

## ELEKTRONİK PAZARYERİ İŞLETMECİLERİNİN SATICILAR BAKIMINDAN YAPMIŞ OLDUĞU ARACILIK FAALİYETİNİN HUKUKÎ NİTELİĞİ

(Araştırma Makalesi)

DOI: <https://doi.org/10.33717/deuhfd.1375528>

**Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Emin BİNGÖL\***

### Öz

*Bu çalışmada, elektronik pazaryerinde ürünlerini sergileyerek “satış” yapan kişiler için söz konusu pazaryerini elektronik ortamda sağlayan pazaryeri işletmecisinin yapmış olduğu faaliyetin hukukî niteliği ile elektronik pazaryeri işletmecisinin niteliği çerçevesinde ilgili sözleşme tipi için kanunda öngörülen hükümlerin bazılarının taraflar arasındaki ilişkiye uygunluğu değerlendirilmiştir. Bu anlamda pazaryeri işletmecisinin pazaryeri sözleşmesi ile üstlendiği faaliyetin en temelde aracılık; pazaryeri işletmecisinin kendisinin de aracı olduğu kanaatine varılmıştır. Yine kural olarak sürekli olarak bir ticari işletme için aracılık yapan pazaryeri işletmecisinin yapmış olduğu aracılık faaliyetinin acentelik olarak nitelendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Pazaryeri sözleşmesinde pazaryeri işletmecisinin birtakım asli başka edimleri üstlenmiş olması sebebiyle pazaryeri sözleşmesinin farklı şekillerde nitelendirildiği hâllerde pazaryeri sözleşmesinin karakteristik ediminin aracılık faaliyeti olması TTK’da düzenlenen acentelik hükümlerinin uygulama alanı bulabileceği mütalaa edilmiştir.*

### Anahtar Kelimeler

*Acente, Elektronik pazaryeri, Elektronik pazaryeri işletmecisi, Aracılık, E-ticaret*

---

\* İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Ticaret Hukuku Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, İstanbul (mebingol@medipol.edu.tr) ORCID: 0000-0001-7176-636X (Geliş Tarihi: 10.07.2023-Kabul Tarihi: 05.10.2023) Yazar, eserinin Derginize ait bilimsel etik ilkelere uygun olduğunu taahhüt eder.

**THE LEGAL NATURE OF THE INTERMEDIARY  
ACTIVITY OF ELECTRONIC MARKETPLACE  
OPERATORS FOR SELLERS**

*(Research Article)*

**Abstract**

*In this study, the legal nature of the activity carried out by the marketplace operator who provides the marketplace in the electronic platform for the persons who make "sales" by exhibiting their products in the electronic marketplace and the suitability of some of the provisions provided by the law for the relevant contract type within the framework of the nature of the electronic marketplace operator to the relationship between the parties have been evaluated. In this sense, it was concluded that the activity undertaken by the marketplace operator with the marketplace agreement is essentially intermediation and that the marketplace operator itself is an intermediary. Again, as a rule, it was concluded that the intermediary activity of the marketplace operator, who acts as an intermediary for a commercial enterprise on a continuous basis, should be characterized as agency. In cases where the marketplace agreement is characterized in different ways due to the fact that the marketplace operator has undertaken certain other primary obligations in the marketplace agreement, it is considered that the agency provisions regulated under the TCC may find an area of application since the characteristic performance of the marketplace agreement is the intermediary activity.*

**Keywords**

*Commercial agent, Electronic marketplace, Electronic marketplace operator, Intermediation, E-commerce*

## **GİRİŞ**

İnternet; tüketicilerin, kullanıcıların, içerik oluşturucuların, web sitesi operatörlerinin ve reklam verenlerin farklı iş modelleri çerçevesinde kâr sağlayabileceği çok farklı yaratıcı içerik sunmaktadır. Bu tür içeriklerin paylaşılmasına olanak sağlayan platformlar, özellikle ticari amaçlı kullanımlara hizmet eder. İnternet kullanımının artmasıyla birlikte, fiziki pazar yerleri kadar elektronik pazaryerleri de rağbet görmeye başlamıştır. Hatta özellikle pandemiyle birlikte sokağa çıkma yasakları, evden çalışma gibi sebeplerden ötürü tüketicilerin elektronik pazaryerlerine tercih oranı büyük ölçüde artmıştır. Bunlara ek olarak, elektronik pazaryerlerinde birçok ürünün ve markanın daha kolay karşılaştırılma imkânının tanınması, alışverişin daha kolay gerçekleştirilmesi gibi nedenlerle de elektronik ticaret yaygınlaşmıştır. Özellikle tüketiciler bakımından bu şekilde platformlar, geniş bir ölçüde farklılık gösteren teklifler noktasında bilgi almaları ve doğru ürünü bulmaları bakımından çevrimdışı dünyada mümkün olmayan imkânlar tanımaktadır. Hatta bazı platformlar doğrudan satıcı ile tüketici arasında sözleşmenin kurulması imkânını da sağlamaktadır. Bunun doğal bir sonucu olarak da satıcılar tüm elektronik pazaryerlerinde ürünlerini sergilemeye başlamış ve satıcıların fiziki yerlere ek olarak elektronik pazaryerlerinde de satış yapma eğilimleri artmıştır. Elektronik pazaryeri sağlayan işletmeler de yoğun reklam ve kampanyalar ile hem ürün çeşitliliğini ve dolayısıyla satıcı sayısını hem de tüketici/alıcı sayısını artırmaya çabalamıştır. Yine elektronik pazaryeri sayısı ve çeşitliliği artmış, elektronik pazaryerlerinde yalnızca ürün satışı değil, lojistik, iş bulma gibi hususlar bakımından da aracılık faaliyeti yapılmaya başlanmıştır.

Bu çalışmada da elektronik pazaryerinde ürünlerini sergileyerek “satış” yapan kişiler için söz konusu pazaryerini elektronik ortamda sağlayan pazaryeri işletmecisinin gerçekleştirdiği faaliyetin hukukî niteliği tespit edilmeye çalışılacaktır. Yukarıda yer verildiği üzere, ticari hayatta artık söz konusu ilişkinin çok yaygınlaşması sebebiyle, tarafların hak ile borçlarının belirlenmesi ve ilgili sözleşmede düzenlenmeyen hususlarda kanunlarda öngörülen hangi hükümlerin öncelikli olarak uygulanacağını tespiti bakımından, elektronik pazaryeri işletmecisinin gerçekleştirdiği faaliyetin niteliğinin saptanması büyük bir önem arz etmektedir. Yine pazaryeri işletmecisinin satıcılara karşı sorumluluğunun belirlenmesi bakımından da ilişkinin niteliğinin tespiti mühimdir. Dolayısıyla elektronik pazaryeri işletmecisinin hukukî niteliğinin tespiti için hazırlanan bu çalışmada ilk olarak pazaryeri ile satıcı kavramları açıklanacak, ardından tarafların bu ilişkide üstlendiği

edimler tespit edilmeye çalışılacaktır. Bu tespitin ardından tarafların edimlerinden yola çıkılarak ilişkinin niteliği belirlenmeye çalışılırken doktrinde ileri sürülen görüşlere yer verilecek ve söz konusu görüşler değerlendirildikten sonra elektronik pazaryeri işletmecisinin hukukî niteliği saptanacaktır. Son olarak elektronik pazaryeri işletmecisinin niteliği çerçevesinde ilgili sözleşme tipi için kanunda öngörülen hükümlerin bazılarının taraflar arasındaki ilişkiye uygunluğu da ayrıca değerlendirilecektir.

### I. ELEKTRONİK PAZARYERİ VE SATICI KAVRAMLARI

İnternet kaynaklı alışverişin yaygınlaşmasına paralel olarak alışveriş imkânını kolaylaştıran elektronik pazaryeri sayısı da artmıştır. Söz konusu pazaryerleri satıcılara, sanal mağaza açılması, mal ya da hizmetlerin reklamlarının yapılması, ilan verilmesi, mal veya hizmetlerin internetteki kullanıcılara sunulması sayesinde satıcı ile alıcı arasında akit yapılmasını sağlaması gibi faaliyetler sunmaktadır<sup>1</sup>. Dolayısıyla aslında söz konusu ilişki bakımından üç farklı taraf bulunmaktadır<sup>2</sup>. Bunlar; elektronik pazaryeri işletmecisi, satıcı ve alıcıdır. Satıcı ile alıcı arasında hizmet alımına ya da mal satımına yönelik akit, elektronik pazaryeri işletmecisi tarafından sağlanan platform aracılığıyla gerçekleştirilir.

Her üç kavram da elektronik ticaretin düzenlenmesine ilişkin ilgili mevzuatta tanımlanmıştır<sup>3</sup>. Ancak hemen ifade etmek gerekir ki, birazdan bahis konusu edilecek olan ilgili mevzuatta kullanılan terminolojinin bir kısmı bu çalışmada kullanılan terminolojiden farklılık arz etmektedir. Ancak aşağıda görüleceği üzere ifadeler, muhtevaları itibarıyla özdeştir<sup>4</sup>. Bu çerçe-

<sup>1</sup> **Demirbaş**, Harun: 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Hizmet Sağlayıcıları ve Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Yükümlülükleri, Seçkin Yayınları, Ankara 2015, s. 26.

<sup>2</sup> İktisat bilimi ve rekabet hukuku çerçevesinde elektronik pazaryerleri, çok taraflı pazaryerleri olarak nitelendirilmektedir. Pazaryerlerinin temel özelliği ise, değişik gruplar arasında etkileşim sağlayarak ağ etkisi oluşturmaktadır. Bu yönde bkz. **Gündüz**, Hale: Çift Taraflı Pazarlarda Rekabet Hukuku Uygulamaları, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 106, Ankara 2009, s. 6.

<sup>3</sup> Kavramlara ilişkin olarak internet ve e-ticaret ile ilgili mevzuat, perakendecilikle ilgili mevzuat, vergi mevzuatı, ödeme hizmetleri ile sermaye piyasası mevzuatı yönelik tanımlar ve kullanılan terimlere ilişkin geniş bilgi için bkz. **Oğuz**, Elif: Türk ve Avrupa Birliği Hukukuna Göre Acenteliğin Uygulama Alanı Kapsamındaki Çevrimiçi Aracılar, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2022, s. 31-42.

<sup>4</sup> Bununla birlikte Avrupa Parlamentosunun ve Konseyinin 20 Haziran 2019 tarih ve 2019/1150 (AB) sayılı Çevrimiçi Aracılık Hizmetlerinin İşletme Kullanıcıları için Dürüstlük ve Şeffaflığın Geliştirilmesi Hakkında Tüzüğü (*Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and*

vede 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un ("ETDHK"), elektronik pazaryeri işletmecisi ifadesi yerine "aracı hizmet sağlayıcı" ifadesi tercih edilmiş ve ilgili kavram; "*Başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişileri*" şeklinde tanımlanmıştır. Yine satıcı ifadesi yerine "hizmet sağlayıcı" ibaresi kullanılmış ve söz konusu ifade de; "*Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişileri*" şeklinde tanımlanmıştır. Bununla birlikte ETDHK'da alıcıya yönelik ayrıca tanıma yer verilmemiştir.

Yine ETDHK'nın dayanak olduğu ve 29.12.2022 tarihinde 32058 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik"<sup>1</sup>te ("Yönetmelik") de ilgili kavramlar tanımlanmıştır. Yönetmelik'in 4. maddesine göre elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı; "*Elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcıyı*" ifade eder. Yine elektronik ticaret hizmet sağlayıcı; "*Elektronik ticaret pazar yerinde ya da kendine ait elektronik ticaret ortamında mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapan ya da sipariş alan hizmet sağlayıcı*" anlamına gelir. ETDHK'dan farklı olarak Yönetmelik'te alıcı tanımına da yer verilmiş ve buna göre alıcı; "*Elektronik ticarete konu mal veya hizmeti satın alan ya da satın alma amacıyla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi*" ifade eder. Son olarak Yönetmelik'te aracılık hizmetinin de; "*Elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret işlemlerinin gerçekleştirilmesi ve siparişin teslimi amacıyla elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı tarafından elektronik ticaret hizmet sağlayıcı veya alıcıya sunulan her türlü hizmeti*" olduğu belirtilmiştir. Hem ETDHK hem de Yönetmelik elektronik pazaryerine ilişkin verilen tanımlara göre elektronik pazaryeri, elektronik pazar yeri işletmecisi tarafından aracılık faaliyetlerinin sunulduğu elektronik ticari ortamı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla elektronik pazaryeri, satıcı ile alıcıların buluşturulduğu ve satıcıların ürün ve hizmetlerinin geniş kitlelere sunulması için oluşturulan işletmeci gerçek ya da tüzel kişi tarafından oluşturulan ortamı ifade ederken, satıcı ise işletmeci tarafından oluşturulan bu sanal ortamda mal ya da hizmetlerini sunarak, bun-

---

*transparency for business users of online intermediation services*) çerçevesinde, satıcının karşısında bulunan kimselerin tüketici olması ile sınırlı olarak kullanılan "çevrimci aracı" kavramı için bkz. **Oğuz**, s. 5 vd. Bu çalışmada elektronik pazaryeri işletmecisinin aracılık yaptığı kimseler tüketiciler ile sınırlandırılmadığından, elektronik pazaryeri işletmecisi, "çevrimiçi aracı" kavramını da içine alan bir anlamı ihtiva etmektedir.

ların sağlanmasına yönelik üçüncü kişilerle sözleşmeler yapan gerçek veya tüzel kişi anlamına gelir.

## II. PAZARYERİ SÖZLEŞMESİ (*MARKETPLACE AGREEMENT*) VE TARAFLARIN EDİMLERİ

### A. Pazaryeri Sözleşmesi

Elektronik pazaryerleri çok çeşitlidir. Bu çerçevede elektronik pazaryerleri, satıcı ile alıcı arasındaki sözleşmenin yapılmasına iş modeline göre farklı şekillerde etki edebilir. Yine sınır ötesi işlemler sebebiyle platformlar ile ilgili sorunlar çoğu zaman salt milli bir sorun da değildir. Genel olarak, bir çevrimiçi karşılaştırma ve aracılık platformu, mal ve hizmet sağlayıcılarının bunları ücretsiz veya ücretli olarak yayımlayabildiği veya başka bir şekilde hizmet yelpazesine dikkat çekebildiği, algoritma tabanlı bir teknik altyapı aracıdır. Belirli ürünleri arayan kullanıcılara bu teklifler gösterilir ve kullanıcı söz konusu ürünleri platform aracılığıyla satıcıdan “satın alabilir”<sup>5</sup>. Yukarıda ifade edildiği üzere, pazaryerinin kullanımı ile ilgili olarak taraflar arasında üçlü bir ilişki kurulmaktadır. Bu çerçevede ilk olarak, satıcı ile pazaryeri işletmecisi arasında uygulamada pazaryeri sözleşmesi (*marketplace agreement*) olarak da anılan bir sözleşme kurulur<sup>6</sup>. Yine alıcılar platform içinde satıcı tarafından sunulan mal veya hizmetleri tercih ederek, yine platform üzerinden sipariş oluşturduğunda, alıcı ile satıcı arasında da sunulan mal ya da hizmetin niteliğine göre bir hukukî ilişki tesis edilir. Bununla birlikte alıcıların platforma girişi ve platform aracılığıyla mal ya da hizmet satın alması esnasında da platform ile alıcı arasında çoğu zaman üyelik / kullanıcı sözleşmesi olarak ortaya çıkan bir hukukî işlem tesis edilir<sup>7</sup>. Eldeki çalışmada yukarıda sayılan sözleşmelerden yalnızca pazaryeri sözleşmesine değinilecek olup yukarıda anılan diğer iki sözleşme bu çalışmada ayrıca değerlendirilmeyecektir.

Pazaryeri sözleşmesi en yalın hâli ile elektronik ortamda hizmet sağlamak isteyen kişi ve elektronik ortamda hizmet sağlayan pazaryeri işletmecisi arasında kurulan ve tarafların hak ile yükümlülüklerini belirleyen sözleşmedir. Dolayısıyla ilgili sözleşmenin tarafları, platformu işleten kişi ile plat-

<sup>5</sup> **Hauck, Ronny/Blaut, Heiko:** “Die (quasi-)vertragliche Haftung von Plattformbetreibern”, *Neue Juristische Wochenschrift*, V. 71, Nr. 20, 2018, s. 1425.

<sup>6</sup> Doktrinde benzer yönde kullanım için bkz. **Demirel, Aysel:** 7416 sayılı Kanunla Değişik 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Çerçevesinde Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, Seçkin Yayınları, Ankara 2023, s. 118 vd.

<sup>7</sup> Söz konusu ilişkinin hukukî niteliğine yönelik bkz. **Demirel, s. 169.**

formda ürün ve hizmet sergileyerek alıcılar ile akit yapan satıcıdır. Bununla birlikte, yeniden satıcılık yöntemi (*merchant*) olarak anılan web sitesi tabanlı satış hâlinde, eldeki makale konusu olan pazaryeri sözleşmesinin varlığından bahis mümkün değildir<sup>8</sup>. Zira bu yöntemde satıcılar, kendilerine ait ürünleri toptan bir şekilde pazaryeri işletmecisine satmakta ve pazaryeri işletmecisi satın aldığı ürünleri kendi depolarında saklayarak, alıcıların talepleri doğrultusunda ürünleri kendi nam ve hesabına satmaktadır. Dolayısıyla satış sözleşmesinin tarafı, alıcı ile pazaryeri işletmecisidir. Görüldüğü üzere, yeniden satıcılık yönteminin kullanıldığı hâllerde başkalarının ticari faaliyetleri için bir elektronik ortam sağlanması söz konusu olmadığından, pazaryeri işletmecisinin buluşturma faaliyetinden<sup>9</sup> de bahis söz konusu değildir. Bu yöntemin kullanıldığı hâllerde hem pazaryeri işletmesi ile satıcı arasında yapılan ilk sözleşme hem de pazaryeri işletmecisi ve alıcı arasında kurulan ikinci sözleşme herhangi bir özellik göstermez. Bu yüzden herhangi bir buluşturma faaliyetinin bulunmadığı bu yöntemin uygulanması sonucu tesis edilen sözleşmeler bu çalışma kapsamında ayrıca değerlendirme altına alınmayacaktır.

Buna karşılık elektronik pazaryerleri kullanılarak satış yapılan ikinci yöntem olan platform sağlama (*marketplace*) yönteminde<sup>10</sup> ise, pazaryeri işletmecisi, genellikle belirli bir komisyon karşılığında, satıcılar ile alıcıların buluşabileceği sanal bir pazaryeri oluşturur ve satıcı ile alıcı arasındaki sözleşme doğrudan bu platform kanalıyla yapılır<sup>11</sup>. Yani pazaryeri işletmecisi, sadece tarafları buluşturur<sup>12</sup>. Dolayısıyla alıcı ile satıcı arasında yapılan sözleşmenin de tarafı değildir<sup>13</sup>. Bu yüzden eldeki makalenin konusu da platform sağlama yönteminin uygulandığı bu durumlarda, pazaryeri işletmecisinin satıcı için yapmış olduğu faaliyetler kapsamında taraflar arasındaki ilişkinin hukukî niteliğidir.

Ek olarak, pazaryeri içerisinde doğrudan satıcı ile alıcı arasındaki sözleşmenin yapılması imkânı olmayan platformların hukukî niteliği de bu ça-

<sup>8</sup> **Baş**, Kadir: “Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu’nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması”, BATİDER, C. 33, S. 4, 2017, s. 119; **Hamamcıoğlu**, Esra: “Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S: 35, 2018, s. 52, dn. 15.

<sup>9</sup> Pazaryeri işletmecisinin üstlenmiş olduğu buluşturma faaliyetinin teknik anlamıyla aracılık faaliyeti olup olmadığına ilişkin tartışmalar ve değerlendirmeler için bkz. aşa. III. B. 1.

<sup>10</sup> İlgili modelin acentelik modeli olarak adlandırıldığı hususunda bkz. **Baş**, s. 120.

<sup>11</sup> **Baş**, s. 120.

<sup>12</sup> OECD, The Economic and Social Role of Internet Intermediaries, <https://www.oecd.org/digital/ieconomy/44949023.pdf>, s. 12.

<sup>13</sup> **Baş**, s. 120.

alışma kapsamında incelenecektir. Yani, satıcıların pazaryerinde yaptığı ilanlar ile sahip olduğu ürün ve hizmetleri sunduğu ve fakat satış sözleşmesinin platform kanalıyla kurulmadığı, alıcının satıcıya pazaryerinde yer alan ilanlar üzerinden ulaşarak sözleşmenin fiziken alıcı ve satıcı arasında kurulduğu pazaryerlerinin varlığı hâlinde, bir aracılık faaliyetinin var olup olmadığı ile varsa bunun platform sağlama yöntemi ile benzer olup olmadığının da ayrıca irdelenmesi gerekir<sup>14</sup>. Zira bu son durumda, pazaryeri işletmecisi kural olarak reklam tabanlı bir gelir elde etme yöntemini benimsemekte ve satıcılardan herhangi bir komisyon da almamaktadır<sup>15</sup>.

### B. Pazaryeri Sözleşmesinde Tarafların Edimleri

Elektronik pazaryeri sözleşmesi tanımlandıktan ve sözleşmenin kapsamı belirlendikten sonra, ilgili sözleşme ile tarafların üstlendikleri edimlerin de genel itibarıyla belirlenmesi gerekmektedir. Edimlerin belirlenmesi, ilişkinin niteliğinin tespit edilmesi noktasında da büyük bir önem arz etmektedir. Bu çerçevede pazaryeri işletmecisi, erişim sağlama, yer sağlama ve arama motoru işlevi ile içeriği teslim, diğer web sitelerine bağlantı, bir web sitesine reklam konulması, elektronik posta hizmeti verilmesi gibi internet hizmet sağlayıcıları tarafından sağlanan birtakım hizmetleri sağlamayı üstlenmektedir<sup>16</sup>. Ancak belirtildiği üzere, pazaryeri işletmecisinin söz konusu edimlerinin kaynağı yer sağlayıcı olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla pazaryeri işletmecisinin elektronik pazaryerine özgü de birtakım asli edim yükümlülükleri bulunmaktadır. Bunlardan ilki ve en önemlisi, sözleşme konusu pazaryerinin satıcı tarafından kullanılma imkânının ve platform üzerinden satış yapılarak faaliyette bulunulma yetkisinin tanınmasıdır. Pazaryeri sözleşmesine aracılık sözleşmesi niteliği<sup>17</sup> kazandıran husus da aslında pazaryeri işletmecisinin üstlendiği bu edimdir. Yani pazaryeri sözleşmesi ile birlikte işletmeci, satıcı ile alıcı arasında sözleşmelerin kurulabilmesi için bir ortam sağlanmakta ve ilgili sözleşmelerin tarafları platform içerisinde buluşturulmaktadır.

Pazaryeri işletmecisinin her ne kadar pazaryeri sözleşmesinden kaynaklanan asli edim yükümlülüğü buluşturma faaliyeti olsa da pazaryeri iş-

<sup>14</sup> Bu durumun söz konusu olduğu platformlara, Letgo, Sahibinden ve Hürriyetemlak örnek gösterilebilir. Benzer yönde bkz. **Çekirdek**, Meltem: İnternet Üzerinden Satış Konu Edinen Sözleşmelerin Belirleyici Özellikleri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya 2019, s. 58.

<sup>15</sup> **Çekirdek**, s. 57-58.

<sup>16</sup> **Demirel**, s. 121.

<sup>17</sup> Bu hususa ilişkin tartışmalar için bkz. aşa. III. B. 1.



letmecisi söz konusu hizmet verilirken ilgili hizmetle doğrudan ya da dolaylı olarak ilintili olan birtakım başka edimleri de üstlenmektedir. Söz konusu edimlerin niteliği ve türü, her bir platform ve sektör özelinde değişebilecek olsa da, en temelde işletmeci sözleşme ile şunları da üstlenir: platformun sürekli bir şekilde satış işlemleri için işler durumda bulunması, satıcının ürün ya da hizmetlerini platform üzerinde sergileyebilmesi adına gerekli olan teknik işlemlerin yapılması, katalog oluşturma ve listeleme, güvenli ödeme ve iade sistemlerinin oluşturulması ve pazaryeri sözleşmesinde var ise, lojistik ile müşteri hizmetlerinin verilmesi. Ancak daha önce de belirtildiği üzere, platform işletmecisi tarafından üstlenilen edimler bunlar ile sınırlı değildir. Hem platform kullanımının yaygınlaşması hem de platformun hizmet verdiği sektöre bağlı olarak birçok ek hizmet sunulmakta, var olan hizmetlere de yenileri eklenmektedir. Pazaryeri işletmecisinin temel edimi olan buluşturma dışında başka birtakım yükümlülükleri üstlenmesinin, pazaryeri sözleşmesinin hukukî niteliğini de değiştirip değiştirmediği de önem arz etmektedir. Buna yönelik olarak da doktrinde birçok fikir ileri sürülmüş ve buluşturma edimine ek olarak yüklenen edimler sonucunda, sözleşmenin isimsiz bir sözleşme hâline büründüğü ifade edilmiştir<sup>18</sup>. Ancak bununla birlikte bu çalışma kapsamında karmaşık edimlerin iç içe geçtiği pazaryeri sözleşmesinin hukukî niteliğinin tespit edilmesi hedeflenmemektedir. Daha önce de belirtildiği üzere bu çalışmada, en temelde satıcı ile alıcıyı buluşturmayı üstlenen pazaryeri işletmecisinin bu faaliyetinin hukukî niteliği tespit edilecektir.

Pazaryeri sözleşmesi ile satıcının üstlendiği asli edim ise kural olarak ücret ödemektir. Söz konusu ücret daha önceden kararlaştırılmış olan götürü bir bedel olabileceği gibi satış bedelinin belirli bir oranı olarak belirlenen komisyon da olabilir. Platform uygulamasında genellikle alıcı ile satıcı arasındaki sözleşme bedeli satıcı adına platform tarafından tahsil edilmekte ve platform işletmecisi, söz konusu meblağdan hak kazandığı ücreti mahsup ettikten sonra, geri kalan kısmı satıcıya aktarmaktadır<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> İlgili görüş için bkz. **Demirel**, s. 160; **Özbay-Özdoğru**, Zeynep: İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketiciciye Karşı Sorumluluğunun Şartları, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2022, s. 65; atipik iş görme sözleşmesi görüşü için bkz. **İnceoğlu**, M. Murat/**Baş-Süzel**, Ece: “Mesafeli Sözleşme Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketiciciye Karşı Sorumluluğu (TKHK m.48/f.5)” Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 15, S: 189-190, 2020, s. 479. Bu hususta ayrıca bkz. aşağıda IV. A.

<sup>19</sup> Nitekim Trendyol Pazaryeri Sözleşmesi'nin 6.2.3. maddesi; “*Satıcı, DSM'nin, Sözleşme ve ilgili mevzuat hükümleri uyarınca hukuki sebebi her ne olursa olsun tüm muaccel*

Bununla birlikte bazı pazaryeri sözleşmelerinde belirtildiği üzere, platformdaki faaliyet sonucunda satıcı ile alıcı arasında sözleşme fiziki bir şekilde kurulur ve pazaryeri işletmecisi bu işlemin tesisinden ötürü herhangi bir ücrete hak kazanmaz. Söz konusu ilişkide pazaryeri işletmecisi reklam tabanlı gelir elde etmektedir. Böyle bir ilişkide tarafların edimlerine bakıldığında platform işletmecisinin üstlendiği temel edim, ilgili platformun gereği gibi kullanılmasının sağlanması iken satıcının / kullanıcının temel edimi ise, platformda yer verilen kurallara uygun bir şekilde platformun kullanılmasıdır. Bu platformların bir kısmında alıcı ile satıcıyı buluşturma, temel bir edim olarak pazaryeri işletmecisi tarafından üstlenilmemiştir. Bununla birlikte faaliyet özü itibariyle alıcı ve satıcının buluşturulmasını içerdiğinden benzer kapsamda ele alınmalıdır. Söz konusu platform yönteminde de her ne kadar bir buluşturma faaliyeti bulunsun da edimlerin niteliği klasik anlamdaki pazaryeri sözleşmesinden pek çok açıdan farklılaştığından, satıcı ile pazaryeri işletmecisi arasında kurulan sözleşmenin hukukî niteliği de değişiklik arz edecektir.

Bunlara ek olarak hem pazaryeri işletmecisi hem de satıcılar bakımından ETDHK, Yönetmelik ve TKHK'da birçok ek yükümlülük de öngörülmüştür. Ancak söz konusu yükümlülüklerin tarafların yapmış olduğu pazaryeri sözleşmesinin niteliğine bir etkisi bulunmamaktadır.

### III. TARAFLARIN EDİMLERİ DOĞRULTUSUNDA ELEKTRONİK PAZARYERİ İŞLETMECİSİNİN NİTELİĞİ

#### A. Doktrindeki Görüşler

Pazaryeri işletmecisi ile satıcı arasında yapılan pazaryeri sözleşmesinin hukukî niteliğine yönelik olarak yukarıda birçok farklı görüşün bulunduğu ifade edilmiş ve genel itibariyle pazaryeri sözleşmesinin isimsiz bir sözleşme olarak nitelendirildiği belirtilmiştir<sup>20</sup>. Pazaryeri sözleşmesinin kendisine özgü yapısı, hukuk kurallarının geleneksel satış kanalları dikkate alınarak hazırlanmış olması<sup>21</sup> ile taraflar arasındaki edimlerin her bir sözleşme özelinde

*alacaklarını (Komisyon Bedeli, sunulan diğer her türlü hizmete ilişkin bedeller, Taşıma Hizmeti Bedeli, taşıma hizmeti maliyetlerini, Alıcı'ya iade edilen Ürün/Hizmet satış bedelleri, cezai şart tutarları ve Satıcı'nın onay verdiği indirim, promosyon ve kampanya uygulamalarının tüm maliyetleri de dahil) ve adli ve/veya idari merci kararlarına istinaden yaptığı ödeme tutarlarını Satıcı için tutulan cari hesaba işleme ve Satıcı'nın borç bakiyesini netleştirme ve bu tutarları Satıcı'ya yapacağı Ürün/Hizmet'in satış bedeli ödemelerinden mahsup etme hakkına sahip olduğunu kabul eder.”* şeklindedir.

<sup>20</sup> Bkz. yuk. II. B.

<sup>21</sup> **Baş**, s. 116.

farklılaşması bu görüşün temel kaynağı olarak gözükmektedir. Bununla birlikte en temelde pazaryeri işletmecisinin edimi ve aslında elektronik pazaryerlerinin de ortaya çıkış sebebi, alıcılar ile satıcıların buluşturulmasıdır. Bu çalışmada da sözleşmenin nitelendirilmesinden bağımsız olarak sözleşmenin karakteristik edimi olduğu açık olan buluşturma faaliyetinin niteliği tespit edilerek pazaryeri işletmecisinin ilgili faaliyeti hangi sıfatla yaptığı belirlenecektir. Söz konusu nitelendirme yapıldıktan sonra, pazaryeri sözleşmesinin niteliği isimsiz bir sözleşme olsa bile, buluşturma faaliyetinden kaynaklanan olası bir uyuşmazlıkta ya da tarafların birbirlerine karşı taleplerine hangi hükümlerin uygulanması gerektiği saptanmış olacaktır<sup>22</sup>. Bu arada belirtmek gerekir ki gelinen noktada gerçekten de elektronik pazaryerlerinde buluşturma faaliyetine ek olarak taşıma, ödeme hizmetleri<sup>23</sup> gibi tipik / atipik edimler üstlenmekte ve taraflar arasındaki ilişki saf “aracılık”tan öteye taşınmaktadır. Bununla birlikte teorik düzlemde ve belki de uygulamada saf “aracılık” faaliyetini yerine getirmeyi planlayan pazaryeri işletmecileri de olabilir. Dolayısıyla saf “aracılık” faaliyetini yerine getiren elektronik pa-

<sup>22</sup> Uygulanacak hükümlere ilişkin olarak bkz. aşağıda IV. B.

<sup>23</sup> Yeri gelmişken birçok elektronik pazaryeri sözleşmesinde yer alan ve pazaryeri işletmecisinin satıcı adına ödeme alması bakımından öngörülen, elektronik pazaryeri işletmecisinin, satıcının “ticari temsilcisi” olarak hareket ettiğine yönelik hükümlerin de yerinde olmadığını belirtmek gerekir. Zira ticari temsilcinin bağımlı bir tacir yardımcısı olduğu ve aracılık faaliyetinde bulunmadığı gerçekleri bir yana, uygulamadaki sözleşmelerde bu yönde hükümlerin öngörülmüş olması, Ödeme ve Menkul Kıymet Muta-bakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanunu’nun 12. maddesinin 2. fıkrasının (b) bendinde düzenlenen “ticari temsilcilik” istisnasından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte hükmün mehzazında acente anlamına gelen “*commercial agent*” kavramı kullanılmış olup, hüküm, kanaatimizce yanlış tercüme edilmiştir. Hükme ilişkin olarak bkz. Arıcı, Fatih: “Bankacılık Hukukunda Yeni Ödeme Hizmetleri ve Ödeme Hizmetleri Rejiminden İstisna Edilen Bazı Faaliyetler” Türk Hukukunun Avrupa Birliği Hukukuna Uyumlu Özel Hukuk -Acquis Communautaire’ın Alınması- Açıklamalar, Değerlendirmeler, Öneriler, Ed. Arslan Kaya/Ali Paslı/Baki İlkay Engin/İpek Aşıkoğlu/Elif Oğuz, İstanbul 2020; Oğuz, s. 42-43. Bu yüzden uygulamada, sözleşmelerin hukukî nitelendirilmesi açısından farklı sonuçlara sebebiyet verecek düzenlemelerden kaçınılması yerinde olacaktır.

Örneğin Trendyol’un pazaryeri sözleşmesinin 4.3.3 maddesi; “Sözleşme ile, Satıcı, Platform’dan yapmış olduğu Ürün/Hizmet satışları kapsamında Ürün/Hizmet satış bedellerinin Alıcı’dan tahsili konusunda, DSM’yi, **“ticari temsilcisi” sıfatıyla yetkilendirmiş olduğunu ve DSM’nin Ürün/Hizmet satış bedellerini Alıcı’dan bu sıfatla satın alma anında tahsil edeceğini kabul eder. Satıcı, Ürün/Hizmet satış bedellerinin Alıcı tarafından DSM’ye ödenmesi ile Alıcı’nın ödeme yükümlülüğünden kurtulmuş olacağını ve dolayısıyla Alıcı’nın Satıcı’ya bu kapsamda ayrıca bir ödeme yapmakla yükümlü olmayacağını kabul eder.**” şeklindedir.

zaryerleri bakımından bu kısımda yapılan tespitler ise doğrudan uygulanmaya elverişli olacaktır.

Pazaryeri işletmecisinin üstlendiği buluşturma faaliyeti çerçevesinde, ilgili faaliyet “aracılık” faaliyetini çağrıştırdığı için, doktrinde de tipik aracılık sözleşmelerine yönelik değerlendirmelerde bulunulmuş ve doktrinindeki görüşler temelde aşağıda da yer verildiği üzere, üç başlık altında incelenmiştir. Yine belirtmek gerekir ki doktrinde bazen ilişkinin hukukî niteliğinin ne olduğundan ziyade ne olmadığına ilişkin de görüşlere yer verilmiştir. Bu görüşlere de ilgili başlık altında ayrıca yer verilmesi planlanmaktadır. Son olarak belirtmek gerekir ki doktrinde bazı yazarlar, buluşturma faaliyetinin niteliğine yönelik bir görüş bildirmekten ziyade, görüşlerini pazaryeri sözleşmesinin tamamı bakımından serdetmiştir<sup>24</sup>.

### 1. Acentelik

Pazaryeri işletmecisinin faaliyetinin hukukî niteliğine yönelik doktrinde ileri sürülen görüşlerden ilki, satıcının tacir olduğu durumlarda, pazaryeri işletmecisinin faaliyetinin acentelik niteliğinde olduğudur<sup>25</sup>. Bu görüş,

<sup>24</sup> Bkz. aşa. III. A. 1.

<sup>25</sup> Bu yönde Alman doktrininde bkz. **Ströbl**, Albin: Münchener Kommentar zum Handelsgesetzbuch, 5. Auflage, C.H. Beck, München 2021, § 84, Nr. 13-14; Alman hukukunda karşı görüş için bkz. **Dieselhorst**, Grages: “Der Onlineshop-Betreiber als Handelsvertreter? Anwendung der §§ 84 ff. HGB auf Shopbetreiber im Internet”, MMR, 2011, s. 371. Yine rekabet hukuku özelinde karşı görüş için bkz. **Schuhmacher**, Florian/**Holzweber**, Stefan: Das Recht der Europäischen Union: EUV/AEUV, hrsg. Grabitz/Hilf/Nettesheim, C.H. Beck, München 2022, Nr. 905.

İngiliz hukukunda rekabet hukuku özelinde bkz. **Akman**, Pınar: “A Competition Law Assessment of Platform Most-Favoured- Customer Clauses”. In Journal Competition Law & Economics, 2017, s. 31-32. Yine Adil Ticaret Ofisi (Office of Fair Trading)’nin Booking.com/Expedia/IHG kararında, online seyahat acentelerinin otellerin acentesi olduğu belirtilmiştir. Benzer şekilde İngiliz Rekabet Komisyonu fiyat karşılaştırma sitelerinin aracılık yaptıkları poliçeler üzerinden ücret kazanmaları ve satış bedellerini belirlemedikleri sebepleriyle acente olarak nitelendirmektedir. Bkz. **Akman**, 27. Buna karşılık İngiliz hukukunda online platformların acente olarak kabul edilemeyeceği de ileri sürülmektedir. Bu yönde bkz. **Baş**, s. 131, dn. 50.

Türk hukukunda bkz. **Baş**, s. 129 vd.; **Bozer**, Ali/**Göle**, Celal: Ticari İşletme Hukuku, 7. Baskı, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 2021, s. 161; rekabet hukuku özelinde yine aynı yönde bkz. **Bingöl**, Muhammet Emin: “E-Ticaret Platformları Lehine Öngörülen En Çok Kayrılan Müşteri Kayıtlarının Rekabet Hukuku Bakımından Değerlendirilmesi”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 72, S. 1, 2023, s. 28; **Doğan**, Cihan: Rekabet Hukuku ve İktisadi Bağlamında Dijital Platformlar, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2021, s. 368. İlgili görüşü savunan yazarlardan biri olan *Baş*, acentelik sözleşmesinin kendine özgü (*sui generis*) bir sözleşme ol-

platformların, TTK'nın 102. maddesinde belirtilen bağımsızlık ve süreklilik unsurlarını<sup>26</sup> kural olarak taşıdığını ifade etmektedir<sup>27</sup>. Yine acentelik sözleşmesinden bahis için gerekli bir diğer şart olan, müvekkilin sözleşmelerine aracılık etme veya bu sözleşmeleri müvekkil ad ve hesabına yapma unsurunun<sup>28</sup> da bulunduğu ifade edilmektedir. Zira işletmeci tarafından satıcıya platform sağlanarak, satıcı ile alıcılar arasında sözleşme yapılması için aracılık faaliyeti yapılmaktadır<sup>29</sup>. Ayrıca TTK'nın 102. maddesinin 1. fıkrasında aranan acentelik faaliyetinin meslek edinilmiş olması şartı da aracılık faaliyetinin, çoğu zaman elektronik pazaryeri işletmelerinin temel iştiğal konusu olması sebebiyle sağlanmaktadır<sup>30</sup>. Yine bu görüş, belirli bir yer ve bölge

duğunu, doktrinde hâkim fikrin bu yönde olduğunu ve TTK'nın 102. maddesinin 2. fıkrasında acenteliğe uygulanacak bir hüküm bulunmaması hâlinde, vekâlet hükümlerinin kıyasen uygulanacak olmasının de acentelik sözleşmesinin bu niteliğine etki etmeyeceğini belirtmiştir. Ancak yazarın acentelik sözleşmesinin hukukî niteliğinin *sui generis* bir sözleşme olduğuna dair görüşüne katılma imkânı bulunmamaktadır. Zira TBK'da veya özel bir kanunda esaslı unsurları düzenlenmiş sözleşmeler isimli sözleşme olarak nitelendiriliyor iken; kanunda düzenlenmeyen ancak tarafların meydana getirdiği sözleşmeler ise isimsiz sözleşmeler olarak ifade edilmektedir. (İlgili hususta birçokları yerine bkz. **Oktay**, Saibe: "İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması", İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, C. 55, S. 1-2, s. 263) Acentelik sözleşmesi de TTK ile birlikte tipik ve isimli bir sözleşme hâline gelmiştir. (Nitekim açık bir şekilde aynı yönde **Yavuz**, Cevdet/**Acar**, Faruk/**Özen**, Burak: Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler, 11. Baskı, Beta Basım, İstanbul 2022, s. 1268) Acentelik sözleşmesinin esaslı unsurlarının tamamı TTK'da düzenlenmektedir. Kaldı ki doktrinde hâkim fikir olarak anılan görüş de 6762 sayılı TTK döneminde ileri sürülmüştür.

<sup>26</sup> Unsurlar için genel olarak bkz. **Karayalçın**, Yaşar: Ticaret Hukuku I, Giriş-Ticari İşletme, Güzel İstanbul Matbaası, Ankara 1968 s. 517; **Kınacıoğlu**, Naci: "Acente ve Acentelik Sözleşmesi", Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Dergisi, Ankara 1963; **Arkan**, Sabih: Ticari İşletme Hukuku, 28. Bası, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 2022, s. 259; **Kaya**, Arslan (**Ülgen**, Hüseyin/**Helvacı**, Mehmet/**Nomer-Ertan**, N. Füsün): Ticari İşletme Hukuku, 8. Bası, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2022, s. 529; **Ayhan**, Rıza/**Çağlar**, Hayrettin/**Özdamar**, Mehmet: Ticari İşletme Hukuku, 14. Bası, Yetkin Yayınları, Ankara 2021, s. 503 vd.; **Bahtiyar**, Mehmet: Ticari İşletme Hukuku, 22. Bası, Beta Basım, İstanbul 2023, s. 233; **Karaege**, Özge: Acentenin Ücret Hakkı, Adalet Yayınevi, Ankara 2016, s. 12 vd.

<sup>27</sup> **Baş**, s. 130; **Bingöl**, EKM, s. 28. Tacir olma ve süreklilik unsurlarının var olduğu durumlarda dijital iş platformlarının da acente olarak nitelendirilebileceği yönünde bkz. **Tolu-Yılmaz**, Hazal: Dijital Platform Çalışanlarının Hukuki Statüsü (İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku Bakımından), On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2023, s. 276-279.

<sup>28</sup> **Arkan**, s. 219; **Kaya** (**Ülgen/Helvacı/Nomer-Ertan**), s. 529; **Kayıhan**, Şaban: Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi, 5. Baskı, Umutepe Yayınları, Kocaeli 2018, s. 41; **Karaege**, s. 19-20.

<sup>29</sup> **Baş**, s. 131.

<sup>30</sup> **Baş**, s. 131; **Bingöl**, EKM, s. 28.

tahsisinin acentelik sözleşmesinin esaslı bir unsuru<sup>31</sup> olmadığı dolayısıyla elektronik pazaryerleri bakımından böyle bir tahsis olmasa da yine acente olarak nitelendirilebileceği, kaldı ki belirli bir yer ve bölge tahsisinin acentelik sözleşmesinin esaslı bir unsuru olarak kabul edilmesi hâlinde dahi, elektronik pazaryerlerinin faaliyet alanının internet ile sınırlı olmasının bu unsuru sağlayacağını ifade etmektedir<sup>32</sup>. Yine ücretin de acentelik sözleşmesinin bir unsuru olup olmadığının doktrinde tartışmalı olduğu belirtilmiş<sup>33</sup>, bununla birlikte elektronik pazaryerleri bakımından zaten satıcılar tarafından pazaryeri işletmecisine bir komisyon ödendiği için, ilgili tartışmadan bağımsız olarak bu unsurun da var olduğunun kabul edilmesi gerektiği<sup>34</sup>; bununla birlikte taraflar arasında ücret ödenmeyeceği hususunun açıkça kararlaştırıldığı durumlarda, TTK'nın 120. maddesinin 2. fıkrası uyarınca acentelik sözleşmesinden bahsin mümkün olmadığı da dile getirilmiştir<sup>35</sup>.

Daha önce de belirtildiği üzere doktrinde bir kısım yazarlar, elektronik pazaryerlerinin hukukî niteliğinin ne olduğundan ziyade acente olmadığına ilişkin görüşleri de dile getirmiştir. Bu kapsamda bu görüşe göre ilk olarak,

<sup>31</sup> Bir unsur olmadığı yönünde bkz. **Karayalçın**, s. 517; **Arkan**, s. 219; **Kınacıoğlu**, s. 15; **Baş**, s. 132; aksi yönde bkz. **Kaya (Ülgen/Helvaci/Nomer-Ertan)**, s. 530; **Karaeğe**, s. 26; **Tekin**, *Ufuk: Acentenin Ücret Hakkı*, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 2018, s. 62-63.

<sup>32</sup> **Baş**, s. 132-133; **Tolu-Yılmaz**, s. 277.

<sup>33</sup> Acentelik bakımından ücretin bir unsur olmadığı yönünde bkz. **Kaya**, s. 13; **Oğuz**, s. 107, dn. 50. Buna karşılık, hem ücretten söz eden hükümler hem acentelik bakımından öngörülen meslek edinme şartı hem de acentenin çoğu zaman ticari işletme işletiyor olması sebebiyle uygulama alanı bulacak olan TTK'nın 20. maddesinden hareketle, ücret ödenmesinin acentelik bakımından bir unsur olarak nitelendirilebileceği yönünde bkz. **Bahtiyar**, s. 232. TTK m. 120/1 (d)'den yola çıkarak benzer sonuca ulaşılabileceği yönünde bkz. **Baş**, s. 128; Yine TTK'nın 113. ve devamı hükümleri çerçevesinde ücret hakkının bir unsur olduğu yönünde bkz. **Ayhan/Çağlar/Özdamar**, s. 534.

Ücretin bir unsur olup olmadığına yönelik doğrudan bir değerlendirme yapmamış olmasına rağmen, "başarıya dayalı ücretin" acentelik sözleşmesinin bir unsuru olmadığı yönünde bkz. **Tekin**, s. 13. Unsurlara ilişkin yapmış olduğu açıklamalarda ücreti bir unsur olarak ele almamış olmasına rağmen, ücretin acente bakımından temel nitelikte bir hak olduğu yönünde ayrıca bkz. **Karaeğe**, s. 99-100.

Buna karşılık TTK m. 120/1 (d)'de "acentenin istemeye hak kazandığı" ücretten bahsedildiği ve TK 120/2 uyarınca acente aleyhine geçersiz olan şartlar acentenin hak kazandığı ücrete yönelik olması gerektiği; tarafların acentenin hangi hâllerde ücrete hak kazandığını yani ücret koşullarını belirlemekte serbest olduğu yönünde ayrıca bkz. **Kaya**, s. 140; **Oğuz**, s. 107, dn. 50.

<sup>34</sup> **Bingöl**, EKM, s. 128, dn. 133.

<sup>35</sup> **Baş**, s. 133; **Tolu-Yılmaz**, s. 277. Farklı yönde değerlendirmeler için bkz. ve karşı. **Oğuz**, s. 107.

elektronik pazaryeri işletmecisi, acentelik bakımından öngörülen kanunî tipte yalnızca sınırlı bir ölçüde uyumludur<sup>36</sup>. Zira kanunen öngörülen acentelik modelinde acente, müvekkili adına müşteriyle doğrudan temas kuran ve böylece kendi taahhüdü yoluyla müşterinin iradesinin oluşmasını etkileyen kişidir. Alman hukukunda ileri sürülen bu görüş, acentenin bu niteliğinin HGB'deki acentelik hükümlerinde birkaç kez dile getirildiğini de ifade etmiştir<sup>37</sup>. Yapılan işle orantılı bir komisyonun belirlenmesine dair § 87 (1) HGB (TTK m. 113); acentenin kendisinin yeni müşteriler edindiği veya mevcut müşteri ilişkilerini genişlettiği varsayımına ve acentenin başarısına dayanan denkleştirme talebini düzenleyen § 89b HGB (TTK m. 122); son olarak, acentenin temel olarak aracılık yapmak için çaba sarf etmesi gerektiğini ve bu kapsamda aktif olarak müşteri bulmasının beklendiğini hüküm altına alan § 86 (1) HGB (TTK m. 109/1) hükümleri de bu durumu gösterir<sup>38</sup>. İkinci olarak, geleneksel acentelik modelinde müvekkilin mal ya da hizmetlerinin satın alınması noktasında müşterinin karar vermesinde acentenin kişisel bir etkisi bulunmakta iken, elektronik pazaryeri işletmecisinin son müşteri ile bir ilişkisi bulunmamaktadır. Bu anlamda elektronik pazaryeri işletmecisi, ne müşterinin iradesinin oluşmasını etkiler ne de kişisel güven iddiasında bulunur. Dolayısıyla elektronik pazaryeri işletmecisi tarafından gerçekleştirilen böyle bir faaliyet acentelik olarak nitelendirilmeye elverişli değildir. Bu faaliyet olsa olsa acentelik statüsü olarak nitelendirilemeyecek teknik bir yardımcı hizmet modeline tekabül etmektedir<sup>39</sup>. Üçüncü olarak, acentelik ilişkisinin tipik özelliklerinden biri olan üç taraflı ilişkinin, söz konusu yer sağlama hizmeti olduğunda gündeme gelmediği, zira yer sağlayıcının müvekkil ile müşteri arasında ayrı bir kişi olarak gözükmeyeceği ileri sürülmüştür. Buna göre, hukukî işlemde yalnızca iki kişinin aktif olarak yer alması durumunda acentelikten bahis de mümkün değildir<sup>40</sup>. Bu görüş elektronik pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilemeyeceğine delil olarak aynı zamanda 86/653/EEC sayılı Avrupa Birliği Direktifi'nin lafzını

<sup>36</sup> **Dieselhorst**, s. 369. Nitekim Türk hukukunda ödeme hizmetlerine ilişkin yapılan bir değerlendirmeye göre, elektronik pazaryeri işletmecilerinin faaliyetlerinin acentelik olarak nitelendirilemez. Bu görüşe göre elektronik pazaryeri işletmecisi, piyasa oluşturan merkezi düzenleyici sıfatına sahiptir. Bunun sebebi olarak da elektronik pazaryeri işletmecilerini yetkilendiren üyelerin genellikle tacir olmayışı gösterilmiştir. Bkz. **Arıcı**, s. 328-330.

<sup>37</sup> **Dieselhorst**, s. 369.

<sup>38</sup> **Dieselhorst**, s. 369.

<sup>39</sup> Nitekim BKartA'nın 20.12.2013 tarihli HRS kararında da, bu husus dile getirilmektedir. Benzer yönde bkz. **Dieselhorst**, s. 370.

<sup>40</sup> **Dieselhorst**, s. 370.

da göstermiştir. Buna göre Direktif'in 1. maddesinin 2. fıkrasının hem İngilizce hem de Fransızca metinlerinde acentelikten bahis için, müşteri üzerinde bir tür "müzakere" şeklinde aktif bir etkinin gerekli olduğunu açıkça ortaya konmaktadır. Elektronik pazaryeri işletmecisinin var olduğu durumlarda, bu şekilde aktif bir etki mevcut değildir<sup>41</sup>. Bu görüş son olarak, HGB'nin 84. paragrafı ve devamındaki (TTK m. 102 vd.) hükümlerinin elektronik pazaryeri işletmecisi ile satıcı arasındaki ilişki bakımından geçerli olmaması sebebiyle, sözleşmenin acentelik olarak nitelendirilmesinin yine mümkün olamayacağını dile getirmiştir. İlgili görüşe göre, § 87 (1) HGB'de (TTK m. 113) faaliyetleri ile paralel bir şekilde komisyona hak kazanma durumu, yer sağlama sözleşmelerine yönelik mevcut piyasa uygulamalarına bakıldığında, elektronik pazaryeri işletmelerinin büyük çoğunluğu bakımından geçerli değildir. Zira uygulamada pazaryerleri ücrete komisyon bazında değil, (aylık veya yıllık) sabit oran şeklinde veya hacimle ilgili parametrelere bağlı olarak (örn. depolama kapasitesi) hak kazanır<sup>42</sup>. Benzer şekilde § 89b HGB'de (TTK m. 122) yer alan denkleştirme talebinin de uygulanabilirliği tartışmaya açıktır. Çünkü müşteri kazanmak kesinlikle elektronik pazaryeri işletmecisinin görevlerinden biri değildir ve onun faaliyetinin özü, müşterilerin kendi inisiyatifleriyle ve kendi takdirlerine bağlı olarak sipariş verebilecekleri bir BT altyapısının sağlanmasıdır. Böyle bir faaliyet de denkleştirme isteme hakkını doğurmaz<sup>43</sup>. Ayrıca § 86 HGB (TTK m. 109/1) kapsamında gündeme gelecek olan rekabet yasağı da elektronik pazaryeri işletmecisi bakımından gündeme gelmez. Bunun nedeni, elektronik pazaryeri işletmecisinin sunduğu teknik hizmetin, genellikle aynı veya benzer biçimde başka şirketlere de sunulan jenerik bir faaliyet olmasıdır. Dolayısıyla elektronik pazaryeri işletmecisi aleyhine rekabet etmeme hükümlerinin öngörülmesi, böyle bir ortamda son derece sıra dışıdır<sup>44</sup>. Son olarak, elektronik pazaryeri işletmecisinin klasik bir acente gibi korunmaya muhtaç olmaması, elektronik pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilmesine engel değildir<sup>45</sup>.

Yine Alman hukukunda bir görüş, aracılık faaliyetinin pazaryeri işletmecileri bakımından gerçekleşmesine rağmen, acentelik için gerekli unsurlardan bir diğeri olan müvekkil tarafından aracılık faaliyetleri için sürekli yetkilendirmenin çoğu zaman gerçekleşmeyeceğini ve bu yüzden pazaryeri

<sup>41</sup> Dieselhorst, s. 370.

<sup>42</sup> Dieselhorst, s. 370.

<sup>43</sup> Schuhmacher/Holzweber, Nr. 905; Dieselhorst, s. 371.

<sup>44</sup> Dieselhorst, s. 371.

<sup>45</sup> Dieselhorst, s. 371.



işletmecisinin acente olarak nitelendirilemeyeceğini belirtmiştir<sup>46</sup>. Bu görüşe göre acentenin müvekkil tarafından sürekli görevlendirilmesinin, zamansal ve faaliyet bakımından olarak iki veçhesi bulunmaktadır<sup>47</sup>. Zaman bakımından görevlendirmede, belirli faaliyet süresi ve girişimci lehine belirsiz miktarda işleme yönelme aranmaktadır. Hukukî açıdan bakıldığında, acente ile müvekkil arasındaki hukukî ilişkinin geçici bir ilişkinin ötesine geçmesi için, acentenin faaliyette bulunma yükümlülüğünün bulunması gerekir. Bu çerçevede acente, müvekkilinin ekibinin bir parçasıdır ve müvekkilinin yardımcısı sıfatıyla onun menfaatlerini korumakla yükümlüdür. Dolayısıyla bu görüşe göre HGB'nin 84. paragrafı ve devamındaki hükümleriyle (TTK m. 102 vd.) oluşturulan model çerçevesinde acente, sözleşmenin tarafları arasında tarafsız bir konumda olmayıp münhasıran müvekkilinin menfaatlerini korur<sup>48</sup>. Bu yüzden acente tipik olarak yalnızca müvekkili ile sözleşmesel ilişkisi içerisindedir ve aynı zamanda müşteri ile sözleşmesel bir ilişkisi bulunmaz. Bunun sonucu olarak da acente, kendi müvekkilinin satış organizasyonunun bir parçasıdır<sup>49</sup>. Bu açıklamalar doğrultusunda bu görüş, elektronik pazaryerlerinin kanunda öngörülen bu çerçeveye uyum sağlamadığını ifade etmiştir<sup>50</sup>. Zira pazaryeri işletmecisi satıcının tarafında değil, satıcı ile alıcı arasında bağımsız bir konumda bulunmaktadır. Pazaryeri sözleşmesi bağlamında pazaryeri işletmecisi, sürekli olarak belirli satıcılar için hareket etmeyip sadece satıcıların işlem bazlı olarak ürünlerini platform aracılığıyla sunmalarına imkân tanır. Dolayısıyla pazaryeri işletmecisi, ne satıcının yardımcısıdır ne de asli olarak satıcıya aracılık faaliyetinde bulunarak yardımcılıkla yükümlüdür<sup>51</sup>. Bununla birlikte Alman hukukunda aksi görüş tarafından, pazaryeri işletmecisi açısından aracılık faaliyetinin yerine getirilmesi için sürekli olarak yetkilendirme unsurunun bulunduğu ifade edilmiştir<sup>52</sup>.

Türk hukukunda da bir görüş, zorunlu unsur olup olmaması tartışmalı olmakla birlikte, temel unsur niteliğinde olan tekel hakkının elektronik pazaryeri sözleşmesi bakımından söz konusu olmaması sebebiyle acentelik

<sup>46</sup> **Vilgertshofer**, Fabian: Online Plattformen und vertragliche Haftung, C.H. Beck, München 2019, s. 85-86.

<sup>47</sup> **Emde**, Raimond/**Valdini**, Daniel: Online-Hotelportale als Handelsvertreter, BB 2016, Heft 16, s. 899.

<sup>48</sup> **Vilgertshofer**, s. 84.

<sup>49</sup> **Vilgertshofer**, s. 84.

<sup>50</sup> **Engert**, Andreas: "Digitale Plattformen", AcP 218, 2018, s. 321; **Vilgertshofer**, s. 84. Aksi görüş için bkz. **Emde/Valdini**, s. 899.

<sup>51</sup> **Vilgertshofer**, s. 85-86.

<sup>52</sup> **Emde/Valdini**, s. 899.

sözleşmesinden bahsin mümkün olmayacağını ifade etmektedir<sup>53</sup>. Bu çerçevede ilgili görüş uyarınca, internete erişebilen herkes, elektronik pazaryerinden faydalanabileceği gibi alıcılar bakımından bir sınırlama da söz konusu olamayacağı için TTK’da aranan “belirli” bir müşteri çevresinden bahis de mümkün değildir<sup>54</sup>.

## 2. Sımsarlık

Türk hukukunda ileri sürülen bir görüşe göre, elektronik pazaryeri işletmecisinin aracılık faaliyeti sonucunda ücrete hak kazanacağını kararlaştırıldığı hâllerin tamamında, sımsarlığa ilişkin unsurlar bulunmaktadır ve bu çerçevede taraflar arasındaki pazaryeri sözleşmesinin hukukî niteliği sımsarlık sözleşmesidir<sup>55</sup>. Buna karşılık sımsarlık açısından ücret zorunlu bir unsur olduğu için, satıcı ile alıcı arasındaki sözleşmenin platform aracılığıyla kurulmadığı pazaryerleri bakımından, satıcılardan herhangi bir komisyon alınmadığından, işletmeci ile satıcı arasındaki yapılan sözleşmenin sımsarlık sözleşmesi olarak nitelendirilebilmesi mümkün değildir. İlgili görüşe göre bu sözleşme de kendine özgü bir sözleşme niteliğindedir<sup>56</sup>.

Yine başka bir görüş, elektronik pazaryeri işletmecisinin satış yapılması hâlinde ücrete ya da komisyona hak kazandığı elektronik pazaryeri sözleşmesinin sımsarlık sözleşmesine yaklaştığını belirtmiş, pazaryeri sözleşmesinin de sımsarlıkta olduğu gibi geçici nitelikte olabileceğini ifade etmiş ve fakat sımsarlık sözleşmesinde öngörülen birtakım yükümlülükler ile elektronik pazaryeri sözleşmesi çerçevesinde işletmecinin üstlendiği edimlerin birbirleriyle tam olarak örtüşmediğini ileri sürmüştür<sup>57</sup>. Buna karşılık doktrinde başka bir görüş, elektronik pazaryerlerinin sımsar olarak nitelendirilebileceği hâllerin çok sınırlı olduğunu belirterek, ilgili sözleşmenin yalnızca satıcı ile elektronik pazaryeri işletmecisi arasındaki ilişkinin geçici olduğu hâllerde sımsarlık sözleşmesi olarak nitelendirilebileceği, ilişkinin sürekli olduğu durumlarda acentelik niteliğinin değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmiştir<sup>58</sup>.

Alman hukukunda Türk hukukundan farklı olarak ticari işler sımsarlığı ve adi işler sımsarlığı olarak iki tür farklı sımsarlık türü bulunmakta ve

<sup>53</sup> Çekirdek, s. 68.

<sup>54</sup> Çekirdek, s. 68.

<sup>55</sup> Çekirdek, s. 71-72.

<sup>56</sup> Çekirdek, s. 74.

<sup>57</sup> Demirel, s. 148.

<sup>58</sup> Tolu-Yılmaz, s. 273.

doktrinde bir görüş, pazaryeri işletmecisinin faaliyetlerinin § 93 HGB’de düzenlenen ticari işler simsarlığı olduğunu savunmaktadır<sup>59</sup>. Bu görüşe göre, acenteden ve adi işler simsarından farklı olarak ticari işler simsarının aracılık faaliyeti çok sınırlı bir alana yöneliktir. Bu anlamda § 93 (2) HGB’de taşınmazlara yönelik aracılık faaliyetleri açısından ticari işler simsarlığı hükümlerinin uygulanmayacağı düzenlenmiştir. Dolayısıyla en baştan, faaliyetleri doğrudan taşınmaz alım-satımı ve kiralanmasına yönelik olarak Airbnb, Wimdu, 9Flats gibi pazaryeri işletmecileri bakımından ilgili hükümlerin uygulanması mümkün değildir ve söz konusu işletmecilerin ticari işler simsarı olarak nitelendirilmesi mümkün değildir<sup>60</sup>. İlgili görüşe göre acenteden farklı olarak ticari işler simsarı, § 93 HGB çerçevesinde sözleşme ile aracılık faaliyetlerini sürekli bir şekilde yapmayı üstlenmez. Aksine ticari işler simsarı, taraflardan birinin yanında hareket etmeksizin, işin niteliğinin gerekliliklerine göre faaliyet gösterir. Bu yüzden ticari işler simsarı, taraflardan birinin yardımcısı olmayıp, taraflar arasında tarafsız (nötr) konumda bulunan bağımsız bir aracıdır<sup>61</sup>. Bu durum, ticari işler simsarının adi işler simsarından da ayırmaktadır. Zira ticari işler simsar bakımından, simsarın bağımsız bir aracı olması kanunî model olarak öngörülmüş olmasına rağmen, adi işler simsarında, simsarın her iki tarafın menfaatlerine uygun çalışması istisnai-  
dir<sup>62</sup>. Dolayısıyla bu görüşe göre en azından kural olarak, pazaryeri işletmecilerinin faaliyetleri yukarıda ortaya konan ticari işler simsarlığı modelini karşılamaktadır. Çünkü pazaryeri işletmecisinin, sözleşmenin her iki tarafıyla da üyelik şeklinde bir sözleşmesi bulunmakta ve pazaryeri işletmecisi, aracılık faaliyetini taraflardan birinin sürekli bir aracı olarak görevlendirilmeden yerine getirmektedir<sup>63</sup>. Sonuç olarak, hem sürekli bir aracılık görevi bulunmadığı hem de alıcı ile satıcı arasında bağımsız bir konumda bulunduğu için, elektronik pazaryerlerinin ticari işler simsarı olarak nitelendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir<sup>64</sup>.

### 3. Komisyonculuk

Doktrinde bir görüş, pazaryeri işletmecisinin aracı rolü üstlendiğini ve bunun da bağımlılık ilişkisini gerektiren hizmet sözleşmesini bertaraf ettiğini

<sup>59</sup> **Vilgertshofer**, s. 89.

<sup>60</sup> **Vilgertshofer**, s. 89.

<sup>61</sup> **Vilgertshofer**, s. 90.

<sup>62</sup> **Engert**, s. 327; **von Hoyningen-Huene**, Gerrick: Münchener Kommentar zum HGB, 4. Auflage, C.H. Beck, München 2016, §93 HGB, Nr. 49.

<sup>63</sup> **Vilgertshofer**, s. 90.

<sup>64</sup> **Vilgertshofer**, s. 90; aksi yönde bkz. **Emde/Valdini**, s. 899.

ve yine satıcının markasının ve logosunun kullanılmasıyla birlikte alıcılar nezdinde biliniyor olması sebebiyle müvekkili temsil şartının gerçekleşmesi nedeniyle vekalet sözleşmesinin de söz konusu olmayacağını ifade etmiştir. Buna karşılık ilgili görüşe göre, pazaryeri işletmecisinin komisyoncu olarak nitelendirilmesi gerekmektedir<sup>65</sup>. Zira elektronik pazaryeri işletmecisi, ürün ya da hizmetlerini satmak isteyen satıcılara, elektronik bir ortam oluşturmakta; potansiyel alıcılar ise platform aracılığıyla ve platformun sağladığı teknik imkânlar dâhilinde, ürün ya da hizmetleri incelemekte ve sözleşme görüşmelerini yapmaktadır. Bu durum da aslında elektronik pazaryeri işletmecisinin işlevinin temelde alıcı ile satıcı arasındaki bilgi akışını sağlamak-tan ibaret olduğunu gösterdiği ve bu yüzden pazaryeri işletmecisinin komisyoncu olarak nitelendirilmesinin doğru olacağını ileri sürmüştür<sup>66</sup>.

### B. Değerlendirme ve Görüş

Bir üst başlıktan da anlaşılabilceği üzere, pazaryeri sözleşmesindeki temel edim olan buluşturma faaliyeti bakımından, pazaryeri işletmecisinin hukukî niteliğine yönelik olarak doktrinde tartışma bulunmaktadır. Bu başlık altında öncelikle doktrinde yer verilen görüşler ele alınacak, ardından, çalışmada ele alınan anlamı ile pazaryeri işletmecisinin hukukî niteliği belirlenmeye çalışılacaktır. Bununla birlikte, pazaryeri işletmecisinin pazaryeri sözleşmesi ile üstlendiği alıcı ile satıcıyı buluşturma faaliyetinin, yukarıda yer verilen görüşler anlamında bir “aracılık” faaliyetine vücut verip vermediği meselesi öncelikli olarak incelenmelidir. Zira doktrinde bir kısım yazarlar tarafından pazaryeri işletmecisinin aracılık faaliyetinde bulunmadığı belirtilmiştir<sup>67</sup>. Hâl böyle iken, ilgili faaliyetin aracılık olmadığı tespit edilirse, aracılığa ilişkin sözleşme tiplerine uygunluk tartışmasına da gerek kalmayacaktır.

### 1. Ön Sorun: Aracılık Faaliyetinin Var Olup Olmadığının Tespiti

Elektronik pazaryeri işletmecisinin satıcı ile alıcıyı buluşturma faaliyetlerinin aracılık olarak nitelendirilip nitelendirilmeyeceği hususu özellikle Alman hukukunda ciddi bir şekilde tartışılmıştır<sup>68</sup>. Türk hukukunda ise konuya ilişkin değerlendirmeler yapan yazarların tamamı, pazaryerleri tara-

<sup>65</sup> Yaşar, İlke: Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 2010, s. 70.

<sup>66</sup> Yaşar, s. 70.

<sup>67</sup> Nitekim bkz. aşa. III. B. 1.

<sup>68</sup> Tartışmalar için birçokları yerine bkz. Vilgertshofer, s. 87 vd.

findan yapılan faaliyetin aracılık olduğundan şüphe edilmemesi gerektiğini belirtmiştir<sup>69</sup>.

Öncelikle ifade etmek gerekir ki, aracılık faaliyetinin bulunup bulunmadığı hususu taraflar arasındaki sözleşmede yer alan tarafların subjektif iradelerine göre değil, objektif şartlara göre belirlenir. Bu anlamda aracılık, satıcı ile alıcı arasındaki sözleşmenin pazaryeri işletmecisinin alıcıyı etkilemesi sonucu kurulması anlamına gelir<sup>70</sup>. Aracılık faaliyeti, aracının sözleşmenin her iki tarafıyla da temas kurmasını ve sözleşmenin akdedilmesi yönünde bilinçli bir şekilde çalışması anlamında, aracının kendisi ile müzakere ederek ilgili tarafın kararını etkilemesini gerektirir<sup>71</sup>. Aracılıktan bahis için, söz konusu faaliyetlerin sözleşmenin kurulmasına katkıda bulunması yeterlidir. Bu kapsamda, aracının etkisinin tamamen ikincil öneme sahip olmaması koşuluyla, aracının satış noktasını işleterek ya da açık bırakarak sözleşmenin kurulmasına katkıda bulunması dahi aracılık faaliyetinden bahis için yeterlidir. Buna örnek olarak, öneri ile kabul beyanlarının taraflara iletilmesi, taraflarla hazırlık görüşmelerinin yapılması gösterilebilir. Kanaatimizce pazaryeri işletmecisinin, kullanıcıların niyet beyanlarını elektronik olarak bir haberci sıfatıyla ilgili diğer kullanıcıya iletmesi ve böylece iki sözleşme tarafı arasındaki iletişimi sağlaması, en temelde bir aracılık faaliyetidir<sup>72</sup>. Ancak bu kabul ile birlikte aracılık faaliyetinin gerçek sınırının belirlenmesi de zarurîdir. Dolayısıyla, belirli bir işleme özgü olmayan, salt ilişkilerin başlatılmasının kolaylaştırılması, reklam ve iletişimin sürdürülmesi gibi faaliyetleri sürdüren kimselerin aracı olarak nitelendirilmesi mümkün değildir<sup>73</sup>.

Öte yandan doktrinde bazen pazaryeri işletmecileri tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin, tekliflerin sunulması veya bilgi verilmesinin ötesine geçmediği ileri sürülmektedir<sup>74</sup>. Zira bu görüşe göre, pazaryeri işletmecisi

<sup>69</sup> Nitekim bkz. **Baş**, s. 131; **Oğuz**, s. 168; **Özbay-Özdoğru**, s. 57.

<sup>70</sup> **Vilgertshofer**, s. 87; **Karaege**, s. 22.

<sup>71</sup> **Vilgertshofer**, s. 91.

<sup>72</sup> **Vilgertshofer**, s. 91.

<sup>73</sup> **Vilgertshofer**, s. 87; **Karaege**, s. 21.

<sup>74</sup> Nitekim Alman doktrininde bazı yazarlar tarafından, eBay gibi çevrimiçi platformların aracılık faaliyeti, yol gösterme dışında yalnızca yardımcı hizmetlerle sınırlı olduğu için kısmen reddedilmektedir. **Emde**, Raimond: Vertriebsrecht, 3. Auflage, De Gruyter, Berlin 2014, §84 Nr. 58. Benzer şekilde Airbnb gibi platformların, teknik anlamda sözleşmenin yapılması bakımından bir aracılık yapmadıkları, sadece sözleşmenin yapılması için teknik ortamı sağladıkları ifade edilmektedir. Öte yandan doktrinde, otel portallarının operatörlerinin, rezervasyon sistemlerinde teklifleri bağımsız olarak tanıttıkları, müşterinin çok özel otelleri filtreleyebildiği ve böylece müşterinin isteklerine göre so-

tarafından yalnızca iletişim desteği ve destekleyici hizmetlerin sağlanması, potansiyel sözleşme tarafı üzerinde henüz bir “etki” oluşturmaz<sup>75</sup>. Bu anlamda aracının faaliyeti, haberci olarak yalnızca sözleşme tarafları arasında bilgi aktarımı ile sınırlıysa, aslında hukukî anlamda bir aracılık faaliyetinin<sup>76</sup> bulunmadığı dile getirilmiştir<sup>77</sup>. Ancak ifade etmek gerekir ki, çevrimiçi pazaryeri aracılığıyla sözleşmeler yapılırken durum böyle değildir. Pazaryeri işletmecisi, bilgileri yalnızca tarafsız bir haberci olarak iletmez<sup>78</sup>. Trendyol, Hepsiburada, eBay, Amazon Marketplace ve Airbnb gibi çevrimiçi platformlar, alıcıların kendilerine uygun teklifleri bulabilmesi için arama ve filtreleme işlevleri sağlamaktadır. Bu anlamda platform içerisindeki tüm satıcılar, pazaryeri işletmecisi tarafından bir veri tabanına kaydedilir ve satıcıların platformda bilgi yayınlamasına izin verilir. Pazaryeri işletmecisi ayrıca,

---

mut teklifler sunduğu hedefli bir çevrimiçi arama işlevi sağladığı için gerçek bir aracılık yaptıkları ileri sürülmektedir. **Emde/Valdini**, s. 901.

Ancak tüm yaklaşımların diğer platformlar bakımından da uygulama alanı bulması mümkündür. Bu çerçevede eBay, Airbnb örneklerinde aracılık faaliyetinin reddedilmesine rağmen otel portalları olan HRS ve Booking bakımından aracılık faaliyetinin kabul edilmesi çelişkili gözükmemektedir. Her iki tip bakımından temel farklılık, platform işletmecisi ile ilgili faaliyet değil, sağlanan hizmetin niteliğidir. Tüm online platformlar, satılan hizmetlerin reklamını yapar, belirli filtreleme seçenekleri ile arama seçeneği sunar ve bu yüzden nihai olarak, arama kriterlerine uygun sonuçları bir öneri olarak alıcılara sunar. Otel portallarında olduğu gibi, diğer platformlar da ödeme hizmetleri verir ve kullanıcılara puan verme imkânı tanır. Nitekim Alman hukukundaki mevcut uygulama, yerinde bir şekilde sigorta sektöründeki online platformların aracılık faaliyetini kabul etmektedir. Dolayısıyla benzer husus bu çalışmada incelenen elektronik pazaryerleri bakımından da kabul edilmelidir. Benzer yönde bkz. **Dreyer, Holger/Haskamp, Thomas**: “Die Vermittlungstätigkeit von Plattformen”, ZvertriebsR, 2017, 6, s. 362; **Engert**, s. 321; **Vilgertshofer**, s. 87.

<sup>75</sup> **Vilgertshofer**, s. 92.

<sup>76</sup> Aracılık faaliyetine ilişkin, bir işin çözüme kavuşturulması için tarafların bir araya getirilerek yardım edilmesi şeklindeki tanım için bkz. **Ünal, Oğuz Kürşat**: Aracı Kurumlar, Yaklaşım Yayınları, Ankara 1997, s. 53; ayrıca aracılık faaliyetine yönelik sermaye piyasası hukuku özelinde birçokları yerine bkz. **Manavgat, Çağlar**: Sermaye Piyasasında Aracı Kurumlar, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara 1991, s. 63.

<sup>77</sup> **Vilgertshofer**, s. 92; **Karaege**, s. 21.

<sup>78</sup> Söz konusu yorum bir anlamda klasik anlamda Facebook ve Twitter gibi platformlar bakımından geçerli olabilecektir. İki kişi bir sözleşme yapmak için Facebook’u kullanırsa, o zaman Facebook bu sözleşmenin kurulması açısından “aracı” olarak nitelendirilemez. Zira Facebook’ın aracı olarak sözleşmenin kurulmasına nihai bir etkisi olmaz. Nitekim bu yönde bkz. **Vilgertshofer**, s. 92. Hemen ifade etmek gerekir ki Facebook’un ticari olarak kullanılma seçeneği de bulunmaktadır. Ancak burada belirtilmek istenen Facebook’un kuruluş amacı çerçevesinde kullanımınıdır.

çevrimiçi olarak kullanıcılar arasında iletişimi ve sözleşmelerin yapılmasına imkân tanır, ödeme işlemlerini gerçekleştirir, derecelendirme sistemleri sağlar. Bu nedenle pazaryeri işletmecisi, alıcı ve satıcı arasında gerçekleştirilecek olan işlem için, sadece “iletişim desteği” sağlamaz. Bunun yerine pazaryeri işletmecisi, sözleşme öncesinden sözleşme sonrasına kadarki işlemlerin tamamına eşlik eder. Dolayısıyla aracılık faaliyetinden bahis için gerekli olan etki, aktif insan faaliyetleri ile karakterize edilmemelidir<sup>79</sup>. Bu anlamda, doğrudan kişiler arası temas veya kişisel faaliyet, aracılık anlamında “etki” bakımından bir ön şart değildir<sup>80</sup>. Aracılık faaliyetinin varlığı açısından aranan etki, pazaryeri işletmecisi tarafından kullanıcıların birbirini bulmasını sağlayan bilgi teknoloji altyapısının kurulması ve işletilmesi durumlarında da bulunmaktadır<sup>81</sup>.

Doktrinde de yerinde bir şekilde ortaya konulduğu üzere, elektronik pazaryerleri de yukarıda belirtilen aracılık faaliyetine ilişkin sınırın uçlarında yer almaktadır<sup>82</sup>. Ancak elektronik pazaryerlerinin faaliyetlerinin, özellikle, Alman Federal Mahkemesinin loto bayilerine yönelik meşhur kararıyla karşılaştırılarak, aracılık faaliyetinin bulunup bulunmadığının tespiti mümkündür<sup>83</sup>. Bu bayiler loto şirketleri tarafından satış bayisi olarak kullanılmaktadır. Benzer husus petrol şirketleri ile benzin istasyonu işletmecileri arasındaki ilişki bakımından da geçerlidir. Fonksiyonel olarak bakıldığında, elektronik pazaryerleri de pazaryeri şeklindeki sanal satış noktaları niteliğindedir ve satıcılar elektronik pazaryerlerini etkin bir dağıtım kanalı olarak kullanmaktadır<sup>84</sup>. Bu anlamda nasıl ki loto şirketleri loto satış bayileri kanalıyla alıcılarına ulaşıyorsa, satıcılar da elektronik pazaryerleri aracılığıyla alıcılarına ulaşmaktadır. Bu yüzden pazaryeri işletmecileri de modern satış aracı-

<sup>79</sup> Bu yönde bkz. **Dreyer/Haskamp**, s. 362; **Vilgertshofer**, s. 92.

<sup>80</sup> **Dreyer/Haskamp**, s. 361; **Vilgertshofer**, s. 92. Acente açısından bkz. **Emde/Valdini**, s. 900.

<sup>81</sup> **Vilgertshofer**, s. 92; **Dreyer/Haskamp**, s. 361; **Emde/Valdini**, s. 900; **Engert**, s. 321.

<sup>82</sup> **Dreyer/Haskamp**, s. 359; **Engert**, s. 321; **Vilgertshofer**, s. 87-88.

<sup>83</sup> **Vilgertshofer**, s. 87-88.

<sup>84</sup> Bu anlamda İstanbul 18. Asliye Ticaret Mahkemesi tarafından verilen, 3.7.2018 tarihli, E. 2017/145, K. 2018/833 sayılı kararda da elektronik pazaryerleri, alışveriş merkezlerine benzetilmiştir: “...Mahkememiz dosyasından 10/05/2018 tarihli bilirkişi raporu alınmıştır. Raporla “Elektronik Ticaret şirketleri tıpkı bir AVM’nin içinde bulunan mağazalar gibi online ticaret işlemi yapmak isteyen şirketlere bir platform (online pazar yeri denilebilir) imkânı sunar, bu platform üzerinden yapılan ticari hareketlerde genellikle sadece satışı yapan e-ticaret şirketinden belirli komisyonlar aldıkları bir iş modeli oluştururlar...” (Karar için bkz. [www.lexpera.com](http://www.lexpera.com))

ları olarak nitelendirilmelidir<sup>85</sup>. Nitekim pazaryeri işletmecisinin faaliyetleri, Federal Mahkeme tarafından aracılık faaliyeti karinesi olarak kabul edilen salt işletmenin açık tutulmasından da çok ötedir<sup>86</sup>.

Nitekim Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un ("TKHK") 48. maddesinin 5. fıkrasının gerekçesinde de platform işletmecisi tarafından üstlenilen bu edimin aracılık faaliyeti olduğu vurgulanmıştır. Gerekçeye göre tüketici hukukunda aracılık, platformun işletilmesi ile tarafların iletişime geçmesini sağlayan ve platformda sağladığı imkânlar ile satıcı ile alıcı arasında sözleşmenin yapılmasının etkin bir parçası olmaktır<sup>87</sup>. Bu çerçevede pazaryeri olarak faaliyet gösteren birçok platformda satıcı ile alıcı doğrudan iletişime geçmemekte, taraflar arasındaki akit platform aracılığıyla kurulmakta ve sözleşmenin kurulması ile ifası aşamalarında platform etkin bir rol oynamaktadır<sup>88</sup>. Bu yüzden işletmecinin sözleşme ile üstlendiği faaliyet en temelde aracılık, işletmecinin kendisi de aracıdır<sup>89</sup>.

<sup>85</sup> Federal Mahkemenin önceki uygulamasının dijital satışlar bakımından da uygulanması durumunda, satıcının teklifinin teknik ve dijital olarak platform üzerinde sunulması, müşteriye çevrimiçi platform aracılığıyla doğrudan reklamı yapılan ürün için bir işlem yapma fırsatı verilirse pazaryeri işletmecisi tarafından aracılık hizmeti olarak kabul edilebileceği yönünde ayrıca bkz. **Ströbl**, MüKoHGB § 84, Nr. 13-14.

<sup>86</sup> **Dreyer/Haskamp**, s. 361; **Vilgertshofer**, s. 87-88. Bununla birlikte Federal Mahkeme vermiş olduğu bir kararda dışçiler ile hastaları buluşturan bir online platformun aracılık faaliyetinde bulunduğunu kabul etmemiştir. Karar için bkz. **Vilgertshofer**, s. 93.

<sup>87</sup> *"Beşinci fıkrada özellikle internet ortamında oluşturdukları sistem üzerinden satıcı veya sağlayıcıların mal ve hizmet satışına aracılık edenlerin sorumlulukları düzenleme altına alınmıştır. Uygulamada satıcı veya sağlayıcılar dışında onlara aracılık eden üçüncü kişiler, oluşturdukları sistem çerçevesinde satıcı veya sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin mesafeli yöntemle tüketicilere ulaşmasına aracılık etmekte, aynı zamanda satıcı veya sağlayıcı adına tüketiciden mal veya hizmetlerin bedelini de tahsil etmektedirler. Bu durumda bu kişilerde satıcı veya sağlayıcılar gibi tüketicilere karşı bu maddede yazan hususlardan dolayı sorumlu olacaklardır. Ancak bedel tahsil etmeden sadece satıcı veya sağlayıcılar ile tüketicilerin iletişime geçmelerine aracılık eden ve genellikle yer sağlayıcı niteliğine haiz olan internet siteleri bu fıkra hükümlerine tabi olmayacaktır."* Gerekçe için bkz. [www.lexpera.com](http://www.lexpera.com)

<sup>88</sup> Benzer yönde bkz. **Özbay-Özdoğru**, s. 57.

<sup>89</sup> Belirtmek gerekir ki, platformun aracılığı aşan faaliyetlerinin de bulunması söz konusu olabilir. Böyle bir durumda da artık saf bir aracılık faaliyetinden bahsedilemeyeceğinden ilgili sözleşmenin hukuken nitelendirilmesi de tamamen farklılaşır. Nitekim Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın *Uber* kararında, daha önceden belirlemiş olduğu kriterleri uyuşmazlığa uygulayarak, *Uber*'in saf bir aracı olmadığını, aynı zamanda taşıma şirketi de olduğunu belirtmiştir. CJEU Asociación Profesional Elite Taxi vs. Uber Systems Spain SL, Case C-434/15 of 20 December 2017. Karara ilişkin detaylı değerlendirme için bkz. **Şeker**, Emriye Özlem: "Avrupa Birliği'nde Çevrimiçi Aracılık Hizmetlerinin Düzenlenmesi- Uber ve Airbnb Örnekleri", *BATİDER*, 37, S. 1, 2021, s. 126-127.



## 2. Komisyonculuğa İlişkin Değerlendirme

Pazaryeri işletmecisinin komisyoncu olarak nitelendirilmesine yönelik görüş<sup>90</sup> kanaatimizce yerinde değildir. Zira komisyon sözleşmesini düzenleyen TBK'nın 532. maddesi; “*Alım veya satım komisyonculuğu, komisyoncunun ücret karşılığında, kendi adına ve vekâlet verenin hesabına kıymetli evrak ve taşınurların alım veya satımını üstlendiği sözleşmedir.*” şeklindedir. Görüleceği üzere, komisyon sözleşmesinin unsurlarından biri dolaylı temsildir<sup>91</sup>. Nitekim acentelik ile komisyoncu arasındaki en temel fark da komisyoncunun müvekkilini dolaylı bir şekilde temsil ediyor olmasıdır. Bunun sonucu olarak, üçüncü kişiler ile yapılan sözleşmenin tarafı doğrudan komisyoncu olup komisyoncu daha sonradan kendisi üzerinde doğan hak ile borçları müvekkiline devreder<sup>92</sup>. Ancak daha önce ifade edildiği üzere, platform işletme modelinde, ürün ya da hizmete ilişkin akit, alıcı ile satıcı arasında yapılır ve pazaryeri işletmecisi hiçbir şekilde söz konusu akdın tarafı olmaz. Bu yüzden pazaryeri işletmecisi, komisyoncu olarak nitelendirilemez<sup>93</sup>. Yani pazaryeri işletmecisinin aracı olduğunu gereği gibi dış dünyaya yansıtması durumunda, pazaryeri işletmecisinin komisyoncu olarak nitelendirilmesi mümkün değildir<sup>94</sup>.

## 3. Sımsarlığa İlişkin Değerlendirme

Yukarıda herhangi bir ayırım yapılmaksızın pazaryeri işletmecisinin her hâlde sımsar olduğunu ifade eden bir görüş bulunmakla birlikte, yalnızca taraflar arasındaki ilişkinin geçici olduğu durumlarda pazaryeri işletmecisinin sımsar olarak nitelendirildiğini ifade eden bir görüşün de bulunduğu yer verilmiştir<sup>95</sup>. TBK'nın 520. maddesinde düzenlenen sımsarlık sözleşmesinin unsurları; bağımsızlık, aracılık, geçicilik ve ücrettir<sup>96</sup>. Bu bağlamda

<sup>90</sup> Buna karşılık platform aracılığıyla taşıma faaliyetlerinin gerçekleştiği durumlarda taşıma işleri komisyonculuğundan bahsedilebileceği yönünde yerinde tespit için bkz. **Tolu-Yılmaz**, s. 281.

<sup>91</sup> **Arkan**, s. 259; **Kaya (Ülgen/Helvacı/Nomer-Ertan)**, s. 503.

<sup>92</sup> **Arkan**, s. 249; **Yavuz/Acar/Özen**, s. 1286; **Kaya (Ülgen/Helvacı/Nomer-Ertan)**, s. 503; **Karaege**, s. 84.

<sup>93</sup> Benzer yönde bkz. **Çekirdek**, s. 61.

<sup>94</sup> **Dreyer/Haskamp**, s. 362; **Vilgertshofer**, s. 82. Temelini doğrudan temsil ilişkisinden alan aracılık faaliyetinin, acenteyi komisyoncudan ayıran özellik olduğu yönünde bkz. **Ayan**, Özge: “6102 Sayılı Türk Ticaret Kanununun Acentelik Kısımında Getirdiği Yenilikler”, DEÜHFD 2010, C. 12, S. 2, s. 82.

<sup>95</sup> Bkz. yuk. III. A. 2.

<sup>96</sup> **Arkan**, s. 207-208; **Kaya (Ülgen/Helvacı/Nomer-Ertan)**, s. 486-490; **Ayhan/Çağlar/Özdamar**, s. 503 vd.; **Bahtiyar**, s. 246.

özellikle aracı acente ile simsar arasındaki ayırt edicilik, ilişkinin geçici mi yoksa sürekli mi olduğuna bakılarak tespit edilir<sup>97</sup>. Söz konusu unsurlardan herhangi birinin bulunmadığı bir sözleşmesel ilişkinin simsarlık olarak nitelendirilebilmesi mümkün değildir. Bu çerçeveden bakıldığında, pazaryeri işletmecisi, simsar olarak da nitelendirilemez. Zira daha önce de ifade edildiği üzere, klasik anlamda pazaryeri sözleşmesinde, pazaryeri işletmecisi ile satıcı arasındaki ilişki sürekli niteliktedir. Nitekim uygulamada özellikle elektronik pazaryerleri aracılığıyla yapılan satışlara yönelik kurulan pazaryerleri sözleşmelerinin neredeyse tamamında taraflar arasındaki sürekli bir ilişki tesis edilir. Bu durum da sözleşmenin simsarlık sözleşmesi olarak nitelendirilmesine engeldir. Dolayısıyla simsarlığın geçicilik unsuruna yönelik değerlendirme yapmaksızın pazaryeri sözleşmesinin her hâlde simsarlık sözleşmesi olarak nitelendiren görüş de kanaatimizce yerinde değildir. Bununla birlikte, ilişkinin geçici olduğu durumlarda ve simsarlık sözleşmesine yönelik diğer unsurların da bulunduğu hâllerde artık pazaryeri işletmecisinin yapmış olduğu aracılık faaliyetinin simsarlık olarak nitelendirilebilmesi mümkündür.

Bu başlık altında ayrıca, Alman hukukunda ifade edilen ticari işler simsarlığı görüşünün de ele alınması gerekmektedir. Aslında 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu döneminde, Türk hukukunda da ticari işler simsarlığı ayrı olarak düzenlenmekteydi. Bununla birlikte 6102 sayılı TTK ile birlikte, ticari simsarlığa ilişkin hükümlere, eskimleri, uygulama olanaklarının kalmaması ve konunun TBK'da zaten düzenleniyor olması gerekçeleri ile yer verilmemiştir<sup>98</sup>. Ticari işler simsarlığının Türk hukukunda bulunmaması sebebiyle

<sup>97</sup> Arkan, s. 222; Kaya, Arslan: Türk Ticaret Kanunu Şerhi, Birinci Kitap, Ticari İşletme, Yedinci Kısım, Acentelik, 2. Baskı, Beta Basım, İstanbul 2016, s. 11; Kaya (Ülgen/Helvaci/Nomer-Ertan), s. 490; Bahtiyar, s. 233; Bozer/Göle, s. 162; Şener, Oruç Hami: Ticari İşletme Hukuku, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2020, s. 303; Karaege, s. 79-80.

<sup>98</sup> 6102 sayılı TTK Genel Gerekçe, s. 37: "6762 sayılı Kanunda ayrıntılı bir şekilde düzenlenmiş bulunan ticaret işleri tellallığı (m. 100-115), eskimiş ve artık uygulama olanağı kalmamış hükümlere yer vermişti. Aynı konunun BK'da da düzenlenmiş bulunduğu dikkate alınarak ve BK'daki bu hükümler uygulama yönünden yeterli görülerek, ticari işler tellallığına ilişkin maddeler kanundan çıkarılmıştır." Bununla birlikte TTK ile birlikte öngörülen bu değişiklik öğretilerinde eleştirilmiştir. Bkz. Kaya (Ülgen/Helvaci/Nomer-Ertan), s. 484 vd; Kendigelen, Abuzer: Yeni Türk Ticaret Kanunu: Değişiklikler, Yenilikler ve İlk Tespitler, 3. Baskı, İstanbul, 2016, s. 57-58; Poroy, Reha/Yasaman, Hamdi: Ticari İşletme Hukuku, 19. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2022, s. 336. Konuya ilişkin olarak ayrıca bkz. Oruç, Murat: "Örtülü Bir Boşluk: Ticari Simsarlık Ücret Alacağına Tabi Olduğu Zamanaşımı Süresi", TAAD, Y. 7, S: 30, s. 224.

uygulama alanı bulamayacağı gerçeği bir kenara, ilk olarak geçiciliğe ilişkin bu başlık altında yapılan açıklamalar, ticari işler simsarlığı görüşü bakımından da geçerlidir. İkinci olarak, salt pazaryeri işletmecisinin her iki tarafla da üyelik sözleşmesi imzalaması ve bağımsız / nötr olması sebebiyle ilişkinin Alman hukuku açısından da ticari işleri simsarlığı olarak nitelendirilmiş olması kanaatimizce hatalıdır. Zira pazaryeri işletmecisinin mevzuat ve işin niteliğinden kaynaklı olarak alıcıların da menfaatlerini koruma yükümlülüğü, onu taraflar arasında bağımsız bir konuma getirmemektedir. Pazaryeri işletmecisi, kural olarak, satıcının mal ve hizmetlerinin sürümünün artırılması için satıcıya yardımcı olmakta ve bu hizmetleri çerçevesinde satıcıdan bir ücret elde etmektedir. Bu durum da tek başına pazaryeri işletmecisinin hem alıcı hem de satıcı açısından nötr bir konumda olmadığını göstermektedir.

#### **4. Acenteliğe İlişkin Değerlendirme**

##### **a. Genel Açıklamalar**

Yukarıda yer verilen son tipik aracılık faaliyeti acenteliktir. Pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceğinin tespiti bakımından acentelik sözleşmesinin tipik unsurlarının ve bunların pazaryeri sözleşmesinde var olup olmadığının tespiti büyük bir önem arz etmektedir.

Daha önce bahsedildiği üzere, elektronik pazaryerleri her geçen gün gittikçe yaygınlaşmaktadır. Klasik dağıtım yöntemlerinde kural, dağıtıcının satıcıya ekonomik olarak bağlı olmasıdır<sup>99</sup>. Bununla birlikte yeni bir dağıtım şekli olan organize perakende dağıtımda, dağıtıcı birçok farklı ürünü satmakta ve bu yüzden satıcı karşısında ekonomik olarak daha güçlü bir konum elde etmektedir<sup>100</sup>. Dağıtıcının satış kanalına girmek ve daha fazla tüketiciye ulaşabilmek adına satıcılar dağıtıcı tarafından öngörülen ticari şartları kabul etmekte ve böylelikle klasik dağıtımdaki pazarlık gücü tersine dönmektedir<sup>101</sup>. Ancak TTK'nın 102. ve devamında düzenlenen hükümleri, klasik dağıtım modelini esas alarak hazırlanmıştır. Bununla birlikte TTK'nın ilgili hükümlerinin uygulanması, dağıtımın yapıldığı mecra, alıcının kim olduğu veya ürün ya da hizmetin niteliğine bağlı değildir. Dolayısıyla elektronik pazaryerlerinin aracılık yaptığı durumlarda ekonomik olarak bağımlılığın

<sup>99</sup> **Küçükayhan-Aşçıoğlu**, Meltem: Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri, Adalet Yayınevi, Ankara 2011, s. 11; **Oğuz**, s. 135.

<sup>100</sup> **Küçükayhan-Aşçıoğlu**, s. 11; **Oğuz**, s. 135.

<sup>101</sup> **Küçükayhan-Aşçıoğlu**, s. 11; **Oğuz**, s. 135.

yönünün değişmiş olması, tek başına acenteliğe ilişkin hükümlerin uygulanmasına engel değildir<sup>102</sup>. Yani elektronik pazaryerlerinin faaliyetlerinin şekli, ürün ya da hizmetlerin pazarlanma biçimi, satıcıların ekonomik olarak bağımlı konuma geçmesi gibi durumlar, elektronik pazaryeri işletmecisinin acente olarak sınıflandırılmasına tek başına engel değildir<sup>103</sup>. Acentelik hükümlerinin dar yorumlanması gibi aksi bir düşünme tarzı, temel kurallar olan TTK'nın ilgili hükümlerinin değişen koşullara uyum sağlamasına mani olacaktır<sup>104</sup>.

Acentelikten bahis için, bir ticari işletmeyi ilgilendiren sözleşmelere aracılık edilmesi ya da bu sözleşmelerin müvekkil ad ve hesabına yapılması gerekmektedir<sup>105</sup>. Bu yüzden satıcının ticari işletme işletmediği hâllerde, pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilmesi en baştan mümkün değildir. Özellikle evde yapılan ürünlerin platformlar aracılığıyla satılması giderek yaygınlaşmaktadır. Bu gibi hâllerde, satıcı ticari işletme işletmediği için, pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilmesinden -diğer unsurların varlığından bağımsız olarak- bahsedilemez.

TTK'nın 102. maddesi uyarınca acentelik sözleşmesinin unsurları; bağımsızlık, sözleşmeye dayanarak faaliyet gösterme, aracılık ya da sözleşme yapmak, süreklilik, meslek edinme ve tartışmalı olmakla birlikte ücret ile belirli bir bölge ya da faaliyet gösterilmesidir<sup>106</sup>. Bu çalışma kapsamında acentenin tüm unsurları ayrıca ve özel olarak incelenmeyecektir. Sadece pazaryeri işletmecisinin nitelendirilmesi bakımından özellik arz eden unsurlara değinilmesi planlanmaktadır. Hemen belirtmek gerekir ki mukayeseli hukukta pazaryeri işletmecisinin acente olup olmadığı değerlendirilirken odaklanılan unsurlar, aracılık faaliyetinin varlığı ile acentenin aracılık görevi için sürekli bir şekilde yetkilendirilmiş olup olmadığıdır<sup>107</sup>. Yani mukayeseli hukukta pazaryeri işletmecisi bakımından diğer unsurların karşılandığı kabul

<sup>102</sup> Nitekim benzer yönde bkz. **Oğuz**, s. 136.

<sup>103</sup> Bununla birlikte yukarıda da ortaya konulduğu üzere, Alman hukukunda HGB'nin acenteliğe ilişkin hükümlerinin elektronik pazaryerlerine uygun olmayışı gerekçesiyle pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilemeyeceğine ilişkin bir görüşün var olduğu belirtilmişti. Söz konusu görüş için bkz. **Dieselhorst**, s. 369 vd.

<sup>104</sup> **Oğuz**, s. 139.

<sup>105</sup> **Arkan**, s. 219; **Kaya (Ülgen/Helvacı/Nomer-Ertan)**, s. 529; **Kaya**, s. 533; **Kayıhan, Şaban**: Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi, 5. Baskı, Umuttepe Yayınları, Kocaeli 2018, s. 41.

<sup>106</sup> Unsurlara ilişkin olarak birçokları yerine bkz. **Kaya (Ülgen/Helvacı/Nomer-Ertan)**, s. 529 vd.

<sup>107</sup> Bkz. aşa. III. B. 4. b.

edilmekte, pazaryeri işletmecisinin aracılık faaliyeti yapıp yapmadığına ve sürekli bir görevlendirmenin bulunup bulunmadığına göre acente sıfatını haiz olup olmadığına dair görüş bildirilmektedir. Buna karşılık Türk doktrininde acentelik değerlendirilmesinde ön plana çıkartılan unsur, mukayeseli hukuktan farklı olarak, acentelik sözleşmesi açısından bir unsur olup olmadığı tartışmalı olan acentenin belirli bir bölge ya da faaliyet göstermesidir<sup>108</sup>. Türk doktrininde pazaryeri işletmecisinin acente vasfı, daha çok bu unsur özelinde tartışılmıştır. Bu yüzden eldeki makale bakımından satıcı tarafından pazaryeri işletmecisinin görevlendirilmesi ile belirli bir bölge ya da müşteri çevresinde faaliyet gösterilmesi hususlarına ayrı bir ihtimam gösterilecektir. Aracılık faaliyetine ilişkin değerlendirmeler daha önce yapıldığı için, acentelik özelinde ayrıca bir değerlendirmede bulunulmayacaktır<sup>109</sup>.

Daha önce de belirtildiği üzere, acentenin faaliyetlerinin kanunen sürekli olması gerekmektedir. Aracılık faaliyetinin sürekli olarak yapılmaması durumunda, acenteden değil simsardan bahsedilmektedir<sup>110</sup>. Yine kural olarak meslek edinme, bağımsızlık, sözleşmeye dayanarak faaliyet gösterme unsurlarının pazaryeri işletmecisi bakımından var olduğu kabul edilmelidir<sup>111</sup>.

Pazaryeri işletmecisinin nitelendirilmesi bakımından belirleyici olduğu düşünülen unsurlara dair değerlendirmelere geçilmeden önce, önemine binaen doktrinde bir unsur olup olmadığı tartışmalı olan, ücrete dair de açıklamalar yapılmalıdır<sup>112</sup>. Zira daha önce de belirtildiği üzere yaygın olarak kullanılan bazı pazaryerlerinde, satıcıdan herhangi bir ücret alınmamaktadır. Ücretin acentenin bir unsuru olup olmaması tartışmasından<sup>113</sup> bağımsız ola-

<sup>108</sup> Bkz. aşa. III. B. 4. c.

<sup>109</sup> Nitekim yapılan faaliyetlerin çoğu zaman aracılık faaliyeti olarak nitelendirilebileceği yönünde bkz. yuk. III. B. 1.

<sup>110</sup> Bkz. yuk. III. B. 3.

<sup>111</sup> Daha önce birçok kez dile getirildiği üzere, internet kullanımının yaygınlaşmasına paralel olarak pazaryeri çeşitleri de farklılaşabilmektedir. Bu çalışma çerçevesinde mevcut pazaryerlerindeki ortalama yaklaşım dikkate alınarak açıklama yapılmaktadır. Dolayısıyla somut olay açısından ilgili pazaryeri işletmecisinin bu unsurları taşımaması hâlinde acente olarak nitelendirilmesi de mümkün değildir.

<sup>112</sup> Acentenin ücret hakkına ilişkin olarak genel olarak bkz. **Karaege**, s. 97 vd.; **Tekin**, s. 29 vd.

<sup>113</sup> Acentelik bakımından ücretin bir unsur olmadığı yönünde bkz. **Kaya**, s. 13; **Oğuz**, s. 107, dn. 50. Buna karşılık, hem ücretten söz eden hükümler hem acentelik bakımından öngörülen meslek edinme şartı hem de acentenin çoğu zaman ticari işletme işletiyor olması sebebiyle uygulama alanı bulacak olan TTK'nın 20. maddesinden hareketle, ücret ödenmesinin acentelik bakımından bir unsur olarak nitelendirilebileceği yönünde bkz.

rak, kural olarak pazaryeri sözleşmelerinde sabit bir ücret ya da belirli bir oranda komisyon kararlaştırılmaktadır. Dolayısıyla bu gibi hâllerde -diğer unsurların da varlığı şartıyla- pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilmesine bir engel bulunmamaktadır<sup>114</sup>.

### ***b. Pazaryeri İşletmecisinin Aracılık Faaliyetleri İçin Sürekli Olarak Yetkilendirilmesi Bakımından Değerlendirme***

Yukarıda bir görüş tarafından, aracılık faaliyetinin pazaryeri işletmecileri bakımından gerçekleşmesine rağmen, acentelik için gerekli unsurlardan bir diğeri olan müvekkil tarafından aracılık faaliyetleri için sürekli yetkilendirmenin çoğu zaman gerçekleşmeyeceğini ve bu yüzden pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilemeyeceğinin ileri sürüldüğü ifade edilmişti<sup>115</sup>. Yine söz konusu hususta aksi bir görüşün de var olduğunun ve pazaryeri işletmecisi açısından aracılık faaliyetinin yerine getirilmesi için sürekli olarak yetkilendirme unsurunun bulunduğu da ileri sürüldüğü ifade edilmişti<sup>116</sup>.

Kanaatimizce Türk hukuku bakımından pazaryeri işletmecisi açısından aracılık faaliyetinin yerine getirilmesi için sürekli olarak yetkilendirme unsurunun var olduğunun kabulü gereklidir. Gerçekten de TTK'nın öngördüğü sistemde acente, bağımsız bir tacir yardımcısı olarak, acentelik sözleşmesi ile üstlendiği edimleri yerine getirmekle yükümlüdür. Bu anlamda aracı acente varsa aracılık faaliyetinde bulunmak için çaba gösterilmesi, sözleşme

**Bahtiyar**, s. 232. TTK m. 120/1 (d)'den yola çıkarak benzer sonuca ulaşılabileceği yönünde bkz. **Baş**, s. 128; Yine TTK'nın 113. ve devamı hükümleri çerçevesinde ücret hakkının bir unsur olduğu yönünde bkz. **Ayhan/Çağlar/Özdamar**, s. 534.

Ücretin bir unsur olup olmadığına yönelik doğrudan bir değerlendirme yapmamış olmasına rağmen, "başarıya dayalı ücretin" acentelik sözleşmesinin bir unsuru olmadığı yönünde bkz. **Tekin**, s. 13. Unsurlara ilişkin yapmış olduğu açıklamalarda ücreti bir unsur olarak ele almamış olmasına rağmen, ücretin acente bakımından temel nitelikte bir hak olduğu yönünde ayrıca bkz. **Karaege**, s. 99-100.

Buna karşılık TTK m. 120/1 (d)'de "*acentenin istemeye hak kazandığı*" ücretten bahsedildiği ve TK 120/2 uyarınca acente aleyhine geçersiz olan şartlar acentenin hak kazandığı ücrete yönelik olması gerektiği; tarafların acentenin hangi hâllerde ücrete hak kazandığını yani ücret koşullarını belirlemekte serbest olduğu yönünde ayrıca bkz. **Kaya**, s. 140; **Oğuz**, s. 107, dn. 50.

<sup>114</sup> Nitekim zaten acenteliğin unsurlarından biri olan meslek edinilme şartı çerçevesinde, esnaflara ilişkin TTK'nın 15. maddesi nedeniyle uygulama alanı bulacak olan ücret isteme hakkına dair TTK'nın 20. maddesi ile birlikte acentelik, genellikle ücret karşılığı yapılır. Nitekim bu yönde bkz. **Kaya (Ülgen/Helvacı/Nomer-Ertan)**, s. 549.

<sup>115</sup> İlgili görüş için bkz. **Vilgertshofer**, s. 85-86.

<sup>116</sup> **Emde/Valdini**, s. 899.

yapmaya yetkili bir acente var ise müşterilerle sözleşmelerin yapılması için faaliyetlerde bulunulması gereklidir. Yani aracılık konusu sözleşmenin kurulması bakımından çaba sarf etmek acente bakımından bir edim borcudur<sup>117</sup>. Ancak daha önce de belirtildiği üzere, kanaatimizce yukarıda bahsi geçen pazaryerlerinin çoğu bakımından bu unsur gerçekleşmiştir. Zira uygulamada görülen pazaryeri sözleşmelerinde, satıcı tarafından yüklenen ürün veya hizmetlerin tamamı açısından alıcı söz konusu bu ürün ya da hizmetlerden birini platform üzerinden almak istediğinde, pazaryeri işletmecisi bu talepleri karşılayacağını taahhüt etmekte ve sözleşmenin kurulması bakımından aracılık yapmaktadır. Yani aslında çoğu pazaryeri işletmecisi, pazaryeri sözleşmesi ile satıcıya karşı, aracılık faaliyeti yapacağını sürekli bir şekilde üstlenmektedir. Bu anlamda pazaryeri işletmecisinin alıcı ile de bir üyelik sözleşmesi şeklinde ayrı bir sözleşmesel ilişki içerisinde olması, klasik anlamda acente gibi doğrudan satıcının tarafında bulunmaması ve alıcının menfaatlerini de koruması gibi hususlar faaliyetin acentelik olarak nitelendirilmesine engel değildir. Yine her ne kadar Alman doktrininde elektronik pazaryeri işletmecisinin alıcı ile satıcı bakımından tarafsız bir konumda olduğu ifade edilmiş olsa da pazaryeri işletmecisi satıcıdan işlem bazlı komisyon almakta ve alıcıya da kural olarak hizmet vermeyi taahhüt etmemektedir. Özellikle tüketici mevzuatı çerçevesinde pazaryeri işletmecisinin alıcılara karşı birtakım yükümlülükleri üstlenmiş olması da bu durumu değiştirmemektedir.

Bu kapsamda pazaryeri sözleşmesinde aracılık faaliyeti bakımından bir yetkilendirme yoksa ya da pazaryeri işletmecisi bu şekilde bir yükümlülüğü satıcıya karşı üstlenmediyse, artık yapılan aracılık faaliyeti sebebiyle pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilmesi mümkün değildir. Zira TTK'nın 102. maddesine göre acentenin müvekkili tarafından sürekli bir şekilde yetkilendirilmiş olması gerekmektedir.

### ***c. Pazaryeri İşletmecisinin Belirli Bir Yer veya Bölgede Faaliyet Göstermesi Bakımından Değerlendirme***

TTK'nın acenteliğe ilişkin tanımından, acentenin müvekkili için yerine getireceği faaliyetlerin belirli yer ya da bölge ile sınırlı olması gerektiği anlaşılmaktadır. TTK'da geçen "belirli bir yer veya bölge" kavramından, tarafların serbest iradeleriyle belirlemiş oldukları bir bölge anlaşılmaktadır<sup>118</sup>. İlgili hususun acenteliğin bir unsuru olup olmadığı ise doktrinde tartışma-

<sup>117</sup> Bahtiyar, s. 233; Şener, s. 302-303.

<sup>118</sup> Kaya, s. 10.

lıdır. Bir görüşe göre, TTK'nın 104. maddesi çerçevesinde acentenin inhisar hakkının kaldırılabilmesi sebebiyle, belirli yer veya bölgede faaliyet, acenteliğin bir unsuru değildir<sup>119</sup>. Diğer görüş ise, müvekkil ile acente bakımından öngörülen tekel hakkının doğrudan acentenin belirli bir yer veya bölgede faaliyet göstermesiyle ilintili olduğu, söz konusu kuralın aksinin sözleşme ile kararlaştırılabilir olmasından bağımsız olarak da acentenin faaliyetlerinin coğrafi olarak sınırlandırılmış bir bölgede yerine getirmesi gerektiğini ifade etmiştir<sup>120</sup>.

Elektronik pazaryerlerine ilişkin olarak doktrinde bir görüş, elektronik pazaryerleri bakımından bu unsurun sağlanmadığı, bununla birlikte ilgili unsurun sağlanmamasının tek başına elektronik pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilmesine engel olamayacağını ifade etmiştir<sup>121</sup>. Elektronik ortam, TTK'nın 102. maddesinde ifadesini bulan ve coğrafi bir alanı ifade eden “belirli bir yer veya bölge” kavramını karşılamamaktadır<sup>122</sup>. Bununla birlikte, özellikle lojistik hizmeti de veren elektronik pazaryerlerinin satıcı ile yaptığı sözleşmelerde coğrafi olarak bir bölge sınırlandırılması bulunmaktadır. Örneğin, market kullanıcıları için hizmet veren bir pazaryeri işletmecisi, söz konusu kullanıcı ile marketin bulunduğu bölgeye özgü olarak sözleşme yapmaktadır. Bu gibi durumlarda “belirli yer veya bölge” unsurunun sağlandığı açıktır. Yine sadece Türkiye’de faaliyet gösteren bir satıcı ile lojistik ağı Türkiye ile sınırlı olan bir pazaryeri işletmecisi bakımından da Türkiye aracılık faaliyetlerinin coğrafi sınırını oluşturmaktadır. Ancak lojistik hizmetinin bulunmadığı seyahat araçları gibi pazaryerlerinde, pazaryeri işletmecisi bakımından oluşan doğal bir coğrafi sınırdan bahsetmek imkânı bulunmamaktadır. Fakat yetkilendirmenin bu şekilde dünyanın tamamını kapsamı da tek başına ilgili elektronik pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilmesine engel değildir. Zira TTK’da yer ve bölgenin sınırlandırılmasına dair herhangi bir kriter bulunmamaktadır. Önemli olan husus, tarafların bu konuda iradelerini ortaya koymuş olmasıdır. Bununla birlikte acentelik sözleşmesi de zımnî olarak dahi kurulabildiğine göre, taraflarca herhangi bir yer veya bölgenin açıkça kararlaştırılmadığı durumlarda

<sup>119</sup> Karayalçın, s. 517; Arkan, s. 219; Kınacıoğlu, s. 15; Baş, s. 132.

<sup>120</sup> Kaya (Ülgen/Helvaci/Kendigelen/Nomer-Ertan), s. 530.

<sup>121</sup> Oğuz, s. 151-152.

<sup>122</sup> Oğuz, s. 151. Buna karşılık doktrinde Baş, belirli yer veya bölge unsurunun, acenteye çeşitli kriterlere göre belirlenen müşteri çevresinin bırakılması suretiyle sağlanabileceğini ifade etmiş ve internet ortamının aynı amaca hizmet eden bir ortam olduğunu belirtmiş ve sonuç olarak internet ortamıyla sınırlandırılan faaliyet alanının, TTK'nın 102. maddesinde öngörülen unsuru karşıladığını savunmuştur. Baş, s. 132.



da pazaryeri işletmecisinin tüm dünyada yetkilendirildiği şeklinde bir yorum yaparak, bu unsurun yine de var olduğunu kabulü gerekmektedir<sup>123</sup>.

#### **d. Pazaryeri İşletmecilerinin Gerçekleştirdiği Aracılık Faaliyetinin Niteliği Bakımından Değerlendirme**

Yukarıda elektronik pazaryerlerinin gerçekleştirdiği faaliyetlerin genel anlamıyla aracılık faaliyeti olduğu tespit edilmiş ve aracılık faaliyetine vücut veren tipik sözleşmeler bu çerçevede inceleme altına alınmıştır. Bununla birlikte elektronik pazaryerleri tarafından yapılan aracılık faaliyetlerinin tamamı aynı nitelikte değildir. Doktrinde söz konusu faaliyetler yerinde bir şekilde, alıcıları satıcıya yönlendiren elektronik pazaryerleri ve platform üzerinden alıcı ile satıcının sözleşme kurmasına imkân tanıyan elektronik pazaryerleri olarak ikiye ayrılmaktadır<sup>124</sup>. Her iki türün de acentelik anla-

<sup>123</sup> Nitekim bu yönde bkz. **Teoman**, Ömer: Yaşayan Ticaret Hukuku (Hukuki Mütalaalar), Kitap 14: 2010/2011, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2012, s. 8; **Oğuz**, s. 154. İstanbul 5. Asliye Ticaret Mahkemesi, Booking.com'a dair vermiş olduğu kararda, belirli bir yer veya bölge unsurunun acentelik bakımından bir unsur olmadığına ve Booking.com'un acente olduğuna karar vermiştir. 18.10.2019, 2015-1174/1021 (www.lexpera.com). Yine Yargıtay, internet üzerinden yabancı bir havayoluna ait bilet satan aracının acente niteliğinde olduğuna hükmetmiştir. İlgili karar; "...Davacı vekili dava dilekçesiyle, davalı tarafından tüketici sorunları hakem heyetine başvurularak, müvekkili şirketin web sitesi üzerinden uçak bileti satın alındığını, satın alınan biletin davadışı F1 Airlens tarafından 15.07.2016 tarihinde 21.45'te Amsterdam-Kopenhag-Alanya güzergahında gerçekleştirilen uçuşa ait iade edilemez bir promosyon bileti aldığını, alınan bilette havayolundan kaynaklanan sebeplerle uçuşun Kopenhag-Alanya parkurunun gerçekleştirilemediğini bilet ücretinin kendilerinden tahsil edildiğini belirterek hakem heyeti kararının iptalini talep etmiştir. Mahkemesince, yapılan yargılama, toplanan deliller ve tüm dosya kapsamına göre davalı tüketiciye yönelik ayıplı hizmet ile uçuşun gerçekleştirildiği bu bağlamda itiraza konu hakem heyeti kararının usul ve yasaya uygun olduğu belirtilerek itirazın reddine karar verilmiştir. Karar kesin olmakla birlikte bu karar aleyhine Adalet Bakanlığının yazısı üzerine Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından kanun yararına bozma talebinde bulunulmuştur. Bilindiği üzere, Türk Ticaret Kanunu'nun 102'nci maddesinin birinci fıkrasında: "**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.**" denilmek suretiyle acenteliğin tanımı yapılmıştır. Yine 6520 sayılı Kanun'un 120. maddesi uyarınca havayolu şirketi adına sözleşme kurulmasına aracılık eden bir şirket olarak faaliyet gösteren acentanın uçuş iptali sebebiyle oluşan ayıplı hizmetten sorumlu tutulamayacağından Tüketici Mahkemesince verilen kararın doğru olmadığından kararın bu nedenle kanun yararına bozulmasına, diğer kanun yararına temyiz itirazlarının ise yerinde bulunmadığından reddine karar verilmesi gerekmektedir." şeklindedir. Yarg. 11. HD, T. 03.04.2019, 1242 E. 2603 K. sayılı kararı (www.lexpera.com).

<sup>124</sup> **Oğuz**, s. 162-163.

mında aracılık faaliyeti olup olmadığı hususunun ise ayrıca incelenmesi gerekmektedir.

Hemen peşinen ifade etmek gerekir ki kanaatimizce, oluşturulan platformda sözleşmenin yapılmasına imkân tanımayan ve alıcıyı fiziki ya da elektronik başka bir ortama yönlendiren elektronik pazaryeri işletmecisinin aracı acente olarak nitelendirilmesi mümkün değildir<sup>125</sup>. Zira bu pazaryerleri bakımından, aracı acentelikte gündeme gelen haberci olarak hareket etme olgusu söz konusu olmamakta ve ilgili pazaryerlerinin sözleşmenin kurulması esnasında bir iradesi bulunmamaktadır<sup>126</sup>. İlgili yönlendirmenin yapılması ile birlikte artık alıcı, elektronik pazaryeri işletmecisinin kontrolü altında olmayan bir mecrada satıcı ile iletişime geçmekte ve sözleşme, söz konusu mecrada kurulmaktadır<sup>127</sup>. Sözleşmenin kurulması bakımından pazaryeri işletmecisi tarafından kontrolün kaybedilmesi de kanaatimizce ilgili pazaryeri işletmecisinin aracı acente olarak nitelendirilmesine mânidir.

Buna karşılık alıcı ile satıcının sözleşme kurmasına imkân tanıyan elektronik pazaryeri işletmecisinin diğer unsurların da bulunması hâlinde aracı acente olarak nitelendirilmesi mümkündür. Zira elektronik pazaryeri işletmecisi, alıcıların kendilerine uygun teklifleri bulabilmesi için arama ve filtreleme işlevleri sağlamakta, platform içerisindeki tüm satıcıların platformda bilgi yayınlamasına izin vermekte, çevrimiçi olarak kullanıcılar arasında iletişimi ve sözleşmelerin yapılmasına imkân tanımakta, ödeme işlemlerini gerçekleştirmekte ve derecelendirme sistemleri sağlamaktadır. Dolayısıyla pazaryeri işletmecisi, alıcı ve satıcı arasında gerçekleştirilecek olan işlem için, sadece “iletişim desteği” sağlamaktan çok öte, sözleşme öncesinden sözleşme sonrasına kadarki işlemlerin tamamına eşlik etmektedir. Pazaryeri işletmecisi tarafından sözleşmenin kurulması bakımından yapılan bu aracılık faaliyeti, geleneksel acente ile aynı kapsamdadır<sup>128</sup>. Bu anlamda satıcı ile alıcı arasında yapılacak olan sözleşme, pazaryeri işletmecisinin kurmuş olduğu platform üzerinden alıcının karşısına çıkarılmakta, alıcının kabul iradesi de yine platform üzerinden satıcıya iletilmektedir.

Bu hususta son olarak belirtmek gerekir ki pazaryeri işletmecisi, kural olarak satıcının sözleşme yapmaya yetkili acentesi olarak nitelendirilemez.

<sup>125</sup> Nitekim benzer yönde bkz. **Baş**, s. 131; **Oğuz**, s. 164.

<sup>126</sup> Doktrinde yerinde bir şekilde söz konusu faaliyetlerin yönlendirici sımara benzediğini ve fakat pazaryerinin hizmetleri sürekli bir şekilde yürütmesi nedeniyle sımara olarak nitelendirilemeyeceği belirtilmiştir. Bu yönde bkz. **Oğuz**, s. 165. Doktrinde ilgili husus, fırsat gösterme sımarsılığı olarak da nitelendirilmektedir. **Şener**, s. 301.

<sup>127</sup> **Oğuz**, s. 164-165.

<sup>128</sup> Nitekim benzer yönde bkz. **Baş**, s. 131; **Oğuz**, s. 167.

Zira kural olarak satıcı tarafından pazaryeri işletmecisine sözleşme yapma yetkisi verilmemektedir (TTK m. 107).

#### IV. SATICI İLE PAZARYERİ İŞLETMECİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİYE ACENTELİK HÜKÜMLERİNİN UYGULANMASI

##### A. Genel Olarak

Bir üst bölümde ortaya konulduğu üzere, pazaryeri sözleşmesinde temel olarak pazaryeri işletmecisinin üstlenmiş olduğu edim, aracılık faaliyetidir ve söz konusu bu aracılık faaliyeti acenteliğe ilişkin diğer şartların da bulunduğu durumlarda acentelik olarak nitelendirilmelidir. Bununla birlikte, uygulamada pazaryeri işletmeciliği salt aracılık faaliyeti ile sınırlandırılmakta, pazaryeri işletmecisi tarafından aracılık faaliyetine ek olarak sözleşmenin hukukî niteliğini değiştirebilecek birtakım asli edimler üstlenilmektedir. Böyle bir durumda da doktrinde pazaryeri sözleşmesinin, genel olarak isimsiz bir sözleşme olarak nitelendirildiği yukarıda ifade edilmişti<sup>129</sup>. Doktrinde isimsiz sözleşmelerin türlerine yönelik farklı tasniflendirme bulunsa da pazaryeri sözleşmesi ile tarafların üstlendiği edimlere göre, pazaryeri sözleşmesinin isimsiz sözleşmenin bir türü olan karma sözleşme olarak nitelendirilmesi mümkündür<sup>130</sup>. Bu durumda karma sözleşmelerin tamamlanmasına yönelik kabul edilen teoriler olan, soğurma, birleştirme ve kıyas yoluyla uygulama teorilerinin tamamı bakımından, TTK'da düzenlenen acentelik hükümlerinin uygulama alanı bulması söz konusu olabilir<sup>131</sup>. Yine daha önce

<sup>129</sup> Bkz. yuk. II. B.

<sup>130</sup> Bu anlamda belirtildiği üzere pazaryeri sözleşmesi doktrinde isimsiz sözleşmelerden hem karma hem de *sui generis* sözleşme olarak nitelendirilmektedir. Doktrinde bir görüşe göre, elektronik pazaryeri işletmecisi bu sözleşme ile platform üzerinden satıcının mal ya da hizmetlerinin sergilenmesinin sağlanması, satıcı ile alıcı arasındaki akdin kurulması imkânının tanınması ve satıcı adına sözleşme bedelinin tahsil edilmesi gibi birtakım edimler üstlenmektedir. İşletmeci tarafından üstlenilen söz konusu yükümlülükler, işletmecinin bu yükümlülüklerin tamamını birlikte ifa etmesi hâlinde satıcı sözleşmeden beklediği amacı elde edeceği için, sözleşme bakımından bir bütünlük teşkil etmektedir. Bu da tarafların kararlaştırdıkları edimleri özel bir bütünlük arz edecek şekilde birleştirmeleri yoluyla bir sözleşme kararlaştırılmış olması anlamına geldiğinden, sözleşmenin *sui generis* bir sözleşme niteliğinde olduğu ifade edilmiştir. Nitekim bu görüşe göre ilgili sözleşme, uygulamanın ihtiyaçları doğrultusunda doğmuş ve esaslı unsurları kanunda düzenlenmemektedir. Bu yönde bkz. **Özbay-Özdoğru**, s. 66. Komisyon olmadan hizmet veren pazaryerleri bakımından da yapılan sözleşmenin *sui generis* bir sözleşme olduğu yönünde bkz. **Çekirdek**, s. 74.

<sup>131</sup> Zira soğurma teorisine göre, sözleşmenin en baskın unsura dair kanuni düzenlemelerin sözleşmenin tamamlanmasıyla, karma sözleşmelere hangi hükümlerin uygulanacağı sorunu, çözüme kavuşturulacaktır. Birleştirme teorisi ise, farklı tipteki sözleşmelerin parçalanarak her bir unsurun ait olduğu sözleşme tipine dair kanuni düzenlemelerin ilgili

belirtildiği üzere, pazaryeri işletmecisinin faaliyetlerinin salt aracılık faaliyetleri olduğu hâllerde doğrudan acentelik sözleşmesinin varlığından bahis mümkündür<sup>132</sup>. Dolayısıyla her iki hâlde de satıcı ile pazaryeri işletmecisi arasındaki aracılık ilişkisine acentelik hükümlerinin uygulanması gündeme gelebilir<sup>133</sup>. Bu anlamda, pazaryeri işletmecilerinin faaliyetlerinin ekonomik

unsura uygulanması ve daha sonrasında ortaya çıkan hukukî sonuçların da birbirine bağlanmasına yöneliktir. Son olarak kabul görebilecek diğer teori olan kıyas yoluyla uygulama teorisi de karma sözleşmelerin taraf iradesi çerçevesinde oluşan bir sentez olduğunu ve ait olduğu sözleşme tiplerine ilişkin hükümlerin doğrudan değil, taraf iradelerine uygun bir şekilde kıyasen uygulanması gerektiğini ifade etmektedir.

Görülebileceği üzere, her bir teori bakımından, pazaryeri sözleşmesindeki aracılık faaliyetinin temel edim olması karşısında, acenteliğe ilişkin diğer şartların da karşılandığı durumlarda her hâlde acentelik hükümlerine başvuru söz konusu olmaktadır.

Söz konusu teoriler ve isimsiz sözleşmelere uygulanacak hükümler bakımından birçokları yerine bkz. **Oktay**, s. 277.

Buna karşılık söz konusu teorilerin uygulanması sonucunda kira sözleşmesinin uygulama alanı bulacağı yönde bkz. **Demirel**, s. 161. İlgili görüşe katılma imkânı olmadığı hususunda bkz. aşa. dn. 126.

<sup>132</sup> Nitekim dijital iş platformları gibi salt aracılık hizmeti veren platformların, bu hizmeti sürekli olarak sağlaması durumunda, müvekkilin tacir olması şartını da taşımasıyla birlikte acente olarak nitelendirilmesi gerektiği yönünde yerinde tespit için bkz. **Tolu-Yılmaz**, s. 277-278.

<sup>133</sup> Bu çerçevede pazaryeri sözleşmesinin isimsiz bir sözleşme olduğunu ileri süren bir görüş, sözleşmenin TBK'da düzenlenen isimli sözleşmelere dair birtakım unsurları içermesine rağmen, özgün özelliklerinin de bulunduğunu ve sözleşme ile tarafların üstlendikleri asli edimlerin isimli sözleşmelerden farklılaşabileceğini ileri sürmüştür. Buna göre pazaryeri sözleşmesi, bilhassa kira sözleşmesine dair unsurlar olmak üzere birçok isimli sözleşmeye dair unsurları barındıran karma bir sözleşme niteliğindedir. Sözleşmenin karma bir sözleşme olduğunu ifade eden bu görüş, diğer sözleşme tiplerinden ayrı olarak, özellikle kira sözleşmesi ile adi ortaklık sözleşmesine vurgu yapmaktadır. Zira her ne kadar, klasik kira sözleşmesinden farklı olsa da, pazaryerinin kullanımının satıcıya bırakılması geniş anlamda hak olarak düşünülebileceği ve elektronik pazaryeri üzerinden satış yapmanın aslında sanal bir ortamda mağaza kiralamak ile özdeş olduğu, bu çerçevede pazaryerinin ücretli kullanıldığı durumlarda sözleşmenin niteliğinin kira sözleşmesine; ücretsiz kullanıldığında ise kullanım ödüllü sözleşmesine çok yaklaştığını dile getirmiştir. Buna karşılık, sözleşme ile pazaryerinin kullanılmasının bırakılmasına ek bazı yükümlülüklerin üstlenilmiş olması ve yapısal olarak her iki sözleşme türü arasında temel mentalite farklılığı sebepleriyle, sözleşmenin hukukî niteliğinin tek başına kira sözleşmesi ile açıklanamayacağı belirtilmektedir. Yine aynı görüş, belirli noktalarda pazaryeri sözleşmesinin adi ortaklık sözleşmesinden farklılaştığını belirttikten sonra, pazaryeri işletmecisinin ürünlerin fiyatları ile kampanyalar dahil olmak üzere, satıcı ile alıcı arasındaki ilişkide söz sahibi olduğu durumlarda, artık pazaryeri sözleşmesinin adi ortaklık sözleşmesine yaklaştığını ifade etmektedir. Söz konusu görüş için bkz. **Demirel**, s. 157-161.

Ancak ilgili görüşe kanaatimizce yerinde değildir. Zira ilgili görüşü ifade eden yazarın da aslında ortaya koyduğu üzere, pazaryeri sözleşmesi ile TBK'nın 299. ve devamındaki

olarak geleneksel acenteden çok farklılaşması da aracılık faaliyetleri bakımından hukukun acenteliğin unsurlarını taşıyan pazaryeri işletmecilerine TTK'da öngörülen hükümlerin uygulanmasına engel değildir<sup>134</sup>.

anlamıyla bir "şey"nin kiralanmasından bahis mümkün değildir. Nitekim pazaryeri sözleşmesi açısından kiraya konu bir hakkın bulunduğundan da bahis mümkün değildir. Ek olarak kira sözleşmesinde kiraya verenin borcu kiralanan şeyin kullanılmasının bırakılmasıdır. Kullanılmasının bırakılmasından da kasıt, kiralanan şeyin fiili hakimiyetinin kiracıya devridir. Bu çerçevede kiralanan üzerinde kira süresi boyunca ve kira sözleşmesi çerçevesinde söz hakkı kiracıya geçmektedir. Ancak pazaryeri sözleşmesinde platforma yönelik olarak, satıcının söz hakkı bulunduğundan bahis mümkün değildir. Pazaryeri işletmesi bağımsız bir işletme olarak, kendi kuralları ve prensipleri ile taraflar arasındaki pazaryeri sözleşmesi çerçevesinde ilgili platform üzerinde tek hak sahibi konumundadır. Yani taraflar arasında pazaryeri sözleşmesinin imzalanması ile birlikte, platformun satıcının ürünlerinin sergileneceği kısmında satıcıya kullanımdan kaynaklı olarak bir söz hakkı tanınmamaktadır. Dolayısıyla pazaryeri sözleşmesinin sanal bir ortamda dükkan kiralanmaya benzetilmesi de kanaatimizce mümkün değildir. Çünkü taraflar arasındaki edimler ortaya konarken, söz konusu edimlerin niteliğinin en temel iş görme ve daha özde aracılık faaliyetine yönelik olduğu da belirtilmişti. Buna karşılık kira sözleşmesi, kullanılmaya yönelik bir sözleşmedir. İlk bakışta, pazaryeri sözleşmesinde de platformun satıcıya kullanıldığından yola çıkılarak kira sözleşmesi ile benzerlik taşıdığı düşünülebilir. Ancak fiziki pazaryerlerinde veya alışveriş merkezlerinde, kiraya veren salt fiziken ilgili bölümü kiracıya kiralamakta ve kiracının alıcılar ile gerçekleştirdiği satış işlemlerine hiçbir şekilde dahil olmamaktadır. Buna karşılık pazaryeri sözleşmesinde işletmecinin temel edimi, satıcının mal ya da ürünlerinin platform üzerinden satın alınması imkânının sağlanması ve bu anlamda işleme aracılık edilmesidir. Bu da bir aracılık faaliyetini ve dolayısıyla iş görmeyi bünyesinde barındırır. Bu sözleşme açısından kira sözleşmesi anlamında bir kullandırma olmadığı gerçeği bir yana eğer bir kullandırma var ise söz konusu kullandırma, talî niteliktedir ve aracılık faaliyeti bakımından zorunluluk arz etmesi sebebiyle söz konusu olmaktadır. Nitekim böyle bir kullandırma bakımından müvekkili tarafından ürünlerin satılması için acentenin işletmesine bırakılmasından farklı bir durum bulunmadığının kabulü gerekir.

Yine benzer şekilde reklam kampanyalarına pazaryeri işletmecisi tarafından karar verildiği hâllerde dahi adi ortaklık sözleşmesinden bahis mümkün değildir. Zira pazaryeri sözleşmesi bakımından adi ortaklığın unsurlarından olan sermaye, ortak amaç ile ortak amaç için çaba (*affectio societatis*) unsurlarından bahis mümkün değildir. Hem işletmecinin hem de satıcının alıcıların artmasını hedeflemesi, sözleşme ile tarafların amaçlarının farklı olduğu gerçeğini değiştirmez. Zira satıcının sözleşme ile temel hedefi alıcılara yeni satış kanalı oluşturmak ve kendisine ait satışları artırmak iken pazaryeri işletmecisinin hedefi söz konusu satışlardan komisyon almak ve pazaryerinin tamamının kullanımının artırılmasıdır. Bu hedef uğruna satıcının satışlarının artırılması, ikincil bir gaye olarak ortaya çıkmakta ve satıcı ile pazaryeri işletmecisi arasındaki sözleşmede adi ortaklık anlamında ortak bir amaçtan bahis de mümkün değildir.

<sup>134</sup> Ayrıca bu yönde bkz. **Baş**, s. 136. Nitekim 7392 sayılı Kanun ile Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da yapılan değişiklikle, TKHK'nın 48. maddesine eklenen ve mesafeli sözleşme kurulmasına aracılık edenlerin, satıcı ya da sağlayıcının onayı olmaksızın düzenledikleri, kampanyalı, promosyonlu veya indirimli satışlarda, sözleşmenin hiç ya da

## B. Hükümlerin Değerlendirilmesi

Acentelik hükümlerinin doğrudan ve/veya kıyasen taraflar arasındaki ilişki bakımından uygulanabilir olduğu tespit edildikten sonra, bu çalışmada acenteliğe dair hükümlerin tamamı değil, sadece elektronik pazaryeri işletmecisi ile satıcı arasındaki ilişki bakımından özellik arz edebileceği öngörülen hükümlere ilişkin kısa bir değerlendirme yapılacaktır<sup>135</sup>.

### 1. Tarafların Çift Yönlü Tekel Hakkı

Taraflar arasında özellik arz edebilecek ve aslında uygulamadaki pazaryeri sözleşmelerinin birçoğunda göz ardı edilen ilk hüküm, çift taraflı tekel hakkını düzenleyen TTK'nın 104. maddesidir. İlgili hüküm; “*Yazılı olarak aksi kararlaştırılmadıkça, müvekkil, aynı zamanda ve aynı yer veya bölge içinde aynı ticaret dalı ile ilgili olarak birden fazla acente atayamayacağı gibi, acente de aynı yer veya bölgede, birbirleriyle rekabette bulunan birden çok ticari işletme hesabına acentelik yapamaz.*” şeklindedir. Hükümde öngörülen çift yönlü tekel kuralı, taraflar arasında yoğun bir güven ilişkisinin bulunduğu geleneksel acentelik bakımından oldukça anlamlıdır<sup>136</sup>. Zira müvekkilin yalnızca bir acente ile çalışmasının, müvekkilin mal ya da hizmetlerinin sürümünün acente tarafından artırılması bakımından makûl olacağı düşünülmektedir<sup>137</sup>. Bununla birlikte elektronik pazaryerleri bakımından oluşturulan dolaylı ağ etkisi sebebiyle, platform içerisinde bulunan satıcı sayısının artması, platformu kullanan tüketici sayısının ve dolayısıyla her bir satıcının sürümünün artmasına vesile olmaktadır<sup>138</sup>. Taraflar arasındaki ilişkide satıcının pazaryeri işletmecisinin yalnızca onun ürün ya da hizmetlerinin satımına dair bir beklentisi bulunmadığı gibi pazaryeri işletmecisinin ekonomik yapılanması da buna uygun değildir.

Buna karşılık, TTK'nın 104. maddesi çerçevesinde taraflarca açık bir şekilde kararlaştırılmadığı sürece çift yönlü tekel hakkının geçerli olacağı düzenlenmiştir. Bu anlamda acentelik sözleşmesinin zımnî olarak kurulması hâlinde dahi çift yönlü tekel hakkı bulunmaktadır<sup>139</sup>. Dolayısıyla her ne ka-

gereği gibi ifa edilmemesinden şahsen sorumlu olduğu düzenlenmiştir (THKH m. 48/6-e). Görüleceği üzere kanun koyucu tarafından, elektronik pazaryeri işletmecileri bakımından yetkisiz temsile ilişkin öngörülen TTK'nın 108. maddesi ile aynı sonucu doğuran bir hüküm öngörülmüştür. Bu konuda bkz. **Oğuz**, s. 180, dn. 317.

<sup>135</sup> Hükümlere ilişkin değerlendirmeler için yine bkz. **Baş**, s. 136 vd.

<sup>136</sup> **Baş**, s. 138.

<sup>137</sup> **Oğuz**, s. 154.

<sup>138</sup> **Oğuz**, s. 154-155.

<sup>139</sup> **Kaya**, s. 46; **Baş**, s. 138.

dar tarafların amaçlarına ve taraflar arasındaki ilişkinin ekonomik niteliğine uygun olmasa da<sup>140</sup>, satıcı ile pazaryeri işletmecisi arasında yapılan sözleşmede tekel hakkı yazılı olarak kaldırılmadıysa, tekel hakkının bulunduğu kabulü gerekmektedir<sup>141</sup>. Bu durum özellikle TTK'nın 113. maddesinin 2. fıkrasında düzenleme altına alınan ve acentenin ücrete hak kazanacağı hâl bakımından önemlidir<sup>142</sup>. İlgili hüküm; “*Acenteye belli bir bölge veya müşteri çevresi bırakılmışsa, acente, acentelik ilişkisinin devamı süresince bu bölgedeki veya çevredeki müşterilerle kendi katkısı olmadan kurulan işlemler için de ücret isteyebilir.*” şeklindedir. Görüleceği üzere, tekel hakkının kaldırılmadığı durumlarda, satıcının ürün ya da hizmetlerini başka elektronik pazaryerleri üzerinden satması durumunda, elektronik pazaryeri işletmecisinin bu işlemler bakımından ücret hakkı doğacaktır. Tam tersi durumda yani, pazaryeri işletmecisinin tekel hakkı kaldırılmadan başka satıcılar için aracılık yapması durumunda da tekel hakkına aykırılık sebebiyle satıcının zararlarını karşılamak yükümlülüğü söz konusu olacaktır. Bu yüzden, her iki taraf bakımından da ekonomik olarak etkinlik sağlamayan çift yönlü tekel hakkının pazaryeri sözleşmesinde açık bir şekilde kaldırılması gerekmektedir<sup>143</sup>.

## 2. Acentenin Müvekkilinin Menfaatlerini Koruma Yükümlülüğü

Pazaryeri işletmecisi ve satıcı arasındaki ilişki bakımından uygulama alanı bulacak ve özellik arz edebilecek bir diğer hüküm, acentenin müvekkilinin menfaatini koruma yükümlülüğünü düzenleyen TTK'nın 109. maddesidir. İlgili hüküm; “*Acente, sözleşme uyarınca kendisine bırakılan bölge ve ticaret dalı içinde, müvekkilinin işlerini görmekle ve menfaatlerini korumakla yükümlüdür.*” şeklindedir<sup>144</sup>. Elektronik pazaryerleri bakımından mü-

<sup>140</sup> Nitekim hükmün her iki tarafı da korumaya yönelik olmasının örtülü boşluk ve amaca göre sınırlandırmaya da engel olduğu yönünde bkz. **Oğuz**, s. 157.

<sup>141</sup> Bu yönde bkz. **Baş**, s. 138; **Oğuz**, s. 158.

<sup>142</sup> **Baş**, s. 138.

<sup>143</sup> **Baş**, s. 138; **Oğuz**, s. 158. Bununla birlikte çift yönlü tekel hakkına ilişkin TTK'nın 104. maddesine; “yazılı olarak aksi kararlaştırılmadıkça veya işin mahiyetinden aksi anlaşılmadıkça” ibaresinin olması gereken hukuk (*de lege ferenda*) bakımından eklenmesi gerektiği yönünde bkz. **Baş**, s. 139.

<sup>144</sup> Doktrinde bir görüş, acenteliğe ilişkin hükümlerin uygulama alanı bulması gerektiği tespitine rağmen, acentenin borçlarına ilişkin hükümlerin ve acenteyi koruyucu hakların doğrudan “çevrimiçi aracı”lara uygulanmasının adil sonuçlar doğurmayacağını ve bu hükümlerin kıyasen uygulanması gerektiğini ifade etmiştir. Bu çerçevede pazaryeri işletmecisinin, satıcının menfaatlerini genel anlamda korumak yükümlülüğünün olduğu ifade edilmiştir. bkz. **Oğuz**, s. 140. Buna karşılık, yazarın bazı açıklamalarından acenteliğe ilişkin hükümlerin doğrudan uygulama alanı bulacağı gibi bir yaklaşımın olduğu da anlaşılmaktadır. Örnek olması için bkz. **Oğuz**, s. 154-158.

vekkilin menfaatini koruma yükümlülüğü açısından ilk sorun, pazaryeri işletmecisinin çok sayıda müvekkilinin bulunması ve taraflar arasında geleneksel acentelikteki gibi bir güven ilişkisinin kurulmamasıdır<sup>145</sup>. İkinci olarak derecelendirme sistemi ve komisyon veya reklam ücreti ödeyen satıcıların ürün ya da hizmetlerinin elektronik pazaryeri içerisinde daha fazla görünür kılınmasıdır. Doktrinde de ifade edildiği üzere, pazaryeri işletmecisi tarafından öngörülen derecelendirme sistemi sebebiyle satıcının imajı zedeleyebilir ve bunun da TTK'nın 109. maddesinde düzenlenen menfaatleri koruma yükümlülüğüne aykırı olduğu mütalaa edilebilir<sup>146</sup>. Ancak ilgili uygulamalar, tüketicinin menfaatine olduğu gibi elektronik pazaryeri sözleşmesinin niteliğine de uygundur. Nitekim birden fazla tacir bakımından aracılık yapan bir acentenin her bir tacire karşı eşit derece sadakat göstermesi gerektiği kabulü karşısında<sup>147</sup>, elektronik pazaryeri işletmecilerinin söz konusu bu uygulamalarının tüm satıcılar bakımından eşit ve objektif olduğu durumlarda, TTK'nın 109. maddesinde düzenlenen acentenin menfaatleri koruma yükümlülüğüne aykırı olduğu söylenemeyecektir<sup>148</sup>.

### 3. Acentenin Denkleştirme İsteme Hakkı

Son olarak pazaryeri işletmecisi ile satıcı arasındaki ilişkide, denkleştirme istemi bakımından da doktrinde değerlendirmeler yapılmaktadır<sup>149</sup>. Acentelik sözleşmesi, sürekli borç doğuran bir sözleşme olduğu için, sözleşme sona erdiğinde, kural olarak tarafların asli edim yükümlülükleri de

<sup>145</sup> Bu hüküm çerçevesinde pazaryeri işletmecisinin göstermesi gereken özenin basiretli iş adamı gibi hareket yükümlülüğü olduğunda bir tartışma bulunmadığı yönünde bkz. **Baş**, s. 139; buna karşılık birden çok müvekkili olması sebebiyle göstermesi gereken özenin geleneksel acenteden daha düşük olduğu yönünde bkz. ve karşı. **Oğuz**, s. 140. Pazaryeri işletmecisinin basiretli iş adamı gibi hareket yükümlülüğü çerçevesinde göstermesi gereken özene ilişkin olarak ayrıca bkz. **Bingöl**, Muhammet Emin: Basiretli İş Adamı Gibi Hareket Yükümlülüğü: Özellikle Tacirin Ücret ve Cezai Şartın İndirilmesini İsteyememesi, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2018, s. 37 vd.

<sup>146</sup> **Baş**, s. 141. Bu anlamda pazaryeri işletmecilerinin kullanıcı yorum ve puanlandırmalarına yönelik hazırlamış olduğu platform sayesinde, pazaryeri işletmecisi kurduğu sistemi düzenleyen *görünmez el* olarak nitelendirilmekte ve bu sistem sayesinde pazaryeri işletmecisi, platforma göre "en iyi" işletmelerin platforma kalmasını sağlamaktadır. Bu yönde açıklamalar için bkz. **Oğuz**, s. 20.

<sup>147</sup> Nitekim bu yönde bkz. **Kaya**, s. 116.

<sup>148</sup> **Baş**, s. 141.

<sup>149</sup> Denkleştirme isteminin hukukî niteliğine ilişkin olarak bkz. **Bingöl**, Muhammet Emin: "Denkleştirme İsteminin Hukukî Niteliği", Sorumluluk Hukuku Seminerler 2016, Ed. Başak Baysal, On İki Levha Yayınları, İstanbul 2016, s. 141 vd.



sona erer<sup>150</sup>. Dolayısıyla kural olarak, sözleşme sona erdikten sonra taraflardan biri sözleşmeden kaynaklanan bir menfaat elde ederse, karşı tarafa herhangi bir ödeme yapmak yükümlülüğü altında değildir. TTK'nın 122. maddesinde öngörülen denkleştirme istemi ise, bunun bir istisnası olarak kabul edilmektedir<sup>151</sup>. TTK'nın 122. maddesinde en dikkat çeken husus, hakkaniyet kriteridir. Hakkaniyet, hem acenteye denkleştirme bedelinin ödenip ödenmeyeceğinin hem de ne miktarda ödeneceğinin tespitinde önemli bir ölçüt olarak kabul edilmiştir. Yani maddede sayılan diğer tüm hususlar gerçekleşmiş olsa bile eğer hakkaniyet gerektirmiyorsa acenteye denkleştirme bedeli ödenmeyecektir<sup>152</sup>. Dolayısıyla denkleştirme bedeline hükmedilebilmesi için hakkaniyet, "son şart" olarak kabul edilmiştir.

Pazaryeri işletmecisi ile satıcı arasındaki hukukî ilişkide doktrinde de yerinde olarak tespit edildiği üzere, TTK'nın 122. maddesinde öngörülen diğer şartların gerçekleşmesi gündeme gelebilir<sup>153</sup>. Bu anlamda pazaryeri işletmecisinin denkleştirme bedeline hak kazanması bakımından belirleyici husus, hakkaniyet unsurudur. Doktrinde bir görüş, pazaryeri sözleşmesinin ekonomik niteliği ile taraflar arasındaki güç dengesi açısından, TTK'da öngörülen hakkaniyet koşulunun pazaryeri işletmecisi bakımından çoğu zaman gündeme gelmeyeceğini<sup>154</sup> ve bu yüzden pazaryeri işletmecisinin satıcıdan çok istisnai hâllerde denkleştirme bedeli talep edeceğini ifade etmektedir<sup>155</sup>.

<sup>150</sup> **Bingöl**, Denkleştirme, s. 152.

<sup>151</sup> **Kaya**, s. 245; **Ayan**, Özge: Acentenin Denkleştirme Talep Etme Hakkı, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2008, s. 98. Denkleştirme istemi, acente tarafından yaratılan ve sözleşme sona erdikten sonra müvekkile devredilen müşteri çevresinden artık faydalanamayacak olan acenteye yapılan bir ödemedir. Bu ödemenin hukukî niteliği ise doktrinde tartışmalıdır. Bir görüş, denkleştirme isteminin teknik anlamda bir tazminat olduğunu savunurken (bu yönde bkz. **Moroğlu**, Erdoğan: Türk Ticaret Kanunu İle Yürürlük ve Uygulama Kanunu Tasarıları (Değerlendirme ve Öneriler, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2009, s. 69.); diğer görüş, maddede her ne kadar "tazminat" ifadesi kullanılmış olsa da burada teknik anlamda bir tazminatın söz konusu olmadığını ve yapılan ödemenin aslında bir "karşılık" olduğunu savunmuştur (bu yönde bkz. **Kaya**, s. 246; **Ayan**, Denkleştirme Talebi, s. 103-106; **Kayıhan**, s. 185.

<sup>152</sup> **Bingöl**, Denkleştirme, s. 153.

<sup>153</sup> Nitekim bkz. **Baş**, s. 144-147.

<sup>154</sup> Bu görüşe göre pazaryeri işletmecisi geleneksel acenteden farklı olarak yeni müşteriler kazanmak için yoğun bir çaba sarfetmemekte ve pazaryeri işletmecisinin gelir kaynakları farklılaşmaktadır. Bundan dolayı, pazaryeri sözleşmesi sona erdikten sonra hakkaniyet gereği pazaryeri işletmecisi lehine bir denkleştirme yapılmasından bahsin güç olacağı belirtilmiştir. **Baş**, s. 148.

<sup>155</sup> **Baş**, s. 148. Bir görüşe göre, denkleştirme istemi, yaratılan değer talebine ilişkin bir karşılıktır ve acentelik sözleşmesi kapsamında acenteye verilen ücret, bu değer artışını

Denkleştirme istemi hakkaniyet temelli bir karşılıktır.<sup>156</sup> Acenteye denkleştirme istemi getirilmesinin amacı, acentenin kendi çabaları ile müvekkilin işletmesine kazandırdığı müşteri çevresiyle yapılan sözleşmelerden dolayı acentelik sözleşmesi sona erdikten sonra herhangi bir ücrete hak kazanamaması ve buna karşılık müvekkilin, bu müşteri çevresiyle işlemler yapmaya devam ederek bu işlemlerden menfaat elde etmesidir.<sup>157</sup> Dolayısıyla bu durum, pazaryeri işletmecisi bakımından da gündeme gelebilir. Fakat denkleştirme isteminin altında yatan hakkaniyet düşüncesi, denkleştirme isteminin bir nevi acentenin yatırımlarını koruma altına aldığı yaklaşımları<sup>158</sup> göz önüne alındığında, satıcılardan ekonomik olarak çoğu zaman daha güçlü konumda olan pazaryeri işletmecilerinin denkleştirme taleplerinin reddi gerekecektir. Bununla birlikte pazaryerini kurmak, taraflar menfaatine olabilecek bir şekilde korumak ve sürdürmek, başlı başına aracılık faaliyeti çerçevesinde bir çaba olarak görülmelidir.<sup>159</sup> TTK'da öngörülen hakkaniyet kriteri zaten pazaryeri işletmecilerinin denkleştirmeye yönelik taleplerinin yerindeliği bakımından yeterli bir kontrol mekanizması sağla-

tam olarak karşılamamaktadır. Dolayısıyla bu değer artışına karşılık olarak acenteye bir bedel ödenmelidir. Bu bedel belirlenirken acentenin çabası değil müvekkilin işletmesindeki değer artışı dikkate alınmalıdır. Buna ek olarak bu görüşün acentenin sözleşme süresi boyunca çabasını da dikkate aldığından bahsedilemez. Bu görüşe göre, acente herhangi bir çaba göstermemesine rağmen sözleşme sona erdikten sonra işletmenin değeri bir şekilde artmışsa yine acenteye denkleştirme istemi ödenecektir. Bu görüş takip edildiğinde, pazaryeri işletmecisi bakımından da satıcıya bir değer artışının sağlandığı durumlarda, denkleştirme isteyebileceği sunucuna ulaşılabilir. İlgili görüş için bkz. **Ayan**, Denkleştirme Talebi, s. 102.

<sup>156</sup> Doktrinde hakim görüş denkleştirme isteminin bir karşılık olduğunu kabul etmekle birlikte, ilgili karşılığın kaynağı hususunda farklı yönde görüşler bulunmaktadır. Bu anlamda sözleşmeden kaynaklanan bir alacak hakkı olduğu yönünde bkz. **Ayan**, Denkleştirme Talebi, s. 105-106; **Kayıhan**, s. 185. Aynı yönde bkz. **Akkanat**, Halil/**Çekin**, Mesut Serdar: "Denkleştirme Bedeli (Portföy Tazminatı) Önceden Ödenebilir mi?", Prof. Dr. Hasan Erman'a Armağan, Der Yayınları, İstanbul 2015, s. 32; *sui generis* karşılık olduğu yönünde bkz. **Kaya**, s. 244; **Ayan**, Denkleştirme Talebi, s. 102; **Poroy/Yasaman**, s. 305; **Altınok Ormancı**, Pınar: "Tek Satıcılık Sözleşmesinde Müşteri Tazminatı İsviçre Federal Mahkemesinin 22 Mayıs 2008 Tarihli Kararı ( ATF 134 III 497 vd.) Üzerine Düşünceler", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 58, S. 3, 2009, s. 291; **Karasu**, Rauf: "Türk Ticaret Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu Tasarısına Göre Acentenin Denkleştirme Talebi", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2008, C. 57, S. 4, s. 289; hakkaniyet temelli bir karşılık olduğu yönünde bkz. **Bingöl**, Denkleştirme, s. 163.

<sup>157</sup> **Ayan**, Denkleştirme Talebi, s. 98; **Kaya**, s. 246; **Bingöl**, Denkleştirme, s. 148.

<sup>158</sup> Bu yönde bkz. **Akkanat/Çekin**, s. 34-35.

<sup>159</sup> Karş. **Baş**, s. 148.

maktadır. Bu yüzden kategorik olarak pazaryeri işletmecilerinin denkleştirme talep edemeyeceklerinin ifade edilmesi kanaatimizce mümkün değildir. Dolayısıyla somut olay özelinde hakkaniyet kriteri sağlanıyorsa pazaryeri işletmecisinin denkleştirme talep etmesi mümkündür.

### **SONUÇ**

Pazaryeri işletmecisi tarafından yerine getirilen ve kullanıcıların niyet beyanlarını elektronik olarak bir haberci sıfatıyla ilgili diğer kullanıcıya iletilmesi ile iki sözleşme tarafı arasındaki iletişimi sağlanması en temelde bir aracılık faaliyetidir. Pazaryeri olarak faaliyet gösteren birçok platformda satıcı ile alıcı doğrudan iletişime geçmemekte, taraflar arasındaki akit platform aracılığıyla kurulmakta ve sözleşmenin kurulması ile ifası aşamalarında platform etkin bir rol oynamaktadır. Bu yüzden pazaryeri işletmecisinin pazaryeri sözleşmesi ile üstlendiği faaliyet en temelde aracılık, pazaryeri işletmecisinin kendisi de aracıdır.

TTK'nın 102. ve devamında düzenlenen hükümler, klasik dağıtım modelini esas alarak hazırlanmıştır. Bununla birlikte TTK'nın ilgili hükümlerinin uygulanması, dağıtımın yapıldığı mecra, alıcının kim olduğu veya ürün ya da hizmetin niteliğine bağlı değildir. Dolayısıyla elektronik pazaryerlerinin aracılık yaptığı durumlarda ekonomik olarak bağımlılığın yönünün değişmiş olması, tek başına acenteliğe ilişkin hükümlerin uygulanmasına engel değildir. Yani elektronik pazaryerlerinin faaliyetlerinin şekli, ürün ya da hizmetlerin pazarlanma biçimi, satıcıların ekonomik olarak bağımlı konuma geçmesi gibi durumlar, elektronik pazaryeri işletmecisinin acente olarak nitelendirilmesine tek başına engel değildir. Acentelik hükümlerinin dar yorumlanması gibi aksi bir düşünme tarzı, temel kurallar olan TTK'nın ilgili hükümlerinin değişen koşullara uyum sağlamasına mani olacaktır. Bu çerçevede kural olarak sürekli olarak bir ticari işletme için aracılık yapan pazaryeri işletmecisinin yapmış olduğu aracılık faaliyetinin acentelik olarak nitelendirilmesi gerekir. Çoğu pazaryeri işletmecisi, pazaryeri sözleşmesi ile satıcıya karşı, aracılık faaliyeti yapacağını sürekli bir şekilde üstlenmektedir. Bu anlamda pazaryeri işletmecisinin alıcı ile de bir üyelik sözleşmesi şeklinde ayrı bir sözleşmesel ilişki içerisinde olması, klasik anlamda acente gibi doğrudan satıcının tarafında bulunmaması ve alıcının menfaatlerini de koruması gibi hususlar faaliyetin acentelik olarak nitelendirilmesine engel değildir. Oluşturulan platformda sözleşmenin yapılmasına imkân tanımayan ve alıcıyı fiziki ya da elektronik başka bir ortama yönlendiren elektronik pazaryeri işletmecisi ise, aracı acente olarak kabul edilemez. Buna karşılık, alıcı ile satıcının sözleşme kurmasına imkân tanıyan elektronik pazaryerlerinin

diğer unsurların da bulunması hâlinde aracı acente olarak nitelendirilmesi mümkündür.

Pazaryeri işletmecisi tarafından aracılık faaliyetine ek olarak sözleşmenin hukukî niteliğini değiştirebilecek birtakım asli edimler üstlenilmekte, bu da pazaryeri sözleşmesinin, genel olarak isimsiz bir sözleşme olarak nitelendirilmesine sebebiyet vermektedir. İsimli sözleşmelere uygulanacak hükümlere ilişkin doktrindeki yaklaşımlar çerçevesinde TTK'da düzenlenen acentelik hükümlerinin uygulama alanı bulması söz konusu olabilir. Yine pazaryeri işletmecisinin faaliyetlerinin salt aracılık faaliyetleri olduğu hâllerde doğrudan acentelik sözleşmesi bulunmaktadır. Dolayısıyla her iki hâlde de satıcı ile pazaryeri işletmecisi arasındaki aracılık ilişkisine acentelik hükümlerinin uygulanması gündeme gelecektir. Bu anlamda her ne kadar tarafların amaçlarına ve taraflar arasındaki ilişkinin ekonomik niteliğine uygun olmasa da, satıcı ile pazaryeri işletmecisi arasında yapılan sözleşmede tarafların tekel hakkı yazılı olarak kaldırılmamışsa, tekel hakkının bulunduğu kabulü gerekmektedir. Yine pazaryeri işletmecisinin satıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü bulunmaktadır. Son olarak hakkaniyet kriteri pazaryeri işletmecilerinin denkleştirmeye yönelik taleplerinin yerindeliği bakımından yeterli bir kontrol mekanizması sağlamak ve bu yüzden kategorik olarak pazaryeri işletmecilerinin denkleştirme talep edemeyeceklerinin ifade edilmesi mümkün değildir.

## KAYNAKÇA

- Akkanat**, Halil/**Çekin**, Mesut Serdar: “Denkleştirme Bedeli (Portföy Tazminatı) Önceden Ödenebilir mi?”, Prof. Dr. Hasan Erman’a Armağan, Der Yayınları, İstanbul 2015.
- Akman**, Pınar: “A Competition Law Assessment of Platform Most-Favoured- Customer Clauses”. In *Journal Competition Law & Economics*, 2017.
- Altınok Ormancı**, Pınar: “Tek Satıcılık Sözleşmesinde Müşteri Tazminatı İsviçre Federal Mahkemesinin 22 Mayıs 2008 Tarihli Kararı ( ATF 134 III 497 vd.) Üzerine Düşünceler”, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. 58, S. 3, 2009, s. 451-480.
- Arıcı**, Fatih: “Bankacılık Hukukunda Yeni Ödeme Hizmetleri ve Ödeme Hizmetleri Rejiminden İstisna Edilen Bazı Faaliyetler” *Türk Hukukunun Avrupa Birliği Hukukuna Uyumu Özel Hukuk -Acquis Communautaire’ın Alınması- Açıklamalar, Değerlendirmeler, Öneriler*, Ed. Arslan Kaya/Alı Paslı/Baki İlkay Engin/İpek Aşıkoğlu/Elif Oğuz, İstanbul 2020.
- Arkan**, Sabih: *Ticari İşletme Hukuku*, 28. Bası, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 2022.
- Ayan**, Özge: *Acentenin Denkleştirme Talep Etme Hakkı*, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2008 (Denkleştirme Talebi).
- Ayan**, Özge: “6102 Sayılı Türk Ticaret Kanununun Acentelik Kısımında Getirdiği Yenilikler”, *DEÜHFD* 2010, C. 12, S. 2, s. 79-120.
- Ayhan**, Rıza/**Çağlar**, Hayrettin/**Özdamar**, Mehmet: *Ticari İşletme Hukuku*, 14. Bası, Yetkin Yayınları, Ankara 2021.
- Bahtiyar**, Mehmet: *Ticari İşletme Hukuku*, 22. Bası, Beta Basım, İstanbul 2023.
- Baş**, Kadir: “Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu’nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması”, *BATİDER*, C. 33, S. 4, 2017, s. 115-153.
- Bingöl**, Muhammet Emin: “Denkleştirme İsteminin Hukuki Niteliği”, *Sorumluluk Hukuku Seminerler 2016*, Ed. Başak Baysal, On İki Levha Yayınları, İstanbul 2016, s. 141-171 (Denkleştirme).
- Bingöl**, Muhammet Emin: “E-Ticaret Platformları Lehine Öngörülen En Çok Kayrılan Müşteri Kayıtlarının Rekabet Hukuku Bakımından

- Değerlendirilmesi”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 72, S. 1, 2023, s. 1-44 (EKM).
- Bingöl**, Muhammet Emin: Basiretli İş Adamı Gibi Hareket Yükümlülüğü: Özellikle Tacirin Ücret ve Cezai Şartın İndirilmesini İsteyememesi, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2018.
- Bozer**, Ali/**Göle**, Celal: Ticari İşletme Hukuku, 7. Baskı, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 2021.
- Çekirdek**, Meltem: İnternet Üzerinden Satış Konu Edinen Sözleşmelerin Belirleyici Özellikleri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya 2019.
- Demirbaş**, Harun: 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Hizmet Sağlayıcıları ve Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Yükümlülükleri, Seçkin Yayınları, Ankara 2015.
- Demirel**, Aysel: 7416 sayılı Kanunla Değişik 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Çerçevesinde Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, Seçkin Yayınları, Ankara 2023.
- Dieselhorst**, Grages: “Der Onlineshop-Betreiber als Handelsvertreter? Anwendung der §§ 84 ff. HGB auf Shopbetreiber im Internet”, MMR, 2011.
- Doğan**, Cihan: Rekabet Hukuku ve İktisadi Bağlamında Dijital Platformlar, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2021.
- Dreyer**, Holger/**Haskamp**, Thomas: “Die Vermittlungstätigkeit von Plattformen”, ZvertriebsR, 2017, s. 6.
- Emde**, Raimond/**Valdini**, Daniel: Online-Hotelportale als Handelsvertreter, BB 2016, Heft 16.
- Emde**, Raimond: Vertriebsrecht, 3. Auflage, De Gruyter, Berlin 2014.
- Engert**, Andreas: “Digitale Plattformen”, AcP 218, 2018.
- Gündüz**, Hale: Çift Taraflı Pazarlarda Rekabet Hukuku Uygulamaları, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 106, Ankara 2009.
- Hamamcıoğlu**, Esra: “Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S. 35, 2018, s. 43-72.
- Hauck**, Ronny/**Blaut**, Heiko: “Die (quasi-)vertragliche Haftung von Plattformbetreibern”, Neue Juristische Wochenschrift, V. 71, Nr. 20, 2018.
- İnceoğlu**, M. Murat/**Baş-Süzel**, Ece: “Mesafeli Sözleşme Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketiciye Karşı Sorumluluğu (TKHK m.48/f.5)”

Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.15, S. 189-190, 2020, s. 475-491.

**Karaege**, Özge: Acentenin Ücret Hakkı, Adalet Yayınevi, Ankara 2016.

**Karasu**, Rauf: “Türk Ticaret Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu Tasarısına Göre Acentenin Denkleştirme Talebi”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2008, C. 57, S. 4, s. 283-318.

**Karayalçın**, Yaşar: Ticaret Hukuku I, Giriş-Ticari İşletme, Güzel İstanbul Matbaası, Ankara 1968.

**Kaya**, Arslan: Türk Ticaret Kanunu Şerhi, Birinci Kitap, Ticari İşletme, Yedinci Kısım, Acentelik, 2. Baskı, Beta Basım, İstanbul 2016.

**Kayhan**, Şaban: Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi, 5. Baskı, Umuttepe Yayınları, Kocaeli 2018.

**Kendigelen**, Abuzer: Yeni Türk Ticaret Kanunu: Değişiklikler, Yenilikler ve İlk Tespitler, 3. Baskı, İstanbul, 2016.

**Kınacıoğlu**, Naci: “Acente ve Acentelik Sözleşmesi”, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Dergisi, Ankara 1963.

**Küçükayhan-Aşçıoğlu**, Meltem: Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri, Adalet Yayınevi, Ankara 2011.

**Manavgat**, Çağlar: Sermaye Piyasasında Aracı Kurumlar, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara 1991.

**Moroğlu**, Erdoğan: Türk Ticaret Kanunu İle Yürürlük ve Uygulama Kanunu Tasarıları (Değerlendirme ve Öneriler, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2009.

**Oğuz**, Elif: Türk ve Avrupa Birliği Hukukuna Göre Acenteliğin Uygulama Alanı Kapsamındaki Çevrimiçi Aracılar, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2022.

**Oktay**, Saibe: “İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması”, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, C. 55, S. 1-2, s. 263-295.

**Oruç**, Murat: “Örtülü Bir Boşluk: Ticari Sımsarlık Ücret Alacağının Tabi Olduğu Zamanaşımı Süresi”, TAAD, Y. 7, S. 30, s. 221-236.

**Özbay-Özdoğru**, Zeynep: İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketicie Karşı Sorumluluğunun Şartları, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2022.

**Poroy**, Reha/Yasaman, Hamdi: Ticari İşletme Hukuku, 19. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2022.

- Schuhmacher**, Florian/**Holzweber**, Stefan: Das Recht der Europäischen Union: EUV/AEUV, hrsg. Grabitz/Hilf/Nettesheim, C.H. Beck, München 2022.
- Ströbl**, Albin: Münchener Kommentar zum Handelsgesetzbuch, 5. Auflage, C.H. Beck, München 2021.
- Şeker**, Emriye Özlem: “Avrupa Birliği’nde Çevrim içi Aracılık Hizmetlerinin Düzenlenmesi- Uber ve Airbnb Örnekleri”, BATİDER, 37, S. 1, 2021, s. 119-152.
- Şener**, Oruç Hami: Ticari İşletme Hukuku, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2020.
- Teoman**, Ömer: Yaşayan Ticaret Hukuku (Hukuki Mütalaalar), Kitap 14: 2010/2011, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2012.
- Tekin**, Ufuk: Acentenin Ücret Hakkı, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 2018.
- Tolu-Yılmaz**, Hazal: Dijital Platform Çalışanlarının Hukuki Statüsü (İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku Bakımından), On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2023.
- Ülgen**, Hüseyin/**Helvacı**, Mehmet/**Kaya**, Arslan/**Nomer-Ertan**, N. Füsun: Ticari İşletme Hukuku, 8. Bası, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2022.
- Ünal**, Oğuz Kürşat: Aracı Kurumlar, Yaklaşım Yayınları, Ankara 1997.
- Vilgertshofer**, Fabian: Online Plattformen und vertragliche Haftung, C.H. Beck, München 2019.
- von Hoyningen-Huene**, Gerrick: Münchener Kommentar zum HGB, 4. Auflage, C.H. Beck, München 2016.
- Yaşar**, İlke: Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 2010.
- Yavuz**, Cevdet/**Acar**, Faruk/**Özen**, Burak: Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler, 11. Baskı, Beta Basım, İstanbul 2022.