

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÖZEL HUKUK ANA BİLİM DALI

FRANCHISING SÖZLEŞMESİ

YÜKSEK LİSANS YETERLİK TEZİ

GÜRHAN AKYILMAZ

GAZİANTEP
HAZİRAN 2020

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÖZEL HUKUK ANA BİLİM DALI

FRANCHISING SÖZLEŞMESİ

YÜKSEK LİSANS YETERLİK TEZİ

GÜRHAN AKYILMAZ

Tez Danışmanı: Dr.Öğretim Üyesi Abdullah ERDOĞAN

GAZİANTEP
HAZİRAN 2020

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÖZEL HUKUK ANA BİLİM DALI

FRANCHISING SÖZLEŞMESİ

GÜRHAN AKYILMAZ

Tez Savunma Tarihi:

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

(Unvanı, Adı ve SOYADI)
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylarım.

(Unvanı, Adı ve SOYADI)
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımca (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

(Dr.Öğr.Üye.Abdullah ERDOĞAN)
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri:

(Unvanı, Adı ve SOYADI)

İmzası

.....

.....

.....

.....

.....

ÖZET

FRANCHISING SÖZLEŞMESİ

AKYILMAZ, Gürhan
Yüksek Lisans Tezi, Özel Hukuk Ana Bilim Dalı
Tez Danışmanı: Dr.Öğr.Üye.Abdullah ERDOĞAN
Haziran 2020, 114.Sayfa

Franchising sözleşmesi, günümüzde yaygınlığı her geçen gün artmakta olan, kanunlarca düzenlenmemiş bir isimsiz sözleşme çeşididir. Franchising sözleşmesi karşılıklı olarak sürekli borç ilişkisi doğuran ve çerçeve niteliğinde bir sözleşmedir. Bu sözleşme, Franchise verenin (franchisor), franchise alana (franchisee), markasını, işletme adını, know-how gibi gayrimaddi haklarını kullanma yetkisi vermektedir. Ayrıca mal ya da hizmetlerin sürümünü yapma yetkisi verir. Faaliyet süresince sürekli olarak destekleme yükümlülüğü altına girer. Franchising sistemi, franchisee'nin ise franchisorun gayrimaddi haklarını kullanarak ve franchisor'un verdiği talimatlarla hareket ederek ürün ya da hizmetlerin sürümünü yapmayı ve bunların karşılığında sözleşme bedeli ödediği bir sistemdir. Tezde franchising sözleşmesi, genel olarak incelenmeye çalışılmıştır. Tez kapsamında birinci bölümde franchising sözleşmesinin tarihçesi ve tanımı yer almaktadır. İkinci bölümde bölümde hukuki niteliği, özellikleri, şekli, türleri ve olumlu ve olumsuz yönleri açıklanmıştır. Ayrıca franchising sözleşmesinin unsurları ve diğer sözleşmelerle karşılaştırılması ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, tarafların yükümlülükleri, franchising sözleşmesinin sona ermesi ve sona ermenin taraflar açısından ve münferit sözleşmeler bakımından sonuçları açıklanmıştır. Dördüncü bölümde ise Franchising sözleşmesinin karma sözleşme kapsamında olduğu değerlendirilmiş, yargıtay içtihatlarının tahlillerine yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Franchising, Franchising Sözleşmesi, Franchisor, Franchisee.

ABSTRACT
FRANCHISING AGREEMENT

AKYILMAZ, Gürhan
M. A. Thesis, Department of Private Law
Supervisor: Prof. Dr. Abdullah ERDOĞAN
JUNE 2020, 114 pages

Franchising agreement is an anonymous contract type that is increasing day by day and is not regulated by law. The franchising contract is a framework contract that creates a mutual debt relationship. This agreement authorizes the franchisor to exercise his or her trademark, business name, know-how, and intangible rights, such as the franchisee. It also authorizes to version the goods or services. It is under an obligation to support it continuously during the activity. The franchising system is a system in which the franchisee uses the intangible rights of the franchisor and acts according to the instructions given by the franchisor to make the version of the products or services and pay the contract price in return. Within the scope of the thesis, the history and definition of the franchising contract are included in the first part. In the second part, the legal quality, features, form, types and positive and negative aspects of the section are explained. In addition, the elements of the franchising contract and its comparison with other contracts are discussed. In the third section, the obligations of the parties, the termination of the franchising contract and the consequences of the termination in terms of the parties and individual contracts are explained. In the fourth section, it has been evaluated that the franchising agreement is within the scope of the mixed agreement, and the analysis of the Supreme Court case law is included.

Keywords: Franchising, Franchising Contract, Franchisor, Franchisee, Termination of Franchising Contract Obligationsof Franchisor, Obligations of Franchisee, Termination of Franchising Contract.

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın konusunun belirlenmesi, hazırlanması ve nihai hale gelmesinde desteğini, değerli katkılarını, ilgisini ve sabrını hiçbir zaman esirgemeyen ve öğrencisi olmaktan her zaman onur duyduğum tez danışmanım Sayın Dr.Öğr.Üye. Abdullah Erdoğan’a üzerimdeki bütün emekleri için çok teşekkür ederim.

Jürimde bulunan Hocalarım Sayın Dr.Öğr.Görevlisi Abdullah ERDOĞAN, Dr.Öğr.Görevlisi Hakan CİNDEMİR, Doç.Dr.Mehmet ŞENTÜRK ve değerli katkıları için teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Çalışmanın her aşamasında yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen ve beni her zaman cesaretlendiren değerli arkadaşım **İnci DİLBER** ‘e çok teşekkür ederim.

Son olarak bu zorlu süreçte her zaman yanımda olan, maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili annem ve 3 Mayıs 2020 yılında kaybettiğim canım babama bu vesileyle sonsuz şükran ve teşekkürlerimi sunarım.

KISALTMALAR

AB	:Avrupa Birliği
A.Ş.	:Anonim Şirket
Art.	:Artikel
ATAD	:Avrupa Toplulukları Adalet Divanı
b.	:bent
BGB	:Bürgerliches Gesetzbuch (Alman Medeni Kanunu)
BGE	:Entscheidungen des Schweizerisches Bundesgericht
BGH	:Bundesgerichtshof (Alman Federal Mahkemesi)
BGHZ	:Entscheidungen des Bundesgerichtshofes in Zivilsachen
DEİK	:Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu
E.	:Esas sayısı
eBK	:818 sayılı Eski Borçlar Kanunu
EFF	:The European Franchise Federation
eTK	:6762 sayılı Eski Ticaret Kanunu
f.	:Fıkra
FTC	:Federal Trade Commission
HD.	:Hukuk Dairesi
HGB	:Handelsgezetzbuch
HGK	:Hukuk Genel Kurulu
HMK	:6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu
IFA	:The International Franchise Association
İİK	:2004 sayılı İcra ve İflas Kanunu
İTO	:İstanbul Ticaret Odası
K.	:Karar sayısı
KHK	:Kanun Hükmünde Kararname
KUTO	:Kuşadası Ticaret Odası
m.	:Madde
N.	:Numara
NASAA	:North American Securities Administrators Association
OLG	:Oberlandesgerischt (Alman Eyalet Yüksek Mahkemesi)
OR	:Obligationenrecht (İsviçre Borçlar Kanunu)
RG	:Resmi Gazete

RKK	:Rekabet Kurulu Kararı
RKHK	:4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
T.	:Tarih/Tarihli
TBB	:Türkiye Barolar Birliği
TBK	:6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu
TMK	:4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu
TPE	:Türk Patent Enstitüsü
TTK	:6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu
UFRAD	:Ulusal Franchising Derneği
UFOC	:Uniform Franchise Offering Circular
UNIDROIT	:International Institute for the Unification of Private Law



İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ	iii
KISALTMALAR	ix
İÇİNDEKİLER	xi
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ 1	
1.1. Franchising Tanım ve Niteliği.....	2
1.2. Franchising Sözleşmesi	4
1.3. Geçmişten Günümüze Franchising Sözleşmesi	5
1.3.1. Franchising’ın Dünya’daki gelişimi.....	7
1.3.2. Türkiye’deki Gelişimi	9
1.4. Franchising Sisteminin Uygulanabileceği Sektörler	12
1.5. Franchising Sisteminin Gelişimine Etki Eden Faktörler	13
1.6. Franchising Sisteminin Avantaj ve Dezavantajları	15
1.6.1. Franchisee Açısından Avantajları	15
1.6.2. Franchisee Açısından Dezavantajları	18
1.6.3. Franchisor Açısından Avantajlar.....	20
1.6.4. Franchisor Açısından Dezavantajları	22
1.7. Franchising Sisteminin Çeşitleri	24
1.7.1. Ürün ve Marka Franchise.....	24
1.7.1.1. Bayilik Sistemleri	24
1.7.1.2. Distrübütörlük.....	26
1.7.2. İşletme Sistemi Franchise	27
1.7.3. Dönüştürme Franchising (Conversion Franchising)	28
1.8. Dağıtım Kanalındaki Aracılar Açısından Franchise Sistemi	28
1.8.1. İmalatçı-Perakendeci Franchise Sistemi	29
1.8.2. İmalatçı-Toptancı Franchise Sistemi.....	29
1.8.3. Toptancı-Perakendeci Sistemi.....	29
1.8.4. Marka Adı Franchise Sistemi.....	30
1.9. Tarafların Bulundukları Ülkeler Açısından Franchising.....	30
1.9.1. Ülke İçi Franchising.....	30
1.9.2. Ülkelerarası Franchising	30
BÖLÜM 2	31

FRANCHİSİNG SÖZLEŞMESİ.....	31
2.1. Franchising Sözleşmesinin Şekli.....	31
2.2. Franchising Sözleşmesinin İsimli Sözleşme Olması.....	34
2.2.1. Genel Olarak İsimli Sözleşmeler	34
2.2.2. Franchising Sözleşmesine Uygulanacak Hükümler.....	38
2.2.3. Franchising Sözleşmesinin Karşılıklı ve Sürekli Borç İlişkisi Doğuran Sözleşme Olması.....	41
2.2.4. Çerçeve Sözleşme Olma Özelliği.....	41
2.3. Franchising Sözleşmesinin Özellikleri	44
2.3.1. Standart Sözleşme Olması	45
2.3.2. Dağıtım Sözleşmesi ve Dikey Anlaşma Olması	49
2.4. Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi	51
2.5. Franchising Sözleşmesinin Unsurları	56
2.5.1. Franchise Alanın Kendi Ad ve Hesabına Hareket Etmesi	56
2.5.2. Gayrimaddi Mallar	58
2.5.3. Franchise Sisteminin Kullanılarak Mal veya Hizmetlerin Sürümünün Artırılması	59
2.5.4. Franchise Veren Franchise Alanı Desteklemesi	59
2.5.5. Franchise Bedeli.....	59
2.5.6. Franchising Sözleşmesinin Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması.....	60
2.5.6.1. Lisans Sözleşmesi ile Karşılaştırılması.....	60
2.5.6.2. Acentelik Sözleşmesi ile Karşılaştırılması	61
2.5.6.3. Adi Ortaklık Sözleşmesi ile Karşılaştırılması.....	62
BÖLÜM 3	63
Franchising Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Sona Ermenin Sonuçları.....	63
3.1. Sözleşme Süresinin Geçerliliği	66
3.2. Sürenin Sona Ermesi	67
3.3. Taraflardan Birinin Ölümü, İflası, Fiil Ehliyetinin Kaybı veya Kısıtlanması	69
3.3.1. Taraflardan Birinin Ölümü.....	69
3.3.2. Ehliyetin Kısıtlanması veya Kaybı.....	70
3.3.3. Taraflardan Birinin İflası.....	71
3.4. Sözleşmenin Hukuki İşlemlerle Sona Erdirilmesi	72
3.4.1. Anlaşmayla Sona Erdirilmesi (İkale)	72
3.5. Tek Taraflı Hukuki İşlemlerle Sona Erdirme	73
3.5.1. Sözleşmenin İptal Edilmesi.....	73
3.6. Sözleşmenin Feshi	74
BÖLÜM 4	75

4.1. Franchising Sözleşmesinin Hukuki Açıdan Değerlendirmesi.....	75
4.2.Franchising Sözleşmesine İçtihatların Tahlili.....	77
SONUÇ	84
KAYNAKÇA.....	88



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Sanayi devrimiyle birlikte gelişen teknoloji ve ulaşım ağının artmasıyla mal ve hizmetlere ulaşma artmış ve tüketicilerin satın aldıkları ürün yelpazesi genişlemiştir. Son yüzyılda teknolojinin hızlı gelişmesine paralel olarak küreselleşme dönemi başlamıştır. Bu dönemde özellikle uluslararası ticaret piyasası hızla gelişim göstermiş, dolayısıyla rekabet ortamı da artmıştır. Tüm bu süreçlerin bir sonucu olarak üretim artışı ile birlikte tüketiciler daha kaliteli ve tanınmış ürünlere yönelmiştir. Bu da üreticilerin mal ve hizmetlerini daha geniş kitlelere ulaştırma ihtiyacını doğurmuştur.

Gelişmiş ülkelerde arz yöntemleri, talep ve ihtiyaçlar ekonomi politikalarındaki değişimleri ortaya çıkarmış ve bu sebeple ürünlerin ulaştırma metotları da değişmiştir. Bu değişimlerle birlikte tüketici tercih, beklenti ve eğilimleri de değişmiştir. Firmaların ortaya çıkan bu rekabet ortamında faaliyetlerine devam edebilmesi ve varlıklarını koruyabilmesi açısından tüketicilerin değişen eğilim ve beklentileri karşısında birçok strateji ve yöntemler geliştirmek zorunda kalmıştır.

Firmaların geliştirmiş olduğu metotlardan biriside franchise sistemidir. Franchise sisteminde firmalar, standart kalitede ürün veya hizmetlerini farklı pazarlarda franchise olarak tanımlanan bağımsız girişimciler aracılığıyla tüketicilere sunar. Bu şekilde düşük maliyetlerle hızlı bir şekilde büyüyerek, farklı piyasalara girme imkanı elde ederler. Tanım olarak Franchising, alanlarında başarılı, kaliteli ürün ve hizmet üreten firmaların bu ürün ve hizmetlerini ülke sınırlarında veya dışında ana firma ile tutarlı olacak şekilde, aynı görünümlü mağazalarda üretme, dağıtma ve belirli standartlarda kullandırılmasına olanak sağlayan pazarlama ve dağıtım yöntemidir.

1851 yılında ilk kapsamlı Franchise anlaşması Isaac Singer tarafından yapılmıştır. Singer dikiş makinasını icat etmiş fakat üretim yapacak parası olmadığı için ve kimsenin dikiş makinasını kullanmayı bilmemesinden dolayı alıcısı olmamıştır. Daha sonra parayı satıcılardan toplayan Singer satıcılar bölgesel satış hakkı vermiş ve satıcılarda müşteri eğitim satmıştır. Franchise sistemini ilk olarak

kullanan kişi olarak bu fikrinden dolayı Singer olarak bilinmektedir. McDonald's ise 1953 yılında, Coca cola 1899 yılında franchise sistemini kullanmaya başlamıştır. Sistemin yaygınlaşması özellikle 1970'li yıllarda olmuştur. 1970'den sonra İngiltere'de franchise sistemi kullanılmaya başlanmıştır. İkinci dünya savaşından sonra özellikle ABD başta olmak üzere birçok ülkede yaygınlaşmaya başlayan sistem, Türkiye'de McDonald's'ın İstanbulda şube açmasıyla 1980'li yıllarda tanışmıştır.

1980'den sonra Türkiye'deki pazar payından dolayı bu sistem oldukça kabul görmüş ve hızlıca yaygınlaşmıştır. Bir marka ya da işletmenin, kendileri ile uyumlu bağımsız yatırımcılara başarıya ulaşmış bir marka ya da firmayı temin etmesiyle oluşan, yönetimi ve organizasyonu açısından belirli koşullarda sürekli destek sağlayan uzun vadeli iş ilişkisine "franchising" denir. Aynı zamanda, bu ilişki iki bağımsız taraf arasındaki sözleşmeye dayalı bir ilişkidir.

Franchise sözleşmesi, genel olarak sözleşme taraflarının hak ve yükümlölüklerini ayrıntılı bir düzenleme olmaksızın ele alan bir sözleşmedir. Bu anlamda franchise sözleşmesi, sözleşme konusu mal veya hizmetlerin nasıl sağlanacağı ve bu yöndeki temel şartlar açısından sadece tarafların işbirliğine yöneliktir. Franchising Sözleşmelerinin yasal dayanağını oluşturan belirli bir kanun bulunmamaktadır. Bu çalışmanın amacı özellikle Franchising sözleşmesinin kanunda düzenlenmemiş ve isimsiz sözleşme olması, Türk Borçlar Kanunu ve Türk Ticarek Kanunu'nun değişmesiyle bu sözleşmeye etkilerinin araştırılması ve özellikle karma sözleşme kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

1.1. Franchising Tanım ve Niteliği

19. yüzyılın son yıllarında ABD'de sinai haklar üzerinde verilen lisanslar aracılığıyla kullanılan dağıtım yöntemine "franchising" ismi verilmiştir. Sözcük anlamı olarak "Vergilendirme ve Gümrük işlerinde serbestlik verme, imtiyaz" anlamına gelen franchising Fransızca'da azat etme, serbestlik anlamlarına gelen "Affranchir" kelimesinden türetilmiştir.¹

¹ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, Second Edition, United Kingdom, Richmond, 2004, s. 21

Tanım olarak Franchising, tanınmış bir marka veya oluşmuş bir imajın bir bedel karşılığında ve belirli standartlar doğrultusunda bağımsız bir yatırımcı tarafından kullanılması olarak tanımlanmaktadır.² Franchising hizmetini sağlayan ana firma tarafından bir bölgede ve belirli bir süre dahilinde kısmi ayrıcalıkları kullanma hakkı için başka bir firmayı yetkilendirmesi ve yönetim, organizasyon, eğitim ve tedarik noktalarında destek sağladığı pazarlama metodu olarak da tanımlanabilir.³

Franchising asıl amaçlarından birisi de karşılıklı güven ve iş ilişkisi sürekliliği içerisinde iki tarafında birbirinden yararlanmasıdır. Franchising sözleşmesi franchisor ve franchise olarak isimlendirilen hukuki açıdan bağımsız iki tarafla yapılır. Franchisor, isim ve hizmet haklarını kısmi olarak devreden, alanında başarılı ve belirli bir standart oluşturmuş bir markanın ürün veya hizmet sahibidir. Franchise ise franchisor'un kısmi olarak yetkilerini bir bölge dahilinde elinde bulunduran işletmedir. Yani bir süre dahilinde bedel karşılığında franchisor'un ticari markasını, hizmet markasını, işletme sistemini, sinai ve mülkiyet haklarını kullanmayı üstlenen bağımsız işletmecidir.⁴

Franchising işletmelerin kendi sektörlerinde daha az zamanda daha az para harcayarak pazarda kendini kabul ettirmesini sağlar. Ulusal Franchising Derneği (URFAD), başarılı olmuş ticari ürün veya hizmet markasının, ürünlerinin dağıtım ya da hizmet sunma hakkının belirli bir süre dahilinde, belirli şart ve sınırlamalarla, yasal veya finansal açıdan tamamen bağımsız bir diğer işletmeciye verildiği pazarlama ve dağıtım yöntemini Franchising olarak tanımlamıştır.⁵

Franchisor ürün ya da hizmetleri ile ilgili teknoloji, işletme yönetimi, organizasyon ve pazarlama faaliyetleri konularında franchise eğitim ve uzmanlık desteği sağlar. Buna karşılık franchisee yıllık gelirlerinin belirli bir yüzdesini franchisor'a öder. Ayrıca franchisor'un standartlarını devam ettirerek faaliyetlerini sürdürür.⁶

² Hall, Peter, Dixon, Rob, *Franchising*, Pitman Publishing, London, 1988, s. 4

³ Raymond, A, Marquarit, James C, Makens, Roberg, Roe, *Retail Management, Satisfaction of Consumer Needs*, Third Edition, The Dryden Press, 1983, s.126.

⁴ Paksoy, Serdar, *Hukuki Yönleriyle Franchising*, Dünya Gazetesi Franchising Özel Eki, 1992, s. 4.

⁵ UFRAD, *Franchising Seminar 4*, İstanbul, 23 Mart 1996, s. 10.

⁶ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukukten Korunması*, İstanbul, Beta Basım, 1995, s. 1.

1.2. Franchising Sözleşmesi

Franchising sözleşmesinin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:^{7,8}

- Franchising sözleşmesi franchisor ve franchisee tanımlarına uyan işletmeler arasındaki iş birliğine dayanır.
- Franchising sözleşmesi ile hukuki ve maddi açıdan birbirinden bağımsız en az iki tarafın anlaşması ile yapılır ve bu sözleşme ile sürekli bir iş birliği kurulur.
- Franchisor benzeri olmayan bir ürüne ya da işletme sistemine sahip olmalıdır. Başarı getiren iş yöntemlerini kullanma hakkını veya bir ürünün formülünü gizli tutarak satış hakkını bir bölge dahilinde franchisee'e devreder.
- Franchising sözleşmesi her iki tarafıda kanunen bağlayan bir sözleşmedir. Sözleşmede anlaşma süresinin ne kadar olacağı tarafların sorumlulukları, faaliyet bölgesi sınırları belirtilmelidir.
- Franchisee, Franchisor'un sağladığı sistemin standartlarını korumak için sözleşmede belirtilen şartlara uyarak faaliyetlerine devam etmelidir. Bu kapsamda franchisee hukuken bağımsız, fakat fiilen yarı bağımlı bir işletmedir.
- Franchisor'un temel sorumluluğu ürünün nasıl üretildiğinden hizmetin nasıl sunulacağına kadar yer alan imalat ve işletme metotlarını franchisee'e ve personeline öğreterek sürekli yardım sunar.
- Sözleşme kapsamında franchisor'un franchisee'a kendi mağazasını açmadan önce belirli sürelerde eğitim vermesi yer almaktadır.
- Sözleşme kapsamında franchisee işletme organizasyonunu franchisor'un işletme sistemine entegre eder. Ayrıca sistemin başarısı ürün veya hizmetin markası ve kalite standartı her franchisee'de aynı olmalıdır. Bu sebeple hizmetin görünüş ve sunuş şekli alıcılar tarafından geniş bir işletme zincirinin bir parçası olarak tanınmalıdır.

⁷ Demirci, Fatma, *Franchising Sistemi ve Türkiye'deki Uygulaması*, İşletme ve Finans, 89:s.54

⁸ Özbaşar, Sera, *Franchising Nedir Ne Değildir*, Dünya, 1993, s.4.

- Franchisee'e franchisor'un projenin gerçekleşmesinde kredi yardımıyla bulunabilir. Bu durumda kredi yardımı karşılığında franchisee'nin ciroyu arttırmak için çabalaması gerekmektedir.

1.3. Geçmişten Günümüze Franchising Sözleşmesi

Franchising sözleşmesinin ilk örnekleri olarak bira üreticileri ve bar sahipleri arasındaki anlaşma olarak kabul edilmektedir. Franchising günümüzde Avrupa'da tek satıcılık sözleşmesi olarak tanımlanmaktadır. İlk olarak tedarikçi-satıcı ilişkisi olarak ortaya çıkan franchising sözleşmesi, 19. yüzyılın sonlarında ABD'de sinai haklar üzerinde verilen lisanslar aracılığıyla kurulan bir dağıtım yöntemi olarak karşımıza çıkmıştır.⁹

18 ve 19. yüzyıllarda Franchising kapsamında franchisee'e faaliyet bölgesinde uzun bir süreyle genel ve özel satış haklarının verilmesiyle monopol olarak kabul edilmiştir.¹⁰ ABD'de endüstriyel devrimle birlikte teknoloji ilerlemiş ve taşımacılık ve kitle iletişim araçlarının gelişmesinin yolu açılmıştır. Bu da kitlesel üretimi oluşturmuştur. Franchising'in tarihsel süreçte gelişimi otomobil, alkolsüz içecekler ve petrol endüstrisi olmak üzere üç sektörde incelenebilir.¹¹

- **Otomobil** imalatçıları üretim yaptıkları ülke genelinde dağıtım ve pazarlama ağını geliştirmek için gerekli sermayenin fazla olması nedeniyle bölgesel işletmelere dağıtım hakkı vermiştir. Bunun sermaye ihtiyacını karşılamada oldukça yararlı olduğunu görmüşlerdir. Bölgesel işletmelerde bu sayede belirli bir bölgede aynı model aracı satan diğer satıcılardan korunarak satış miktarının düşmesinin önüne geçmişlerdir. Bu kapsamda franchisor olarak General Motors Şirketi franchisee olarak da William E.Metzger otomobil sektöründeki ilk franchising'i 1898'de kullanmıştır. Buharlı otomobil satan

⁹ Hall, Peter, Dixon, Rob, *Franchising*, 1988, s.4.

¹⁰ Acheson, Keith, Ferris, Stephen, *Retail And Wholesale Trade Services In Canada* , Singapore, 1988, s.141.

¹¹ Emerson, W. Robert, *Franchise Contracts And Territoriality A French Comparison*, *Entrepreneurial Business Law Journal*, 2008, 3(2): 316.

Metzger otomobillerin satışının yapılması ve sonrası hizmetlerin sağlanmasının hakkını almıştır.¹²

- Franchising yönetimini uygulayan diğer bir sektör ise alkolsüz içecek şişeleme endüstrisidir. 19. yüzyılın başlarında alkolsüz içecek imalatçıları ürünlerinin dağıtım yöntemini bulmaya çalışmıştır. Firmanın yüksek oranda su içeren içecekleri merkezinde imal ederek uzak bölgelere dağıtımının yapılması ekonomik açıdan fazla yük olması sonucunda firma dağıtım bölgelerinde şişeleme tesisleri kurarak bu tesislerle lisans sözleşmesi yapmıştır. Bölgesel şişeleme tesisleri konsantre şurubu ölçüsüne göre sulandırarak nihai ürün haline getirir. Daha sonra şişeleyerek satışını yapar. Bu şekilde firma uzaktaki bölgelere daha az maliyetle dağıtım yapmış olur. Coca-Cola, Pepsi-Cola ve 7-up gibi günümüzde çok fazla tanınmış içecek firmalarının dağıtım için franchising yöntemini kullandığı görülmektedir.¹³
- Diğer önemli bir sektör ise petrol endüstrisidir. Otomotiv sektörünün gelişmesi ve otomotiv ağının genişlemesi sonucunda benzin ve yağ ürünlerine olan talep artmıştır. Bağımsız petrol ofislerinin fiyatlarda indirim gitmeleri sonucunda kar oranları azalmıştır. Bunun sonucunda bölgesel yatırımcılarla franchising sözleşmesi yapılmış ve petrol ofislerini yatırımcılara kiralamışlardır. Franchisee'ler koşullara göre fiyat belirlemiş ve franchisor'lar ise kira gelirleri elde etmiş ve imajlarını yeniden kuvvetlendirmiş, bu sayede satış gelirleri yükselmiştir.¹⁴

Franchising yöntemi ilk olarak gelişmeye başladığı dönemlerde acente, bayi ve tek satıcılık sözleşmeleriyle neredeyse aynı anlamda kullanılmıştır. Özellikle 1960'larda franchising yöntemini uygulayan birçok firma kısa zamanda işlerini genişletmiştir. Bunu gören diğer firmalar franchising yapma yoluna gitmiştir.¹⁵

¹² Rosenberg, Robert, Bedell, Madelon, *Profits from Franchising*, New-York, McGraw-Hill Book Company, 1969, s. 40.

¹³ Cebeci, Rifat, *Franchising Rehberi*, KOSGEB Girişimciliği Destekleme Merkezi Yayınları, Ankara, 2005, s. 4

¹⁴ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 21

¹⁵ Kinch, E. John, Hayes, P. John, *Franchising: The Inside Story*, First Publishing, Trimark Publishing Company, Wilmington, 1986, s.30.

1.3.1. Franchising'in Dünya'daki gelişimi

Franchising kavramının ilk olarak Fransa'da ortaya çıktığı düşünülmektedir. Özellikle Orta Çağ'da imtiyaz gösterme, vergiler ve gümrükten muaf tutulma anlamlarından dolayı kullanıldığı bilinmektedir.¹⁶ Orta Çağ'da feodal sistemin hakim olduğu dönemde soyluların hizmetinde çalıştırdığı kişilere topraklarının bir bölümünü belirli bir bedel karşılığında imtiyaz vermesi olarak tanımlanabilir. Ayrıca bu imtiyaz kapsamında toprakların bir bölümünü işleme, üretme ya da pazarlarda ticaretini yapma hakkı tanır. Bu imtiyaz karşılığında imtiyaz alan kişiler soylulara vergi ödememesine karşılık işlettikleri toprak ve yaptıkları ticaretten elde ettikleri gelirden belirli bir bölümünü ödemekle yükümlüdür. Orta Çağ'da hakim olan bu sistemin franchising'in temelinin attığı varsayılmaktadır.¹⁷ Bunun yanı sıra İngiltere'de savaşa katılan ve üstün başarı gösteren kişilere bir bölgenin yönetiminin ve vergi toplama hakkının verilmesi de franchising olarak görülmektedir.¹⁸ Sonraki süreçlerde franchising'in özellikle günümüzdeki anlamıyla kullanılması 19. yüzyılda olduğu bilinmektedir.¹⁹

II. Dünya Savaşından sonra ortaya çıkan bir pazarlama yöntemi olan franchising Singer ve General Motors benzeri firmaların ürünlerini geniş kitlelere ulaştırmada oldukça yararlı olmuştur.²⁰ 20. yüzyılda sanayi ve endüstri alanındaki gelişmeler ABD'de franchising sisteminin gelişmesini sağlamış ve bu sistemin hızla yayılmasıyla ABD'yi franchising pazarının dünyadaki lideri konumuna getirmiştir.²¹

20. yüzyılda ABD'de franchising sisteminin gelişmesi ve dünya çapında liderliğe oturmasına özellikle 350 franchising şirketinin olması sağlamıştır. Bu firmaları temsil etmek ve franchising sözleşmelerinde uyulması gereken ahlaki kuralları belirlemek için 1960 yılında Uluslararası Franchise Birliği (IFA, The

¹⁶ Stanword, John, Smith, Brain, *Franchising Başarılı Markalar ve Siz*, Çev: Ercan Gürvit, İstanbul, Epsilon Yayıncılık.1995, s.9.

¹⁷ Ulaş, Dilber, *Franchising Sistemi*, Ankara, Nobel Yayın, 1999, s.10.

¹⁸ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s.21

¹⁹ Ardahan, Faik, *Turizmde Franchising ve Türkevi Pansiyonları Franchising Model Önerisi ve Uygulaması*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003, Konya, s.177.

²⁰ Barrow, Colin, Golzen, Godfrey, *Taking Up A Franchising*, Fifth Edition, London, 1988, s. 132; Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s.26

²¹ Figen Görücü, Figen, *Franchising Sistemi ve Sistemde Pazarlama Bileşenlerinin kullanımı*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1995, S.32.

International Franchise Association) kurulmuştur. Bu süreci takiben ABD’de franchising sistemi yasak olarak düzenlenmiştir. 1970 yılında Kaliforniya eyaleti tarafından Franchise Yatırım Kanunu (The California Franchise Investment Law) oluşturulmuştur. Bu kanun kapsamında sözleşme petrol bayileri ve taraflarını da kapsayacak şekilde detaylı olarak hazırlanmıştır.²² Daha sonra 1979 yılında Federal Ticaret Komisyonu (Federal Trade Commission, FTC)’nun çıkardığı Franchise İlkeleri (Franchise Rule) ile haksız ve yanıltıcı ticaretin önüne geçme ve franchisee’lerin haklarının korunması amaçlanmıştır.²³ 1993 yılında kabul edilen düzenleme ile FTC ve UFOC kuralları birlikte uygulanmaya başlanmıştır. Daha sonra 2007 yılında FTC’de yapılan değişikliklerle UFOC prosedürü genel olarak benimsenmiştir. Yapılan son değişikliğe göre franchisor sözleşme imzalanmadan önce franchisee’ye ilgili bilgileri içeren bir izahname sunmakla yükümlü hale gelmiştir.²⁴

Dünyada franchising yöntemini başarıyla uygulayan diğer bir ülke ise İngiltere’dir. İlk olarak 1955 yılında franchising yöntemini hamburger restoran zinciri olan Wimpy firması kullanmıştır.²⁵ 1700’lü yıllarda İngiltere’de alkollü ürünlerin sosyal problemlere yol açması nedeniyle alkollü ürünlerin satışı sınırlandırılmış ve lisansa bağlanmıştır. Bu lisanslama işlemlerinin ardından lisans fiyatları yükselmiş ve alkollü ürünleri satan küçük işletmeler lisans almada sorun yaşamıştır. Bunun sonucunda alkollü ürünler üreten fabrikaların satışlarını arttırmak için lisansları kendi adlarına satın almıştır. Daha sonra belirli kalite ve standartlarda lisanslı ürünlerinin satılması şartıyla içki satışı yapan bölgesel yerlere franchising olarak vermiştir. Fabrikaların yaptığı bu yöntem 18. yüzyılın ilk franchising’i olarak bilinmektedir.²⁶

İngiltere’de franchising ile yayılan dağıtım hakkının yüksek başlangıç bedelleri ile satılmaya başlanması sonucunda franchising kötü bir üne sahip

²² Sherman, J. Andrew, *Franchising And Licensing Two Ways To Build Your Business*, New York, American Management Association, 1991, s. 81,90; Uniform Franchise Offering Circular (UFOC), (Çevrimiçi), <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/uniform-franchise-offering-circular-ufoc>,

²³ Şoğur, Macide, *İşletme Sistemi Olarak Franchising*, 2.basım, İstanbul, Der Yayınları, 1993, s.68.

²⁴ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s.329

²⁵ Hall, Peter, Dixon, Rob, *Franchising*, s.4

²⁶ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 18-20, *FTC Franchise Rule*, (Çevrimiçi)

olmuştur. Adil Ticaret adı altında 1973 yılında çıkartılan kanunla artan satış fiyatları kontrol altına alınmaya çalışıldı. Adil ticaret kanunuyla franchising sözleşmesi kanundaki boşluklar nedeniyle duraklama dönemine girmiştir.²⁷ 1980’li yıllara doğru Budget Rent-A-Car, Dyno-Rodple, Holiday Inns Inc, Kentucky Fried Chicken, Prontapoint, Service Master Limited, Wimpy International ve Ziebart Mobile Tranport Service gibi Franchisor’lar kötü izlenimleri ortadan kaldırmak için sistemin çıkarlarını gözetmek ve sistemi temsil etmek için bir ticari kuruluş olarak hareket etmek amacıyla İngiliz Franchise Birliği’ni (BFA, The British Franchise Association) kurmuşlardır.²⁸

BFA kurumu franchising yöntemi için bilgi bankası görevini üstlenmiş ve franchising’i sektörlere tanıtmıştır. Kurumla birlikte franchising sistemi İngiltere’de hızla gelişmiştir. Sonraki süreçlerde BFA kurumu tarafından 1992’de Franchise Etik Davranış Tüzüğü (British Franchise Association Code Of Ethical Conduct) ve 2001’de ise Uyuşmazlık Çözüm Yöntemleri (British Franchise Association Dispute Resolution Procedure) çıkartılmıştır.²⁹ Ayrıca Franchising’e İngiltere’de ilk kez 1986 yılında Finansal Hizmetler Kanunu’nda (Financial Services Act) yasal olarak yer verilerek franchising sözleşmesi tanımlanmıştır.³⁰

1.3.2. Türkiye’deki Gelişimi

Türkiye’nin franchising ile tanışması 1980’li yılların sonuna doğru olmuştur. Özellikle Avrupa ve Ortadoğu arasında köprü olan Türkiye konumu itibariyle franchising sektörü için cazip bir pazar haline gelmiştir. 1980’li yıllara kadar özellikle otobüs firmalarına ait bilet bayileri, benzin istasyonlarının bayileri franchising sisteminin ilk basit örnekleri olmasına rağmen özellikle 1980’lerin sonuna doğru gerçek manada franchising sisteminden bahsedilebilir.³¹

²⁷ Mendelsohn, Martin, *The Guide to Franchising*, Second Edition, Oxford, Pergamon Press, 1979, s.56; Güler, Talat, *Franchising ve Türkiye’de Uygulaması*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2002, s.10.

²⁸ Barrow, Colin, Golzen, Godfrey, *Taking Up A Franchising*, s. 326-327; *The History Of Franchising*, (Çevrimiçi), <http://www.thebfa.org/about-franchising> the History-Of-Franchising, 20.02.2020

²⁹ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s.487

³⁰ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s.180

³¹ Ünüsan, Çağatay, *Marketing Channel Structure Of Turkish Economy and Importance Of Franchising. Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1993, 28, s.91

Türkiye’de İstikrar politikaları paketi adı altında alınan kararlar ile yabancı sermaye teşvik edilmiş ve dış ticaret serbest hale gelmiştir. 24 Ocak 1980 tarihinde alınan bu kararlar ile Türkiye yabancı sermaye için cazip bir hale gelmiştir. Sonraki yıllarda Yabancı Sermaye Teşvik Kanunu’nun düzenlenmesiyle kaliteli, standart ürün sahiplerinin yabancı yatırımcılar pazara hızlı bir şekilde girmeye başlamıştır.³² Franchising sistemi Türkiye’ye gelmeden önce, kendi işini kurmak isteyenler, bayi veya acente açmak isterken, bu sisteminin kullanılmaya başlanmasıyla girişimcilerin kendi işlerinin sahibi olma arzuları artmıştır.³³ Türkiye’de otomotiv sektörü, emlakçılık, otel işletmeciliği, finans sektörü, sağlık sektörü ve petrol ürünleri sektörleri franchising sisteminin ilk kullanıldığı alanlardır. İlk olarak ABD’de faaliyet gösteren Alphagraphics şirketinin Türkiye’de faaliyetlerine başlamasıyla farklı sektörlerden firmalar pazarda kendine yer etmiştir. Ayrıca yabancı sermayenin yanı sıra yerli firmalar da franchisor olmaya başlamıştır. İlk olarak 1985’de Turyap (emlak bilgi bankası)’ın franchisor olmasının ardından gıda sektöründe Sagra Special, Mudurnu Piliç, Hacıoğlu Lahmacun, Sultanahmet Köftçisi, Tadım Pizza, Limon, hazır giyim sektöründe Mavi, Mudo, Beymen, Benetton franchisor olmuştur.³⁴

1990’lı yıllarda ise franchising eğitimlerinin eksikliği, alan araştırması yapılmadan franchising uygulanması, yapılan yatırımlardan istenilen geri dönüşün alınmaması ve franchising hizmetini alanlara yeterli desteğin sağlanmamasından kaynaklı olarak Türkiye’de franchising sistemini kullanan birçok firmanın kapanmasına yol açmıştır. Dünya genelinde oldukça geniş bir pazar ağır bulunan Fuddrockers, Dairy Queen, Baskın Robbins Ice Cream, Jani King gibi markalar Türkiye’deki franchising mağazalarını kapatmak durumunda kalmışlardır³⁵. Türkiye’de franchising sisteminin geliştirilmesi, pazarda yerleşmesi, düzgün bir şekilde yürütülmesi, sistemin güven kazanması ve temel kuralların

³² Öztürk, Salih, Özyakışır, Deniz, *Türkiye Ekonomisinde 1980 Sonrası Yaşanan Yapısal Dönüşümlerin GSMH, Dış Ticaret ve Dış Borçlar Bağlamında Teorik Bir Değerlendirmesi*, Mevzuat Dergisi, 2005, s.94

³³ Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1991, s. 12

³⁴ Güler, Talat, *Franchising ve Türkiye’de Uygulaması*, s.13

³⁵ Büyükokutan, Melek, *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yönetim Sorunlarının Çözümünde Etkin Bir Araç Olarak Franchising Sistemi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995, s.92-93

belirlenmesi amacıyla 1991 yılında Ulusal Franchising Derneği (UFRAD) kurulmuştur. UFRAD üyesi olaran tüm işletmeler hatalı uygulamaları önlemek ve yatırımcıları korumak için dernek ilkelerini kabul etmiş sayılır. Avrupa Franchising Federasyonu (EFF, European Franchise Federation) Etik Davranış Tüzüğünde yer alan ilkeler (The EFF Code Of Ethics), UFRAD derneği tarafından kabul edilmiştir. UFRAD derneği franchising sistemini kullananların karşılıklı olarak hak ve yükümlülükleri dürüstlük ve açıklık kurallarıyla yürütür. Belirtilen bu kurallarla UFRAD, franchising sistemini kullananları kontrol altına alabilmektedir.³⁶ UFRAD, dünyadaki diğer benzer kuruluşlar gibi sadece franchising sistemini kullanan firmaların üye olduğu bir kuruluştur.³⁷ UFRAD derneğine üyelik asil ve destekçi olarak iki şekilde olmaktadır. Asil üyeliklik iyi üye tavsiyesiyle olmaktadır. Eğer yabancı bir firmanın Türkiye'deki haklarının devralınması gibi bir durum söz konusuysa, yabancı firmanın ülkesindeki franchising derneğine üye olması temsilcinin üyeliğe kabul edilmesine olanak sağlamaktadır. Tabi Türkiye kaynaklı bir firmanın franchising sistemini veriyor olması ya da temsilciliğini aldığı firmanın ülkedeki dernek üyesi olmamaması durumunda ise önce iki taraftanda üyelik kabul alınması daha sonra ise duruma bağlı olarak red ya da kabul edilmektedir. Diğer bir üye tipi olan destekçi üyelik, özellikle franchising sistemine hizmet veren firma temsilcileri ve maddi ve manevi katkıda bulunan kişilerdir.³⁸ UFRAD franchising sistemini kullanmak isteyen kişilere sistem hakkında bilgi veren tek kuruluştur. Türkiye'de franchising sisteminin tek temsilcisi olan UFRAD yıllık ortama 35 milyar dolarlık bir ticaret hacmine sahiptir. UFRAD, ayrıca Türkiye kaynaklı firmaları dünya pazarında ihtiyaç duydukları hukuki, kültürel ve mali konularda desteklemektedir. UFRAD, Dünya Franchising Konseyi'nin (World Franchise Council) aktif üyesidir. EFF'nin de yönetim Kurulu üyesidir. UFRAD aynı zamanda Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu'nun da kurucu üyelerinden birisidir³⁹.

Türkiye'de franchising sözleşmesiyle ilgili bir yasal düzenleme hala mevcut değildir. Franchising benzeri sözleşmeler, sözleşme özgürlüğü prensibince genel hukuk kurallarına ve rekabete ilişkin hükümlere uymak şartıyla taraflarca serbest bir

³⁶ Ardahan, Faik, *Turizmde Franchising ve Türkevi Pansiyonları Franchisingi Model Önerisi ve Uygulaması* s.184

³⁷ <http://www.ufrad.org.tr>, 15.04.2020

³⁸ Bkz. "Açıklık İlkeleri", (Çevrimiçi), <http://www.ufrad.org/Sayfa.aspx?S=Açıklık>, 15.04.2020,

³⁹ "Hizmetler", (Çevrimiçi), <http://www.ufrad.org.tr/tr/hizmetler.asp>, 15.04.2020

şekilde düzenlenebilir. Franchising sistemi ile ilgil olarak sadece rekabet hukuku kapsamında düzenleme yapılmıştır. Avrupa Birliği–Gümrük birliği kapsamında gerekli mevzuat uyumu gerçekleştirilmiştir. 1998 yılında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun m. 5 uyarınca Rekabet Kurulu tarafından 1998/7 sayılı “Franchise Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği” çıkarılmıştır.⁴⁰ Ancak 1998/7 sayılı bu Tebliğ, 17.07.2002 tarihinde yürürlüğe giren 2002/2 sayılı “Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği”nin 10. maddesi ile yürürlükten kaldırılmıştır.⁴¹ Franchising sistemi, küçük ve orta ölçekli firmaların, bağımsızlıklarını koruyarak büyük işletmelerle rekabet etmeleri ve onlarla aynı pazarda kalmalarına olanak sağlamaktadır. Özellikle 2000’den sonra küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişmesiyle franchising sistemi giderek büyümüştür. Türkiye’de franchising sistemi özellikle İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerde yoğunlaşmaktadır. Toplam franchising sayısı dikkate alındığında yüzde 95’inin İstanbul’da işletildiği görülmektedir. Bunun dışında ülkemizdeki yerli firmalar yurtdışında da franchising zinciri oluşturmaya başlamıştır.⁴² Nilay Gelinlik, Coton-Bar, Sagra Special gibi firmalar yurtdışında franchising veren ilk Türk firmalarıdır.⁴³

1.4. Franchising Sisteminin Uygulanabileceği Sektörler

Franchising sistemi pazarlama ve dağıtım yöntemi olarak gıda, mobilya, konfeksiyon, mutfak ve banyo, bilişim, büro, inşaat, eğitim, spor, emlak, temizlik, araba bakım ve yıkama, otopark, otel ve motel işletmeciliği, kırtasiye, kozmetik, kuru temizleme, otomotiv, lojistik, lokanta, fastfood gibi çok farklı iş alanlarında kullanılabilmektedir.⁴⁴

Diger bir sınıflandırma şu şekilde yapılabilir:⁴⁵

- **Otomotiv sektörü:** Yedek parça, yedek parça değişim ve onarım, motor bakım ve onarım, araç kiralama vb.

⁴⁰ Resmi Gazete. 13.12.1994, s.22140.

⁴¹ Resmi Gazete. 16.12.1998, s.23555.

⁴² Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 1997, s.3.

⁴³ Şoğur, Macide, *İşletme Sistemi Olarak Franchising*, s.68-73

⁴⁴ Büyükokutan, Melek, *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yönetim Sorunlarının Çözümünde Etkin Bir Araç Olarak Franchising Sistemi*, s.93

⁴⁵ Güler, Talat, *Franchising ve Türkiye’de Uygulaması*, s.14

- **İşletme tabanlı hizmetler:** Muhasebe ve vergi işlemleri, posta ve kargo işlemleri, reklam ve danışmanlık hizmetleri, kredi ve finans danışmanlığı vb.
- **İnşaat ve konut hizmetleri:** Soğutma ve ısıtma hizmetleri, banyo hizmetleri, çatı ve baca temizliği, kanalizasyon hizmetleri, elektrik ve elektronik hizmetleri, çevre temizliği, mutfak hizmetleri vb.
- **Eğitim hizmetleri:** Sekreterlik, okul ve kreş hizmetleri
- **Eğlence ve Dinlenme hizmetleri:** Otel ve Motel işletmeleri
- **Fast Food ve restaurant hizmetleri:** Hazır gıdalar, dondurulmuş ürünler, hamur işleri vb.
- **Gıda ürünleri satış hizmetleri:** Şekerleme, konserve ürünleri, süt ve süt ürünleri, hayvansal gıdalar vb.
- **Tıbbi hizmetler:** Akupunktur, hipnoterapi, güzellik merkezi, ağız sağlığı merkezleri, fitness salonları, diğer sağlık kuruluşları vb.
- **Ev işleriyle ilgili hizmetler:** Halı yıkama, perdecilik, temizlik hizmetleri, mobilya ve dekarasyon vb.
- **Perakendecilik:** Giyim, bilişim hizmetleri, kozmetik ürünler, kuru temizleme, kırtasiye ürünleri, fotoğrafçılık, hediyelik eşyalar, eğlence parkları vb.
- **Diğer hizmetler:** Emlak ve konut hizmetleri, seyahat acentalığı, sigorta hizmetleri vb.

1.5. Franchising Sisteminin Gelişimine Etki Eden Faktörler

Franchising sisteminin gelişmesini etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

1) Dünya genelinde global ekonomik bütünleşmenin hızlanması franchising sisteminin gelişmesine olumlu etki sağlamıştır. Küresel çapta iki eğilim vardır. Birincisi lokal pazarlarda tüketicilerin ortak istek ve tatminiyetlerini karşılamak için aynı mallar kullanılmaktadır. Coca-Cola veya McDonalds gibi firmaların dünyanın tüm pazarlarında aynı ürünleri satıp istek ve ihtiyaçları karşılaması gibi üreticiler tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamaktadır. İkinci eğilim ise ürünün özünden değişiklik yapılmadan farklı pazarlardaki talebe göre ürünün değiştirilerek

uyarlanmasıdır. Buna örnek olarak Honda firması ABD ve Avrupa pazarına üç farklı özellikte motosiklet üretmektedir.⁴⁶

2) Dünya genelinde tüketicilerin talep ve ihtiyaçları benzerlik göstermektedir. Genel olarak tüm tüketiciler yüksek kalite ve düşük fiyatlı ürün ya da hizmetleri alma eğilimindedir. Günümüz makine ekipman ve sistemlerdeki teknolojik ilerlemelere paralel olarak ürün çeşitliliği azalmakta ve benzer ürün ya da hizmetler sağlanmaktadır.⁴⁷

3) İletişim ve ulaşım hizmetlerinin hızlı gelişim göstermesi, bu doğrultuda özellikle kuşak farkının yarattığı talep farkının dikkate alınması ve genç kuşağın zevk ve tercihlerinin birbirine yaklaşması pazarların bu değişime ayak uydurmasına etki etmektedir.⁴⁸

4) Global pazarlarda yer etmek için firmalar ürün dizaynı, paketlenme, satış promosyonu ve reklam gibi giderlerden tasarruf sağlama yoluna giderler. Ürün tasarımı sırasında müşterilere yansıtılan imajda tutarlı olunması satışların artmasını olumlu etkiler. Bu kapsamda faaliyet gösterdikleri pazarlarda doygunluğa ulaşmış ve farklı pazarlara açılmak isteyen, global pazarlama stratejisini benimseyen firmalar franchising sistemini kullanmaya başlamışlardır.⁴⁹ Bu kapsamda günümüz dünyasında iletişimin gelişmesiyle franchising sistemini kullanan yatırımcıların denetim faaliyetlerini kolaylaştırmış ve global standardizasyonunun sağlanmasına yardım sağlamıştır.⁵⁰

5) Gelişmiş ülkelerde sanayi sektörünün milli gelirdeki payı son 10 yılda giderek azalmaktadır, fakat hizmet sektörünün payı ise artmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerin sanayi sektöründeki üretimler giderek gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaktadır. Bu kapsamda günümüzde eğitim, muhabese, temizlik vb. hizmetler için uzman firmalardan yararlanılmaktadır. Bu sebeple franchising sistemi oldukça fazla kullanılan hizmettir.⁵¹

⁴⁶ İTO Yayını, *Franchising*, Yayın No :5925,1994.

⁴⁷ Mucuk, İsmet, *Pazarlama İlkeleri*, Der Yayınları, İstanbul, 1994, s.284.

⁴⁸ Mucuk, İsmet, *Pazarlama İlkeleri*, s.284.

⁴⁹ İslamoğlu, A. Hamdi, *Global pazarlama*, Pazarlama Dünyası, 6(34): 4.

⁵⁰ Hoffman, C. Richard, Preble, F. John, *Franchising Into Twentyfirst Century*, Business Horizons, 1993, 36:36

⁵¹ Alpar, Cem, *Hizmet Sektörü, Dünya*, 1994, s.4

6) Günümüzde kendi iş yerini kurmak isteyen insanların sayısı giderek artmaktadır. Franchising sistemi işverenlerden daha fazla iş yeri sahibi olmak isteyenlere imkan sağlayan bir yöntemdir. Bu kapsamda bu yöntem yeni iş sahibi olmak isteyen firmaların kredi desteği, ana ürün veya hizmetlerin çok az maliyetle gerçekleşmesini sağlar.⁵²

7) Franchising sistemi firmaların faaliyet pazarlarının istihdam imkanını arttırarak ekonomik olarak katkıda bulunur. Farklı iş alanlarında kullanılan franchising sistemi pazarda yeni iş alanlarının açılması, pazardaki yan sektörlerin gelişmesini sağlar.⁵³

8) Yaşam tarzında güncel değişiklikler franchising sisteminin gelişmesine katkı sağlamıştır. ABD’de firma sahiplerinin kadın sahipleri erkek sahiplerine göre hızlı bir şekilde artmaktadır. 1975 yılında % 55.4 olan kadın iş yeri sahipleri 1993 yılında %74.7’e kadar yükselmiştir. Bu kapsamda franchising sistemini uygulayan kadın firma sahiplerinin oranı % 68 oranında büyümüştür. Bu orana kadın ve erkek firma sahiplerinin birlikte çalışmaların dahil edilmemiştir. Kadın firma sahiplerinin özellikle şirketlerinde aile değerlerini yansıtarak, çocuk ürünlerini, giyim, takı tasarımı, gıda, sağlık, kozmetik ve emlak gibi farklı alanlarda hizmet vermektedir. Bu sebeple çalışan kadınların ev işlerine zaman ayırmada yetersiz kalması, fast food, kuru temizleme ve ev temizliği gibi farklı alanların franchising sistemini kullanmasına da olanak sağlamıştır.⁵⁴

1.6. Franchising Sisteminin Avantaj ve Dezavantajları

1.6.1. Franchisee Açısından Avantajları

Franchising sisteminin franchisee açısından avantajları aşağıda sıralanmıştır:

- 1- Franchisee alanında başarılı olmuş bir firmanın üretim, işletme ve pazarlama sistemini kullanarak, bu tip sistemlerin geliştirilmesi için gereken maliyetten daha az miktarda para ve daha kısa sürede rekabet avantajı ile pazara girer.⁵⁵

⁵² Hall, Peter, Dixon, Rob, *Franchising*, s.8.

⁵³ Yurdakul, Müberra, *Franchising Sisteminin Kobi’lerde Pazarlama İşlevi Bakımından Değerlendirilmesi*, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2015; 8: 5

⁵⁴ Hall, Peter, Dixon, Rob, *Franchising*, s.8.

⁵⁵ Pintel, Gerald, Diamond, Jay, *Retailing*, Third Edition, London, Hall. Inc, 1983, s.42.

Franchising sözleşmesinde franchisee tarafı olan yatırımcı piyasada faaliyet gösteren birçok firmanın önüne geçmek veya pazarda tutuna bilmek için ticari adı ve markası tanınan ve başarılı olmuş bir işletmenin ürün veya ürünlerini yada hizmetleri ile pazarda hizmete başlar. Bu sistem firmanın pazara daha kolay girmesine yardımcı olur. Bunun sebebi yapılacak iş veya satışı yapılacak ürün piyasada başarılı olmuş ve tutulan bir ürün olmasıdır. Franchising sisteminin tarafları arasındaki iş birliği süresince danışma, eğitim, reklam ve promosyon gibi alanlardaki paylaşımlar firmanın rekabet avantajını sürdürmesine olanak sağlar.

- 2- Franchising sistemi iş riskini azaltır. Hukuken bağımsız olarak işletme sahibi olmasından dolayı başarı ve kazanç şansı artar.

Günümüz dünyasında sosyo-ekonomik değerlerin değişimiyle kendi işini kurmak isteyen kişilerin sayısı giderek artmaktadır. Yapılan araştırmalar kendi işini kurmuş ve başarısız olmuş kişilerin başarısızlık nedenlerinin iş tecrübesizliğinden dolayı yetersiz yönetim ve yetersiz sermaye olduğunu göstermiştir.⁵⁶ Franchisor'un tecrübe, avantajları ve sistemini kullanarak franchisee'nin belkide hiç giremeyecekleri pazara hızlı ve daha sağlam bir şekilde başlamasını sağlar. Firmaların iş başarısızlıkları %90 oranında yetersiz yönetimden kaynaklanır. Bunun farkında olan franchisorlar franchisee'ye birimleri faaliyete geçmeden önce eğitim programları, rehberlik, test edilmiş ürün veya hizmetlerin pazarlama programlarını sağlarlar. Böylece franchisee'ın başarısızlık oranı düşer.⁵⁷ Franchisor'un reklam, pazara göre stok ayarlaması, firma yeri seçimi, mağaza yönetim düzeni ve iş organizasyonu, muhasebe sistemi, kalite kontrol standartları, ve işletme sisteminin gereklilikleri konularında franchisee'ye yardımcı olmaktadır. Bu desteklerle franchisee yıllardır faaliyet gösteren bir firma gibi daha az hata yapar. Dolayısıyla iş tecrübesizliği ortadan kalkar.⁵⁸ Yapılan istatistik araştırmaları franchising sistemini kullanmayanların iş tecrübesizliğinden faaliyetlerini durduranların franchising

⁵⁶ Pintel, Gerald, Diamond, Jay, *Retailing*, s.42.

⁵⁷ Zimmerer, W. Thomas, Scarborough, M. Norman, *Small Business Fundamentals*, Merrill Publishing Company, Colombus, 1988, a.77.

⁵⁸ Groselli, Johny, *Franchising: As A Bridge Between Small And Large Firms*, Graham & Trotman, London, 1989, s.170.

sistemini kullananlara göre % 80 daha fazla faaliyetlerini durdurduklarını göstermiştir.⁵⁹

- 3- Franchising sistemi franchisee'nin ulusal ve uluslararası firmaların farklı pazarlardaki büyüme politikalarını oluşturmaktadır. Ayrıca kısa zamanda daha az para harcayarak rekabet avantajı sağlamaktadır.⁶⁰

Franchising sistemini kullanarak yeni bir iş kurmak isteyen firmaların işe daha az nakit yatırımı yapmasının yolunu açar. Franchisor işin kurulumu için gereken maliyet hesabını yapar. Ayrıca franchisee'ye finansman desteği konusunda yardımcı olur. Genellikle büyük bankaların birisiyle anlaşarak düşük faiz oranlarını içeren bir finans paketi düzenletir. Franchisor finans firmalarıyla olan ilişkisini kullanarak franchisee'nin başlangıçta ödemesi gereken bedeli taksitlendirerek 12-24 ay gibi sürelerle yaymaktadır. Ayrıca franchisee karar geçinceye kadar stok ve ekipmanları nakit yerine kredi ile satarlar. Franchisee tarafından alınan ürün veya hizmetler pazarda denenmiş olduğundan daha az hata ve daha az maliyetle işe başlamış olur.⁶¹

- 4- Etkili reklam faaliyetleri franchising sisteminin başarılı olmasında oldukça önemli bir parametredir. Franchisee faaliyet göstereceği bölge veya ülke çapında yapılan reklam ve promosyonun her ikisinden de yararlanmaktadır. Reklam faaliyetleri franchisor tarafından düzenlenir. Franchisor reklam kampanyalarını düzenler, geliştirir ve maliyetleri franchisee ile paylaşır. Franchisee aylık satışların genellikle %1-5 arandaki bir yüzdeyi franchisor'a öder. Ayrıca Franchisee kendi reklam faaliyetlerini yürütebilir. Franchising sistemi sayesinde daha fazla reklam etkinliği olur. Bu sistemi kullanmayan bireysel firmalar tüm bu süreçleri kendi yapmak zorunda kalır.⁶²

⁵⁹ Patten, Dave, *Successful Marketing For The Small Business*, Kogan Page Telegraph, The Daily Telegraph Guide, 1989, s.213.

⁶⁰ Yıldırım, Ümit, *Franchising İşlemleri, Vergi Yasaları Karşısındaki Durumu ve Muhasebeleştirilmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1998, s. 8.

⁶¹ Yıldırım, Ümit, *Franchising İşlemleri, Vergi Yasaları Karşısındaki Durumu ve Muhasebeleştirilmesi*, s. 8.

⁶² Kinch, E. John, Hayes, P. John, *Franchising: The Inside Story*, Wilmington, 1986, s.34.

- 5- Franchisor franchisee için yüksek miktarlarda malzeme alımı yapıldığında pazardaki gücünü kullanarak indirim yaptırır. Böylece franchisee için maliyet düşer ve brüt kar artar.⁶³
- 6- Franchising sistemi franchisee'nin güncel gelişmelere ayak uydurarak rekabet gücü sağlar. Bu kapsamda franchisee franchisor'un patent, ticari marka, ticari sınırlar ve iş süreçlerini kullanır. Franchisor edindiği bilgiler aylık bültenler halinde franchisee'e ulaştırır.⁶⁴
- 7- Franchisee sözleşme kapsamında bölgesel haklara sahip olarak aynı firmadan başka bir franchisee'nin kendi faaliyet alanında faaliyette bulunmayacağını güvence altına almış olur.⁶⁵
- 8- Franchisee pazardaki faaliyetlerine devam ederken karşılan problemlerin çözümü için aynı firmada franchisee olan bir başka firma ile formal veya informal yollarla sorunların çözümü için destek alabilir.⁶⁶
- 9- Franchisee sistemi kullanmayan diğer bağımsız firmalara göre daha düşük oranlarda sosyal sigorta emeklilik planı ve sağlık sigortası elde eder.⁶⁷

1.6.2. Franchisee Açısından Dezavantajları

Franchising sisteminin franchisee açısından dezavantajları aşağıda sıralanmıştır:

- 1- Franchising sistemini kullanmak için gereken başlangıç maliyetleri yüksektir. Genellikle yapılacak işin türüne, franchisor'un pazardaki marka payı, gereken

⁶³ Kinch, E. John, Hayes, P. John, *Franchising: The Inside Story*, s.35.

⁶⁴ Hall, Peter, Dixon, Rob, *Franchising*, s.36

⁶⁵ Hall, Peter, Dixon, Rob, *Franchising*, s.37

⁶⁶ Nickels, G. William, Mchugh, M. James, Mchugh, M. Susan, *Understanding Business*, Irwin Inc, Homewood, 1990, s.146.

⁶⁷ Mason, Barry, Mayer, L. Morris, Ezell, F. Hazell, *Retailing*, Fourth Edition, Irwin Homewood, Boston, 1991, s.591

alet ve teçhizat, stok ürünleri ve iş yerinin düzenine göre değişiklik göstermektedir.⁶⁸

- 2- Faaliyet öncesi ve sırasında gereken malzeme ve ekipmanlar, franchisor'un belirlediği mağazalardan alınır. Bu durum standardizasyonu sağlamak adına franchisor'un sözleşme kapsamında zorunluğu tuttuğu maddelerdendir.⁶⁹
- 3- Franchisor finansal gücünden dolayı karın nasıl paylaşılacağına karar verir. Franchisee sisteme girmek için ödediği ücretten farklı olarak aylık satışlardan belli bir yüzde vermek zorundadır. Bunun oranını franchisor belirlemektedir. Bu durum ise franchisee'yi zor duruma sokabilir.⁷⁰
- 4- Franchising sisteminin franchisee açısından diğer bir dezavantajlı durumu ise hukuken bağımsız bir işletmeci olan franchisee'nin franchisor tarafından sürekli olarak denetlenmesidir. Franchisee'nin ticari faaliyetleri, performansları ve mali tablolarının takibi ve bunun üçüncü şahıslar tarafından inceleniyor olması franchisee açısından sıkıntılı bir durum haline gelebilir.⁷¹
- 5- Franchisee, ürün standardizasyonun sağlanması için kendi pazarlarında sattıkları ürünün içeriğinde değişikliğe gidemez. Ürünlerin içeriği ve kalitesi franchising sistemini kullanan tüm işletmelerde aynı olmak zorundadır.⁷²
- 6- Franchising sözleşmesinde franchisor'un lehine olan maddelerden birisi de sözleşmeyi tek taraflı fesh etme hakkına sahip olmasıdır. Bu kapsamda franchisor franchisee'yi süre sonunda sözleşme yenilememekle tehdit edebilir. Sözleşmenin bu denli sıkı olması franchisee'nin gelişmesini engelleyebilir.⁷³

⁶⁸ Shaughnessy, John, *Competitive Marketing, A Strategic Approach*, Third Edition, Clays Ltd., London, 1995, s.665

⁶⁹ Shaughnessy, John, *Competitive Marketing, A Strategic Approach*, s.665

⁷⁰ Nickels, G. William, Mchugh, M. James, Mchugh, M. Susan, *Understanding Business*, s.146.

⁷¹ Hodgetts, M. Richard, *Effective Small Business Management*, Academic Press, NewYork, 1988, s.90.

⁷² Zimmerer, W. Thomas, Scarborough, M. Norman, *Small Business Fundamentals* s.81.

⁷³ Dant, P. Rajiv, Kaufmann, J. Patrick, Audhesh K. Paswan, *Ownership Redirection in Franchised Channels*, Journal of Public Policy&Marketing, 11(1): 34.

- 7- Franchisor veya diğer pazarlardaki franchisee'lerin itibar kaybetmesi sonucunda franchisee bundan kötü etkilenecek müşteri kaybı yaşayabilir.⁷⁴
- 8- Franchisor sisteme talepte bulunan işletme sahiplerine doğru bilgiler vermelidir. Abartılı bilgilere güvenilerek dahil olunan sistemde başarısızlıklar olabilir. Gıda sektöründe franchising sistemini kullanan 282 işletme üzerinde yapılan araştırmalarda franchisee alanların %92'sinin franchisor'un kar tahmin oranlarından daha düşük seviyelerde kar elde ettiği tespit edilmiştir.⁷⁵
- 9- Franchising sisteminin kullanımında franchisee sözleşme de yer alan hükümlere uymak zorundadır. Bu kapsamda franchisee işi bırakmak istese dahi işi istediğine devereemez veya satamaz. Potansiyel alıcıları franchisor bulur ve değerlendirir.⁷⁶
- 10- Franchisor, franchising sistemini bir başkasına devredebilir. Bu durum yönetim ve politika değişikliklerine sebep olabileceğinden franchisee açısından zor bir durum oluşturabilir.⁷⁷
- 11- Franchisee pazar ile ilgili kararlarda franchisor'un çok uzakta olmasından dolayı sorunlar yaşayabilir. Franchisor'un yönetim kademesi pazar koşullarını tam anlamamasından kaynaklı olarak problemlerin çözümünden dolayı sorunlar yaşanabilir. Yerel pazardaki firmalar işletme için iyi olanı bildiğinden dolayı bu doğrultuda franchisor'un önerileri beklentileri karşılayamayabilir.⁷⁸

1.6.3. Franchisor Açısından Avantajlar

Franchising sisteminin franchisor açısından avantajları aşağıda sıralanmıştır:

⁷⁴ Serim, Azra Arkan, *Hasılat Kirasında Tarafların Hak ve Borçları*, İstanbul, Beşir Kitapevi, 2010, s. 2-3;

⁷⁵ Hodgetts, M. Richard, *Effective Small Business Management*, s.92.

⁷⁶ Beisel, L. John, *Contemporary Retailing*, New York Mac Millan Publishing, Company, 1987, s.99.

⁷⁷ Beisel, L. John, *Contemporary Retailing*, s.99.

⁷⁸ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s.4

- 1- Franchising sisteminde franchisor faaliyet göstermek istediği pazarda bulunan franchisee'nin kendisine sisteme giriş ücreti ve yıllık satışlar üzerinden belirli bir yüzdeyi ödemesi zorunludur. Böylece franchisor yatırımcıdan aldığı sermayeyi kendi işini geliştirmek için kullanır.⁷⁹
- 2- Franchising sistemi sayesinde franchisor farklı birimlerinin açılmasında kullanacağı sermaye ihtiyacını şirketin sahipliği azaltılmadan temin etmiş olur ve hızlı bir şekilde yayılır.⁸⁰
- 3- Franchising sisteminde taraflar arası sözleşme gereği başlangıç ücreti olarak ve aylık sürekli ödenen royalty franchisor'un gelirlerinin yarısından fazlasını oluşturur. Sözleşme yapıldığında ödenen başlangıç ücreti ve aylık sürekli ödenen royalty, franchise verenin gelirlerinin %50'sinden fazlasını oluşturur. Royalty franchisor'un franchisee'ye ürün temini, yönetim tavsiyesi, yardım ve ulusal promosyon sağlaması karşılığında ödenir.⁸¹
- 4- Franchising sistemi sayesinde şirketler ürün ya da hizmetlerin daha geniş bir alanda pazarlanması ve dağıtımını sağlar. Bu sayede franchisor'un pazarda rekabet gücü daha da artar. Bu sayede firma pazara daha çabuk ve etkili bir şekilde girer. Franchising sistemi ile firmalar farklı pazarlara girerek hükümet düzenlemeleri, vergiler ve diğer engellerin pazara girmesinde tercih edilen bir yöntemdir.⁸²
- 5- Franchising sisteminde franchisee firma sahibi olması nedeniyle yönetici bulmak gerekmez. Bu sayede franchisor'un personel giderleri gibi maliyetlerden kurtulmuş olur.⁸³

⁷⁹ Morden, Tony, *Business Strategy and Planning, Text and Cases*, Mc Grav Hill Book Company, London, 1993, s.168.

⁸⁰ Diamond, Jay, Intel, P. Gerald, *Principles Of Marketing*, Second Edition, Prentice Hall Inc, New Jarsey, 1980, s.285.

⁸¹ Sen, C. Kabir, *The Use Of Initial Fees And Royalties In Business Format Franchising*, Managerial And Decision Economics, 1993, 14: 175.

⁸² Groselli, Johny, *Franchising: As A Bridge Between Small And Large Firms*, 276.

⁸³ Shane, A. Scott, *Hybrid Organizational Arrangements and Their Implications for Firm Growth and Survival: A Study of New Franchisors*, The Academy of Management Journal, 1996, 39 (1): 219.

- 6- Franchisor franchisee'a yetki devri yaptığından yönetim problemleri ile karşılaşmaz ve günlük faaliyetlere müdahale etmez. Bu sayede bürokratik ve hukuki işlemlerle uğraşmada büyük firmalarla rekabet gücü artar.⁸⁴
- 7- Franchisee ürün veya hizmetler taklit edilmeden önce satış yapmaları nedeniyle taklitin önüne geçilmiş olur.⁸⁵
- 8- Franchisor, franchisee'ye marka ve işletme sistemini kullanma hakkını geçici olarak verdiği için bir gider harcamadan hızlı olarak yayılır ve bu sayede kendi öz sermayesini kullanarak daha farklı verimli alanlara yönelerek yatırım yapabilir.⁸⁶

1.6.4. Franchisor Açısından Dezavantajları

Franchising sisteminin franchisor açısından dezavantajları aşağıda sıralanmıştır:

- 1- Franchising sisteminde franchisor bünyesindeki bir yöneticiden farklı olarak franchisee bağımsız bir iş adamı olmasından dolayı prosedürleri takip etmeyebilir. Bunun bir sonucu olarak ise satış mağazalarında standardizasyon sağlanmayabilir.⁸⁷
- 2- Franchisee, franchisor'un personeli olmaması nedeniyle sürekli kontrol edilmek istemezler. Bu firmalar arasında ilişkilerin bozularak ürün veya hizmet kalitesinin bozulmasına neden olabilir. Bunun bir sonucu olarak franchisor'un imajının zayıflamasına neden olabilir.⁸⁸

⁸⁴ Shane, A. Scott, *Hybrid Organizational Arrangements and Their Implications for Firm Growth and Survival: A Study of New Franchisors*, s. 219.

⁸⁵ Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi*, s. 12

⁸⁶ Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi*, s. 13

⁸⁷ Hackett, W. Donald, *Franchising: The State Of Art*, American Marketing Association Monograph Series, 1977, 9: 14.

⁸⁸ Hackett, W. Donald, *Franchising: The State Of Art*, s.14.

- 3- Franchisee'nin kar, ciro, şirket imajı gibi amaçlarıyla franchisor'un amaçları uyuşmayabilir. Bu sistemin tarafları arasında iş birliği koordinasyonunun sağlanmasında eksikliklere neden olabilir.⁸⁹
- 4- Franchisor, sistemi kullanmak isteyenleri seçerken belirli kriterlere dikkat etmelidir. Firmaları sisteme dahil ederken yeterli sermayeye sahip ve işi sahiplenecek firmaları seçmelidir. Seçilen franchisee ilerleyen süreçlerde beklenildiği gibi davranmazsa, franchisor kovamaz veya şube değişikliği yapamaz.⁹⁰
- 5- Franchisor, kendi satış mağazasını kurmasıyla kazancın tamamını elde eder. Fakat franchisor sistemini kullanarak franchisee'de pay almasından dolayı daha az kar elde eder. Fakat franchisor farklı pazarlara açılması franchising sistemi ile daha kolay olmaktadır.⁹¹
- 6- Franchisee, sistemde üzerine düşeni yapmakta gecikebilir. Düzenli olarak satış bildirimi, zamanında ödenmeyen royalty gibi sorunlar ortaya çıkabilir. Düzenli olarak satış bildirimi yapmayıp, zamanında royalty ödemeyebilir.⁹²
- 7- Franchisee, sistemi ve yönetim tekniklerini ilerleyen zamanlarda öğrenerek franchisor'un sistemini kendisi satmak isteyebilir veya benzer bir sistem kurarak franchisor ile rekabete girebilir. Bunun önüne geçmek için sözleşmeye franchisee'nin sözleşme bitimini takiben belirli bir süre aynı işe girmesinin engellenmesi maddesi konulmalıdır.⁹³
- 8- Franchisee personel seçiminde dikkatli olmazsa kalite ve standardizasyon bozulabilir. Bunun bir sonucu olarak franchisor'un pazardaki imajı zedelenir.⁹⁴

⁸⁹ Gillian, Colin, Hird, Martin, *International Marketing Strategy and Management*, London, 1986, s.175.

⁹⁰ Colin Gillian, Martin Hird, *International Marketing Strategy and Management*, s.175.

⁹¹ Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi*, s. 13

⁹² Hackett, W. Donald, *Franchising: The State Of Art*, s. 15.

⁹³ Sen, C. Kabir, *The Use Of Initial Fees And Royalties In Business Format Franchising*, s.175.

⁹⁴ Groselli, Johny, *Franchising: As A Bridge Between Small And Large Firms*, 276.

1.7. Franchising Sisteminin Çeşitleri

Franchising sisteminin çeşitleri Ürün ve Marka Franchise, İşletme Sistemi Franchise ve Dönüştürme Franchising (Conversion Franchising) olmak üzere üç başlık altında incelenebilir. Ürün marka franchise ise bayilik sistemleri ve distribütörlük olarak sınıflandırılabilir.⁹⁵

1.7.1. Ürün ve Marka Franchise

551 sayılı kanun ile tescilli markalar koruma altına alınmıştır ve bu Franchising sistemindeki en önemli unsurlardan birisidir. 556 sayılı KHK m. 5 f. 1 hükmü uyarınca “Marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dahil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar “malların biçimi veya (Değişik ibare: “ambalajları” gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretleri içerir”. Bu tanımdan da anlaşıldığı üzere marka bir firma veya işletmenin ürün yada hizmetlerinin başka bir ürün yada hizmetlerden ayırt edilmesini sağlayan işaret, söz, harf, resim veya bir ticaret ünvanıdır.⁹⁶

18. yüzyılda Alman bira üreticileri tarafından birahaneler ile yapılan sözleşmeler, Singer dikiş makinalarının bayileri ile marka üzerinden yaptığı sözleşmeler ürün ve marka franchise olarak nitelendirilebilir. Günümüzde ise otomotiv firmaları, benzin istasyonları ve alkolsüz içecek şişeleme tesisleri bu franchising sistemini kullanmaktadır.⁹⁷

1.7.1.1. Bayilik Sistemleri

Bayi kelimesinin anlamı; “Bazı maddeleri satma izni olan kimse, dükkan veya kuruluştur.” Ayrıca Bayi, toptancı firmadan kendisi için almış olduğu ürün veya hizmetleri satan olarak tanımlanır⁹⁸.

⁹⁵ Stern, W. Louis, El Ansary, Adel, Coughlan, T. Anne, *Marketing Channels*, Prentice Hall, New Jersey, 1996, s.252.

⁹⁶ Rosenbloom, Bert, *Marketing Channels, A Management View*, The Dryden Press, 1987, s.373; 556 Sayılı KHK Şerhi, C. I, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2004, s. 60;

⁹⁷ Stern, W. Louis, El Ansary, Adel, Coughlan, T. Anne, *Marketing Channels*, s.252.

⁹⁸ Doğan, Noyan, *Franchising Bayilik Değildir*, Dünya, 1994, s.10.

Bayilik sistemi kitlesel üretim sonucunda oluşmuştur. Bayilik ile işletme sistemi franchising'in farklılıklarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

- 1- Bayi, ana firmadan aldığı ürün veya hizmetleri kendi adıyla tüketicilere satış yapar. Franchisee ise franchisor'dan aldığı ürün veya hizmetleri franchisor'un markası altında standartlara uyarak dağıtım yapmaktır. Dolayısıyla franchisee kendi adını kullanamaz.⁹⁹
- 2- Bayiler seçilirken ana firma bayinin mali gücüne, sahip olduğu iş yerine ve pazardaki tecrübesine önem verilir. Franchising sisteminde ise franchisor standardizasyonu sağlayacak, azimli, esnek iş saatlerine uyacak kişileri franchisee olarak seçer.¹⁰⁰
- 3- Franchising sisteminin ürün ve marka franchisingi ile bayi sistemleri arasında fark yoktur. Bayiler üreticiden ürün veya hizmetleri alarak kendi mağazalarında satarlar. Ayrıca taraflar arasındaki bayilik sözleşmesine bağlı olarak ana firma kabul ederse bayiler başka firmaların ürünlerini de satabilirler. Franchisee ise sadece franchisor'un belirlediği ürün veya hizmetleri satar.¹⁰¹
- 4- Bayiler ana firma tarafından franchisee'lere göre daha az denetlenir. Bunun bir sonucu olarak bayiler daha rahat hareket edebilirler. Dolayısıyla franchisee standartların dışına çıkamaz ve defter kayıtları sürekli kontrol edilir.¹⁰²
- 5- Bayilerden royalty alınmaz. Bunun aksine ana firma tarafından belirli bir satış seviyesine ulaşıncaya kadar kar payı alır. Franchise ise sisteme dahil olmak için giriş ücreti verir. Bunun yanı sıra royalty ve reklam bedeli öder.¹⁰³

⁹⁹ Doğan, Noyan, *Franchising Bayilik Değildir*, s.10.

¹⁰⁰ Doğan, Noyan, *Franchising Bayilik Değildir*, s.10.

¹⁰¹ Doğan, Noyan, *Franchising Bayilik Değildir*, s.10.

¹⁰² Tuncer, Selahattin, *Bir Dağıtım ve Pazarlama Yöntemi Olarak Franchising*, İSO Dergisi, 1992, 311: 50.

¹⁰³ Nas, Nesrin, *Franchising*, Dünya, 6 Kasım 1992

- 6- Bayilik sisteminde ana firma Pazar hakkında bilgi vermez. Fakat franchising sisteminde franchisor franchisee'ye pazara yönelik bilgiler verir. Düzenli olarak eğitim faaliyetleri gerçekleştirir.¹⁰⁴
- 7- Bayiler farklı kişiler tarafından işletilebilir, franchising sisteminde firmalar ise işletme sahipleri tarafından işletilmeli ve standart görünüm taşımalıdır.¹⁰⁵
- 8- Franchising sisteminde taraflar arasında yapılan sözleşmede marka kullanma süresi ve pazar alanları belirtilirken, bayilik sisteminde ise bu belirtilmemektedir. Ayrıca bayilik sistemi franchising sistemine göre daha kısadır.¹⁰⁶
- 9- Ana firma hazırlamış oldukları sözleşme şartlarına uyan kişi veya firmalara bayilik verir. Bu sayede ürün veya hizmetlerin tüketicilere ulaşması sağlanır. Franchising sisteminde ise anlaşma taraflar arasında karşılıklı görüşmelerle yapılır. Franchising sisteminde genellikle franchisor'un koşulları kabul edilir.

1.7.1.2. Distrübütörlük

Distribütör, ana firmanın ürünlerini kendi adına alarak firma imajını ve standartlarını koruyarak belirli bir pazarda satma hakkına sahip olan hukuken bağımsız araçlardır. Distribütörler ana firmadan aldığı ürün veya hizmetleri kendi yaptığı masraf ve karı da ekleyerek satış yaparlar.¹⁰⁷

Ana firmanın ürün veya hizmetlerini son tüketiciye distribütörler ulaştırır. Distribütörlere örnek olarak otomotiv satıcıları ve benzin istasyonları verilebilir. Distribütörler satış faaliyetleri sırasında kendi işletme adını kullanır.¹⁰⁸ Ana firma minimum satış miktarı gereklilikleri, stok seviyeleri ve reklam faaliyetlerine karışmaz. Ayrıca distribütör ile acenta karıştırılmamalıdır. Acenta imalatçı firmanın

¹⁰⁴ Tuncer, Selahattin, *Bir Dağıtım ve Pazarlama Yöntemi Olarak Franchising*, s.51.

¹⁰⁵ Doğan, Noyan, *Franchising Bayilik Değildir*, s.11.

¹⁰⁶ Tuncer, Selahattin, *Bir Dağıtım ve Pazarlama Yöntemi Olarak Franchising*, s.52.

¹⁰⁷ Genç, Yasemin, *Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri*, Rekabet Hukuku Perşembe Konferansları 2001, (13):147- 180.

¹⁰⁸ Genç, Yasemin, *Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri*, s. 147-180.

temsilcisidir. Distrübütör ise hukuken bağımsız bir firmadır. Bunun yanı sıra acenta komisyon, stok, fiziksel dağıtım yapamaz.¹⁰⁹

Distübütörlük franchising sistemi ile karşılaştırıldığında franchisee'nin kısıtlamaları çok daha fazladır. Distribütör ana firmaya royalty ödemez. Ayrıca ana firmanın karı ürünlerin direk olarak distrübütöre satışındaki fiyat farkından oluşur. Franchising sistemindeki franchisor-franchisee ilişkisi, ana firma-distrübütör ilişkisinin çok daha gelişmiş ve kurallı halidir.¹¹⁰

1.7.2. İşletme Sistemi Franchise

İşletme sistemi franchising franchising sisteminin modern hali olarak tanımlanır. Ürün ve marka franchise'den farklı 4 önemli özelliğe sahiptir.¹¹¹

- 1- Franchisor, franchisee'ye pazarında adını kullanmasına izin verir. Franchisee, franchisor'un ticari marka ve işaretleri altında faaliyetlerini sürdürür.¹¹²
- 2- Franchisor, franchisee'yi sürekli denetlemektedir. Ürün ve marka franchising'de franchisee'ye daha fazla yönetim özgürlüğü verilir. İşletme sistemi franchising'de franchisee'nin faaliyetleri çok daha sıkı kontrol edilmektedir.¹¹³
- 3- Franchisor, franchisee'ye düzenli olarak eğitim vererek, sürekli her konuda yardımcı olur.¹¹⁴
- 4- Franchisee, franchising sistemine katılım için başlangıç ücreti ödemek zorundadır. Ürün ve marka franchising'den farklı olarak royalty ödemelidir.¹¹⁵

¹⁰⁹ Akat, Ömer, *Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi*, 1.Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa,1996, s.1007.

¹¹⁰ Akat, Ömer, *Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi*, s.1007.

¹¹¹ Lafontaine, Francine, *Agency Theory And Franchising: Some Emprical Results*, Rand Journal Of Economics, (1992), 23: 265.

¹¹² Lafontaine, Francine, *Agency Theory And Franchising: Some Emprical Results*, s.265.

¹¹³ Lafontaine, Francine, *Agency Theory And Franchising: Some Emprical Results*, s. 265.

¹¹⁴ Lafontaine, Francine, *Agency Theory And Franchising: Some Emprical Results*, s.265.

¹¹⁵ Lafontaine, Francine, *Agency Theory And Franchising: Some Emprical Results*, s.265.

1.7.3. Dönüştürme Franchising (Conversion Franchising)

Franchising sisteminin hızlı ve yeni gelişmiş bir türü olan dönüştürme franchising, farklı pazarlarda, aynı iş kollarında çalışan bağımsız firmaların yürüttükleri iş faaliyetlerini franchising birimine dönüştürerek franchisorun markası ve adı altında yürütülmesidir. Franchisor, farklı bir pazarda bulunan kendi alanındaki iş adamını kendi kuralları altında çalışmaya ikna ederek, franchising sistemine dahil eder. Bu sayede franchisor firma marka gücünü farklı pazarlara iletmiş olur. Ayrıca sisteme dahil ettiği firmanın pazardaki uzmanlığı, sermayesi, marka gücü, reklam, satın alma ve saha araştırmaları gibi avantajlarından da yararlanmış olur.¹¹⁶

Girişimci firma işini dönüştürmeyi düşünürse ürün sağlayıcı firmanın kalifikasyonları, standartları ve uygulama prosedürlerine uygun bir şekilde faaliyetlerini yürütmeyi kabul eder ve belirli bir ücret öder. Bağımsız olarak çalışan ve satış işlemlerinde düşüş gözlenen firmalar için dönüştürme franchising sistemi uygun bir yöntem olarak düşünülmektedir.¹¹⁷

1.8. Dağıtım Kanalındaki Aracılar Açısından Franchise Sistemi

Dağıtım kanalındaki araçlar açısından franchise sistemi ekonomik ve hukuki özellikleri ile birbirinden ayrılarak dört farklı grupta sınıflandırılır.¹¹⁸ Bu gruplardan franchisor kanal lideri olarak franchisee'nin faaliyetlerini kontrol eder ve pazarlama stratejilerini belirler.

- İmalatçı-Perakendeci Franchise Sistemi
- İmalatçı-Toptancı Franchise Sistemi
- Toptancı-Perakendeci Franchise Sistemi
- Marka adı Franchise sistemi

¹¹⁶ Groselli, Johny, *Franchising: As A Bridge Between Small And Large Firms*, s. 279.

¹¹⁷ Ayanoğlu, Ejder, *Franchising ve Türkiye'deki Uygulaması*, Vergi Dünyası, 1996, 176:81.

¹¹⁸ Donald Thompson, N. Donald, *Contractual Marketing Systems*, Heath Lexington Books, Lexington, 1971, s.12.

1.8.1. İmalatçı-Perakendeci Franchise Sistemi

İmalatçı franchisor, perakendeci ise franchisee'dir. Bu sistemde imalatçı firma ürün veya hizmetlerinin satışı hakkını lisans ile perakendeci firmaya verir. Perakendeci firma imalatçı tarafından üretilen ürünlerin satılacağı müşterileri bulabilmek için bir pazar oluşturma yoluna gider. Bu sistemde tüketici ile imalatçı arasındaki tek aracı perakendeci firmadır. Perakendeci imalatçının adını kullanarak standartlarını devam ettirir. Bu kapsamda perakendeci firmanın hangi ürünlerin satışının yapılacağı konusunda karar hakkı yoktur. İmalatçıdan alınan ürünler perakendeci aracılığıyla doğrudan tüketiciye satılır. Bu sistemin en fazla kullanıldığı alan ise otomotiv sektörü olarak görülmektedir.¹¹⁹

1.8.2. İmalatçı-Toptancı Franchise Sistemi

İmalatçı franchisor, toptancı ise franchisee'dir. Bu sisteme örnek olarak meşrubat ve bira imalatçıları örnek verilebilir. Bu sistemde imalatçı firma toptancı firmaya içecekleri şurup şeklinde verir. Toptancı firma ise imalatçıdan aldığı şurubu belirli ölçülerde sulandırır ve son ürün elde edilir. Daha sonra toptancı firma elde ettiği ürünü bölgesel perakendecilere satışı yapılmak üzere dağıtır. Dolayısıyla toptancı imalatçının ürününün nihai satış ürünü haline getirilmesinde rol oynar.¹²⁰

1.8.3. Toptancı-Perakendeci Sistemi

Toptancı-Perakendeci sistemi, toptancıların desteklediği gönüllü zincir ve perakendeci kooperatiflerinden oluşur. Toptancı önderliğinde bir araya gelen perakendeci ortak alım gücü, zincir işletmelerinin avantajlarından yararlanmaktadır. Ayrıca bir grup perakendeci yan yana gelerek franchisor benzeri faaliyetlerde bulunabilir.¹²¹

¹¹⁹ Powers, Mike, *The 21st Century Entrepreneur How To Open A Franchise Business*, New York, A Third Millennium Press Book, 1995, s. 35-37.

¹²⁰ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s.27

¹²¹ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s.27

1.8.4. Marka Adı Franchise Sistemi

Tedarikçi firma oldukça iyi bilinen bir markaya sahiptir. Bu sistemde ana firma parakendeciye markasını ve lisansını kullanma yetkisi verir. Ayrıca parakendecinin başarılı olması için iş yönetimini kendisi ayarlar. Bu sistem yaygın olarak kullanılmaktadır. Örnek olarak otel zincirleri, restoran zincirleri, otomotiv kiralama firmaları verilebilir.¹²²

1.9. Tarafların Bulundukları Ülkeler Açısından Franchising

Franchising sisteminde franchisor ve franchisee bulundukları konumlara göre ülke içi ve ülkelerarası franchising olmak üzere iki şekilde sınıflandırılır.

1.9.1. Ülke İçi Franchising

Franchising sistemini kullanan franchisor ve franchisee'nin aynı ülke sınıfları içerisinde bulunmasıdır. Franchising sistemi ülke sınıfları içerisinde bir şehirden başka bir şehire kullanılabilir. Bu strateji zincirleme coğrafik stratejidir. Bir ürün ile başlayan bu sistem, sonraki süreçlerde ürün çeşitliliğinin artırılarak zincirleme bir şekilde devam ettirilebilir. Franchisor birden fazla şehiri hedef alarak pazarını bu şehirlere doğru yayabilir. Ya da rastgele seçilen pazarlara doğru bu sistemi genişletebilir.¹²³ Ülke için franchising anlaşmaları şehir veya bölgeler arasında yapılmaktadır. Franchisor ve franchisee ülke içerisinde bulunmasından dolayı gelirler ülke içerisinde kalır. Bu sistem genellikle bayilik sistemine benzetilmektedir.¹²⁴

1.9.2. Ülkelerarası Franchising

Franchisor ve franchisee'nin farklı ülkelerde olması durumudur. Girişimci bir firma farklı bir ülkede pazara dahil olmak için bu sistemi kullanabilir. Genellikle farklı doğrudan yatırım yapmak, doğrudan franchise vermek, master franchise vermek ve ihracat yapmak gibi stratejilerle pazara girmektedir. Girişimci firma hangi

¹²² Ardahan, Faik, *Turizmde Franchising ve Türkeri Pansiyonları Franchisingi Model Önerisi ve Uygulaması* s.177

¹²³ Dears, D. Don, *The New Entrepreneur, Starting Your Own Business*, First Printing, WDD Corporation, 1993, s.57; Aydın, Nizamettin, Kacker, Madhav, *International Outlook of US-Based Franchisors*, International Marketing Review, 1990, 7(2):47.

¹²⁴ Şoğur, Macide, *İşletme Sistemi Olarak Franchising*, s.42.

strateji üzerinde duracağına karar vermeden önce pazarın potansiyeli, yatırım riskleri, ürün veya hizmetin hedef pazardaki başarı olasılığı gibi konularda araştırma yapar. Daha sonra franchisee'nin finansal kaynakları, yönetim biçimi, vergi düzenlemeleri ve ithalat kontrollerini göz önünde bulundurur.¹²⁵

Günümüzde farklı ülke pazarlarına katılmanın en kolay, hızlı ve düşük maliyetli yolu ise master franchise vermedir. Girişimci firma ülkesinin sınırları dışındaki firmayı doğrudan franchising sistemine dahil edebileceği gibi, üçüncü bir taraf aracılığıyla dolaylı yoldan franchising sistemine dahil edebilir. Bu sisteme master franchising sistemi denir.¹²⁶

BÖLÜM 2

FRANCHISING SÖZLEŞMESİ

2.1. Franchising Sözleşmesinin Şekli

Franchising sözleşmesi genel kuralları açısından herhangi bir geçerliliği bulunan kanuni bir maddeye tabi değildir. TBK'nın m. 12, f. 1'de "Sözleşmelerin geçerliliği, kanunda aksi öngörülmedikçe, hiçbir şekle bağlı değildir" hükmü bulunmaktadır. Bu nedenle yasa koyucu şekil serbestliği ilkesini benimsemiştir. Bu serbestlik ilkesi sözleşmelerin geçerliliği açısından irade beyanının anlaşılabilir ve anlatılabilir araçlarla yapılmasını kabul etmiştir.¹²⁷ Ayrıca Yargıtay'ın almış olduğu "Franchising sözleşmeleri, B.K. hükümlerine tabi özel hukuk sözleşmeleri niteliğinde olup, aksi öngörülmedikçe şekil serbestisi ilkesi gereğince herhangi bir şekle bağlı olmaksızın kurulabilirler." Kararıyla franchising sözleşmelerinin şekil serbestliği olmadığını vurgulamıştır.¹²⁸

¹²⁵ Terpsra, Vern, *International Marketing*, Third Edition, The Dryden Press, CBS College Publishing, New York, 1983, s.320; Aksu, Mustafa, *Uluslararası Pazarlamanın Önemi ve Dışa Açılma Düşüncesinde Olan İşletmelerin Dikkate Alması Gereken Faktörler*, Pazarlama Dünyası, 1993, s.20.

¹²⁶ Kırca, Çiğdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 47

¹²⁷ Başpınar, Veysel, *Borç Sözleşmelerinin Kısmi Butlanı*, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 1998, s. 29; Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, C. I, 2. bs., İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1976, s. 303;

¹²⁸ İlgili karar için bkz. Yargıtay, 11. HD., 27.9.2011 T., 2010/921 E., 2011/11001 Yargıtay'ın aynı yöndeki kararları için bkz. Yargıtay, 11. HGK, 30.1.2013 T., 2012/19-671 E., 2013/151 K.; Yargıtay, 19. HD., 20.01.2011 T., 2010/6178 E., 2011/455

TBK m. 12 f. 2 ile kanunda bulunan sözleşmelerin şekilsel açıdan kural olarak geçerlilik şartı olduğu düzenlenmiştir¹²⁹. Ancak kanunda öngörülen bütün şekil kuralları geçerlilik şartı niteliğinde değildir. Bazen kanunların öngördüğü şekil şartları bir ispat şartı da olabilmektedir¹³⁰. Örneğin; HMK¹³¹ m. 200’de 2500 TL’den fazla değerdeki hukuki işlemlerin senetle ispatlanması gerektiği düzenlenmiştir¹³². Uygulamada da franchising sözleşmesinin içerdiği ve kapsadığı değer göz önüne alınarak genelde yazılı şekilde yapılmaktadır¹³³.

556 sayılı “Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” m. 15 f. 2’de tescilli markaların, 551 sayılı “Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” m. 86 f. 2’de ise tescilli patentlerin hukuki işlemlerinin nasıl yapılacağı öngörülmüştür. Ayrıca 5846 sayılı “Fikri ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK)” m. 52’de fikir ve sanat eserlerinin mali haklarına ait sözleşmelerin şekilsel olarak nasıl yapılması gerektiği konusunda düzenlemeler getirilmiştir.¹³⁴

Taraflar arasında yapılan Franchising sözleşmelerinin geçerlilikleri yazılı metinlerin şekil şartlarını içeren marka, patent ve fikir ve sanat eserlerinin hakların bulunması durumunda çerçeve niteliği taşıyan franchising sözleşmelerinin yazılı bir şekilde olup olmayacağı, yazılı bir şekilde olmaması halinde ise tüm sözleşmenin mi yoksa sadece bu fikri sınai haklara ilişkin hukuki işlemlerin mi geçersiz olacağı konusu öğretide tartışmalıdır. Öğretide bir görüşe göre genel çerçeve niteliği taşıyan franchising sözleşmesinde şekil gerektiren unsurların bulunması durumunda sadece o unsurların yazılı şekilde yapılması gereklidir. Şekil öngörülen unsurlar dışında, franchising sözleşmesinin yazılı şekilde yapılması gerekmez. Bu görüşe göre

¹²⁹ Tunçomağ, Kenan, *Türk Borçlar Hukuku*, C. I, Genel Hükümler, 6. bs., İstanbul, Sermet Matbaası, 1976, s. 217

¹³⁰ Oğuzman, M. Kemal, Öz, Turgut, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, C. I, 11. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2013, s. 141

¹³¹ Karşı, Abdurrahim, *Medeni Muhakeme Hukuku*, 3. bs., İstanbul, Alternatif, 2012, s. 575

¹³² Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları, Ankara, 1999, s. 30; Boso, Burcu, *Rekabet Hukuku Açısından Franchise Sözleşmeleri*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, s. 23; Ayata, Yeşim, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2015, s.20

¹³³ Hatemi, Hüseyin, Serozan, Rona, Arpacı, Abdulkadir, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, İstanbul, Filiz Kitapevi, 1992, s.34

¹³⁴ Topçuoğlu, Metin, *Franchise Sözleşmesinde Bağlayıcı Kayıtlar ve Rekabet Hukuku*, BATİDER, C. XXII, S. 1, Ankara, 2003, s. 117.

franchising sözleşmesinin tamamı değil, sadece fikri ve sınai haklara ilişkin şekil gerektiren unsurlar geçersiz sayılmalıdır.¹³⁵

Öğretide başka bir görüşe göre ise marka ve patent lisansına ilişkin unsurlar içeren franchising sözleşmesinin yazılı şekilde yapılmaması sözleşmenin tamamının geçersiz olmasına neden olur. Franchising sözleşmelerinde bulunan patentlerin veya markaların lisanslarına ilişkin unsurlar sözleşmenin asli unsurunu teşkil ettiğinden, franchise veren marka veya patente ilişkin kullanım hakkını franchise alana vermediği takdirde franchise alan bu sözleşmeyi akdetmeyecektir. Zira marka ve patent lisansı ile alakalı sözleşme, franchising sözleşmesinden bağımsız bir sözleşme olmayıp franchising sözleşmesinin birer unsurunu oluşturmaktadır. Bu nedenle franchising sözleşmesinin çerçeve bir sözleşme olması onun geçersiz olmasına engel olamamaktadır.¹³⁶

Öğretide görüşe göre, fikri sanat eserlerinin çerçeve sözleşme niteliği taşımasında kaynaklı olarak tescilli olan markalar ve patentler için öngörülmüş şekil şartlarındaki uyumsuzluk franchising sözleşmelerinin geçersiz olmasına neden olur. Böylece sözleşmenin uygulanması aşamasında bu gayrimaddi hakların kullanımına ilişkin yazılı bir sözleşme yapılmaması, franchising sözleşmesine aykırılık teşkil eder.¹³⁷

Franchising sözleşmesinde geçerlilikleri yazılı olan şekil şartlarına tabi olan markalar, patentler, fikir ve sanat eserleriyle ilişkili unsurların yazılı şekilde yapılmaması halinde tahvil, yoluna da başvurulamamaktadır.¹³⁸ TBK'nın m. 29 f. 2'de ön sözleşmelerin geçerlilik durumlarının ilerleyen zamanlarda oluşturulacak sözleşmelerin şekliyle ilişkili olarak düzenlendiğinden, markalar, patentler, fikir ve sanat eserleriyle ilgili yapılacak ön sözleşmelerin de yazılı olarak yapılmasının gerekliliği belirtilmiştir. Bu durumda yazılı şekilde yapılmayan bu sözleşmeler ön sözleşme olarak da varlığını koruyamadığından benimsenecek görüşe göre franchising

¹³⁵Topçuoğlu, Metin, *Franchise Sözleşmesinde Bağlayıcı Kayıtlar ve Rekabet Hukuku*, s. 118.

¹³⁶Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 49

¹³⁷Gürzumar, B. Osman, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukukî Korunması*, s. 30-32; Topçuoğlu, *Franchise Sözleşmesinde Bağlayıcı Kayıtlar ve Rekabet Hukuku*, s. 117

¹³⁸Tekinay, S. Sulhi, Akman, Sermet, Burcuoglu, Haluk, *Tekinay Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, 7. bs., İstanbul, Filiz Kitapevi, 1993, s. 110-112.

sözleşmesinin kısmi ya da kesin hükümsüz sayılması tarzında bir sonuca gidilecektir¹³⁹.

Şekil noksanlığının ileri sürülmesinin TMK m. 2 f. 2'deki taraflar tarafından verilen hakların kötüye kullanılması teşkil ettiği hallerde sözleşme şekil noksanlığına rağmen geçerli sayılır.¹⁴⁰ Bu nedenle franchising sözleşmesinin şekil noksanlığı nedeni ile kısmi ya da kesin hükümsüz olduğu durumlarda, şekil noksanlığının ileri sürülmesi hakkın kötüye kullanılması yasağına aykırı düşüyorsa, sözleşme şekil noksanlığına rağmen geçerli sayılmalıdır. Nitekim Yargıtay da bir kararında, marka hakkının bulunduğu franchising sözleşmesinin yazılı şekilde yapılmamasının hakkın kötüye kullanılması yasağı ile çatışması durumunda, hakkın kötüye kullanılması yasağına öncelik verilmesi gerektiğini belirtmiştir.¹⁴¹

2.2. Franchising Sözleşmesinin İsimsiz Sözleşme Olması

2.2.1. Genel Olarak İsimsiz Sözleşmeler

Borçlar Hukukuna göre “sözleşme özgürlüğü” ilkesi kapsamında, sözleşme taraflarının sözleşme tipini seçme özgürlüğü bulunmaktadır. Dolayısıyla taraflar yasalarla düzenlenmiş olan sözleşmelerden birisini seçebilir. Ayrıca yasalarla düzenlenmemiş tipteki farklı bir sözleşmeyi oluşturabilirler. Bu tip sözleşmelere “isimsiz (atipik)” sözleşmeler olarak adlandırılmaktadır. Diğer bir deyişle isimsiz sözleşmeler; tanımının, esaslı unsurlarının veya tarafların hak ve yükümlülüklerinin kanunda öngörülmediği, tarafların iradeleri ile şekillenen sözleşmelerdir¹⁴².

İsimsiz sözleşmeler üç türden oluşmaktadır. Bunlar kendine özgü (sui generis), karma ve bileşik sözleşmelerdir¹⁴³. Bileşik sözleşmeler, mahiyet bakımından birbirinden bağımsız ve başka tipte birden fazla sözleşmenin, mahiyetlerine bir hanel gelmeksizin tarafların iradesiyle birbirine bağlandığı ve her birinin varlığı ve geçerliliğinin birbirine bağlı olduğu sözleşmelerin bir araya

¹³⁹ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukukten Korunması*, s. 31.

¹⁴⁰ Tunçomağ, Kenan, *Türk Borçlar Hukuku*, s. 237; Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 308-309; Akyol, Şener, *Dürüstlük Kuralı ve Hakkın Kötüye Kullanılması Yasağı*, 2. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2006, s. 75-82

¹⁴¹ Yargıtay 11. HD., 14.07.2011 T., 2009/9953 E., 2011/8930 K., Kazancı Yayınları, (çevrimiçi), <http://www.kazanci.com/>, 27.02.2014:

¹⁴² Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, C. I/1, 6. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2008, s. 12; Eren, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, Ankara, Yetkin Yayınları, 2014, s.19.

¹⁴³ Gümüş, M. Alper, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, C. I, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2012, s. 7.

gelmesiyle kurulan sözleşme birlikleridir.¹⁴⁴ Bileşik sözleşmeler iki veya daha çok sözleşmenin bağımsızlıklarını koruyarak bütün unsurlarıyla bir araya gelmesi ile oluşurlar ve bu sözleşmeler birbirine sadece varlık, işleyiş ve geçerlilikleri açısından bağlı olurlar. Bu itibarla bileşik sözleşmelerden biri geçerli olmazsa diğeri de geçersiz olmakta, biri ortadan kalkarsa diğeri de ortadan kalkmaktadır.¹⁴⁵ Bu sözleşmelere satış, lisans ve vekalet sözleşmelerinin birbirine bağlı olarak akdedilmesi, taşınmaz satışı ve alıcının belli olmayan süre için satıcıya elektrik enerjisi sağlama taahhüdü örnek olarak gösterilebilir.¹⁴⁶

Bileşik sözleşmelerde, sözleşmelerin hiçbirinin bağımsızlığına hâlel gelmediği için bu sözleşmelere kanunda düzenlenmiş hükümler uygulanır. Ayrıca hakim, gerek duyulması ve taraf menfaatleri yönünden de uygun düşmesi halinde TMK m. 1'e göre bileşik sözleşmeye bir bütün olarak uygulanması için kural yaratabilir.¹⁴⁷

Kendine özgü (sui generis) sözleşmeler, unsurlarının kısmen veya tamamen kanunda düzenlenmiş sözleşme tiplerinde yer almadığı sözleşmelerdir.¹⁴⁸ Kendine özgü yapıdaki isimsiz sözleşmelerin, özgün bir içsel birliği içeren ve gerçek anlamda yeni oluşumlar gösteren sözleşmeler olduğu da ifade edilmektedir.¹⁴⁹ Bu sözleşmelere know-how sözleşmeleri, franchising sözleşmeleri, sulh sözleşmeleri, tek satıcılık sözleşmeleri, garanti sözleşmeleri, seyahat düzenleme sözleşmeleri, yönetim sözleşmeleri, sponsorluk sözleşmeleri ve satış için bırakma sözleşmeleri örnek olarak gösterilmektedir.¹⁵⁰

Tamamen veya kısmen kanunun öngördüğü sözleşme tiplerinde bulunmayan unsurları barındıran sözleşmelerin karma sözleşme olarak kabul edilmesi mümkün değildir. Zira bu sözleşmelerde yer alan kendine özgü esaslı edim, bu sözleşmeyi kanunda düzenlenmiş sözleşme tipine ilişkin unsurlar ile bütünleştirerek çok

¹⁴⁴ Eren, Fikret, *İsimsiz Sözleşmeler*, İstanbul, Beta Basım, 2008, s. 86; Oktay, Saibe, *İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması*, İÜHFM, C. LV, S. 1-2, 1996, s. 263.

¹⁴⁵ Zevkililer, Aydın, Gökyayla, K. Emre, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, 12. bs., Ankara, Turhan Kitapevi, 2013, s. 19

¹⁴⁶ Ruhi, A. Cemal, *Sözleşmeler Hukuku*, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2011, s. 83

¹⁴⁷ Ayrancı, Hasan, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, 10. bs. Ankara, Yetkin Yayınları, 2014, s. 57

¹⁴⁸ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 15-62

¹⁴⁹ Kuntalp, Erden, *Karışık Muhtevalı Akit*, Ankara, Ankara Üniversitesi Basımevi, 1971, s. 10-11

¹⁵⁰ Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, 9. bs., İstanbul, Beta Basım, 2014, s. 37-43

farklılaşmış ve bambaşka bir sözleşme haline getirir.¹⁵¹ Bu sözleşmeler bütünsel olarak, kanunda düzenlenmiş sözleşme tiplerinden uzak, kendine özgü bir sözleşme haline gelir. Ayrıca kendine özgü sözleşmelere de benzer sözleşmelerin hükümlerinin kıyasen uygulanabileceği genel olarak kabul edildiğinden, bu sözleşmelerin kendine özgü sözleşme olarak nitelendirilmesinde bir sakınca da bulunmamaktadır.¹⁵²

Kendine özgü sözleşmelerde karşılaşılan uyuşmazlıkların çözümünde, tarafların kendi iradeleriyle koymuş oldukları özgün kurallar varsa bu kurallar yani sözleşme hükümleri uygulanır. Taraflar özgün kurallar koymamışlarsa, hakim öncelikle bu sözleşmelere Türk Borçlar Kanunu'nun genel hükümlerinin uygulanıp uygulanamayacağını araştıracaktır. Eğer uygulanabilecek bir hüküm bulamazsa, örf ve adet hukukunda uygulanacak bir hüküm varsa onu bu sözleşmelere uygulayacaktır. Örf ve adet hukukunda da bir hüküm bulunamazsa hakim, TMK m. 1 uyarınca kendisi kanun koyucu olsaydı nasıl bir kural koyacak idiyse ona göre karar vererek boşluğu gidermeye çalışacaktır.¹⁵³

Kendine özgü sözleşmelere kanunda düzenlenmiş sözleşme tiplerine ilişkin özel hükümlerin uygulanıp uygulanmayacağı hususu ise öğretide tartışmalıdır. Bir görüşe göre, bu tür sözleşmeler hakkında Türk Borçlar Kanunu'nun özel hükümlerinde düzenlenmiş yasal sözleşme tiplerinin içerdiği herhangi bir esaslı unsur mevcut olmadığı için, bu hükümler kıyasen uygulanamaz.¹⁵⁴ Öğretideki hakim görüşe göre ise kendine özgü sözleşmelere, mahiyetlerine uygun düştüğü ölçüde, benzerlik gösterdikleri sözleşmelere ilişkin hükümler de kıyas yoluyla uygulanabilir.¹⁵⁵

Karma sözleşmeler, kanunun başka sözleşme tipleri için öngördüğü unsurların kanunun öngörmediği bir şekilde bir araya gelmesiyle oluşan sözleşmelerdir.¹⁵⁶ Bir karma sözleşmenin söz konusu olabilmesi için kanundaki çeşitli sözleşme tiplerine ait unsurların kaynaşmış, karışmış olması ve ortaya çıkan

¹⁵¹ Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 28

¹⁵² Kırca, Çiğdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 49

¹⁵³ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 13

¹⁵⁴ Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, C.I. s. 38.

¹⁵⁵ Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku İkinci Kısım Akdin Muhtelif Nevileri*, C. I, 4. bs., İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1980 (Akdin Muhtelif Nevileri C. I), s. 51.

¹⁵⁶ Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 24.

sözleşmenin kanunda düzenlenen belirli tip sözleşmeler altına sokulmasının mümkün olmaması gerekir.¹⁵⁷

Karma sözleşmeler, kanunda düzenlenmiş sözleşme tiplerinden meydana geldiğinden bu sözleşme tiplerine giren unsurları için kanunda yer alan bu hükümler uygulanır.¹⁵⁸ Bunların nasıl ve hangi ölçüde uygulanacağına ilişkin sorunları aşmak için öğretide soğurma, birleştirme, kıyas yoluyla hukuk uygulanması, yaratma ve çeşitli tiplerin birbirini götürmesi (safdışı etme) kuramları geliştirilmiştir.¹⁵⁹

Soğurma kuramına göre karma sözleşme içinde en önemli unsur hangi sözleşme tipine ait ise, o sözleşmeye ilişkin hükümlerin bütün sözleşmeye uygulanmasıdır.¹⁶⁰ Bu kuram, karma sözleşmeleri tek bir sözleşme altında toplamaya çalıştığı ve tarafların sözleşmenin içeriğine ilişkin iradelerini hiçe saydığı için eleştirilmiştir.¹⁶¹

Birleştirme kuramına göre, karma sözleşmedeki her edime, ait olduğu sözleşmeye ilişkin hükümler uygulanmalı ve sonra her birine ait hukuki sonuçlar birbirine bağlanmalıdır.¹⁶² Karma sözleşmelerin çeşitli tiplerin toplamından değil sentezinden oluştuğu belirtilerek, bu kuramın karma sözleşmelerin yapısal birliğini bozduğu gerekçesiyle eleştirildiği görülmektedir.¹⁶³

Kıyas yoluyla hukuk uygulanması kuramına göre, kanunda düzenlenmiş sözleşme tiplerine ilişkin hükümler doğrudan değil tarafların amaç ve menfaatleri esas alınmak suretiyle kıyas yoluyla uygulanmalıdır.¹⁶⁴ Bu kuram, karma sözleşmelerin unsurlarının toplamı değil, organize edilmiş bütün bir sözleşme olduğunu savunmaktadır.¹⁶⁵

Yaratma kuramına göre, karma sözleşmelere hiçbir şekilde sözleşme tiplerine ait hükümler uygulanmamalı, eğer başvurulabilecek örf adet hukuku varsa o, örf adet

¹⁵⁷ Oktay, Saibe, *İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması*, s. 274.

¹⁵⁸ Eren, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 23.

¹⁵⁹ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 73-75; Oktay, Saibe, *İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması*, s. 276-277

¹⁶⁰ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 74

¹⁶¹ Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, İzmir, İleri, 2013, s. 34.

¹⁶² Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 33.

¹⁶³ Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku İkinci Kısım Akdin Muhtelif Nevileri*, s. 60.

¹⁶⁴ Bilge, Necip, *Borçlar Hukuku Özel Borç Münasebetleri*, Ankara, Sevinç Matbaası, 1971, s. 14

¹⁶⁵ Bilge, Necip, *Borçlar Hukuku Özel Borç Münasebetleri*, s. 17; Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 75; Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku İkinci Kısım Akdin Muhtelif Nevileri*, s. 61; Kuntalp, Erden, *Karışık Muhtevalı Akit*, s. 142; Eren, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 97; Oktay, Saibe, *İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması*, s. 277

hukuku da yoksa TMK m. 1 uyarınca hakimın yaratacağı kural uygulanmalıdır.¹⁶⁶ Bu kuram, karma sözleşmelerde genel ve soyut nitelikte kuralların uygulanmasına neden olacağı ve bireysel sözleşmeler somut ve kişisel kurallar gerektirdiğinden hakimın yaratacağı kuralın ancak kitlesel sözleşmelerde uygulama alanı bulabileceği belirtilerek karma sözleşmeler bakımından yetersiz görülmüştür.¹⁶⁷

Çeşitli tiplerin birbirini götürmesi (saf dışı etme) kuramına göre ise karma sözleşmelerin unsurlarını taşıdıkları sözleşme tiplerine ilişkin özel hükümlerin hiçbirisi kıyas yoluyla uygulanmamalı, bu sözleşmelerdeki sorunlar Türk Borçlar Kanunu'nun genel hükümlerine göre çözümlenmelidir.¹⁶⁸ Bu kuram hakimın karar verme özgürlüğünü aşırı derecede sınırlandırdığı için öğretide ve uygulamada kabul görmemiştir.¹⁶⁹

Bu kuramlardan hiçbirisi tek başına sistematik bir kabul ve uygulama alanı bulamamıştır. Türk hukukunda kıyas veya yaratma kuramları benimsenmektedir.¹⁷⁰ Buna göre hakim, karma sözleşmelerde kıyas yoluyla değişik unsurlardan birinin tabi olduğu kanundaki sözleşme hükmünü uygulayacak, yerine göre de TMK m. 1'deki esaslar içinde kendisi kural yaratacaktır.¹⁷¹

2.2.2. Franchising Sözleşmesine Uygulanacak Hükümler

Franchising sözleşmesinin kendine özgü yapısı olan isimsiz bir sözleşme olması, somut uyuşmazlıkta sözleşmeye hangi hükümlerin uygulanacağı sorununu çözmemektedir. Bu nedenle franchising sözleşmesine uygulanacak hükümlerin değerlendirilmesi gerekmektedir.

Kendine özgü sözleşmelerde taraflar, sözleşmede uyuşmazlığa ilişkin bir kural öngörmüşlerse bu kural uygulanır. Öğretide genel olarak kabul gören yaklaşıma göre, kendine özgü sözleşmeler dürüstlük kurallarına ve iş ilişkilerinde yaygın teamüllere göre yorumlanıp tamamlanmalıdır.¹⁷² Ancak tarafların iradelerinin anlaşılması ve sözleşmenin yorumlanması mümkün olmuyorsa, bu durumda TMK m.

¹⁶⁶ Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 19; Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 33.

¹⁶⁷ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 73

¹⁶⁸ Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku İkinci Kısım Akdın Muhtelif Nevileri*, s. 61

¹⁶⁹ Bilge, Necip, *Borçlar Hukuku Özel Borç Münasebetleri*, s. 18

¹⁷⁰ Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 28

¹⁷¹ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 61

¹⁷² Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 13

l'in uygulanması gündeme gelir. Buna göre, hakimin öncelikle franchising sözleşmelerine uygulanacak bir kanun hükmünün olup olmadığını araştırması gerekmektedir. Bu bağlamda hakimin, Türk Borçlar Kanunu'nun genel hükümlerinin somut olaya uygun ve elverişli olduğu ölçüde uygulanıp uygulanmayacağı değerlendirmesinde bulunması gerekir.¹⁷³ Ayrıca hakim, Türk Ticaret Kanunu'nun genel hükümleri de tacirler arasındaki ilişkilerde uygulama alanı bulacağından somut uyuşmazlıkta Türk Ticaret Kanunu genel hükümlerinin de uygulama alanı bulup bulamayacağını değerlendirmesinde bulunmalıdır.¹⁷⁴ Somut olay bakımından gerekirse hakim, franchising sözleşmesine mahiyetine uygun düştüğü ölçüde kanunda düzenlenmiş sözleşme tiplerine ilişkin hükümlerin kıyasen uygulanıp uygulanamayacağını saptamalıdır.¹⁷⁵ Hakim eğer uygulanabilecek herhangi bir hüküm bulamazsa, bu konuda örf adet hukukunda uygulanabilecek bir kural varsa o kuralı uygular. Burada iş hayatında uzun süre uygulanma ile oluşmuş teamüller varsa bunlar da dikkate alınır. Örf adet hukukunda da uygulanacak bir hüküm bulunmadığı hallerde, hakimin kendisi kanun koyucu olsaydı nasıl bir kural koyacak idiye öyle bir kural yaratarak bunu uygulaması gerekir.¹⁷⁶

Franchising sözleşmesine, mahiyetine uygun düştüğü ölçüde benzerlik gösteren sözleşme hükümlerinin kıyasen uygulanabileceği kabul edilmelidir. Franchising sözleşmesine kıyasen uygulanabilecek sözleşmelerden birisi acentelik sözleşmesidir. Acentelik sözleşmesi ile franchising sözleşmesi sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşme olması ve sürüm artırmaya yönelik faaliyetler içermeleri nedeniyle benzerlik gösterirler.¹⁷⁷ Bu itibarla acentelik sözleşmesine ilişkin hükümler mahiyetine uygun düştüğü ölçüde franchising sözleşmesine kıyasen uygulanabileceği kabul edilmektedir.¹⁷⁸ Bununla birlikte acentelik sözleşmesine ilişkin hükümlerin

¹⁷³ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 13; Oktay, Saibe, *İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması*, s. 292-293; Zevkliler, Aydın, *Özel Borç İlişkileri*, 7.bs., Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2002. s. 38; Eren, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 35; Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 28

¹⁷⁴ Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, 2. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2013, s. 32.

¹⁷⁵ Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 19

¹⁷⁶ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 13; Oktay, Saibe, *İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması*, s. 292-293; Zevkliler, Aydın, *Özel Borç İlişkileri*, s. 38; Eren, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 100; Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 28

¹⁷⁷ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 98-99

¹⁷⁸ Yener, M. Deniz, *Franchise Sözleşmesinin Hukuki Niteliği ve Tarafların Yükümlülükleri*, Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 2010, 773:70.

kıyasen uygulama alanı bulduğu hallerde, zamanaşımı süresinin de uygulama alanı bulup bulmayacağı önem taşır. Zira acentelik sözleşmesinden doğan tüm talep ve alacaklar TTK m. 147’de beş yıllık zamanaşımı süresine tabi kılınmıştır. Franchising sözleşmesinden doğan bir talebin acentelik sözleşmesinin kıyasen uygulanmasıyla doğduğu hallede, zamanaşımı süresine ilişkin bu hükmün de kıyasen uygulanacağı kabul edilmelidir.¹⁷⁹

Franchising sözleşmesine acentelik sözleşmesi hükümleri dışında, mahiyetine uygun düştüğü ölçüde vekâlet sözleşmesi hükümleri de kıyasen uygulama alanı bulur.¹⁸⁰ Nitekim franchising sözleşmesi franchise alanın franchise verenin menfaatine ve onun talimatına uygun olarak belirli bir mal veya hizmetin sürümünü sağlama ve artırma yükümlülüğü iş görme borcu niteliği taşıması nedeniyle vekâlet sözleşmesi ile benzerlik gösterir.¹⁸¹ Bununla birlikte vekâlet sözleşmesinden doğan haklar da TBK m. 147 hükmü uyarınca beş yıllık zamanaşımı süresine tabidir. Bu itibarla franchising sözleşmesinden doğan bir talebin vekâlet sözleşmesinden doğduğu hallerde de zamanaşımı süresinin beş yıl olduğu kabul edilmelidir.¹⁸²

Franchising sözleşmesine adi ortaklık sözleşmesine ilişkin hükümlerin de kıyasen uygulanabilmesi mümkündür. Zira franchising sözleşmesinde tarafların karşılıklı menfaatlerini korunması ve ortak bir amaca yönelmiş olmaları bakımından adi ortaklık sözleşmesi ile benzerlik göstermektedir.¹⁸³ Bu nedenle bazı hallerde franchising sözleşmesine adi ortaklık sözleşmesine ilişkin hükümlerin kıyasen uygulanabilmesi niteliğine daha uygun düşebilmektedir. Örneğin franchising sözleşmesinin olağan fesih ile sona ermesi durumunda fesih süresi bakımından adi ortaklık sözleşmesine ilişkin hükümlerin uygulanması, sözleşmenin mahiyetine daha uygun düşmektedir.¹⁸⁴

Franchising sözleşmesinde bazı hallerde, hizmet sözleşmesine ilişkin hükümlerin de kıyasen uygulanabilmesi mümkündür. Nitekim franchising sözleşmesi iş görme borcu doğuran sözleşme olması ve özellikle franchise alanın franchise

¹⁷⁹ Selici, Özer, *Borçlar Kanunu’na Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1976, s. 7; Serozan, Rona, *Sözleşmeden Dönme*, 2. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2007, s. 162-163; Eren, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 213

¹⁸⁰ Kılıçoğlu, Ahmet, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, 16. bs., Ankara, Turhan Kitapevi, 2012, s. 5-6

¹⁸¹ Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 24.

¹⁸² Kirca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 24

¹⁸³ Kapancı, Berk, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Bunun Hukuki Sonuçları*, C. II, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2010, s. 1030.

¹⁸⁴ Oğuzman, M. Kemal, Öz, Turgut, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, C. I, s. 341-342

verenin talimatlarına uymakla yükümlü olması açısından hizmet sözleşmesi ile benzerlik göstermektedir.¹⁸⁵

2.2.3. Franchising Sözleşmesinin Karşılıklı ve Sürekli Borç İlişkisi Doğuran Sözleşme Olması

Franchising sözleşmesinde başlangıç bedeli, mal alımı, işletme donanımı gibi hemen ifa edilebilen ani nitelikli edimler de yer almaktadır. Ancak bunlar sözleşmenin süreklilik niteliğini ortadan kaldırmamaktadır. Franchise alanın sürümü artırma ve franchise bedeli ödeme, franchise verenin ise franchise alana yardım etme yükümlülükleri sürekli tekrarlanan nitelikte edimler olup franchising sözleşmesinin asli edimlerini oluşturur. Örneğin franchise alanın mal alımı yapması, asli edim borcu olan sürümü artırma yükümlülüğünün bir gereğidir. Bu nedenle franchise alanın ani nitelikte olan mal alımı yapması sözleşmenin sürekli olma özelliğini etkilememektedir¹⁸⁶.

Sürekli bir borç ilişkisi, sözleşmelerin geçersizliğinde uygulanacak hükümler ve ilişkinin sona erdirilmesi bakımından önem taşımaktadır. Franchising sözleşmesinin fesih ile sona ermesi, sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşme olması nedeniyle sadece ileriye etkili olarak sonuç doğuracaktır. Franchising sözleşmesi sürekli bir borç ilişkisi doğuran bir sözleşme olması nedeniyle sözleşmenin sona ermesi ifayla değil, sözleşme süresinin sona ermesi ile veya ihbar sürelerine uyularak yapılacak olağan fesih ile veyahut da haklı bir sebebin varlığı halinde olağanüstü fesih ile gerçekleştirilebilmektedir¹⁸⁷.

2.2.4. Çerçeve Sözleşme Olma Özelliği

Çerçeve sözleşmenin temel işlevi ileride kurulması düşünülen münferit sözleşmelere ilişkin belirli birtakım şartların şimdiden düzenlenmesi olmakla birlikte, taraflara münferit sözleşme kurma borcu yükleyip yüklemediği konusu öğretide

¹⁸⁵ Kapancı, Berk, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Bunun Hukuki Sonuçları*, s. 1030; Yener, M. Deniz, *Franchise Sözleşmesinin Hukuki Niteliği ve Tarafların Yükümlülükleri*, s. 69.

¹⁸⁶ Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 24.

¹⁸⁷ Saban, Nihan, *Franchising ve Vergilendirme*, İstanbul, Beta Basım, 1997, s. 39

tartışmalıdır.¹⁸⁸ Öğretideki bir görüşe göre, çerçeve sözleşme, münferit sözleşmelerin temelini ve kaynağını oluşturan, belirli esaslar çerçevesinde taraflara belirtilen bu münferit sözleşmeleri kurma borcu yükleyen bir sözleşmedir.¹⁸⁹ Öğretide bu yükümlülük kök yükümlülük olarak adlandırılmaktadır.¹⁹⁰

Bu görüşe göre, kök yüküme aykırı davranılması, yani çerçeve sözleşme uyarınca münferit sözleşmenin yapılmaması sözleşmeye aykırılık oluşturur ve diğer taraf tazminat isteyebilir. Öğretide hakim görüşe göre ise çerçeve sözleşme, ileride kurulacak sözleşmelere temel teşkil eden, ancak ileride münferit sözleşmeler akdetme borcu yüklemeyen, sürekli borç ilişkisi doğuran bir sözleşmedir.¹⁹¹ Zira çerçeve sözleşme ile taraflar, ileride münferit sözleşme kurma konusunda bir borç altına girmemekte, sadece ileride münferit bir sözleşmenin kurulması halinde, bu sözleşmenin esaslarını ve sınırlarını şimdiden belirlemektedirler. Bizim de katıldığımız öğretideki bir görüş ise, çerçeve sözleşmenin bazen ileride münferit sözleşme yapma borcu doğuran bir ön sözleşme ile bir arada bulunabileceğini kabul etmektedir.¹⁹²

Çerçeve sözleşmede, münferit sözleşme kurma yükümlülüğü öngörülmüşse bu aynı zamanda ön sözleşme olarak değerlendirilmelidir. Buna göre, aynı sözleşme yapısı içinde, hem ileride kurulacak olan münferit sözleşmelerin temelini oluşturan bir çerçeve sözleşme hem de ileride münferit sözleşme akdetme borcu yükleyen bir ön sözleşme yer alabilecektir. Bu durumda taraflar, münferit sözleşmeyi akdetmek konusunda borç altına girmiş olurlar. Böylelikle, münferit sözleşme kurma borcu

¹⁸⁸ Uyan, Göktürk, *Çerçeve Sözleşme Kavramı ve Genel Kredi Sözleşmesi Kavramı ile İlişkisi*, İstanbul Barosu Dergisi, 2005, 4:1130; Şen Doğramacı, Hayriye, *Çerçeve Sözleşmeler* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, s. 35; Kocayusufpaşaoğlu, Necip, Arpacı, Abdülkadir, Serozan, Rona, Hatemi, Hüseyin, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, C. I, 4 bs., İstanbul, Filiz Kitapevi, 2008, s. 112

¹⁸⁹ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 31; İşgüzar, Hasan, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, Ankara, Dayınlarlı Hukuk Yayınları, 1989, s. 33; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 22.

¹⁹⁰ Ayrancı, Hasan, *Ön Sözleşme*, Ankara, Yetkin Yayınları, 2004, s. 107; Doğan, Gül, *Ön Sözleşme (Sözleşme Yapma Vaadi)*, İstanbul, Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayın No.6, 2006, s. 109; Kocayusufpaşaoğlu, Necip, Arpacı, Abdülkadir, Serozan, Rona, Hatemi, Hüseyin, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 112

¹⁹¹ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 22-24.

¹⁹² Küçükayhan Aşçıoğlu, Meltem, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri* (Yayınlanmış Doktora Tezi), Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, s. 5-6; Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 24; Kocayusufpaşaoğlu, Necip, Arpacı, Abdülkadir, Serozan, Rona, Hatemi, Hüseyin, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 113; Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 30.

doğuran araç çerçeve sözleşme değil, çerçeve sözleşme ile bir arada bulunan ön sözleşme olacaktır. Dolayısıyla böyle bir sözleşme münferit sözleşmelerin temelini oluşturduğu kadarıyla çerçeve, bu münferit sözleşmeleri kurma borcu yüklediği kadarıyla da bir ön sözleşmedir¹⁹³.

Franchising sözleşmesinde böyle bir yükümlülüğün öngörülmediği durumlarda tarafların ileride münferit sözleşme kurma niyetinde olduklarını söylemek mümkün olmayacaktır. Dolayısıyla bu durumda franchising sözleşmesinin çerçeve sözleşme olarak nitelendirilmesi de söz konusu olmayacaktır. Buna karşılık bazı franchising sözleşmelerinde franchise alanın sözleşme konusu malları veya hizmetlerin sunumu için gerekli olan araç ve gereçleri franchise verenden veya onun göstereceği üçüncü kişilerden almasına ilişkin münferit sözleşmeler kurulacağına yönelik bir yükümlülük öngörülebilmektedir¹⁹⁴. Böyle bir yükümlülüğün öngörüldüğü durumlarda ise tarafların ileride münferit sözleşme kurma niyetinde oldukları söylenebileceğinden bu sözleşmenin çerçeve niteliğinde olduğu kabul edilmelidir. Böyle bir franchising sözleşmesi ile ileride kurulabilecek münferit sözleşmelere temel teşkil edecek hak ve yükümlülükler düzenlenmektedir. Diğer bir ifadeyle söz konusu münferit sözleşmelere daha önce sınırları çizilmiş çerçeve niteliğindeki franchising sözleşmesi temel teşkil etmektedir¹⁹⁵.

Franchising sözleşmesinde, franchise verenin franchise alana franchise sistemini kullandırma ve onu destekleme, franchise alanın ise mal veya hizmetlerin sürümünü yapma yükümlülüğü bulunmaktadır. Dolayısıyla franchise alanın mal veya hizmetlerin sürümünü yapabilmesi için bu sözleşmede kararlaştırıldığı takdirde malların veya hizmetlerin sunumu için gerekli olan araç ve gereçlerin temin edilmesi gibi konularda münferit sözleşmeler yapılması gerekecektir. Nitekim kabul ettiğimiz görüş uyarınca sözleşmede franchise alana böyle bir alım yükümlülüğünün yüklendiği hallerde daha sonra akdedilecek münferit sözleşmeye yönelik bir ön sözleşmenin varlığı söz konusu olacaktır. Bu durumda taraflar, münferit sözleşmeyi akdetme yükümlülüğü altında olacaklardır¹⁹⁶.

¹⁹³ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 22-24.

¹⁹⁴ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 30.

¹⁹⁵ Ayrancı, Hasan, *Ön Sözleşme*, s. 107

¹⁹⁶ İşgüzar, Hasan, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, Ankara, Dayınlarlı Hukuk Yayınları, 1989, s. 33

Öğretideki diğer bir görüşe göre ise çerçeve sözleşme ileride yapılacak münferit sözleşmelerle tarafların başlangıçtaki ilişkilerine uygulanacak hükümleri tespit eden bir sözleşme olduğundan franchising sözleşmesi çerçeve bir sözleşme değildir. Bu görüşe göre, franchising sözleşmesi taraflar arasında tek bir ilişki doğurmakta ve bunun dışında gelecekte taraflar arasında akdedilecek sözleşmeler bulunmamaktadır. Ancak franchise alan asli edimi gereği daha sonra tedarik sözleşmeler kurulabilmektedir. Bu görüşe katılmamız mümkün değildir. Zira tedarik sözleşmelerinin yapılması her franchising sözleşmesinde kararlaştırılan bir durum olmadığı gibi sözleşmenin de asli unsurunu oluşturmamaktadır. Diğer yandan çerçeve sözleşme, ifade edildiği gibi ileride yapılacak münferit sözleşmelerle tarafların başlangıçtaki ilişkilerine uygulanacak hükümleri tespit eden bir sözleşme değildir¹⁹⁷.

Çerçeve sözleşme, ileride kurulacak sözleşmelere temel teşkil eden bir sözleşmedir. Bu sözleşme ile taraflar, ileride münferit bir sözleşmenin kurulması durumunda içeriğinin hangi koşullarda şekilleneceğini kararlaştırmış olurlar. Dolayısıyla çerçeve sözleşme ile münferit sözleşmelerde tarafların başlangıçta uygulayacağı hükümleri değil bütün olarak sözleşmenin bir anlamda çekirdeği oluşturulmaktadır¹⁹⁸. Bu nedenle franchising sözleşmesinde franchise alanın malları veya hizmetler için gerekli olan mal ve malzemeleri franchise verenden veya onun kararlaştırıldığı üçüncü kişilerden almasına ilişkin yükümlülük öngörüldüğü durumlarda bu amaçla akdedilen sözleşmeler tedarik sözleşmesi değil çerçeve niteliğinde franchising sözleşmesi uyarınca akdedilen münferit sözleşmelerdir.

2.3.Franchising Sözleşmesinin Özellikleri

Franchising sözleşmesinin özellikleri başlığı altında standart bir sözleşme olması ve rekabet hukuku bağlamında dikey ilişki doğuran bir sözleşme olması hususları değerlendirilecektir. Söz konusu iki özelliğin diğer başlıklar altında incelenmesini uygun görmediğimiz için franchising sözleşmesinin özellikleri başlığı altında incelemeyi tercih edilmiştir.

¹⁹⁷ Kapancı, Berk, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Bunun Hukuki Sonuçları*, s. 1030.

¹⁹⁸ Barlas, Nami, *Adi Ortaklık Temeline Dayalı Sözleşme İlişkileri*, 3. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2012, s. 809-817.

2.3.1. Standart Sözleşme Olması

Standart sözleşmeler, münferit sözleşmelerin müzakere aşamasının ortadan kaldırıldığı, diğer tarafa düşüncelerini yansıtmaya olanağı verilmeden girişimciler tarafından önceden hazırlanmış olan sözleşmelerdir.¹⁹⁹ Yargıtay kararlarında ise standart sözleşme, içeriğinin kısmen veya tamamen genel işlem koşullarının oluşturduğu, tarafların karşılıklı müzakereleri sonucu değil, aksine, taraflardan biri veya üçüncü kişi tarafından önceden hazırlanmış hükümlerin yer aldığı sözleşme şeklinde imzalanmıştır.²⁰⁰

Genel işlem koşulu, sözleşmenin bir tarafının, sözleşmenin yapılması sırasında diğer tarafa sunduğu ve ileride çok sayıda benzer sözleşmede kullanmak üzere önceden tek başına hazırlayıp düzenlediği sözleşme hükümleridir.²⁰¹ TBK m. 20’de genel işlem koşulları, bir sözleşme yapılırken düzenleyenin, ileride çok sayıdaki benzer sözleşmede kullanmak amacıyla, önceden tek taraflı olarak hazırlayıp karşı tarafa sunduğu sözleşme hükümleri olarak tanımlanmış ve bu koşulların sözleşme metninde veya ekinde yer almasının, kapsamının, yazı türünün ve şeklinin nitelendirilmesinde önem taşımadığı belirtilmiştir.

Standart sözleşme, kısmen veya tamamen genel işlem koşullarından oluştuğu için “genel işlem koşulları” ile benzerlik göstermekte ve bu iki müessese birbiri ile karıştırılabilmektedir. Ancak standart sözleşme ile genel işlem koşulları, hukuki nitelikleri, uygulama alanları ve bunlara uygulanacak hükümler bakımından birbirinden farklı müesseselerdir. Nitekim genel işlem koşulları, tanımında da ifade edildiği üzere sözleşme değil, bir sözleşmenin hükümleridir; standart sözleşme ise tarafların sözleşme serbestisi içerisinde akdetmiş oldukları bir sözleşme tipidir. Bu nedenle iki müessesenin birbirine karıştırılmaması gerekir.²⁰²

¹⁹⁹ Oğuz, Cemal, *Standart Sözleşmelerin BK 21 ile 99/2 ve 100/3 Hükümlerine Göre Hakim Tarafından Kontrolü*, TBB Dergisi, 1998, 1: 25; Küçükdağlı, Ayşegül, *Genel İşlem Şartları ve Yargısal Yoldan Denetimi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014, s. 6.

²⁰⁰ Yargıtay 13. HD., 26.02.2013 T., 2013/3498 E., 2013/4473 K., Yargıtay 13. HD., 02.09.2013 T., 2013/22232 E., 2013/20552 K., Yargıtay 13. HD., 01.11.2012 T., 2012/22974 E., 2012/24432 K.

²⁰¹ Yelmen, Adem, *Türk Borçlar Kanunu’na göre Genel İşlem Şartları*, Ankara, Yetkin Yayınları, 2014, s. 48; Eren, Fikret, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 214; Kocayusufpaşaoğlu, Necip, Arpacı, Abdülkadir, Serozan, Rona, Hatemi, Hüseyin, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 114.

²⁰² Kartal, Cihat, Durukan, Tülin, Varlı, Naz, *Uluslararası Pazara Giriş Stratejileri Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulaması*, Ankara, Asil Yayınevi, 2006, s. 138

Franchising sözleşmelerinin standart sözleşme özelliğinde olup olmadığı öğretide tartışmalıdır. Öğretide bizim de kabul ettiğimiz genel kabul gören görüşe göre franchising sözleşmeleri standart sözleşme niteliğinde bir sözleşmedir.²⁰³ Başka bir görüşe göre ise, franchising sözleşmesi standart sözleşme niteliğinde değildir. Bu görüşe göre, bir sözleşmenin içeriği, uygulaması ve tekniği; çalışılan sektöre, ürün ve hizmetlerin çeşidine, tarafların iş ve hizmet ilişkilerine göre ve her iş kolunun kendine özgü koşulları ve genel şartlarına göre değişiklik gösterdiğinden franchising sözleşmeleri standart formda yapılabilen bir sözleşme değildir.²⁰⁴ Ancak bu görüşe katılmamız mümkün değildir. Çünkü uygulamada yeknesak ya da bir branşa özgü kullanımı kabul edilmiş standart franchising sözleşmesi bulunmamaktadır.²⁰⁵ Dolayısıyla her franchising sözleşmesi, franchise sisteminin kendine özgü özellikleri ve faaliyette bulunulacak iş kolunun koşulları dikkate alarak belirlenebilmektedir.

Standart sözleşmelerinin içeriklerinin aynı olması hem franchise verenin hem de franchise alanın menfaatine daha uygun olmaktadır. Franchise verenler standart sözleşme ile kurduğu ve geliştirdiği franchise sistemine franchise alanı entegre etmeyi ve tüketiciler gözünde birbirinden farksız işletmelerden meydana gelen bir bütün oluşturmayı sağlarken, franchise alan da bu yeknesak uygulama sayesinde diğer franchise alanlarla eşit muamele görmüş olmaktadır.²⁰⁶

Franchise veren franchising sözleşmesini tek taraflı olarak önceden formüller bir metin olarak düzenlediğinden, franchise alanın onun karşısında çoğu zaman bu hükümlere itiraz edebilme imkanı bulunmamaktadır. Uygulamada da franchise verenler, franchise sistemine dahil olmanın şartlarını en başta belirlemekte ve bunu genellikle internet sitelerinde yayınlamaktadırlar.²⁰⁷ Böyle bir durumda ise franchise

²⁰³ Varlı, Naz, Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejilerinden Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulaması (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005. s. 118.

²⁰⁴ Şoğur, Macide, *İşletme Sistemi Olarak Franchising*, s. 13; Tuncer, Selahattin, *Hukuki Açıdan Franchising*, s. 630; Yarım, Ahmet, *Franchising İşletme Sistemi ve Türkiye’de Franchising* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996, s. 41.

²⁰⁵ Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 43-44.

²⁰⁶ Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 43-44.

²⁰⁷ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 28-29; Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi*, s. 114

alan ya sözleşmeyi kurmaktan vazgeçmek ya da kendisine bu şekilde dayatılan koşullarla sözleşmeyi akdetmek durumunda kalmaktadır.²⁰⁸

Franchising sözleşmelerinde franchise alanların zor durumda kalarak sözleşmeyi imzalamaları, bu sözleşmelere genel işlem koşullarına ilişkin ilkelerin uygulanıp uygulanamayacağı sorununu ortaya çıkarmıştır. TBK’da genel işlem koşulları düzenlenmiştir; ancak genel işlem koşullarının kanunda düzenlenmediği dönemde de franchising sözleşmelerine genel işlem koşullarına ilişkin öğretide geliştirilen ve Yargıtay tarafından da kabul edilen ilkelerin, dürüstlük kuralı çerçevesinde uygulanacağı genel olarak kabul edilmekteydi.²⁰⁹

Genel işlem koşullarına uygulanan ilkelerin artık kanunda düzenlenmiş olması bakımından, bu düzenlemelerin franchising sözleşmelerine de uygulanacağı konusunda herhangi bir tereddüt bulunmamaktadır. Bu nedenle aşağıda genel işlem koşullarına ilişkin TBK’da yer alan düzenlemelere kısaca değinmekte fayda görmekteyiz. TBK m. 21 f. 1’de karşı tarafın menfaatine aykırı genel işlem koşullarının sözleşme kapsamına girmesi durumunda, sözleşmenin imzalanmasından önce düzenleyenin bu koşulların varlığı hakkında karşı tarafa açıkça bilgi vermesi, bu koşulların içeriğini karşı tarafın öğrenmesine imkan sağlaması ve karşı tarafın da bu koşulları kabul etmesi gerektiği düzenlenmiştir. Aksi takdirde, genel işlem koşulları, sözleşmede yazılmamış sayılmaktadır. TBK m. 21 bakımından yazılmamış sayılmanın hukuki niteliği tartışmalı olmakla birlikte öğretide hakim görüş olarak yazılmamış sayılmanın “yokluk” olarak nitelendirilebileceği kabul edilmektedir.²¹⁰

TBK m. 21 f. 1 gereğince franchising sözleşmesi kurulmadan önce sözleşme metninde yer alan genel işlem koşulları hakkında franchise verenin franchise alana açıkça bilgi vermesi, gerekli açıklamaları yapması ve franchise alanı da bu koşulları kabul etmesi gerekmektedir. Dolayısıyla franchise alana genel işlem koşullarının açıkça anlatılması ve sözleşme hakkında görüşlerini açıklama imkânı verilmesi tek başına yeterli olmayacak, sözleşmedeki genel işlem koşullarının franchise alan kabul edilmemesi durumunda o koşullar franchising sözleşmesinde yok sayılacaktır.

²⁰⁸ Saban, Nihan, *Franchising ve Vergilendirme*, s. 39; Stanworth, John, Smith, Brian, *Franchising Başarılı Markalar ve Siz*, Çev: Ercan Gürvit, İstanbul, Epsilon Yayıncılık, 1995, s. 99; Boso, Burcu, *Rekabet Hukuku Açısından Franchise Sözleşmeleri*, s. 14.

²⁰⁹ Atamer, M. Yeşim, *Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması Çerçevesinde Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi*, İstanbul, Beta Basım, 2001, s. 48; Görgeç, Başak, *Genel İşlem Koşullarının Kişilik Hakkı Kapsamında Değerlendirilmesi*, MÜHFD-HAD, C. 19, S. 1, 2012, s. 406.

²¹⁰ Oğuzman, M. Kemal, Öz, Turgut, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, C. I, s. 168; Kılıçoğlu, Ahmet, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 115

TBK. m. 21 f. 2’de sözleşmenin niteliğine ve işin özelliğine göre yabancı olan genel işlem koşullarının yazılmamış sayılacağı düzenlenmiştir. Sözleşmenin niteliği ibaresinden anlaşılması gereken sözleşmenin türü; işin özelliğinden anlaşılması gereken ise somut olayın özellikleridir. Bu düzenleme ile sözleşmenin güçsüz tarafının, “şaşırtıcı, beklenmeyen” hükümlere karşı korunması amaçlanmıştır.²¹¹ Sözleşmenin niteliğine ve işin özelliğine yabancı hükümler genellikle karşımıza, karşı tarafın asli edim yükümünü önemli ölçüde ağırlaştıran ve kısıtlayan hükümler şeklinde çıkmaktadır.²¹² Franchising sözleşmesinde franchise alanın karşılaşılabileceği beklenmeyen şartlara, asli edim yükümlülüğü artıran veya franchise verenin hiçbir destekleme edimini yerine getirmeden franchise alanın kendi edimini ifa etmeye devam edeceğini öngören hükümler örnek olarak gösterilebilir.²¹³

TBK m. 23’te genel işlem koşullarında yer alan bir hükmün, açık ve anlaşılır olmaması ve birden çok anlama gelmesi durumunda karşı taraf lehine yorumlanacağı belirtilmiştir. Bu bağlamda franchising sözleşmesi bakımından açık olmayan ve birden çok anlama gelen hükümler franchise alan lehine yorumlanacaktır.²¹⁴

TBK m. 24 hükmünde, genel işlem koşullarının yer aldığı bir sözleşmede veya ayrı bir sözleşmede yer alan ve tek yanlı olarak karşı taraf aleyhine düzenleyen için genel işlem koşulları içeren sözleşmenin bir hükmünü değiştirme ya da yeni düzenleme getirme yetkisi veren kayıtlar yazılmamış sayılır denilmektedir. Bu durumda, sözleşmeye değiştirme yasağına aykırı bir hüküm konulması halinde bu hüküm de yok hükmünde olacaktır²¹⁵. Buna göre, franchising sözleşmesinde franchise verenin, franchise alan aleyhine sözleşmenin hükmünü değiştirme yetkisi tanıyan genel işlem koşulları yok hükmünde olacaktır.

TBK m. 25 de ise dürüstlük kuralına aykırı olarak karşı taraf aleyhine veya onun durumunu ağırlaştırıcı nitelikte hükümler koyulamayacağı yer almaktadır. Burada ifade edilen geçersizlik, kesin hükümsüzlüktür. Bu madde uyarınca

²¹¹ Özuysal, Neslihan, *Genel İşlem Şartları ve Satım Sözleşmesinde Yer Alan Haksız Şartlar*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011, s. 70; Oğuzman, M. Kemal, Öz, Turgut, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, C. I, s. 169; Atamer, M. Yeşim, *Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması Çerçevesinde Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi*, s. 111.

²¹² Kaşak, Esra, *Sözleşmenin Niteliğine ve İşin Özelliğine Yabancı Olan Genel İşlem Koşulları*, İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2012, 3(1): 421-422

²¹³ Topçuoğlu, Metin, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri* s. 60

²¹⁴ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 107-108

²¹⁵ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 107-108

sözleşmenin içeriği, genel işlem koşullarının dürüstlük kuralına aykırı olup olmadığı, bu dürüstlük kuralına aykırılığın sözleşmenin karşı tarafının aleyhine olup olmadığı veya karşı tarafın durumunu ağırlaştırıp ağırlaştırmadığı bakımından incelenecektir. Bu durumda sözleşmede yer alan genel işlem koşullarından karşı tarafın aleyhine olan veya onun durumunu ağırlaştıran tüm hükümler değil, bunlarla birlikte dürüstlük kuralına aykırılık teşkil eden hükümler geçersiz olacaktır.²¹⁶

2.3.2. Dağıtım Sözleşmesi ve Dikey Anlaşma Olması

Dağıtım sözleşmeleri pozitif düzenlemelerimizde yer almamaktadır. Öğretide dağıtım sözleşmesinin bayilik, tek satıcılık, seçici dağıtım sözleşmelerini ve franchising sözleşmelerini içine alan genel bir şablon olduğu kabul edilmektedir.²¹⁷ Bu itibarla franchising sözleşmesi aynı zamanda dağıtım sözleşmeleri kapsamında yer almaktadır. Franchise dağıtım sistemi, mal veya hizmetlerin orijinal niteliğiyle tüketicilere sunulabilmesinin tek yöntemidir. Mal veya hizmetlerin kalitesinin korunması, yeknesaklığın ve imaj birliğinin korunması için dağıtıcının üretim, pazarlama ve dağıtım sürecindeki kontrol yetkisinin olması son derece önem taşır. Bu sebeple, sağlayıcılar, yeknesaklığı ve kalite standardını koruyan tedbirlerle bir marka imajının oluşturulması ve sürümün artırılması amacı ve hedefi ile franchise sistemini tercih ederler.²¹⁸

“Seçici dağıtım sözleşmeleri”; bir dağıtım ağı kurmak amacıyla seçilmiş yeniden satıcılardan oluşan alıcılara, sistem dışına mal vermeme yükümlülüğünün getirildiği çeşitli safhalardaki yeniden satıcılar ile sağlayıcı arasında yapılır. Bu anlaşmaların oluşturduğu sisteme ise seçici dağıtım sistemi denilmektedir. “Seçici dağıtım sözleşmeleri”, 2002/2 sayılı Tebliğ’in 3.Maddesinin (g) bendinde: “sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların da söz konusu malları veya hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara satmamayı taahhüt ettiği bir dağıtım sistemi” şeklinde tanımlanmıştır. Seçici dağıtım sözleşmeleri, bir taraftan yetkili dağıtıcıların sayısını sınırlarken diğer taraftan

²¹⁶ Oğuzman, M. Kemal, Öz, Turgut, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, C. I, s. 170

²¹⁷ Koç, F. Ali, *Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları*, Uzmanlık Tezleri No:68, Ankara, Rekabet Kurumu, 2005, s. 10; Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 288-289

²¹⁸ Topçuoğlu, Metin, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri* s. 53.

yeniden satış olanaklarını sınırlar. Ancak satıcıların sayısının sınırlandırılması bölge sayısına bağlı değildir. Ürünün niteliğine bağlı olarak belirlenen seçim kistaslarına göre satıcıların sayısı sınırlandırılır.²¹⁹

Teşebbüsler üretim ve dağıtım faaliyetlerini yerine getirirken pek çok işlem yaparlar. Bu işlemlerin gerçekleşme şekli aynı zamanda sağlayıcı ve alıcı arasındaki ilişkinin de niteliğini ortaya koyar. Teşebbüsler arasındaki bu ilişkiler rekabet hukukunda genellikle yatay ve dikey anlaşmalar şeklinde sınıflandırılmaktadır.²²⁰ Aynı mal veya hizmet piyasasında, piyasanın aynı seviyesinde faaliyet gösteren diğer bir ifadeyle birbirlerine rakip olan teşebbüsler arasındaki ilişkilere yatay anlaşma denilmektedir. Aynı mal ya da hizmet piyasasında bulunan, ancak piyasanın farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki ilişkilere ise dikey anlaşma denilmektedir.²²¹

Dağıtım sözleşmeleri de üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyette bulunan ve bu nedenle birbirine rakip olmayan teşebbüsler arasında gerçekleşir. Bu nedenle dağıtım sözleşmeleri aynı zamanda dikey bir anlaşmadır.²²² Ancak dikey anlaşmalar, dağıtım sözleşmelerini de içine alan bir üst kavram olarak ifade edilir. Zira dağıtım anlaşmaları sadece yeniden satış amacıyla mal ticaretinin yapılmasını ihtiva ederken, dikey anlaşmalar yeniden satışın yanında, hammadde veya ana madde satın alımı gibi yeniden satışı içermeyen alım ve satımı da kapsayan çok geniş bir kavramdır.²²³

Franchise sisteminde sisteme dahil olan herkes, sistemin menfaati için çalışmak durumundadır. Zira sistemin bir biriminin olumlu her hareketi diğerlerine de fayda sağlarken, birinin yanlış hareketi de bütün sistemin zarar görmesine neden

²¹⁹ Çınaroğlu, Serpil, *Rekabet Hukukunda Dikey Birleşmeler: Etkinlik ve Rekabet*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:25, Ankara, 2003, s. 3; Karakurt, Alper, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No:11, Ankara, 2005, s. 5

²²⁰ Ünüsan, Çağatay, Pirtini, Serdar, Bilge, O. Faik, *Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Açısından Marka, Mağaza ve Franchising Sistemilişkisinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma*, Öneri Dergisi, 6(22), 45-57.

²²¹ Güven, Pelin, *Rekabet Hukuku Ders Kitabı*, Ankara, Yetkin Yayınları, 2009, s. 74; Topçuoğlu, Metin, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri* s. 86; Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 283

²²² Aslan, İ. Yılmaz, *Rekabet Hukukunda Dikey Anlaşmalar*, Ankara Barosu Uluslararası Hukuk Kurultayı Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku, Ankara, 2002, s. 84-85; Craig, Paul, de Búrca, Gráinne, *EU Law Text, Cases, and Materials*, Fifth Edition, New York, Oxford University Press, 2011, s. 1000.

²²³ Karakurt, Alper, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 8; Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2011, s. 121.

olabilmektedir. Bu nedenle franchise sistemine dahil olan herkes, kendisini sistemin bir parçası olarak kabul eder ve kendi başarısının ve güvenliğinin aynı zamanda sistemin de başarılı olmasına bağlı olduğunu bilincinde olur. Bu suretle franchise sisteminde ortak menfaat oluşur. Franchising sözleşmesinde taraflar sözleşmeye konu mal veya hizmetlerin sürümünü sağlama ortak gayesi ile bir araya gelirler ve üretim veya dağıtım faaliyetinin farklı basamaklarında faaliyet gösterirler. Bu nedenle franchising sözleşmesi dikey ilişki doğuran bir sözleşmedir.²²⁴

Franchising sözleşmesinin dağıtım ve dikey ilişki doğuran bir sözleşme olmasına, rekabet hukuku bakımından bağlanan hukuki sonuçlar bulunmaktadır. Bu çerçevede franchising sözleşmesinin rekabet hukuku bakımından değerlendirilmesi gerekmektedir.

2.4. Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi

RKHK m. 56'da, bu Kanuna aykırı anlaşma ve kararların özel hukuk alanındaki sonuçları düzenlenmiştir. Buna göre, Kanunun 4. maddesine aykırı olan her türlü anlaşma ve kararlar hukuken geçersizdir.²²⁵ Her ne kadar Kanunun 4. maddesinde rekabete aykırı anlaşmalar yasaklanmış ve 56. maddesi ile de bu anlaşmaların geçersiz olduğu hükme bağlanmışsa da Kanunun 5. maddesinde, bu anlaşmaların 4. maddeden muaf tutulacakları düzenlenmiştir.

Buna göre, Rekabet Kurulu, Kanunun 5. maddesinde sayılan şartların tamamının varlığı halinde ilgililerin talebi üzerine, 4. maddeye aykırı anlaşmalara yenilenmesi de mümkün olmak üzere beş yıl için bireysel muafiyet tanıyabilecek ve böylelikle bu anlaşmalar 4. maddeye aykırılığa bağlanan geçersizlik yaptırımından kurtulmuş olacaktır.²²⁶ Kanunun 5. maddesi ile tanınan diğer bir muafiyeti grup muafiyeti oluşturur. Kanunun 5. maddesinde, Rekabet Kurulu'na belirli konulardaki

²²⁴ Altınok Ormancı, Pınar, *Franchise Sözleşmesinin Haklı Sebep Feshinde Hizmet ve Adi Ortaklık Sözleşmelerine İlişkin Hükümlerden Yararlanılıp Yararlanılamayacağı Sorunu*, TAAD, 2013, 13: 379

²²⁵ Gürzumar, B. Osman, *4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. Maddesine aykırı sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi*, Rekabet Dergisi, 2002, 12: 3-4; Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s.17.

²²⁶ Gürzumar, B. Osman, *4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. Maddesine aykırı sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi*, s. 5-6; Aydoğdu, Murat, *Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Bakımından Franchise Anlaşmalarında Grup Muafiyeti*, s. 17-18; Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 125-126; Topçuoğlu, Metin, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri* s. 96-97; Güner, Cemil, *Rekabet Hukukunda Yasak İlkesinden Muafiyet*, TBB Dergisi, 2007, 71:148-159; Sayhan, İsmet, *Rekabeti Kısıtlayan İşbirliği Uygulamalarının Yasak Kapsamının Dışında Bırakılması*, AÜEHFD, 2005, 9(2): 577-599

anlaşma türlerine bir grup olarak muafiyet tanınmasını sağlayan ve bunların şartlarını gösteren tebliğler çıkarabilme yetkisi tanınmıştır. Buna göre, Rekabet Kurulu, 5. madde uyarınca çıkaracağı tebliğler ile bazı anlaşma türlerine muafiyet tanıyabilecektir.²²⁷

Rekabet Kurulu bu yetkisi uyarınca, 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'ni çıkarmış ve bu Tebliğ ile dikey anlaşmalarda öngörülen rekabeti kısıtlayıcı hükümlerden bir kısmını RKHK m. 4 uygulamasından muaf tutmuştur.²²⁸ 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamına giren anlaşmaların muafiyetten yararlanabilmesi için, Tebliğ'de belirtilen koşullara uygun olması gereklidir. Bu itibarla, dikey anlaşma olan franchising sözleşmesinin de grup muafiyetten yararlanabilmesi için 2002/2 sayılı Tebliğ'e uygun olması gerekmektedir.²²⁹

2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinde, bu Tebliğ ile sağlanan muafiyetten yararlanabilecek dikey anlaşmalar belirtilmiştir. Bu maddeye göre dikey bir anlaşma, ancak sağlayıcının mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %40'ını aşmaması halinde muafiyetten yararlanabilecektir.²³⁰ Bu bağlamda bir franchising sözleşmesinin muafiyet kapsamında olabilmesi için sözleşme konusu mal veya hizmetlerin ilgili pazardaki pazar payının %40'ını aşmamış olması gerekmektedir. Tebliğ'in 2. maddesinin dördüncü paragrafında ise mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin düzenlemelerle birlikte gayrimaddi hakların alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanımıyla ilgili hükümler içeren dikey anlaşmaların belirli şartlarla grup muafiyetten yararlanabileceği düzenlenmiştir.²³¹

2002/2 sayılı Tebliğ m. 4 ve 5'de hangi sınırlamaları içeren dikey anlaşma veya uyumlu eylemlerin grup muafiyetinden yararlanabileceği düzenlenmiştir. Bu maddelerde belirtilen rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları (tekelden dağıtım, coğrafi pazar, yeniden satış fiyatlarının tespiti, rekabet etmeme yükümlülüğü) içeren anlaşmalar bu tebliğ ile tanınan muafiyetten

²²⁷ Topçuoğlu, Metin, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri* s.98; Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 127-128.

²²⁸ Gürzumar, B. Osman, *Dikey Anlaşmalar*, s. 235

²²⁹ Sayhan, İsmet, *Rekabeti Kısıtlayan İş Birliği Uygulamalarının Yasak Kapsamının Dışında Bırakılması*, s. 580.

²³⁰ Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 55-56.

²³¹ Rekabet Kurulu tarafından çıkarılan 10.01.2008 Kabul Tarihli, 08-04/56-M sayılı, *İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz*, s. 1.

yararlanamayacaktır. Bu itibarla franchising sözleşmesinin bu grup muafiyetinden yararlanabilmesi için 2002/2 sayılı Tebliğ m. 4 ve 5’de belirtilen sınırlamalardan herhangi birini içermemesi gereklidir.²³²

Franchising sözleşmesi, 2002/2 sayılı Tebliğ’e aykırı olması durumunda grup muafiyetinden yararlanamaz ve RKHK m. 4’e aykırı hale gelir. Ancak bu durumda franchising sözleşmesi için bireysel muafiyet tanınabilir. Zira 2002/2 sayılı Tebliğ koşullarını sağlayamamakla birlikte RKHK m. 5’de yer alan koşulları sağlayan bir dikey anlaşmanın bireysel muafiyetten yararlanabilmesi mümkündür. Ancak bireysel muafiyet alınabilmesi için ilgililerin Rekabet Kurulu’na başvurması ve Kurul’un da bireysel muafiyet kararı vermesi gerekmektedir.²³³

Franchising sözleşmesinin muafiyetlerden yararlanamaması durumunda, sözleşme RKHK m. 4’e aykırılık teşkil eder. Bu durumda franchising sözleşmesinin RKHK m. 56 uyarınca geçersiz olup olmayacağı gündeme gelmiştir. RKHK m. 56’de belirtilen geçersizliğin türü hakkında bir açıklama yer almamaktadır. RKHK m. 56’da düzenlenen geçersizlik yaptırımı, Borçlar Hukuku’ndaki kanuna aykırı olan sözleşmelerin geçersizliği ile aynıdır. Ancak Rekabet Kurulu’nun bireysel muafiyet kararı ve muafiyeti geri alma kararları ile geçersiz bir anlaşmayı geçerli hale getirdiği veya geri alma kararı ile tekrar geçersiz hale getirilmesi nedeniyle, buradaki geçersizliğin ne olacağı hususu öğretilde tartışmalıdır. Öğretilde bir görüş, RKHK m. 4’ün tabi olduğu geçersizlik rejiminin, sadece Kanunun 4 ve 56. maddelerinin nazara alınarak tespit edilmesinin ve geçersizlik türünün kesin hükümsüzlük olarak nitelendirilmesinin mümkün olmadığını, bu türün tespit edilmesinde muafiyete ilişkin hükümlerin de nazara alınması gerektiğini belirtmektedir.²³⁴ Bu itibarla, RKHK m. 4 kapsamında olan bir işlemin geçersizliği muafiyet şartına bağlı olarak askıda kaldığı için buradaki geçersizliğin askıda geçersiz olmakta istisnai olarak da kesin hükümsüz olabilmektedir. Öğretilde bir diğer görüş de, buradaki geçersizliğin

²³² Gürzumar, *Dikey Anlaşmalar*, s.233-234.

²³³ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 125-127. Sanlı, K. Cem, *Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararları’nın Geçersizliği*, Ankara, Rekabet Kurumu, 2000, 132-137; Küçükayhan Aşçıoğlu, Meltem, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 116.

²³⁴ Sanlı, K. Cem, *Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararları’nın Geçersizliği*, s. 398-403.

askıda geçersiz olarak nitelendirilebileceğini belirtmektedir.²³⁵ Bu yazara göre, RKHK m. 5’de belirtilen şartları taşıyan ve bu nedenle de muafiyet alabilecek olan bir sözleşmenin muafiyet almadan önceki aşamadaki sözleşmenin geçersizliğinin nedeni yasaklayıcı bir kanun hükmüne aykırılık olduğu halde, kesin bir nitelik taşımadığı ve usulüne göre ilgililerce bireysel muafiyet başvurusu yapılırsa Rekabet Kurulu’nun kararı ile geçmişe etkili olarak geçerli hale gelebilmektedir. Bu nedenle bu geçersizlik askıda geçersizlik olarak nitelendirilmelidir.

Öğretide başka bir görüş, buradaki geçersizliğin askıda geçersizlik değil, kesin hükümsüzlük olduğunu ileri sürmektedir. Zira askıda geçersizlik, eksik sözleşmelerin eksiklik tamamlanıncaya kadar askıda bulunmalarını ifade eder.²³⁶ RKHK m. 4 kapsamındaki anlaşmaların ise herhangi bir eksikliği bulunmamakta; sadece kanuna aykırı olması nedeniyle geçersiz olan bir anlaşma söz konusudur ve geçersiz sözleşmenin geçerli hale gelmesi mümkün değildir. Muafiyet tanınması ile burada sadece muafiyet süresince kanuna aykırılık yaptırımlarının uygulanması engellenmektedir.²³⁷

Öğretide başka bir görüş ise, buradaki geçersizliğin niteliğinin kesin hükümsüz olduğunu, Rekabet Kurulu’nun RKHK’a aykırılığı belirleyen kararlarının ise bozucu yenilik doğuran bir iptal kararı değil, bir tespit kararı olduğunu ileri sürmektedir.²³⁸ Öğretide bir diğer görüş ise, buradaki geçersizliğin kesin hükümsüzlük olduğunu, hükümsüz işlemin daha başlangıçta ölü doğduğunu sonradan sıhhat kazanmasının mümkün olmadığını, buna rağmen sıhhat kazanıyorsa buradaki işlemlerin eksik nitelikte işlemler olduğunu (topal hukuki muameleler), muafiyet tanınması durumunda söz konusu madde uygulamasından istisna tutulmuş olacağını belirtmektedir.²³⁹ Öğretide bir başka görüş ise, buradaki geçersizliğin TBK m. 27 anlamında geçersizlik olduğunu, Rekabet Hukuku hükümlerinin rekabetin sınırlanıp sınırlanmadığını bağımsız olacak şekilde doğrudan uygulanarak herhangi bir

²³⁵ Gürzumar, B. Osman, *4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. Maddesine aykırı sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi* s. 52-57.

²³⁶ Aksoy, M. Nazlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanuna Aykırılığın Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 52, Ankara, 2004, s. 36.

²³⁷ Aksoy, M. Nazlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanuna Aykırılığın Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları*, s. 37.

²³⁸ Turgut Öz, *Yönetim (Management) Sözleşmesi*, İstanbul, Kazancı Hukuk Yayınları, 1997, s.62.

²³⁹ Topçuoğlu, Metin, *Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İş birliği Davranışlarının Hukuki Sonuçları*, Lisansüstü Tez Serisi, Ankara, Rekabet Kurumu, 2001, s. 286

sözleşmenin geçersiz olduğuna karar vermeyi sağlamayacağını, Rekabet Hukukunun uygulanmasının maddi şartların gerçekleşip gerçekleşmediğinin belirlenmesinden sonra geçersizliğe ilişkin bir değerlendirilme yapılması gerektiğini ileri sürmektedir.²⁴⁰ Öğretide diğer bir görüşe göre ise, buradaki geçersizlik kesin hükümsüzlüktür. Bu görüşe göre, muafiyet anlaşmaların RKHK m. 4'e aykırılığını ortadan kaldırması nedeniyle muafiyetin varlığı halinde hukuka aykırı bir durum da söz konusu olmamaktadır.²⁴¹ Biz de bu görüşe katılmaktayız. Zira muafiyetin olması halinde hukuka aykırı bir durum olmadığı için muafiyetin varlığının etkisi talep tarihi ile değil, baştan itibaren doğacaktır. Dolayısıyla böyle bir durumda baştan itibaren geçersiz olan bir anlaşma söz konusu olmadığı gibi muafiyetten önce geçersiz olan bir anlaşmanın sonradan geçerli hale gelmesi gibi bir durum da söz konusu olmayacaktır. Bu nedenle buradaki geçersizliğin kesin hükümsüz olduğu kabul edilmelidir.

Diğer yandan sözleşmenin bir bölümünün RKHK m. 4'ü ihlal etmesi durumunda, sözleşmenin tümünü mü yoksa aykırı hükümlerin mi geçersiz sayılacağı sorunu ortaya çıkmaktadır. RKHK kısmi hükümsüzlüğe ilişkin herhangi bir hüküm bulunmamaktadır. Ancak TBK m. 27'de yer alan kısmi hükümsüzlüğe ilişkin hükümlerin Rekabet hukukunda da uygulanabileceği kabul edilmektedir²⁴². Bu itibarla franchising sözleşmesinde de rekabeti kısıtlayıcı hükümlerin yer alması durumunda kural olarak bu hükümlerin geçersiz olduğu sonucuna ulaşılmalıdır. Buna karşılık hukuka aykırı hükümler olmasaydı franchising sözleşmesinin akdedilmeyeceğinin kabul edilebildiği durumlarda ise sözleşmenin tümünün geçersiz olduğu kabul edilmelidir. Ancak rekabete aykırı hükümlerin sözleşmesinin esaslı unsurlarını oluşturmadığı durumlarda, taraflardan birinin franchising sözleşmesinin tümünün geçersiz olduğunu sözleşmeden kurtulmak amacıyla kötü niyetli olarak ileri

²⁴⁰ Oktay, Saibe, *İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması*, s.177,276.

²⁴¹ Gürzumar, *Dikey Anlaşmalar*, s. 251.

²⁴² Dirikkan, Hanife, *Rekabet Hukuku Açısından Franchise Veren Fiyat Tavsiyesi*, Ankara Barosu Uluslararası Hukuk Kurultayı 2002, C. 1, Ankara, 2002, s. 274-276; Topçuoğlu, Metin, *Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İş birliği Davranışlarının Hukuki Sonuçları*, s. 286

sürdüğü durumlarda sözleşmenin tümünün değil aykırı hükümlerin geçersiz olduğu kabul edilmelidir.²⁴³

2.5. Franchising Sözleşmesinin Unsurları

Öğretide franchising sözleşmesinin her özelliğinin, sözleşmenin bir unsuru olarak nitelendirilmesi eğilimi bulunmaktadır. Ancak biz franchising sözleşmesinin uygulamada yer alan her özelliğinin değil, bir sözleşmenin franchising sözleşmesi olarak nitelendirilmesini sağlayan hususların unsur olarak nitelendirilmesinden yanayız. Bu sebeple çalışmamızda, öğretide teamül haline gelmiş olan franchising sözleşmesinin sürekli bir borç ilişkisi doğurması, çerçeve sözleşme olması, dikey iş birliği doğuran sözleşme olması gibi özellikleri franchising sözleşmesinin unsurları bahsinde incelenmemiştir.²⁴⁴

2.5.1. Franchise Alanın Kendi Ad ve Hesabına Hareket Etmesi

Franchising sözleşmesinde franchise alan, ticari faaliyetlerini kendi adına ve hesabına yürüten bağımsız bir teşebbüstür. Bu unsur, franchising sözleşmesini kendi ad ve hesabına çalışma unsurunu taşımayan vekâlet, hizmet, acente gibi sözleşmelerden ayırır.²⁴⁵ Franchise alanın mal veya hizmetlerin sürümünü yaparken franchise sisteminin ilkelerine ve franchise verenin talimatlarına uymak ve denetimlerine katlanmakla yükümlü olması, onun bağımsız işletmeci olup olmadığı tartışmasını ortaya çıkarmıştır. Öğretide bir görüş, franchise alanın bağımsızlığı iş hukukundaki işçiyi koruyucu kuralların uygulanmasına engel olmak için konulan sadece görünürde bir bağımsızlık olduğunu ileri sürmüştür. Bu yazarlara göre, işçi kavramının belirlenmesinde önemli bir unsur olan “kişisel bağımlılık” açık bir kavram değildir ve bu bağımlılığın derecesi her olaya göre değişiklik

²⁴³ Gürzumar, B. Osman, *4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. Maddesine aykırı sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi*, s. 58; Dirikkan, Hanife, *Rekabet Hukuku Açısından Franchise Veren Fiyat Tavsiyesi*, s. 274-276

²⁴⁴ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 24; Topçuoğlu, Metin, *Franchise Sözleşmesinde Bağlayıcı Kayıtlar ve Rekabet Hukuku*, s. 116.

²⁴⁵ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 118

gösterebilmektedir.²⁴⁶ Bu itibarla soyut bir bağımsızlık kavramı kabul edilmelidir. Katılan risklere kendi isteği ile katıldığı ve işletmenin riskleriyle fırsatlarına eşit ölçüde sahip olma imkanının olduğu durumlarda ancak bağımsızlığın varlığından bahsedilmelidir. Aksi halde, işverenlerin iş hukukunun işçiyi koruyucu hükümlerinin uygulanmasını engel olmak için oluşturdukları görünüşte bir bağımsızlık söz konusu olur. Ancak öğretide hakim olan görüş, franchise alanın ekonomik bağımsızlığı finans kaynaklarının yaratılması ve kullanılması konusundaki karar verme serbestisine indirgenmiş olması yani bağımsızlığına bir takım ekonomik sınırlamalar getirilmiş olmasına rağmen hukuki anlamda bağımsız bir işletmeci olduğu yönündedir.²⁴⁷

Franchise alan, kendisine ait işletmede, kendi ad ve hesabına çalışmaktadır ve franchise verenin bir temsilcisi ya da onun bir çalışanı değildir. Franchise alan, işverene bağımlı bir işçi gibi ücret almamakta, gelirini franchise sistemine konu mal veya hizmetlerin sürümünü yaparak sağlamaktadır. Franchise verenin, franchise alanın işletmesinin yönetimine ilişkin somut direktifler verme hakkı da yoktur. Franchise alan, işletmesinin kurulması için gerekli sermayeyi kendisi sağlamakta ve işletmesinin bütün rizikolarına kendisi katlanmaktadır. Ayrıca franchise alan işletmesinin örgütlenmesini ve bu işletmede çalışanları serbestçe belirleyebilmektedir. Bu itibarla franchise işletmesindeki personelin iş hukuku bakımından muhatabı da o işletmenin sahibi olan franchise alandır.²⁴⁸ İş bu sözleşme ile Franchisee'e, emtia ticaretindeki "yetkili satıcılık" sözleşmesi anlamında franchise verenin hizmet standartlarını ve iş usullerini uygulama yetkisi tanınarak Franchisee'nin kendi bağımsız ticari faaliyetlerini sürdürmesi öngörülmektedir.

Franchise alanın franchise verenin talimatlarına uymak ve kontrollerine katlanmakla yükümlü olması onun bağımsız bir işletmeci olma vasfına halel getirmemektedir. Franchising sözleşmesinde franchise alanın talimatlara uymakla yükümlü olması, onun franchise sistemine entegre olmasını ve tek bir imaj altında

²⁴⁶ Altınok Ormancı, Pınar, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2011, s. 379-380; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 25.

²⁴⁷ Yasaman, Hamdi, *Tek Yetkili Satıcı*, 40. Yılında Türk Ticaret Kanunu, Hukuk Fakültesi Yayın No: 714, İstanbul, 1997, s. 39

²⁴⁸ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 118; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 24-25; Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 47; Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 25

rekabet birliği sağlayarak sürümü gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Bu nedenle franchise verenin talimat verme hakkının olması, franchise alana her konuda talimat verebileceği anlamına gelmemektedir. Franchise verenin talimat verme hakkının sınırını franchise sisteminin imaj birliğinin sağlanması ve malların veya hizmetlerin sürümünün yapılması oluşturmaktadır. Dolayısıyla franchise verenin, sistemin imaj birliğinin sağlanması ve sürümün yapılması dışında franchise alanın kendisinin karar alabildiği konularda talimatlar verme hakkı bulunmamaktadır²⁴⁹.

2.5.2. Gayrimaddi Mallar

Franchising sözleşmesinin temelini oluşturan sistem, pek çok gayrimaddi malın bir araya gelmesiyle oluşur. Bu gayrimaddi malların varlığı, franchise verenin işletmesini ve mal veya hizmetlerini diğer teşebbüslerden ayırt etmeyi sağlamakta ve müşteriler nezdinde imajın oluşmasında önemli bir etken oluşturmaktadır. Bu nedenle franchise sisteminde franchise verene ait gayrimaddi malların varlığı önemli bir unsur teşkil etmektedir.²⁵⁰ Franchise sisteminde yer alan gayrimaddi mallara örnek olarak işletme adı, sürümü yapılacak mal veya hizmetin markası, amblemi, sembolü, renk kombinasyonları, logo, işletmenin donanım ve dekorasyon usulü ile ilgili bilgileri içeren know-how örnek olarak verilebilir.²⁵¹

Franchising sözleşmesinin unsuru teşkil eden bu gayrimaddi malları franchise verenin franchise alana kullandırma ve franchise alanın da bu gayrimaddi hakları kullanma yükümlölüğü bulunmaktadır ve bu yükümlölük tarafların sözleşme ile yüklendikleri asli edimlerinden birini oluşturmaktadır.²⁵²

²⁴⁹ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 48-49.

²⁵⁰ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 34; Kartal, Cihat, Durukan, Tülin, Varlı, Naz, *Uluslararası Pazara GirişStratejileri Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulaması*, s. 62.

²⁵¹ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 179; Kırca, igdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 27; Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 36.

²⁵² Kırca, igdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 26-27; Bulur, Caner, *Tek Satıcılık Sözleşmesi ile Franchise Sözleşmesinin Karşılaştırılması*, Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2011, 8(2): 767-768.

2.5.3. Franchise Sisteminin Kullanılarak Mal veya Hizmetlerin Sürümünün Artırılması

Franchising sözleşmesi ile amaçlanan franchise verenin mal veya hizmetlerini franchise sistemi ile alıcılara ulaştırılması ve bu suretle sürümünün artırılmasıdır. Bu nedenle sözleşmenin unsurlarından birisini de franchise sisteminin kullanılarak mal veya hizmetlerin sürümünün artırılması oluşturur.²⁵³ Franchise verenin franchise sistemine dahil mal veya hizmetlerinin sürümünün yapılması veya desteklemesi, franchise alanın asli edim yükümlülüğünü oluşturmaktadır. Mal veya hizmetlerin sürümünün artırılması, tarafların yükümlülükleri bahsinde ayrıca incelenecektir.²⁵⁴

2.5.4. Franchise Verenin Franchise Alanı Desteklemesi

Franchising sisteminin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi ve mal veya hizmetlerin sürümünün yapılabilmesi için franchise verenin franchise alanı bu sıfatıyla sürdüreceği ticari faaliyetinin tüm aşamalarında sürekli olarak destekleme yükümlüğü bulunmaktadır. Franchise verenin bu yükümlülüğü, aynı zamanda franchising sözleşmesinin tipik bir unsuru oluşturur.²⁵⁵

2.5.5. Franchise Bedeli

Franchising sözleşmesinin diğer bir esaslı unsuru da franchise alanın franchise verene bedel ödeme borcudur. Franchise bedeli, başlangıçta ödenen belli bir miktar giriş ya da başlangıç ücreti ve daha sonra dönemsel olarak ödenen bedel olarak ikiye ayrılmaktadır. Başlangıç ücreti franchise verenin, işyeri bulma donanım, reklam, eğitim gibi konulardaki yardımının karşılığı olarak bir defaya mahsus olarak ödenir.²⁵⁶

Dönemsel olarak ödenen ücret ise, franchise alanın cirosuna göre belirlenmekte ve aylık, yıllık ya da taraflarca kararlaştırılan dönemlerde

²⁵³ Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi*, s. 62; Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 12; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 147;

²⁵⁴ Altınok Ormancı, Pınar, *Franchise Sözleşmesinin Haklı Sebeple Feshinde Hizmet ve Adi Ortaklık Sözleşmelerine İlişkin Hükümlerden Yararlanılıp Yararlanılamayacağı Sorunu*, s. 379; Rosenberg, Robert, Bedell, Madelon, *Profits from Franchising*, s. 100

²⁵⁵ Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 3

²⁵⁶ Altınok Ormancı, Pınar, *Franchise Sözleşmesinin Haklı Sebeple Feshinde Hizmet ve Adi Ortaklık Sözleşmelerine İlişkin Hükümlerden Yararlanılıp Yararlanılamayacağı Sorunu*, s. 379.

ödenmektedir. Franchise sözleşmesinin tipik ve esaslı unsurunu franchise alanın kendisine tanınan, üretim, işletme ve pazarlama sistemini kullanmasının karşılığı ve asli bir edim yükümlülüğü olarak, franchise bedeli ödemesi oluşturur.²⁵⁷ “Fiili durum” kavramı hukuk düzeninde özel düzenlemelere konu edilmemiş, ancak genel hukuk normları ile korunabilen haklar için kullanılmaktadır. Franchising sözleşmelerinde bu bedel, sözleşme yapıldıktan sonra başlangıç bedeli ve sözleşme süresince franchise alanın cirosu üzerinden hesaplanan sürekli franchise bedeli (royalty) şeklinde ya da toptan ve sadece bir defaya mahsus olarak yapılan ödeme şeklinde olmaktadır.²⁵⁸

2.5.6. Franchising Sözleşmesinin Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması

2.5.6.1. Lisans Sözleşmesi ile Karşılaştırılması

Franchise sözleşmesi ile lisans sözleşmesi, gayri maddi mallar üzerindeki haklardan yararlanmayı sağlamalarından dolayı birbirlerine benzemektedir. Lisans sözleşmesi, hukuki düzenlemelerle özel olarak koruma altına alınmış gayrimaddi bir hakkın veya fiili bir durumun (örneğin know-how, tanıtıcı unsurlar) kullanım hakkının, bunların sahibi olan kimse tarafından bir bedel karşılığında üçüncü kişilere kısmen veya tamamen devredildiği sözleşmedir.²⁵⁹

Lisans sözleşmesi, bir fikri veya sınai hakkın bir ücret karşılığında, hak sahibi tarafından, belli bir süre için başkasına devrini konu alan, kendine özgü yapısı olan sözleşmedir. Lisans sözleşmelerinin karakteristik edimini, lisans verenin lisans alana sözleşme konusu gayrimaddi haklarını ya da fiili durumunu kullanma izni vermesi oluşturur.²⁶⁰ Marka, patent ticaret unvanı, işletme adı, know-how gibi gayri maddi mallar lisans sözleşmesinin konusunu oluşturabilir. Sözleşme konusunu, kanunlar ile korunan gayrimaddi hakların oluşturması durumunda lisans verenin asli yükümlülüğü, lisans alanın sözleşme konusu hakkı kullanmasını sağlamak ve

²⁵⁷ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 113.

²⁵⁸ Arbek, Ömer, *Fikir ve Sanat Eserlerine İlişkin Lisans Sözleşmesi*, Ankara, Yetkin Yayınları, 2005, s. 68-72; Burak Ongan, *Sınai Haklara İlişkin Lisans Sözleşmelerinde Tarafların Hukuki Durumu*, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2007, s. 17, 31.

²⁵⁹ Mendelsohn, Martin, *The Guide to Franchising*, s. 29

²⁶⁰ Durak, O. Sabri, *Patent Lisans Sözleşmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s. 52; Ramazan Onur Tunçer, *Fikir ve Sanat Eserleri Hukukunda Lisans Sözleşmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çankaya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, s.21

kanundan doğan kullanımı yasaklama hakkına başvurmamak şeklinde kendini gösterir. Sözleşmenin konusunu fiili durumun oluşturduğu hallerde ise lisans verenin asli yükümlülüğü, sözleşme konusu bilgi ve deneyimlerin açıklanması, bildirme ve öğretme şeklinde tezahür etmektedir. Buna karşılık lisans alanın asli yükümlülüğünü ise lisans bedeli olarak adlandırılan bedelin ödenmesi oluşturur.²⁶¹ Lisans sözleşmeleri ile franchising sözleşmeleri şekil bakımından da farklılık gösterebilmektedir. Franchising sözleşmeleri herhangi bir şekle tabi değildir.²⁶² Ancak bazı gayrimaddi haklara ilişkin lisans sözleşmelerinin ise özel mevzuatlarda yazılı olarak yapılacağı düzenlenmiştir. FSEK m. 52’de “Mali haklara dair sözleşme ve tasarrufların yazılı olması ve konuları olan hakların ayrı ayrı gösterilmesi şarttır” hükmü yer almaktadır. Bu hüküm uyarınca fikir ve sanat eserlerine ilişkin lisans sözleşmelerinin de adi yazılı şekilde yapılması gereklidir ve bu şart geçerlilik şartıdır.²⁶³ 551 sayılı KHK m. 86 f. 2 ve 556 sayılı KHK m. 15 f. 2’de de her türlü sağılar arası işlemin yazılı şekilde yapılacağı öngörüldüğü için patent ve marka lisans sözleşmelerinin de yazılı şekilde yapılması gerektiği düzenlenmiştir. Ayrıca 551 sayılı KHK m. 166 uyarınca faydalı modele ilişkin lisans sözleşmesinin de yazılı şekilde yapılması gerektiği belirtilmiştir.²⁶⁴

2.5.6.2. Acentelik Sözleşmesi ile Karşılaştırılması

Franchise alan acente değildir. Sözleşme yapan acente, müvekkilinin nam ve hesabına çalışırken bunun aksine franchise alan kendi nam ve hesabına çalışır. Acentelik sözleşmesi, tacir ile acente arasında yapılan, bağımsızlık, süreklilik, sözleşmelere aracılık etme veya sözleşme akdetme faaliyeti ve müvekkil ad ve hesabına hareket etme unsurlarının yer aldığı bir sözleşmedir.²⁶⁵ Acente ise müvekkili adına ve hesabına sürekli olarak sözleşmeler akdeden veya bu

²⁶¹ Mustafa Baş, *Teknik Bilgi (Know-How) Lisans Sözleşmesi*, Ankara, Yetkin Yayınları, 2000, s. 55.

²⁶² Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 8.

²⁶³ İnan, Nurkut, *Tek Satıcılık Sözleşmesi ve Üçüncü Kişiler*, BATİDER, 1993, 17(2): 57; Tandoğan, Haluk, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, BATİDER, 1982, 11(4): 1; Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 34; Aydoğdu, Murat, Kahveci, Nalan, *Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 19-20

²⁶⁴ Yeşiltepe, S. Önder, *Tek Satıcılık Sözleşmesinin Öğretide Benzer Olarak Belirtilen Sözleşmelerden Ayırt Edilmesi*, MÜHF-HAD, 2007, 13(2): 170-171; Erdem, Ercüment, *Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Talebi*, C. I, İstanbul, Beta Basım, 2003, s. 93; Poroy, Reha, Yasaman, Hamdi, *Ticari İşletme Hukuku*, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2010, s. 264-265

²⁶⁵ Ayan, Özge, *Acentenin Denkleştirme Talep Etme Hakkı*, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2008, s.19-20

sözleşmelere aracılık eden, ayrı işletme sahibi gerçek veya tüzel kişi olabilen bağımsız bir tacir yardımcısıdır²⁶⁶. TTK m. 102’ de acente “Ticari mümessil, ticari vekil, satış memuru veya işletmenin çalışanı gibi işletmeye bağlı bir hukuki konuma sahip olmaksızın, bir sözleşmeye dayanarak, belirli bir yer veya bölge içinde sürekli olarak ticari bir işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık etmeyi veya bunları o tacir adına yapmayı meslek edinen kimseye acente denir.” şeklinde tanımlanmıştır.

Acente franchise alan gibi müvekkilinin işaretlerini kullanır fakat franchise sözleşmesinde olduğu gibi, gayri maddi mallara ilişkin hakların devri, teknik bilgi ve tecrübelerin aktarımı bulunmamaktadır. TTK’da acente, ticari faaliyetleri dikkate alınmaksızın, yaptıkları görev ve işlerin niteliği yönünden aracılık yapan acente ve sözleşme yapma yetkisini haiz acente olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Aracılık yapan acenteler, bir yer veya bölge içinde, bir ticari işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık yapma; sözleşme yapma yetkisini haiz acenteler ise, üçüncü kişilerle yani müşterilerle müvekkili ad ve hesabına sözleşme kurma yetkisini haizdirler²⁶⁷.

2.5.6.3. Adi Ortaklık Sözleşmesi ile Karşılaştırılması

Adi ortaklık sözleşmesi, TBK m. 620 f. 1 ‘de iki ya da daha fazla kişinin emeklerini ve mallarını ortak bir amaca ulaşmak için birleştirme borcu altında girdikleri sözleşme şeklinde tanımlanmıştır. Emeklerini veya araçlarını herhangi bir müşterek amaç için birleştirerek, bu amaca ulaşma konusunda birlikte çaba göstermeyi sözleşmeyle birbirlerine karşı yükümlenen kişilerce oluşturulan, tüzel kişiliği bulunmayan kişi topluluğuna adi ortaklık denilmektedir.²⁶⁸ TBK m. 620 uyarınca adi ortaklık sözleşmesinin unsurları; sözleşme, kişi, sermaye ve ortak amaç olarak belirlenmektedir. Ancak öğretilde her ne kadar TBK m. 620’de “*müşterek*

²⁶⁶ Mendelsohn, Martin, *The Guide to Franchising*, s. 27-28.

²⁶⁷ Mutlu, A. Koray, *Acentelik Sözleşmesinde Tarafların Hakları ve Borçları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012, s. 6-7.

²⁶⁸ Barlas, Nami, *Adi Ortaklık Temeline Dayalı Sözleşme İlişkileri*, s. 18; Tekil, Fahiman, *Şirketler Hukuku*, İstanbul, Otağ Matbaacılık, 1981, s. 111-112; Domaniç, Hayri, *Adi-Kollektif ve Komandit Şirketler*, 4. bs., İstanbul, Temel Yayın Dağıtım, 1988, s. 71-72; Şener, H. Oruç, *Teorik ve Uygulamalı Ortaklıklar Hukuku Ders Kitabı*, İstanbul, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2012, s. 1; Doğanay, Y. Ümit, *Adi Şirket Akdi (Akden Unsurları-Kurulması-Hükümsüzlüğü)*, İstanbul, Kutulmuş Matbaası, 1968, s.4

amaç için ortak çaba” unsuru yer almasa da müşterek amaç için ortak çabanın adı ortaklık sözleşmesinin unsurlardan biri olduğu kabul edilmektedir.²⁶⁹

Franchising sözleşmesinde, franchise alan ile franchise verenin, mal veya hizmetlerinin sürümünü sağlama ortak amacıyla bir araya geldikleri söylenebilir. Ortak amaç, adi şirket sözleşmesinin temel unsurudur. Ortak amaçtan bahsedebilmek için sözleşme ile ulaşılmak istenen nihai hedefin bütün ortaklar için müşterek olması gereklidir. Bu nedenle bir sözleşmenin adı ortaklık sözleşmesi olabilmesi için öncelikle tüm taraflar için ortak bir amacın olması gerekir. Bu bakımdan franchising ile adi ortaklık sözleşmeleri birbirine benzediği düşünülebilir. Özellikle, ortaklık franchising sözleşmesinin, taraflarının pazarlama anlayışının takip edilmesinde, geliştirilmesinde ve sistemin idaresinde eşit yetkilere sahip olmaları ve aralarındaki ilişkinin bir ast-üst ilişkisi değil eşitlik temeline dayalı bir iş birliği oluşturması nedeniyle adi ortaklık sözleşmesi ile benzerlik gösterdiği ileri sürülmektedir.²⁷⁰

BÖLÜM 3

Franchising Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Sona Ermenin Sonuçları

Franchising sözleşmesinin süresi, sona ermesi ve kendiliğinden sona erme durumu aşağıda belirtilmiştir.²⁷¹

- **Sözleşme Süresi:** Franchising sözleşmelerinde taraflar sözleşmenin sona erme anını, gün, ay, yıl gibi belirli bir tarih olarak kararlaştırabilirler. Bu durumda sözleşmenin sona erme anı, ileride vuku bulacağı kesin bir olaya (o günün gelmesi) bağlanmış olur. Franchising sözleşmesi belirli süreli olarak yapılmışsa, bu sürenin sonunda kural olarak kendiliğinden sona erecektir.

²⁶⁹ Kurşat, Zekeriya, *Yeni Borçlar Kanunumuzda Adi Ortaklık Hükümlerinin Değerlendirilmesi*, İÜHFM, C. LXX, S. 1, 2012, s. 303; Barlas, Nami, *Adi Ortaklık Temeline Dayalı Sözleşme İlişkileri*, s. 38-40; Pulaşlı, Hasan, *Şirketler Hukuku Genel Esaslar*, 2. bs., Ankara, Adalet Yayınevi, 2013, s. 18-19; Karahan, Sami, *Şirketler Hukuku*, 2. bs., Konya, Mimoza, 2013, s. 32-41

²⁷⁰ Şener, H. Oruç, *Adi Ortaklık*, Ankara, Yetkin Yayınları, 2008, s. 101-104; Barlas, Nami, *Adi Ortaklık Temeline Dayalı Sözleşme İlişkileri*, s. 38-40.

²⁷¹ Seliçi, Özer, *Borçlar Kanunu'na Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 66-67; Oktay, Saibe, *Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni*, İÜHFM, 1997, 5(3): 212

- **Sözleşmenin kendiliğinden sona ermesi:** Taraflardan birinin ölümü, iflası, fiil ehliyetini kaybetmesi veya fiil ehliyetinin sınırlandırılması gibi durumların sözleşmenin kendiliğinden sona ermesine yol açacağı öngörülmüştür
- **Sözleşme süresinin sona ermesi:** Franchising sözleşmesi sürekli bir hukuki ilişki meydana getirirse de, bu, ilişkinin ilelebet süreceği anlamına gelmez, ilişki her halükarda süreli olmak zorundadır. Franchising sözleşmesinde süre, sözleşmenin başlangıcından bitişine kadar geçen zamanı ifade eder.²⁷² Franchising sözleşmesinin bitiş zamanı diğer bir ifadeyle sözleşmenin sona ermesi için belirli bir süre kararlaştırılmışsa belirli süreli sözleşme söz konusu olur. Taraflar sözleşmenin sona erme anını, gerçekleşip gerçekleşmeyeceği belirsiz olan ancak gerçekleşmesi durumunda gerçekleşeceği an belli olan bir olayın meydana gelmesi şeklinde belirleyebilirler Belirli bir süreli olarak akdedilen franchising sözleşmeleri, kural olarak bu sürenin dolmasıyla kendiliğinden sona erer. Ancak her sözleşmede başlangıç zamanı bulunurken bitiş zamanı bulunmayabilir. Diğer bir ifadeyle taraflar sözleşmenin sona ermesi için bir süre kararlaştırmamış olabilirler. Sözleşmenin sona ermesi için belirli bir süre kararlaştırılmadığı durumda, sözleşme belirsiz süreli olur²⁷³.

Franchising sözleşmelerinde taraflar sözleşmenin sona erme anını, gün, ay, yıl gibi belirli bir tarih olarak kararlaştırabilirler. Bu durumda sözleşmenin sona erme anı, ileride vuku bulacağı kesin bir olaya (o günün gelmesi) bağlanmış olur. Örneğin taraflardan birinin belirli bir yaşa geldiğinde sözleşmenin sona ereceğinin kararlaştırılması bu şekildedir. Tarafların bu yaşa erişip erişemeyecekleri belli

²⁷² Oktay, Saibe, *Federal Mahkeme'nin 21 Haziran 1988 Tarihli Kararının Çevirisi ve İncelenmesi*, İHFM, 1996, 5(2): 496.

²⁷³ Tuzlu, Zeynep, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s. 38; Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi*, s. 141; Kırcı, Çiğdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 171; Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 169. Seliçi, Özer, *Borçlar Kanunu'na Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 71; Oktay, Saibe, *Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni*, s. 210-211,214; Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s.179.

değildir ancak her halükarda bu yaşa erişmeleri durumunda, sözleşme sona erecektir. Taraflar sözleşmenin sona erme anını, gerçekleşeceği kesin olan, ancak ne zaman gerçekleşeceği belli olmayan bir olaya da bağlayabilirler. Taraflardan birinin ölümüyle sözleşme ilişkisinin sona ereceğinin kararlaştırılması bu duruma örnek verilebilir.²⁷⁴

Franchising sözleşmesinin bitme anı, taraflarca kararlaştırılan edimin amacından dolayı olarak da anlaşılabilir. Taraflar açıkça veya zımnen süre olarak kararlaştırdıkları edimin amacı objektif olarak belirlenebiliyor olmalıdır. Burada aslolan, edimin amacının gerçekleşmesinde menfaati olan tarafın, başlangıçtan beri bu amacı bilerek ve sözleşmenin sona ereceği zamanı öngörerek hareket edebilmesidir. Bu amacın gerçekleşmesiyle sözleşme kendiliğinden sona erer²⁷⁵.

Franchising sözleşmesinde taraflar sözleşme süresinin bitme anını, gerçekleşip gerçekleşmeyeceği ve ne zaman gerçekleşeceği belli olmayan bir olaya da bağlayabilirler. Söz konusu olay gerçekleştiğinde sözleşme de sona erer. Bu halde sözleşmenin süresi bozucu şarta bağlanmış olur.²⁷⁶

Franchising sözleşmelerinde taraflar sözleşmenin azami bir sürenin bitmesine kadar süreceği ancak bu süreden önce de sözleşmenin taraflarca sona erdirilebileceği konusunda anlaşabilirler. Bu durumda azami süre belirlemiş olurlar. Azami sürenin kararlaştırıldığı durumda, franchising sözleşmesi en geç bu sürenin bitmesi ile sona erer; fakat daha önce de taraflarca olağan fesihle sözleşmenin sona erdirebilmesi mümkün olur. Bu nedenle franchising sözleşmesi, azami süre boyunca belirsiz süreli sözleşme gibi olur, süre bitince ise kural olarak kendiliğinden sona erer²⁷⁷. Franchising sözleşmelerinde taraflar, sözleşmenin en erken kararlaştırılan asgari sürenin bitiminde sona erdirilmesinin mümkün olduğunu da kararlaştırabilirler. Bu durumda ise taraflar asgari süre kararlaştırmış olurlar. Asgari süre ile,

²⁷⁴ Seliçi, Özer, *Borçlar Kanunu'na Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 66-67; Oktay, Saibe, *Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni*, s. 212; Oktay, Saibe, *Federal Mahkeme'nin 21 Haziran 1988 Tarihli Kararının Çevirisi ve İncelenmesi*, s. 496.

²⁷⁵ Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 121.

²⁷⁶ Altınok Ormancı, Pınar, *Franchise Sözleşmesinin Haklı Sebeple Feshinde Hizmet ve Adi Ortaklık Sözleşmelerine İlişkin Hükümlerden Yararlanılıp Yararlanılamayacağı Sorunu*, s.85

²⁷⁷ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 172

sözleşmenin bu sürenin bitiminden önce sona erdilemeyeceği ve en erken de kararlaştırılan asgari sürenin bitimi anından sonra sona erdirilebileceği anlaşılr.²⁷⁸

Asgari süreli franchising sözleşmeleri belirlenen sürenin sonunda kendiliğinden sona ermez; bu sürenin sorunda taraflar ancak olağan fesih yolu ile sözleşmeyi sona erdirebilirler. Asgari süreden sonra ise sözleşme belirsiz süreli olarak devam eder²⁷⁹. Bununla birlikte franchising sözleşmelerinde taraflar hem asgari hem de azami süreyi birlikte kararlaştırabilirler. Örneğin, taraflar sözleşmenin en az üç yıl ve en fazla 10 yıl devam edeceğini kararlaştırmışlarsa, ilk üç yıl içinde franchising sözleşmesi sona erdirilemeyecek, ancak üç yılın yani asgari sürenin dolmasından sonra sözleşme olağan fesih ile taraflarca sona erdirebilecektir. On yılın sonuna kadar sözleşme taraflarca sona erdirilmemişse, bu durumda sözleşme kendiliğinden sona erecektir²⁸⁰.

3.1. Sözleşme Süresinin Geçerliliği

Franchising sözleşmesinde taraflar sözleşmenin sonsuz süreli olacağını kararlaştırabilecekleri gibi, belirli bir vade ya da son gün belirleyerek sözleşmenin devam etmesi gereken çok uzun bir süre de kararlaştırabilirler. Tarafların sözleşmenin sona ermesini birinin ölümü gibi gerçekleşmesi kesin olan ancak ne zaman gerçekleşeceği belli olmayan bir olaya bağlamaları uzun süre kararlaştırılmasına örnek gösterilebilir. Bu durumda da belirli süreli sözleşme vardır. Ancak konulmuş olan bu sürelerin geçerli olup olamayacağına ilişkin sorunlar ortaya çıkmaktadır.²⁸¹ Sözleşmede yer alan süreler sözleşme özgürlüğü prensibi çerçevesinde taraflarca belirlenir (TBK m. 26). Ancak her özgürlük gibi bu özgürlüğün de sınırı bulunmaktadır. Bu sınırı, emredici hukuk kuralları ve kişilik hakları oluşturur (TBK m. 27, TMK m. 23). Bu iki hükmün bir arada değerlendirilmesiyle sözleşmenin süresinin belirlenmesine ilişkin sınırı; hukuka aykırılık, ahlaka aykırılık ve kişilik haklarına aykırılık oluşturur. Bu itibarla sözleşme

²⁷⁸ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 169

²⁷⁹ Oktay, Saibe, *Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni*, s. 214-215; Tuzlu, Zeynep, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi*, s. 39.

²⁸⁰ Seliçi, Özer, *Borçlar Kanunu'na Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 71; Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 123; Kapancı, Berk, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Bunun Hukuki Sonuçları*, s. 1034

²⁸¹ Oktay, Saibe, *Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni*, s. 496; Seliçi, Özer, *Borçlar Kanunu'na Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 139.

için çok uzun bir süre veya sözleşmenin niteliği ile bağdaşmayacak şekilde kısa süre kararlaştırılmış olması halinde, sözleşme süresi TMK m. 23 hükmü uyarınca kişilik haklarına aykırılık teşkil edebileceği gibi TBK m. 27 uyarınca hukuka, ahlaka, kamu düzenine aykırılık da teşkil edebilecektir.²⁸²

Sözleşmenin uzun süre olarak kararlaştırılmasının TMK m. 23 anlamında kişinin özgürlüğünü kısıtladığının kabul edilmesi durumunda, bunun yaptırımın ne olacağı ise tartışmalıdır.²⁸³ Öğretide bir görüşe göre, TMK m. 23 f. 2 herhangi bir yaptırım içermediğinden bu hükme aykırılığın yaptırımı TBK m. 27 f. 1 çerçevesinde kesin hükümsüz olmalıdır. Bu görüşe göre, sözleşmenin kurulması anında taşıdığı süre kaydı nedeniyle sözleşme geçersizdir ve kısmi butlan uygulanarak geçersiz olan sözleşmenin geçerli hale getirilmesi mümkün değildir.²⁸⁴ Öğretide başka bir görüşe göre, kısmi hükümsüzlük uygulanmalı ve sözleşmenin ne kadar süre devam edeceği tarafların farazi iradeleri de dikkate alınarak hakim tarafından belirlenmelidir.²⁸⁵ Öğretide değişik kısmi hükümsüzlük görüşüne göre ise, sözleşmedeki süreyi düzenleyen hükmün tamamen geçersiz olduğu kabul edilmeli ve geçersiz olan kaydın yerine, uygun bir sözleşme süresi getiren geçerli bir hüküm hakim tarafından belirlenmelidir. Öğretide bir başka görüşe göre, sözleşmenin kesin hükümsüzlük ile geçersiz olmadığı ancak bu durumda özgürlüğü sınırlanan tarafa bir fesih hakkı verilmesi gerektiği ileri sürülmüştür.²⁸⁶

3.2. Sürenin Sona Ermesi

Franchising sözleşmesinde, belirli bir süre kararlaştırılmışsa, kural olarak belirlenen sürenin bitmesiyle sözleşme kendiliğinden sona erer. Belirlenen bu sürenin sonunda, sözleşme kendiliğinden sona erdiği için, tarafların ayrıca irade beyanında bulunmalarına, mahkeme kararı almalarına veya herhangi bir hukuki işlem yapmalarına gerek bulunmamaktadır.²⁸⁷

²⁸² Oktay, Saibe, *Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni*, s. 222.

²⁸³ Karabağ Bulut, *Medeni Kanun'un 23. Maddesinin Sözleşme Özgürlüğüne Getirdiği Sınırlamalar* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012, s. 236-241.

²⁸⁴ Kocayusufpaşaoğlu, Necip, Arpacı, Abdülkadir, Serozan, Rona, Hatemi, Hüseyin, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 25

²⁸⁵ Kocayusufpaşaoğlu, Necip, Arpacı, Abdülkadir, Serozan, Rona, Hatemi, Hüseyin, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 30; Oktay, Saibe, *Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni*, s. 225.

²⁸⁶ Oktay, Saibe, *Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni*, s. 227-228.

²⁸⁷ Akyol, Şener, *Dürüstlük Kuralı ve Hakkın Kötüye Kullanılması Yasağı*, s. 46; Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 169

Franchising sözleşmeleri uygulamada genellikle belirli süreli olarak akdedilmektedir ve sözleşmenin süre sonunda uzatılabileceğine ilişkin uzatma kayıtlarına yer verilmektedir.²⁸⁸ Taraflar, franchising sözleşmelerinde uzatma kaydına yer vermişlerse, bu durumda sözleşme sürenin sona ermesi ile kendiliğinden sona ermez. Öngörülen uzatma kaydına göre, kararlaştırılan sürenin bitmesinden önce belirli bir süre içinde taraflardan herhangi biri franchising sözleşmesine devam etmeyeceğini açıklamazsa, sözleşme belirli veya belirsiz bir süre için kendiliğinden uzamış sayılmaktadır. Burada yeni bir sözleşme değil, eski borç ilişkisinin hukuki etkisinin devam etmesi söz konusu olur. Bununla birlikte uzatma kaydında, belirli sürenin sona ermesinden sonra sözleşmenin ne kadar süre için uzayacağı kararlaştırılmamışsa, sözleşme, sürenin sona ermesinden sonra belirsiz süreli hale gelir. Bu konuda bir tereddüt bulunmamaktadır.²⁸⁹ Ancak uzatma kaydında, sözleşmenin yine belirli bir süre için uzayacağının kararlaştırıldığı hallerde, franchising sözleşmesinin belirli süreli sözleşme olarak mı devam edeceği yoksa belirsiz süreli sözleşme haline mi geleceği tartışmalıdır. Öğretideki bir görüşe göre, sözleşmenin belirli süre için uzayacağı kararlaştırılmışsa bu halde ilk belirlenen sürede sözleşmenin olağan fesih ile sona erdirilemeyeceği, daha sonra uzatılan süre ile ulaşılan süre boyunca sözleşmenin belirsiz hale geldiği kabul edilmektedir.²⁹⁰

Öğretide diğer bir görüşe göre ise, böyle bir durumda franchising sözleşmenin azami bir süre kararlaştırılmış gibi uzatılmış sayılacağı ileri sürülmektedir.²⁹¹ Biz de sözleşmenin belirli bir süre için uzayacağının kararlaştırıldığı durumlarda bu süre kadar uzadığının kabul edilmesi gerektiği kanaatindeyiz. Zira bağımsız tacir olarak taraflar, sözleşmenin ne zaman sona ereceğini ve ne kadarlık bir süre için uzayacağını açıkça kararlaştırmışlardır. Bu nedenle hakkın kötüye kullanılması teşkil

²⁸⁸Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi*, s. 141; Mendelsohn, Martin, *Franchising Law*, s. 277; Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 169; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 172.

²⁸⁹Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 169; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 172; Tuzlu, Zeynep, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi*, s. 38; Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi*, s. 141-142.

²⁹⁰Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 180-181; Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 158; İşgüzar, Hasan, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 140.

²⁹¹Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 169, dn. 951; Tuzlu, Zeynep, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi*, s. 37, Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 54; İşgüzar, Hasan, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 143; Tuzlu, Zeynep, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi*, s. 37-38). Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 172.

etmeyen durumlarda, tarafların açıkça belirlemiş oldukları süreye rağmen sözleşmenin belirsiz olduğunu kabul etmek sözleşme özgürlüğüne aykırılık oluşturacaktır. Bu itibarla sözleşmenin ne kadar süre için uzayacağını kararlaştırıldığı durumlarda, sözleşmenin belirli süreli olarak uzadığı kabul edilmelidir.

3.3. Taraflardan Birinin Ölümü, İflası, Fiil Ehliyetinin Kaybı veya Kısıtlanması

Kanunda düzenlenmiş bazı sözleşmelerde, taraflardan birinin ölümü, iflası, fiil ehliyetini kaybetmesi veya fiil ehliyetinin sınırlandırılması gibi durumların sözleşmenin kendiliğinden sona ermesine yol açacağı öngörülmüştür.²⁹² Belirtilen bu durumların franchising sözleşmesi bakımından da bir sona erme nedeni teşkil edip etmeyeceği konusunda öğretide acentelik sözleşmesine ilişkin hükümlerin kıyasen uygulanabileceği kabul edilmektedir.²⁹³ Acentelik sözleşmesine ilişkin TTK m. 121 f. 3'de ise müvekkilin veya acentenin iflası, ölümü veya kısıtlanması halinde vekalet sözleşmesine ilişkin TBK m. 513 hükmünün uygulanacağı düzenlenmiştir.²⁹⁴ Bu itibarla franchising sözleşmesi bakımından da taraflardan birinin ölümü, iflası, fiil ehliyetinin kaybı veya kısıtlanması hallerinde, TTK m. 513 hükmünün kıyasen uygulama alanı bulacağı kabul edilmelidir.

Vekâlet sözleşmesine ilişkin TBK m. 513 hükmünde, aksi sözleşmeden veya işin niteliğinden anlaşılmadıkça, vekilin veya müvekkilin ölümü, iflası veya fiil ehliyetinin kaybı durumunda, vekalet sözleşmesinin kendiliğinden sona ereceği düzenlenmiştir. Bu bağlamda aşağıda franchising sözleşmesi bakımından bu sebeplerin sona erme nedeni oluşturup oluşturmayacağı incelenecektir.

3.3.1. Taraflardan Birinin Ölümü

Franchising sözleşmesinde daha çok franchise verenin sahip olduğu franchise sistemi önem taşıdığından genellikle franchise verenin kişisel özellik ve yetenekleri

²⁹² Tuzlu, Zeynep, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi*, s. 38; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 171; Oğuzman, M. Kemal, Öz, Turgut, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, C. I, s. 580.

²⁹³ Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 184.

²⁹⁴ Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 646; Akıncı, Şahin, *Vekalet Sözleşmesinin Sona Ermesi*, Konya, Sayram Yayınları, 2004, s. 69-86; Sarı, Suat, *Vekalet Sözleşmesinin Tek Taraflı Olarak Sona Erdirilmesi*, İstanbul, Beşir Kitapevi, 2004, s. 58-63; Özkaya, Eraslan, *Vekalet Sözleşmesi ve Kötüye Kullanılması*, 2. bs., Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2005, s. 642-659; Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 1187-1190.

önem taşımamaktadır. Franchising sözleşmesinde, taraflar arasında özel güven ilişkisi kurulması, sözleşmenin nitelik ve özellikleri, franchise sisteminin başarıyla uygulanabilmesi, sürümün gereği gibi yapılabilmesi ve franchise sisteminin imajının korunabilmesi gibi hususlar franchise alanın kişisel özellik ve yeteneklerini önemli kılmaktadır. Bu nedenle franchise alanın ölmesi, aksi kararlaştırılmadığı takdirde franchising sözleşmesinin kendiliğinden sona ermesine yol açar.²⁹⁵ Bu nedenle franchise verenin ölümü, kural olarak aksi kararlaştırılmamışsa sözleşmenin kendiliğinden sona ermesine yol açmaz. Ancak franchise verenin kişisel özelliklerinin franchise alan bakımından önem taşıdığı durumlarda, franchise verenin ölümü halinde de sözleşmenin kendiliğinden sona ereceği kabul edilmelidir. Örneğin franchise sistemine konu malların franchise verenin el işçiliği ile imal edildiği durumlarda, işin mahiyeti gereği franchise verenin kişiliği önem taşıdığı için onun ölümü halinde franchising sözleşmesi kendiliğinden sona erecektir.²⁹⁶

3.3.2. Ehliyetin Kısıtlanması veya Kaybı

Franchising sözleşmesinde taraflardan birinin ehliyetinin kısıtlanması veya kaybı durumunda ölüme ilişkin sonuçların uygulanacağı kabul edilmektedir. Buna göre, franchise alanın fiil ehliyetinin kaybı ya da kısıtlanması halinde aksi kararlaştırılmamışsa sözleşme kendiliğinden sona erecektir.²⁹⁷ Ancak franchise alanın kısıtlanmasına yol açan hallerin geçici olduğu ve kısıtlama nedeninin makul ve beklenebilir olduğu hallerde, franchising sözleşmesinin franchise alanın vasisi ile devam edilebileceği ileri sürülmektedir.²⁹⁸

Franchise verenin fiil ehliyetinin kısıtlanması veya kaybı halinde ise aksi kararlaştırılmadığı takdirde franchising sözleşmesinin kendiliğinden sona ermeyeceği; ancak bu durumda franchise alanın sözleşmeyi haklı sebeple sona erdirebileceği kabul edilmektedir.²⁹⁹ Tarafların tüzel kişi olduğu durumlarda ise,

²⁹⁵ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 174; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 186

²⁹⁶ Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 185

²⁹⁷ Tuzlu, Zeynep, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi*, s. 43. Tandoğan, Haluk, *Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri*, s. 664; Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 162

²⁹⁸ Bilgili, Fatih, Demirkapı, Ertan, *Şirketler Hukuku*, Bursa, Dora, 2013, s. 108-119.

²⁹⁹ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 174; Kapancı, Berk, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Bunun Hukuki Sonuçları*, s. 1034-1035; Tuzlu, Zeynep,

bilindiği üzere tüzel kişiler zorunlu organlarının kurulmasıyla fiil ehliyeti kazanırlar. Ticaret şirketlerinde zorunlu organlarından birinin kaybı halinde, asliye ticaret mahkemesi şirketin durumunu kanuna uygun hale getirilmesi için bir süre belirler ve bu süre zarfında şirket kanuna uygun hale getirilmezse mahkeme şirketin feshine karar verir (TTK m. 530,636).³⁰⁰ Bu nedenle franchising sözleşmesinde şirket olan taraflardan birinin zorunlu organının kaybı halinde, bu kaybın sürekli hale gelmesi ile tüzel kişilik sona ereceğinden burada taraflardan birinin ölümüne ilişkin belirttiğimiz sonuçlar geçerli olur. Bununla birlikte şirketin zorunlu organını tamamlaması için hakimin uygun göreceği sürenin beklenmesi ve bu sürenin sonunda sözleşmenin feshedilip feshedilmeyeceğinin belirsiz olması nedeniyle diğer tarafın sözleşmeyi haklı sebeple feshedebileceği kabul edilmektedir.

3.3.3. Taraflardan Birinin İflası

Franchising sözleşmesinde taraflardan birinin iflası halinde sözleşme ilişkisi önemli ölçüde zedelenir. Nitekim iflasın açılması ile borçlunun masaya kaydolan malları üzerindeki tasarruf yetkisi kısıtlanmış olur.³⁰¹ Bu itibarla taraflardan birinin iflası, franchising sözleşmesinin devamını zorlaştırır ve sözleşme ile amaçlanan ekonomik menfaatlerin yerine getirilmesini büyük ölçüde engel olur. Ayrıca franchising sözleşmesinde franchise alan ve franchise veren zincirin bir halkasını oluşturması nedeni ile birinin iflası diğerinin de ticari itibarını zedeler. Bu nedenle taraflardan birinin iflası halinde aksi kararlaştırılmamışsa, franchising sözleşmesinin kendiliğinden sona ereceği kabul edilmelidir.³⁰² Bununla birlikte taraflardan biri hakkında iflas için karar alınması veya iflasın ilan edilmesi gibi durumların varlığı halinde, diğer tarafın sözleşmeyi haklı sebeple feshedebileceği sonucuna varılmalıdır.

Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi, s. 49-52; Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 186. Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 164-165; Kınacıoğlu, Naci, *Acente ve Acentelik Sözleşmesi*, Ankara, Yeni Desen Matbaası, 1963, s. 90; Ayan, Özge, *Acentenin Denkleştirme Talep Etme Hakkı*, s. 35-36.

³⁰⁰ Soykan, İ. Cem, *Anonim Ortaklıklarda Organ Yokluğu*, 1. bs., İstanbul, On iki Levha Yayıncılık, 2012, s. 255

³⁰¹ Altay, Sümer, *Türk İflas Hukuku*, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2004, s. 649

³⁰² Kuru, Baki, Arslanlı, Ramazan, Yılmaz, Ramazan, *İcra ve İflas Hukuku Ders Kitabı*, 27 bs., Ankara, Yetkin Yayınları, 2013, s. 509-548

3.4. Sözleşmenin Hukuki İşlemle Sona Erdirilmesi

3.4.1. Anlaşmayla Sona Erdirilmesi (İkale)

Franchising sözleşmesi ister belirli süreli olsun ister belirsiz süreli, taraflar anlaşarak her zaman sözleşmeyi sona erdirebilirler. Sözleşmenin anlaşarak sona erdirilmesi kural olarak herhangi bir şekle bağlı değildir. Bu nedenle taraflar, franchising sözleşmesini açık veya zımni olarak anlaşarak sona erdirebilirler.³⁰³

Anlaşma yoluyla sözleşmenin sona erdirilmesi kural olarak geçmişe etkili olur. Ancak franchising sözleşmesi sürekli borç ilişkisi doğuran bir sözleşme olduğu için tarafların sözleşmenin sona ermesine yönelik anlaşmalarının sözleşmeye etkisinin edimlerin ifa edilmesine başlanılıp başlanılmadığına göre belirlenmesi gerekir.³⁰⁴ Franchising sözleşmesinde edimlerin ifasına başlanmamışsa sona erdirmeye anlaşmasının etkisi, franchising sözleşmesinin ortadan kaldırılması sonucu doğurur. Bu durumda edimlerin ifasına henüz başlanmadığı için edimlerin geri verilmesi de söz konusu olmaz.³⁰⁵ Ancak sözleşmede sürekli edimlerin henüz ifasına başlanmamış olmakla birlikte, ani edim olarak kararlaştırılan karşı edimlerin yerine getirildiği hallerde, sona erdirmeye anlaşmasının sözleşme etkisinin ne olacağı tartışmalıdır.

Öğretide bir görüş, sona ermenin geçmişe etkili olacağını ve hukuki sebepten yoksun kalan ifa edilen edimlerin sebepsiz zenginleşmeye göre geri verileceğini kabul etmektedir.³⁰⁶ Öğretideki hakim görüş ise, sözleşmenin ileriye etkili sona erdiğini kabul etmekte ancak burada da yerine getirilmiş olan edimlerin geri verilmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Bu görüşe göre, geri verme borcunun dayanağı sebepsiz zenginleşme değil, sona erdirmeye anlaşmasına dayanmaktadır. Dolayısıyla burada tarafların sözleşmeyi sona erdirmesi, ani edimin geri verilmesine yönelik yeni borç yüklemektedir. Franchising sözleşmesinde sürekli edimlerin ifasına başlanmış olması halinde ise, tarafların sözleşmeyi anlaşarak sona erdirmeleri ileri

³⁰³ Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C. II*, İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1977, s. 413.

³⁰⁴ Demir Gökyayla, Cemile, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 181-182.

³⁰⁵ Tuzlu, Zeynep, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi*, s. 60-61; Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 167.

³⁰⁶ Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 168.

etkili sonuç doğuracaktır.³⁰⁷ Böyle bir durumda, sürekli borç ilişkisi doğuran franchising sözleşmesi sona erecek ve yeni bir borç doğmayacağı gibi yerine getirilen edimlerin iadesi de söz konusu olmayacaktır.

3.5. Tek Taraflı Hukuki İşlemle Sona Erdirme

3.5.1. Sözleşmenin İptal Edilmesi

Bütün borç ilişkilerinde olduğu gibi franchising sözleşmesi de irade sakatlıkları nedeniyle iptal edilebilir (TBK m. 30 vd.). TBK m. 39 uyarınca yanıltma veya aldatma sebebiyle ya da korkutulma sonucunda sözleşme yapan tarafın iptal hakkı söz konusu olur. Bu durumda irade sakatlığı ile sözleşme yapan taraf, yanıltma veya aldatmayı öğrendiği ya da korkutmanın etkisinin ortadan kalmasından itibaren başlayarak bir yıl içinde sözleşme ile bağlı olmadığını bildirerek sözleşme baştan itibaren geçersiz kılabilir.³⁰⁸

İptal kural olarak geçmişe etkilidir. Ancak sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşmelerde iptalin, ilişkinin niteliği ile bağdaşmadığı için ileriye etkili sonuç doğuracağı kabul edilmektedir.³⁰⁹ Bu itibarla franchising sözleşmesinin edimlerin ifasına başlanmasından sonra irade sakatlığı nedeniyle sözleşmenin iptali halinde, iptal ileriye etkili sonuç doğuracaktır. Bununla birlikte franchising sözleşmesinin edimlerinin ifasına başlamadan irade sakatlığı nedeniyle sözleşmenin iptal edilmesi halinde, iptal geçmişe etkili olacak ve sözleşmeyi baştan itibaren geçersiz kılacaktır.³¹⁰

³⁰⁷ Şenol, A. Nilay, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 168.

³⁰⁸ Tunçomağ, Kenan, *Türk Borçlar Hukuku*, s. 331-379; Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 120-182; Kılıçoğlu, Ahmet, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 181-214; Kocayusufoğlu, Necip, Arpacı, Abdülkadir, Serozan, Rona, Hatemi, Hüseyin, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 393-478.

³⁰⁹ Serozan, Rona, *Sözleşmeden Dönme*, s. 144-147.

³¹⁰ Buz, Vedat, *Borçlunun Temerrüdünde Sözleşmeden Dönme*, Ankara, Yetkin Yayınları, 1998, s. 81; Oğuzman, M. Kemal, *Türk Borçlar Kanunu ve İş Mevzuatına Göre Hizmet İş Akdinin Feshi (Doktora Tezi)*, İstanbul, İsmail Akgün Matbaası, 1955, s. 41

3.6. Sözleşmenin Feshi

Fesih, sürekli borç ilişkisi doğuran bir sözleşmenin ileriye etkili olarak taraflardan birinin tek taraflı yöneltilmesi gerekli bir irade beyanı ile sona erdirilmesidir. Feshin ileriye etkili olması; işlemiş ifa süresi için sürekli borç ilişkisini sona erdirmedeği ve feshin geçerli olacağı ana kadar doğan borçlara etki etmediği anlamına gelir. Fesih ile tüm sürekli borç ilişkilerinden doğmakta olan edim borçlarının bundan böyle doğmasına engel olunur.³¹¹ Bu nedenle franchising sözleşmesi de sürekli borç ilişkisi doğuran bir sözleşme olduğu için tarafların tek taraflı yöneltmesi gerekli bir irade beyanı ile sözleşmeyi sona erdirmesi fesih ile olur.

Fesih, sürekli borç ilişkisinin ifayı engelleyecek herhangi bir sebep olmaksızın sona erdirilebilmesi ile bir sebebin veya özel bir ifa engelinin varlığı halinde bu sebebe dayanılarak sona erdirilebilmesi açısından olağan (sürelî, bildirimli fesih) ve olağanüstü (süresiz, bildirimsiz) fesih olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.³¹²

Olağan fesih, belirsiz süreli bir borç ilişkisinin, taraflardan birinin herhangi bir sebebe dayanmasına gerek olmaksızın tek taraflı yöneltmesi gerekli irade beyanı ile ileriye etkili olarak sona erdirmesidir. Burada geleceğe etkili, gerçek ve teknik anlamda bir fesih söz konusu olur.³¹³

Franchising Sözleşmelerinin Olağanüstü Feshi Haklı ve esaslı bir sözleşmeyi sona erdirmeye nedeni bulunduğu takdirde, franchise alan ve veren, karşı tarafa varması gerekli tek bir irade beyanında bulunmak suretiyle sözleşmeyi olağanüstü olarak sona erdirebilir. Bu haklı neden her somut olayda ayrıca değerlendirilmelidir.

³¹¹ Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 414-415; Tuncay Kaplan, Emine, *İşverenin Fesih Hakkı Sınırları, Hüküm ve Sonuçları*, Ankara, Kadioğlu Matbaası, 1987, s. 14-15,32.

³¹² Feyzioğlu, F. Necmeddin, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C. II*, s. 414-415.

³¹³ Serozan, Rona, *Sözleşmeden Dönme*, s. 115-116.

BÖLÜM 4

4.1. Franchising Sözleşmesinin Hukuki Açıdan Değerlendirmesi

Franchising, günümüzde iş dünyasında büyümeyi stratejik hedef edinmiş işletmeler için sıklıkla kullanılan bir yöntem olup, franchising sözleşmesi konusu ile ilgili ülkemizde gerçekleştirilen çalışma sayısı azdır. Bunun yanı sıra sıklıkla kullanılmasına rağmen mevzuatta ve doktrinde tam olarak yeri belli olmayan franchising sözleşmesinin hukuki niteliğinin belirlenmesi önemlidir. Bu hususta yapmış olduğumuz çalışmada franchising sözleşmesi ile ilgili hipotezimiz; franchising sözleşmesinin karma sözleşme olduğu yönündedir.

H₀: Franchising sözleşmesi karma bir sözleşmedir.

Hipotezimizin değerlendirilmesi için literatür çalışması yapılmış ve Yargıtay Hukuk Daire”lerinin franchising sözleşmesiyle ilgili içtihadları tahlil edilmiştir.

Franchise sözleşmesinin satış, kira, vekâlet, hizmet, hasılat kirası sözleşmeleri gibi Borçlar Kanunu'nda yer alan sözleşme türlerine benzer yanları olduğu gibi, Ticaret Kanunumuz da yer alan acentelik ilişkisine de benzemektedir. Ancak belirtmek gerekir ki, franchise sözleşmelerini, yukarıda belirtilen sözleşme tiplerinden hiçbirine kesin çizgiler içinde oturtmak mümkün değildir. Bu nedenle doktrinde, kanunda düzenlenmediğinden dolayı isimsiz sözleşme olan franchise sözleşmesinin sui generis ya da karma bir sözleşme olduğuna dair çeşitli görüşler bulunmaktadır.

Franchise sözleşmesinin hukuki niteliği ortaya koyulmak istenirse, bu sözleşmenin doktrindeki diğer görüşlerin aksine kanunda düzenlenmemiş isimsiz bir sözleşme olduğu, tam iki tarafa borç yükleyen sürekli bir borç ilişkisi doğurduğu ve bir çerçeve sözleşme olduğu söylenebilir.

Franchising sözleşmesinin kanunda düzenlenmediği için isimsiz sözleşmeler arasında yer aldığı konusunda tereddüt yoktur. Ancak franchising sözleşmesinin isimsiz sözleşme türlerinden hangisine girdiği hususu öğretilerde tartışmalıdır. Öğretilerde bir görüş, franchising sözleşmesinin hukuki niteliğinin karma sözleşme olduğunu

ileri sürmektedir.³¹⁴ Bu görüşe göre, karma sözleşmeden bahsedebilmek için o sözleşmede kanunda düzenlenmiş en az bir sözleşmenin unsurlarının yer alması yeterlidir. Bu sebeple franchising sözleşmeleri, kanunda düzenlenmemiş sözleşmelerin yanında kanunda düzenlenmiş vekalet, hizmet gibi sözleşmelere ilişkin unsurları da barındırması nedeniyle karma niteliğinde bir sözleşmedir.³¹⁵ Bunun yanında franchising sözleşmesinin karma sözleşme olarak nitelendirilmesinin sözleşmeye uygulanacak kurallar bakımın önemli olduğu ve bunların belirlenmesinde kıyas ve yaratma kuramlarının uygulanmasının sözleşmenin amacına ve tarafların menfaatlerine daha uygun düşeceği ifade edilmektedir.³¹⁶

Öğretide, kanunda düzenlenmiş sözleşmenin unsurlarıyla kanunda düzenlenmemiş sözleşme unsurlarının bir araya gelmesiyle oluşan sözleşmenin hukuki niteliğinin karma mı kendine özgü sözleşme mi olduğu hususu tartışmalıdır. Öğretide bir görüş, bu sözleşmelerin karma sözleşme olarak nitelendirilmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Bu görüşe göre kendine özgü sözleşmeler, kanunda düzenlenmiş sözleşme tiplerine ilişkin herhangi bir unsur içermeyen ve tam anlamıyla yeni olan sözleşmelerdir.³¹⁷ Yargıtay da vermiş olduğu eski bir kararında, bir sözleşmenin Türk Borçlar Kanunu'nun özel hükümleri bölümünde gösterilen sözleşmeler ve bu bölümde öngörülmemiş sözleşmelerle birlikte yapılması durumunda, sözleşmenin niteliğinin karma olacağını belirtmiştir.³¹⁸ Bizim de katılmakta olduğumuz öğretide hakim görüş ise, bu sözleşmelerin kendine özgü sözleşme olduğunu kabul etmektedir.³¹⁹

Yargıtay franchise sözleşmesini şu şekilde tanımlamıştır: “Franchising, bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkını sahip tarafın belirli bir süre şart ve sınırlamalar dahilinde işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek sağlamak suretiyle imtiyaz hakkına konu ticari işleri yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği imtiyazdan

³¹⁴ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku*, s. 107-108; Ulaş, Dilber, *Franchising Sistemi*, s. 112

³¹⁵ Tuncer, Selahattin, *Hukuki Açıdan Franchising*, İstanbul, Beta Basım, 1999, s. 624; Yüksel, L. Hasan, *Franchise Sözleşmesinin Genel Olarak İncelenmesi, İfası ve Sona Ermesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s. 16

³¹⁶ Hatemi, Hüseyin, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, İstanbul, Filiz Kitapevi, 1999, s. 34; Topçu, H. Nurettin, *Franchising Sözleşmesi* s. 74

³¹⁷ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 53

³¹⁸ Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, *Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler)*, s. 28

³¹⁹ Kırca, Çigdem, *Franchise Sözleşmesi*, s. 49

doğan uzun dönemli ve sürekli bir iş ilişkileri bütünü olup, birbirinden bağımsız iki taraf arasında kurulan sözleşmesel ilişkidir”.³²⁰

Yukarıda da belirttiğimiz gibi franchise sözleşmesinin bir isimli sözleşme olarak karma sözleşme mi yoksa sui generis bir sözleşme mi olduğu doktrinde tartışmalıdır. Gürzumar’a göre bir kısmı kanunda düzenlenmiş ve bir kısmı kanunda düzenlenmemiş sözleşmelere ait unsurlar taşıması sebebiyle, franchise sözleşmesi bir karma sözleşmedir.³²¹

4.2. Franchising Sözleşmesine İçtihatların Tahlili

Bu bölümde “Yargıtay Hukuk Daire”lerinin franchising sözleşmesiyle ilgili önemli görülen içtihadları ve bu içtihadlar üzerine tahlillerimize değineceğiz. Bu amaçla öncelikle ilgili davanın kısa-özet bilgileri ve dairenin içtihatlarına değindikten sonra kısa kısa değerlendirmelerimize yer verilecektir.

YARGITAY 11.H.D., 2010/921 ESAS, 2011/11001 KARAR,

27.09.2011 tarihli kararı: “...Franchising sözleşmeleri Borçlar Kanunu hükümlerine tabi özel hukuk sözleşmeleri niteliğinde olup, aksi öngörülmedikçe şekil serbestisi ilkesi gereğince herhangi bir şekle bağlı olmaksızın kurulabilirler.” Yargıtay 17.H.D., 2013/8284 Esas, 2013/11290 Karar, 12.07.2013 tarihli kararı:”... Dava, franchising sözleşmesinin hükümlerinin ihlalinden kaynaklanan alacak istemine ilişkindir. Davanın, davacı ile davalı arasında yapılan franchise sözleşmesinin hükümlerinin ihlali iddiasıyla feshinden kaynaklanan alacak taleplerine ilişkin olduğu anlaşıldığından 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında bulunmayan uyuşmazlığın Asliye Ticaret Mahkemesinde görülüp, sonuçlandırılması gerekmektedir...” Yargıtay 17.H.D., 2013/2344 Esas, 2013/3450 Karar, 14.03.2013 tarihli kararı: “...Dava, franchising sözleşmesinde öngörülen yükümlülüklerle aykırılıktan kaynaklanan zararın tazmini istemine ilişkindir. Davalı şirket ile franchising sözleşmesi imzalayan davacı, davalının gerekli nitelikte mal temin

³²⁰ Yargıtay 19. Hukuk Dairesi 25.06.2001 tarih ve 2001/819 E.,2001/4917 K. sayılı, 25. 6. 2001 tarihli kararı

³²¹ Gürzumar, B. Osman, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukukten Korunması*, s.8-10

etmemesi vs. sebeplerle sözleşmedeki yükümlülüklerini yerine getirmemesi nedeniyle uğradığı zararın tazminini talep ettiği anlaşıldığından, genel hükümlerden kaynaklanan ve 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında bulunmayan uyuşmazlığın Asliye Ticaret Mahkemesinde görülüp, sonuçlandırılması gerekmektedir...”.

YARGITAY-11.HUKUK DAİRESİ-E.2016/1251-K.2017/633-T.7.2.2017

ÖZET: Bozma ilamından sonra temerrüt faizi hakkında kurulan hüküm fıkrasında, faizin türü ve oranına dair olarak bir belirleme yapılmamıştır. Denetime elverişsiz ve infazda tereddüde neden olacak şekilde hüküm kurulması doğru olmamış, bu sebeple asıl davaya dair kararın davacı şirket yararına bozulmasına karar vermek gerekmiştir. Asıl davada verilen ilk hüküm davacı tarafça temyiz edilmediği gibi, dairemizce de bu husus bozma nedeni yapılmamakla davalı yararına usuli kazanılmış hak oluşmuştur. Bu durumda, mahkemece usuli kazanılmış hak gözetilerek karar verilmesi gerekirken, yazılı şekilde bozma ilamına uyulduktan sonra alacağın davalıdan tahsiline hükmedilmesi doğru olmamış, kararın bozulması gerekmiştir.

Birleşen davada, davacının, franchise sözleşmesini davacı şirket adına imzalamış olması nedeniyle, sözleşmenin tarafı olmamasından dolayı haksız fesih iddiasına dayalı olarak davalıdan tazminat isteme hakkına sahip değildir. Bu itibarla mahkemece, davacının aktif dava ehliyetinin bulunmadığı gözetilerek, davacının açmış olduğu davanın reddine karar verilmesi gerekirken, bu davacı yönünden de davanın kabulüne karar verilmesi doğru olmamış, kararın bu sebeple de bozulması gerekmiştir. Yargıtay-11.Hukuk Dairesi tarafından E.2016/1251-K.2017/633-T.7.2.2017 sayılı kararda franchising sözleşmesinde edimin yerine getirilmememsinden doğan zararlar ve bu zararların tazminine yönelik kararda franchising sözleşmesinin ruhuna uygun olarak isabetli kararlar verildiği görülmektedir. Dolayısıyla frchising sözleşmesine aykırı davranıştan doğan sorumluluğa ilişkin emsal nitelikte bir karar görülmektedir. Ayrıca kararda aşağıdaki hukuksal konuların franchising sözleşmesiyle ilişkilerine değinilmiştir;

- Sözleşmeyi Şirket Adına İmzalama: Sözleşmenin tarafı olmamasından dolayı haksız fesih iddiasına dayalı olarak davalıdan tazminat isteme hakkına sahip olunmadığı
- Usuli Kazanılmış Hak: Mahkemece usuli kazanılmış hak gözetilerek karar verilmesi gerekirken bozma ilamına uyulduktan sonra alacağın davalıdan tahsiline hükmedilmesinin doğru olmadığı
- Temerrüt Faizi Hakkında Kurulan Hüküm: Denetime elverişsiz ve infazda tereddüde neden olacak şekilde kurulan hükmün doğru olmadığı

YARGITAY-8.HUKUK DAİRESİ-E.2014/21221-K.2016/12624-27.9.2016

ÖZET: Dava İİK'nun 96 ve devamı maddeleri gereğince 3. kişi tarafından açılmış istihkak istemine ilişkindir. Dosya içerisinde bulunan Ticaret sicil bilgileri ve vergi kayıtlarına göre; davacı şirketin haciz adresine sonradan taşındığı, davalı borçlunun ise iki adreste faaaliyet gösterdiği, şube adreslerinin de davacının faaliyet gösterdiği adreslere isabet etmediği görülmektedir. Öte yandan, dava konusu haciz sırasında davalı borçluya ait marka tescil belgesine, davalı borçluya ait sevk irsaliyelerine ve antetli zarflara rastlanmışsa da, taraflar arasında akdedilen ve geçerli bir franchise sözleşme bulunması sebebiyle özellikle marka tescil belgesinin ve antetli kağıtların bulunması olağandır. Önemle ifade etmek gerekir ki, taraflar arasında yapılan sözleşme marka lisans sözleşmesi veya finansal kiralama (leasing) sözleşmesi olmayıp, franchise sözleşmesidir. Ayrıca, faaliyetine son veren borçlu şirkette çalışan bir kişinin daha sonra davacı şirkette çalışması durumu da tek başına taraflar arasında danışıklı işlemler yapıldığının kanıtı için yeterli değildir. Öte yandan, hükmün gerekçe kısmında belirtildiğinin aksine, takip borçlusu şirketin Vergi yoklama fişlerinde belirtilen haciz adresinde şube olarak faaliyet gösterdiğine ilişkin olarak dosyaya yansıyan bilgi ve belge de bulunmamaktadır. Kaldı ki, tüm bu bilgiler ışığında haczin davacı 3.kişi şirketin sicil adresinde yapılmış olması, adresin borçlunun adres bilgileriyle irtibatlandırılmaması hususu dikkate alındığında haczin İİK'nun 99. maddesine göre yapılması gerektiği, bu doğrultuda da somut olayda mülkiyet karinesinin de 3.kişi yararına olduğu, karinenin aksinin alacaklı tarafından güçlü ve inandırıcı delillerle ispatlanması gerektiği ve davalının dayandığı deliller ile bu karinenin aksini kanıtlamadığı kabul edilmelidir. Yukarıda açıklanan

sebeplerle, davanın kabûlüne karar verilmesi gerekirken, delillerin değerlendirilmesinde hataya düşülerek yazılı şekilde davanın reddine karar verilmesi doğru olmamış, hükmün bu nedenle bozulmasına karar vermek gerekmiştir. Yargıtay-8.Hukuk Dairesinin E.2014/21221-K.2016/12624-T.27.9.2016 sayılı kararında hukuksal konuların franchising sözleşmesiyle ilgili etkilerine değinilmiştir;

- İstihkak Davası: Olayda mülkiyet karanesinin üçüncü kişi yararına olduğu/karinenin aksinin alacaklı tarafından güçlü ve inandırıcı delillerle ispatlanması gerektiği ve davalının dayandığı deliller ile bu karinenin aksini kanıtlayamadığı - davanın kabûlüne karar verilmesi gerektiği

- Franchise Sözleşmesi: Dava konusu haciz sırasında davalı borçluya ait marka tescil belgesine davalı borçluya ait sevk irsaliyelerine ve antetli zarflara rastlanmışsa da taraflarca akdedilen ve geçerli bir franchise sözleşme bulunması sebebiyle marka tescil belgesinin ve antetli kağıtların bulunmasının olağan olduğu.

- Danışıklı İşlemler: Faaliyetine son veren borçlu şirkette çalışan bir kişinin daha sonra davacı şirkette çalışması durumunun da tek başına taraflar arasında danışıklı işlemler yapıldığının kanıtı için yeterli olmadığı - istihkak davası.

- Mülkiyet Karanesi: Haczin davacı üçüncü kişi şirketin sicil adresinde yapılmış olması adresin borçlunun adres bilgileriyle irtibatlandırılmaması hususu dikkate alındığında haczin 2004 s. iik'nun 99. md. hükmüne göre yapılması gerektiği - somut olayda mülkiyet karanesinin de üçüncü kişi yararına olduğu/istihkak davası

YARGITAY-3.HUKUK DAİRESİ-E.2019/1596-K.2019/9672-T.3.12.2019

ÖZET : Davacı, davacı ile düzenlenen sözleşme ile kiracı olduğunu, iş yerinin onaylı projesine aykırı değişiklikler yapıldığının tespit edilmesi üzerine işletmesinin mühürlendiğini ve ticari faaliyetine son verildiğini, işyerine masraf yaptığını, eşyaların bir kısmının dava konusu işyerine uygun olduğundan söküp götürülmesi veya başka şekilde değerlendirilmesinin mümkün olmadığını belirterek kira sözleşmesinin haklı feshi nedeniyle şimdilik 10.000 TL'nin fesih tarihinden itibaren reeskont faizi ile tahsiline karar verilmesini talep etmiş, ıslah dilekçesi ile 58.900 TL'nin tahsilini istemiştir. Taraflar arasında düzenlenen, 20/05/2011 tarihli, teslim ve tesellüm belgesi başlıklı belgede, 5 kalem olarak belirtilen eşyaların bedelsiz olarak mal sahibine bırakıldığı belirtilmiş olup söz konusu belgede bedelsiz

bırakılacağı belirtilen imalatlar arasında havalandırma sistemi ile aydınlatma ve elektrik sistemi bulunmaktadır. Ayrıca ilk hükme esas alınan bilirkişi raporunda da 20/05/2011 tarihli belgede yer alan imalatların bedeli düşülerek davacının zararı 58.900 TL olarak belirlenmiş ve bu miktarda tazminata hükmedilmiş, bu husus temyiz sebebi yapılmamıştır. Bu durumda, bedelsiz olarak mal sahibine bırakılacağı kararlaştırılan havalandırma sistemi ile aydınlatma ve elektrik sistemi bedeline hükmedilmesi doğru görülmemiş, aynı zamanda usuli kazanılmış hakkın ihlali niteliğinde de olan hükmün bozulmasına karar vermek gerekmiştir. Yargıtay-3.Hukuk Dairesinin E.2019/1596-K.2019/9672-T.3.12.2019 sayılı kararında;

- Tazminat Davası: Kira sözleşmesinin haklı feshi nedeniyle - bedelsiz olarak mal sahibine bırakılacağı kararlaştırılan havalandırma sistemi ile aydınlatma ve elektrik sistemi bedeline hükmedilmesi doğru görülmemiş aynı zamanda usuli kazanılmış hakkın ihlali niteliğinde de olan hükmün bozulmasına karar vermek gerektiği.

- Kira Sözleşmesinin Haklı Feshi Nedeniyle Tazminat İstemi: Bedelsiz olarak mal sahibine bırakılacağı kararlaştırılan havalandırma sistemi ile aydınlatma ve elektrik sistemi bedeline hükmedilmesinin doğru görülmediği - aynı zamanda usuli kazanılmış hakkın ihlali niteliğinde de olan hükmün bozulması gerektiği.

konularına değinilmiş ve bu hukusal meselelerin franchising sözleşmesinde uygulamasına güzel bir örnek karar verilmiştir.

YARGITAY-11.HUKUK DAİRESİ-E.2016/1251-K.2017/633-T.7.2.2017

ÖZET : Bozma ilamından sonra temerrüt faizi hakkında kurulan hüküm fıkrasında, faizin türü ve oranına dair olarak bir belirleme yapılmamıştır.Denetime elverişsiz ve infazda tereddüde neden olacak şekilde hüküm kurulması doğru olmamış, bu sebeple asıl davaya dair kararın davacı şirket yararına bozulmasına karar vermek gerekmiştir. Asıl davada verilen ilk hüküm davacı tarafça temyiz edilmediği gibi, Dairemizce de bu husus bozma nedeni yapılmamakla davalı yararına usuli kazanılmış hak oluşmuştur. Bu durumda, mahkemece usuli kazanılmış hak gözetilerek karar verilmesi gerekirken, yazılı şekilde bozma ilamına uyulduktan sonra alacağın davalıdan tahsiline hükmedilmesi doğru olmamış, kararın bozulması gerekmiştir.

Birleşen davada, davacının, franchise sözleşmesini davacı şirket adına imzalamış olması nedeniyle, sözleşmenin tarafı olmamasından dolayı haksız fesih iddiasına dayalı olarak davalıdan tazminat isteme hakkına sahip değildir. Bu itibarla mahkemece, davacının aktif dava ehliyetinin bulunmadığı gözetilerek, davacının açmış olduğu davanın reddine karar verilmesi gerekirken, bu davacı yönünden de davanın kabulüne karar verilmesi doğru olmamış, kararın bu sebeple de bozulması gerekmiştir. Yargıtay-11.Hukuk Dairesinin E.2016/1251-K.2017/633-T.7.2.2017 sayılı kararında;sözleşmenin tarafı olmamasından dolayı haksız fesih iddiasına dayalı olarak davalıdan tazminat isteme hakkına sahip olunmadığı, mahkemece usuli kazanılmış hak gözetilerek karar verilmesi gerekirken bozma ilamına uyulduktan sonra alacağın davalıdan tahsiline hükmedilmesinin doğru olmadığı, denetime elverişsiz ve infazda tereddüde neden olacak şekilde kurulan hükmün doğru olmadığı üzerine içtihatlarla yer verilmiş ve franchising sözleşmesinde uygulanmasına örnek nitelikte bir karar olmuştur.

YARGITAY-8.HUKUK DAİRESİ-E.2014/21221-K.2016/12624-T.27.9.2016

ÖZET: Dava İİK'nun 96 ve devamı maddeleri gereğince 3. kişi tarafından açılmış istihkak istemine ilişkindir. Dosya içerisinde bulunan Ticaret sicil bilgileri ve vergi kayıtlarına göre; davacı şirketin haciz adresine sonradan taşındığı, davalı borçlunun ise iki adreste faaaliyet gösterdiği, şube adreslerinin de davacının faaliyet gösterdiği adreslere isabet etmediği görülmektedir. Öte yandan, dava konusu haciz sırasında davalı borçluya ait marka tescil belgesine, davalı borçluya ait sevk irsaliyelerine ve antetli zarflara rastlanmışsa da, taraflar arasında akdedilen ve geçerli bir franchise sözleşme bulunması sebebiyle özellikle marka tescil belgesinin ve antetli kağıtların bulunması olağandır. Önemle ifade etmek gerekir ki, taraflar arasında yapılan sözleşme marka lisans sözleşmesi veya finansal kiralama (leasing) sözleşmesi olmayıp, franchise sözleşmesidir. Ayrıca, faaliyetine son veren borçlu şirkette çalışan bir kişinin daha sonra davacı şirkette çalışması durumu da tek başına taraflar arasında danışıklı işlemler yapıldığının kanıtı için yeterli değildir. Öte yandan, hükmün gerekçe kısmında belirtildiğinin aksine, takip borçlusu şirketin Vergi yoklama fişlerinde belirtilen haciz adresinde şube olarak faaliyet gösterdiğine ilişkin olarak dosyaya yansıyan bilgi ve belge de bulunmamaktadır. Kaldi ki, tüm bu

bilgiler ışığında haczin davacı 3.kişi şirketin sicil adresinde yapılmış olması, adresin borçlunun adres bilgileriyle irtibatlandırılmaması hususu dikkate alındığında haczin İİK'nun 99. maddesine göre yapılması gerektiği, bu doğrultuda da somut olayda mülkiyet karinesinin de 3.kişi yararına olduğu, karinenin aksinin alacaklı tarafından güçlü ve inandırıcı delillerle ispatlanması gerektiği ve davalının dayandığı deliller ile bu karinenin aksini kanıtlamadığı kabul edilmelidir. Yukarıda açıklanan sebeplerle, davanın kabülüne karar verilmesi gerekirken, delillerin değerlendirilmesinde hataya düşülerek yazılı şekilde davanın reddine karar verilmesi doğru olmamış, hükmün bu nedenle bozulmasına karar vermek gerekmiştir. Yargıtay-8.Hukuk Dairesinin E.2014/21221-K.2016/12624-T.27.9.2016 sayılı kararında, olayda mülkiyet karinesinin üçüncü kişi yararına olduğu/karinenin aksinin alacaklı tarafından güçlü ve inandırıcı delillerle ispatlanması gerektiği ve davalının dayandığı deliller ile bu karinenin aksini kanıtlamadığı - davanın kabülüne karar verilmesi gerektiği, dava konusu haciz sırasında davalı borçluya ait marka tescil belgesine davalı borçluya ait sevk irsaliyelerine ve antetli zarflara rastlanmışsa da taraflarca akdedilen ve geçerli bir franchise sözleşme bulunması sebebiyle marka tescil belgesinin ve antetli kağıtların bulunmasının olağan olduğu, faaliyetine son veren borçlu şirkette çalışan bir kişinin daha sonra davacı şirkette çalışması durumunun da tek başına taraflar arasında danışıklı işlemler yapıldığının kanıtı için yeterli olmadığı - istihkak davası, haczin davacı üçüncü kişi şirketin sicil adresinde yapılmış olması adresin borçlunun adres bilgileriyle irtibatlandırılmaması hususu dikkate alındığında haczin 2004 s. iik'nun 99. md. hükmüne göre yapılması gerektiği - somut olayda mülkiyet karinesinin de üçüncü kişi yararına olduğu/istihkak davası üzerinde durulmuştur. Yine bu kararda da franchising sözleşmesinde uygulam üzerine önemli icthadi nitelikte kararlar verilmiştir.

SONUÇ

Franchising sözleşmesi, günümüzde yaygınlığı her geçen gün artmakta olan, kanunlarca düzenlenmemiş bir isimsiz sözleşme çeşididir. Franchising iki tarafa borç yükleyen, sürekli borç ilişkisi doğuran çerçeve niteliğinde bir sözleşmedir. Bu sözleşme ile franchise veren, franchise alana franchise sistemini ve onu oluşturan marka, ticaret unvanı, know-how gibi gayrimaddi haklarını kullanarak mal veya hizmetlerin sürümünü yapma yetkisi vermeyi ve onu franchise ağına dahil ederek faaliyeti süresince sürekli olarak desteklemeyi taahhüt etmekte; buna karşılık franchise alan ise franchise verenin gayrimaddi haklarını kullanarak ve onun vermiş olduğu talimatlara uyarak kendi ad ve hesabına mal veya hizmetlerin sürümünü yapmayı ve bunların karşılığında belirli bir ücret ödemeyi taahhüt etmektedir.

Franchising sözleşmeleri rekabeti sınırlayıcı düzenlemeler içermesi ve dikey bir anlaşma olması nedeniyle, bu sözleşmelere RKHK ve 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği uygulama alanı bulur. Franchising sözleşmeleri uygulamada standart sözleşme şeklinde yapılmaktadır. Ekonomik yönden daha güçlü konumda olan franchise veren tarafından bu sözleşmeler, önceden tek taraflı olarak hazırlanmakta ve franchise alana sunulmaktadır. Franchise veren, franchising sözleşmesini tek taraflı olarak önceden formüler bir metin olarak düzenlediğinden, franchise alanın onun karşısında çoğu zaman bu hükümlere itiraz edebilme imkanı bulunmamaktadır. Bu şekilde sözleşmenin bir tarafının, sözleşmenin yapılması sırasında diğer tarafa sunduğu ve ileride çok sayıda benzer sözleşmede kullanmak üzere önceden tek başına hazırlayıp düzenlediği sözleşmenin hükümleri genel işlem koşulunu oluşturmaktadır. Bu nedenle standart sözleşme şeklinde hazırlanan franchising sözleşmesine ilişkin hükümlerin genel işlem koşulu teşkil etmesi mümkündür. Böyle bir durumda, TBK’da düzenlenen genel işlem koşullarına ilişkin hükümlerin uygulanması gündeme gelecektir.

Franchising sözleşmesinin unsurlarını, franchise alanın bağımsız olması, franchise sisteminin varlığı ve bunun franchise alana kullandırılması, franchise alanın mal veya hizmetlerin sürümünü artırması, franchise verenin franchise alana desteklemesi ve franchise alanın franchise bedeli ödemekle yükümlü olması oluşturur.

Franchising sözleşmesinde franchise verenin kendisine ait franchise sistemini franchise alana kullandırma ve franchise alanın da bunu kullanma yükümlülüğü asli yükümlülüklerini oluşturur. Bu yükümlülük, franchise verenin sistem içinde yer alan gayrimaddi mallarını franchise alana kullandırma ve bunların kullanımının devamını sağlama borcunu ifade etmektedir. Franchising sözleşmesinde taraflar tek bir imaj altında faaliyet göstererek maksimum oranda sürümün artırılmasını amaçlarlar. Sürümün artırılabilmesi için franchise alanın sisteme entegre olması ve müşteriler karşısında sistemin bir parçasıymış gibi izlenim vermesi gerekir. Bu da ancak franchise sistemi ve sistemin işlemesi için gerekli olan gayrimaddi malların franchise alan tarafından kullanılması ile mümkün olur.

Franchising sözleşmesinde tarafların karşılıklı güven ilişkisi ve sürümü artırma yönündeki ortak amaçları, franchise verenin franchise alanı sistemden en verimli şekilde yararlanabilmesi ve sürümü artırma borcunu yerine getirebilmesi için desteklemekle yükümlülüğünü ortaya çıkarır. Bu yükümlülük, franchise verenin asli edim yükümlülüklerinden biridir ve franchising sözleşmesinin esaslı unsurlarından birisini oluşturur. Franchise veren bu yükümlülüğü çerçevesinde, franchise alana işletmenin kurulmasında ve donanımında destek olma, gerekli belge ve malzemeleri verme, bilgi ve eğitim verme, reklam yapma gibi çeşitli edimler de üstlenmektedir.

Franchise veren, franchising sözleşmesi ile franchise alana bu sıfatıyla yürüteceği faaliyetleri için belli bir münhasır bölge tahsis etme ve bu bölgede üçüncü kişilerle franchise sözleşmesi kurmama borcu altına girebilmektedir. Böyle bir durumda franchise veren, kararlaştırılan münhasır bölgede üçüncü kişilere franchise vermeme ve sürümü yapılan mal veya hizmetleri bu bölgede doğrudan satmama yükümlülüğü altında olur. Ancak RKHK m. 4'de mal veya hizmet piyasalarının bölüşülmesi ile her türlü piyasa kaynaklarının veya unsurlarının paylaşılması ya da kontrolü niteliğindeki anlaşmalar ve uyumlu eylemler, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı hallerden sayılarak yasaklanmıştır. Bu nedenle ancak 2002/2 sayılı Tebliğ md 4'de tanınan istisnalar kapsamında münhasır bölgenin belirlenmesi mümkün olabilecektir.

Franchising sözleşmesinin temel amacını sözleşme konusu mal veya hizmetlerin sürümünün yapılması oluşturur. Bu nedenle franchising sözleşmesinde

franchise alanın esaslı ve asli edim yükümlülüklerinin temelini franchise verenin üretim, işletme ve pazarlama sistemindeki mal veya hizmetlerinin sürümünü kendi ad ve hesabına yapma ve destekleme yükümlülüğü oluşturur.

Franchising sözleşmesinde; franchise alanların sisteme entegre olması ve franchise işletmelerinin tüketici nezdinde franchise verenin birer şubesiymiş gibi algılanabilmesi ve tüm franchise işletmelerinde mal veya hizmetlerinin sürümünün aynı standart ve kalitede yapılması amaçlanır. Bu amacın yerine getirilebilmesi için franchise verenin franchise alana birtakım talimatlarda bulunması; franchise alanın da onun bu talimatlarına uyması gerekir. Bu nedenle franchise alanın franchise vereni talimatlarına uyma yükümlülüğü asli yükümlülüklerinden birisini oluşturur.

Franchise alanın franchise verenin menfaatlerini koruma yükümlülüğü, franchising sözleşmesinden doğan en önemli yükümlülüklerinden birisini oluşturur. Franchising sözleşmesi, sürekli borç ilişkisi doğuran bir sözleşme olması nedeniyle taraflar arasında özel bir güven ilişkisi ve karşılıklı sadakat borcu kurar.

Franchising sözleşmesi, sürekli borç ilişkisi doğuran bir sözleşme olduğu için sözleşmenin sona ermesi, sürenin bitmesi, tarafların şahsi niteliklerinin önem taşıdığı hallerde taraflardan birinin ölümü, iflası, fiil ehliyetini kaybetmesi ya da tarafların tek taraflı yöneltmesi gerekli bir irade beyanı ile ileriye etkili olarak fesih ile sona erdirilebilmektedir. Franchising sözleşmesinde fesih, sürekli borç ilişkisinin ifayı engelleyecek herhangi bir sebep olmaksızın sona erdirilebilmesi ile bir sebebin veya özel bir ifa engelinin varlığı halinde bu sebebe dayanılarak sona erdirilebilmesi açısından olağan ve olağanüstü fesih şeklinde yapılabilmektedir. Franchising sözleşmesinin olağan fesih ile sona erdirilmesinde adi ortaklık sözleşmesine ilişkin hükmün kıyasen uygulanması ile altı aylık fesih ihbar süresinin kabul edilmesi gerektiği kanaatindeyiz.

Franchising sözleşmesinin sona ermesi durumunda bu münferit sözleşmelere ilişkin yükümlülüklerin devam edip etmeyeceği ayrı bir sorun oluşturur. Franchising sözleşmesinin sona ermesinin münferit sözleşmelere etkisinin ne olacağı hususu, her somut olay açısından sözleşmenin sona erme sebepleri nazara alınarak incelenmelidir. Sözleşmenin süresinin dolması, olağan fesih hakkının kullanılması veya taraflardan birinin ölmesi ile sona erdiği durumlarda, münferit satış sözleşmelerine bir etkisi olmaz ve tarafların bu sözleşmelerden doğan

yükümlülükleri yerine getirmeleri gerekir. Ancak sözleşmenin haklı sebeple feshedilmesi durumunda, haklı sebebin münferit satış sözleşmesinin de yerine getirilmemesini haklı kılacak nitelikte olduğu kabul edilebiliyorsa münferit satış sözleşmelerinin yerine getirilmesi beklenemez.

Franchise alanın franchising sözleşmesinin sona ermesi ile birlikte sözleşme gereği kendisine sunulmuş olan gayrimaddi malların kullanımına son verme ve bunlara ilişkin malzemeleri franchise verene iade etme yükümlülüğü doğar. Franchise alanın sözleşmenin sona ermesinden sonra kullanmama ve iade yükümlülüğüne aykırı davranması, sözleşme sonrası dürüstlük kuralından kaynaklanan culpa post contrahendum sorumluluğuna yol açacağı gibi franchise verenin gayrimaddi malları üzerindeki münhasır haklarının ihlalinden doğan sözleşme dışı sorumluluğuna da yol açabilir.

Franchise alanın sözleşme ilişkisi çerçevesinde sürümünü yaptığı mal ve hizmetler nedeniyle oluşturduğu müşteri çevresini sözleşmenin sona ermesi ile franchise verene bırakmasının ve franchise verenin aynı müşteri çevresinden sözleşmenin sona ermesinden sonra yararlanmaya devam etmesinin karşılığı olarak denkleştirme isteminde bulunma hakkı vardır. TTK m. 122 f. 5’de hakkaniyete aykırı düşmedikçe bu hükmün tek satıcılık ile benzeri diğer tekel hakkı veren sürekli borç ilişkilerinin (franchising sözleşmesi, marka lisans sözleşmesi) sona ermesi halinde de uygulanacağı belirtilmiştir. Bu nedenle franchising sözleşmesinde franchise alanın denkleştirme istemine TTK m. 122 hükmü doğrudan uygulama alanı bulmaktadır.

Franchising sözleşmesinin hukuki niteliği konusunda doktrinde bir görüş birliği bulunmadığı yaptığımız çalışmada gözlemlenmiş olup, sonuç olarak Franchising sözleşmesinin hem belli bölümlerinin kanunda düzenlenmiş olması hem de belli bölümlerinin kanunda düzenlenmemiş olması, dolayısıyla yaptığımız çalışmada göstergeleri ile sözleşmenin kanunda düzenlenmiş ya da düzenlenmemiş sözleşmelere ilişkin unsurları bünyesinde barındırmakta olduğunu tespit etmiş bulunmakta olmamız vesilesi ile Franchising sözleşmesi karma nitelikli bir sözleşme olduğu neticesine varmış bulunmaktayız.

KAYNAKÇA

Acheson, Keith, Ferris, Stephen, Retail And Wholesale Trade Services In Canada, Singapore, 1988, s.141.

Akat, Ömer, Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi, 1.Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa,1996, s.1007.

Aksoy, M. Nazlı, Rekabetin Korunması Hakkında Kanuna Aykırılığın Özel HukukAlanındaki Sonuçları, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 52, Ankara, 2004, s. 36.

Aksu, Mustafa, Uluslararası Pazarlamanın Önemi ve Dışa Açılma Düşüncesinde Olan İşletmelerin Dikkate Alması Gereken Faktörler, Pazarlama Dünyası, 1993, s.20

Akyol, Şener, Dürüstlük Kuralı ve Hakkın Kötüye Kullanılması Yasağı, 2. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2006, s. 75-82

Alpar, Cem, Hizmet Sektörü, Dünya, 1994, s.4

Altay, Sümer, Türk İflas Hukuku, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2004, s. 649

Altınok Ormancı, Pınar, Franchise Sözleşmesinin Haklı Sebep Feshinde Hizmet ve Adi Ortaklık Sözleşmelerine İlişkin Hükümlerden Yararlanılıp Yararlanılamayacağı Sorunu, TAAD, 2013, 13: 379

Altınok Ormancı, Pınar, Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2011, s. 379-380

Arbek, Ömer, Fikir ve Sanat Eserlerine İlişkin Lisans Sözleşmesi, Ankara, Yetkin Yayınları, 2005, s. 68-72

Ardahan, Faik, Turizmde Franchising ve Türkevi Pansiyonları Franchising Model Önerisi ve Uygulaması, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003, Konya, s.177.

Aslan, İ. Yılmaz, Rekabet Hukukunda Dikey Anlaşmalar, Ankara Barosu Uluslararası Hukuk Kurultayı Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku, Ankara, 2002, s. 84-85

Aslanoğlu, Suphi, Bir Büyüme Stratejisi Olarak Franchising Sistemi, Firmalar Açısından Önemi, Mevzuat Boyutu ve Muhasebe Uygulaması, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 2007, 9(1): 78

Atamer, M. Yeşim, Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması Çerçevesinde Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi, İstanbul, Beta Basım, 2001, s. 48

Ayan, Özge, Acentenin Denkleştirme Talep Etme Hakkı, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2008, s.19-20

Ayanoğlu, Ejder, Franchising ve Türkiye’deki Uygulaması, Vergi Dünyası, 1996, 176:81.

Ayata, Yeşim, Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2015, s.20

Aydın, Nizamettin, Kacker, Madhav, International Outlook of US-Based Franchisors, International Marketing Rewiew, 1990, 7(2):47.

Aydoğdu, Murat, Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Bakımından Franchise Anlaşmalarında Grup Muafiyeti, İzmir, 2001, s. 6-7

Ayrancı, Hasan, Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, 10. bs. Ankara, Yetkin Yayınları, 2014, s. 57

Ayrancı, Hasan, Ön Sözleşme, Ankara, Yetkin Yayınları, 2004, s. 107

Barlas, Nami, Adi Ortaklık Temeline Dayalı Sözleşme İlişkileri, 3. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2012, s. 809-817.

Barrow, Colin, Golzen, Godfrey, Taking Up A Franchising, Fifth Edition, London, 1988, s. 326-327

Başpınar, Veysel, Borç Sözleşmelerinin Kısmi Butlanı, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 1998, s. 29

Beisel, L. John, Contemporary Retailing, New York Mac Millan Publishing, Company, 1987, s.99.

Bilge, Necip, Borçlar Hukuku Özel Borç Münasebetleri, Ankara, Sevinç Matbaası, 1971, s. 14

Bilgili, Fatih, Demirkapı, Ertan, Şirketler Hukuku, Bursa, Dora, 2013, s. 108-119.

Boso, Burcu, Rekabet Hukuku Açısından Franchise Sözleşmeleri, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, s. 23

Bulur, Caner, Tek Satıcılık Sözleşmesi ile Franchise Sözleşmesinin Karşılaştırılması, Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2011, 8(2): 767-768.

Burak Ongan, Sınai Haklara İlişkin Lisans Sözleşmelerinde Tarafların Hukuki Durumu, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2007, s. 17, 31.

Buz, Vedat, Borçlunun Temerrüdünde Sözleşmeden Dönme, Ankara, Yetkin Yayınları, 1998, s. 81

Büyükokutan, Melek, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yönetim Sorunlarının Çözümünde Etkin Bir Araç Olarak Franchising Sistemi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995, s.92-93

Büyükokutan, Melek, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yönetim Sorunlarının Çözümünde Etkin Bir Araç Olarak Franchising Sistemi, s.93

Cebeci, Rıfat, Franchising Rehberi, KOSGEB Girişimciliği Destekleme Merkezi Yayınları, Ankara, 2005, s. 4

Craig, Paul, de Búrca, Gráinne, EU Law Text, Cases, and Materials, Fifth Edition, New York, Oxford University Press, 2011, s. 1000.

Çınaroğlu, Serpil, Rekabet Hukukunda Dikey Birleşmeler: Etkinlik ve Rekabet, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:25, Ankara, 2003, s. 3

Dant, P. Rajiv, Kaufmann, J. Patrick, Audhesh K. Paswan, Ownership Redirection in Franchised Channels, Journal of Public Policy&Marketing, 11(1): 34.

Dears, D. Don, The New Entrepreneur, Starting Your Own Business, First Printing, WDD Corporation, 1993, s.57

Demir Gökyayla, Cemile, Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayılık Sözleşmeleri), 2. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2013, s. 32.

Demirci, Fatma, Franchising Sistemi ve Türkiye'deki Uygulaması, İşletme ve Finans, 89: s.54

Diamond, Jay, Intel, P. Gerald, Principles Of Marketing, Second Edition, Prentice Hall Inc, New Jarsey, 1980, s.285.

Dirikkan, Hanife, Rekabet Hukuku Açısından Franchise Veren Fiyat Tavsiyesi, Ankara Barosu Uluslararası Hukuk Kurultayı 2002, C. 1, Ankara, 2002, s. 274-276

Doğan, Gül, Ön Sözleşme (Sözleşme Yapma Vaadi), İstanbul, Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayın No.6, 2006, s. 109

Doğan, Noyan, Franchising Bayilik Değildir, Dünya, 1994, s.10.

Doğanay, Y. Ümit, Adi Şirket Akdi (Akdi Unsurları-Kurulması-Hükümsüzlüğü), İstanbul, Kutulmuş Matbaası, 1968, s.4

Domaniç, Hayri, Adi-Kollektif ve Komandit Şirketler, 4. bs., İstanbul, Temel Yayın Dağıtım, 1988, s. 71-72

Donald Thompson, N. Donald, Contractual Marketing Systems, Heath Lexington Books, Lexington, 1971, s.12.

Emerson, W. Robert, Franchise Contracts And Territoriality A French Comparison, Entrepreneurial Business Law Journal, 2008, 3(2): 316.

Erdem, Ercüment, Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Talebi, C. I, İstanbul, Beta Basım, 2003, s. 93

Eren, Fikret, Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Ankara, Yetkin Yayınları, 2014, s.19.

Eren, Fikret, İsimli Sözleşmeler, İstanbul, Beta Basım, 2008, s. 86

Feyzioğlu, F. Necmeddin, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C. I, 2. bs. İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1976, s. 303

Feyzioğlu, F. Necmeddin, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C. II, İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1977, s. 413.

Feyzioğlu, F. Necmeddin, Borçlar Hukuku İkinci Kısım Akdi Muhtelif Nevileri, C. I, 4. bs., İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1980 (Akdi Muhtelif Nevileri C. I), s. 51.

Figen Görücü, Figen, Franchising Sistemi ve Sistemde Pazarlama Bileşenlerinin kullanımı, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1995, S.32.

Genç, Yasemin, Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri, Rekabet Hukuku Perşembe Konferansları 2001, (13):147- 180.

Gillian, Colin, Hird, Martin, International Marketing Strategy and Management, London, 1986, s.175.

Görgeç, Başak, Genel İşlem Koşullarının Kişilik Hakkı Kapsamında Değerlendirilmesi, MÜHFD-HAD, C. 19, S. 1, 2012, s. 406

Groselli, Johny, Franchising: As A Bridge Between Small And Large Firms, Graham&Trotman, London, 1989, s.170.

Güler, Talat, Franchising ve Türkiye’de Uygulaması, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2002, s.10.

Gümüş, M. Alper, Borçlar Hukuku Özel Hükümler, C. I, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2012, s. 7.

Güner, Cemil, Rekabet Hukukunda Yasak İlkesinden Muafiyet, TBB Dergisi, 2007, 71:148-159

Gürzumar, B. Osman, 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. Maddesine aykırı sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi, Rekabet Dergisi, 2002, 12: 3-4

Gürzumar, B. Osman, Franchise Anlaşmaları ve Rekabet Hukuku, Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları, Ankara, 1999, s. 30

Gürzumar, B. Osman, Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması, İstanbul, Beta Basım, 1995, s. 1.

Güven, Pelin, Rekabet Hukuku Ders Kitabı, Ankara, Yetkin Yayınları, 2009, s. 74

Hackett, W. Donald, Franchising: The State Of Art, American Marketing Association Monograph Series, 1977, 9: 14.

Hall, Peter, Dixon, Rob, Franchising, Pitman Publishing, London, 1988, s. 4

Hatemi, Hüseyin, Borçlar Hukuku Özel Bölüm, İstanbul, Filiz Kitapevi, 1999, s. 34; Topçu, H. Nurettin, Franchising Sözleşmesi s. 74

Hatemi, Hüseyin, Serozan, Rona, Arpacı, Abdulkadir, Borçlar Hukuku Özel Bölüm, İstanbul, Filiz Kitapevi, 1992, s.34

Hodgetts, M. Richard, Effective Small Business Management, Academic Press, New York, 1988, s.90.

Hoffman, C. Richard, Preble, F. John, Franchising Into Twentyfirst Century, Business Horizons, 1993, 36.36

İnan, Nurkut, Tek Satıcılık Sözleşmesi ve Üçüncü Kişiler, BATİDER, 1993, 17(2): 57

İslamoğlu, A. Hamdi, Global pazarlama, Pazarlama Dünyası, 6(34): 4.

İşgüzar, Hasan, Tek Satıcılık Sözleşmesi, Ankara, Dayınlarlı Hukuk Yayınları, 1989, s. 33; Kırca, Çigdem, Franchise Sözleşmesi, s. 22.

İşgüzar, Hasan, Tek Satıcılık Sözleşmesi, Ankara, Dayınlarlı Hukuk Yayınları, 1989, s. 33

İTO Yayını, Franchising, Yayın No :5925,1994.

Kapancı, Berk, Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Bunun Hukuki Sonuçları, C. II, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2010, s. 1030.

Karabağ Bulut, Medeni Kanun'un 23. Maddesinin Sözleşme Özgürlüğüne Getirdiği Sınırlamalar (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012, s. 236-241

Karahan, Sami, Şirketler Hukuku, 2. bs., Konya, Mimoza, 2013, s. 32-41

Karakurt, Alper, Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No:11, Ankara, 2005, s. 5

Karslı, Abdurrahim, Medeni Muhakeme Hukuku, 3. bs., İstanbul, Alternatif, 2012, s. 575

Kartal, Cihat, Durukan, Tülin, Varlı, Naz, Uluslararası Pazara GirişStratejileri Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulaması, Ankara, Asil Yayınevi, 2006, s. 138

Kaşak, Esra, Sözleşmenin Niteliğine ve İşin Özelliğine Yabancı Olan Genel İşlem Koşulları, İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2012, 3(1): 421-422

Kılıçoğlu, Ahmet, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 16. bs., Ankara, Turhan Kitapevi, 2012, s. 5-6

Kınacıoğlu, Naci, Acente ve Acentelik Sözleşmesi, Ankara, Yeni Desen Matbaası, 1963, s. 90

Kırca, Çigdem, Franchise Sözleşmesi, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 1997, s.3.

Kinch, E. John, Hayes, P. John, Franchising: The Inside Story, First Publishing, Trimark Publishing Company, Wilmington, 1986, s.30.

Kocayusufpaşaoğlu, Necip, Arpacı, Abdülkadir, Serozan, Rona, Hatemi, Hüseyin, Borçlar Hukuku Genel Bölüm, C. I, 4 bs., İstanbul, Filiz Kitapevi, 2008, s. 112

Koç, F. Ali, Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları, Uzmanlık Tezleri No:68, Ankara, Rekabet Kurumu, 2005, s. 10

Kumkale, Ruknettin, Bütün Yönleri İle Franchising, Legal Hukuk Dergisi, 2007, 55: 2178

Kuntalp, Erden, Karışık Muhtevalı Akit, Ankara, Ankara Üniversitesi Basımevi, 1971, s. 10-11

Kurşat, Zekeriya, Yeni Borçlar Kanunumuzda Adi Ortaklık Hükümlerinin Değerlendirilmesi, İÜHFM, C. LXX, S. 1, 2012, s. 303

Kuru, Baki, Arslanlı, Ramazan, Yılmaz, Ramazan, İcra ve İflas Hukuku Ders Kitabı, 27 bs., Ankara, Yetkin Yayınları, 2013, s. 509-548

Küçükayhan Aşçıoğlu, Meltem, Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri (Yayınlanmış Doktora Tezi), Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, s. 5-6

Küçükdağlı, Ayşegül, Genel İşlem Şartları ve Yargısal Yoldan Denetimi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014, s. 6.

Lafontine, Francine, Agency Theory And Franchising: Some Emprical Results, Rand Journal Of Economics, (1992), 23: 265.

Mason, Barry, Mayer, L. Morris, Ezell, F. Hazell, Retailing, Fourth Edition, Irwin Homewood, Boston, 1991, s.591

Mendelsohn, Martin, Franchising Law, Second Edition, United Kingdom, Richmond, 2004, s. 21

Mendelsohn, Martin, The Guide to Franchising, Second Edition, Oxford, Pergamon Press, 1979, s.56

Morden, Tony, Business Strategy and Planning, Text and Cases, Mc Grav Hill Book Company, London, 1993, s.168.

Mucuk, İsmet, Pazarlama İlkeleri, Der Yayınları, İstanbul, 1994, s.284.

Mustafa Baş, Teknil Bilgi (Know-How) Lisans Sözleşmesi, Ankara, Yetkin Yayınları, 2000, s. 55.

Mutlu, A. Koray, Acentelik Sözleşmesinde Tarafların Hakları ve Borçları (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012, s. 6-7.

Nas, Nesrin, Franchising, Dünya, 6 Kasım 1992

Nickels, G. William, Mchugh, M. James, Mchugh, M. Susan, Understanding Business, Irwin Inc, Homewood, 1990, s.146.

Oğuz, Cemal, Standart Sözleşmelerin BK 21 ile 99/2 ve 100/3 Hükümlerine Göre Hakim Tarafından Kontrolü, TBB Dergisi, 1998, 1: 25

Oğuzman, M. Kemal, Öz, Turgut, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C. I, 11. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2013, s. 141

Oğuzman, M. Kemal, Türk Borçlar Kanunu ve İş Mevzuatına Göre Hizmet İş Akdinin Feshi (Doktora Tezi), İstanbul, İsmail Akgün Matbaası, 1955, s. 41

Oktay, Saibe, Federal Mahkeme'nin 21 Haziran 1988 Tarihli Kararının Çevirisi ve İncelenmesi, İHFM, 1996, 5(2): 496.

Oktay, Saibe, İsimli Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması, İÜHFM, C. LV, S. 1-2, 1996, s. 263.

Oktay, Saibe, Uzun Süreli Sözleşmelerin Geçerliliği ve Sona Erme Düzeni, İÜHFM, 1997, 5(3): 212

Durak, O. Sabri, Patent Lisans Sözleşmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s. 52

Özbaşar, Sera, Franchising Nedir Ne Değildir, Dünya, 1993, s.4.

Özkaya, Eraslan, Vekalet Sözleşmesi ve Kötüye Kullanılması, 2. bs., Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2005, s. 642-659

Öztürk, Salih, Özyakışır, Deniz, Türkiye Ekonomisinde 1980 Sonrası Yaşanan Yapısal Dönüşümlerin GSMH, Dış Ticaret ve Dış Borçlar Bağlamında Teorik Bir Değerlendirmesi, Mevzuat Dergisi, 2005, s.94

Özuysal, Neslihan, Genel İşlem Şartları ve Satım Sözleşmesinde Yer Alan Haksız Şartlar, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011, s. 70

Paksoy, Serdar, Hukuki Yönleriyle Franchising, Dünya Gazetesi Franchising Özel Eki, 1992, s. 4.

Patten, Dave, Succesful Marketing For The Small Business, Kogan Page Telegraph, The Daily Telegraph Guide, 1989, s.213.

Pintel, Gerald, Diamond, Jay, Retailing, Third Edition, London, Hall. Inc, 1983, s.42.

Poroy, Reha, Yasaman, Hamdi, Ticari İşletme Hukuku, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2010, s. 264-265

Powers, Mike, The 21st Century Entrepreneur How To Open A Franchise Business, New York, A Third Millennium Press Book, 1995, s. 35-37.

Pulaşlı, Hasan, Şirketler Hukuku Genel Esaslar, 2. bs., Ankara, Adalet Yayınevi, 2013, s. 18-19

Ramazan Onur Tunçer, Fikir ve Sanat Eserleri Hukukunda Lisans Sözleşmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çankaya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, s.21

Raymond, A, Marquarit, James C, Makens, Roberg, Roe, Retail Management, Satisfaction of Cansumer Needs, Third Edition, The Dryden Press, 1983, s.126.

Rosenberg, Robert, Bedell, Madelon, Profits from Franchising, New-York, Mcgraw-Hill Book Company, 1969, s. 40.

Rosenbloom, Bert, Marketing Channels, A Management View, The Dryden Press, 1987, s.373; 556 Sayılı KHK Şerhi, C. I, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2004, s. 60;

Ruhi, A. Cemal, Sözleşmeler Hukuku, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2011, s. 83
Saban, Nihan, Franchising ve Vergilendirme, İstanbul, Beta Basım, 1997, s. 39

Sanlı, K. Cem, Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararları'nın Geçersizliği, Ankara, Rekabet Kurumu, 2000, 132-137

Sarı, Suat, Vekâlet Sözleşmesinin Tek Taraflı Olarak Sona Erdirilmesi, İstanbul, Beşir Kitapevi, 2004, s. 58-63

Sayhan, İsmet, Rekabeti Kısıtlayan İşbirliği Uygulamalarının Yasak Kapsamının Dışında Bırakılması, AÜEHFD, 2005, 9(2): 577-599

Seliçi, Özer, Borçlar Kanunu'na Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi, İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1976, s. 7

Sen, C. Kabir, The Use Of Initial Fees And Royalties In Business Format Franchising, Managerial And Decision Economics, 1993, 14: 175.

Serim, Azra Arkan, Hasılat Kirasında Tarafların Hak ve Borçları, İstanbul, Beşir Kitapevi, 2010, s. 2-3;

Serozan, Rona, Sözleşmeden Dönme, 2. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2007, s. 162-163; Eren, Fikret, Borçlar Hukuku Özel Hükümler, s. 213

Shane, A. Scott, Hybrid Organizational Arrangements and Their Implications for Firm Growth and Survival: A Study of New Franchisors, The Academy of Management Journal, 1996, 39 (1): 219.

Shaughnessy, John, Competitive Marketing, A Strategic Approach, Third Edition, Clays Ltd., London, 1995, s.665

Sherman, J. Andrew, Franchising And Licensing Two Ways To Build Your Business, New York, American Management Association, 1991, s. 81,90

Soykan, İ. Cem, Anonim Ortaklıklarda Organ Yokluğu, 1. bs., İstanbul, On iki Levha Yayıncılık, 2012, s. 255

Stanword, John, Smith, Brain, Franchising Başarılı Markalar ve Siz, Çev: Ercan Gürvit, İstanbul, Epsilon Yayıncılık.1995, s.9.

Stern, W. Louis, El Ansary, Adel, Coughlan, T. Anne, Marketing Channels, Prentice Hall, New Jersey, 1996, s.252.

Şen Doğramacı, Hayriye, Çerçeve Sözleşmeler (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, s. 35

Şener, H. Oruç, Adi Ortaklık, Ankara, Yetkin Yayınları, 2008, s. 101-104

Şener, H. Oruç, Teorik ve Uygulamalı Ortaklıklar Hukuku Ders Kitabı, İstanbul, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2012, s. 1

Şenol, A. Nilay, Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2011, s. 121.

Şoğur, Macide, İşletme Sistemi Olarak Franchising, 2.basım, İstanbul, Der Yayınları, 1993, s.68.

Tandoğan, Haluk, Borçlar Hukuk Özel Borç İlişkileri, C. I/1, 6. bs., İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2008, s. 12

Tandoğan, Haluk, Tek Satıcılık Sözleşmesi, BATİDER, 1982, 11(4): 1

Tekil, Fahiman, Şirketler Hukuku, İstanbul, Otağ Matbaacılık, 1981, s. 111-112

Tekinay, S. Sulhi, Akman, Sermet, Burcuoglu, Haluk, Tekinay Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 7. bs., İstanbul, Filiz Kitapevi, 1993, s. 110-112.

Terpsra, Vern, International Marketing, Third Edition, The Dryden Press, CBS College Publishing, New York, 1983, s.320

The History Of Franchising, (Çevrimiçi), <http://www.thebfa.org/about-franchising> the History-Of-Franchising, 20.02.2020

Topçu, H. Nurettin, Franchising Sözleşmesi (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1991, s. 12

Topçuoğlu, Metin, Franchise Sözleşmesinde Bağlayıcı Kayıtlar ve Rekabet Hukuku, BATİDER, C. XXII, S. 1, Ankara, 2003, s. 117.

Topçuoğlu, Metin, Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri, Ankara, Asil Yayınevi, 2006, s. 60

Tuncay Kaplan, Emine, İşverenin Fesih Hakkı Sınırları, Hüküm ve Sonuçları, Ankara, Kadioğlu Matbaası, 1987, s. 14-15,32.

Tuncer, Selahattin, Bir Dağıtım ve Pazarlama Yöntemi Olarak Franchising, İSO Dergisi, 1992, 311: 50.

Tuncer, Selahattin, Hukuki Açıdan Franchising, İstanbul, Beta Basım, 1999, s. 624

Tunçomağ, Kenan, Türk Borçlar Hukuku, C. I, Genel Hükümler, 6. bs., İstanbul, Sermet Matbaası, 1976, s. 217

Turgut Öz, Yönetim (Management) Sözleşmesi, İstanbul, Kazancı Hukuk Yayınları, 1997, s.62.

Tuzlu, Zeynep, Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s. 38

UFRAD, Franchising Seminer 4, İstanbul, 23 Mart 1996, s. 10.

Ulaş, Dilber, Franchising Sistemi, Ankara, Nobel Yayın, 1999, s.10.

Uniform Franchise Offering Circular (UFOC), (Çevrimiçi), <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/uniform-franchise-offering-circular-ufoc>,

Uyan, Göktürk, Çerçeve Sözleşme Kavramı ve Genel Kredi Sözleşmesi Kavramı ile İlişkisi, İstanbul Barosu Dergisi, 2005, 4.1130

Ünüsan, Çağatay, Marketing Channel Structure Of Turkish Economy and Importance Of Franchising. Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 1993, 28, s.91

Ünüsan, Çağatay, Pirtini, Serdar, Bilge, O. Faik, Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Açısından Marka, Mağaza ve Franchising Sistemi İlişkisinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma, Öneri Dergisi, 6(22), 45-57.

Varlı, Naz, Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejilerinden Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulaması (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005. s. 118.

Yarım, Ahmet, Franchising İşletme Sistemi ve Türkiye’de Franchising (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996, s. 41.

Yasaman, Hamdi, Tek Yetkili Satıcı, 40. Yılında Türk Ticaret Kanunu, Hukuk Fakültesi Yayın No: 714, İstanbul, 1997, s. 39

Yavuz, Cevdet, Acar, Faruk, Özen, Burak, Türk Borçlar Hukuku (Özel Hükümler), 9. bs., İstanbul, Beta Basım, 2014, s. 37-43

Yelmen, Adem, Türk Borçlar Kanunu’na göre Genel İşlem Şartları, Ankara, Yetkin Yayınları, 2014, s. 48

Yener, M. Deniz, Franchise Sözleşmesinin Hukuki Niteliği ve Tarafların Yükümlülükleri, Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 2010, 773:70.

Yeşiltepe, S. Önder, Tek Satıcılık Sözleşmesinin Öğretide Benzer Olarak Belirtilen Sözleşmelerden Ayırt Edilmesi, MÜHF-HAD, 2007, 13(2): 170-171

Yıldırım, Ümit, Franchising İşlemleri, Vergi Yasaları Karşısındaki Durumu ve Muhasebeleştirilmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1998, s. 8.

Yurdakul, Müberra, Franchising Sisteminin Kobi’lerde Pazarlama İşlevi Bakımından Değerlendirilmesi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2015; 8: 5

Yüksel, L. Hasan, Franchise Sözleşmesinin Genel Olarak İncelenmesi, İfası ve Sona Ermesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s. 16

Zevkliler, Aydın, Gökyayla, K. Emre, Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, 12. bs. Ankara, Turhan Kitapevi, 2013, s. 19

Zevkliler, Aydın, Özel Borç İlişkileri, 7.bs., Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2002. s. 38

Zimmerer, W. Thomas, Scarborough, M. Norman, Small Business Fundamentals, Merrill Publishing Company, Colombus, 1988, a.77.

<http://www.ufrad.org.tr>, 15.04.2020

