilmesinden sonra da, hatta sözleşmesel yükümlülüklerin tespitinde, de karşılaşılabilecek bir sorumluluk hâlidir.

<sup>416</sup> Hatemi, H./Gökyayla, E.: Borçlar Hukuku Genel Bölüm, 5. Baskı, İstanbul 2021, s. 318.

<sup>417</sup> Serozan, R./Baysal, B./Sanlı, K. C.: Borçlar Hukuku Genel Bölüm, 8 Baskı, İstanbul 2022, s. 351 vd.

<sup>418</sup> Eren, F.: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 25. Baskı, Ankara 2020, s. 43 vd.

İsviçre hukukunda haksız fiilden kaynaklanan bir sorumluluk hâli olarak ele alınmakta iken Türk hukuku öğretisinde bir görüşe göre sözleşmesel sorumluluk ile haksız fiil sorumluluğu arasında bir sorumluluk hâli olarak kabul edilmektedir.<sup>419</sup> Diğer bir görüşe göre ise kanundan doğan, tam manasıyla sözleşmesel nitelik taşımasa da sözleşme benzeri talep hakkı doğuran bir sorumluluk hâlidir.<sup>420</sup> İsviçre Federal Mahkemesinin Swissair adlı şirket hakkında verdiği kararda; yavru şirket konumunda olan IGR adlı şirketin, reklamlarında ana şirket olan Swissair adlı havayolu şirketinin yavru şirketi olduğuna dikkat çeken ifadelerle yer vermesi karşısında IGR'nin üçüncü kişiye karşı sözleşmesel edimini yerine getirmediği gerekçesiyle Mahkeme, Swissair'ın güven sorumluluğu çerçevesinde sorumlu olduğuna hükmetmiştir.<sup>421</sup> Buna karşın Federal Mahkeme daha sonra verdiği Motor Colombus davasındaki kararında şirketler topluluğunda güven sorumluluğunun uygulanmasını daha sıkı şartlara bağlamıştır. Buna göre şirketin, şirketler topluluğunun parçası olması ve bunu reklamlarla ilan etmesi yeterli olmayıp ana şirketin, belirli bir şekilde davranacağına ilişkin somut ve belirli bir beklenti yaratmasına ihtiyaç vardır.<sup>422</sup>

<sup>419</sup> Ünver Soylu, G.: Güven Teorisi ve Güven Sorumluluğu Kapsamında Yetkisiz Temsilcinin ve Temsil Belgesini Geri Almayanın Sorumluluğu, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2018, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 28.; Gürpınar, D.: Sözleşme Dışı Yanlış Tavsiyede Bulunma, Öğüt Verme veya Bilgi Vermeden Doğan Hukuki Sorumluluk, 1. Baskı, İzmir 2006, s. 210 vd.; Dönmez Canseven, Z.: *Güven Teorisi ve Güven Sorumluluğu*, İstanbul Barosu Dergisi 2021, C. 95, S. 2, s. 355.; Durak, s. 244-245. Türk hukukunda da güven sorumluluğunun genel zarar vermeme ödevinden doğan ve haksız fiil teşkil eden bir sorumluluk olduğuna dair görüş için Bkz. Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 238.

<sup>420</sup> Görener, s. 18.

<sup>421</sup> Sert Sütçü, Güven Sorumluluğu, s. 198-199. Karara konu olayda Swissair adlı ana şirketin yavru şirketi olan IGR, her yıl peşinen ödenen kira bedelleri mukabilinde ortağı olanlara golf sahalarına yakın mekanlarda konaklama imkanı sunacağını vadetmiş ve reklamlarında bir Swissair işletmesi olduğunu beyan etmiştir. Swissair ise söz konusu beyanlara karşı itirazda bulunmamıştır. Bahse konu koşulları kabul eden davacı, peşin ödemeleri yapmasına karşın ne IGR ne de Swissair karşı edimi ifa etmiştir. Ayrıca ödemeler de iade edilmemiştir. Federal Mahkeme tüm bu koşulları değerlendirerek ve davacının düşük sermayeli IGR şirketinden yüksek sermayeli Swissair'e güvendiğinden bahisle davacının zararının Swissair tarafından giderilmesi gerektiğine hükmetmiştir.

<sup>422</sup> Sert Sütçü, Güven Sorumluluğu, s. 200.

Hukukumuzda güven sorumluluğu açıkça düzenlenmemiştir. Buna karşın Türk-İsviçre hukuk sistemlerinde dayanağının TMK m. 2 olduğu kabul edilmektedir.<sup>423</sup>

Bununla beraber, sözleşme ilişkisine taraf olmayan üçüncü kişinin güven sorumluluğuna gidilebilmesi de mümkündür.<sup>424</sup> Edim yükümlülüğünden bağımsız borç ilişkisi niteliğindeki üçüncü kişinin güven sorumluluğu, sözleşme ilişkisine taraf olmamakla beraber bir çıkar elde etmek üzere araya girerek ve ön plana çıkararak sözleşmenin kurulmasına etki eden üçüncü kişinin yanlış veya eksik bilgi vermesinden dolayı kendisine güvenen kişilere karşı sözleşmesel sorumluluğudur.<sup>425</sup> Bu sorumluluğun doğabilmesi için ise üç şartın bir arada bulunması gerekmektedir. Bunlar; üçüncü kişinin sözleşmenin akdedilmesinde menfaatinin bulunması, üçüncü kişinin sözleşmenin kurulmasında etkisinin bulunması ve sözleşmenin taraflarından birinin üçüncü kişiye yoğun güven duymasıdır.<sup>426</sup> Üçüncü kişinin güven sorumluluğunu doğuran durumlara örnek olarak tanınırlığı ve güvenilirliği yüksek olan alışveriş merkezi, oto galeri, tatil acentesi gibi araçların kendilerine güvenerek sözleşme akdeden tüketicilere karşı sorumluluğu verilebilir.<sup>427</sup> Bununla birlikte, kanaatimizce de isabetli olan görüşe göre üçüncü kişinin güven sorumluluğunu üçüncü kişiyi koruyucu etkili sözleşmeden ayırmak gerekir.<sup>428</sup> Öğretide edim

<sup>423</sup> Gürpınar, s. 214.; Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 57.; Hatemi/Gökyayla, s. 321. Yazarlar TBK'da culpa in contrahendo sorumluluk ve güven sorumluluğu için ayrı ayrı maddelerde düzenleme yapılması önerilerinde güven sorumluluğunun dayanağının da dürüstlük kuralı olması gerektiği öne sürülmektedir.

<sup>424</sup> Kalkan Oğuztürk, B.: Güven Sorumluluğu, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2007, Yayınlanmış Doktora Tezi, s. 245 vd.

<sup>425</sup> Serozan/Baysal/Sanlı, Borçlar Genel, s. 351 vd.

<sup>426</sup> Antalya, Borçlar Genel I, s. 258.; Çelenkoğlu, s. 124.; Serozan/Baysal/Sanlı, Borçlar Genel, s. 351 vd.; Özbay Özdoğru, s. 110.; Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 238.

<sup>427</sup> Serozan/Baysal/Sanlı, Borçlar Genel, s. 352.

<sup>428</sup> Serozan/Baysal/Sanlı, Borçlar Genel, s. 351 vd.

yükümlülüklerinden bağımsız borç ilişkilerinin bir türü olarak ele alınan<sup>429</sup> üçüncü kişiyi koruyucu etkili sözleşmede üçüncü kişinin sözleşmenin tarafı olmamakla beraber taraflardan birine olan yakınlığından (onun koruma alanına girmesinden) ötürü sözleşmenin korumasından yararlanabilmesini ve bu sayede sözleşmenin diğer tarafından borca aykırılığa dayalı olarak tazminat talep edebilmesini ifade etmektedir.<sup>430</sup> Öte yandan üçüncü kişinin güven sorumluluğu bundan farklı olarak, üçüncü kişiyi koruma değil, üçüncü kişiyi yükümlülük altına alma işlevi görmektedir. Burada üçüncü kişi taraflar arasında kurulan sözleşmenin taraflarından birine olan yakınlığından ötürü üç taraflı ilişkiye dahil edilmekten ziyade kendi menfaati için taraflardan birinin ona duyduğu güven sayesinde, sözleşmenin kurulmasına olumlu yönde etki etmektedir. Bir örnekle açıklamak gerekirse, alacaklı A ile borçlu B arasında orijinal bir tablonun satışına ilişkin sözleşme akdedilmesine üçüncü kişi konumundaki ünlü ve muteber sanat galerisi sahibi Ü aracılık eder ve B de Ü'nün ismine duyduğu güvenden dolayı A ile sözleşme akdedip de satış konusu tablo sahte çıkarsa B'nin Ü'ye yönelteceği tazminat talebinin hukuki temeli üçüncü kişinin güven sorumluluğu olacaktır. Ancak A'nın B ile evinin elektrik tesisatının bakım onarımı konusunda sözleşme akdetmesi ve B'nin işin görülmesi sırasında elektrik kaçağına yol açması sonucu A'nın evde oynayan kızı K'nin yaralanması örneğinde K'nin A'dan olan sözleşmesel tazminat talebinin hukuki temeli üçüncü kişiyi koruyucu etkili sözleşme olacaktır.

---

<sup>429</sup> Eren, Borçlar Genel, s. 43 vd.

<sup>430</sup> Oğuzman/Öz, Cilt I, s. 39.; Kocayusufpaşaoğlu, N.: Borçlar Hukuku Genel Bölüm Birinci Cilt, 6. Bası, İstanbul 2014, s. 20-25.

Güven sorumluluğunun bir boyutuyla sözleşmenin tarafı olmamakla beraber sözleşmenin koruması alanına giren bir kişinin, taraflardan birine olan yakınlığından ötürü, sözleşmenin diğer tarafına duyduğu güveni de koruduğu ve bu güvenin boşa çıkmasından kaynaklanan zararları da gidermeyi içerdiğine dair görüş için Bkz. Gürpınar, s. 216.; Durak, s. 243.

## **2. ETAHS’lerin Güven Sorumluluğu Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı**

### **a) Türk Hukukunda**

Güven sorumluluğu çerçevesinde ETAHS’nin tüketiciye karşı ayıplı maldan kaynaklanan sorumluluğunun doğabilmesi için üçüncü kişinin güven sorumluluğunun tesisinde aranan sözleşmenin akdedilmesinde menfaatinin bulunması koşulu ETAHS-ETHS-tüketici ilişkisi açısından sağlanmaktadır. Zira tüketici ile ETHS’yi bir araya getiren üçüncü kişi konumundaki ETAHS; ETHS-tüketici arasında sözleşme kurulması sayesinde komisyon elde etme, ağ etkisi ile müşteri çevresini genişletme, reklam gelirlerini artırma gibi menfaatler elde edebilmektedir. Bununla birlikte ETAHS’lerin, ETHS üzerinde -ürünlerin listelenmesini durdurma gibi imkanları elinde bulundurarak- kontrol sağlaması, tüketicinin ürün tercihlerine göre reklamlar ve ürün tavsiyeleri sunması dolayısıyla ETAHS’nin sözleşmenin kurulmasında etkisi bulunduğu da söylenebilir. Ayrıca, tüketicinin başkaca e-ticaret ortamlarında alışveriş yapmak yerine belirli bir e-ticaret pazar yerinde satış yapan ETHS ile sözleşme akdetmesi söz konusu sözleşmeyi kurarken e-ticaret pazar yerinin ismine (ve dolayısıyla o e-ticaret pazar yerini işleten ETAHS’ye) yoğun şekilde güven duyduğuna işaret etmektedir. Tüm bu nedenlerle kanaatimizce de isabetli olan görüşe göre ETAHS’nin üçüncü taraf satıcının ayıplı malının neden olduğu zararlardan sorumluluğu üçüncü kişinin güven sorumluluğuna dayandırılabilir; ancak bunun için somut olayın özelliklerine göre tüketicide satış sözleşmesinin gereği gibi ifa edilmemesi hâlinde ETAHS’nin müdahale edeceği, ETHS üzerinde kontrolünün

olduğu yönünde haklı bir güvenin oluşturulup bu güvenin boşa çıkarılmış olması gerekmektedir.<sup>431</sup> Yargıtay da 2018 tarihli bir kararında ETAHS'ye (kararın verildiği tarihte yürürlükte olan Kanun hükmüne göre aracı hizmet sağlayıcı) duyulan güvene atfen ETAHS'nin, tüketiciye karşı ayıptan sorumlu olacağı yönündeki ilk derece mahkemesi kararının kanun yararına bozulması talepli davayı reddetmiştir.<sup>432</sup> Karara konu olayda ayıplı cep telefonu satışı karşısında muhatap bulamayan tüketicinin, ücret iadesi talebini aracı konumundaki web sitesine yöneltmesi söz konusudur. Bu talep hakkında ilk derece mahkemesi, tüketicinin ürünü satın alırken aracının işlettiği internet sitesinde dolandırıcıların veya sahte satıcıların faaliyet yürütmesine izin vermeyeceğine duyduğu güvenin boşa çıkarıldığına ve bu nedenle aracının tüketicinin zararını tazmin etmesi gerektiğine hükmetmiştir. Yargıtay da sözü edilen ilk derece mahkemesi kararını, aracı hizmet sağlayıcının tüketicinin güvenliğini boşa çıkarmasını ayıplı hizmet olarak değerlendirerek, isabetli görmüş ve kanun yararına bozma talebini reddetmiştir. Bu itibarla söz konusu karar, ETAHS'lerin üçüncü kişinin güven sorumluluğu çerçevesinde ayıptan sorumlu tutulabileceğine işaret etmektedir. Ancak önemle belirtmek gerekir ki bu kararda ETAHS, ayıplı maldan sorumlu tutulmamaktadır. Tüketici ile arasındaki ilişkide, tüketici nezdinde ayıplı mal satabilecek satıcılarla muhatap kılınmayacağına veya ürünle ilgili sorun yaşadığında muhatap bulabileceğine ilişkin olarak uyandırdığı güvene rağmen, tüketiciye sunduğu aracılık hizmet sırasında bu güvenin boşa çıkmasından dolayı sunduğu hizmetin ayıplı hizmet olduğu gerekçesiyle sorumlu tutulmaktadır.

---

<sup>431</sup> Çelenkoğlu, s. 124-125.; Birlik/Reyhan, s. 95-96.; Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 247 vd.; Özbay Özdoğru, s. 110-113.

<sup>432</sup> Yarg. 13. HD, T. 14.12.2018, E. 2017/5834, K. 2018/12148 (Lexpera İçtihat Bankası Erişim Tarihi. 30.11.2024).

## b) Karşılaştırmalı Hukukta

AB’de, çevrim içi pazar yerlerinin ayıptan sorumlu olacağı doğrudan güven sorumluluğu çerçevesinde ele alınıp düzenlenmemiş olsa da, DSA m. 6/3 hükmünde çevrim içi platformlara<sup>433</sup> duyulan güvene sonuç bağlanmaktadır. Söz konusu hükme göre tüketicilerin tacirler ile mesafeli sözleşme akdetmesine imkan sağlayan bir çevrim içi platformun, bilgi sunarken veya işlem yaparken ortalama bir tüketicide işleme konu bilgi, ürün veya hizmetin kendisi ya da kendisinin kontrolünde hareket eden hizmet alanlar tarafından sağlandığı yönünde bir inancın oluşmasına neden olması hâlinde tüketici mevzuatından kaynaklanan sorumlulukları bakımından aynı hükmün 1. fıkrasında düzenlenen sorumluluk muafiyetinden yararlanamayacaktır.<sup>434</sup> Dolayısıyla AB’de tüketici nezdinde oluşan güvenin, çevrim içi platformun (ve dolayısıyla e-ticaret pazar yerini işletenin) satılanın ayıplarından tüketiciye karşı sorumlu tutulmasının önü açılmıştır. Ancak çevrim içi platform, malın/hizmetin kendisi ya da kontrolü altındaki hizmet alanlar (*recipient of the service*) tarafından piyasaya arz edilmediğini açıkça bildirdiği takdirde sorumluluk muafiyetinden yararlanabilecektir.<sup>435</sup> Bununla beraber, DSA m. 6/3 hükmü yalnızca tüketici

<sup>433</sup> Çevrim içi platform DSA m. 3/i’ye göre hizmet alanın talebi üzerine bilginin depolanması ve kamuya yayılması biçimindeki yer sağlama faaliyetini ifade eder. Fakat söz konusu faaliyet, başka bir hizmetin küçük ya da salt yardımcı bir özelliği yahut ana hizmetin küçük bir işlevselliği olması, objektif ve teknik nedenlerden dolayı diğer hizmet olmadan kullanılamaması ya da işlevselliğin diğer hizmetle entegrasyonu DSA’nın uygulanmasını engellediği takdirde faaliyet yapılan tanımlamanın kapsamına girmeyecektir. Yani çevrim içi platform olarak nitelendirilmeyecektir.

<sup>434</sup> Tüketici nezdinde bu yönde bir inancı oluşturan durumlara örnek olarak çevrim içi pazar yerinin tacir ile tüketici arasında sözleşme akdedilene kadar tacirin kimlik ve iletişim bilgilerini tüketiciye vermediği veya ürünü, tedarik edecek satıcının ismi yerine, kendi ismi altında pazarlaması verilebilir. Ortalama tüketici terimi ile kastedilen ise Louboutin kararında Hukuk Sözcüsünün ifade ettiği üzere makul derecede bilgilendirilmiş ve dikkatli bir internet kullanıcısı olup böyle bir kişi tacirin teklifinin çevrim içi pazar yerinin ticari teklifinin integral parçası olarak gördüğü takdirde çevrim içi pazar yerinin tüketici mevzuatı çerçevesinde sorumluluğu doğacaktır. Bkz. Church, P./Pehlivan, C. N.: *The Digital Services Act (DSA): A New Era for Digital Harms and Intermediary Liability*, Global Privacy Law Review 2023, Vol. 4, s. 55-56.

<sup>435</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 250-251.

mevzuatından kaynaklanan sorumluluklar bakımından sorumsuzluk muafiyetinin uygulanmayacağını düzenlediği için tüketici konumunda olmayan alıcılara talep hakkı sağlamayacaktır. Kanaatimizce düzenlemenin bu şekilde yapılması isabetlidir. Zira ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden alıcıların ayıplı malın e-ticaret pazar yeri veya onun kontrolünde faaliyet yürüten kişilerce sağlanıp sağlanmadığını ayırt etmesi tüketiciye kıyasla daha kolaydır.

## **C. Adam Çalıştıranın Organizasyon Sorumluluğu Bağlamında**

### **1. Genel Olarak Adam Çalıştıranın Organizasyon Sorumluluğu**

Adam çalıştıranın organizasyon sorumluluğu TBK m. 66/3'te düzenlenmiş bir kusursuz sorumluluk<sup>436</sup> hâlidir. Söz konusu hükme göre bir işletme<sup>437</sup> bünyesinde adam çalıştıran gerçek veya tüzel kişi, işletmenin faaliyetlerinden dolayı meydana gelen<sup>438</sup> zararları<sup>439</sup> karşılamakla yükümlüdür. Meğerki işletmenin çalışma düzeninin

---

<sup>436</sup> Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 434. Organizasyon sorumluluğunun kusur sorumluluğu olduğuna dair görüş için Bkz. Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 219.

<sup>437</sup> İşletme piyasada faaliyet yürüten emek ve sermaye organizasyonu olarak tanımlanabilir. Bkz. Kılınç, A. N.: Adam Çalıştıranın Organizasyon Sorumluluğu, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2017, Yayınlanmış Doktora Tezi, s. 217. Ayrıca işletmenin TTK m. 11 anlamında ticari işletme olması şart değildir. Bkz. Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 440.

<sup>438</sup> TBK m. 66/1 hükmünde adam çalıştıranın çalışanın işin görülmesi sırasında zarara sebep olması söz konusu iken TBK m. 66/3'te adam çalıştıranın işletmesinin faaliyetinden dolayı bir zarar ortaya çıkmaktadır. İki hüküm bu yönden birbirinden ayrılmaktadır. Bkz. Antalya, O. G.: Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt 5/1,2, Genişletilmiş 2. Baskı, İstanbul 2019, s. 359.

<sup>439</sup> Söz konusu zarar bir kimsenin mal varlığında rızası dışında meydana gelen eksilme (maddi zarar) şeklinde ortaya çıkabileceği gibi kişilik değerlerinde meydana gelen eksilmeler (manevi zarar) şeklinde de ortaya çıkabilir. Eren, Borçlar Genel, s. 712.

zararın oluşmasını engellemeye elverişli<sup>440</sup> olduğunu kanıtlasın.<sup>441</sup> Söz konusu sorumluluk (organizasyon sorumluluğu) düzenlemesi bir görüşe göre<sup>442</sup> TBK m. 66/1’de düzenlenen çalışanı seçerken, talimat verirken özen gösterme yükümlülüğüne dahil görülse de bizim de katıldığımız aksi yöndeki görüşe göre<sup>443</sup> organizasyon sorumluluğunun temelini oluşturan organizasyon yükümlülüğü klasik anlamda çalışanı seçerken, ona talimat verirken aranan özen yükümlülüğünden ayrıdır. Dolayısıyla organizasyon sorumluluğu, TBK m. 66/1’de düzenlenen adam çalıştırmanın sorumluluğundan ayrı bir kusursuz sorumluluk hâlidir. Kaldı ki adam çalıştırın bakımından işletmenin düzeninin elverişliliğini kanıtlayarak sorumluluktan kurtulma imkanı tanınması da (ayrı bir kurtuluş kanıtının öngörülmesi) bu sorumluluğun adam çalıştırmanın sorumluluğundan ayrı bir sorumluluk olduğuna işaret etmektedir. Organizasyon sorumluluğu çerçevesinde adam çalıştırmanın kendi fiilinden mi yoksa çalışanın fiilinden mi sorumlu tutulduğu tartışmalıdır. Kanaatimizce de isabetli olan görüşe göre adam çalıştırmanın sorumluluğunu doğuran işletme düzenindeki eksiklik ve yetersizlikler olduğuna göre bunları sağlamamasından ötürü sorumlu tutulan adam çalıştırın, kendi yapmama biçimindeki fiilinden sorumlu tutulmaktadır.<sup>444</sup> Ayrıca TBK

<sup>440</sup> İşletmenin düzenini sağlama yükümlülüğü organizasyon yükümlülüğü olarak isimlendirilmekte ve işletmenin teknik yönetim ve işleyişinin hukuki bir yükümlülüğü yerine getirebilecek ve üçüncü kişilerin zarara uğramasını önleyecek şekilde organize edilmesi gerekliliğini ifade etmektedir. Bkz. Antalya, Borçlar Genel II, s. 360-361. İlâveten, işletmede iş akışının, iş bölümünün çalışma düzeninin parçası olan insan, araç gereçlerin organizasyonu da organizasyon sorumluluğu çerçevesinde aranan objektif özen yükümlülüğünün kriterlerindendir. Bkz. Eren, Borçlar Genel, s. 711.

<sup>441</sup> Eren, Borçlar Genel, s. 708-709.; Oğuzman, M. K./Öz, T.: Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt II, İstanbul 2018, s. 143-144.

<sup>442</sup> Ünlütepe, M.: Organizasyon Sorumluluğu (TBK m. 66/III), 1. Baskı, İstanbul 2016, s. 23.

<sup>443</sup> Eren, Borçlar Genel, s. 709-710.; Türkmen, A.: 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu’na Göre Organizasyon Sorumluluğu, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası 2012, C. 70, S. 2, s. 262-293.; Sırış, s. 386.

Başka bir görüşe göre ise organizasyon sorumluluğu adam çalıştırmanın sorumluluğunun gelişmiş hâlidir. Bkz. Önder Süyen, B.: Organizasyon Sorumluluğu Kapsamında Adam Çalıştırmanın Özen Yükümlülüğü, Terazi Hukuk Dergisi 2024, C. 0, S. 215, s. 89.

<sup>444</sup> Ünlütepe, s. 171-175. Yazara göre organizasyon sorumluluğuna kaynaklık eden işletenin işletme düzenini sağlamaya ilişkin objektif özen yükümlülüğüne aykırı davranmasıdır.

m. 66/1’de düzenlenen adam çalıştırmanın sorumluluğu yalnızca çalışanın fiilinden kaynaklanan zararların tazminine yönelik bir sorumluluk iken TBK m. 66/3’te düzlenene organizasyon sorumluluğu, işlemenin çalışma düzenindeki aksaklıklardan ileri geldiği için işletmedeki makine ve teçhizattan da kaynaklanabilir.<sup>445</sup> Ayrıca TBK m. 66/1 anlamında adam çalıştırmanın sorumluluğunun tesisi için bir işletmenin varlığı da şart değildir.<sup>446</sup>

TBK m. 66/1’e istinaden<sup>447</sup> adam çalıştırmanın hukuki sorumluluğunun doğabilmesi için adam çalıştırana bağlı (onun emri altında) çalışan kişinin<sup>448</sup>, işin görülmesiyle bağlantılı olarak<sup>449</sup> bir üçüncü kişiye<sup>450</sup> zarar vermiş olması gerekmektedir.<sup>451</sup> Belirtmek gerekir ki zarar görenin sözü edilen kanun hükmüne dayalı olarak tazminat talep edebilmesi için fiilin hukuka aykırılığını ve fiil ile zarar arasında nedensellik bağı<sup>452</sup> bulunduğunu kanıtlamasına ihtiyaç vardır. Bahse konu

<sup>445</sup> Ünlütepe, s. 170. Yazara göre TBK m. 66/f. 1 anlamında adam çalıştırmanın sorumluluğunda çalışan ile adam çalıştırıcı arasında bulunması aranan bağımlı çalışma ilişkisi, organizasyon sorumluluğu açısından yalnızca, işletmedeki makine, teçhizat veya çalışma düzeninin parçası olan diğer hususlar da zarara yol açabileceği dikkate alındığında, işletmenin diğer işletmelerden ayrılmasını sağlamada kullanılan bir kriterdir. Yani işletmenin adam çalıştırılan bir işletme olduğuna işaret etmek içindir. TBK m. 66/f. 3 hükmünde yer alan adam çalıştırma olgusunun organizasyon sorumluluğunun doğabileceği işletmeleri adam çalıştırılan işletmeler olma özellikleri ile diğer işletmelerden ayıran bir husus olduğuna dair aynı yöndeki görüş için Bkz. Türkmen, s. 264.

<sup>446</sup> Ünlütepe, s. 192.

<sup>447</sup> TBK m. 66/f. 1’e göre adam çalıştırıcı çalışanın işin görülmesi sırasında üçüncü kişilere verdiği zararı karşılamakla yükümlüdür. Aynı hükmün 2. fıkrasına göre ise adam çalıştırıcı çalışanın seçerken, ona talimat verirken gereken özeni gösterdiğini kanıtlamak suretiyle sorumluluktan kurtulur.

<sup>448</sup> Adam çalıştırıcının sorumluluğuna gidilebilmesi bakımından çalışma ilişkisinin temelini teşkil eden sözleşmenin türü önem taşımaz. Ancak genellikle çalışan ve çalıştırıcı arasında bir hizmet sözleşmesi bulunmaktadır. Bkz. Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 434.; Antalya, Borçlar Genel II, s. 360.

<sup>449</sup> Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 437.

<sup>450</sup> Zararın sözleşme ilişkisine dahil olmayan bir üçüncü kişiye verilmesi adam çalıştırıcının sorumluluğunu ifa yardımcısının fiilinden sorumluluktan ayırmaktadır. İfa yardımcısının fiilinden sorumluluğa yol açan zarar sözleşmenin alacaklısı konumundaki kişi nezdinde ortaya çıkarken çalıştırılan neden olduğu zarar sözleşme ilişkisinin dışındaki üçüncü kişi üzerinde ortaya çıkmaktadır. Bkz. Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 435-436.

<sup>451</sup> Oğuzman/Öz, Cilt II, s. 147-151.

<sup>452</sup> Nedensellik (illiyet) bağı olayların olağan akışına ve genel hayat deneyimlerine göre gerçekleşene benzer bir sonucu gerçekleştirmeye elverişli neden ile gerçekleşen sonuç arasındaki sebep-sonuç ilişkisini ifade eder. Bkz. Eren, Borçlar Genel, s. 712.

koşulların varlığı zarar görence ispatlandığı takdirde adam çalıştırmanın işçilerini çalıştırırken gerekli dikkat ve özeni göstermediği ve zararın bu yolla gerçekleştiği karineten kabul edilmektedir.<sup>453</sup> TBK m. 66/3'te düzenlenen organizasyon sorumluluğu yönünden ise işletme düzeninin elverişsizliği şeklinde ortaya çıkan<sup>454</sup> hukuka aykırı bir fiilin ve bu fiil sonucunda meydana gelmiş bir zararın bulunması gerekmektedir.<sup>455</sup>

Bununla birlikte bir işletme bünyesinde adam çalıştırmanın işletmesinin çalışma düzeninin, zararın oluşmasını engellemeye elverişli nitelikte olmadığı karinesi uygulanmaktadır. Söz konusu karine aksi kanıtlanabilir bir karine olup<sup>456</sup> işletmenin çalışma düzeninin kötü olması hâlinde adam çalıştırın; çalıştırdığı kişiyi seçerken, ona talimat verirken gereken objektif özeni göstermiş olsa bile uygulanmaktadır.<sup>457</sup> Ayrıca adam çalıştırın işletmenin düzenini sağlamada gereken özeni gösterdiğini kanıtlayamadığı takdirde özensizliği ile oluşan zarar arasında nedensellik bağının bulunduğu da karineten kabul edilmektedir.<sup>458</sup> Adam çalıştırın sorumluluğu çerçevesinde hükmedilecek tazminatın belirlenmesinde adam çalıştırın kusurunun derecesi önem arz etmez.<sup>459</sup>

---

<sup>453</sup> Zararın tazmini için adam çalıştırın işletme sahibinin özensizliği ile zarar arasındaki nedensellik bağının ispatının yeterli görülmesinden dolayı organizasyon sorumluluğu olağan sebep sorumluluğu olarak nitelendirilmektedir. Bkz. Türkmen, s. 260.

<sup>454</sup> Örneğin yeterli sayıda işçi çalıştırılması, işçilerin uzmanlık alanlarına uygun işlerde çalıştırılması, işçilere işletme içi eğitimler verilmesi adam çalıştırın çalışma düzenini sağlama konusundaki özen yükümlülüğü kapsamındadır. Bkz. Önder Süyen, s. 94.

<sup>455</sup> Türkmen, s. 265.; Önder Süyen, s. 90-92.

<sup>456</sup> Söz konusu karinenin aksinin ispatlanamayacağına dair görüş için Bkz. Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 219.; Sırış, s. 386.

<sup>457</sup> Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 440.; Önder Süyen, s. 88.

<sup>458</sup> Oğuzman/Öz, Cilt II, s. 154-155.

<sup>459</sup> Oğuzman/Öz, Cilt II, s. 156. Buna karşın yazarlara göre tazminatın belirlenmesinde hâlin icabına, zarar görenin birlikte kusuruna, davalının tazminatı ödemekle yoksulluğa düşüp düşmeyeceğine ilişkin esaslar adam çalıştırın sorumluluğu bağlamında tazminat belirlenirken de uygulanacaktır.

Adam çalıştırmanın sorumluluğunda uygulanacak tazminat zaman aşımı TBK m. 72 uyarınca kural olarak zarar görenin, zararı ve çalıştırma olgusu ile çalıştırının kim olduğunu öğrenmesinden itibaren iki ve herhâlde zarar verici fiilin işlenmesinden itibaren on yıldır; ancak adam çalıştırının özensiz davranışı aynı zamanda suç teşkil ediyor ve ceza davasının zaman aşımı daha uzun bir süre ise ceza dava zaman aşımı uygulanacaktır.<sup>460</sup> Ayrıca TBK m. 66/4'e göre adam çalıştırının zarardan bizzat sorumlu olan çalışanına rücu etme imkanı da bulunmaktadır.<sup>461</sup>

## **2. ETAHS'lerin Organizasyon Sorumluluğu Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı Meselesi**

### **a) Türk Hukukunda**

ETAHS'nin kendisine ait e-ticaret pazar yerinde mal ve hizmet teminine ilişkin sözleşme akdedilmesine ortam sağlaması bir işletme faaliyeti olarak nitelendirilebilir<sup>462</sup> ve ETAHS, işlettiği e-ticaret pazar yerinde birden çok kişiyi istihdam ettiği için TBK m. 66/3'te düzenlenen adam çalıştırının organizasyon sorumluluğu çerçevesinde satılardaki ayıplardan sorumlu tutulabilir.<sup>463</sup> Buna karşın

<sup>460</sup> Oğuzman/Öz, Cilt II, s. 157.

<sup>461</sup> Oğuzman/Öz, Cilt II, s. 158. Yazarlara göre adam çalıştırının çalışanına rücu edebilmesi için bir miktar tazminatı zarar görene ödemiş olması yeterli olup ödenen tazminatın mahkeme kararından kaynaklanmış olması şart değildir. Adam çalıştırın zarar görenin mahkemeye başvurmaksızın talep ettiği tazminatı ödemesi hâlinde de koşulları mevcut ise çalışanına rücu edebilecektir.

<sup>462</sup> İşletmenin ekonomik veya mesleki amaca özgülenmiş olması veya ticari işletme olması gerekmemektedir. Bkz. Büyüksağış, E.: *Extension of Strict Liability to E-Retailers*, Journal of European Tort Law 2022, Vol. 13, s. 76-77.

<sup>463</sup> Büyüksağış/Kahveci, Platformun Sorumluluğu, s. 165 vd.; Fairgrieve/Busch/Büyüksağış/Garrett/Straetmans/Karaiskos/Linley/Markou/Paterson/Sharkey, s. 496-497. Büyüksağış, s. 79.; Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 229 vd. Yazarlar, işletme faaliyeti olarak

kanaatimizce ETAHS'nin işletmenin (e-ticaret pazar yeri) çalışma düzeninin zararın doğmasını engellemeye elverişli olduğu yönünde kurtuluş kanıtı getirme imkanı bulunmaktadır.<sup>464</sup> Bununla birlikte ETK m. 9'da (ECD Art. 14 ve DSA Art. 6/1'e tekabül eder.) düzenlenen muafiyet rejiminin organizasyon sorumluluğu yönünden de uygulanıp uygulanamayacağı da cevaplanması gereken bir sorudur. Kanaatimizce de isabetli olan görüşe göre<sup>465</sup> tıpkı satıcının ayıptan sorumluluğu yönünden sorumluluk muafiyetinde esas alındığı gibi organizasyon sorumluluğu yönünden muafiyetin uygulanabilirliğinin tespitinde ETAHS'nin satış sözleşmesinin ifası aşamasında aktif mi pasif mi rol oynadığı dikkate alınmalıdır. ETAHS, salt teknik ve otomatik bir aracılık hizmeti verdiği takdirde muafiyetten yararlandırılmalı, aksi takdirde organizasyon sorumluluğu çerçevesinde sorumlu sayılmalıdır. Zira izah edildiği üzere işletme kavramı ticari işletme kavramı ile sınırlı olmayıp piyasaya mal/hizmet arz edilen ortamlar da bu tanıma dahildir. Bu itibarla, e-ticaret pazar yerleri (çevrim içi pazar yerleri) işletme olarak kabul edilebilir ve bunları işleten ETAHS'ler de, bu ortamda malların/hizmetlerin alıcılarla buluşmasına aracılık ettiğine göre bu şekildeki faaliyetleri dolayısıyla -çalışma düzenindeki aksaklık olarak nitelendirilebilecek olan- ayıplı mal satışları bakımından gerekli özeni göstermediği gerekçesiyle sorumlu tutulabilir. ETAHS'ler ayıplı malların kendilerine ait e-ticaret pazar yerinde dolaşıma girmesini ve dolaşımda kalmasını engellemek için çalışma düzenini organize edebilir. Örneğin müşteri yorumlarını elinde bulunduran bir ETAHS, ürünle ilgili sahte olduğu veya zarara yol açtığına ilişkin yorumları değerlendirerek ayıplı olabilecek ürünlerin

---

nitelendirdikleri ETAHS'nin e-ticaret pazar üzerinde yürüttükleri faaliyetleri dolayısıyla bir zararın doğmasını önlemek için gereken makul özeni gösterse bile ETAHS'nin ürünün dağıtım zincirinde aktif rol alması hâlinde satıldaki ayıplardan sorumlu tutulabileceğini değerlendirmektedir.

<sup>464</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s. 219. Yazarlar aksi kanaattedir.

<sup>465</sup> E-ticaret pazar yerinin satış ilişkisinde önemli dahli varsa muafiyetten yararlanamaz. Örneğin, Ürünün paketlenmesi, kargolanması, alıcıdan satış bedelinin tahsil edilmesi gibi faaliyetleri yürüten ETAHS aktif bir ETAHS'dir ve muafiyetten yararlanamaz. Bkz. Büyüksağış, s. 84.; Sırış, s. 386 vd.

e-ticaret pazar yerinde listelenmemesini sağlayabilir. Ürünün kargolamasını bizzat gerçekleştiren ETAHS'ler ürünleri paketlemeden önce alıcıya zarar verebilecek bozukluk ve eksiklikler olup olmadığını kontrol edebilir. Ayrıca markalı ürünler bakımından yetkili satıcı olduğunu belgelemeyen satıcıların ürünlerinin satışına aracılık etmeme yoluna da gidebilir. ETAHS'nin e-ticaret pazar yerinde alacağı bu gibi önlemler sayesinde, ayıplı ürünlerin piyasaya arz edilerek tüketici ile buluşması ve tüketicinin zararına neden olması engellenebilir. Tüm bu hususlar bir arada değerlendirildiğinde ETAHS'lerin organizasyon sorumluluğu çerçevesinde satıldaki ayıbın neden olduğu zarardan sorumlu tutulması ayıplı ürünlerin dolaşımda bulunmasını engellemede yararlı olabileceği gibi zarar gören tüketicilerin satıcıya ulaşamama ihtimallerine karşı da bir muhatap bulmalarını sağlayacaktır.

## **b) Karşılaştırmalı Hukukta**

Satılanın ayıbından sorumlulukla doğrudan ilişkili olmamakla beraber ABD'de üçüncü taraf sağlayıcının telif hakkı ihlali teşkil eden fotoğraflarının dolaşımda bulunmasına ortam sağlayan Google'ın, ihlal teşkil eden söz konusu fotoğraflardan dolayı telif hakkı sahibine karşı organizasyon sorumluluğu (*vicarious Liability*) çerçevesinde sorumlu tutulup tutulmayacağı konusunda mahkemece verilen kararda davacının Google'un; doğrudan ihlalcisi olan üçüncü taraf web siteleri üzerinde gerekli kontrolünün bulunması ve ihlalden doğrudan bir finansal fayda sağlaması gerektiğine;

buna karşın davalının ihlali gerçekleştiren üçüncü taraf web siteleri üzerinde doğrudan kontrolü bulunmadığına hükmedilmiştir.<sup>466</sup>

## **D. Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenme Bağlamında**

### **1. Genel Olarak Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenme**

Bir sözleşme niteliğinde olan üçüncü kişinin fiilini üstlenme, bir tarafın diğer tarafa üçüncü bir kişinin belirli bir edimi ifa etmemesi hâlinde doğacak zararını gidermeyi taahhüt etmesini konu alır. Ancak belirtmek gerekir ki üstlenen edimi bizzat ifa etmeyi taahhüt etmemektedir.<sup>467</sup> Ayrıca üçüncü kişinin fiilini üstlenme bir görüşe göre garanti sözleşmesinden ayrı bir sözleşmedir.<sup>468</sup> Aksi yöndeki görüşe göre ise üçüncü kişinin fiilini üstlenme garanti sözleşmesidir.<sup>469</sup>

---

<sup>466</sup> Perfect 10, Inc. v. Google, Inc., 487 F.3d 701 (9th Cir. 2007) (Gray, N. J.: *The Future of Third-Party Content on the Internet*, Intellectual Property & Law Journal 2007, Vol. 19, s. 15).

<sup>467</sup> Eren, Borçlar Genel, s. 1280-1282.

<sup>468</sup> Garanti sözleşmesi garanti verenin bir teşebbüsün riskini/tehlikesini üzerine almak suretiyle garanti alanı söz konusu teşebbüse yönlendirdiği bir sözleşmedir. Garanti sözleşmesine garanti alanın üçüncü kişiye karşı üstlendiği edimin yanında başkaca edimler de de üstlenebilirken üçüncü kişinin fiilini üstlenmede üstlenilen şey başka bir sözleşmeye konu edimin ifa edilmemesidir. Dolayısıyla garanti sözleşmesi üçüncü kişinin fiilini üstlenmeden daha geniş bir kavramdır. Üçüncü kişinin fiilini üstlenmeyi kefalet sözleşmesinden ayıran ise kefalet sözleşmesinin başka bir sözleşmenin konusu olan asıl alacağın teminatı olmak üzere ve akıbeti asıl alacağın akıbetine bağlı olmak üzere akdedilmesidir. Yani fer'i niteliktedir. Hâlbuki üçüncü kişinin fiilini üstlenme asli borç niteliğindedir. Bu bağlamda kefil alacaklıya borçlunun öne sürebileceği def'ileri öne sürebilirken üçüncü kişinin edimini üstlenenin böyle bir imkanı yoktur. Bkz. Eren, Borçlar Genel, s. 1282-1283.

<sup>469</sup> Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 726.

Üçüncü kişinin fiilini üstlenmeden dolayı üstlenenin sorumluluğuna gidilebilmesi için her şeyden önce bir üstlenme olgusunun varlığı aranmaktadır.<sup>470</sup> Söz konusu üstlenme kural olarak şekle tâbi değildir. Ancak gerçek kişilerin üstlenen konumunda olması hâlinde TBK m. 603 gereğince kefalet sözleşmesinin şekline (nitelikli yazılı şekil) tâbidir. Zira üçüncü kişinin edimini üstlenme bir şahsi teminat sözleşmesidir.<sup>471</sup> Ayrıca üstlenilen edim üçüncü kişiye ait (olumlu veya olumsuz) bir edim olmalı<sup>472</sup> ve üçüncü kişinin iradesine bağlı olmalıdır.<sup>473</sup> Bununla birlikte, hem üstlenenin hem de üstlenilenin fiil ehliyeti bulunmalıdır.<sup>474</sup>

Üçüncü kişinin fiilini üstlenmeden doğan tazminat borcu, üçüncü kişi edimi sözleşmede kararlaştırılan sürede ifa etmediği anda doğar ve doğumuyla birlikte muaccel olur.<sup>475</sup> Söz konusu tazminat üstlenilenin müspet zararının karşılanmasına yöneliktir. Yani üstlenilenin malvarlığındaki mevcut durum ile edim ifa edilseydi malvarlığının geleceği durum arasındaki fark üstlenilen tarafından tazminat olarak talep edilebilecektir.<sup>476</sup>

---

<sup>470</sup> Üstlenenin edim ifa edilmediğinde karşı tarafa tazminat ödeyeceğini taahhüt etmesi (bu niyette olması) gerekmektedir. Bu özellik üçüncü kişinin fiilini üstlenmeyi hatır için bir başkasının edimine aracılık etmekten ayırmaktadır. Bkz. Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 728.

<sup>471</sup> Eren, Borçlar Genel, s. 1284.; Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 727-728.

Garanti sözleşmesi kavramının üçüncü kişinin fiilini üstlenme kavramı yerine kullanılabileceğine dair görüş için Bkz. Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 730-732.

<sup>472</sup> Belirtmek gerekir ki üstlenilen edimin hukuka veya ahlaka aykırı olmaması gerekir. Aksi takdirde üstlenme TBK m. 27 uyarınca kesin hükümsüz olacaktır. Bkz. Eren, Borçlar Genel, s. 1286.

<sup>473</sup> Söz gelimi edimin gerçekleşmesi tamamen tesadüfe bağlı ise TBK m. 128 uygulama alanı bulmayacaktır. Bkz. Eren, Borçlar Genel, s. 1286.

Aynı şekilde üstlenilen edimin başkasına ait olmaması hâlinde de TBK m. 128 uygulanmayacaktır. Bkz. Kılıçoğlu, Borçlar Genel, s. 728.

<sup>474</sup> Eren, Borçlar Genel, s. 1286.

<sup>475</sup> Bu durumda üstlenen üstlenilenden öncelikle üçüncü kişiye başvurmasını isteyemez. Eren, Borçlar Genel, 1287.

<sup>476</sup> Eren, Borçlar Genel, s. 1287.

## 2. ETAHS'lerin Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenme (Taahhüt)

### Çerçevesinde Sorumlu Tutulup Tutulamayacağı

Bazı ETAHS'ler işlettiği e-ticaret pazar yerinde tüketiciden tahsil ettiği ücreti satıcıya aktarmadan önce tüketicinin ürünü onaylamasını aramaktadır. Tüketici ürünü onaylamadığında ise ücret tüketiciye iade edilmektedir. Öğretide bu işlemin üçüncü kişinin fiilini (bedel iadesinin yapılması) üstlenme olarak nitelendireceği öne sürülmektedir.<sup>477</sup> Aksi yöndeki görüşe göre ise ETAHS'nin bu işlemi, yalnızca ücreti bir süre güvende tutmaktan ibaret olup ücretin satıcı tarafından iade edilmemesi hâlinde bizzat ETAHS tarafından iade edileceğine ilişkin taahhüt niteliğinde değildir. Dolayısıyla üçüncü kişinin edimini üstlenme olarak nitelendirilemez.<sup>478</sup> Bununla birlikte bu görüşe göre ETAHS'nin gerçek kişi olması hâlinde sözleşmenin nitelikli yazılı şekilde yapılması gerekliliği, ETAHS-tüketici arasında kurulan sözleşme elektronik ortamda yapıldığından, bu ilişki açısından sağlanmamaktadır.<sup>479</sup> Kanaatimizce ETAHS'lerin genellikle tüzel kişi olması karşısında şekle aykırılık gündeme gelmeyecektir. Ayrıca ETAHS işlettiği e-ticaret pazar yerinde ürünün orijinal olduğu veya ücret iadesinin sorunsuz şekilde gerçekleştirileceğine dair ifadelere yer vermekle ortalama tüketicide bir inanç oluşturmaktadır. Dolayısıyla ETAHS'nin e-ticaret pazar yerinde “Bu ürün orijinaldir.” şeklinde ifadelere yer

---

<sup>477</sup> İnceoğlu/Baş Süzel, s. 486.; Çelenkoğlu, s. 126-127. Yazara göre ETAHS'nin ürünün orijinal olduğunu ya da ücret iadesinin gerçekleştirileceğini taahhüt etmesi hâlinde tüketiciyi hakkında pek fazla bilgiye sahip olmadığı ETHS ile sözleşme akdetmeye teşvik ettiği için söz konusu taahhüdünün gerçekleşmemesinden sorumlu tutulabilir. Ancak yazara göre bu ihtimalde sorumluluğun kaynağı sözleşmeye aykırılık (TBK m. 112 vd) olacaktır; buna karşın taraflar arasında bir sözleşme bulunmadığı görüşü benimsenirse tüketici ürünün taahhüt edildiği gibi orijinal olmaması veya ücret iadesinin yapılmaması nedeniyle ETAHS'den üçüncü kişinin fiilini taahhüt hükümleri (TBK m. 128 vd.) çerçevesinde talepte bulunabilir.

<sup>478</sup> Özbay Özdoğru, s. 46.

<sup>479</sup> Özbay Özdoğru, s. 45.

vermesi tüketicinin o ürünü satın almasına karar vermesinde etkili olduğu için buna hukuk düzenince sonuç bağlamak gerekir. Böyle bir durumda, ürün taahhüt edildiği gibi orijinal olmadığında, tüketicinin TBK m. 128'e dayanarak ETAHS'den tazminat talep etmesi mümkündür.



## SONUÇ

E-ticaret pazar yerleri üzerinden mal alım satımının yaygınlaşması ile bu pazar yerlerinde ETAHS-alıcı-ETHS arasında kurulan üç taraflı hukuki ilişkide, özellikle alıcının tüketici olduğu ihtimalde, taraflar arası ilişkilerin hukuki niteliğinin ne olduğu ve söz konusu pazar yerleri üzerinden tüketiciye satılan ayıplı mallardan e-ticaret pazar yerini işleten ETAHS'nin sorumluluğunun doğup doğmayacağı soruları ortaya çıkmaktadır. Zira tüketici tarafından e-ticaret pazar yerinin ismine ve ETHS ile akdettiği satış sözleşmesine konu malın ayıplı çıkması hâlinde bir muhatap olarak en azından ETAHS'yi bulabileceğine duyulan güven, tüketicileri belirli bir e-ticaret pazar yeri üzerinden ürün satın almaya teşvik etmektedir. Bu duruma e-ticaret pazar yerinin ürünün orijinallliği, alıcının talep etmesi hâlinde ücret iadesinin sorunsuz şekilde gerçekleştirileceğine dair beyanı, ürünleri kendi markasını taşıyan ambalajlarla paketlenerek kargolamak suretiyle satış sözleşmesinin ifa aşamasında aktif rol alması, alıcıdan satış bedelini bizzat tahsil etmesi gibi faktörler etkili olabilmektedir.

ETAHS-ETHS-tüketiciden oluşan üç taraflı hukuki ilişkide ETAHS tüketiciye karşı bir taraftan güvenli alışveriş ortamı sağlamakta diğer taraftan ETHS ile kuracağı satış sözleşmesinin kurulması ve ifasına aracılık etmektedir. Bu bakımdan ETAHS bir hizmet sunumu gerçekleştirmektedir. Bu hizmet sunumu karşılığında tüketiciden ücret aldığı takdirde de, ücret almaksızın ekonomik değeri haiz bir unsur (menfaat) olan tüketiciye ait kişisel verileri elde ettiği takdirde de aralarındaki ilişki abonelik sözleşmesi olarak nitelendirilebilir. ETAHS-ETHS arasındaki ilişkinin de sui generis bir sözleşme olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ETHS-tüketici ilişkisi ise bir malın bedel

karşılığında mülkiyetinin devrini konu alan ve mesafeli olarak kurulan bir satış sözleşmesi niteliğindedir.

Bazı ETAHS'ler her ne kadar satılanın kargolanması, satış bedelinin tahsili gibi suretlerle satış sözleşmesinin ifasına dahil olabilmekte ise de satış konusu malı bizzat mülkiyetlerinde bulundurmadağı, mülkiyet devrini gerçekleştirmediğı ve satış sözleşmesinin tarafı olmadığı için Türk hukuku çerçevesinde, gerek TBK m. 207 gerekse TKHK m. 48/6/d uyarınca, satıcının ayıptan sorumluluğı bağlamında e-ticaret pazar yerinde ETHS tarafından satılanın ayıbından tüketiciye karşı sorumlu tutulmaları mümkün görünmemektedir. Benzer yaklaşım ABD'deki mahkemelerce de benimsense de Pensilvanya Temyiz Mahkemesi tarafından verilen Oberdorf v. Amazon kararında bir e-ticaret pazar yeri işletenin de (hukukumuzda göre ETAHS) üçüncü taraf satıcı tarafından satılan maldaki ayıptan sorumlu olabileceğı yönünde hüküm tesis edilmiştir. AB mevzuatında ise DSA m. 6/3 hükmü ile ortalama bir tüketicide malın bizzat kendisi veya kontrolü altındaki hizmet sağlayıcılar tarafından sağlandığı algısı oluşturan çevrim içi platformun tüketici mevzuatından kaynaklı yükümlölüklerinin devam edeceği hükmüne yer verilmekle e-ticaret pazar yerlerini işletenlerin de satılanın ayıbından sorumlu tutulabilmesi mümkün hâle getirilmiştir.

ETAHS'lerin tüketiciye karşı ayıplı maldan satıcı olarak sorumlu tutulamayacakları tespit edildiğine göre, başka hukuki temellere dayalı olarak sorumluluğunun gündeme gelip gelmeyeceğinin incelenmesi gerekliliğı doğar. Bu kapsamda çalışmamızda öncelikle ETAHS'lerin ürün sorumluluğı çerçevesinde; sonra güven sorumluluğı çerçevesinde; daha sonra organizasyon sorumluluğı

çerçevesinde ve üçüncü kişinin edimini taahhüt (üçüncü kişinin fiilini üstlenme) çerçevesinde tüketiciye karşı sorumlu tutulup tutulamayacakları irdelenmiştir.

ETAHS'lerin ürün sorumluluğu bağlamında tüketiciye karşı ayıplı maldan sorumlu tutulması öncelikle ürün sorumluluğu kapsamında sorumlu kişilerden sayılabilmesine bağlıdır. ÜGTDK'ya göre bir kimsenin üretici sayılabilmesi için ürünü bizzat imal etmesi veya bir başkasına imal ettirerek ya da tasarımını yaptırarak kendi adı/ticaret ünvanı/markası altında piyasaya arz etmesi gerektiği göz önüne alındığında, birtakım ürünleri ürettirerek kendi işlettiği e-ticaret pazar yerinin markası altında piyasaya süren ETAHS'lerin üretici olarak nitelendirilmesi mümkün görünse de üçüncü taraf ETHS'nin mallarının piyasaya arzında aracılık eden ETAHS'nin, üretime (imalata) dahil olmaması karşısında tüketiciye karşı üretici olarak satılandaki ayıptan dolayı tazminat yükümlülüğü gündeme gelmeyecektir. Üretici-imalatçı kavramını daha geniş tanımlayan Ayıplı Mal Yönetmeliği'nin hâlen yürürlükte olduğunun kabulü hâlinde de bu sonuç değişmeyecektir.

Öte yandan ürünlerin paketlenme ve kargolamasını yapan (ifa aşamasında aktif rol alan) ETAHS'lerin tedarik zincirinde yer almakla ÜGTDK kapsamında dağıtıcı olarak nitelendirilerek ürün sorumluluğu çerçevesinde ikincil derecede sorumluluğuna gidilebilmesi mümkündür. Buna karşın ABD'de çevrim içi pazar yerlerinin üçüncü taraf satıcıya ait ayıplı malların neden olduğu bedensel zarardan sorumlu tutulduğu örnek karar bulunmakla beraber mahkemelerce aksi yönde de karar verildiği görülmektedir. AB hukukunda yürürlükteki AB Ürün Sorumluluğu Direktifi çerçevesinde ETAHS, ürünü kendi ayırt edici işaretini/logosunu/emblemini taşıyan

paketlerle kargoladığı ve kendisini üretici gibi tanıttığı takdirde üretici olarak sorumlu tutulabilirse de ürünün üzerindeki bir bilgidен üreticinin başkası olduğu anlaşılabilirse ETAHS'nin üretici olarak sorumlu tutulması güçtür. Ürünün kendisinin değil ancak ürünün kargolandığı paketin üzerinde ETAHS'nin ayırt edici işaretine yer verilmesinde de durum aynıdır. Ürünün AB pazarına girişinde etkili olmayan çevrim içi pazar yeri işletene ithalatçı sıfatı atfedilemeyeceğinden, bu tür çevrim içi pazar yerlerini işletenlerin ürün sorumluluğu çerçevesinde tazminat yükümlülüğü bulunmayacak; dağıtım zincirine aktif dahil ile ürünün üçüncü ülkeden AB pazarına girmesini sağlayan çevrim içi pazar yerlerini işletenler ise, ithalatçı olarak ürünün neden olduğu zararları tazmin etme yükümlülüğü altında olacaktır. Bununla birlikte ürünün tedarik zincirinde rol alan ETAHS'lerin ürünü AB sınırları içinde dağıttıklarında veya ürün AB ülkesine doğrudan satıcı tarafından sokulup da ülke içindeki dağıtımı gerçekleştirdiklerinde, tedarikçi/dağıtıcı olarak ürün sorumluluğundan sorumlu tutulmaları gündeme gelebilir.

Bu hâliyle Türk hukukunda TKHK m. 48/6/d hükmü ile ETAHS'nin, tüketiciye karşı üçüncü taraf ETHS'ye ait malın ayıplı çıkmasından satıcının ayıptan sorumluluğu çerçevesinde sorumlu tutulamayacağı açık hüküm altına alınmış olsa da ürün sorumluluğu çerçevesinde dağıtıcı olarak en azından ürünün üreticisine, üreticinin yetkili temsilcisine, ithalatçısına veya tedarik zincirinde kendisinden bir önceki iktisadi işletmeye ilişkin bilgileri zarar gören ile paylaşma yükümlülükleri bulunmaktadır. Aksi hâlde zarardan imalatçı gibi bizzat sorumlu olacaklardır. Bununla beraber e-ticaret pazar yeri bir işletme olarak, ETAHS bir işletme bünyesinde adam çalıştıran olarak ve ETAHS'nin ayıplı mal satışına aracılık etmesi de işletmenin

Çalışma düzenindeki aksaklık olarak değerlendirilerek ETAHS'ler organizasyon sorumluluğuna tâbi tutulabilir. Ancak ETAHS'leri üçüncü taraf ETHS'lerce sunulan içerik ve içeriğe konu mal ile ilgili hukuka aykırılıklardan kaynaklı sorumluluktan muaf tutan ETK m. 9 hükmünün de tüm ETAHS'leri organizasyon sorumluluğundan muaf tutar şekilde değil ETK m. 9'un me hazı olan ECD m. 14 ve DSA m. 6/1'in uygulanmasında olduğu gibi, yalnızca teknik ve otomatik alt yapı hizmeti sunan ETAHS'lere uygulanması isabetli olacaktır. Aktif ETAHS'ler ise bu muafiyetten yararlandırılmamalıdır.

ETAHS'lerin tüketicie karşı satıldaki ayıpların yol açtığı zararlardan dolayı üçüncü kişinin güven sorumluluğu çerçevesinde sorumlu tutulması ise hukuken mümkün görünmektedir. Zira ETAHS, ETHS ile tüketicie arasında sözleşme kurulmasına -sözleşmenin taraflarından birini teşkil eden- tüketicie nezdinde oluşturduğu güven sayesinde etki edebilmekte ve bu yolla çıkar (gelir) elde etmektedir. Buna karşın ETK'ya DSA m. 6/3 hükmünde olduğu gibi ortalama tüketicie nezdinde malın kendisi veya kontrolü altındaki satıcılar tarafından sağlandığı hususunda haklı güven uyandıran ETAHS'lerin satıldaki ayıplardan sorumlu tutulmasına ilişkin hüküm eklenmesi daha isabetli olabilir.

Son olarak ETAHS'lerin üçüncü kişinin fiilini taahhüt çerçevesinde tüketicie karşı ayıplı maldan sorumlu tutulup tutulamayacağı irdelendiğinde ETAHS'lerin çoğunluğunun tüzel kişi olması karşısında üçüncü kişinin fiilini üstlenmede üstlenenin gerçek kişi olması hâlinde aranan, (geçerlilik şartı) nitelikli yazılı şekil şartına aykırılık gündeme gelmeyecektir. E-ticaret pazar yerinde ürünün orijinal olduğuna veya ücret

iadesinin sorunsuzca gerçekleştirileceğine işaret eden ifadelere yer veren ETAHS'lerin üçüncü kişinin fiilini üstlenme çerçevesinde sorumlu tutulması mümkündür.

Belirtmek gerekir ki ETAHS'lerin sorumluluğunun hangi hukuki temele dayandırıldığından bağımsız olarak ETK m. 9'a, hükümde yer alan sorumluluk muafiyetinin uygulanma alanının salt teknik ve otomatik altyapı hizmeti sunan pasif ETAHS'lerle sınırlı olduğuna ilişkin hüküm eklenmesi isabetli olacaktır.



## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR VE MAKALELER

**Akar, E.:** E-Ticaret, Sosyal Ticaret, Mobil Ticaret, 6. Baskı, Ankara 2023.

**Akbaba, A. İ./Kul, S./Ünalın, M./Mutlu, M.:** E-Ticaret, 1. Baskı, Ankara 2022.

**Akıpek Öcal, Ş./Kara, İ.:** Tüketici Hukuku Ders Kitabı, 2. Baskı, Ankara 2023.

**Altaş, A.:** E-Ticaret, Güncellenmiş ve Genişletilmiş 3. Baskı, İstanbul 2013.

**Atınışık, U.:** Elektronik Sözleşmeler, 1. Baskı, Ankara 2003.

**Antalya, O. G.:** Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt 5/1,1, Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara 2019 (Borçlar Genel I).

**Antalya, O. G.:** Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt 5/1,2, Genişletilmiş 2. Baskı, İstanbul 2019 (Borçlar Genel II).

**Aral, F./Ayrancı, H.:** Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 16. Baskı, Ankara 2023.

**Arık, D.:** Avrupa Ürün Sorumluluğu Direktifi ile Karşılaştırmalı Olarak 7223 Sayılı Ürün Güvenliği Teknik Düzenlemeler Kanunu Uyarınca Ürün Sorumluluğu, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2023, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Arkan, S.:** Ticari İşletme Hukuku, 24. Baskı, Ankara 2018.

**Arslan, M.:** Elektronik Ticaret ve Bu Kapsamda Akdedilen Mesafeli Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, 1. Baskı, Ankara 2021.

**Aslan, İ. Y.:** Tüketici Hukuku Dersleri, 8. Baskı, Bursa 2021.

**Atamer, Y. M./Kurtulan Güner, G.:** *Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu ile İmalatçının Sorumluluğu Konusu Türk Hukukunda Çözölmüş Müdür?*, AÜHFD 2021, C. 70, S. 2, s. 543-588.

**Ayhan, R./Çağlar, H./Özdamar, M.:** Ticari İşletme Hukuku Genel Esaslar, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 15. Baskı, Ankara 2022.

**Badur, E./Hatipoğlu, K.:** *Elektronik Ticaret Pazar Yerinde Aracılık Sözleşmesi*, Kırıkkale Hukuk Mecmuası 2023, C. 3, S. 2, s. 317-356.

**Baistrocchi, P. A.:** *Liability of Intermediary Service Providers in the EU Directive on Electronic Commerce*, Santa Clara High Technology Law Journal 2002, Vol. 19, s. 111-130.

**Baş, K.:** *Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması*, BATİDER 2017, C. 33, S. 4, s. 115-153.

**Baş, S.:** *7223 Sayılı Kanun Kapsamında Ürün Sorumluluğu Kavramına Genel Bir Bakış*, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi 2022, C. 13, S. 52, s. 349-382.

**Birlik, A./Reyhan, R.:** *Liability of Intermediary Service Providers in Electronic Commerce*, GSI Articletter 2023, Vol. 29, s. 86-97.

**Bozer, A./Göle, C.:** Ticari İşletme Hukuku, Güncellenmiş ve Genişletilmiş 8. Baskı, Ankara 2023.

**Busch, C.:** *Rethinking Product Liability Rules for Online Marketplaces: A Comparative Perspective*, European Legal Studies Institute Osnabrück Research Paper Series 2021, No. 21-01, s. 1-43.

**Büyüksağış, E.:** *Extension of Strict Liability to E-Retailers*, Journal of European Tort Law 2022, Vol. 13, s. 64-86.

**Büyüksağış, E./Cumaloğlu, E./Kahveci, D.:** *E-Ticaret ve Çevrim içi Pazaryerleri Üzerinden Satılanın Ayıbindan Sorumluluk*, 1. Baskı, İstanbul 2023.

**Büyüksağış, E./Kahveci, D.:** “Çiçeksepeti Kararı” Üzerine Eleştirel Değerlendirmeler, Yargıtay Dergisi 2022, C. 48, S. 2, s. 305-320 (Çiçeksepeti Kararı).

**Büyüksağış E./Kahveci, D.:** E-Ticaret Platformlarının Satılanın Ayıplarından Sorumluluğu, Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2022, C. 19, S. 3, s. 125-174 (Platformun Sorumluluğu).

**Ceylan, E./Aslan Bingöl, K. L.:** Türk Hukukunda 7223 Sayılı Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu’na Göre Üreticinin Sorumluluktan Kurtuluş Sebeplerinin Değerlendirilmesi, Terazi Hukuk Dergisi, C. 17, S. 192, s. 19-35.

**Church, P./Pehlivan, C. N.:** *The Digital Services Act (DSA): A New Era for Digital Harms and Intermediary Liability*, Global Privacy Law Review 2023, Vol. 4, s. 53-59.

**Çabri, S.:** Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi, 2. Baskı., Ankara 2021.

**Çak, M.:** Dünya’da ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi, İstanbul 2002, (<https://eds.p.ebscohost.com/eds/ebookviewer/ebook?sid=e445db95-e2e1-420a-a6ea-3a4fc27f5595%40redis&vid=0&format=EB> Erişim Tarihi: 02.02.2024).

**Çakıroğlu, Y. E.:** Sanal Mağaza Sözleşmesinin Hukuki Niteliği ve Bu Sözleşmeden Doğan Uyuşmazlıkların Çözümü, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2022, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Çamcı, Ş. A.:** 7223 Sayılı Kanun Kapsamında Ürün Sorumluluğu Tazminatı, İstanbul Barosu Dergisi 2023, C. 97, S. 4, s. 155-181.

**Çekirdek, M.:** İnternet Üzerinden Satışı Konu Edinen Sözleşmelerin Belirleyici Özellikleri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2019, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Çelenkoğlu, R.:** İnternette Elektronik Ticaret Ortamı Sağlayan Aracı Hizmet Sağlayıcıların Yükümlülükleri ve Alıcıya Karşı Hukuki Sorumluluğu, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2023, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Çilci, Ç.:** Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Hükümlerine Göre Ayıplı Taşınır Mal Satışı Nedeniyle Doğan Müteselsil Borçluluğun Tâbi Olduğu Hükümler, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2018, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Çizmecioğlu, L./İçözdemirel, D./Karakocalı, A./Kavak, M./Şahin Mccarthy, O./Özdemir, H./Özkurt, A./Selim, A./Sert Sütçü, S./Süzen, A./Tutar, E./Tutumlu, M. A./Ulaş, Ö./Yıldız, R.:** Tüketici Hukuku Davaları, 3. Baskı., Ankara 2022 (Tüketici Hukuku Davaları).

**Demirel, A.:** Elektronik Pazar Yeri Sözleşmesi, 1. Baskı, Ankara 2023.

**Dönmez Canseven, Z.:** *Güven Teorisi ve Güven Sorumluluğu*, İstanbul Barosu Dergisi 2021, C. 95, S. 2, s. 346-361.

**Durak, Y.:** *Güven Sorumluluğu ve “Culpa in Contrehendo”*, Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2017, C. 25, S. 1, s. 239-288.

**Ekici, Ş.:** *B2C Elektronik Ticarete Sanal Pazar Yerinin Hukuki Durumu*, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2020, C. 5, S. 8, s. 207-227.

**Ekinci Furtana, T./Özkazanç, H.:** *Sosyal Medya ve E-Ticaret Şirketlerine Olan Güvenin Tüketici Kararına Etkisi*, İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi 2023, C. 10, S.2, s. 605-628.

**Erbaşlar, G./Dokur, Ş.:** Elektronik Ticaret, Geliştirilmiş 3. Basım, Ankara 2016.

**Eren, F.:** Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Gözden Geçirilmiş 11. Baskı, Ankara 2023 (Borçlar Özel).

**Eren, F.:** Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 25. Baskı, Ankara 2020 (Borçlar Genel).

**Erendur, T.:** Elektronik Sözleşmelerde İfa ve Satıcının Elektronik Sözleşmelerdeki ve Diğer Sözleşme Türlerindeki Ayıptan Sorumluluğu, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2019, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Eryiğit, H.:** *Tüzel Kişilerin Ticari Temsilci Olarak Atanıp Atanamayacağı Sorunu*, İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2017, C. 4, S. 1, s. 161-181.

**Fairgrieve D./Busch, C./Büyüksağış, E./Garrett, Z. G./ Streaetmans, G./Karaiskos, A./Linley, R. D./Markou, C./Paterson, J. M./Sharkey, C. M.:** *Product Liability and Online Marketplaces: Comparison and Reform*, International and Comparative Law Quarterly 2024, Vol. 73, s. 477-504.

**García-Micó, T.:** *Platform Economy and Product Liability: Old Rules for New Markets*, Revista De Internet Derecho Y Política 2022, Vol. 35, s. 1-24.

**Gezder, Ü.:** *Elektronik Ticaret Hukuki İşlemlerinin Ayrımı-Dijital İçerik ve Hukuki Niteliği*, MÜHFHAD 2016, C. 22, S. 3, s. 1115-1128.

**Gillies, Z.:** *Amazon Marketplace and Third-Party Sellers: The Battle over Strict Product Liability*, Suffolk University Law Review 2021, Vol. 54, s. 87-108.

**Gough, J.:** *Measuring the Impact of the Internet on Retailing*, World Economics 2017 Vol. 18, s. 211-235.

**Görener, A.:** Güven Sorumluluğu, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2019, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Gray, N. J.:** *The Future of Third-Party Content on the Internet*, Intellectual Property & Law Journal 2007, Vol. 19, s. 12-16.

**Gümüş, M. A.:** Borçlar Hukuku Özel Hükümler Kısa Ders Kitabı, 2. Baskı, İstanbul 2017.

**Gürpınar, D.:** Sözleşme Dışı Yanlış Tavsiyede Bulunma, Öğüt Verme veya Bilgi Vermeden Doğan Hukuki Sorumluluk, 1. Baskı, İzmir 2006.

**Hatemi, H./Gökyayla, E.:** Borçlar Hukuku Genel Bölüm, 5. Baskı, İstanbul 2021.

**İlgün, Ö. F.:** Tüketici İşlemleri Hukuku, 1. Baskı, İstanbul 2021.

**İnal, H. T.:** 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a Göre Hazırlanmış Tüketici Hukuku, Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 3. Baskı, Ankara 2014.

**İnceoğlu, M. M.:** *Ürün Sorumluluğunda Sorumlular*, Sorumluluk Hukuku Konferansı-I 2022, s. 81-92.

**İnceoğlu, M. M./Baş Süzel, E.:** *Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketicilere Karşı Sorumluluğu (TKHK m. 48/f. 5)*, BAÜHFD 2020, C. 15, S. 189-190, s. 475-491.

**Jacobsen, K. A.:** *Navigating the Amazon: Liability of E-Commerce Companies for Defective Products Sold through Their Internet Websites*, DePaul Law Review 2021, Vol. 71, s. 87-114.

**Kalkan Oğuztürk, B.:** Güven Sorumluluğu, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2007, Yayınlanmış Doktora Tezi.

**Kara, İ.:** Tüketici Hukuku, 2. Baskı, Ankara 2021.

**Kartal, İ.:** *Türk Hukukunda Ayıp Kavramı*, Ankara Barosu Dergisi 2022, C. 80, S. 1, s. 40-46.

**Kaya, F.:** E-Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları, 5. Baskı, Ankara 2023.

**Kayar, İ.:** Ticari İşletme Hukuku, 12. Baskı, Ankara 2022.

**Kaygusuz, B.:** Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcıların Hukuki Sorumlulukları, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2022, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Kayıhan, Ş.:** Ticari İşletme Hukuku, 7. Baskı, Ankara 2021.

**Keskin, A. D.:** *TKHK Değişik m. 48 Hükümü Çerçevesinde Aracı Hizmet Sağlayıcının Tüketicie Karşı Sorumluluğu*, AHBVÜHFD 2022, C. 26, S. 3, s. 119-144.

**Khumalo, S./Mduduzi, M./Zanokuhle, K./Omphile, R.:** *The Impact of COVID-19 on e-Commerce Through a Systematic Review*, Proceedings of the European Conference on Innovation & Entrepreneurship 2023, Vol.1, s. 462-468.

**Kılıçoğlu, A. M.:** Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 27. Baskı, Ankara 2024 (Borçlar Genel).

**Kılıçoğlu, A. M.:** Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Genişletilmiş 3. Bası, Ankara 2021(Borçlar Özel).

**Kılınç, A. N.:** Adam Çalıştırmanın Organizasyon Sorumluluğu, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2017, Yayınlanmış Doktora Tezi.

**Kırca, Ç.:** *İnternette Sözleşme Kurulması*, BATİDER 2000, C. 20, S. 4, s. 99-119.

**Koca Duman, U. İ.:** Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Eden Platformlara Karşı Tüketicinin Korunması, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2023, Yüksek Lisans Tezi.

**Kocayusufpaşaoğlu, N.:** Borçlar Hukuku Genel Bölüm Birinci Cilt, 6. Bası, İstanbul 2014.

**Kurt, L. M.:** *Avrupa Birliği Ürün Sorumluluğu Direktifi ve Yeni Direktif Önerisi Işığında Türk Hukukunda Ürün Sorumluluğunda Sorumlu Kişilerin Belirlenmesi*, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi 2023, C. 22, S. 2, s. 359-392.

**Mamalı, K. S.:** İnternette Hizmet Sağlayıcıların Hukuka Aykırı İçerikten Sorumluluğu, 1. Baskı, Ankara 2024.

**Monestier, T. J.:** *Amazon Is A Seller of Marketplace Under Article 2*, Cornell Law Review 2022, Vol. 107, s. 705-780.

**Mourya, S. K./Gupta, S.:** E-Commerce, Oxford 2015,

([https://eds.p.ebscohost.com/eds/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzE2OTY3MjNfX0FO0?sid=549bfbac-94d8-4d69-a540-](https://eds.p.ebscohost.com/eds/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzE2OTY3MjNfX0FO0?sid=549bfbac-94d8-4d69-a540-1b29a7e72234%40redis&vid=0&format=EB&rid=3)

[1b29a7e72234%40redis&vid=0&format=EB&rid=3](https://eds.p.ebscohost.com/eds/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzE2OTY3MjNfX0FO0?sid=549bfbac-94d8-4d69-a540-1b29a7e72234%40redis&vid=0&format=EB&rid=3) Erişim Tarihi: 08.01.2024).

**Nomer, H. N./Engin, B. İ.:** Türk Borçlar Kanunu Şerhi Cilt I, Gözden Geçirilmiş 8. Baskı, Ankara 2024.

**O'Connor, D.:** *All of the Products, None of the Liability: Examining the Supreme Court of Ohio's Decision in Stiner v. Amazon.com, Inc.*, University of Cincinnati Law Review 2022, Vol. 90, s. 1343-1363.

**Oğuzman, M. K./Öz, T.:** Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt-1, Gözden Geçirilmiş 16. Baskı, İstanbul 2018 (Cilt I).

**Oğuzman, M. K./Öz, T.:** Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt II, İstanbul 2018 (Cilt II).

**Önder Süyen, B.:** *Organizasyon Sorumluluğu Kapsamında Adam Çalıştıranın Özen Yükümlülüğü*, Terazi Hukuk Dergisi 2024, C. 0, S. 215, s. 87-98.

**Özbay Özdoğru, Z.:** İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketiciye Karşı Sorumluluğunun Şartları, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2021, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

**Özkaya, E.:** Eşya Hukuku Cilt I, 1. Baskı, Ankara 2022.

**Pınar, H.:** *Haksız Rekabet ve Marka hukuku Açısından Dijital Ekonominin Yeni Bir İş Modeli: Şikayet Siteleri*, BATİDER 2020, C. 36, S. 2, s. 121-161.

**Polat, C.:** *Türk ve Avrupa Birliği Hukukunda Ürün Sorumluluğu*, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 2021, C. 70, S. 4, s. 973-1041.

**Polat, C./Özçelik, Ş. B.:** *Locating Online Platforms in the Right Place: Between the Digital Services Act and the Liability Law*, Journal of European Consumer and Market Law 2023, Vol. 12, s. 168-172.

**Polat, E.:** *Borçlar-Ticaret ve Tüketici Hukuku Bakımından Ayıplı Mal Kavramının İncelenmesi*, Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi 2022, C. 8, S. 1, s. 207-231.

**Poroy, R./Yasaman, H.:** *Ticari İşletme Hukuku*, Güncellenmiş 12. Baskı, Ankara 2022.

**Sağlam, İ.:** *Elektronik Sözleşmeler*, 1. Baskı, İstanbul 2007.

**Serozan, R./Baysal, B./Sanlı, K. C.:** *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, 3. Baskı, İstanbul 2018 (Borçlar Özel).

**Serozan R./Baysal B./Sanlı, K. C.:** *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, 8 Baskı, İstanbul 2022 (Borçlar Genel).

**Sert Sütçü, S.:** *Güven Sorumluluğu Kavramı ve Yargıtay'ın Güven Sorumluluğu Kavramına Yaklaşımı*, Hukuk ve Adalet Eleştirel Hukuk Dergisi 2020, C. 12, S. 28, s. 193-213 (Güven Sorumluluğu).

**Sert Sütçü, S.:** *Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketici Hukuku Bağlamında Sorumluluğunun Belirlenmesi*, NEÜHFD 2021, C. 4, S. 1, s. 276-287 (Mesafeli Sözleşmeler).

**Sırış, B.:** *Yargıtay'ın "Çiçeksepeti Kararı" Işığında Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcıların Sorumluluğu Hakkında Değerlendirmeler*, Başkent Üniversitesi Hukuk Fakóltesi Dergisi 2023, C. 9, S. 2, s. 363-392.

**Siller, N.:** 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun Kapsamında Web Siteleri Vasıtasıyla Sözleşmelerin Kurulması, 1. Baskı, İstanbul 2019.

**Skhulukhia, M.:** *Online Mediation and e-commerce (B2B and B2C) Disputes*, International Journal on Online Dispute Resolution 2021, Vol. 8, s. 167-178.

**Topuz, M.:** 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu Uyarınca Pazarlamacılık Sözleşmesi (TBK m. 448-460), Marmara Üniversitesi Hukuk Fakóltesi Hukuk Araştırmaları Dergisi 2013, C. 19, S. 1, s. 293-356.

**Turan, G.:** *Elektronik Sözleşmeler ve Elektronik Sözleşmelere Uygulanacak Hukukun Tespiti*, Türkiye Barolar Birliği Dergisi 2008, S. 77, s. 87-119.

**Tutumlu, M. A./Tutumlu, Ö.:** *Ayıplı Mal Hukuku, Güncellenmiş ve Genişletilmiş 2. Baskı*, Ankara 2023.

**Türker, S.:** 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Abonelik Sözleşmeleri, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2020, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

**Türkmen, A.:** 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu'na Göre Organizasyon Sorumluluğu, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakóltesi Mecmuası 2012, C. 70, S. 2, s. 257-284.

**Ülfbeck, V./Verbruggen, P.:** *Online Marketplaces and Product Liability: Back to Where We Started?* Eurpoean Review of Private Law 2022, Vol. 30, s. 1-26.

**Ünlütepe, M.:** Organizasyon Sorumluluğu (TBK m. 66/III), 1. Baskı, İstanbul 2016.

**Ünver Soylu, G.:** Güven Teorisi ve Güven Sorumluluğu Kapsamında Yetkisiz Temsilcinin ve Temsil Belgesini Geri Almayanın Sorumluluğu, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2018, Yayınlamamış Yüksek Lisans Tezi.

**Yavuz, C./Acar, F./Özen B.:** Borçlar Hukuku Dersleri Özel Hükümler, 15. Baskı, İstanbul 2018.

**Yolal, O.:** Ticari Vekil, 1. Baskı, Ankara 2020.

**Zevkliler, A./Gökyayla, E.:** Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, 17. Bası, Ankara 2017.

## İNTERNET KAYNAKLARI

**Alibaba Reads,** (<https://reads.alibaba.com/tr/buy-1-item/> Erişim Tarihi:24.02.2024).

**Airbnb Hizmet Şartları,** (<https://www.airbnb.com.tr/help/article/2908> Erişim Tarihi: 05.02.2024).

**Amazon.com.tr Kullanım ve Satış Şartları,** (<https://www.amazon.com.tr/gp/help/customer/display.html?nodeId=GLSBYFE9MGKKQXXM> Erişim Tarihi: 26.06.2024).

**Amazon Lojistik,** ([https://satis.amazon.com.tr/lojistik/amazon-lojistik?ld=SETRFBAADGog\\_12643617989\\_120891881020\\_kwd-23792740295\\_e\\_692021790128\\_c\\_asret\\_&gclid=Cj0KCQjwj9-zBhDyARIsAERjds2mn9smHZvqToRsy\\_fHxEsJEbacSobYo5bEn4C1dIxqf\\_yzNf\\_yYEsAm\\_nEALw\\_wcB](https://satis.amazon.com.tr/lojistik/amazon-lojistik?ld=SETRFBAADGog_12643617989_120891881020_kwd-23792740295_e_692021790128_c_asret_&gclid=Cj0KCQjwj9-zBhDyARIsAERjds2mn9smHZvqToRsy_fHxEsJEbacSobYo5bEn4C1dIxqf_yzNf_yYEsAm_nEALw_wcB) Erişim Tarihi: 24.06.2024).

**Amazon Servisleri İş Çözümleri Sözleşmesi,** ([https://sellercentral.amazon.com.tr/help/hub/reference/external/201190440?ref=efph\\_20+1190440\\_cont\\_G2](https://sellercentral.amazon.com.tr/help/hub/reference/external/201190440?ref=efph_20+1190440_cont_G2) Erişim Tarihi: 09.06.2024).

**Armut Kullanıcı Sözleşmesi**, (<https://info.armut.com/kullanici-sozlesmesi> Erişim Tarihi: 04.02.2024).

**BiTaksi Kullanım Koşulları**, (<https://www.bitaksi.com/tr/terms-of-use> Erişim Tarihi: 04.02.2024).

**Bloomberg HT (2023)**, *2022'de E-Ticaretin Toplam Ticarete Oranı Yüzde 18,6'ya Çıktı*, (<https://www.bloomberght.com/2022-de-e-ticaretin-toplam-ticarete-orani-yuzde-18-6-ya-cikti-2329809> Erişim Tarihi: 03.01.2024).

**Coppola, D.:** *E-commerce as percentage of total retail sales worldwide from 2015 to 2027*, Statista 2023, (<https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/#:~:text=Internet%20sales%20have%20played%20an,percent%20of%20retail%20sales%20worldwide>. Erişim Tarihi: 04.01.2024).

**Çiçeksepeti Akademi**, (<https://akademi.ciceksepeti.com/sikca-sorulan-sorular/> Erişim tarihi: 27.06.2024).

**Deliçay, M.:** *Perakende E-Ticaretin Yükselişi*, T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Sektörler ve Kamu Yatırımları Genel Müdürlüğü 2021, ([https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/01/Perakende\\_E-Ticaretin\\_Yukselisi.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/01/Perakende_E-Ticaretin_Yukselisi.pdf) Erişim Tarihi: 18.01.2024).

**Netflix Kullanım Koşulları**, (<https://help.netflix.com/tr/legal/termsfuse> Erişim Tarihi: 05.02.2024).

**n11 Satıcı İş Ortaklığı ve Aracılık Hizmetleri Sözleşmesi**,

(<https://magazadestek.n11.com/s/kullanim>

[kosullari?gclsrc=aw.ds&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwmrqzBhAoEiwAXVpgokl](https://magazadestek.n11.com/s/kullanim)

QcD3el7GditH1iScILYLwPQWIC90txS7NrUQEeHOP0EA-  
xT1NRoCH\_UQAvD\_BwE Erişim Tarihi: 16.06.2024).

**OECD**, *Sacher Report*, Dgital Economy Papers No. 29, s. 20, (<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/237058611046.pdf?expires=1704813485&id=id&accname=guest&checksum=3EBC66B9BFE4970B26424C560F31969D> Erişim Tarihi: 09.01.2024).

**Rekabet Kurumu**, E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu, (<https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/geneldosya/e-pazaryeri-si-raporu-pdf> Erişim Tarihi: 23.12.2024).

**T. C. Ticaret Bakanlığı E-Ticaret Bilgi Platformu**, *Yıllara Göre E-Ticaret Hacmi İstatistiği*, (<https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>. Erişim Tarihi: 03.01.2024).

**Trendyol Üyelik Sözleşmesi**, ([https://www.trendyol.com/uyelik\\_sozlesmesi](https://www.trendyol.com/uyelik_sozlesmesi) Erişim Tarihi: 25.06.2024).

**Türk Dil Kurumu Sözlüğü**, (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 17.09.2024)

**UNCITRAL**, Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996 with additional article 5 bis as adopted in 1998, ([https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/en/19-04970\\_ebook.pdf](https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/en/19-04970_ebook.pdf) Erişim Tarihi: 09.01.2024).

**Über Temel İlkeler**,

(<https://www.uber.com/legal/tr/document/?country=turkey&lang=tr&name=general-terms-of-use> Erişim Tarihi: 04.02.2024).