

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ÖZEL HUKUK ANABİLİM DALI**  
**ÖZEL HUKUK TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

Ek-2

**MESAFELİ SÖZLEŞMELERİN KURULMASINA ARACILIK EDEN  
PLATFORMLARA KARŞI TÜKETİCİNİN KORUNMASI**

**HAZIRLAYAN**  
**Umay İlke KOCA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ DANIŞMANI**  
**Doç. Dr. Zeynep İpek YÜCER AKTÜRK**

**ANKARA - 2023**

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU**

Tarih: 05/01/2023

Öğrencinin Adı, Soyadı : Umay İlke KOCA  
Öğrencinin Numarası : 22020023  
Anabilim Dalı : Özel Hukuk Anabilim Dalı  
Programı : Özel Hukuk Tezli Yüksek Lisans  
Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı : Doç. Dr. Zeynep İpek YÜCER AKTÜRK  
Tez Başlığı : Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Eden Platformlara Karşı Tüketicinin Korunması

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 113 sayfalık kısmına ilişkin, 05/01/2023 tarihinde tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %15'tir. Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:.....

**ONAY**

Tarih: 05/01/2023

Öğrenci Danışmanı Unvan, Ad, Soyad, İmza:

Doç. Dr. Zeynep İpek YÜCER AKTÜRK

.....

## TEŞEKKÜR

Saygıdeğer hocam Doç. Dr. Zeynep İpek Yücer Aktürk'e değerli zamanından ayırarak tezimin her aşamasında sunduğu kıymetli destekleri için; annem Hülya Koca'ya, babam Dursun Koca'ya ve canım kız kardeşim İpek'e her daim bana duydukları sevgi dolu inanç ile azmimi perinledikleri için; sevgili arkadaşım Elif İdil Ertop'a tüm yönlendirmeleri için teşekkürler...



## ÖZET

### **Umay İlke KOCA, Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Eden Platformlara Karşı Tüketicinin Korunması, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk Anabilim Dalı, Özel Hukuk Tezli Yüksek Lisans Programı, 2023**

Son yıllarda elektronik ticaret hacminin kontrolsüz ve hızla büyümesi, birçok yeni uygulamayı da beraberinde getirmiştir. Bu itibarla çalışmamızın konusunu küresel dijitalleşme sürecinde ortaya çıkan mesafeli sözleşmeler oluşturmaktadır.

Mesafeli sözleşmeler *“tüketici ile satıcı veya sağlayıcının eş zamanlı fiziksel varlığı olmadan uzaktan iletişim araçları kullanılmak suretiyle akdettikleri sözleşme”* olarak tanımlanmaktadır. Kanunda yer alan bu tanımdan hareketle unsurları belirlenmektedir. Sözleşmenin tarafları satıcı veya sağlayıcı ile tüketicidir. Kullanılan iletişim aracına göre sözleşmenin kurulduğu an ve hüküm ve sonuçlarını doğurduğu an değişmektedir.

Tüketicilerin mesafeli sözleşmelerin dezavantajlarından kaynaklanan hukuki konumu mevcut yasal düzenlemeler ile giderilmeye çalışılmıştır. Mesafeli sözleşmelerin tarafı olmayan ancak kurulmasına aracılık eden platformların sorumluluğu ve tüketicinin korunması konusunda oynadıkları rol bu yüzden irdelenmelidir. Türk hukukunda buna ilişkin düzenlemeler 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği, 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu’nda yer almaktadır. Tüm bu düzenlemelerin ortak özelliği aracılık eden platformların sorumluluk alanını daraltmasıdır.

Çalışmamızda mesafeli sözleşmelerin teorik çerçevesi ortaya konduktan sonra özellikle tüketicilere yönelik koruma mekanizmalarından ve aracılık edenlerin bu süreçteki rolünden bahsedilmektedir. Bu bağlamda aracılık edenlerin sorumluluğunun kaynağı ile sorumluluk alanlarının sınırları iyi çizilmelidir. Mevcut yasal düzenlemeler ışığında bu konu hakkındaki kanaatlerimiz, işbu çalışmada sunulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Mesafeli Sözleşmeler, Aracı Hizmet Sağlayıcı, Elektronik Ticaret, Tüketici, Platform Sağlama Sözleşmesi

## ABSTRACT

**Umay İlke KOCA, Protection of the Consumers on Distance Contracts for Intermediaries, Başkent University, Institute of Social Sciences Private Law Master's Program with Thesis, 2023**

The uncontrolled growth of electronic commerce in recent years, has led to new implementations. In this respect, distance contracts will be the subject of thesis. Distance contracts are defined as “*Contract between the consumer and the vendors or providers through the simultaneous use of long-distance communication means*”. According to this definition, we may say the contracted parties are consumer and vendors or providers.

Based on this definition, the elements of the contract is determined. The communication tools may change the legal consequences, the establishment and their validity. The disadvantageous legal statute of the consumers on distance contracts, is trying to be obviated with legal regulations. On the other hand, the liability of intermediaries who defined as “*online platform providers that are not the party to the contract*” is controversial in international doctrine. The regulations on this matter in Turkish law are Law No.6502, Law No. 6563, Law No.6098 and the guidelines for these codes. All those regulations are not limit the liability of intermediaries. Thus, the source of intermediaries' liability has to draw the lines well.

Our thesis present distance contracts' theoretical line after its' exhibited especially costumers' protection mechanisms and the liability area of intermediaries. Under the light of current legal regulations, our opinions on this subject are presented in this thesis.

**Key Words:** Distance Contracts, Intermediaries, Electronic Commerce, Consumer, Platform Provide Agreement

# İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT .....	iii
KISALTMALAR LİSTESİ .....	vii
GİRİŞ.....	1
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b>	
<b>MESAFELİ SÖZLEŞMELERİN TANIMI, UNSURLARI, KAPSAMI, ÖZELLİKLERİ, GEÇERLİLİĞİ VE KURULMASI.....</b>	<b>3</b>
<b>I. Mesafeli Sözleşmelerin Tanımı ve Unsurları.....</b>	<b>4</b>
A. Genel olarak.....	4
B. Türk hukukunda mesafeli sözleşmelerin dayanakları.....	5
C. Unsurlar .....	6
1. Uzaktan iletişim araçları kullanılması.....	6
2. Tarafların karşı karşıya gelmemesi .....	7
3. Sözleşmenin uzaktan pazarlamaya yönelik oluşturulan sistem çerçevesinde yapılması.....	8
<b>II. Taraflar.....</b>	<b>9</b>
A. Tüketici kavramı .....	11
B. Satıcı/sağlayıcı kavramı .....	13
<b>III. Benzer sözleşmelerden farkları.....</b>	<b>16</b>
A. Elektronik sözleşme kavramından farkları .....	16
B. Mesafeli satış sözleşmesi kavramından farkı .....	17
<b>IV. Mesafeli Sözleşmelerin Kurulması.....</b>	<b>18</b>
A. Genel olarak.....	18
B. Öneri ve öneriye davet .....	22
1. Öneriyle bağlılık süresi .....	24
2. Mesafeli sözleşmeler açısından değerlendirme .....	24
a. Telefon.....	25
b. Elektronik posta.....	26
c. İnternet sitesi .....	27
C. Kabul .....	29
D. Sözleşmenin hüküm ve sonuçlarını doğurmaya başladığı an.....	31
<b>V. Mesafeli Sözleşmelerin Özellikleri.....</b>	<b>33</b>
<b>VI. Mesafeli Sözleşmelerin Geçerliliği .....</b>	<b>35</b>
<b>VII. Mesafeli Sözleşmelerin Kapsamı .....</b>	<b>40</b>

## İKİNCİ BÖLÜM

### MESAFELİ SÖZLEŞMELERDE TÜKETİCİLERİN KORUNMASINA YÖNELİK KURALLAR .....

I. Tüketicinin Bilgilendirilmesi Yükümlülüğü .....	44
A. Bilgilendirme yükümlülüğünün kapsamı.....	46
B. Bilgilendirme usulü .....	50
C. İlave ödeme talebi halinde açık onay alma yükümlülüğü .....	53
D. Bilgilendirme yükümlülüğünün yerine getirilmemesinin sonuçları.....	53
II. Tüketicinin Cayma Hakkı Bağlamında Korunması.....	56
A. Cayma hakkının hukuki niteliği .....	57
B. Cayma hakkının kullanılma usulü.....	58
C. Cayma hakkının kullanılmasının sonuçları.....	61
III. Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Eden Platformlara Karşı Tüketicinin Korunması .....	61
A. Genel olarak .....	61
B. Aracılık eden kavramı ve Türk hukukundaki yeri .....	62
1. Aracılık eden ifadesinin tanımlanması .....	64
2. Aracılık eden ve taraflar arasındaki ilişkinin hukuki niteliği .....	66
a. Aracılık eden ile tüketici arasındaki ilişki .....	67
b. Aracılık eden ile satıcı ve sağlayıcı arasındaki ilişki .....	70
aa. Sözleşmenin komisyon sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi.....	70
bb. Sözleşmenin pazarlamacılık sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi .....	71
cc. Sözleşmenin tek satıcılık sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi.....	72
dd. Sözleşmenin acentecilik sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi .....	73
ee. Sözleşmenin simsarlık sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi.....	74
ff. Sözleşmenin satış için bırakma sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi .....	75

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MESAFELİ SÖZLEŞMELERDE ARACILIK EDENİN SORUMLULUĞU .....

I. Genel Olarak.....	80
II. Aracılık Edenin Tüketicie Yönelik Sorumlulukları .....	82
A. Ön bilgilendirme yükümlülüğü.....	84
B. Cayma hakkı .....	88
C. Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği kapsamında aracılık edene getirilen yükümlülükler .....	88

<b>D. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun kapsamındaki yükümlülükler .....</b>	<b>91</b>
<b>III. Aracılık Edenin Sorumluluğunun Kapsamı .....</b>	<b>92</b>
<b>A. Genel olarak.....</b>	<b>94</b>
<b>B. Aracılık edenin sorumluluğunun kaynağı.....</b>	<b>98</b>
<b>1. Kusursuz sorumluluk halleri bağlamında değerlendirilmesi.....</b>	<b>98</b>
<b>2. Güven sorumluluğu bağlamında değerlendirilmesi .....</b>	<b>99</b>
<b>a. Genel olarak güven sorumluluğu .....</b>	<b>99</b>
<b>b. Aracılık edenin ifadan doğan sorumluluğunun güven sorumluluğu bağlamında değerlendirilmesi .....</b>	<b>101</b>
<b>SONUÇ .....</b>	<b>105</b>
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>115</b>



## KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABAD	: Avrupa Birliği Adalet Divanı
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AÜHFD	: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
B2B	: Business to business - <i>firmadan firmaya-</i>
B2C	: Business to consumer - <i>firmadan tüketiciye-</i>
BATİDER	: Bankacılık ve Ticaret Dergisi
bkz.	: bakınız
C.	: Cilt
C2C	: Consumer to consumer - <i>tüketiciden tüketiciye-</i>
CD	: Compact Disk
çev.	: Çeviren
dn.	: dipnot
E.	: Esas
E.T.	: Erişim Tarihi
EDI	: Electronic Data Interchange - <i>Elektronik Veri Aktarımı-</i>
EFT	: Electronic Fund Transfer
EİK	: 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu
ETBİS	: Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi
ETDHK	: 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun
f.	: fıkra
FMSY	: Finansal Hizmetlere İlişkin Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği
HD	: Hukuk Dairesi
HGK	: Hukuk Genel Kurulu

HMK	: 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu
K.	: Karar
KEP	: Kayıtlı Elektronik Posta
m.	: madde
MERSİS	: Merkezi Sicil Kayıt Sistemi
MSY	: Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği
No.	: Number -sayı-
PDF	: Portable Document Format
RG	: Resmi Gazete
s.	: sayfa
S.	: Sayı
T.	: Tarih
TAAD	: Türkiye Adalet Akademisi Dergisi
TBB	: Türkiye Barolar Birliği
TBK	: 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu
TKHK	: 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
TMK	: 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu
TTK	: 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu
UNCITRAL	: United Nations Commission on International Trade Law
ÜGTDK	: 7233 sayılı Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve devamı
Vol.	: Volume -cilt-
Y.	: Yıl

# GİRİŞ

Elektronik ortamda yapılan sözleşmelerin büyük çoğunluğu internet üzerinden yapılmaktadır. İnternet üzerinden yapılan işlemlerin büyük çoğunluğu ise tüketici işlemleridir. Tüketiciler, internet ortamındaki hileli ve aldatıcı davranışlarla, bilgilendirme konusundaki eksikliklerle, sipariş, ödeme ve teslim süreçlerindeki sıkıntılarla ve ayıplı ifayla karşı karşıya kalmaktadır. Hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olan internet alışverişlerinde, tüketicinin korunması hususu yasal düzenlemelerle çözüme kavuşturulmaya çalışılmıştır. Bu itibarla ülkemizde 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, 4822 sayılı Kanun ile değişikliğe uğramış ve mesafeli sözleşmeler kavramı kanuni bir temele oturtulmuştur. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile mesafeli sözleşmeler ve Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği ile düzenli bir form kazanmıştır.

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da mesafeli sözleşmeler "*satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanıldığı sözleşme*" olarak tanımlanmaktadır. Sözleşmenin unsurları ve tarafları bu tanımdan açıkça anlaşılmaktadır.

Mesafeli sözleşmeler, tüketici sözleşmeleridir. Zira sözleşmenin bir tarafını tüketici oluşturmaktadır. Bu itibarla tüketici mevzuatından kaynaklanan özel koruma ve güvenlik sistemlerine tabidir. Hukukumuzda her ne kadar sözleşme serbestisi prensibi geçerli olsa da bu sözleşmelerin genel olarak irade beyanları ve diğer şekil kuralları bakımından değerlendirilmesi gerekmektedir. Zira sözleşmelerin kurulması için gerekli olan irade beyanlarının hazırlar arasında olup olmadığı ve sözleşme görüşmeleri sırasında yapılan elektronik beyanların öneri ve kabul bakımından değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Mesafeli sözleşmelerin tanımı, benzer sözleşmelerden ayrılması, kuruluş ve geçerlilik şartlarının tespiti bu bağlamda değerlendirilecektir.

Son yıllarda elektronik ticaret hacminin kontrolsüz ve hızla büyümesi, uygulamada birçok yeni uygulamayı da beraberinde getirmiştir. Bu itibarla çalışmamızda küresel dijitalleşme sürecinde ortaya çıkan internet alışverişlerinde ve çevrimiçi platformlar üzerinden akdedilen mesafeli sözleşmelerde yeni bir aktör olan aracı platform kavramı

gelişmiştir. Aracılık eden platformun sorumluluğunun sınırları, sözleşmeye taraf olup olmadığı ve tüketicilerin yaşadığı olumsuzluklarda ne yönde sorumlu olduğu meseleleri net değildir. Bu itibarla tüketici hukukunda korunması gereken tarafta yer alan tüketicilerin, aracılık eden platformlar ile çevrimiçi kanallar vasıtasıyla alışverişlerinde ne derece korunduğunun belirlenmesi gereklidir. Çalışmamız bu konuya eğilmesi bakımından güncel ve önemlidir.

Çalışmamızın ilk bölümünde, mesafeli sözleşmelerin tanımı ve kurulması açıklanacaktır. Bu bölümde mesafeli sözleşmelerin ne olduğu ve ne olmadığına ortaya konması amacıyla yasal dayanakları, unsurları, tarafları ve benzer sözleşmelerden ayrılması aydınlatılacaktır. Mesafeli sözleşmelerin nasıl kurulduğu meselesi de bu bölümde irdelenecektir. Böylece aracılık eden platform kavramından bahsedilecek ve bu platformlar aracılığıyla akdedilen mesafeli sözleşmelerin ne olduğu hususu ortaya konacaktır.

Çalışmamızın ikinci bölümünde, tüketicinin mesafeli sözleşmeler karşısında sahip olduğu koruma mekanizmaları olan bilgilendirme yükümlülüğü ile cayma hakkına detaylı bir şekilde yer verilecek ve uygulamadan örnekler ile konu açıklanacaktır.

Çalışmamızın son bölümünde ise, aracılık eden platformların ne olduğu detaylı bir şekilde incelenecektir. Bu platformların yasal dayanağı ve Türk hukukundaki yeri çizilecek ardından bu platformların sorumluluğuna yer verilerek tüketicinin bu platformlar karşısında sahip olduğu imkanlar aydınlatılacaktır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### MESAFELİ SÖZLEŞMELERİN TANIMI, UNSURLARI, KAPSAMI, ÖZELLİKLERİ, GEÇERLİLİĞİ VE KURULMASI

Ekonomik ve teknolojik gelişmelerin beraberinde getirisi olan elektronik ticaret, son yıllarda kontrolsüz ve hızla gelişmiştir. Teknolojik gelişmelere ve imkanlara paralel biçimde, iletişim imkanlarının değişkenlik göstermesi, tarafların yüz yüze gelmeksizin, uzaktan iletişim kanallarıyla sözleşme yapabilmelerini sağlamıştır. Böylece elektronik sözleşme, mesafeli sözleşme gibi yeni bir kavram, hukuk sistematğine giriş yapmıştır. Tüketicilerin, özellikle yüz yüze gelinmeyen bu tarzdaki sözleşmeler karşısındaki dezavantajlı konumu görülmüş, ayrıca ve özellikle korunması gerekliliği anlaşılmıştır. Gerçekten de tüketicinin aldatılma riski oldukça yüksektir. Zira tüketicilerin malın kendisini bizzat görmediğinden aldanması, yanılması kolaydır. Üstelik uygulamada karşılaşılan sorunlar ile ayrı bir korumaya muhtaç olduğu görülmüştür.

Hukuki eksende birçok yeni uygulamayı da beraberinde getiren mesafeli sözleşmelerin gerek Avrupa Birliği hukukunda gerek ulusal hukuklarda yapılan birtakım düzenlemelerle yasal alt yapısı oluşturulmuştur. Özellikle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK)<sup>1</sup> ve Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği (MSY)<sup>2</sup> ile ülkemizde mesafeli sözleşmeler karşısında tüketicinin karşılaşıacağı olumsuzlukların giderilmesi için özel bir yasal zemin oluşturulduğu ifade edilmektedir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da mesafeli sözleşmeler, bu detaylı bir şekilde tanımlanmıştır. Yapılan tanımdan da anlaşılacağı üzere, bir sözleşmenin mesafeli sözleşme sayılması için uzaktan iletişim araçları kullanılması, tarafların karşı karşıya gelmemesi, sözleşmenin uzaktan pazarlamaya yönelik oluşturulan sistem çerçevesinde yapılması unsurlarının tamamını bir arada bulundurması gereklidir. Aşağıda açıklanacağı üzere tüketicinin koruma mekanizmalarından yararlanabilmesinin koşulu, sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak tanımlanabilmesidir. Bunun için de sözleşmenin TKHK'de

---

<sup>1</sup> RG, 28.11.2013, S. 28835.

<sup>2</sup> RG, 27.11.2014, S.29188.

belirtilen unsurları taşıması gereklidir. Bu sebeple çalışmamızın bu bölümünde mesafeli sözleşmeler; tanımı, unsurları, kurulması ve kapsamı bağlamında ortaya konacaktır.

## I. Mesafeli Sözleşmelerin Tanımı ve Unsurları

### A. Genel olarak

*“Satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanıldığı sözleşme”* TKHK'nin 48. Maddesi uyarınca mesafeli sözleşme olarak adlandırılır<sup>3</sup>. Öğretide yapılan farklı bir tanıma göre mesafeli sözleşme *“yazılı, görsel telefon ve diğer iletişim araçları kullanılarak veya elektronik ortamda yapılan ve malın tüketiciye genellikle satıcı ile yüz yüze gelmeksizin posta ve diğer vasıtalar ile teslimi kararlaştırılan sözleşme”* olarak tanımlanmaktadır<sup>4</sup>.

Mesafeli sözleşmeler özel nitelikte sözleşmelerdir<sup>5</sup>. Yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak kavram olarak taraflardan birinin tüketici olduğu ve tarafların yüz yüze gelmeden, fiziken bir arada bulunmadan oluşturduğu sözleşmedir. Niteliği uygun düştüğü ölçüde farklı sözleşme tipleri de dahil edilebilir<sup>6</sup>.

Genel olarak tüketiciye sağlanan mal ve hizmetler sözleşmenin konusunu teşkil etmektedir<sup>7</sup>. MSY hükümlerine göre, taşınır eşya ile konut veya tatil amaçlı taşınmaz eşya, elektronik ortamda kullanılabilen her neviden gayri maddi varlık mal olarak değerlendirilebilir. Hizmet ise Yönetmeliğe göre daha geniş bir çerçevede yer almaktadır. Mal satımı dışındaki her türlü tüketici işlemidir. Finansal hizmetlere ilişkin mesafeli

<sup>3</sup> EREN, Fikret: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Yetkin Yayınları, 5. Baskı, Ankara 2017, s.236.

<sup>4</sup> ENE, Selda: Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama, Pusula Yayınları, Eylül 2002, s.74.

<sup>5</sup> UYAROĞLU, Osman: Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Bilgilendirme Yükümlülüğü ve Cayma Hakkı Kapsamında Korunması, 12 Levha Yayınları, Ankara 2022, s.3.

<sup>6</sup> Uyaroğlu, s.7; GEZDER, Ümit: Mesafeli Sözleşmeler, Yeni Tüketici Hukuku Konferansı, 1. Baskı, 12 Levha Yayınları, İstanbul 2015, s.334.

<sup>7</sup> YILDIRIM, Abdülkerim: Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Seçkin Yayınları, 1. Baskı, İstanbul 2009, s.89.

sözleşmeler özelinde ise TKHK m.49 uyarınca, finansal hizmet her türlü banka, sigorta, bireysel emeklilik, kredi ve yatırım hizmetleri olarak belirlenmiştir.

Bu tanımlamalar arasında mal tanımının içeriği, sözleşmenin konusu ve kapsamı bakımından öğretilerde eleştirilmektedir. Çünkü taşınmazlar MSY m.2 ile kapsam dışına çıkarılmıştır. Çelişki, mal kavramının tanımına konut ibaresinin yerleştirilmesi ile ortaya çıkmaktadır. Bu çelişki doktrinde eleştirilmiş ve farklı açıklamalar geliştirilmiştir<sup>8</sup>.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, sözleşmenin şekliyle ilgili olarak özel bir kural getirmemektedir. Sözleşme telefon, elektronik posta, bilgisayar, internet gibi farklı vasıtalar ile kurulabilir. Kural şekil serbestisi olduğundan, mesafeli sözleşmeler uyulması gerekli bir şekil şartı olmadan kurulabilmektedir.

Telefon, elektronik posta ve bilgisayar gibi vasıtalarla kurulabilmesi, mesafeli sözleşmeleri bu yönüyle elektronik sözleşmelere benzemektedir. Kimi yazarlarca elektronik sözleşmeler mesafeli sözleşme kavramı içinde yer almaktadır<sup>9</sup>. Ancak biz, aşağıda sebeplerine daha detaylı ortaya konacağı üzere, mesafeli sözleşmeler elektronik sözleşmelerin tüketicilere yönelik özel bir türü olduğu görüşünü savunmaktayız<sup>10</sup>.

## **B. Türk hukukunda mesafeli sözleşmelerin dayanakları**

Mesafeli sözleşmelerin hukuk sistemimize girişi, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da<sup>11</sup> 2003'te yapılan 4822 sayılı Kanun<sup>12</sup> değişikliğiyle olmuştur. Bu maddenin uygulanmasını kolaylaştırmak adına Mesafeli Sözleşmeler Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik<sup>13</sup> getirilmiştir. Ancak ihtiyaçların değişmesine binaen, 2011

---

<sup>8</sup> Uyaroğlu, s.28.

<sup>9</sup> AKKURT, Sinan Sami: Elektronik Ortamda Hizmet Sunumu ve Buna İlişkin Sözleşmelerin Hukuki Özellikleri, AÜHFD, C.60, S.1, s. 19-46, s.35.

<sup>10</sup> ÖZDEMİR KOCASAKAL, Hatice: Elektronik Sözleşmelerden Doğan Uyuşmazlıkların Çözümünde Uygulanacak Hukukun ve Yetkili Mahkemenin Tespiti, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2003, s. 41; TURAN, Gamze: Elektronik Sözleşmelere Uygulanacak Hukukun Tespiti, TBB Dergisi, Sayı 77, Y.2008, s. 87-119, s.117.

<sup>11</sup> RG, 23.02.1995, S.22221.

<sup>12</sup> RG, 14.03.2003, S.25048.

<sup>13</sup> RG, 13.06.2003, S.25137.

yılında bu yönetmelik ilga edilerek yerine Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelik<sup>14</sup> getirilmiştir.

Tüketici mevzuatımızın, AB mevzuatına uyumlulaştırılması için 2014 yılında 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun çıkarılmıştır. Bu değişiklikteki temel amacın finansal hizmetlerin mesafeli satışı dahil birtakım AB yönergelerinin ülkemize kodifiye edilebilmesi çabası olduğu ifade edilmektedir<sup>15</sup>.

Genel mesafeli sözleşmeler için Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği<sup>16</sup>, finansal nitelikteki mesafeli sözleşmeler için Finansal Hizmetlere İlişkin Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği<sup>17</sup> çıkarılarak mesafeli sözleşmelerin sağlam bir hukuki zemin üzerine oturtulması sağlanmıştır. Aynı zamanda AB hukukundaki 2011/83/EU sayılı Tüketici Hakları ülkemiz tüketici hukukuna entegre edilmiştir.

### **C. Unsurlar**

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a göre bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak tanımlanabilmesi için taşınması gerekli asgari unsurlar mevcuttur. Bu unsurlar mesafeli sözleşmelerin TKHK'deki tanımından doğmaktadır. Kimi yazarlar bu tanımdan hareketle dört unsur<sup>18</sup> belirlemiş olsalar da kanaatimizce mesafeli sözleşmelerin üç unsuru bulunmaktadır. Bu unsurlar: uzaktan iletişim araçları kullanılması, tarafların karşı karşıya gelmemesi ve sözleşmenin uzaktan pazarlamaya yönelik oluşturulan sistem çerçevesinde yapılmasıdır.

#### **1. Uzaktan iletişim araçları kullanılması**

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a göre, sözleşmenin mesafeli sözleşme şeklinde tanımlanabilmesi için gerekli unsurlardan ilki uzaktan iletişim araçları kullanılmasıdır. Bir tüketici sözleşmesinin mesafeli sözleşme olarak nitelendirilebilmesi için sözleşmenin tamamen uzaktan iletişim araçlarıyla kurulması gerekmektedir. Satıcı veya

---

<sup>14</sup> RG, 06.03.2011, S.27866.

<sup>15</sup> Uyaroğlu, s.5, dn. 17.

<sup>16</sup> RG, 27.11.2014, S. 29188.

<sup>17</sup> RG, 31.01.2015, S. 29353.

<sup>18</sup> Uyaroğlu, s.10 vd. Dört unsur olduğunu tayin eden yazarlara göre sözleşmenin son unsuru ücret veya menfaattir.

sağlayıcı ile tüketici yüz yüze gelerek müzakerelerde bulunmuşlar ve fakat sözleşmeyi uzaktan iletişim kanalları ile yaptılarsa yine mesafeli sözleşme olarak değerlendirilemez. Çünkü bu noktada tüketicinin aldatılma riski ortadan kalkmıştır.

Uzaktan iletişim araçları kavramı oldukça geniş bir kapsama sahiptir. Bütün elektronik iletişim cihazları mesafeli sözleşme kurmaya elverişlidir. Örneğin; telefon, internet, telex bunların hepsi elektronik birer ortam yaratırlar, böylece tüketici ve satıcı veya sağlayıcıyı bu ortamda buluştururlar<sup>19</sup>. Mesafeli sözleşmelerin kurulmasında yaygın olarak tercih edilen elektronik platformlar telefon, internet, elektronik posta olmakla birlikte televizyon ve veri değişimi<sup>20</sup> de olabilmektedir. Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu sözleşme kurulmaya elverişli ortamları “*telefon, faks, televizyon, bilgisayar, EDI ve internet gibi ticari işlemleri kolaylaştıran her türlü teknolojik ürünler elektronik ticaretin gerçekleştirilmesinde araç olarak kullanılabilir*” şeklinde belirlemiştir<sup>21</sup>.

## 2. Tarafların karşı karşıya gelmemesi

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a göre bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak tanımlanabilmesi taşıması gerekli ikinci unsur, sözleşmenin taraflarının karşı karşıya gelmemesidir. Bu ifadeden anlaşılan tarafların hazır olmamasıdır<sup>22</sup>. Sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak kabul edilebilmesi için tarafların sözleşme kurulana kadar fiziken bir araya gelmemesi ve tüm müzakerelerin uzaktan iletişim araçları kullanılarak yapılması şarttır.

Tarafların eş zamanlı fiziksel varlığının olmaması, mesafe unsuru olarak da değerlendirilebilir. Yukarıda açıklandığı üzere, yüz yüze müzakere var ise bu sözleşmeyi mesafeli sözleşme olmaktan çıkararak olağan sözleşme haline getirir. Öğretide bir görüşe

---

<sup>19</sup> ARSLAN, İsmet Kahraman/ ÖZ, Neslihan: Elektronik Ticaret Sözleşmelerine Uygulanacak Hukuk, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Y.19, S.38, 2020/2, s. 13-31, s.15.

<sup>20</sup> Elektronik veri değişimi ya da EDI *-electronic data interchange-*, UNCITRAL Model Kanunu’na göre yapılandırmak için üzerinde anlaşmaya varılmış bir standart kullanarak bilgisayardan bilgisayara bilgi transferini sağlayan bir elektronik sistemdir. Yapay zekaya bağlı veya bir otomasyon olmadığından dolayı EDI’nin insan güdümlü bir sözleşme kurma ortam olduğu; sözleşmenin ifasına yapmış olduğu katkılardan dolayı da ifa aracı olarak değerlendirilebilir. Yani EDI, hem bir ortam, hem bir araç hem de bir ifa aracı olması yönüyle elektronik sözleşmeler açısından önem taşımaktadır.

<sup>21</sup> [Elektronik Ticaret Bilgi Platformu \(eticaret.gov.tr\)](http://eticaret.gov.tr) (E.T. 21.10.2022); Ayrıca bkz. Ene, s.4. Bazı yazarlar EFT *-electronic fund transfer-* hizmetinin de elektronik sözleşmeye ortam oluşturduğunu ifade etmektedir, bkz. GHIMIRE, Kedar: Electronic Contracts and Legal Issues, NJA Law Journal 14, 2020, s. 287-307, s.287.

<sup>22</sup> GEZDER, Mukayeseli Hukuk Açısından İnternette Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Beta Yayınevi, İstanbul, 2004, s.51.

göre tüketicinin sırf malı görmek için satıcının iş yerine gitmesinin mesafeli sözleşmenin oluşmasına engel olmayacağı ifade edilmektedir<sup>23</sup>.

Bu görüşün dayanak noktası 2011/83 sayılı AB Yönergesidir. Zira bu Yönergenin 20. maddesi mesafeli sözleşmenin “*tüketicinin sadece bilgi toplamak için işyerine gittiği ancak sözleşmenin müzakere edilme ve kurulmasının mesafeli olarak*” yapıldığı modeli de kapsamını öngörmektedir. Ancak gerek Yönerge gerek ulusal mevzuatımıza göre eşzamanlı fiziksel varlığı olmaksızın sözleşmenin yapılması arandığından bu görüşe katılmamaktayız.

### **3. Sözleşmenin uzaktan pazarlamaya yönelik oluşturulan sistem çerçevesinde yapılması**

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a göre bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak tanımlanabilmesi taşıması gerekli üçüncü ve son unsur ise sözleşmenin uzaktan pazarlamaya yönelik oluşturulan sistem çerçevesinde yapılmasıdır<sup>24</sup>. Burada uzaktan iletişim araçlarının kullanılması unsurundan farklı olarak, satıcı veya sağlayıcının elektronik vasıtaları düzenli ve sistematik bir biçimde kullanması aranmaktadır<sup>25</sup>.

Satıcı veya sağlayıcı, ikinci el satış mobil uygulamaları vasıtasıyla giydiği gelinliğini satıyor ise -ticari veya mesleki işi olmamak kaydı ile- kurulan akit mesafeli sözleşme olmaz. Zira burada satıcı düzenli ve sistematik bir şekilde bunu yapmamaktadır. Kaldı ki bu modern satış modellerinden *consumer to consumer -C2C-* satış modeli olarak değerlendirilmekte ve tüketiciden tüketiciye olarak ifade edilmektedir.

Bu sistemlere örnek olarak sanal pazaryerleri örnek verilebilir. Elektronik Ticaret Yönetmeliği<sup>26</sup> ve Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’daki (ETHDK)<sup>27</sup> tanımlar beraber değerlendirildiğinde, sanal pazarın tanımı “*firmaların mal ve hizmetlerini*

<sup>23</sup> Bkz. YÜCEDAĞ GÖZTEPE, Nafiye: Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Cayma Hakkı, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, Y.7, S.27, Temmuz 2016, s. 667-690, s. 669.

<sup>24</sup>BOZBEL, Savaş: Türk Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler, [https://hukukdergi.ebyu.edu.tr/wp-content/uploads/2015/10/2003\\_VII\\_2\\_27.pdf](https://hukukdergi.ebyu.edu.tr/wp-content/uploads/2015/10/2003_VII_2_27.pdf), s.783-804, s.786.

<sup>25</sup>TOPALOĞLU, Mustafa: Mesafeli Sözleşmeler, Beykent Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.2, S.3, 2016, s. 13-50, s.18; KOCAYUSUFPAŞAOĞLU, Necip/HATEMİ, Hüseyin/ SEROZAN, Rona/ ARPACI, Abdülkadir: Borçlar Hukuku Genel Bölüm Cilt-I, 7. Bası, Filiz Yayınevi, İstanbul 2017, s. 215; Uyaroğlu, s.15.

<sup>26</sup> RG,15.07.2015, S.29417.

<sup>27</sup> RG, 5.11.2016, S.29166.

tanıtımlarına, bunları satmalarına ve firmaların ya da tüketicilerin bu ürünleri inceleyerek ihtiyaç duydukları ürünleri satın almalarına imkân veren web site ve elektronik ortamlar” olarak yapılmaktadır<sup>28</sup>.

*Business to consumer* ismi verilen satış modeli bunu direkt karşılamaktadır. Firmadan tüketiciye yani *B2C* satış modeli, doğrudan üretici veya satış konusu ürünü üreticiden edinen başka firmalar tarafından satışa çıkarılan ürünleri doğrudan halka arz eden satış modelidir. Kurulan iktisadi ilişki bu firma ile tüketiciler arasında gerçekleşmektedir. Sistemin işleyişinde ise, pazar yeri sahibi, satılacak olan ürünü genellikle kendi stoklarında bulundurmaz. Ancak bu firma, satılacak ürünün sahibi olan firma ile yaptığı sözleşme uyarınca internet sitesi üzerinden bu ürünlerin pazarlamasını yapar. Satış bedeli ürün sahibi firma tarafından belirlenir<sup>29</sup>. Bu sistemde tüketici, sanal pazar yerinin sahibi firma ile sözleşmesel ilişkiye girer, bu sözleşmenin tarafı ürün sahibi firma olmaz. Bu sistemde stok kontrolü otomatik olarak yapılabilmektedir<sup>30</sup> ve hata payı ise çok düşüktür.

Ayrıca *pop-up* veya *banner* gibi reklamlar vasıtasıyla ulaşılan internet sitesi siparişlerini de mesafeli sözleşme olarak kabul edilebilir.

Bir sözleşmenin mesafeli sözleşme sayılabilmesi için bu üç unsur da sağlanması gereklidir. Aksi takdirde alıcı, tüketici hukukunun koruma mekanizmalarından faydalanamaz<sup>31</sup>.

## II. Taraflar

6502 sayılı Kanun mesafeli sözleşmeleri tanımlarken sözleşmenin taraflarını satıcı veya sağlayıcı ve tüketici olarak tayin etmiştir. Mesafeli sözleşmelerle ilgili ilke ve esasları düzenleyen Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğine göre de sözleşmenin tarafları satıcı veya sağlayıcı ve tüketicidir. Tüketici işlemi olup olmadığına bakılmaksızın tüm elektronik satışları düzenleyen 6563 Sayılı ETDHK'ye göre<sup>32</sup>, elektronik ortamda gerçekleşen

---

<sup>28</sup> EKİCİ, Şerafettin: B2C Elektronik Ticarete Sanal Pazar Yerlerinin Hukuki Durumu, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.5, S.8, Y.2020, s.207-227, s.207.

<sup>29</sup> Gezder, Tüketicinin Korunması, s.77.

<sup>30</sup> SARIAKÇALI, Turgay: İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler, Seçkin Yayınları, Güncellenmiş 2. Baskı, Ağustos 2021, s.56.

<sup>31</sup> Sarıakçalı, s.167.

<sup>32</sup> Elektronik ortamda gerçekleşen mesafeli sözleşmeler açısından özel düzenlemeler bulunmaktadır.

satışlarda sözleşme tarafları satıcı veya sağlayıcı ile alıcıdır. 6502 sayılı Kanun sözleşme taraflarını satıcı veya sağlayıcı ile tüketici olarak belirlediği için daha dar kapsamda ele almaktadır. Tüketiciler açısından lehe hükümler içeren 6502 sayılı Kanun hükümlerinin gerek özel kanun gerekse tüketicilerin özel koruma gerektiren hukuki konumundan dolayı 6502 sayılı Kanun hükümlerinin uygulanması gerekmektedir. Bu kanunda hüküm bulunmayan hallerde ise ETDHK hükümlerinin uygulanması isabetli olur<sup>33</sup>.

Mesafeli sözleşmelerde taraflar, tüketici ile satıcı veya sağlayıcıdır. Mesafeli sözleşmenin, mesafeli sözleşme olup olmadığının belirlenmesine esas olan şey, tüketicilerin taraf olmasıdır. Tüketicilerin taraf olduğu sözleşmeleri kapsamına alan konu ise tüketici sözleşmeleridir. Tüketici sözleşmelerinde tüketicinin dezavantajlı konumunun giderilmeye çalışıldığı yukarıda açıklanmıştır.

Tüketici sözleşmelerinin tanımı, öğretide objektif ve sübjektif kriterlere göre yapılmaktadır. Sübjektif kritere göre tüketici sözleşmesi, taraflardan birinin tüketici olduğu sözleşmedir<sup>34</sup>. Hangi kişilerin tüketici olduğu ise TKHK m.3'te düzenlenmektedir. İlgili maddeye göre “*ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiler*” tüketici sayılmaktadır. Görüldüğü üzere mesleki veya ticari bir amaç güdülmesi halinde, tüketiciden ve tüketici sözleşmesinden söz edilemez. İnternet ortamında firmadan firmaya -B2B- satış modeli sübjektif kriteri sağlamadığından tüketici sözleşmesi sayılmaz. Zira satıcıdan satıcıya satış modeli, firmalar birbirleriyle alışveriş yapmakta ve ticari faaliyetlerini karşılıklı olarak elektronik bir ortam üzerinden yürüttüğü bir ticaret sistemidir<sup>35</sup>. Burada var olan ticari amaç, tüketici tanımına uymamaktadır.

Objektif kriter ise tüketici işlemleri tanımından yola çıkılarak belirlenmiştir. Kanunun üçüncü maddesinde tüketici işlemi “*Mal veya hizmet piyasalarında kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya onun adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler ile tüketiciler arasında kurulan, eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekâlet, bankacılık ve benzeri sözleşmeler de dâhil olmak üzere her türlü*

---

<sup>33</sup> SERT SÜTÇÜ, Selin: Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketici Hukuku Bağlamında Sorumluluğunun Belirlenmesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.4, S.1, Y.2021, s. 276-284, s. 278.

<sup>34</sup> Gezder, Tüketicinin Korunması, s.4; Bozbel, s.787.

<sup>35</sup> YILDIRIM, Yasin: Elektronik Ticaret Güvenliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler: Türkiye ve Birleşik Krallık Yasal Düzenlemelerinin Karşılaştırmalı Bir İncelemesi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2019 s.15-16.

*sözleşme ve hukuki işlem*” olarak tanımlanmaktadır. İşlemin hukuki niteliğine de vurgu yapan bu tanıma göre, bu kez sözleşmede mesleki veya ticari amaçlarla hareket eden bir tarafın olması şarttır. Aynı maddede tanımı yapılan satıcı kavramı ise, objektif kriter üzerinden belirlenmiştir. Buna göre satıcı, “*Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişi*” olarak tanımlanmıştır. Sözleşmenin tarafları açıklanırken satıcı veya sağlayıcı ile tüketiciler olduğu izah edilmişti. Sağlayıcı kavramı da kanunda yine bu kriter ile paralel biçimde “*Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye hizmet sunan ya da hizmet sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişi*” olarak ifade edilmiştir.

İnternet ortamında özellikle modern satış modellerinde tüketiciden tüketiciye -C2C- satışlara rastlanmaktadır ancak bu sözleşmeler yalnızca satım sözleşmesi olarak değerlendirilmektedir. Bu sözleşmeler bireysel internet kullanıcılarının, diğer kullanıcılara hizmet veya mal arz etmesi ve satın alınması şeklindeki faaliyetleri ifade eder<sup>36</sup>. Bu sözleşmeler de mesafeli sözleşme olamaz<sup>37</sup>. Zira bu halde taraflar arasında ekonomik dengesizlik bulunmamaktadır<sup>38</sup>.

#### **A. Tüketici kavramı**

Yukarıda ifade edildiği gibi 6502 sayılı Kanun’un Tanımlar başlıklı 3. Maddesine göre tüketici “*Ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi*” olarak tanımlanmıştır. Aynı zamanda MSY m.4’te de tanım “*tüketici, ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi*”dir. Başka bir ifadeyle, tüketici, “*tacir olup olmaması önem arz etmeksizin ve söz konusu mal veya hizmetten gelir sağlama amacı gütmeksizin, kişisel veya ailevi, ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla söz konusu mal veya hizmeti bir bedel karşılığında alan gerçek kişi ya da tüzel kişiler*”dir.

---

<sup>36</sup> “C2C türü e-ticarette de buna benzer şekilde kişiler kendilerine ait olan, kullanılmayan, eski eşyalarını elektronik ortamda açık artırma/mezat usulü veya önceden belirlenmiş olan fiyatlar üzerinden satmaktadır. Bu tür, birçok elektronik satış ve alışveriş platformunda kullanılmakla birlikte, ülkemizdeki ve dünyadaki en önemli örneği ABD menşeli bir firma olan Letgo’dur.” Yıldırım, Elektronik Ticaret Güvenliği, s.16.

<sup>37</sup> Bozbel, s.787.

<sup>38</sup> YILMAZ, Oğuz Gökhan: Tüketici Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, S.14, Y. 2013, s.1011-1034, s.1016; Bozbel, s.787.

Görüldüğü gibi kanun sistematüğinde mesleki veya ticari amaçlarla hareket etmemek tüketici sayılma için temel kriterdir<sup>39</sup>. Ticari ve mesleki amaç, gelir elde etmeyi ifade eder. Tüketici, gerçek veya tüzel kişi olabilir. AB hukukunda, tüzel kişiler tüketici tanımına dahil edilmemekte, “*ticaret iş zanaat, meslek amaçları dışında hareket eden gerçek kişiler*” olarak tanımlanmıştır. Bu farklılığın bir sonucu olarak ulusal doktrinde, tüzel kişilerin tüketici olabileceği hallerin oldukça sınırlı olarak anlaşılması gerektiği öne sürülmüştür<sup>40</sup>.

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun konuya ilişkin 21.09.2011 tarihli kararına göre “*Tacir niteliğindeki tüzel kişileri ilgilendiren bütün muamele, fiil ve işlerin ticari olması asıldır. Eğer, bir muamele, fiil veya iş ticari iş ise, bunlara özel ticari kurallar uygulanır. Bir tacirin borçlarının ticari olması asıl olmakla birlikte gerçek kişi olan bir tacir, yaptığı iş ve işlemin veya aldığı hizmetin ticari işletmesiyle ilgili olmadığını diğer tarafa açıkça bildirdiği veya muamele fiil veya işleminin ticari sayılmasına halin icabı, müsait bulunmadığı takdirde, bu işlemlerden doğan borç adi, yani özel sayılacaktır.*

*Tüzel kişi tacirin barınma, gıda, giyinme ve aile gibi özel insani ihtiyaçları olmadığı için bunların hakiki şahıslar gibi adi borç ilişkileri alanı olmadığı kabul edilir. Ticaret şirketleri bir ticari işletme işletmiyor olsalar dahi TTK’nın 18/1.maddesi gereğince kanunen tacirdirler. Doğrudan ticari amaçla ya da işletmenin iç ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla olup olmadığına bakılmaksızın bütün hukuki ilişkileri ticari faaliyet kapsamında olup özel hayatlarına ilişkin bir işlem söz konusu olamayacaktır.*

*Tacir olmanın nimetine göre külfeti de mevcuttur. TTK’nın 20-25. maddelerinde tacir sıfatına bağlanan yerine göre hak yerine göre külfet niteliği arz eden hukuki sonuçlar düzenlenmiştir. Bunların en önemlilerinden biri basiretli iş adamı gibi davranma zorunluluğudur (TTK madde 20/II ). Tacirin, ticari işletmesiyle ilgili tüm faaliyetlerinde basiretli bir iş adamı gibi davranması gerekir. Bu cümleden olarak, ticari işletmesiyle ilgili sözleşmeleri yaparken ve bu sözleşmelerden doğan borçlarını yerine getirirken basiretli bir iş adamı gibi davranmak zorunda olan tacirler tüketiciler için düzenlenen yasa hükümleri kapsamına alınamazlar. Bu nedenle de, bir ticari şirketin altına kaşesiyle birlikte asıl borçlu olarak yetkili temsilcisi eliyle imza koyduğu sözleşmenin Tüketici Kredisi başlığını taşıması,*

<sup>39</sup> AKİPEK, Şebnem: Madde 3: Tanımlar, Milli Şerh: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi (Ed: Hakan Tokbaş ve Özlem Tüzüner), Aristo Yayınevi, İstanbul 2016.s. 57.

<sup>40</sup> AYDOĞDU, Murat/KAHVECİ, Nalan: Tüketici Hukuku, 1. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2021, s.98.

*salt bu nedenle alınan kredinin tüketici kredisi olarak kabulünü gerektirmemektedir.”<sup>41</sup>* Ezcümle Yargıtay, tacirlerin basiretli bir iş adamı gibi hareket etmesi yükümlülüğünü hatırlatarak, sözleşmenin isminin önemli olmadığını belirtmiş, tacirin ticari işletmesiyle ilgili tüm faaliyetlerinde basiretli iş adamı gibi hareket etmesi gerekliliğini ifade etmiştir.

Bu noktada gerçek kişi tacirlerin işlemlerini ayırmak gereklidir. Tacir olmayan gerçek kişiler, gelir elde etme amacı gütmekteyse tüketici sayılmaz. Öğretide getirilen bir yoruma göre, alıcının tacir olmadığı durumlarda işlemi tüketim amacıyla yaptığının kabulü, alıcının da tüketici olduğu ifade edilmiş ve tüketim karanesi kavramı ileri sürülmüştür<sup>42</sup>. Tüketim amacının belirlenmesinde ise satın alınanın tekrar satılmamak ve mesleki veya ticari faaliyetlerde araç olarak kullanılmamak kriteri geliştirilmiştir. Bu amaçlarla malzeme alan bir tacirin, tüketici sayılması gerektiği ifade edilmiştir. Görüldüğü gibi tacirlerin de tüketici sayılabileceği işlemler mevcuttur. Tacir olan gerçek kişiler gelir elde etme amacı olmadan, özel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmet satın aldığı anda tüketici olarak kabul edilmektedir<sup>43</sup>. Örnek vermek gerekirse, kuaför bir kişinin, internetten saç makası aldığı durumda kendi ticari faaliyetinde kullanacağı için tüketici olmadığı; buna karşılık, evinde özel kullanımı için aldığı saç kurutma makinesi işleminde tüketici olduğunu kabul etmek gerekir.

Kanaatimizce, Yargıtay’ın yukarıda ifade ettiğimiz kararı isabetli olduğu gibi TKHK’nin ticari ve mesleki amaç kriterine de uygundur. Her şeyden önce tacirlerin basiretli iş adamı gibi hareket etme yükümlülüğü olduğu, bu itibarla ticari işletmesinin sınırlarıyla bağlı olduğu her olay özelinde ayrıca değerlendirilmelidir.

## **B. Satıcı/sağlayıcı kavramı**

Satıcı ve sağlayıcı kavramlarına da 6502 sayılı Kanun’da detaylı bir şekilde yer verilmiştir. İlgili kanuna göre satıcı *“Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya*

---

<sup>41</sup>Yargıtay HGK’nın 21.09.2011 tarihli, E.2011/500 K.2011/550 künyeli kararı için bkz. <https://karararama.yargitay.gov.tr/> (E.T. 23.10.2022).

<sup>42</sup> Uyaroğlu, s.18; Aydoğdu/Kahveci, s.100.

<sup>43</sup> SEVSEVİL, Beyza Sultan: Elektronik Sözleşmelerin Kuruluşunda Tüketicinin Korunması, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2020, s.24; ARSLAN, Merve: Elektronik Ticaret ve Bu Kapsamda Akdedilen Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2021 s.70.

mesleki amaçlarla tüketiciye mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişi”, sağlayıcı “Kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye hizmet sunan ya da hizmet sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişi” olarak ifade edilmektedir. Kanundaki bu tanımlardan hareketle, satıcı veya sağlayıcının mesleki ve ticari amaçlarla hareket etmesi gerekmektedir ve kamu tüzel kişileri de satıcı veya sağlayıcı olabilir.

Satıcı ve sağlayanın tanım itibarıyla birbirine benzemesi, bu iki kavramın birbirinden ayırt edilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Şöyle ki, tüketiciye mal satımı yapan satıcı, hizmet sunan ise sağlayıcı olarak ifade edilmektedir<sup>44</sup>. Türk mevzuatında özel anlamda hizmet kavramının tanımı yapılmamaktadır. Hizmetin tek bir tanımı bulunmaz, anılan kavramın içeriği ile hangi hukuk dalının ilgi alanına gireceği, somut olayda mevzuata göre belirlenir<sup>45</sup>. Elektronik ortamda hizmet sunumu ise oldukça çeşitlidir<sup>46</sup>. Sözgelimi, taraflar elektronik ortamda bilgisayar programı kurulmasını kararlaştırabilecekleri gibi bir yazılımdan farklı olarak bir tasarım da yaptırabilirler. Kısacası hem mal alım satım işleri hem de hizmet sunumu içeren hukuki ilişkilerin kurulmasında elektronik ticaretin kullanılması açısından bir sınır öngörülmemiştir.

Satıcı ve sağlayıcıların mesleki ve ticari faaliyetlerinin kapsam ve sınırları doktrinde tartışma alanı bulmuştur. Özellikle AB mevzuatında ‘satıcı/sağlayıcı/girişimci’ ifadesinin yer alması sebebiyle, 6502 sayılı Kanun’da yer alan satıcı veya sağlayıcı ifadesi kapsamını tüm girişimcileri içine alacak şekilde genişletilmiştir<sup>47</sup>.

Mesafeli sözleşme aslında sözleşmenin yapılması tekniğini ifade etmektedir<sup>48</sup>. Satış, kira, vekalet ve hatta kredi sözleşmeleri gibi farklı sözleşmeler mesafeli sözleşme yoluyla

---

<sup>44</sup> Uyaroğlu, s.23.

<sup>45</sup> Akkurt, s.24.

<sup>46</sup> Bkz. Akkurt s.25 “Elektronik ortamda hizmet sunumunda ücret (veya menfaat) aslî unsur olarak kabul edilebilirse de hizmet sunulan, hizmet (iş) sözleşmesinde olduğu gibi diğer tarafın emir ve talimatlarına sıkı şekilde bağlı olarak edimini ifa etmesi (kullanacağı yardımcı şahısların kendisine hizmet sağlanan tarafından belirlenmesi, ortaya çıkan hizmetin, emir ve talimatlara bağlı olarak çalışmak kaydıyla sonucundan (ayıbindan) sorumlu olmaması vb.), ilişkinin mahiyeti gereği kendisinden beklenemez.”

<sup>47</sup> DÖNMEZ, Zeynep: Avrupa Birliği’nde Tüketici Hukuku Alanında Kanunlaştırma Hareketleri ve Tüketicinin Korunması Modelleri, Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, C.22, S.3, Y. 2016, s.953-968, s.963.

<sup>48</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.278; UZUN KAZMACI, Özge: İnternet Üzerinden Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Marmara Üniversitesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, C.22, S.3, 2016, s.2791-2818, s.2793.

yapılabilmektedir<sup>49</sup>. MSY m.2’de belirtilen mesafeli sözleşmelerin konusu olamayan sözleşmeler dışında satıcı veya sağlayıcı mesafeli sözleşme yapabilir.

Çalışmamız açısından önemli olan nokta ise aracı hizmet sağlayıcıların bu sözleşmeye taraf olup olmadığı problemidir. Günümüzde, mesafeli sözleşmelerin kurulmasında yaygın olarak kullanılan elektronik ticaret platformlarında satıcı ve tüketici buluşturulmakta, satıcı malı posta veya kurye ile teslim etmekte, tüketiciyse kredi kartı aracılığı ile veya havale yöntemi gibi elektronik araçlar kullanmak suretiyle sistem üzerinden ifayı gerçekleştirmektedir<sup>50</sup>.

Firmadan tüketiciye -B2C- satış modeli, doğrudan üretici veya satış konusu ürünü üreticiden edinen başka firmalar tarafından satışa çıkarılan ürünleri doğrudan halka arz eden satış modelidir. Kurulan iktisadi ilişki bu firma ile tüketiciler arasında gerçekleşmektedir. Sistemin işleyişinde ise, pazar yeri sahibi, satılacak olan ürünü genellikle kendi stoklarında bulundurmaz. Ancak bu firma, satılacak ürünün sahibi olan firma ile yaptığı sözleşme uyarınca internet sitesi üzerinden bu ürünlerin pazarlamasını yapar. Satış bedeli ürün sahibi firma tarafından belirlenir<sup>51</sup>. Bu sistemde tüketici, sanal pazar yerinin sahibi firma ile sözleşmesel ilişkiye girmektedir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’da satıcı ve sağlayıcı tanımlarına, mal veya hizmet üretenler adına veya hesabına hareket edenler de eklenmiştir. Satıcı veya sağlayıcı adına veya hesabına hareket eden bu temsilciler, satıcı veya sağlayıcı gibi değerlendirilmektedir. Bu bağlamda tartışılması gereken husus ise elektronik ticaret platformlarının temsilci niteliğinin olup olmadığıdır. Sonuca ulaştıran temel kriter ise temsil olunanın ticari veya mesleki maksatlarıdır. Şayet şartları var ise, aşağıda detaylıca açıklanacağı üzere aracı platformların da sözleşmeye dahil olması söz konusudur.

---

<sup>49</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.278, dn.8.

<sup>50</sup> KIRCA, Çiğdem: İnternette Sözleşmenin Kurulması, BATİDER, C. XX, S. 4, s.99-117, s. 101; TİRYAKİ, Betül: E-Tüketici ve Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, XIII. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri 22-23 Aralık 2008 Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara, s.91-96, s.94.

<sup>51</sup> Gezder, Tüketicinin Korunması, s.77.

### III. Benzer sözleşmelerden farkları

#### A. Elektronik sözleşme kavramından farkları

Elektronik sözleşmelerin tek bir tanımı olmamakla birlikte, bizim de katıldığımız şekliyle “ *tarafların karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanlarını elektronik iletişim araçları yardımıyla açıklamaları ile kurulan sözleşme*” olarak tanımlanabilir. Sözleşmenin sanal bir ortamda kurulduğu sözleşmelerdir<sup>52</sup>. Bazı yazarlar elektronik sözleşmeleri tanımlamada, elektronik ticareti temel almaktadır. Onlara göre “ *elektronik ticarete internet üzerinden ve sadece elektronik iletişim araçlarıyla dijital teknoloji kullanılarak yapılan sözleşmelere elektronik sözleşme*” denilmektedir<sup>53</sup>. Hatta bu yazarlar elektronik sözleşme terimi yerine, internet üzerinden kurulan sözleşmeler, elektronik vasıtalarla kurulan sözleşmeler gibi terimler önermektedir<sup>54</sup>.

Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik<sup>55</sup> de mesafeli sözleşmelere uygulanabilen çeşitli düzenlemeler ihtiva eder. Yönetmeliğin amacı, 1. maddede “ *Hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların elektronik ticaret işlemlerinin yapıldığı ağ üzerinde bulundurmaları yükümlü oldukları genel bilgiler ile sözleşme öncesinde ve sipariş sürecinde alıcılara sunmaları gereken bilgilere ve elektronik ticaret ile ilgili diğer uygulamalara ilişkin usul ve esasları düzenlemek*” olarak belirtilmiştir. Yönetmeliğin düzenlediği konular ise satıcının -hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcı- mal veya hizmet satışına ilişkin sözleşmelerdeki bilgi verme yükümlülükleri ile elektronik ticaretle ilgili diğer tedbirlerdir. Genellikle elektronik ticaret platformları ile internet siteleri aracılığı ile kurulan mesafeli sözleşmeler için uygulama alanı bulur.

---

<sup>52</sup> SÖZER, Bülent: Elektronik Sözleşmeler, Beta Yayınevi, Mart 2002, s.89; Sarıakçalı, s.41; BAYRAM, Aziz Erman: Güncel Gelişmeler Işığında Elektronik Sözleşmelerin Kurulması, TBB Dergisi, Y.2019, S.119, s.331-366, s.335; KİLİAN, Wolfgang: Dijital İletişim ve Sözleşme Hukuku, (Çev., Akkayan Yıldırım, Ayça), Uluslararası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını, İzmir 2002, s. 161.

<sup>53</sup> Ghimire, s.287.

<sup>54</sup> İNAL, Emre: E – Ticaret Hukukundaki Gelişmeler ve İnternette Sözleşmelerin Kurulması, İstanbul 2005, s. 93; SAVAŞ, Abdurrahman: İnternet Ortamında Yapılan Sözleşmeler, Konya 2005, s.59; UYUMAZ, Alper: Elektronik Sözleşmelerin Websiteleri Aracılığıyla Kurulması ve Bu Sözleşmelerin İfası, (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/deuhfd/issue/46938/589012> E.T. 05.11.2022), s.907-930, s.909.

<sup>55</sup> RG. 26.08.2015, S. 29457.

Öğretide bir grup yazar elektronik sözleşmeleri, mesafeli sözleşme olarak değerlendirmektedir<sup>56</sup>. Bu sözleşmeler dijital platformlar aracılığıyla akdedildiği zaman elektronik sözleşme olarak nitelendirilebilir. Ancak söz konusu elektronik sözleşmenin şartları her zaman mesafeli sözleşmenin unsurlarına uymaz<sup>57</sup>. Örneğin mesafeli sözleşmelerde taraflardan biri tüketicidir. Bu durumda her mesafeli satışı bir elektronik sözleşme olarak değerlendirebilirken, her elektronik sözleşmeyi mesafeli sözleşme olarak değerlendiremeyiz<sup>58</sup>. Zira mesafeli sözleşmeler, sözleşmelerin kuruluşuna veya şekline ilişkin değil; ifasına ilişkin bir kavramdır<sup>59</sup>. Elektronik sözleşmelerin mesafeli sözleşme niteliğinde olması halinde gerek TKHK gerekse Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği hükümleri uygulanır.

Öğretide bu teknik farklılıktan dolayı, mesafeli sözleşme unsurlarını bünyesinde bulundurmamak suretiyle mesafeli sözleşme niteliği taşıyan elektronik sözleşmeler için “*mesafeli elektronik sözleşme*” kavramını kullanan yazarlar bulunmaktadır<sup>60</sup>. Zira yukarıda ifade edildiği üzere, mesafeli olmayan elektronik sözleşmelerin kurulması da mümkündür.

## **B. Mesafeli satış sözleşmesi kavramından farkı**

Kavram olarak mesafeli sözleşmeleri çağrıştıran mesafeli satış sözleşmeleri, daha çok borçlar hukukunda tartışılmış bir husustur. Mesafeli sözleşme kavramı, mesafeli satış kavramından farklıdır. Şöyle ki, mesafeli satış, satış konusunun ifa yerinden başkaca bir yere gönderildiği satış sözleşmelerini ifade etmektedir.

Mesafeli satış sözleşmeleri doğrudan 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu’nda<sup>61</sup> düzenlenen bir kurum değildir. Uzaktan iletişim araçları kullanılmak suretiyle alıcının malı teslim alabilmesi için satılanın bir yerden başka bir yere gönderilmesi hususunda tarafların

---

<sup>56</sup> Sözer, s.116.

<sup>57</sup> ÇEKİRDEK, Meltem: İnternet Üzerinden Satışı Konu Edinen Sözleşmelerin Belirleyici Özellikleri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2019, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s.43; SAĞLAM, İpek: Elektronik Sözleşmeler, Legal Yayınları, 1. Baskı, İstanbul 2007 s.87.

<sup>58</sup> Sağlam, s.82.

<sup>59</sup> ARAL, Fahrettin/ AYRANCI, Hasan: Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, 11. Baskı, Ankara 2015, s.87.

<sup>60</sup> Arslan, s.69.

<sup>61</sup> RG, 4.2.2011 S.27836.

anlaştıkları sözleşme olarak tanımlanır<sup>62</sup>. Sözleşmenin kurulması anında, tarafların bir arada olup olmamasının bir önemi yoktur. Teslim koşulu olarak farklı bir şey de kararlaştırılabilir.

Sonuç olarak mesafeli sözleşme, sözleşmenin kurulma aşamasına ilişkin bir kavram iken, mesafeli satış, ifa aşamasına ilişkindir<sup>63</sup>. Ayrıca mesafeli sözleşme, mesafeli satıştan farklı olarak, bir tüketici işlemidir. TKHK’de sayılan unsurları barındıran sözleşmeler, mesafeli sözleşme olarak kabul edilir. Mesafeli sözleşmenin satış sözleşmesinden daha geniş bir kapsama sahip olduğu ifade edilmişti. Mesafeli sözleşmeler farklı sözleşme tiplerinde de kurulabildiğinden, konu açısından da mesafeli satıştan ayrılmaktadır.

#### IV. Mesafeli Sözleşmelerin Kurulması

##### A. Genel olarak

Mesafeli sözleşmelerin tanımını yaparken mesafeli sözleşmeleri “*satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dahil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanılması suretiyle kurulan sözleşmeler*” açıklamıştık. Bu noktada mesafeli sözleşmeye ilişkin unsurları açıklarken, tarafların eş zamanlı fiziksel varlığı olmadan, irade beyanlarını uzaktan iletişim araçlarıyla açıklamaları olarak ifade etmiştik. İrade beyanı, 6098 sayılı TBK’nin ilk maddesi uyarınca bir sözleşmenin kurulmasında asli unsur teşkil eder.

İrade beyanlarının birbirine uygunluğu noktasında değerlendirilmesi gereken ilk husus, uygunluğun kapsamıdır. Buna göre tarafların iradesi, sözleşmenin objektif ve sübjektif esaslı noktaları yönünden uyumalıdır. Objektif esaslı nokta ile kastedilen sözleşmenin türü ve tipik özellikleridir. Örneğin satım sözleşmesinde satım konusu şey ve bedel objektif esaslı noktalardır. Zira objektif esaslı noktalar, isimli bir sözleşmenin yanında yer alan unsurlarıdır ve bu unsurlar olmadan sözleşmenin varlığından bahsedilemez<sup>64</sup>.

---

<sup>62</sup> Eren, Özel Hükümler, s.236.

<sup>63</sup> Uzun Kazmacı, s.2793, dn.5.

<sup>64</sup> EREN, Fikret: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Yetkin Yayınları, 20. Baskı, Ankara 2016, s.249; OĞUZMAN, Kemal/ ÖZ, Turgut: Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt 1, 9. Bası, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2011, s. 73; YILDIRIM, Abdülkerim: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Monopol Yayınları, Güncellenmiş 11. Baskı, Ankara 2020, s.59; ANTALYA, Gökhan: Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt V/1.1, Seçkin Yayınları, Ankara 2019, s.61.

Sübjektif esaslı noktalar, objektif esaslı noktaların dışında kalan ikinci derecedeki yan noktalardır. Ancak taraflar bu noktayı esaslı nokta haline getirebilirler. Örneğin ifa yeri, ifa zamanı, sözleşmenin süresi, bedelin nasıl ödeneceği, ambalajlama ve taşıma gibi. Bu noktalar üzerinde anlaşılamazsa sözleşme kurulmuş olmaz<sup>65</sup>.

Özellikle internet siteleri aracılığıyla yapılan satışlarda, bu yan noktalar esaslı nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Alıcının kapıda ödeme, havale/EFT veya kredi kartı/banka kartı alternatiflerinden birini seçmesi, alıcının ambalajlamada hediye paketi seçeneğini seçmesi, kargo firması seçme özgürlüğü, ifa zamanı ve ifa yerini belirleyebilmesi hususları örnek gösterilebilir.

Sözleşmenin esaslı noktaları dışında kalan unsurlar, sözleşmenin yan noktalarını teşkil eder. Bu noktaların hiç müzakere edilmemiş olması sözleşmelerin kurulmasını etkilemez. Örneğin elektronik posta üzerinden yapılan satışlarda, alıcının ifa yerini ve zamanını belirlememesi sözleşmenin kurulmasını engellemez. Taraflar daha sonradan da bu hususları belirleyebilirler. Şayet anlaşamazlarsa sözleşmelerinde boşluk ortaya çıkar<sup>66</sup>. Boşluk, hakim tarafından çözülür. Ancak internet sitesi üzerinden yapılan kimi satışlarda sözleşmenin kurulabilmesi için alıcının bu bilileri yazması lazımdır.

Mesafeli sözleşmelerin kurulmasını incelerken otonom bilgisayar açıklamalarını ve elektronik irade beyanlarını ayırmak gerekir. Bilgisayarlar günümüzde otonom olarak program değiştirip yeni talimatlar oluşturabilirler. Yapay zeka -*Artificial Intelligence*-teknolojisi ile bir sözleşme kurulabilir. Hatta sözleşmeyi bizzat yapay zeka da kurabilir<sup>67</sup>. Örneğin ABD’de bir firma, yapay zekayı kullanarak kamerasız ve sensörlerle çalışan insansız bir teknoloji mağazası açmıştır. Fiziki mağazada -*brick and mortar*- yapılan tüm alışveriş süreçlerinin yapay zeka tarafından yürütülmesi gündeme gelmiştir. Müşteriler de bu süreçlere akıllı telefonlarına indirmiş oldukları mobil uygulama ile katılmaktadır. Bu mağazaların da mesafeli sözleşmeler açısından uzaktan iletişim aracı olarak değerlendirilmesi söz konusu olmuş, bu çerçevede gerçekleştirilen sözleşmelerin mesafeli

---

<sup>65</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.60; Eren, Genel Hükümler, s.250, Antalya, s.62.

<sup>66</sup> Eren, Genel Hükümler, s.254; REİSOĞLU, Safa: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 12. Bası, İstanbul 1998, s. 52.

<sup>67</sup> BAK, Başak: Medeni Hukuk Açısından Yapay Zekanın Hukuki Statüsü ve Yapay Zeka Kullanımından Doğan Hukuki Sorumluluk, TAAD, Y.9, S.35, Temmuz 2018,s.211-232, s.227.

sözleşme olabileceği vurgulanmıştır<sup>68</sup>. Özellikle gelişen teknolojiye bu tür mağaza örneklerinin giderek artması, uzaktan pazarlama unsurunu yeniden tartışmaya açmıştır<sup>69</sup>.

Satıcı veya sağlayıcının bu şekilde yapay zekayı yetkilendirmesi ve fiziken olmaması hususunu elektronik temsilcilik açısından değerlendirmek gerekir. Elektronik temsilci ile kastedilen bir tür bilgisayar programı bir yazılımdır<sup>70</sup>. Bu yazılım temsil olunan adına irade beyanında bulunur ve kendisine yöneltilen beyanları kabul etmeye yetkilidir. Günümüzde bilgisayarlar elektronik temsilcilerimiz gibi hareket etmektedir<sup>71</sup>. EDI bunun en tipik örneğidir. Bilgisayardan bilgisayara insan katılımı olmaksızın işlem yapılabilmektedir. Fakat mevcut teknolojiye yapay zekanın ve robotik yazılımın da eklenmesiyle bilgisayarların insanlarla temasa geçebilmesi gündeme gelmiştir. Örneğin *Google Duplex Sanal Asistan*, temsil ettiği kişi adına kuaför randevusu alabilmektedir<sup>72</sup>. İOS yazılımının sanal asistanı *Siri* de randevular alabilir, *Alexa* akıllı ev eşyalarını kullanabilir, *Tesla* otomobil otonom olarak güzergah belirleyip aracı hareket ettirebilir. Bu durumlar Türk borçlar hukukundaki temsil hükümleriyle bağdaşmaz. Çünkü örnek üzerinden devam edilirse, *Google Duplex*, gerçek ya da tüzel kişi değildir. Aksine bir yapay zeka teknolojisi olduğundan, kişi değil elektronik eşyadır. Doktrinde elektronik temsilcilerin elektronik kişi olarak tanımlanabileceği yönünde görüşler öne sürülmüştür<sup>73</sup>. Elektronik temsilciye ilişkin temel düzenlemeler UNCITRAL'in hazırladığı model kanunda yer almaktadır<sup>74</sup>. Modern hukuk sistemlerinde de elektronik temsilciler ile ilgili düzenlemeler yapılmaktadır. 2016 yılında Avrupa Parlamentosu tarafından hazırlanan Robotikte Avrupa Medeni Hukuku bunun en tipik örneğidir.

Yapay zekalı makinelerin özel hukuk kişiliğini haiz olmadığı ve kişiliğe sahip olmaması gerektiği savunulmaktadır<sup>75</sup>. Dolayısıyla az önceki yapay zeka tarafından

---

<sup>68</sup> Uyaroğlu, s.14; bkz. <https://www.amazon.com/b?ie=UTF8&node=16008589011> (E.T. 25.10.2022).

<sup>69</sup> Walmart'ın lansmanını yaptığı yapay zeka içeren market için bkz. <https://techcrunch.com/2019/04/25/walmart-unveils-an-a-i-powered-store-of-the-future-now-open-to-the-public/> (E.T. 25.10.2022).

<sup>70</sup> ZÖHRE, Nuran: Elektronik Sözleşmeler, 2008, bkz. [http://www.turkhukuk sitesi.com/makale\\_782.htm](http://www.turkhukuk sitesi.com/makale_782.htm) (E.T.02.10.2022)

<sup>71</sup> KIDD, Donnie L./ DAUGHTREY, William H.: Adapting Contract Law to Accomodate Electronic Contracts- Overview and Suggestions, Rutgers Computer and Technology Law Journal, 26 (2), 2000, s.215-276, s.227.

<sup>72</sup> Bkz. <https://www.cbot.ai/tr/webde-duplex-yeni-nesil-google-asistan-ve-otesi/> . (E.T. 25.10.2022).

<sup>73</sup> Bak, s.228-229.

<sup>74</sup> [https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/en/19-04970\\_ebook.pdf](https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/en/19-04970_ebook.pdf). (E.T. 25.10.2022).

<sup>75</sup> Uyaroğlu, s.14.

yönetilen mağaza örneğinde, mesafeli sözleşmelerin unsurlarından fiziken bir araya gelmeme koşulu gerçekleşmektedir. Bunlara ek olarak, bu tür yapay zeka satıcı özelinde otonom sistemler, EDI ve insan katılımı olmayan elektronik süreçlerde irade beyanının taşınması gerekli bağlanma niyeti noktası eleştirilmekte ve bu tür sözleşmelerin daha hassas bir korumaya sahip olması gerektiği ifade edilmektedir<sup>76</sup>.

Öte yandan, kanaatimizce sözleşme konusu malın tüketicilerce incelenmesi söz konusu olduğundan, tüketicilerin tüketici hukukundan kaynaklanan avantajları kullanamaması gerekir. Zira bu noktada mal denenmiş ve özellikleri öğrenilmiştir. Öğretide de benzer görüşte olan yazarlara göre, eğer tüketici mağazadaki malı görüp denemesi ve bilgileri almasına karşın, sırf tüketici hukukunun avantajlarından faydalanmak için malı internette satın alıyorsa bu noktada kötü niyetli hareket ettiği kabul edilmelidir<sup>77</sup>.

Yapay zeka hususunda değerlendirilmesi gereken bir diğer husus akıllı sözleşmelerdir. Akıllı sözleşme kavramı ilk kez 1994 yılında ortaya atılmıştır<sup>78</sup>. Temelinde sözleşmenin güven ilişkisi olması ve güven ilişkisinin ortaya çıkarmış olduğu sorunları giderme ihtiyacı yatar. Çünkü sözleşme, tarafların iradelerinin uyuşmasını ifade eder. Tarafların, sözleşmenin esaslı unsurlarına dair karşılıklı açıkladıkları iradelerin birbirlerine uyması ile sözleşmeden bahsedebiliriz. İrade, karşılıklı güven esasına dayanır. Buna göre sözleşme, beyan ettiği edimi ve karşı tarafın beyan ettiği edimi yapacağına dair bir güveni ihtiva eder. Ancak günümüzde özellikle elektronik sistemler söz konusu olduğunda güven sorunu yaşanmaktadır. Sözleşmede tarafların iradeleriyle beyan ettikleri edimi ifa edip etmeyecekleri, kurulduğu anda bilinmemektedir.

Akıllı sözleşmenin en temel örnekleri yiyecek ve içecek otomatlarıdır<sup>79</sup>. Makinenin sahibi olan taraf, sözleşme yapmaya dair açık ve sabit şekilde önerisini anlaşılır usulle formüle ederek diğer tarafa sunmaktadır. Fiyat, miktar, ürün gibi bilgileri makineye entegre ederek sağlamaktadır. Diğer taraf ise ürünü almak için gereken şartları sağladığında, yani önceden belirlenmiş ücreti makineye attığında, sözleşme kurulur. Akıllı sözleşmeler ve

---

<sup>76</sup> GLATT, Christoph: Comparative Issues in the Formation of Electronic Contracts, International Journal of Law and Technology, Vol. 6, No.1, s.34-68, s.45-46.

<sup>77</sup> Uyaroğlu, s.14.

<sup>78</sup> TEVETOĞLU, Mete: Ethereum ve Akıllı Sözleşmeler, İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Y.2021, 12(1), s.193-208, s.197.

<sup>79</sup> Akıllı Sözleşme kavramı, otomatlar ile sınırlı kalmamış günümüzde de *Blockchain* ile *Bitcoin* teknolojisi ve arkasından *Ethereum* sistemi ile beraber bugünkü şeklini almıştır.

dolayısıyla otomatik makineler, MSY m.2/2/b bendiyle mesafeli sözleşme kavramı dışında tutulmuştur.

Elektronik irade beyanları hususunda bariz bir fark yoktur, sözleşmelerin kurulmasına ilişkin genel hükümlere tabidir<sup>80</sup>. Sözleşmenin kurulabilmesi için tarafların açıklamaları gereken bu irade beyanları öneri ve kabul beyanlarıdır (TBK m. 3-10). Tarafların irade beyanlarında zaman itibarı ile önce yapılanı öneri, sonra yapılanı kabul olarak adlandırılır<sup>81</sup>. Ancak elbette internet teknolojisinin öneriye davet, öneri ve kabul noktasında sağladığı bazı avantajlı durumlar mevcuttur. Bu özel durumların ifade edilmesi ve konunun zenginleştirilmesi açısından uygulamadan örnekler verilerek bu hususlar ortaya konulacaktır.

## **B. Öneri ve öneriye davet**

Bir sözleşmenin kurulabilmesi için iki temel irade açıklamasına ihtiyaç vardır. Bunlardan zaman bakımından önce yapılanına öneri denir<sup>82</sup>. Taraflardan herhangi biri öneride bulunabilir. Örneğin bir satış sözleşmesinde alıcı taraf öneride bulunabileceği gibi satıcı da öneri beyanında bulunabilir.

Öneri sözleşmenin yapılması için bir teklif içerir<sup>83</sup>. Sonuçlarını doğurabilmesi için karşı tarafa ulaşması gerekli olan öneri, tek taraflı olmakla birlikte kesin ve bağlayıcı niteliktedir. Sözleşme zaman bakımından ikinci gelen irade açıklaması olan kabul ile kurulmaktadır. Bu bakımdan öneri sözleşme yapma çağrısı niteliğindedir. Bu açıdan öneri, yenilik doğurmaz<sup>84</sup>. Kural olarak, özel bir şekil şartı mevcut değildir.

Öneri bir sözleşmenin yapılması teklifi olduğundan, barındırması gereken bazı unsurlar bulunmaktadır. Bunların ilki elbette esaslı noktalardır. İrade açıklamasında tüm esaslı unsurlar belirli veya en azından belirlenebilir değilse öneriden bahsedilemez. Diğer bir unsur ise bağlanma niyetidir. TBK'ye göre "*Öneren, önerisiyle bağlı olmama hakkının*

<sup>80</sup> Çekirdek, s.89; Savaş, s.44; Sağlam, s.72; Turan, s.92; Sariaççalı, s.39; YILMAZ, Süleyman: İnternet Aracılığı İle Yapılan Satım Sözleşmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2000, s. 37.

<sup>81</sup> Turan, s.95; Sariaççalı, s.44; Savaş, s.128; Oğuzman/Öz, s.50; Bayram, s.350; Eren, Genel Hükümler, s.258; Sözer, s.30-31; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.61.

<sup>82</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.61; Eren, Genel Hükümler, s.258; Oğuzman/Öz, s.51; GÜMÜŞ, Mustafa Alper: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Yetkin Yayınları, Ankara 2021, s.148.

<sup>83</sup> Glatt, s.38; Gümüş, s.149.

<sup>84</sup> Eren, Genel Hükümler, s.259; Oğuzman/Öz, s.51; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.61.

*saklı olduğunu açıkça belirtirse veya işin özelliğinden ya da durumun gereğinden bağlanma niyetinde olmadığı anlaşılırsa, önerisi kendisini bağlamaz”*. Sonuç olarak yöneltilen irade beyanının öneri olabilmesi için esaslı noktaları içermesi ve bağlanma niyeti taşıması gerekir.

Açıklanan irade şayet bu unsurları taşııyorsa yalnızca öneriye davet söz konusu olur. Öneriye davet, başkalarını öneride bulunmaya yöneltme amacı taşıyan, bağlayıcı olmayan irade açıklamasıdır<sup>85</sup>. Örneğin bir ürünün açık arttırma yoluyla satışa çıkarılması öneriye davettir. Arttırmaya katılanların fiyat ileri sürmesi ise öneridir. Arttırmayı yapan kişi, en yüksek bedeli önerene malı satmak zorunda değildir. Arttırmayı yöneten şayet en yüksek fiyatı önerene malı ihale ederse kabul hükmündedir.

Öneriyle ilgili bir ayrık durum ise fiyatını göstererek mal sergilenmesi veya tarife, fiyat listesi ya da benzerlerinin gönderilmesinin öneri sayılması kuralıdır. Malın fiyatını göstererek sergilenmesi TBK uyarınca öneridir. Ayrıca burada herkese açık öneri söz konusudur<sup>86</sup>.

Sipariş edilmeyen bir şeyin gönderilmesi ise öneri değildir. TBK'nin 7. maddesi uyarınca ismarlanmamış şeyin gönderilmesi öneri sayılmaz. Malın fiyatının belirli olması veya malı gönderenin öneri olduğunu belirtmesi sonucu değiştirmez. Madde gerekçesinde *“sipariş etmediği bir taşınırı posta kutusunda veya kapısının önünde bulan ya da başka bir yolla alan kişilerin, bunları geri göndermemesi, saklamaması hatta kullanması sebebiyle taraflar arasında örtülü irade açıklaması sonucunda böyle bir sözleşme ilişkisinin doğmasının mümkün olmadığı”* belirtilmiştir. Böylelikle malın geri gönderilmemesi veya kullanılması kabul olarak yorumlanamaz.

İsmarlanmamış şeyin yanlışlıkla gönderildiği açıkça belirli olabilir. Örneğin paketin üzerinde alıcı adı soyadı olarak farklı biri yazıyor olabilir. Bu durumda onu alan kişi dürüstlük kuralı gereği uygun bir sürede durumu gönderene haber vermelidir.

---

<sup>85</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.62; Eren, Genel Hükümler, s.261-262; Antalya, s.313; Gümüş, s.149.

<sup>86</sup> Eren, Genel Hükümler, s.259; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.63; Oğuzman/Öz, s.51; Antalya, s.308; Gümüş, s.157.

## 1. Öneriyle bağlılık süresi

Öneri meselesi, özellikle satıcı ve tüketicinin fiziken bir arada bulunmaması nedeniyle bağlılık süresi açısından incelenmelidir. Öneriler bağlılık süresine göre süreli ve süresiz olarak ikiye ayrılır. Süreli öneri, öneride bulunanın kabul için bir süre tayin ettiği durumlarda ortaya çıkar. Şayet belirli bir süre verilmişse, öneren bu sürenin sonuna kadar önerisiyle bağlıdır. Kabul verilen süre içerisinde kendisine ulaşmazsa öneren önerisiyle bağlılıktan kurtulur<sup>87</sup>.

Süresiz önerilerde ise hazırlar arasında ve hazır olmayanlar arasında şeklinde ayırım yapılmalıdır. *“Hazırlar arasında yapılan süresiz önerilerde kabul için bir süre tayin edilmeyen öneri, karşı tarafça derhal kabul edilmezse, öneren önerisiyle bağlı olmaktan kurtulur.”* Derhal ifadesini zaman kesitinin bitimine kadar olarak anlamak gerekir<sup>88</sup>. Şayet bir görüşme ise görüşme bitimine kadar cevap verilmelidir<sup>89</sup>.

Hazır olmayanlar arasında ise anlık iletişim yoktur. *“Hazır olmayanlar arasında yapılan süresiz bir öneri, zamanında ve usulüne uygun gönderilmiş bir kabul haberinin normal olarak ulaşması gereken ana kadar öneride bulunanı bağlar.”* Bu tür öneri öğretide dolaylı öneri olarak da adlandırılmıştır<sup>90</sup>.

## 2. Mesafeli sözleşmeler açısından değerlendirme

Mesafeli sözleşmeler, sözleşmenin kurulma anının tespiti özel bir önem taşır. Normalde sözleşme hazırlar arasında akdedildi ise sözleşmenin kurulma anı ve hüküm ve sonuçlarını doğurmaya başladığı an aynıdır<sup>91</sup>. Gaipier arasında yapılan sözleşmeler, kesintisiz iletişim mümkün olmadığından, taraflardan birinin sözleşmenin kurulmasına yönelik öneri beyanından sonra karşı tarafın kabul etmesi ile kurulur<sup>92</sup>. Buna karşılık

---

<sup>87</sup> Eren, Genel Hükümler, s.265; Gümüş, s.163; Antalya, s.321.

<sup>88</sup> Oğuzman/Öz, s.62; Eren, Genel Hükümler, s.267; Gümüş, s.161; Antalya, s.325.

<sup>89</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.65; Gümüş, s.163.

<sup>90</sup> Eren, Genel Hükümler, s.267;

<sup>91</sup> Oğuzman/Öz, s.73; Eren, Genel Hükümler, s.276-277; Yıldırım, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, s.70; Gümüş, s.160; Antalya, s.312 vd.

<sup>92</sup> Eren, Genel Hükümler, s.277, Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.70-71; Oğuzman/Öz, s.73-74; Çekirdek, s.34; Gümüş, s.160-161; Antalya, s.325.

sözleşmenin hüküm ve sonuçlarını doğurduğu an kabul haberinin öneri sahibine gönderildiği andır.

Mesafeli sözleşmelerin unsurları açıklanırken, uzaktan iletişim araçlarıyla kurulması gerekliliği belirtilmişti. Bu araçlar, kendi imkan ve kabiliyetlerine göre farklı şekilde değerlendirilirler. Örneğin telefon, video konferans uygulamaları, internet çağrıları hazırlar arasında iken; elektronik posta hazır olmayanlar arasında akdedilen sözleşme niteliğindedir. Bu itibarla öneriyle bağlılık sürelerinin ve diğer hükümlerin de buna göre değerlendirilmesi gerekir. Bu başlıkta mesafeli sözleşmelerin kurulmasına aracılık eden ve yaygın olarak tercih edilen uzaktan iletişim araçları değerlendirilecektir.

#### **a. Telefon**

Mesafeli sözleşmelerin kuruluşunda bir araç ve bir ortam özelliği taşıyan telefon teknolojisi, internet üzerinden yapılan satışlardan önce dünyada yaygın bir yöntem olarak kullanılmıştır<sup>93</sup>. İki kişinin telefon konuşması yolu ile iradelerini beyan etmeleri ve bu irade beyanlarının birbirine uyuşması ile sözleşme kurulur. Ancak daha karmaşık ticari modellerin de uygulamadaki varlığı görülebilir. Örneğin, telefon görüşmesi esnasında ücretin telefon faturasına yansıtılması ile hizmet alanın ücret borcu, kısa mesaj, sesli mesaj ve multimedya mesaj servisleri ile pazarlama yapılması, tuşlama yolu ile belirli algoritma yöntemleri kullanılarak tip sözleşmelerin yapılması gibi.

Elbette teknolojik gelişmeler ile akıllı telefonlar hayatımıza girmiştir. Ancak akıllı telefonlardaki işletim sistemleri aracılığıyla yapılan işlemlerin, akıllı telefonların bilgisayar olması ve internet üzerinden yapılması sebebiyle telefon değil; internet üzerinden gerçekleşen sözleşmeler olarak değerlendirilmesi kanaatindeyiz<sup>94</sup>.

Kullanılan elektronik araç şayet müzakereye yani kesintisiz iletişime elverişli ise hazırlar arasındadır. Örneğin telefon, internet üzerinden yapılan video konferanslar ve internet üzerinden yapılan çağrılar bu şekildedir<sup>95</sup>. Ayrıca doktrinde verilen bir örneğe göre, anlık mesajlaşma uygulamaları da akit tarafların çevrimiçi olduğu noktada yapılan

---

<sup>93</sup> Sarıakçalı, s.23.

<sup>94</sup> Aksi görüş için bkz. Sarıakçalı, s.24.

<sup>95</sup> Çekirdek, s.36; İnal, s. 118; Özdemir Kocasakal, s.73; Gümüş, s.160.

müzakerelerin de hazırlar arasında olduğunu kabul etmektedir<sup>96</sup>. Ancak bunun aksi görüşünde olan yazarlara göre, karşı taraf gelen mesajı görüntüleyip görüntülememek noktasında serbestiye sahiptir. Bu yüzden bu yazarlara göre gaipiler arasında kabul edilmelidir<sup>97</sup>. Kanaatimizce de hazırlar arasında olduğu değerlendirilmektedir.

## **b. Elektronik posta**

Fonksiyonları bakımından normal postaya benzeyen elektronik postalar bireysel ve *spamming* olmak üzere ikiye ayrılmaktadır<sup>98</sup>. Bireylere özgü gönderilen bireysel elektronik postalarda, öneren elektronik postaları belirli bir veya birkaç kişiye göndermektedir. Bu nedenle mektupla yapılan bir öneri gibi değerlendirilir. *Spamming*, “*genellikle ticari amaçlı elektronik postaların, çok fazla sayıda ve bazen de tekrarlanarak, bu konuda herhangi bir talepte bulunmayan ve göndericinin hiçbir ilişkisi olmayan kişilere gönderilmesi*” olarak tanımlanır. *Spamming* metodu ile gönderilen önerilerin bireysel bir öneri mi yoksa herkese yapılmış bir öneri mi olduğu hususunda farklı görüşler ileri sürülmüştür. Bir görüş bu öneriyi internet sitesi üzerinden yapılan arzulara benzetmektedir ve öneriye davet olduğunu ileri sürmektedir<sup>99</sup>. Ancak bizim de katıldığımız üzere birden fazla kişiye yollanan elektronik postaların gerek isim belirtilsin gerek matbu olsun öneri olarak nitelendirilmesi gerektiğidir. Bir görüş ise bu sınıflandırmayı elektronik postanın ismen gönderilmiş olup olmadığı dikkate alarak yapmaktadır<sup>100</sup>. Sözleşmenin kurulabilmesi için, muhatabın, kendisine yapılan öneriyi kabul etmesi ve kabule ilişkin irade beyanını önerene ulaşması gerekir.

Hakim görüş, elektronik postanın hazırlar olmayalar arasında sözleşme görüşmesi aracı olduğu yönündedir<sup>101</sup>. Ancak bazı yazarlar, akit tarafların bilgisayar başında bekleyerek veya benzer bir yolla eş zamanlı iletişim kurulmasının söz konusu hallerde müzakere imkanı doğacağından hazırlar arasında kurulan bir sözleşmeden bahsedilebileceği

---

<sup>96</sup> Bkz. Çekirdek, s.35. “..... üzerinden yapılan mesajlaşmalarda tarafların her ikisinin de çevrimiçi olduğu hallerde hazırlar arası bir iletişimden bahsedilirken, taraflardan birinin çevrimdışı olduğu hallerde gönderilen beyan doğrudan karşı tarafa ulaşsa da karşı tarafın bu beyanı anında öğrenmemesi nedeniyle hazır olmayanlar arası bir iletişimden bahsedilir. Zira böyle bir durumda taraflar arasındaki irade beyanları araya zaman girerek iletilmekte ve taraflar arasındaki iletişimin kesintisiz olduğundan bahsedilememektedir.”; Gümüş, s.160-161.

<sup>97</sup> Sariaçalı, s.46; Gümüş, s.160.

<sup>98</sup> Özdemir Kocasakal, s.68; ŞAHİN, Turan: Elektronik Sözleşmelerin Kuruluşuna İlişkin İrade Beyanları ve Bu Beyanların Geri Alınması, TBB Dergisi, 2011(2), s.332-376, s.362.

<sup>99</sup> Savaş, s.160; Şahin, s.362.

<sup>100</sup> Özdemir Kocasakal, s.69.

<sup>101</sup> Çekirdek, s.35; Oğuzman/Öz, s.61; Kırca, s.107; Özdemir Kocasakal, s.74; Sariaçalı, s.45; Uyaroğlu, s.41; Gümüş, s.160; Antalya, s.312.

görüşünü savunmaktadır<sup>102</sup>. Biz, elektronik postanın hazır olmayanlar arasında bir sözleşme kuracağı kanaatindeyiz.

### c. İnternet sitesi

İnternet günümüzde kullandığımız birçok yazılımın temel taşıdır. Özellikle çevrimiçi nitelik taşıyan teknolojiler, akıllı telefonlar ve televizyonlar internet ağının üzerine inşa edilmiştir. Bu yönüyle internet ortamı, elektronik sözleşmeler için paha biçilemez bir ortam oluşturur. Elektronik ticaret için de işlevsel bir ortam ve araç olduğundan, bir dakikada sayısız elektronik sözleşme kurulmaktadır. İçeriğinde karşılıklı veri alışverişinin saliseler içinde gerçekleşmesini sağlayan hızlı ve özel bir sistem -TCP/IP- mevcuttur. Elektronik imzalar, elektronik paralar ve sair pek çok aracı ile internet teknolojisi, elektronik sözleşmelerin kurulmasına yardım eder.

Esasen internet siteleri üzerinden yapılan satışlarda durum farklı parametrelerle değerlendirilmektedir. Şöyle ki önerenin irade beyanının, öneri mi yoksa öneriye davet mi olduğunun ortaya konulması gerekir.

Bir görüşe göre TBK m.8/f.2 gereği öneri kabul edilmelidir. Şayet, stoklarla sınırlıdır ifadesi var ise öneriye davettir<sup>103</sup>. Zira öneren, önerisiyle bağlıdır ve alıcı usulüne uygun olarak kabul ettiği anda öneren, mal veya hizmeti sunmak zorundadır. Bu görüşe göre satıcı internet sitesinde ürünü teşhir etmekte ve sözleşmenin tüm şartlarını da önceden belirlemektedir. Alıcı sözleşme şartları hususunda pazarlık payına sahip değildir.

Diğer bir görüş ise, internet sitelerindeki mal ve hizmet teşhirini EBK m.7’de belirtilen öneriye davet olarak nitelendirmektedir. EBK’de tarife ve fiyat listesinin öneri sayılmayacağı belirtilmişti. Bu görüşün savunucularına göre internet sitelerinden mal ve hizmet satanlar, ellerindeki stokların çok üzerinde kabul ile karşılaşabilirler. Hiçbir kimse böyle bir tehlike ile karşılaşmak istemez. Bu yüzden bağlayıcı bir irade beyanı değildir<sup>104</sup>. Çünkü dijital mallar tüketilmeye elverişli değildir. İfa kapasitesinden fazla edimle karşı

---

<sup>102</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.124, dn. 295; Sözer, s.110; Sariaçalı, s.45.

<sup>103</sup> Sözer, s.96.

<sup>104</sup> Kırcı, s.103.

karşıya kalınması tehlikesi bulunmamaktadır. Bu durumda dijital mal sunan kişinin bağlanma iradesi ve ciddiyeti ortadadır<sup>105</sup>.

Son olarak bu konuyla ilgili üçüncü bir görüşe göre, internet sayfalarının öneri mi öneriye davet mi olduğu hususunda katı bir ayırım gözetilmemesi gerektiğidir<sup>106</sup>. Bu görüşü savunan yazarlar her somut olaya göre güven teorisi bağlamında ayrıca ele alınması gerektiğini ifade ederler<sup>107</sup>.

Kanaatimizce ikinci görüşün geçerliliği kalmamıştır. Zira 6098 sayılı TBK yürürlüğe girmiş ve m.8/f.2 ile oldukça açık şekilde bu tutumun öneri olacağı hüküm altına alınmıştır<sup>108</sup>. Kaldı ki internet siteleri üzerinden yapılan satışlarda, satıcı taraf tacir olduğundan basiretli tacir gibi davranma yükümlülüğü altındadır. Doktrinde bazı yazarlar bu konuda görüşümüzden ayrı düşünmektedir. Kısaca ortaya koymak gerekirse bir görüş tekliflerinin öneri teşkil etmediğini ayrıca ve açıkça belirlemekle yükümlü olduklarını, aksi takdirde öneri teşkil edeceğini belirterek TBK ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (TTK)<sup>109</sup> yeni bir kural getirmiştir<sup>110</sup>. Bir görüş ise bu platformlarda esnafların da faaliyet gösterdiği gerekçesiyle tacirlikten hareketle yaptığımız bu değerlendirmeye katılmamaktadır<sup>111</sup>.

Öte yandan tarafların ne şekilde iletişim kurduklarının tespitine göre hazırlar arasında olup olmadığının tespitini yapılması gerektiğini düşünen yazarlar da mevcuttur<sup>112</sup>. Kanaatimizce doğru olan budur. Zira tarafların doğrudan iletişim halinde oldukları telefon, elektronik posta, anlık mobil mesaj servisi uygulamaları müzakereye ve kesintisiz iletişime elverişli haberleşme araçlarıdır. Bu şekilde kesintisiz haberleşme yolu ile yapılıyorsa sözleşme hazırlar arasında yapılmıştır. Oysa internet siteleri gibi koşulları önceden belirlenmiş sözleşmelere elektronik olarak iştirak edildiğinde sözleşme gaipler arasında kurulmuş olur<sup>113</sup>.

---

<sup>105</sup> Kırca, s.105.

<sup>106</sup> Uyaroğlu, s.45.

<sup>107</sup> İnal, s.131; Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s. 18.

<sup>108</sup> Aynı yönde bkz. Çekirdek, s.93.

<sup>109</sup> RG, 14.02.2011, S.27806.

<sup>110</sup> Özdemir Kocasakal, s.62-63.

<sup>111</sup> Sarıakçalı, s.53-54.

<sup>112</sup> Sarıakçalı, s.44.

<sup>113</sup> Gümüş, s.161; Antalya, s.312-313.

Bir görüş ise internet sitelerinin fiyat göstererek mal teşhiri olarak kabul edilmesini mümkün görmemektedir. Bu görüş internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen mal veya hizmet sunumlarının, öneri veya öneriye davet niteliğinin tespitini güven teorisine göre yapılan bir yorum ile belirlemenin sağlıklı olduğunu savunmaktadır<sup>114</sup>.

Görüldüğü gibi elektronik irade beyanlarıyla ilgili güvensizlik bulunmakta olup, bu durum akıllı sözleşmeler ile bir ölçüde de olsa giderilmeye çalışılmıştır. Kanaatimizce internet sitesi üzerinden yapılan satışlar TBK m.8/f.2 gereği öneridir. Satıcı önerisiyle bağlıdır. Kaldı ki tacirdir ve basiretli davranma yükümlülüğüne uygun hareket etmelidir.

### C. Kabul

Kabul, yapılan bir öneriye karşılık öneriyi yapana yöneltilen ve sözleşmeyi öneriye uygun olarak meydana getirme arzusunun kesin olarak içeren tek taraflı irade beyanıdır<sup>115</sup>. Zaman bakımından öneriden sonra gelir. Öneriden farklı olarak yenilik doğuran bir haktır<sup>116</sup>.

Geçerli bir kabulden söz edilebilmesi için kabul beyanı öneriyle tutarlı olmalıdır. Muhatap tarafından öneriye karşı yeni teklif ve koşullar götürülürse bu artık kabul değil yeni bir öneri olur<sup>117</sup>.

Kanunda veya tarafların yapmış olduğu anlaşmada kabul beyanı için bir şekil şartı öngörülmüş olabilir. Fakat kural olarak kabul, şekle tabi değildir. Kabul beyanı açıkça yapılabileceği gibi sipariş edilen malın gönderilmesi gibi izlenim uyandıran bir davranışla da olabilir. Ancak susma, kabul sayılmaz<sup>118</sup>.

TBK'nin 6. maddesi, susmanın zımni kabul sayılacağı hallere ilişkin olarak "*Öneren, kanun veya işin özelliği ya da durumun gereği açık bir kabulü beklemek zorunda değilse, öneri uygun bir sürede reddedilmediği takdirde, sözleşme kurulmuş sayılır.*" şeklinde örtülü

---

<sup>114</sup> Sarıakçalı, s.54; İnal, s.131.

<sup>115</sup> Oğuzman/Öz, s. 64; Sözer, s.40; Sarıakçalı, s.55; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.67; Eren, Genel Hükümler, s.269; Gümüş, s.165; Antalya, s.331.

<sup>116</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.67.

<sup>117</sup> Oğuzman/Öz, s.65; Özdemir Kocasakal, s.75; Eren, Genel Hükümler, s.270; Sözer, s.40; Sarıakçalı, s.55.

<sup>118</sup> Oğuzman/Öz, s.67; Sözer, s.41; Eren, Genel Hükümler, s.271-272; Sarıakçalı, s.56; Gümüş, s.165; Antalya, s.334-335.

kabul kurumunu düzenlemektedir. Bu hüküm uyarınca bazen halin icabı gereği açık kabul olmasa da sözleşme kurulabilir.

Bazı özellikli durumlarda mesafeli sözleşmelerin örtülü kabulü mümkün olabilir. Öğretide, adres vererek su siparişi verilmesi üzerine satıcının bir şey söylemeden telefonu kapatıp suyu teslim etmesi örtülü kabul olarak değerlendirilmiştir<sup>119</sup>.

Kabul beyanı geri alınabilir. Ancak belirtmek gerekir ki hem öneri hem de kabulün geri alınması hazır olmayanlar arasındaki sözleşmede söz konusu olur. Öneri ve kabulün geri alınması TBK'nin 10. maddesinde hüküm altına alınmıştır. Buna göre *“Geri alma açıklaması, diğer tarafa öneriden önce veya aynı anda ulaşılmış ya da daha sonra ulaşmakla birlikte diğer tarafça öneriden önce öğrenilmiş olursa, öneri yapılmamış sayılır. Bu kural, kabulün geri alınmasında da uygulanır.”*

Örneğin öneri ya da kabul içeren elektronik iletiler, beyan alıcısının elektronik posta kutusunda saklanmaktadır. Henüz ileti açılmadan, geri alma beyanını içeren yeni bir ileti gönderildiği ve elektronik posta silsilesi içinde önce bu iletinin görüldüğü varsayımında; gönderilen ilk ileti hükümsüz kalır. Muhatabın her iki iletiyi beraber değerlendirme fırsatı bulduğundan temelde hangi iletinin önce açılmış olduğu geri almanın şekli bakımından önem taşımaz<sup>120</sup>. Bunun yanında elbette elektronik posta ile gönderilen öneri ya da kabul beyanı, telefon, yüz yüze görüşme gibi çeşitli suretlerde de geri alınabilir. İspat açısından, beyanın geri alındığını ispat yükü iddia eden tarafa aittir<sup>121</sup>.

Teknolojinin geldiği mevcut durum ile internet siteleri üzerinden kurulan sözleşmelerde ise bu durum daha sınırlı uygulama alanı bulur. Çünkü internetin teknik yapısı gereği beyan, muhatabına anında ulaşabilir. Geri alma beyanı da ilk beyandan önce ulaşamaz<sup>122</sup>.

İnternet üzerinden yapılan satışlarda, sitede mal ve hizmet sunumunu öneri kabul etmiş idik. Gerçekten de öneri olarak değerlendirildiğinde öneri, ürün teşhiri siteye yüklendiği anda öğrenileceğinden önerinin geri alınması mümkün değildir<sup>123</sup>. Alıcının kabul beyanı da

---

<sup>119</sup> Uyaroğlu, s.40.

<sup>120</sup> Özdemir Kocasakal, s.78; Sarıakçalı, s.58. Aksi yönde görüş için bkz. Oğuzman/Öz, s.58.

<sup>121</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.66; Gümüş, s.166-167.

<sup>122</sup> Sarıakçalı, s.57; Kırca, s.112; Özdemir Kocasakal, s.77.

<sup>123</sup> Özdemir Kocasakal, s.78.

elektronik formun doldurulup gönderilmesi ile satıcıya gönderilir. Dolayısıyla alıcının kabul beyanının da geri alınması mümkün değildir. Ancak özellikle platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen satışlarda, tüketiciye vazgeçme hakkı verilmektedir. Bu itibarla uygun bir süre içinde alıcı siparişini iptal edebilir. Müşteri siparişinin öneri sayıldığı hallerde de aynı şekilde müşterinin önerisini geri alabilmesi için sipariş iptali seçeneği mevcuttur.

Kabulden önce taraflardan birinin ölmesi ya da fiil ehliyetini kaybetmesi halinde ikili bir değerlendirme yapmamız gerekir. Şayet öneride bulunan öldüyse veya fiil ehliyetini kaybetmiş ise önerisi kural olarak ortadan kalkmaz<sup>124</sup>. Karşı tarafın kabulü ile sözleşme yine kurulur. Ölüm durumunda mirasçılarla devam eder. Fakat öneride bulunanın edimi bir şahsi edimse öneri hükümsüz hale gelir.

Muhatabın kabulden önce ölmesi ya da fiil ehliyetini kaybetmesi durumunda ise öneri yine ortadan kalkmaz. Muhatabın yasal mirasçıları ya da kanuni temsilcileri ile kurulmuş olur. Fakat öneri muhataba ait şahsi özellikler temel alınarak yapılmışsa, muhatabın ölmesi veya fiil ehliyetini kaybetmesi durumunda öneri hükümsüz hale gelir<sup>125</sup>.

#### **D. Sözleşmenin hüküm ve sonuçlarını doğurmaya başladığı an**

Bir sözleşme, kabul beyanı öneriyi yapana ulaştığı anda kurulmuş olur<sup>126</sup>. Hazırlar arası yapılan sözleşmelerde kesintisiz iletişim mevcut olduğu için bunun tespiti kolaydır. Ancak gaipler arasında sözleşme yapılıyorsa sözleşmenin kurulma ve hüküm ve sonuçlarını doğurma anının tespiti farklı kriterler doğrultusunda yapılır.

Borçlar hukukunda sözleşmenin kurulduğu anın tespitini açıklayan dört temel teori bulunmaktadır. Bu teoriler: Açıklama teorisi, gönderme teorisi, varma teorisi, öğrenme teorisidir. Açıklama teorisinde muhatabın kabul beyanını açıkladığı anda sözleşmenin kurulduğundan söz edilebilir<sup>127</sup>. Bu beyanın öneride bulunana gönderilmesi şartı yoktur. Gönderme teorisinde ise muhatabın öneride bulunana göndermesiyle sözleşme kurulmuş olur, ulaşma şartı yoktur. Varma teorisinde, sözleşme için kabul beyanının öneride bulunanın hakimiyet sahasına fiziken varmasıyla kurulur, öneride bulunanın okumasına gerek yoktur.

<sup>124</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.67.

<sup>125</sup> TUNÇOMAĞ, Kenan: Türk Borçlar Hukuku, C.1 Genel Hükümler, İstanbul 1976, s.194.

<sup>126</sup> Oğuzman/Öz, s.74.

<sup>127</sup> Eren, Genel Hükümler, s.276; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.70; Antalya, s.339.

Öğrenme teorisinde ise öneride bulunanın kabul beyanını okuması, öğrenmesi gerekir, fiziken teslim alma yetmez. Öneride bulunan bu son teoride içeriğe de hakim olmalıdır.

Borçlar Kanunu hazırlar arasında öneriyi takiben kabul cevabı verilebileceği için, muhatabın kabul beyanında bulunduğu anda sözleşme meydana gelir<sup>128</sup>. Bu açıdan açıklama teorisinin uygulama alanı bulduğu söylenebilir. Hazır olmayanlar arasında ise varma teorisi kabul edilmiştir<sup>129</sup>. Dolayısıyla kabul beyanı önerenin hakimiyet sahasına ulaştığı anda, sözleşme kurulur. Bunun için öğrenmesi şart değildir.

Bu kurallar, mesafeli sözleşmelerde de aynen uygulanır. Ancak burada ilgi çekici olan husus, internet üzerinden yapılan sözleşmelerde irade beyanlarının varma ve gönderilme anlarının tespitidir. Özellikle internet hızı ile ilgili güncel gelişmeler dikkate alındığında gönderme ve varma eş zamanlıdır. Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak da gönderme ve varma anları teknik açıdan kolayca tespit edilebilir.

UNCITRAL tarafından hazırlanan Elektronik Ticaret Model Kanunu 15. maddede mesaj sahibinin kontrolü dışına çıktığı anda gönderilmiş sayılacağı, muhatabın haberleşme sistemine girdiği anda da varmış sayılacağı belirtilmiştir<sup>130</sup>. 6563 sayılı ETDHK'nin dördüncü maddesinde de "*Sipariş ve siparişin alındığının teyidi, tarafların söz konusu beyanlara erişiminin mümkün olduğu anda gerçekleşmiş sayılır.*" hükmü yer almaktadır.

Varma anı bakımından öğretide ifade edilen görüşlere göre iletinin muhatabın erişimine imkan sağlayacak şekilde kaydedildiği anda varmış olduğu kabul edilmelidir. İletinin muhatabın bilgisayarına yüklenmesi varma açısından zorunlu değildir<sup>131</sup>. Ancak bazı yazarlara göre sunucuya -server- kaydedilen iletiler henüz alıcının hakimiyet alanına girmiş değildir. Bu itibarla iletilerin muhatabın bilgisayarına yüklenmesine ihtiyaç vardır<sup>132</sup>. Fakat

---

<sup>128</sup> Eren, Genel Hükümler, s.276-277; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.70; Gümüş, s.167-168; Antalya, s.340.

<sup>129</sup> Eren, Genel Hükümler, s.276-277; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.70; Tunçomağ, s.204; Oğuzman/Öz, s.65.

<sup>130</sup> UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce: [www.uncitral.org](http://www.uncitral.org) ; VILUS, Jelena: Electronic Commerce: an Incentive for the Modernisation and Harmonisation of Contract Law, Uniform Law Review, Y. 2003-1/2, s.163-173, (bkz. <https://www.unidroit.org/english/publications/review/contents/2003-1&2.pdf> E.T. 5.11.2022), s.164.

<sup>131</sup> Kırcı, s.110; Sözer, s.102; Sariaçalı, s.61; İnal, s.109; Özdemir Kocasakal, s.83.

<sup>132</sup> Kırcı, s.110, dn.56.

bu görüşü eleştiren yazarlar, bu durumun kötüye kullanmaya açık olduğunu vurgulamaktadırlar<sup>133</sup>.

Muhatabın bilgisayarı başında bulunması şart değildir. Bu açıdan özellikle elektronik posta ile kurulan sözleşmeler değerlendirilmiştir. Hatta doktrinde, elektronik posta ile kurulan sözleşmeler bakımından varma ile kurulmaması gerektiği, öğrenme teorisinin kabul edilmesi gerektiği ifade edilmiştir<sup>134</sup>. Bazı yazarlar ise tacirler açısından varma teorisi, tüketiciler açısından öğrenme teorisinin uygulanması gerektiğini savunmaktadırlar<sup>135</sup>. Fakat kanaatimizce 6563 sayılı Kanun bu noktada oldukça açık ve kapsayıcıdır.

Sözleşme, hazırlar arasında kabul iradesinin açıklandığı anda hüküm ve sonuçlarını doğurur<sup>136</sup>. Hazır olmayanlar arasında ise gönderme teorisi geçerlidir. TBK'nin 11. Maddesi uyarınca, kabul haberinin muhatapça öneri sahibine gönderilmesiyle sözleşme hükümlerini doğurmaya başlar.

İnternet üzerinden yapılan irade beyanları açısından 6563 sayılı Kanun, muhatabın erişiminin mümkün olduğu anda irade beyanı ulaşılmış ve hükümlerini doğurmuş sayılır<sup>137</sup>.

## **V. Mesafeli Sözleşmelerin Özellikleri**

Mesafeli sözleşmelerin özelliklerine bakıldığında zaman şüphesiz ilk söylenebilen şey, mesafeli sözleşmelerin rızai sözleşmeler olduğudur. Rızai sözleşmelerde, sözleşmenin kurulması için taraf iradeleri yeterlidir<sup>138</sup>. Aynı zamanda tam karşılıklı borç doğuran sözleşme niteliği taşımaktadır. Zira hem tüketici hem de satıcı, alacaklı ve borçlu sıfatına sahip olduğu edimler bulundurmaktadır. Taraf edimlerinin karşılıklı olması sebebiyle mesafeli sözleşmelerin, tam iki tarafa borç yükleyen sözleşme olduğu ifade edilebilir.

Mesafeli sözleşmelerin diğer bir özelliği, özellikle internet sitesi üzerinden kurulanlar yönünden katılmalı sözleşme olduğudur<sup>139</sup>. Çünkü katılmalı sözleşmelerde taraflar,

---

<sup>133</sup> Sarıakçalı, s.61, dn.148.

<sup>134</sup> Kırca, s.111; Özdemir Kocasakal, s.83.

<sup>135</sup> İnal, s.111.

<sup>136</sup> Eren, Genel Hükümler, s.277; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.70; Gümüş, s.167; Antalya, s.341.

<sup>137</sup> Sarıakçalı, s.63.

<sup>138</sup> ERDOĞAN, İhsan: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Genişletilmiş 4. Baskı, Gazi Kitapevi, Ankara 2019, s.62; Eren, Genel Hükümler, s.185; Oğuzman/Öz, s.41.

<sup>139</sup> Arslan, s.87.

sözleşmenin içeriğini ve koşullarını müzakere edemezler<sup>140</sup>. Bu tür sözleşmelerde sözleşme metninin tamamı veya bir kısmı taraflardan biri tarafından önceden belirlenmiştir. Alıcının sipariş vermesiyle satıcı ifa işlemlerini başlatır<sup>141</sup>. Herhangi bir görüşme olmadığından diğer tarafın tek alternatifi vardır. Ya bu sözleşmeye taraf olur ya da bu sözleşmenin konusunu oluşturan hizmetten yararlanmaktan, malı almaktan mahrum olur. Doğalgaz ve su işletmeleri gibi kamu hizmetleri ile havayolu firmaları ile yapılan bilet anlaşmaları, sigorta ve bankalarla yapılan sözleşmelerde durum böyledir.

Mesafeli sözleşmeler açısından durumu değerlendirirsek katılmalı sözleşme olduğu görüşü sadece internet siteleri aracılığı ile kurulan sözleşmeler açısından değerlendirilmeye elverişlidir. Zira elektronik posta, telefon faks, telgraf ya da teleks söz konusu olduğunda müzakere edilebilir ve koşullar değiştirilebilir. Ancak sözleşme, internet siteleri aracılığı ile kurulan sözleşmede taraflara sözleşmenin koşulları üzerinde müzakere, bazı konularda soru sorabilme, değiştirme ve tartışma fırsatı verilen hallerde bu sözleşmeler, tabiatları itibariyle katılmalı sözleşmeler olarak nitelendirilemez<sup>142</sup>.

İnternet üzerinden kurulan sözleşmelerde, sözleşmeyi hazırlayan tarafın önceden belirlediği birden fazla alternatifi karşı tarafa sunduğu sözleşmeler de gündeme gelebilir. Özellikle internet üzerinden mal alımlarında, alınan ürünün rengi, cinsi, paketlenmesi, kargo firması seçenekleri sunulması gibi çeşitli alternatifler sunulduğu izlenmektedir. Bu alternatifler arasından birinin seçilmesi halinde sözleşmenin katılmalı sözleşme mi yoksa genel işlem şartları içeren bir sözleşme mi olduğu konusu açıklanmalıdır. Genel işlem koşulları, *“taraflardan birinin ileride çok sayıda benzer sözleşmede kullanılmak üzere önceden tek başına hazırlayıp düzenleyerek sözleşmenin yapılması sırasında diğer tarafa sunduğu standartlaşmış sözleşme hükümleri”* olarak tanımlanır<sup>143</sup>.

Genel işlem koşulları ile katılmalı sözleşmeler müzakere edilmezlik noktasında benzer özellikler göstermektedir. TBK'nin genel işlem koşullarını düzenleyen 20. maddesinin gerekçesine göre, katılmalı sözleşmeler, genel işlem koşulları içeren sözleşmelerin bir

---

<sup>140</sup> Eren, Genel Hükümler, s.214.

<sup>141</sup> NOLAN, Donal: Offer and Acceptance in Digital Age, Burrows and Peel (eds), Contract Formation and Parties, 2010, s.61-87, (bkz. [https://www.academia.edu/35264029/Offer\\_and\\_Acceptance\\_in\\_the\\_Electronic\\_Age](https://www.academia.edu/35264029/Offer_and_Acceptance_in_the_Electronic_Age)), s.80.

<sup>142</sup> Çekirdek, s.36.

<sup>143</sup> Eren, Genel Hükümler, s.215; Oğuzman/Öz, s.165; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.89; Erdoğan, Borçlar Hukuku, s.83; Antalya, s.471; Gümüş, s.169.

versiyonudur<sup>144</sup>. Buna göre “*Önceden hazırlanan tipik sözleşme koşulları için genel işlem koşulları terimi kullanılmakta; bu tür sözleşmelere, tip sözleşme, kitle sözleşme, katımlı sözleşme ya da formüler sözleşme denilmektedir*”<sup>145</sup>. Öğretide yapılmış daha açıklayıcı bir nitelendirmeyle, sözleşmenin tüm hükümlerinin bir tarafça önceden hazırlandığı hallerde katımlı sözleşmelerden bahsedilirken, yalnızca belirli hükümlerinin genel işlem koşulları içermesi halinde katımlı sözleşmeden bahsedilemez<sup>146</sup>.

Genel işlem koşulları, bir tarafın önceden tek başına, karşı taraf ile tartışmadan hazırladığı hükümler olsa da sözleşmenin yan noktaları olarak tasnif edilen ifa yeri, ödeme koşulları, ifa tarihi, ifa şekli, tarafların fatura ve teslimat adresleri gibi konularda karşı tarafa kısıtlı da olsa karar verme yetkisi tanır<sup>147</sup>. Bu şekilde alternatif sunan sözleşmelerin katımlı sözleşme mi yoksa genel işlem koşulları mı olduğu hususu tartışmalıdır. Bazı yazarlar yukarıdaki açıklamalara paralel olarak farklı alternatifler arasından seçim yapılmasına olanak tanıyor ise genel işlem koşulu içeren sözleşme olduğunu belirtmişlerdir<sup>148</sup>. Bazı yazarlar ise bu durumun katımlı sözleşme olarak değerlendirilmesine engel teşkil etmediğini, zira alternatiflerin de sözleşmeyi hazırlayan tarafça yaratıldığını savunmaktadır<sup>149</sup>. Kanaatimizce de bu alternatifler de satıcı tarafından belirlendiğinden ve yalnızca seçim hakkı verildiğinden bu sözleşmelerinde katımlı sözleşme olarak tanımlanması gerekmektedir.

## **VI. Mesafeli Sözleşmelerin Geçerliliği**

Sözleşmelerin hukuk alanında devamlılığını koruyabilmesi için o sözleşmenin geçerli biçimde akdedilmiş olması şarttır. Geçerlilik ifadesi ile anlatılmak istenen, irade beyanlarının hukuk alanında sonuç doğurabilmesi için sağlaması gerekli objektif kriterlerdir. Örneğin irade beyanlarının fesada uğramamış olması, tarafların hukuki işlem ehliyetine sahip olmaları, konusu hukuka ve ahlaka aykırı olmayan ve suç teşkil etmeyen

---

<sup>144</sup> Doktrinde bazı yazarlara göre genel işlem koşulları içeren sözleşmeler ile katımlı sözleşmeler arasında fark yoktur. Bu sözleşmeler aynı kavrama karşılık gelmektedir. Bkz. Sözer, s.11, dn.84.

<sup>145</sup> Eren, Genel Hükümler, s.219.

<sup>146</sup> Oğuzman/Öz, s.26.

<sup>147</sup> Çekirdek, s.38; Sağlam, s.79-80; Eren, Genel Hükümler, s.224.

<sup>148</sup> Sağlam, s.80-81.

<sup>149</sup> Savaş, s.90-91.

edimler içermemesi, sözleşmenin şekil yönünden taşınması gerekli unsurlar gibi. Tüm bunlar sözleşme özgürlüğünün de sınırlarını oluşturmaktadır.

Elektronik ticarete ve sanal dünyada şüphesiz sözleşme özgürlüğünün sınırlarını ihlal eden birtakım durumlar mevcuttur. TBK'nin 27. maddesi "*Kanunun emredici hükümlerine, ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına aykırı veya konusu imkânsız olan sözleşmeler kesin olarak hükümsüzdür. Sözleşmenin içerdiği hükümlerden bir kısmının hükümsüz olması, diğerlerinin geçerliliğini etkilemez. Ancak, bu hükümler olmaksızın sözleşmenin yapılmayacağı açıkça anlaşılırsa, sözleşmenin tamamı kesin olarak hükümsüz olur.*" diyerek sözleşmenin konusunun ahlaka aykırı olmaması gerektiğini ifade etmektedir. Örneğin yasa dışı bahis siteleri aracılığı ile kumar oynamak için yapılan sözleşmeler geçersizdir<sup>150</sup>. Dolayısıyla mesafeli sözleşmelerin de konuları yönüyle emredici hukuk kurallarına, ahlaka, kişilik haklarına ve kamu düzenine aykırı olmaması gerekir. Bu itibarla örneğin uzaktan iletişim vasıtalarıyla kanunlarca yasaklanmış maddeler sözleşme konusu yapılamaz. Kaldı ki sanal market uygulamaları ile alkol ve sigara ürünleri satılamaz.

Tarafların hukuki işlem ehliyeti açısından değerlendirilmesi gerekli bir husus ise küçüklerin yapmış olduğu işlemlerdir. Bilindiği gibi 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu (TMK) uyarınca küçükler ile kısıtlılar *-sınırlı ehliyetsizler-* yasal temsilcilerinin izni olmaksızın kendi hukuki işlemlerinden dolayı borç altına giremezler<sup>151</sup>. Temyiz kudretinden yoksun olanların *-tam ehliyetsizler-* hukuki işlemleri hukuken sonuçlar doğurmaz.

Mesafeli sözleşmelerin kuruluşu esnasında irade beyanları elektronik ortamda veya elektronik araçlarla iletildiğinden, taraf ehliyetleri konusunda sıkıntılarla karşılaşılabilir. Özellikle, küçüklerin yaptıkları mesafeli sözleşmeler azımsanmayacak kadar çok sayıdadır. Son zamanlarda sanal satın alma içeren uygulama *-application-* ve oyunlar küçüklerin taraf olduğu sözleşmeleri arttırmaktadır. Kural olarak küçüklerin yaptığı sözleşmeler, bağlayıcı olmamakla birlikte yasal temsilcilerin onamı ile bağlayıcılık kazanır. Türk hukukunda çocuk, bir ek kartın hamili ise asıl kart sahibi olan ebeveynlerdir<sup>152</sup>. Kaldı ki ek kart

<sup>150</sup> Antalya, s.456-457; Gümüş, s.221.

<sup>151</sup> AKİPEK, Jale/ AKINTÜRK, Turgut/ ATEŞ KAHRAMAN, Derya: Türk Medeni Hukuku, Başlangıç Hükümleri Kişiler Hukuku, Yenilenmiş 2. Baskı, Birinci Cilt, Beta Yayınları, Ekim 2014, İstanbul, s.322.

<sup>152</sup> Fransız hukukunda bu gibi durumlar için ilk görünüş teorisi benimsenmiş olup, küçük mal ya da hizmet sunan satıcıya yetişkinmiş gibi görünmüştür.

çıkarılması zaten çocuğun yapacağı işlemler için icazettir<sup>153</sup>. Anne veya babasının kredi/banka kartını kullanıyor ise zaten kart hamili sorumludur.

Şekil en genel tanımla, bir iradeyi dış dünyaya açıklarken kullanılan kalıp veya araçtır<sup>154</sup>. Her irade beyanının bir şekli vardır. Sadece bu şekil bazen taraflarca belirlenir bazen de kanunidir. Bu halde kanuni şekil adını alır.

Bir sözleşmenin kurulması için yapılan irade beyanları kural olarak belirli bir şekil şartı aranmaksızın dış dünyada sonuçlar doğurabilir. TBK'nin 12. maddesi uyarınca sözleşmelerin geçerliliği şekli tabi değildir. Dikkat edilirse şekle tabi olmama şekilsizlik değildir. Şekle tabi olmama ile kast edilen şekil özgürlüğüdür. Şekil şartı, hukuki işlemlerin geçerliliğini etkileyen bir husustur. Şekil şartı aranan hukuki işlemlerin, geçerli olma ve sonuç doğurabilmeleri için öngörülen şekilde yapılması zorunludur<sup>155</sup>.

Şeklin iki temel fonksiyonu bulunmaktadır. Bunlar amaçlarına göre sınıflandırılır. Bir hukuki işlemin varlığını kanıtlama amacı güdüüyorsa ispat şekli; geçerli olabilmesi için gereken şekil ise geçerlilik şeklidir. İspat şartına ilişkin düzenlemeler 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu'nda yer alır. TBK. m. 12/f.2'de "*Kanunda sözleşmeler için öngörülen şekil, kural olarak geçerlilik şeklidir. Öngörülen şekle uyulmaksızın kurulan sözleşmeler hüküm doğurmaz.*" hükmü gereği borçlar hukuku anlamında şekil, aksi kararlaştırılmadıysa geçerlilik şeklidir.

Borçlar Kanunu'na göre şekil kuralları aksi kararlaştırılmadıysa geçerlilik şeklidir. Kanun tarafından öngörülen şekle kanuni şekil denir. Taraflarca şekil kuralı tanzim ediliyorsa bu rızai(iradi) şekil olarak adlandırılır. Kanuni şekil de iradi şekil de aksi kararlaştırılmadıysa geçerlilik şekli sayılırlar. Bu şekle uyulmadı ise işlem geçerli olmaz, kanuni ifadesi ile tarafları bağlamaz.

Sözleşmelerin şekli amaçlarına ve kaynaklarına göre yukarıdaki gibi sınıflandırılabilir. Ayrıca sözleşmeler yapılış tarzlarına göre yazılı şekil, resmi şekil ve sözlü şekil olarak üçe

---

<sup>153</sup> Akipek/ Akıntürk/ Ateş Kahraman, s.328.

<sup>154</sup> Eren, Genel Hükümler, s.279; Gümüş, s.269; Antalya, s.527.

<sup>155</sup> Oğuzman/Öz, s.141; Reisoğlu, s.60; Eren, Genel Hükümler, s.279; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s. 73; Antalya, s.530; Gümüş, s.284.

ayrılır<sup>156</sup>. Sözlü şekilde irade beyanlarının sözlü olarak ifadesi yeterlidir<sup>157</sup>. Resmi şekilde irade beyanlarının kanunda belirtilen usule göre resmi makamların katılımıyla gerçekleştirilmesi gereklidir<sup>158</sup>. Örneğin, miras sözleşmeleri, ölünceye kadar bakma sözleşmeleri, taşınmaz satış sözleşmesi gibi sözleşmelerde tapu müdürlüğü, noter gibi resmi makamların katılımı aranır.

Yazılı şekli meydana getiren temel iki unsur vardır. Bunlardan birincisi metin, ikincisi ise imzadır. Yazılı şekle ilişkin hükümler TBK m.13 ve devamında hüküm altına alınmıştır. Metnin üzerine yazıldığı madde önemli değildir. Metnin nasıl yazıldığına da önemi yoktur<sup>159</sup>. Önemli olan metnin tarafların üzerinde anlaşıldığı objektif ve sübjektif esaslı noktaları içermesidir.

Mesafeli sözleşmeler hususunda kanunda ayrık bir hüküm yoktur. Zaten mesafeli sözleşme teriminin sözleşmenin tipiyle ilgili değil, yapılış tarzına yönelik bir mesele olduğu yukarıda ifade edilmişti. Dolayısıyla her bir sözleşme tipi, kendi içerisinde değerlendirilmeli ve taşınması gerekli zorunlu bir koşul var ise kanuni şartını elektronik ortamda da taşınmalıdır. Konuyla ilgili doktrinde verilen bir örnekte, bir dergi aboneliği sözleşmesi ister kağıt ister telefonda olsun, hatta internet üzerinde olsa bile aynı şekil şartına bağlı olur<sup>160</sup>.

Örneğin, internet üzerinden akdedilen satış sözleşmelerine, klasik satış sözleşmesi hükümleri uygulanacağından, internet üzerinden akdedilen satış sözleşmelerinde de herhangi bir şekil şartı yoktur. Elektronik ortamdaki satış sözleşmeleri de sözlü olarak kurulabileceği gibi yazılı olarak da kurulabilir<sup>161</sup>. Ancak, farklı sözleşme tiplerini kurmaya elverişli olduğundan ilgili sözleşme özelinde değerlendirilmesi gerekir. Yine TKHK'de yer alan taksitle satış sözleşmeleri ilgili kanun m.17 f.3 gereği yazılı yapılmalıdır. Taksitle satış

---

<sup>156</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.77. Fikret Eren, beşe ayırmaktadır: Adi yazılı şekil, nitelikli yazılı şekil, resmi şekil, belirli bir sicile tescil ve ilan. Belirtmek gerekir ki TBK üç çeşit şekil kabul ettiğinden çalışmamız da buna göre değerlendirilmiştir.

<sup>157</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.77; Eren, Genel Hükümler, s.302; Gümüş, s.272.

<sup>158</sup> Eren, Genel Hükümler, s.298; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.82; Oğuzman/Öz, s.150; Gümüş, s.284; Antalya, s.551.

<sup>159</sup> Eren, Genel Hükümler, s. 288; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.79; Oğuzman/Öz, s. 147; Gümüş, s.275; Antalya, s.534 vd.

<sup>160</sup> Kidd/ Daughtrey: s.215. Yazarlara göre elektronik sözleşmelerle ilgili asıl tartışılması gereken mesele, normal bir sözleşme ile aynı hukuki korumaya sahip olup olmadığıdır.

<sup>161</sup> Çekirdek, s.104.

sözleşmesinin mesafeli sözleşme olarak kurulması gerekirse, bu sözleşmenin yazılı şekilde yapılması gerekmektedir<sup>162</sup>.

Bu noktadaki yazılılık, yine uzaktan iletişim araçları vasıtasıyla yapılmalıdır. Yazılı şekildeki imza unsuru, internet üzerinden akdedilen mesafeli sözleşmelerde elektronik imza ile sağlanır. 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'nun (EİK) <sup>163</sup> 3. maddesinde elektronik imza *“Başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veri”* olarak tanımlanmıştır<sup>164</sup>. Elektronik imza, elektronik ortamda hazırlanan sözleşme metinleri için el yazısı ile atılan imzanın sahip olduğu özellikleri sağlayan bir araçtır<sup>165</sup>. Dolayısıyla yazılılık şartı içeren sözleşmelerin internet üzerinde kurulması gerektiğinde güvenli elektronik imza kullanılabilir. İnternet üzerinden akdedilmeyen sözleşmelerde ise, sözleşme metinlerinin fiziken posta yolu ile gönderilmesi gündeme gelebilir<sup>166</sup>.

Ancak bu durum, konusu taşınır mal olan sözleşmeler açısından geçerli olup, internet üzerinden taşınmaz mal satışı resmi şekli haiz olması ve sözleşmenin tapu müdürlüğünde yapılması sebebiyle mümkün değildir. Zaten EİK m.5/f.2'de de bu durum açıkça ifade edilmiştir<sup>167</sup>.

Elektronik ortamdaki satış sözleşmesinin taraflarının TBK m. 17 gereği sözleşme için yazılı şekil şartı öngörmeleri halinde kurulan satış sözleşmelerinin geçerli olabilmesi için tarafların bağlanma iradelerini gösteren imzalarının elektronik metinlerde yer alması gereklidir<sup>168</sup>.

Yazılı şekildeki imza unsuru, elektronik sözleşmelerde elektronik imza ile sağlanır. 5070 sayılı EİK'nin 3. maddesinde elektronik imza *“Başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veri”* olarak tanımlanmıştır. Elektronik imza, elektronik ortamda hazırlanan sözleşme metinleri için el yazısı ile atılan imzanın sahip olduğu özellikleri

---

<sup>162</sup> Uyaroğlu, s.32.

<sup>163</sup> RG, 23.1.2004, S. 25355.

<sup>164</sup> Yazılı şeklin iki unsurunun da EİK kapsamına alınmasıyla; yazılı şekil şartının arandığı sözleşmeler dahi internet üzerinden akdedilmeye elverişli hale gelmiştir.

<sup>165</sup> Çekirdek, s.104; Sarıakçalı, s.67; Sağlam, s.156.

<sup>166</sup> Uyaroğlu, s.33.

<sup>167</sup> Sarıakçalı, s.68; Gümüş, s.540.

<sup>168</sup> Sağlam, s.153.

sağlayan bir araç olarak da tanımlanabilir<sup>169</sup>. Yazılı şeklin iki unsurunun da EİK kapsamına alınmasıyla; yazılı şekil şartının arandığı sözleşmeler dahi internet üzerinden akdedilmeye elverişli hale gelmiştir.

Banka teminat mektupları dışındaki teminat sözleşmeleri, güvenli elektronik imza ile kurulamaz. İmzalanan metnin el yazısı ile yazılmış olmasının zorunlu olduğu hukuki işlemler de elektronik olarak kurulamaz ve güvenli elektronik imza ile imzalanamazlar<sup>170</sup>. Örneğin kefalet, el yazısı ile vasiyetname düzenleme gibi<sup>171</sup>.

## VII. Mesafeli Sözleşmelerin Kapsamı

Mesafeli sözleşmelerdeki tüketici lehine getirilen ayrıcalıklar, sözleşmenin kapsam bakımından bazı özel kurallara tabi olmasını gerektirmiştir. Mesafeli sözleşmelerin kapsamına dair açıklamalar, somut bir uyuşmazlığa konu olan sözleşmenin yargılama usulü ve bu sözleşmeye yönelik açılacak davalarda görev unsurunun belirlenmesine yönelik önem taşımaktadır.

Öğretide, mesafeli sözleşmelerin kapsamı genel olarak ve finansal hizmetlere ilişkin mesafeli sözleşmeler olarak iki ayrı şekilde tasnif edilmiştir. Kanaatimizce bu tasnif, yerindedir. Zira finansal hizmetlere ilişkin mesafeli sözleşmeler, TKHK ve MSY'den farklı olarak Finansal Hizmetlere İlişkin Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğinde düzenleme alanı bulmaktadır. Oysa genel mesafeli sözleşmelerin kapsam ve sınırları, TKHK m.48 ve MSY'de çizilmiştir. Kaldı ki MSY m.2 uyarınca kapsam dışı bırakılan konulardan ilki finansal hizmetlere ilişkin mesafeli sözleşmelerdir<sup>172</sup>.

Yönetmeliğin 2. maddesi hükmüne göre, kapsam dışında bırakılan konulardan bir diğeri otomatik makinelerle yapılan satışlardır. Yukarıda detaylıca açıklandığı üzere, otomatik makinelerle yapılan satışlar, otomat alışverişleri mesafeli sözleşme olarak değerlendirilmemektedir. Kanaatimizce otomatik makinelerle yapılan satışların kapsam dışı

---

<sup>169</sup> Çekirdek, s.104; Sarıakçalı, s.67; Sağlam, s.156.

<sup>170</sup> Özdemir Kocasakal, s.102.

<sup>171</sup> Sarıakçalı, s.69.

<sup>172</sup> Finansal hizmet FMSY m.4'te yer alan tanıma göre "Her türlü banka, kredi, sigorta, bireysel emeklilik, yatırım ve ödeme ile ilgili hizmetler" olarak açıklanmıştır. Konu kapsamımız ve finansal hizmetin özel olarak incelenmesi gereken niteliği sebebiyle çalışmamızda yer verilmeyecektir.

bırakılması isabetlidir. Zira bu makineler satıcının işyeri olarak değerlendirilmektedir<sup>173</sup>. Kaldı ki bu tür satışlarda mesafeli sözleşmenin unsurlarından uzaktan iletişim aracı da yoktur.

Halka açık telefonlar üzerinden kurulan telekomünikasyon operatörleri ile kurulan sözleşmeler de kapsam dışında bırakılmıştır. Bu durumun kapsam dışı bırakılma sebebi, sözleşmeye konu edimin derhal ifa edilmesi ve sözleşmenin etkisini anında göstermesidir<sup>174</sup>. Dolayısıyla aşağıda açıklanacağı üzere mesafeli sözleşmeye özgü TKHK düzenlemeleri, bu sözleşmelerde uygulama alanı bulamaz.

Bunların yanı sıra “*bahis, çekiliş, piyango ve benzeri şans oyunlarına ilişkin hizmetler*” de mesafeli sözleşmelerin istisnası olarak sayılmıştır. Ayrıca m.2/f.2/d ile “*taşınmaz malların veya bu mallara ilişkin hakların oluşumu, devri veya kazanımına ilişkin sözleşmeler*” de mesafeli sözleşmelerin kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu yönde bir istisnaya yer verilmesinin nedeni, Türk Medeni Kanunu’nun 706. maddesi uyarınca taşınmaz mülkiyetinin devrine ilişkin sözleşmeler için resmi şekil geçerlilik şartı öngörülmesidir. Çünkü uzaktan iletişim araçları, resmi şekli sağlayamamaktadırlar. Zaten EİK m.5/f.2’de de bu durum açıkça ifade edilmiştir<sup>175</sup>. MSY m.2/f.2/g’de yer alan “*devre mülk ve bunun yeniden satımı veya değişimine ilişkin sözleşmeler*” de, taşınmazda pay satışı öngördüğünden resmi şekil şartına tabidir. Dolayısıyla, bu sözleşmelerde de aranan resmi şekil şartı sebebiyle, bu sözleşmelerin mesafeli olarak kurulması söz konusu olamaz.

Paket turlar, devre tatil, uzun süreli tatil hizmeti ve bunların yeniden satımı veya değişimini konu alan sözleşmeler de mesafeli sözleşmelerin kapsamı dışındadır. Bu sözleşmelerle ilgili olarak TKHK’nin 50 ve 51. maddelerinde özel düzenleme yer almaktadır. Kaldı ki bu sözleşmelere ilişkin özel düzenlemeler ihtiva eden “Devre Tatil ve Uzun Süreli Tatil Hizmetleri Sözleşmeleri Yönetmeliği” ve “Paket Tur Sözleşmeleri Yönetmeliği” bulunmaktadır.

---

<sup>173</sup> Gezder, Mesafeli Sözleşmeler, s.53; Yıldırım, Mesafeli Sözleşmeler, s.147.

<sup>174</sup> ÖZBAY ÖZDOĞRU, Zeynep: İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketicie Karşı Sorumluluğunun Şartları, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2021, s.24-25.

<sup>175</sup> Sarıakçalı, s.68.

Yiyecek, içecek gibi günlük tüketim malzemelerinin satıcının düzenli teslimatlı Şeklinde tüketicinin meskenine veya işyerine götürülmesi ile ilgili sözleşmeler de istisnalar arasındadır. Kanunun lafzından anlaşıldığı üzere günlük tüketim mallarını konu edinen sözleşmeler, satıcı ile tüketicisi arasında rutin bir tedarike ilişkin anlaşma olmadıkça, mesafeli sözleşme olarak değerlendirilebilir. Özellikle günümüzde yaygın olarak kullanılan sanal market uygulamaları, örnek gösterilmektedir<sup>176</sup>.

Malların montaj, bakım ve onarımına ilişkin hizmetler de mesafeli sözleşmelerin kapsamı bakımından istisnalar arasında sayılmıştır. Yine, bakımevi hizmetleri ve sosyal hizmetler de mesafeli sözleşmenin kapsam dışındadır.

Yolcu taşıma hizmetlerine ilişkin sözleşmeler farklı olarak bazı hallerde kapsam dışında tutulmaktadır. Bu sözleşmeler için, tüketicilere getirilen birtakım korumalar dışında mesafeli sözleşmelere ilişkin hükümlerin uygulanmayacağı hüküm altına alınmıştır. Bu kapsamda n bilgilendirme yükümlülüğüne ilişkin hizmetin temel nitelikleri, sağlayıcı unvanı, ek masraflar dahil toplam ücret ilave edilmiş ve ekstra maliyetler için tüketiciden açık onay alma zorunluluğu getirilmiştir.

Son olarak 2022 yılı deĐiŐiklikleriyle eklenen (j) bendi uyarınca *“Kısa mesaj aracılığıyla kurulan ve eş zamanlı olarak tamamen ifa edilen abonelik içermeyen katma değerli elektronik haberleşme hizmetleri ile 23/6/1983 tarihli ve 2860 sayılı Yardım Toplama Kanunu kapsamındaki bağışlar ve kamu kurumlarınca sunulan katma değerli elektronik haberleşme hizmetler”* de kapsam dışında bırakılmıştır.

---

<sup>176</sup> zbay zdoğru, s.26.

## İKİNCİ BÖLÜM

### MESAFELİ SÖZLEŞMELERDE TÜKETİCİLERİN KORUNMASINA YÖNELİK KURALLAR

Tüketici ve satıcı veya sağlayıcı arasında kurulan bir sözleşmede, sözleşme uzaktan pazarlamaya yönelik bir sistem çerçevesinde yapılıyorsa, tüketicinin, TKHK’de düzenlenen mesafeli sözleşmelere ilişkin hükümler çerçevesinde korunmakta olduğu yukarıda ifade edilmişti.

Mesafeli sözleşmelerde, tüketicinin aldanma ihtimali, diğer sözleşmelere nazaran daha fazladır. Çünkü tüketici, sanal ortamda gördüğü bir ürünü, değerlendirme şansı olmaksızın bedelini önceden göndererek satın almaktadır. Bu noktada özellikle ifaya ilişkin problemler yaşanabilmekte, ürün ayıplı olarak ifa edilmektedir. Ürünün iadesi ve bedelin geri alınması konusunda güçlükler yaşayan tüketiciyi koruyucu hükümler TKHK’de düzenlenmektedir. Buna göre tüketicinin bilgilendirilmesi ve cayma hakkına ilişkin düzenlemeleri ihtiva eden TKHK, konumuz bakımından kılavuz hükümlerimizi oluşturmaktadır. Bu konular aşağıda detaylı olarak incelenecektir.

Bu bölümde her ne kadar, mesafeli sözleşmelerle ilgili ana hükümleri barındıran TKHK ekseninde çalışılsa da tüketicilerin elektronik ortamda yaptığı sözleşmelerde kendilerine tanınan diğer koruma usullerinden de bahsetmek gerekir.

6563 sayılı ETDHK, elektronik ticarete ilişkin düzenlemelerin dışında; elektronik sözleşmelere ilişkin bilgi verme yükümlülükleri, ticari iletişim, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumlulukları, kişisel verilerin korunması ve uygulanacak yaptırımlar gibi bir dizi önemli konuyu düzenlenmiştir. Bu kanunun tüketiciler bağlamında önemi ise kişisel veriler ile ticari ileti izinleridir. Günümüzde önem kazanan kişisel veriler, özellikle kişisel verilerin firmalar arası satışa konu olması ve tüketici verilerinin korunması, açık rıza ve aydınlatma yükümlülüğü önem arz etmektedir. Ayrıca elektronik ticari ileti izni de tüketiciler bakımından önem taşır. Zira bu iletiler ile tüketicilere tanıtım, reklam, promosyon ve kampanya haberleri sıklıkla gönderilmekte ticari ileti izni her geçen gün daha da önemli

hale gelmektedir. İlgili hükümler, tüketici işlemi olup olmadığı fark etmeksizin, elektronik ortamda yapılan her sözleşmeyi kapsamaktadır.

## I. Tüketicinin Bilgilendirilmesi Yükümlülüğü

Bilgilendirme yükümlülüğü TKHK'nin sair maddelerinde yer almaktadır. Bu maddeler incelendiği zaman, bilgilendirmenin zorunlu olduğu çeşitli durumlar, özel bilgilendirme yükümlülükleri ve bu yükümlülüğe aykırılık gibi pek çok konunun düzenlendiği görülür. Bunun sebebi bilgilendirmenin ilkesel olarak tüketicinin konumundan kaynaklı sahip olduğu dezavantajını gidermeye yönelik bir mekanizma olmasıdır. Böylece tüketici, ürünün fiyatı ve teknik özellikleri gibi asli edimler başta olmak üzere ürünün gönderilmesi, vergilendirilmesi gibi pek çok konuda aydınlatılmaktadır.

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun'un 48. maddesinde, tüketicinin mesafeli sözleşmenin kabul edilmesinden önce, ödeme yükümlülüğü altına gireceği konusunda ve yönetmelikte belirtilen diğer hususlarda açık ve anlaşılır şekilde satıcı ve sağlayıcı tarafından bilgilendirilmesi gerekliliğine dikkat çekilmiştir<sup>177</sup>. MSY'nin de 5. maddesinde, satıcı ve sağlayıcının tüketiciye bilgi vermesi gereken konular ayrıntılı bir şekilde düzenleme alanı bulmuştur. Bu konular sözleşme konusu mal ve hizmetler, satıcı veya sağlayıcının kimlikleri ve iletişim adresleri, tüketici tarafından yapılacak ödemeler ve uyuşmazlık halinde başvurulacak makamlar ile tüketicinin sahip olduğu diğer bir koruma mekanizması olan cayma hakkı ve nasıl kullanılacağıdır. Cayma hakkını düzenleyen 48. maddenin 4. fıkrası hariç, diğer konularda bilgilendirmenin yapılmamasının yaptırımları açıkça düzenlenmemiştir.

Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, elektronik ortamdan mal ya da hizmet sağlayan tarafın bilgilendirilmesine ilişkin üçüncü ve dördüncü maddeler de mesafeli sözleşmeler açısından uygulama bulur. Ancak, bilgilendirme yükümlülüğüne ilişkin bu hükümlerde, bu düzenlemelerin çoğunun münhasıran elektronik posta veya benzeri bireysel

---

<sup>177</sup> Bkz. TKHK m.48 hükmü gerekçesi "... Evinden telefon, internet, mektup gibi vasıtalarla sözleşmeyi kuran tüketici, satıcı veya sağlayıcının yüzünü dahi görmemektedir. Nitekim bu tür sözleşmelerde sorun genelde çok düşünülmeyen, sözleşmeye ve edime ilişkin ayrıntılar hakkında yeterli bilgi sahibi olmadan, piyasada sunulan aynı türden mal veya hizmete ilişkin sözleşme koşulları ile karşılaştırma yapmadan, mal hiç görülmeden satın sözleşmesi akdediliyor olmasıdır. Dolayısıyla bu hallerde de bilgi eksikliğinin giderilmesi için ... tüketicinin sözleşme ve edim hakkında aydınlatılması ve kendisine bir cayma hakkının verilmesi uygun görülmektedir."

iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmelere uygulanmayacağı belirtilmiştir. Ezcümle internet ortamında kurulan sözleşmelerin bir kısmı kapsam dışı kalmıştır.

Bilgilendirme yükümlülüğü yalnızca tüketici lehine değerlendirilmemelidir. Öğretide bu düzenlemenin satıcı ve sağlayıcı tarafında da olumlu etkilerinin olduğu ifade edilmiştir. Zira bu şekilde haksız rekabet önlenmektedir. Aynı zamanda yeterli bilgiye sahip olan tüketici, ürünü görmeden karar verebilir ve bu sayede gönderim ve makul kullanım masraflarının da önüne geçilebilir<sup>178</sup>.

Bilgilendirme yükümlülüğü, açıklama yükümlülüğü ve özenli şekilde bilgi verme yükümlülüğü şeklinde iki bölümden oluşmaktadır. Açıklama yükümlülüğü, sözleşmenin konusu, içeriği ve kapsamındaki hususlarda, tarafların sözleşme yapma iradesine tesir eden konularda bilgilendirilmesi olarak ifade edilmektedir<sup>179</sup>. Özenli şekilde bilgi verme yükümlülüğü ise verilen bilgilerin doğruluğu ve eksik olmaması anlamına gelir. Tanımlardan hareketle, açıklama yükümlülüğü pasif bir şekilde de ihlal edilebilirken, özenli şekilde bilgi verme yükümlülüğü ancak aktif bir fiil ile ihlal edilebilir<sup>180</sup>.

Mesafeli sözleşmelerde bilgilendirme yükümlülüğünün hukuki niteliğinin belirlenmesinde bilgilendirmenin sözleşmenin hangi aşamasında yapıldığının önemi büyüktür. Özellikle elektronik ortamda yapılan bilgilendirmelerde uygulama, sözleşme öncesinde asli edim yükümlülükleri konusunda genel bir aydınlatma ve sözleşmenin kurulması anında yan edim yükümlülüklerini ve diğer objektif ve sübjektif esaslı noktaları<sup>181</sup> içerir şekilde bilgilendirme yapılmasıdır. Belirtmek gerekir ki MSY m.6 gereği iki bilgilendirme arasında içerik olarak fark olamaz<sup>182</sup>. Aşağıda kapsamı bölümünde açıklanacağı üzere, bilgilendirme MSY m.5'te yer alan unsurları asgari olarak içermelidir. Üstelik, tüketicinin ürünü alıp almama konusunda nihai kararını verebilmesi için

---

<sup>178</sup> Uyaroğlu, s.59.

<sup>179</sup> DEMİRCİOĞLU, Huriye Reyhan: Güven Esası Uyarınca Sözleşme Görüşmelerindeki Kusurlu Davranıştan Doğan Sorumluluk, Yetkin Yayınları, Ankara 2009, s.222-223.

<sup>180</sup> Uyaroğlu, s.60.

<sup>181</sup> Objektif esaslı nokta ile kastedilen sözleşmenin türü ve tipik özellikleridir. Örneğin satım sözleşmesinde satım konusu şey ve bedel objektif esaslı noktalardır. Zira objektif esaslı noktalar, isimli bir sözleşmenin kanunda yer alan unsurlarıdır ve bu unsurlar olmadan sözleşmenin varlığından bahsedilemez. Sübjektif esaslı noktalar, objektif esaslı noktalar dışındaki ikinci derecedeki yan noktalardır. Ancak taraflar bu noktayı esaslı nokta haline getirebilirler. Örneğin ifa yeri, ifa zamanı, sözleşmenin süresi, bedelin nasıl ödeneceği, ambalajlama ve taşıma gibi. Bu noktalar üzerinde anlaşılamazsa sözleşme kurulmuş olmaz. (Eren, Genel Hükümler, s.249-250; Oğuzman/Öz, s. 73; Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.59-60)

<sup>182</sup> Özbay Özdoğru, s.115.

bilgilendirmenin makul bir süre öncesinde yapılması gerekir. Öğretide bilgilendirmenin, sözleşmenin kurulmasından çok kısa bir süre sonra yapıldığında dahi bilgilendirme yükümlülüğünün gereği gibi yerine getirilmediği ifade edilmektedir<sup>183</sup>.

Taraflar somut anlamda bir araya gelmeden sözleşme görüşmeleri gerçekleştirebilirler. Borçlar hukukunda taraflar, sözleşme görüşmelerine özen göstermek, güven sağlamak ve aydınlatmak ile yükümlüdür. Buna *culpa in contrahendo* sorumluluğu ismi verilmektedir. Bu sorumluluğun yerine getirilmemesi durumunda kusurlu davranışta bulunan taraf, karşı tarafa verdiği zararı tazmine yükümlüdür<sup>184</sup>.

Tüketici işlemlerinde bilgilendirme yükümlülüğü, sözleşme görüşmeleri sırasında genel bir aydınlatma yükümlülüğü olarak *culpa in contrahendo* sorumluluğu kapsamında değerlendirilebilir. Tüketici bu aşamada asli edimler hakkında özenli şekilde bilgi verme yükümlülüğünün gerektirdiği gibi bilgilendirilmelidir. Sözleşme kurulup bilgilendirme yükümlülüğü ihlal edilirse sözleşmesel sorumluluğa gidilebilir<sup>185</sup>.

#### **A. Bilgilendirme yükümlülüğünün kapsamı**

Tüketicinin hangi konularda bilgilendirileceği TKHK m.48 f.2'de düzenlenmiştir. Bu yükümlülüğe ilişkin ayrıntılar Ticaret Bakanlığınca belirlenir. Bilgilendirme yükümlülüğünün kapsamıyla ilgili detaylı düzenlemeler MSY'nin 5 ve 8. maddeleri arasında yer alır. Buna göre, tüketici sözleşme öncesinde, "a) *Sözleşme konusu mal veya hizmetin temel nitelikleri, b) Satıcı veya sağlayıcının adı veya unvanı, varsa MERSİS numarası, c) Tüketicinin satıcı veya sağlayıcı ile hızlı bir şekilde irtibat kurmasına imkan veren, satıcı veya sağlayıcının açık adresi, telefon numarası ve benzeri iletişim bilgileri ile varsa satıcı veya sağlayıcının adına ya da hesabına hareket eden kimliği ve adresi, ç) Satıcı veya sağlayıcının tüketicinin şikâyetlerini iletmesi için (c) bendinde belirtilenden farklı iletişim bilgileri var ise, bunlara ilişkin bilgi, d) Mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam fiyatı, niteliği itibariyle önceden hesaplanamıyorsa fiyatın hesaplanma usulü, varsa tüm nakliye,*

<sup>183</sup> Uyaroğlu, s.72; DEMİR, Mehmet: Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması, Turhan Kitabevi, Ankara 2004, s.41.

<sup>184</sup> Eren, Genel Hükümler, s.258; Gümüş, s.641; Antalya, s.248.

<sup>185</sup> Öğretide culpa in contrahendo sorumluluğunun hukuki niteliği konusunda çeşitli görüşler bulunmaktadır. Culpa in contrahendo, haksız fiil sorumluluğu, sözleşmeden doğan sorumluluk ve kendine özgü sorumluluk şeklinde farklı şekillerde değerlendirilmektedir. Hakim görüş, sözleşmeden doğan bir borç olduğu yönündedir. (Eren, Genel Hükümler, s.1159, Oğuzman/Öz, s.311.)

teslim ve benzeri ek masraflar ile bunların önceden hesaplanamaması halinde ek masrafların ödenebileceği bilgisi, e) Sözleşmenin kurulması aşamasında uzaktan iletişim aracının kullanım bedelinin olağan ücret tarifesi üzerinden hesaplanmadığı durumlarda, tüketicilere yüklenen ilave maliyet, f) Ödeme, teslimat, ifaya ilişkin bilgiler ile varsa bunlara ilişkin taahhütler ve satıcı veya sağlayıcının şikayetlere ilişkin çözüm yöntemleri, g) Cayma hakkının olduğu durumlarda, bu hakkın kullanılma şartları, süresi, usulü ve satıcının iade için öngördüğü taşıyıcıya ilişkin bilgiler, ğ) Cayma bildirimini yapılacağı açık adres, faks numarası veya elektronik posta bilgileri, h) 15. madde uyarınca cayma hakkının kullanılmadığı durumlarda, tüketicinin cayma hakkından faydalanamayacağına ya da hangi koşullarda cayma hakkını kaybedeceğine ilişkin bilgi, ı) Satıcı veya sağlayıcının talebi üzerine, varsa tüketici tarafından ödenmesi veya sağlanması gereken depozitolar ya da diğer mali teminatlar ve bunlara ilişkin şartlar, i) Varsa dijital içeriklerin işlevselliğini etkileyebilecek teknik koruma önlemleri, j) Satıcı veya sağlayıcının bildiği ya da makul olarak bilmesinin beklendiği, dijital içeriğin hangi donanım ya da yazılımla birlikte çalışabileceğine ilişkin bilgi, k) Tüketicilerin uyuşmazlık konusundaki başvurularını Tüketici Mahkemesine veya Tüketici Hakem Heyetine yapabileceklerine dair bilgileri” vermek suretiyle bilgilendirilmek zorundadır.

İlgili madde uyarınca mesafeli sözleşmelerde, satıcı veya sağlayıcı mal ve hizmetin temel niteliklerini içerir şekilde bilgilendirme yapmalıdır. Mal ve hizmetin temel niteliklerinden kasıt, o mal veya hizmeti diğerlerinden ayıran belirleyici özelliklerini sunmasıdır. Böylece tüketici kıyas yapma ve karar verme imkanına sahip olur<sup>186</sup>.

Anılan maddenin devamında, satıcı sağlayıcı ve aracıya ilişkin bilgilerin de bilgilendirmede yer alması gerektiği ifade edilmektedir. Bu bilgiler satıcı ve sağlayıcının adı, unvanı, Merkezi Sicil Kayıt Sistemi (MERSİS) numarası, adres-telefon-elektronik posta ya da kayıtlı elektronik posta (KEP) adresi gibi iletişim bilgileri, temsilci var ise temsilciye ait kimlik bilgileri, aracı var ise aracı hizmet sağlayıcının bilgileridir. Tüketici telefonla aranacaksa her arama başlangıcında kimlik bilgilerini tüketiciye vermek zorundadır. Arama bir temsilci aracılığıyla gerçekleştiriliyorsa, temsilci kendi kimlik bilgilerini ve görüşmenin ticari maksadını iletmelidir.

---

<sup>186</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.178.

Bu noktada elektronik ticaret ve sosyal ticaret platformlarının yükümlülükleri aşağıda detaylıca açıklansa da bu platformlarda satış yapan satıcıların sistem üzerine kendi bilgilerini doğru girmemesinin sonuçları bu bölümde irdelenmelidir. Özellikle bu platformlarda, gerçek kişi satıcıların dahi kendilerine tüzel kişiymişçesine sanal mağaza ismi verdiği uygulamada sıkça karşılaşılan bir durumdur. Bu durumdan dolayı karşılaşılan bir zararda tüketici hakem heyetlerime, mahkemeye veya diğer yasal mercilere başvurarak satıcı ve sağlayıcıyı kolaylıkla intikal ettirebilir<sup>187</sup>.

Zarar aracı hizmet sağlayıcılarına da yöneltilebilir. Zira ETDHK m. 3 çerçevesinde de bu platformların sorumluluğuna gidilebileceği ifade edilmektedir. Buna göre, hizmet sağlayıcısı tüketiciye sözleşme kurulmadan önce, “a) Alıcıların kolayca ulaşabileceği şekilde ve güncel olarak tanıtıcı bilgilerini, b) Sözleşmenin kurulabilmesi için izlenecek teknik adımlara ilişkin bilgileri, c) Sözleşme metninin sözleşmenin kurulmasından sonra, hizmet sağlayıcı tarafından saklanıp saklanmayacağı ile bu sözleşmeye alıcının daha sonra erişiminin mümkün olup olmayacağı ve bu erişimin ne kadar süreyle sağlanacağına ilişkin bilgileri, ç) Veri girişindeki hataların açık ve anlaşılır bir şekilde belirlenmesine ve düzeltilmesine ilişkin teknik araçlara ilişkin bilgileri, d) Uygulanan gizlilik kuralları ve varsa alternatif uyuşmazlık çözüm mekanizmalarına ilişkin bilgileri” vermek zorundadır. Ayrıca hizmet sağlayıcı, “varsa mensubu olduğu meslek odası ile meslekle ilgili davranış kurallarını ve bunlara elektronik olarak ne şekilde ulaşılabilmesine” de bilgilendirme kapsamında yer vermelidir. ETDHK’de yer alan bu düzenlemenin yanında, hizmet sağlayıcının bilgilendirme yükümlülüğünün kapsamı Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelikte beşinci maddede düzenlenmektedir.

Mesafeli sözleşmelerde tüketicinin bilgilendirilmesi gerekli bir diğer husus mal veya hizmetin ücreti ve ilave masraflarına ilişkin bilgilerdir. Bunlar vergiler dahil ücreti, nakliyesi, muhafazası, teslimatı, depozito ve teminatı, uzaktan iletişim masrafı gibi hususlardır. Şayet bu gibi ilave masraflar önceden hesaplanamıyorsa bu konulardan dolayı ilave masraf çıkabileceğine ilişkin bilgilendirme yapılmalıdır. Unutulmamalıdır ki tüketici yalnızca kendisine verilen bilgi kadarki bedelden sorumlu tutulur<sup>188</sup>.

---

<sup>187</sup> Uyaroğlu, s.65.

<sup>188</sup> Uyaroğlu, s.65.

Tüketici ödeme, teslimat ve ifaya ilişkin bilgiler<sup>189</sup> konusunda da gerektiği kadar aydınlatılmalıdır. Yine cayma hakkına ilişkin bilgiler, uyuşmazlık halinde tüketici mahkemesi veya tüketici hakem heyetine yapabileceği başvuru kendisine hatırlatılmalıdır.

Sözleşme konusunun dijital içerik olması halinde, muhafaza ve gerekli diğer koruma tedbirleri, beraber çalışacağı yazılım ve donanım unsurları ile diğer sistemsel gereklilikler tüketiciye bildirilmelidir.

MSY m.8’de ise özel bir hükümsüzlük haline yer verilmiştir<sup>190</sup>. Buna göre “*tüketici siparişi onaylamadan hemen önce, verilen siparişin ödeme yükümlülüğü anlamına geldiği hususunda tüketiciyi açık ve anlaşılır bir şekilde bilgilendirmek zorundadır. Aksi halde tüketici siparişi ile bağlı değildir.*”. Bu hükümsüzlük ancak tüketici tarafından ileri sürülebilir<sup>191</sup>.

Bilgilendirme yükümlülüğü düzenlemesi her ne kadar esasen sözleşme öncesine yönelik yapılmış gibi düzenlense de sözleşmenin kurulmasından sonraki süreçte de uygulanabilir<sup>192</sup>. Yukarıda açıkladığımız ve MSY m. 5’te sayılan tüm bilgiler, sözleşme öncesinde tüketiciye verilmelidir. Sözleşme sonrasında da bilgilendirmede yer alan hususların yazıyla veya kayıtlı veri saklayıcısı yoluyla tüketiciye aktarılması zorunludur. Ezcümle, sözleşme öncesi ve sözleşme sonrası bilgilendirmenin kapsamı aynıdır.

---

<sup>189</sup> İfa yerinin tespiti hususunda da kanunda özel maddeler bulunmaktadır. Buna göre “*İfa yerinin tespitinde Borçlar Kanunu m.73’teki kriterlerden yararlanılabilir. Buna göre ifa yerini taraflar açıkça ve zimnen kararlaştırabilirler. Sözleşmede aksine bir düzenleme yoksa borç bir parça borcu ise, sözleşme konusu malın sözleşmenin kurulduğu esnada bulunduğu yer; cins borcu ise, borcun doğumu esnasında borçlunun ikamet ettiği yer ifa yeridir. Tüketici sözleşmelerinin büyük bölümü cins borcuna ilişkin sözleşmeler olduğundan, bu sözleşmelerde, satıcının edimini, borç doğduğu sırada kendi ikametgâhının bulunduğu yerde ifa etmesi, dolayısıyla alıcının malı teslim almak amacıyla, satıcının ikametgâhına gitmesi gerekmektedir. Ancak internet aracılığıyla yapılan satışlar, mesafeli satış sözleşmelerinden olduğundan Borçlar Kanunu m. 186’da ayrı bir düzenleme vardır. Bu maddeye göre, gönderilecek borçlarda ifa yeri, malın bulunduğu yer veya borçlunun ikametgâhı olduğu yer olmasına rağmen, satıcının edimini ifa etmiş sayılabilmesi için, sözleşme konusu malı alıcıya göndermesi gerekir. Mesafeli satışlarda genellikle ifa, tüketicinin ikametgâhında gerçekleşmektedir. Tüketiciden, satın aldığı malı, tacirin ikametgâhından ve muayyen mal satışlarında o malın bulunduğu yerden teslim almasını beklemek bu satışların niteliğine uygun değildir. İnternet aracılığıyla kurulan satış sözleşmelerinde alıcının verdiği bilgiye göre ifa yeri tespit edilmelidir.*” Bkz. TUYGUN, Salih: Elektronik Sözleşmelerde Edimlerin İfasi, bkz. <https://www.kyhukuk.com.tr/wp-content/uploads/2017/12/Elektronik-S%C3%B6zle%C5%9Fmelerde-Edimlerin-%C4%B0fas%C4%B1.pdf> (E.T.02.11.2022), Uyumaz, s.930.

<sup>190</sup> Uyaroğlu, s.69.

<sup>191</sup> BAŞ SÜZEL, Ece: Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Sözleşmenin Kurulmasından Önce Korunması: Ön Bilgilendirme Yükümlülüğü, Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.17, S.2, 2018, s.337-370, s.347.

<sup>192</sup> Sevsevil, s.93; Özbay Özdoğru, s.115.

## B. Bilgilendirme usulü

Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun m.4'te *“Bu Kanunda yazılı olarak düzenlenmesi öngörülen sözleşmeler ile bilgilendirmeler en az on iki punto büyüklüğünde, anlaşılabilir bir dilde, açık, sade ve okunabilir bir şekilde düzenlenir ve bunların bir nüshası kâğıt üzerinde veya kalıcı veri saklayıcısı ile tüketiciye verilir. Sözleşmede bulunması gereken şartlardan bir veya birkaçının bulunmaması durumunda, eksiklik sözleşmenin geçerliliğini etkilemez. Bu eksiklik sözleşmeyi düzenleyen tarafından derhâl giderilir.”* denilerek, bilgilendirme yükümlülüğüne özgü şekil şartları ortaya konmuştur.

Bilgilendirme yükümlülüğü, tüketiciler nezdinde mağduriyeti önlenme ve tüketicilerin makul şekilde karar vermesine hizmet etme fonksiyonunu haizdir. Bu fonksiyonuna binaen gerek TKHK'de ve buna paralel olarak MSY'de getirilen kurallarla yapılacak bilgilendirmenin usulünde açık ve anlaşılır olma düzenlenmektedir.

Diğer bir husus, özel bir biçim kuralı getirilmiş olmasıdır. Bilgilendirme en az on iki punto olacak şekilde yapılmalıdır. Yukarıda ifade edildiği gibi mesafeli sözleşmelerde şekil serbestisi vardır. Bu yüzden kanunun bu hükmünü şekil kuralı değil, bilgilendirmenin yöntem ve usulüne ilişkin bir kural olarak yorumlamak daha doğru olur.

Uzaktan iletişim araçları kullanılarak kurulan mesafeli sözleşmelerde, bilgilendirme kullanılan elektronik araca uygun olarak internet sitesi üzerinden, elektronik posta yoluyla, sosyal medya platformu ya da telefon üzerinden gerçekleştirilebilir<sup>193</sup>. MSY m.6 f.3 gereği, telefon üzerinden kurulan bir mesafeli sözleşmede bilgilendirme tüketicinin sözleşmeyi kurmasına yönelik siparişinden hemen önce yapılmalıdır<sup>194</sup>. Bu bilgilendirmede sözleşmeye konu mal ve hizmetin temel özellikleri, nihai fiyatı, ek masrafları ve bu masraflara ilişkin hesap yöntemi ya da ek masrafın ileriki tarihte yükleneceği, cayma hakkı belirtilmelidir.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m.6 f.2 ise internet üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelerdeki özel bilgilendirme yükümlülüğünü düzenlemektedir. Buna göre bilgilendirme *“sözleşme konusu mal veya hizmetin temel nitelikleri, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam fiyatı, niteliği itibarıyla önceden hesaplanamıyorsa fiyatın hesaplanma*

<sup>193</sup> Özbay Özdoğru, s.116; Sevsevil, s.96.

<sup>194</sup> Uyaroğlu, s.75.

usulü, varsa tüm nakliye, teslim ve benzeri ek masraflar ile bunların önceden hesaplanamaması halinde ek masrafların ödenebileceği bilgisi, cayma hakkının olduğu durumlarda, bu hakkın kullanılma şartları, süresi, usulü ve satıcının iade için öngördüğü taşıyıcıya ilişkin bilgiler ve MSY m. 15 uyarınca cayma hakkının kullanılmadığı durumlarda, tüketicinin cayma hakkından faydalanamayacağına ya da hangi koşullarda cayma hakkını kaybedeceğine ilişkin bilgileri” içerir şekilde, ödeme yükümlülüğü altına girmeden hemen önce ayrıca ve açıkça tüketiciye sunulmalıdır.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m.48 gereği bilgilendirme yükümlülüğünün yerine getirilmiş olduğuna ilişkin ispat etme yükümlülüğü satıcı veya sağlayıcı üzerindedir. İspat için ise yazılı bilgilendirme yapılması ve bilgilendirme yapıldığına ilişkin tüketicinin imzasının alınması ya da kalıcı veri saklayıcısı yoluyla bilgilendirme yapılması gerekmektedir. Aynı şekilde ETDHK’de de benzer bir düzenleme mevcuttur. ETDHK m.3 uyarınca, hizmet sağlayıcı tüketiciye sözleşme hükümlerini ve genel işlem şartlarını saklama olanağını sunmalıdır<sup>195</sup>.

Uygulamada kalıcı veri saklayıcısı ile ispat söz konusu olmaktadır<sup>196</sup>. Zira bilgilendirme, sözleşme uzaktan iletişim araçları ile yapılmaktadır. Kalıcı veri saklayıcısı, kanunda “tüketicinin gönderdiği veya kendisine gönderilen bilgiyi, bu bilginin amacına uygun olarak makul bir süre incelemesine elverecek şekilde kaydedilmesini ve değiştirilmeden kopyalanmasını sağlayan ve bu bilgiye aynen ulaşılmasına imkân veren kısa mesaj, elektronik posta, internet, disk, CD, DVD, hafıza kartı ve benzeri her türlü araç veya ortam” şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanımdan hareketle, öğretilde bazı yazarlarca “bilgilendirmenin PDF formatında veya CD’ye yüklenerek iletimi ve her türlü bir zorluğa ya da ücretlendirmeye tabi olmaması” savunulmaktadır<sup>197</sup>.

Kanaatimizce PDF veya CD’dense her bir iletişim aracı için değerlendirmek daha doğru olur. Sözgelimi, elektronik postalar zaten gönderilen ve gelen kutusuna kaydedilmektedir. O halde elektronik posta yoluyla kurulan mesafeli sözleşmelerde bilgilendirme bu şekilde yapılabilir. Keza internet siteleri üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelerde, genel ve matbu bir bilgilendirme metni hazırlanmakta ve ilgili bir sekmede

---

<sup>195</sup> Anılan maddeye göre satıcı ve sağlayıcılara önemli ek bilgilendirme yükümlülükleri getirilmiştir. (Bkz. Bölüm Bilgilendirme Yükümlülüğünün Kapsamı).

<sup>196</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.194.

<sup>197</sup> Bozbel, s.796; Uyaroğlu, s.75.

tüketicilere açıkça arz edilmektedir. Sosyal medya platformları üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelerde, iletiler mesaj kutularında saklanmaktadır.

Tüketici yukarıdaki usullerle bilgilendirildikten sonra, satıcı veya sağlayıcı tüketicinin bilgileri aldığı tüketiciye teyit ettirmelidir. Yani tüketicinin onayını almalıdır<sup>198</sup>. Onayın alınması, uygulamada mesafeli sözleşmenin kurulduğu iletişim aracına göre farklılık arz etmektedir. İnternet üzerinden özellikle internet siteleri üzerinden kurulan satış sözleşmelerinde tüketici işlemini bir an önce gerçekleştirip sonlandırmak için genellikle gerekli açıklamaları okumadan onay kutularını işaretlemektedir. Tüketicinin sözleşme kurulmadan önce son kez düşünmesini sağlamak ve tüketiciyi tekrar uyarmak amacıyla internet yoluyla kurulan sözleşmelerde satıcı, tüketicinin ödeme yükümlülüğü altına girmesinden hemen önce mala ilişkin temel nitelikleri, toplam fiyatı, ek masrafları ve cayma hakkının kullanılmasına ilişkin bilgileri bir bütün olarak açıkça ve ayrıca göstermek zorundadır. En geç tüketici sipariş vermeden önce herhangi bir gönderim kısıtlamasının uygulanıp uygulanmadığını, hangi ödeme araçlarının kabul edildiğini açık ve anlaşılır bir şekilde belirtmek zorundadır.

Bu sebeple özellikle internet siteleri vasıtası ile kurulan elektronik satış sözleşmelerinde satıcılar, sipariş verilmeden önce tüketiciden “*Ön bilgilendirme formunu okudum*” gibi bilgilendirmeleri okuduklarına dair bir beyan almaktadır. Ancak çoğu zaman tüketici bu uzun metinleri okumamaktadır.

Tüketicinin onayının alınması bilgilendirmenin yapıldığı konusunda bir karine oluşturur<sup>199</sup>. Ezcümle, aksini iddia eden tüketici ispat yükü altına girer. Bu sebepten dolayı tüketicilerin bu metinleri okuması önem arz etmektedir.

Ön bilgilendirmenin teyit edilmesi olarak adlandırılan bu usul, öğretide geçerlilik şartı olup olmadığı bakımından incelemeye alınmıştır. Şöyle ki MSY m.7 “*Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin 6ncı maddede belirtilen yöntemlerle ön bilgileri edindiğini kullanılan uzaktan iletişim aracına uygun olarak teyit etmesini sağlamak zorundadır. Aksi halde sözleşme kurulmamış sayılır.*” hükmü ile tüketicinin yapacağı bu teyidin geçerlilik şartı olduğu

---

<sup>198</sup> Özbay Özdoğru, s.118; Topaloğlu, s.27.

<sup>199</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmeler, s.209; Özbay Özdoğru, s.119.

izlenimi uyandırmaktadır. Geçerlilik şartı olduğunu düşünen görüşe göre, geçerlilik şartı olduğundan teyit edilmemesi durumunda sözleşme kesin hükümsüz olur<sup>200</sup>.

Durumu geçerlilik şartı değil, düzen hükmü sayan görüşe göre, tüketici menfaatine getirilen bir düzenleme olan bilgilendirme yükümlülüğü tüketicinin iradesi aleyhine satış sözleşmesini sakatlamamalıdır<sup>201</sup>. Bu sebeple düzen hükmü sayılarak, teyit alınmaması halinde bilgilendirme yükümlülüğünün ihlali sayılarak MSY m.8 genel hüküm gibi uygulanmalıdır. Sonuç olarak tüketici siparişi ile bağlı olmama hakkını elde etmektedir<sup>202</sup>.

Kanaatimizce, bilgilendirmenin yapıldığına dair ispat yükü satıcı veya sağlayıcıdadır. Zira sözleşmeyi düzenleyen taraf TKHK m.4 gereği ispat ile yükümlüdür. Bilgilendirmenin teyidi ise satıcı veya sağlayıcı bakımından yeni bir yükümlülük doğurmaktadır. Satıcı veya sağlayıcı taraf, ön bilgilendirmenin gerçekleştiğini tüketiciye teyit ettirmelidir. Bu teyit ise ikinci görüşün de belirttiği gibi ancak düzen hükmü olabilir. Sözleşmenin geçerliliğini etkilememelidir<sup>203</sup>.

### **C. İlave ödeme talebi halinde açık onay alma yükümlülüğü**

Mesafeli sözleşmelerde MSY m.19'da düzenlenen bir yükümlülük de ilave ödeme talebi halinde açık onay alma yükümlülüğüdür. Satıcı veya sağlayıcıya yönelik getirilen bu düzenleme ile hedeflenen, tüketiciye dayatma yapılmaması ve tüketicinin özgür iradesinin sağlanmasıdır. Nitekim aynı maddenin ikinci fıkrasında, açık onay tüketiciden alınmazsa ya da tüketiciye dayatma suretiyle sunulursa tüketiciden alınmış bu ilave ödemeler, iade edilmelidir.

### **D. Bilgilendirme yükümlülüğünün yerine getirilmemesinin sonuçları**

Bilgilendirme yükümlülüğüne aykırılığın yaptırımları yalnızca MSY ve TKHK ile sınırlı değildir. ETDHK ile TBK'de de başvurulabilen ilgili hükümler mevcuttur. Belirtmek gerekir ki, ETDHK'ye gidebilmek için mesafeli sözleşmenin internet üzerinden kurulması

---

<sup>200</sup> Topaloğlu, teyidin alınmasını mesafeli sözleşmenin geçerlilik şartlarından birisi olarak ele almaktadır ve teyit alınmaması durumunu sözleşmenin geçerli bir şekilde kurulmadığı şeklinde değerlendirmektedir. Bkz. Topaloğlu, s.27-28.

<sup>201</sup> İnal, s.180-181.

<sup>202</sup> Uyaroğlu, s.80.

<sup>203</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmeler, s.199.

zorunludur. TKHK’de ise özel bir yaptırıma tabi değildir. Genel olarak tüketici hukukundan doğan yaptırımlara tabidir. MSY’de ise aşağıda bahsedilen özel yaptırımlar düzenlenmiştir.

İfade edildiği gibi, bilgilendirme yükümlülüğünün yerine getirilmemesine yönelik TKHK tarafından özel bir yaptırım öngörülmemiştir<sup>204</sup>. Ancak, bilgilendirme içeriğinin eksik veya yanlışlığına ithafen doğan bazı hukuki sonuçlar getirilmiştir. Bu haller de bilgilendirmenin yapılmamış olmasıyla eşdeğer tutulmuştur<sup>205</sup>. Zira gerek MSY gerek TKHK’de bilgilendirme yükümlülüğüne ilişkin hükümler aksi kararlaştırılmayan ve sözleşmeyle kaldırılamayan emredici hükümlerdir<sup>206</sup>. Bilgilendirme yükümlülüğü ise, tüketici aleyhine ileri sürülemez karakterinden ötürü öğretide, nispi emredici norm olarak geçmekte ve ihlalinin yalnızca tüketici tarafında doğacağı ifade edilmektedir<sup>207</sup>. Emredici hükümlere aykırılığın yaptırımı TBK m.27’ye göre kesin hükümsüzlüktür. Bilgilendirmenin yanlış, eksik veya hiç yapılmadığı hususları tüketici tarafında kesin hükümsüzlük sonucunu doğuracağı ifade edilmiştir<sup>208</sup>.

Bununla birlikte ETDHK elektronik ortamda gerçekleşen mesafeli sözleşmeler açısından önemli sonuçlar getirmektedir. Yukarıda açıklandığı gibi ETDHK’nin 3. maddesi, özel yükümlülükler getirmekteydi. ETDHK m.12’ye göre, tüketicinin bedel ve sözleşmenin şartları hususunda yeterince bilgilendirilmemesi idari para cezasına tabidir. Keza gizlilik kuralları, tüketiciye kişisel bilgilerini düzeltme imkanının verilmesi, izlenen prosedürler konusunda tüketicinin aydınlatılması, sözleşme metninin saklanıp saklanmayacağı, sözleşmenin sonradan da tüketici tarafından incelenebilmesi açısından erişim süresi var ise bu süre hakkındaki zorunlu bilgilendirmelerin ihlalinde de idari para cezası verilebilir.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği ve TKHK hükümlerinin genel bazda olduğu yukarıda ifade edilmişti. Ancak özel durumlar için özel bazı düzenlemeler içermektedir. Sözgelimi MSY m.5’e göre, ek masraflara ilişkin bilgilendirme yükümlülüğünün ihlalinde, bu masraflar tüketiciden talep edilemez. Keza benzer şekilde MSY m.12 gereği, “*cayma hakkının kullanılması sonucunda iade için herhangi bir taşıyıcı belirtilmez ve bu konuda tüketiciye bilgi verilmezse, tüketiciden iade masraflarına ilişkin herhangi bir bedel talep*

---

<sup>204</sup> Özbay Özdoğru, s.75.

<sup>205</sup> Baş Süzel, s.360; Uyaroğlu, s.88.

<sup>206</sup> Uyaroğlu, s.95.

<sup>207</sup> Eren, Genel Hükümler, s.359; Oğuzman/Öz, s. 163-164.

<sup>208</sup> Uyaroğlu, s.95.

edilemez.”. MSY m. 8’e göre, sipariş onaylamadan hemen önce, siparişin ödeme yükümlülüğü anlamına geldiği konusunda, tüketicinin bilgilendirilmesi yükümlülüğüne aykırılık durumunda tüketicinin siparişiyle bağlı olmayacağı hüküm altına alınmıştır<sup>209</sup>.

Cayma hakkına ilişkin bilgilendirme yükümlülüğüne aykırılık da özel olarak düzenlenen konulardan olup, bu konuya aşağıda ayrıca değinilecektir. Tüketicinin, cayma hakkına ilişkin bilgilendirilmemesinin yaptırımını, cayma süresinin uzaması olarak hüküm altına alınmıştır. Ayrıca TKHK m.77 uyarınca idari para cezası öngörülmüştür. Öğretide, ETDHK ve TKHK hükümlerinin çatışması halinde, *non bis in idem* prensibiyle hareket edilerek en yüksek meblağlı olan tek ceza verilmesinin uygun olduğu ifade edilmiştir<sup>210</sup>.

Bilgilendirme yükümlülüğü, ürünün özelliklerini de kapsadığından; ürünle ilgili verilecek üstün bir özellik, haksız ticari uygulamalara sebebiyet verebilir<sup>211</sup>. Tüketicinin karar verme süreçlerini etkileyebilir<sup>212</sup>. Haksız ticari uygulamalar öğretilde haksız rekabet ile ilişkilendirilmiştir<sup>213</sup>. Haksız rekabet “*Rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kurallarına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar*” olarak tanımlanır<sup>214</sup>. Satıcı veya sağlayıcıların haksız rekabet içeren eylemleri TKHK m.78 gereği idari para cezası, durdurma ve tedbiren durdurma yaptırımlarıyla karşılaşabilir. Bu yaptırımlar farklı olarak beraber de uygulanabilir. Kararın alınmasından Reklam Kurulu, uygulanmasından ise Ticaret Bakanlığı sorumludur<sup>215</sup>.

Şayet tüketici, bilgilendirmenin yanlış yapılması ile yanılma ve aldatma halleriyle karşılaşılırsa, *culpa in contrahendo* sorumluluğu olarak değerlendirilmesi gerekmektedir<sup>216</sup>. Tüketici ayrıca TBK’deki haklarını kullanarak sözleşmeyi iptal edebilir.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği’ndeki özel yaptırımlardan ilki m.8’de belirtilmektedir. Buna göre, satıcı ve sağlayıcı, “*tüketici siparişi onaylamadan önce, verilen*

---

<sup>209</sup> Özbay Özdoğru, s.75.

<sup>210</sup> Uyaroğlu, s.86-87.

<sup>211</sup> Baş Süzel, s.364.

<sup>212</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.200.

<sup>213</sup> Uyaroğlu, s.89.

<sup>214</sup> AYHAN, Rıza/ÇAĞLAR, Hayrettin: Ticari İşletme Hukuku Genel Esaslar, Yetkin Yayınları, 10. Bası, Ankara 2017, s.385.

<sup>215</sup> Uyaroğlu, s.89.

<sup>216</sup> Özdemir Kocasakal, s.50; Uyaroğlu, s.89.

*siparişin ödeme yükümlülüğü anlamına geldiği hususunda tüketiciyi açık ve anlaşılır bir şekilde bilgilendirmek zorundadır. Aksi halde tüketici siparişi ile bağlı değildir.*”. Hüküm, aracı hizmet sağlayıcılar açısından geçerli olmasıyla da önemlidir. Bilgilendirme yükümlülüğünün sınırlarını genişletmektedir. Ayrıca tüketici açısından tek taraflı bağlamazlık getirmektedir<sup>217</sup>.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği’nde belirlenen özel yaptırımlardan biri de m.5 f.3 hükmüyle düzenlenen, ek masraflar hakkında tüketicinin bilgilendirilmesi yükümlülüğüne aykırılık halidir. Buna göre, ek masraflar hakkında gereğince bilgilendirilmeyen tüketici, ek masraflardan sorumlu tutulamaz. Bu noktada, ek masraf ile ilave masraf terimlerini birbirinden ayırmak gerekir. Zira MSY m.19’da ilave ödemeler başlıklı düzenleme yer almaktadır. Ek masraf ile kast edilen, sözleşme kurulmadan önce var olan teslim ve nakliye gibi ifa için gerekli olan ve bu yüzden esas bedele eklenen ücretlerdir. Oysa ilave masraf, yukarıda ifade edildiği gibi satıcı veya sağlayıcının sonradan talep ettiği ilave bir ödemedir ve sözleşme kurulduktan sonra ortaya çıkmaktadır.

Son olarak, MSY m.12’de tüketicinin iade halinde nakliyeciyi hakkında bilgilendirilmesi yükümlülüğüne aykırılık hali düzenlenmektedir. Tüketici bu konuda gereğince bilgilendirilmezse, iade masraflarından satıcı veya sağlayıcı sorumlu olmaktadır. Aşağıda detaylarıyla yer verileceği üzere, cayma hakkının kullanılması durumunda ürünün nakliyesi için gereken masraflar satıcı veya sağlayıcı üzerindedir. Bilgilendirme yapılırken hangi taşıyıcıya teslim edilmesi gerektiği konusunda tüketici aydınlatılmalıdır. Şayet gerektiği gibi aydınlatılmazsa, satıcı veya sağlayıcı sorumlu olur.

## **II. Tüketicinin Cayma Hakkı Bağlamında Korunması**

Mesafeli sözleşmelerde tüketiciye tanınmış olan cayma hakkı, tüketicinin korunmasına hizmet eden en önemli hukuki araçlardan bir olma fonksiyonuna haizdir<sup>218</sup>. Öğretide kimi yazarlarca<sup>219</sup> geri alma hakkı olarak da ifade edilen cayma hakkı, tüketiciye herhangi bir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödemedi, on dört gün içinde, sözleşme

---

<sup>217</sup> Uzun Kazmacı, s.2805.

<sup>218</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.223; Özbay Özdoğru, s.76.

<sup>219</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.225; Uyaroğlu, s.101, dn.306.

kurma iradesini geri alan bozucu yenilik doğuran bir haktır<sup>220</sup>. TKHK m.48 f.4 ve MSY m.9 f.1 hükümleri, mesafeli sözleşmelerde tüketicinin, herhangi bir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödemedi on dört gün içinde sözleşmeden cayabileceği hükmünü amirdir<sup>221</sup>.

### **A. Cayma hakkının hukuki niteliği**

Cayma hakkının hukuki niteliği konusunda, öğretilerde farklı görüşler bulunmaktadır. Hakim görüş, cayma hakkıyla kastedilenin esasen bir geri alma hakkı olduğu yönündedir<sup>222</sup>. Niteliği itibariyle bozucu yenilik doğuran bir haktır. İptal, fesih ve dönmeden farklı olarak belirli bir sebep aranmaz<sup>223</sup>, sebebe bağlı değildir. Yine cayma hakkı sözleşmenin her iki tarafı için değil, yalnızca tüketici tarafına tanınan bir haktır. Bu itibarla borçlar hukukundaki iptal, fesih ve dönme gibi işlemlerden ayrılmaktadır. Cayma hakkı da tıpkı bilgilendirme yükümlülüğü gibi, tüketicinin korunmasına ilişkin getirilmiş emredici nitelikte bir kuraldır.

Cayma hakkının kullanılmasıyla geriye dönük sonuçlar doğmaktadır<sup>224</sup>. Bu itibarla öğretilerde bir görüş cayma hakkını geçici şart mekanizmasıyla benzeştirmiştir. Bu görüşe göre cayma hakkının kullanılması şartın gerçekleşmesi gibidir<sup>225</sup>. Sözleşmenin imza edilmesinden cayma bildirimine kadar geçen sürede sözleşme askıdadır, hükümlerini doğurmaz. HGK de konuyla ilgili bir kararında benzer bir hükme varmıştır<sup>226</sup>. Biz de Yargıtay'ın bu konudaki kararına katılıyoruz<sup>227</sup>. Zira sözleşme başlangıcından cayma hakkının kullanılmasına kadar geçen sürede sözleşme hükümleri askıdadır. Bu süre içinde cayılmaması ise sözleşme başladığından itibaren hükümlerini doğurur, cayılması halinde ise başlangıçtan itibaren hüküm doğurmaz.

---

<sup>220</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.226; Uzun Kazmacı, s.2806; Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.3.

<sup>221</sup> SERT SÜTÇÜ, Selin: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Hükümlerine Göre Tüketici Hukuku Uygulamalarında Koruma, Seçkin Yayıncılık, Ankara2019, s.22.

<sup>222</sup> TKHK'nin genel gerekçesinde de sözleşmeyi kuran irade beyanını geri alma hakkı olduğu ifade edilmiştir.

<sup>223</sup> YÜKSEL, Sera Reyhani: Elektronik Sözleşmelerde Cayma Hakkı, E-Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları, İstanbul 2017, s.130 vd; Uyaroğlu, s.103.

<sup>224</sup> Uyaroğlu, s.104.

<sup>225</sup> Bozbel, s.779.

<sup>226</sup> YHGK, E.2017/13-637, K.2017/757, T.19.04.2017 künyeli kararı için bkz. kazanci.com (E.T.23.11.2022).

<sup>227</sup> Aksi görüş için bkz. Uyaroğlu, s.106.

## B. Cayma hakkının kullanılma usulü

Cayma hakkının yenilik doğurucu bir hak olduğu yukarıda ifade edilmişti. Bu sebepten dolayı cayma hakkının kullanılması için bir zaman dilimi bulunmakta olup bu süre hukuki niteliği itibarıyla bir hak düşürücü süredir<sup>228</sup>. Zira Yargıtay konuyla ilgili bir kararında “Somut olayda, internet üzerinden davacı tarafından satın alma için onaylanan sözleşmede cayma hakkının sözleşme tarihinden itibaren 14 gün içerisinde yapılabileceği belirtilmiş olup gerek 6502 Sayılı Kanun'un 48/4 maddesi gerekse ilgili yönetmeliğin 9/2 maddesi gereğince, ilgili bildirim yapıldığından, davacının cayma hakkının sözleşme tarihinden itibaren kullanabileceği anlaşılmaktadır. Davacı ise bu hakkını yasal sürede kullanmamış olup bu sebeple davanın reddi gerekirken, hizmetten henüz yararlanılmadığından bahisle davanın kabulü usul ve yasaya aykırı olup, bozma sebebidir.” diyerek bu süreye uyulmadığı gerekçesiyle tüketicinin davasını reddetmiştir. Bu itibarla cayma hakkının kullanım usulü ve süresi önem arz etmektedir<sup>229</sup>.

Yenilik doğurucu haklar için süre öngörülmüş ise bu süre kural olarak, hak düşürücü süredir. Çünkü borcun ifa talebine ilişkin değildir<sup>230</sup>. O halde cayma hakkı da süresinde kullanılmadığında sona erer ve yargı önünde re'sen gözetilir<sup>231</sup>.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m.48 f.4 ve MSY m.9 f.1 hükmü uyarınca, tüketicinin on dört gün içinde kullanabileceği herhangi bir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödemediği cayma hakkı mevcuttur. Tüketicinin cayma hakkını kullanabileceği bu on dört günlük süre içerisinde mesafeli sözleşme, her iki taraf açısından da hüküm doğurur<sup>232</sup>. Cayma hakkının kullanılması sözleşmeyi geçmişe etkili olarak ortadan kaldırır<sup>233</sup>. Cayma hakkı kullanılıncaya, geri alınamaz<sup>234</sup>.

Cayma hakkının kullanılması için tüketicie verilen on dört günlük sürenin başlama anı, mesafeli sözleşmenin niteliğine göre belirlenmiştir<sup>235</sup>. Hizmet sunumuna dair genel

<sup>228</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.236.

<sup>229</sup> Yargıtay 13. HD, E.2015/25017, K.2018/556, T.25.1.2028 künyeli karar için bkz. kazanci.com (E.T.27.11.2022).

<sup>230</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.22.

<sup>231</sup> Yıldırım, Borçlar Hukuku, s.19; Oğuzman/Öz, s.619.

<sup>232</sup> Özbay Özdoğru, s.76.

<sup>233</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.224.

<sup>234</sup> Özbay Özdoğru, s.77.

<sup>235</sup> MSY m.15'te, hangi sözleşmelerde cayma hakkının kullanılmayacağı ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Buna göre; “Taraflarca aksi kararlaştırılmadıkça, tüketici aşağıdaki sözleşmelerde cayma hakkını kullanamaz:

mesafeli sözleşmelerde sözleşmenin kurulduğu gün itibariyle, mal teslimine ilişkin mesafeli sözleşmelerde malın teslimiyle, mal teslimi ve hizmet sunumu edimleri beraber sunuluyorsa cayma süresi yine mal teslimiyle işlemeye başlar. Zira mal teslimine dair mesafeli sözleşmelerde, teslimden itibaren süre başlayacağından tüketicinin daha lehinedir. Satıcının malı taşıyıcıya teslim etmesi cayma süresine etki etmez. Bazı farklı mesafeli sözleşme cinslerinde, tek bir sözleşmede yer alan farklı ürünler mevcuttur. Bu ürünlerin teslimi farklı zamanlarda yapılabilir. Bu durum ürün, stok ve depo farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Bu durumda MSY m.9 f.3-a bendi uyarınca son malın teslim edildiği gün cayma hakkı başlar.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m.9 f.3-c bendinde, anılan kurallardan farklı olarak mal tesliminin düzenli olarak tekrar ettiği belirli bir süreç içeren mesafeli sözleşmelerde cayma hakkı ilk mal teslimiyle başlar. Bu durumda sözleşme, sürekli borç ilişkisi halini alır<sup>236</sup>. Dolayısıyla cayma hakkının kullanım süresi ilk mal teslimiyle başlatılmaktadır.

Tüketici cayma hakkını kullanırken hiçbir neden göstermek zorunda değildir. Herhangi bir şekil zorunluluğu da bulunmamaktadır. Tüketicinin cayma hakkını nasıl kullanacağı hususu Yönetmelikte ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Buna göre cayma hakkı, bu yöndeki kararı bildiren açık bir beyanda bulunarak veya Yönetmelik ekinde yer alan form doldurularak kullanılabilir. Uygulamada genelde satıcı veya sağlayıcının internet sitesi üzerinden beyanda bulunma seçeneği sunduğu görülür. Tüketici cayma hakkını zamanında ve usulüne uygun olarak kullandığını ispat etmekle mükelleftir.

---

a) Fiyatı finansal piyasalardaki dalgalanmalara bağlı olarak değişen ve satıcı veya sağlayıcının kontrolünde olmayan mal veya hizmetlere ilişkin sözleşmeler.

b) Tüketicinin istekleri veya kişisel ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanan mallara ilişkin sözleşmeler.

c) Çabuk bozulabilen veya son kullanma tarihi geçebilecek malların teslimine ilişkin sözleşmeler.

ç) Tesliminden sonra ambalaj, bant, mühür, paket gibi koruyucu unsurları açılmış olan mallardan; iadesi sağlık ve hijyen açısından uygun olmayanların teslimine ilişkin sözleşmeler.

d) Tesliminden sonra başka ürünlerle karışan ve doğası gereği ayrıştırılması mümkün olmayan mallara ilişkin sözleşmeler.

e) Malın tesliminden sonra ambalaj, bant, mühür, paket gibi koruyucu unsurları açılmış olması halinde maddi ortamda sunulan kitap, dijital içerik ve bilgisayar sarf malzemelerine ilişkin sözleşmeler.

f) Abonelik sözleşmesi kapsamında sağlananlar dışında, gazete ve dergi gibi süreli yayınların teslimine ilişkin sözleşmeler.

g) Belirli bir tarihte veya dönemde yapılması gereken, konaklama, eşya taşıma, araba kiralama, yiyecek-içecek tedariki ve eğlence veya dinlenme amacıyla yapılan boş zamanın değerlendirilmesine ilişkin sözleşmeler.

ğ) Elektronik ortamda anında ifa edilen hizmetler veya tüketiciye anında teslim edilen gayrimaddi mallara ilişkin sözleşmeler.

h) Cayma hakkı süresi sona ermeden önce, tüketicinin onayı ile ifasına başlanan hizmetlere ilişkin sözleşmeler.”

<sup>236</sup> Uyaroğlu, s.109.

Cayma hakkının kullanım şekline yönelik getirilen düzenlemelerin geçerlilik şekli mi ispat şekli mi olduğu hususu öğretilerde tartışmalıdır<sup>237</sup>. Hatta konuya ilişkin getirilen son bir görüşe göre de bu düzenlemeler ispatı kolaylaştırıcıdır<sup>238</sup>. Belirtmek gerekir ki bu düzenlemeler, işlemi geçersiz kılmamakta, işlemi sakatlamamaktadır. Aynı şekilde bu düzenlemeler ispat şartı olarak kabul edilse idi ispat şekline aykırı gerçekleştirilen bir caymanın, mahkeme önünde ispat edilememesi sonucu cayma hakkı kullanılmamış olarak karara bağlanırdı. Bu itibarla kanaatimizce ispatı kolaylaştırıcı yöntem olarak ele alınmalıdır.

Mesafeli sözleşmelerde cayma hakkının kullanılması halinde tarafların birtakım yükümlülükleri ortaya çıkar. MSY m.13 hükmüne göre *“satıcı veya sağlayıcı malı kendisi geri almayı teklif etmedikçe, tüketici, cayma hakkını kullandığına ilişkin bildirim yönelttiği tarihten itibaren on gün içinde malı, satıcı veya sağlayıcıya ya da yetkilendirilmiş olduğu kişiye göndermekle yükümlüdür.”*

Malın iade masraflarına kimin katlanacağı ise MSY m.12 f.3 hükmünde belirtilmiştir. Buna göre, satıcının bilgilendirmede belirttiği bir taşıyıcı var ise bu taşıyıcı aracılığıyla yapılan iadenin masrafı satıcı üzerindedir. Bilgilendirmede tüketiciye bildirilen taşıyıcının, tüketicinin bulunduğu yerde şubesi yok ise satıcı, masrafına katlanarak malın tüketiciden teslim alınmasını sağlamalıdır. Ayrıca satıcı bilgilendirmede iade için tüketiciye herhangi bir taşıyıcı göstermemişse iade masraflarına kendisi katlanır<sup>239</sup>. Tüketici, bilgilendirme bölümünde belirtildiği gibi yalnızca bilgilendirme kapsamında belirtilenden farklı bir şekilde iade yapmak isterse, nakliye masraflarına katlanır.

Son olarak cayma hakkının kullanılması halinde, olağan kullanım sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan tüketici sorumlu değildir<sup>240</sup>. Olağan kullanım ise Yönetmelikte *“işleyişine, teknik özelliklerine ve kullanım talimatlarına uygun şekilde kullanım”* olarak tanımlanmaktadır. Kanaatimizce dürüstlük kuralı uyarınca dar yorumlanması gereken bir hükümdür<sup>241</sup>.

<sup>237</sup> Uyaroglu, s.114-115; Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.237-238; İnal, s.188.

<sup>238</sup> Yıldırım, Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, s.237, İnal, s.165.

<sup>239</sup> Sert Sütçü, Tüketici Hukuku Uygulamalarında Koruma, s.22.

<sup>240</sup> Özbay Özdoğru, s.79.

<sup>241</sup> Yücedağ Göztepe, s.679; Uyaroglu, s.135.

### **C. Cayma hakkının kullanılmasının sonuçları**

Cayma hakkının ilk ve en temel sonucu, kullanıldığında sözleşmenin baştan itibaren hükümsüz hale gelmesidir<sup>242</sup>. Mesafeli sözleşme cayma hakkının kullanılmasıyla sona erer, taraflar sözleşme ilişkisinde aldıklarını karşılıklı olarak teslim etme yükümlülüğü altına girerler<sup>243</sup>. Ayrıca mesafeli sözleşmeye bağlı bir yan sözleşme var ise bu sözleşme ilişkisi de son bulur.

Tüketici, cayma hakkını kullandıktan itibaren on günlük süre içinde, ürünü satıcı, sağlayıcı ya da bunlar tarafından yetkili kılınanlara iade yükümlülüğü altına girer. Ancak sözleşme konusu bir mal değil de bir hizmet olsaydı sunulmuş olan hizmetin iadesi imkansız olurdu. Belirli bir hizmet sunumu gerçekleştirildikten sonra sözleşmeden cayılırsa tüketici sunulan hizmetin değerini teşkil eden bedelin sebepsiz zenginleşme hükümleri kapsamında ödenmesi hakkaniyetli olur<sup>244</sup>. Bu noktada MSY m.15 hükmüne göre tüketicinin hizmet sunumuna başladıktan sonra cayma hakkını kullanma imkanı olup olmadığı önemlidir. Somut olayın özelliklerine göre değerlendirilmelidir.

Satıcı ve sağlayıcı ise öncelikle cayma beyanının kendisini ulaştığını teyit etmelidir. Ardından, on dört gün içinde tüketici tarafından kendisine yapılan ödemeyi iade etmelidir. Cayma hakkı açısından öngörülen diğer yükümlülükler, aracılık eden tarafından işletilen uzaktan pazarlama sistemleri söz konusu olduğunda, aracılık edene özgü alanda kalmaktadır<sup>245</sup>. Aracılık eden kavramı ve sorumluluğu aşağıda detaylıca ele alınacaktır.

## **III. Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Eden Platformlara Karşı**

### **Tüketicinin Korunması**

#### **A. Genel olarak**

Tüketicilerin satıcı veya sağlayıcı ile fiziksel olarak bir araya gelmeksizin, uzaktan iletişim araçlarıyla iletişime geçerek kurduğu mal veya hizmet teminine ilişkin sözleşmeleri, mesafeli sözleşme olarak nitelendirmiştik. Bir mesafeli sözleşmenin varlığı için mal veya hizmetin uzaktan pazarlanmasına yönelik bir sistemin varlığının aranmakta olduğu ifade

---

<sup>242</sup> Uyaroğlu, s.131.

<sup>243</sup> İnal, s.188-189.

<sup>244</sup> Uyaroğlu, s.133.

<sup>245</sup> Özbay Özdoğru, s. 80; Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.282.

edilmişti. Bu sistem, her zaman mesafeli sözleşmenin tarafı olan satıcı veya sağlayıcı tarafından oluşturulmaz.

Günümüzde, mesafeli sözleşmeler daha çok internet üzerinden kurulmaktadır. Coğrafi sınırlamalar ve zaman kısıtı olmaksızın tüketicilere sağladığı kolaylıklar neticesine, elektronik ticaret ekosistemi yıllar bazında katlayarak büyümektedir. Özellikle pazarlama tekniklerinin ve teknolojinin gelişimine paralel olarak internet üzerinden satıcı ve sağlayıcıyı tüketici ile buluşturan farklı platformların hayatımıza girmesine neden olmuştur. Tüketiciler tarafından mesafeli sözleşme kurulmasında en çok tercih edilen yöntemlerden biri haline gelen internette de bu platformların sayısız örneği bulunmakta, bu platformlar da farklı satış modelleriyle tüketicilere hizmet sağlamaktadır.

Uzaktan iletişim kanalları oluşturan ve satıcı veya sağlayıcı ile tüketiciyi buluşturan platformlar aracılık eden sıfatıyla karşımıza çıkmaktadır. Aracılık eden platformların sorumluluğuna ilişkin olarak TKHK m.48 f.5 hükmü ve MSY'nin 20. maddesi yol göstericidir. Bununla birlikte sözleşmelerin internet üzerinden kurulması ETDHK hükümlerini de işler kılmakta olduğundan ilgili kanun hükümleri ışığında değerlendirilmelidir.

Aracılık edenler, tüketici ve satıcı veya sağlayıcı arasındaki ilişkinin tespiti, aracılık eden platformların tüketiciye karşı sorumluluğunun yeniden belirlenmesi için gereklidir. Bu itibarla öncelikle aracılık eden kavramı tanımlanarak Türk hukukunda bu konuya ilişkin düzenlemeler açıklanacaktır. Daha sonra aracılık eden platformlar ile tüketici ve satıcı veya sağlayıcı arasındaki ilişki irdelenecektir. Ardından aracılık eden platformların tüketiciye karşı sorumluluklarına mevzuatımızda yer alan düzenlemeler ışığında yer verilecektir.

## **B. Aracılık eden kavramı ve Türk hukukundaki yeri**

Satıcı veya sağlayıcı, mesafeli sözleşme kurulması için gerekli olan uzaktan iletişim araçlarını kendisi sağlayabileceği gibi başka yerlerden de destek alabilir. Örneğin sanal pazaryerlerini tercih edebilir. Sanal pazaryerleri, farklı işletmelerin mal ve hizmetlerini

tanıtım ve satışlarına imkan veren, internet sitesi şeklinde oluşturulan sanal ticaret merkezleridir<sup>246</sup>.

Sanal pazaryerlerini işleten kişiler, sanal pazaryeri işletmecisi olarak isimlendirilirler. Bu kişiler ETDHK'nin 2. maddesinde "aracı hizmet sağlayıcı" olarak adlandırılmış ve "Başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişileri, ... ifade eder" şeklinde tanımlanmaktaydı. 2022 yılında ETDHK'ye getirilen değişikliklerle bu kişiler "elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı" olarak ifade edilmiş ve "elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcı" olarak tanımlanmıştır. Değişiklik gerekçesi incelendiğinde kanun koyucunun amacının elektronik ticarete faaliyet gösteren aracılık hizmeti sunan platformları ayırıştırma niyeti görülmektedir. Zira aracı hizmet sağlayıcı kavramı büyük ve küçük ölçekte pek çok işletmeyi içine alan bir kapsama sahipken elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı elektronik ticaret faaliyetinde bulunulan internet sitesi, mobil site veya mobil uygulama gibi platformlarda hizmet gösteren, nispeten daha büyük ölçekteki işletmeler için kullanılmaktadır.

Gereğede yer alan "... elektronik ticaret pazar yerinde kendisinin satış yapıp yapmadığına bakılmaksızın diğer elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcılar, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı olarak ... tanımlanmaktadır." ifadelerinden hareketle, kanun koyucunun bu amacı açıkça görülmektedir. Zira elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı kavramı yalnızca firmadan tüketiciye -B2C- değil aynı zamanda firmadan firmaya -B2B- gibi farklı satış modellerine de cevaz veren ve hukuki belirliliğe daha çok hizmet eden bütünleyici bir tanımdır. Kanaatimizce bu şekilde bir ayırım, gelişen pazarlama teknolojileri ve büyüyen elektronik ticaret ekosistemine daha uyumludur. Çalışmamızın konusunu oluşturan mesafeli sözleşmeler açısından değerlendirildiğinde, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıları sanal

---

<sup>246</sup> DEMİREL, Aysel: Elektronik Pazaryeri Uygulamalarında Taraflar Arası Hukuki İlişkiler ve Özellikle Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2020, s.18; Özdemir Kocasakal, s.31, Gezder, Tüketicinin Korunması, s.43.

pazaryerlerinin sahibi olarak kabul edilerek tüketici ekseninde yorum yapılacağından gerek TKHK gerekse MSY lafzından hareketle aracılık eden platform ifadesi kullanılacaktır.

Ezcümle satıcı ve sağlayıcı mesafeli sözleşmelerin kurulmasında kendi elektronik ticaret sitelerini veya uzaktan iletişim kanallarını kullanabileceği gibi başkaları tarafından oluşturulmuş sanal pazaryerlerini de tercih edebilir. Sanal pazaryerleri, “*firmaların mal ve hizmetlerini tanıtmalarına, bunları satmalarına ve firmaların ya da tüketicilerin bu ürünleri inceleyerek ihtiyaç duydukları ürünleri satın almalarına imkân veren*” internet siteleri, mobil siteler veya mobil uygulamalardır<sup>247</sup>.

### 1. Aracılık eden ifadesinin tanımlanması

Mesafeli sözleşmelerin kurulmasına aracılık eden platformlar TKHK’de tanımlanmıştır. Öğretide aracılık eden kavramı, uzaktan pazarlamaya yönelik sistemi kuran, uzaktan iletişim araçları vasıtasıyla sözleşmenin kurulmasını sağlayan platformlar olarak nitelendirilmektedir<sup>248</sup>.

Her ne kadar aracılık edenin TKHK’de tanımı yapılmadığını ifade etsek de m.48 f.5’te aracılık eden işaret edilmiştir. Buna göre “*Oluşturdukları sistem ile satıcı veya sağlayıcı adına mesafeli sözleşme kurulmasına aracılık eden aracı hizmet sağlayıcılar, sistem aracılığıyla kurulan mesafeli sözleşmelerden doğan hak ve yükümlülüklerin kullanım süresi boyunca tüketicilerin yönetmelikle belirlenen hususlara ilişkin talep ve bildirimlerini iletebilmelerine ve takip edebilmelerine elverişli bir sistemi kurmak ve kesintisiz olarak açık tutmakla yükümlüdür*” denilerek aracılık eden kavramı işaret edilmiş ve temel yükümlülüğüne değinilmiştir.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği’nde ise 2022 yılında yapılan değişiklikler neticesinde hem aracılık edenin hem de platformun tanımı ulusal mevzuatımıza kazandırılmıştır. Aracılık eden olarak ifade ettiğimiz aracı hizmet sağlayıcılar, aracı hizmet sağlayıcı olarak elektronik ticaret hukuku mevzuatımıza paralel şekilde isimlendirilmiştir. Buna göre “*Oluşturduğu sistem ile uzaktan iletişim araçlarını kullanmak veya kullandırmak*

<sup>247</sup> Ekici, s.219; GÜNDÜZ, Meral: e-Ticaret ve Yenilikçi Yaklaşımlar, Ankara, 2009, <http://www.e-ticaretmerkezi.net/yurtdisina-eticaret.pdf> (E.T. 21.12.2022), s.4.

<sup>248</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.279; Özbay Özdoğru, s.28; Uyaroğlu, s.64.

suretiyle satıcı veya sağlayıcı adına mesafeli sözleşme kurulmasına aracılık eden gerçek veya tüzel kişi” olarak ifade edilen aracı hizmet sağlayıcıların tanımı, TKHK m.48 f.5’teki ifadelerle de paralel şekildedir.

Platform kavramı “Kamu hizmetlerinin tek noktadan sunulduğu ortak kamu elektronik platformu hariç olmak üzere, aracı hizmet sağlayıcının mesafeli sözleşme kurulmasına aracılık etmek üzere oluşturduğu sistem” olarak tanımlanmıştır. Hukuken anlatılmak istenen elektronik ticaret hukuku mevzuatımızdaki elektronik ticaret pazar yeridir. Elektronik ticaret pazar yeri ETDHK’ye göre “Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının aracılık hizmetlerini sunduğu elektronik ticaret ortamı” olarak ifade edilmektedir. Elektronik ticaret ortamının da ayrıca tanımına yer verilmiştir. Bu da “Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan internet sitesi, mobil site veya mobil uygulama gibi platformlar” olarak tanımlanmıştır. Kanaatimizce bu şekilde detaylı tanımlamalar ve sair mevzuatlarda farklı şekillerde tanımlanan ve isimlendirilen, oysa aynı kavramı ifade eden kavramlar terminolojik karmaşaya sebebiyet vermektedir.

Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun kapsamında aracılık edenler ise yukarıda ifade edildiği gibi, elektronik ticaret pazar yerinde hizmet gösteren satıcı veya sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkan sağlayan aracı olarak tanımlanmaktadır. Mesafeli sözleşmenin kurulmasına aracılık edenler ise daha sınırlı bir anlamı ifade etmektedir. Tüketici hukuku anlamında aracılık eden kavramından bahsedilebilmesi için sözleşmenin mesafeli sözleşme niteliğini haiz olması gerekmektedir<sup>249</sup>. Bu noktada aracılık eden kavramı ile kastedilen, uzaktan pazarlama sistemini işleterek tarafların iletişime geçmesine ve sistemin imkan tanıdığı olanaklar ile sözleşmenin kurulmasına aracılık eden gerçek ve tüzel kişilerdir.

Öğretide konuyla ilgili yapılan en kapsayıcı ve sistematik tanım “İnternet üzerinden oluşturdukları sanal pazar yerleri sayesinde, elektronik ticaret ortamı sağlayarak satıcıların web sitesi üzerinden ürünlerini satışa sunmalarına ve bu sayede alıcıların satışa sunulan ürünleri bu web siteleri üzerinden veya fiziken satın almalarına olanak sağlayan gerçek veya

---

<sup>249</sup> Özbay Özdoğru, s.29; DEMİRBAŞ, Harun: 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Hizmet Sağlayıcıları ve Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Yükümlülükleri, Ankara, Seçkin Yayınları, 2015, s.26.

*tüzel kişiler aracı hizmet sağlayıcı olarak adlandırılır.*” şeklindedir<sup>250</sup>. Bu tanımın daha iyi anlaşılabilmesi ve aracılık eden kavramının net bir şekilde ortaya konabilmesi için aracılık eden ile tüketici ve aracılık eden ile satıcı veya sağlayıcı arasındaki ilişkinin hukuki niteliği belirlenmelidir.

## **2. Aracılık eden ve taraflar arasındaki ilişkinin hukuki niteliği**

Aracılık eden, uzaktan iletişim kurulmasına imkan tanıyan platformu ile tüketiciyi ve satıcıyı buluşturmaktadır. Özellikle internet üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelerde, üç köşeli bir ilişki bulunmaktadır<sup>251</sup>: Satıcı ve sağlayıcı ile aracılık eden arasında ürün teşhirine ilişkin bir sözleşme, tüketici ve aracılık eden arasında üyelik sözleşmesi, satıcı veya sağlayıcı ile tüketici arasında kurulan mesafeli sözleşme.

Aracılık edenin yükümlülükleri daha detaylı olarak aşağıda irdelenecektir ancak genel olarak elektronik ticaret ortamının güvenliğini sağlamakla yükümlüdür. Aracılık eden, işlettiği sistem üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelere konu olan siparişlerin satıcı veya sağlayıcıya bildirilmesini sağlamalıdır.

Vekalet sözleşmesi TBK m.502’de “*vekilin vekâlet verenin bir işini görmeyi veya işlemi yapmayı üstlendiği sözleşmedir*” şeklinde tanımlanmıştır. Vekalet sözleşmesi, vekilin vekalet verenin menfaatine ve iradesine uygun bir sonucu elde etmeye yönelik bir iş görmeyi üstlendiği sözleşmedir<sup>252</sup>. Aracılık eden bu süreçte hem tüketicinin hem de satıcı veya sağlayıcının bir temsilcisi, vekili gibi davranır.

Aracılık eden ile tüketici arasında kurulan sözleşmede aracılık eden, mesafeli sözleşmenin kuruluş ve ifasına yönelik süreçte tüketici adına birtakım işlemleri gerçekleştirmeyi üstlenir, mesafeli sözleşmenin kuruluş ve ifasında tüketiciyi temsilen hareket eder. Tüketicinin beyan ve taleplerini satıcıya iletir. Bu kapsamda aracılık eden ile

---

<sup>250</sup> Çekirdek, s.56; Demirbaş, s.25; KORKMAZ, Ezgi /YAVUZER, M. Fatih: 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanuna İlişkin Değerlendirme, GSI Articleletter, Part 1, 2015, s.10.

<sup>251</sup> Çekirdek, s.56.

<sup>252</sup> Eren, Özel Hükümler, s.705; Çekirdek, s.60.

tüketicinin arasındaki hukuki ilişkinin, vekalet sözleşmesine dair unsurları barındırdığı söylenebilir<sup>253</sup>.

Aracılık edenin satıcı ile olan ilişkisi ise öğretide farklı şekillerde isimlendirilmektedir. Konu öğretide acente, tek satıcılık, komisyonculuk, pazarlamacılık, satış için bırakma gibi farklı sözleşme tipleriyle benzeştirilebileceği gibi klasik iş görme edimi ya da platform sağlama sözleşmesi gibi bir isimsiz sözleşme tipi ile de açıklanmıştır.

#### a. Aracılık eden ile tüketici arasındaki ilişki

Mesafeli sözleşmelerde üç köşeli bir ilişkinin mevcudiyetinden söz edilmişti. Tüketici ve aracılık eden arasındaki ilişki için üyelik sözleşmesi bulunduğu ifade edilmişti. Her ne kadar tüketiciler üye olma eğiliminde olsalar da bu platformlardan yararlanılabilmesi için üye olma zorunluluğu yoktur. Bununla birlikte tüketiciler kampanya ve diğer saiklerle bu platformlardan üye olarak alışverişlerini gerçekleştirmektedir. Zira bu platformların üyeleri için hazırlanmış olduğu bir dizi avantajlı teklifi mevcuttur. Aracılık edenler, tek yanlı olarak hazırladıkları üyelik sözleşmeleri ile uzaktan pazarlama sisteminin işleyişine ve kurulacak mesafeli sözleşmelere ilişkin kuralları açıklamaktadır<sup>254</sup>.

Tüketici bu platforma üye olmayı tercih ettiklerinde, tüketici ve aracılık eden arasında kendine özgü hükümleri olan bir tür üyelik sözleşmesi kurulur. Mesafeli sözleşmenin, bir sözleşme tipi olmadığı, sözleşmenin kurulma biçimini ifade ettiği belirtmiştik. Üyelik sözleşmesi kurulurken aracılık eden ve tüketici fiziken bir araya gelmediği için bu sözleşme de mesafeli olarak kurulmaktadır<sup>255</sup>.

Üyelik sözleşmesi gerek kanunda gerekse öğretide net bir tanıma sahip değildir. Şüphesiz hukukumuzdaki sözleşme serbestisi, tüm sözleşme türlerinin kanunda sayılmasına olanak vermez. **Eren**, bu sözleşmeleri “*TBK veya diğer herhangi bir kanunda özel bir biçimde, az ya da çok ayrıntılı olarak düzenlenmiş olmayan sözleşmeler*” olarak tanımlamıştır<sup>256</sup>. Düzenleme özgürlüğü uyarınca taraflar, bir yandan sözleşmenin tipini,

<sup>253</sup> Özbay Özdoğru, s.40; YAVUZ, Cevdet / ACAR, Faruk / ÖZEN, Burak: Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler, 10. Bası, Beta Yayınevi, İstanbul, 2014, s.643; Aral/Ayrancı, s.451.

<sup>254</sup> Özbay Özdoğru, s.32; Çekirdek, s.75.

<sup>255</sup> BÜTÜN YILMAZ, Derya: Mesafeli Sözleşmelerin Kapsamı, AÜHFD, 69 (2) 2020, s. 325-368, s.357; Çekirdek, s.76.

<sup>256</sup> Eren, Özel Hükümler, s.933’ten alıntıdır.

diğer yandan da içeriğini, özellikle esaslı unsurlarını, asli edim yükümlerini serbestçe belirler. Taraflar, sözleşmenin tipini ve içeriğini belirlemede, TBK’de düzenlenmiş belirli bir sözleşmeyi seçebilecekleri gibi düzenlenmemiş isimsiz sözleşmeleri yapma özgürlüğüne de sahiptirler. Böylece taraflar, TBK’deki sözleşmelerin birtakım unsurlarını bir araya getirmek suretiyle kanunda düzenlenmeyen *karma sözleşme* kurabilirler ya da kanunda düzenlenmiş sözleşmelerden farklı olarak doğrudan kendilerinin öngördüğü ve kendilerinin yarattığı unsurları bir araya getirerek *kendine özgü -sui generis-* sözleşme kurabilirler.

Bu sözleşmeler, kısmen ya da tamamen, kanunda düzenlenen sözleşme tiplerinde yer almayan unsurlardan meydana gelir. Herhangi bir isimli sözleşmenin unsurunu içermedikleri gibi karma sözleşme de değildir. Bu sözleşmeler tarafların asli unsurlarını doğrudan kendilerinin belirlediği sözleşmelerdir. Bu edimler özel bir bütünsellik arz edecek şekilde meydana gelirler.

Yukarıda da detaylıca açıkladığımız gibi isimli bir sözleşme ve isimsiz bir sözleşmenin unsurlarının bir araya gelmesiyle kurulan sözleşmelerin karma sözleşme mi kendine özgü sözleşme mi olarak isimlendirileceği hususunda öğretide tartışma mevcuttur. Bu tür bir birlikteliğin geniş anlamda karma sözleşme olarak isimlendirileceğini savunan yazarlar mevcuttur<sup>257</sup>. **Eren**’e göre bu sözleşmeler karışıklığa sebebiyet vermemesi için uygulamada sıklıkla karşılaşılan bir akitse kitlesel tipik, uygulaması yoğun değilse bireysel tipik isimsiz sözleşme olarak tanımlanmalıdır<sup>258</sup>.

Kendine özgü sözleşmelerde taraflar uyuşmazlık konusu vakıaları çözmek için kendi iradeleriyle uygulanacak hukuku belirleyebilirler. Bu şekilde bir tayin varsa, taraf iradeleri doğrultusunda çözülür. Şayet yok ise, hakimin hukuk yaratması usulü somut olay adaleti için uygundur<sup>259</sup>. Uygulamada nadir olarak karşılaşılan bir sözleşme ise hakim TMK m.4’e göre bir kural koyarak akde bunun uygulanmasını sağlar.

Üyelik sözleşmesi olarak ifade ettiğimiz sözleşme de kanunda unsurları net bir biçimde çizilmeyen, asli edimleri belirlenemeyen bir sözleşmedir. Tüketici adres, telefon

---

<sup>257</sup> Bkz. Eren, Özel Hükümler, s.950, dn.59.

<sup>258</sup> Eren, Özel Hükümler, s.949; SOYLU, Feyzanur: İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Samsun 2022, s.54.

<sup>259</sup> Eren, Özel Hükümler, s.951; Soylu, s.91-92; YÜCER AKTÜRK, Zeynep İpek: İsimsiz Sözleşme Genel Teorisi ve Uzaktan Eğitim Sözleşmesi, Yetkin Yayınları, Ankara, 2016, s.104.

numarası ve elektronik posta adresi gibi iletişim bilgilerini ve ödeme bilgilerini aracılık eden ile paylaşarak, bu bilgilerin aracılık edenin alt yapısında saklanmasına izin vermektedir. Aracılık eden ise tüketiciye ait bilgileri saklama yükümlülüğü altındadır ve bu bilgileri ücretsiz olarak saklar<sup>260</sup>. Tüketicinin daha önce satın aldığı ürünlerin kaydının tutulması, ürünlerin tüketiciye ulaştırılması sürecinde bilgilendirilmesi ve daha sonraki alışverişler için tüketicinin kampanya ve fırsatlardan haberdar edilmesi aracılık edenin sunduğu hizmetler arasında yer almaktadır.

Üyelik sözleşmesi tüketici ile aracılık eden arasında kurulmuş olan bir çerçeve sözleşme niteliğindedir<sup>261</sup>. Üyelik ilişkisinin kurulmadığı ve üye olunmaksızın alışveriş yapılan hallerde dahi, tüketicinin platformu kullanarak mesafeli sözleşme kurmasıyla birlikte, tüketici ile aracılık eden arasında sözleşme ilişkisinin kurulduğunu kabul etmek gerekir. Zira tüketici yine ödeme ve kişisel bilgilerini paylaşacak, aracılık eden ise tüketicinin kişisel verilerini koruma ve saklama yükümlülüğünü yerine getirecektir.

Aracılık eden, tüketiciye karşı sunduğu hizmet karşılığında tüketiciden bir ücret talep etmemekte; çoğunlukla satıcı veya sağlayıcıdan her bir mesafeli sözleşme üzerinden komisyon almaktadır<sup>262</sup>. Bu sebepten dolayı tüketici ve aracılık eden arasında kurulan sözleşmede üyelik ücreti, abonelik ödemesi mevcut değildir.

Aracılık edenin tüm bu yükümlülüklerinin amacı güvenli bir alışveriş ortamı temin etmektedir. Bu yüzden aracılık eden tüketicinin satıcı veya sağlayıcı ile sözleşme kurabilmesini sağlamaya yönelik bir sistem oluşturma, güvenliğe yönelik tedbirler alma gibi görev ve sorumlulukları ise yadsınamaz. Görüldüğü gibi edimlerin çerçeve içeriğe sahip olması ve tarafların doğrudan kendilerinin yarattığı unsurlar ile sözleşmenin asli edimlerini belirlemeleri, tüketici ve aracılık eden arasındaki ilişkiyi kendine özgü *-sui generis-* sözleşmeye yaklaştırmaktadır.

Öğretide de aracılık edenin sağladığı güvenceler gözetilerek sözleşmenin bir tür kendine özgü isimsiz sözleşme olduğu sonucuna varılmıştır. Bunun dışında satıcının edimini ifa etmemesi halinde doğacak zarar tehlikesini garanti etmesi gibi bir durum söz konusu

---

<sup>260</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.280.

<sup>261</sup> Özbay Özdoğru, s.33.

<sup>262</sup> Özbay Özdoğru, s.40.

değildir<sup>263</sup>. Kanaatimizce aracılık eden ile tüketici arasındaki üyelik sözleşmesi ve benzer sözleşmeler için niteliği gereği ayrıca yukarıda açıklanan tüm bu sebeplerle kendisine özgü -*sui generis*- bir özel hukuk sözleşmesi olarak nitelendirilebilir.

## **b. Aracılık eden ile satıcı ve sağlayıcı arasındaki ilişki**

Aracılık eden ile satıcı veya sağlayıcı arasındaki sözleşmenin niteliği, edimlerin kanunda unsurları belirtilmiş sözleşmelerden birden fazlasına yakın olması ve farklı satış modellerinin hayatımıza girmesiyle öğretide tartışılır hale gelmiştir. Buna göre kimi yazarlara göre bu klasik bir iş görme sözleşmesidir<sup>264</sup>. Bazı yazarlara göre satış için bırakma sözleşmesidir<sup>265</sup>.

Aracılık edenle satıcı veya sağlayıcı arasındaki sözleşmenin bir iş görme sözleşmesi olduğunu ifade eden görüşe göre mal veya hizmet aracının kurduğu sistem sayesinde tüketiciye tanıtılır ve satılır. Aracılık eden, tüketicinin satın almak istediği mal veya hizmeti alternatifleriyle beraber tüketicilere sunmakta, tüketiciler ise dilediği satıcıyı, kalite, fiyat, nitelikleri belirlemek suretiyle satış sözleşmesini satıcı veya sağlayıcı ile akdetmektedir.

Sözleşme, edimleri itibariyle komisyon, pazarlamacılık, simsarlık, acente ve tek satıcılık gibi farklı sözleşmelerle de benzeştirilmektedir. Aşağıda bu konu detaylıca irdelenecektir. Öğretide sözleşmeyi kendine özgü -*sui generis*- bir isimsiz sözleşme olarak tanımlayan bazı yazarlar bulunmaktadır<sup>266</sup>. Yine öğretide ilgili sözleşmenin “*platform sağlama sözleşmesi*” olarak isimlendirilmesi söz konusu olmuştur<sup>267</sup>. Aracılık eden ve satıcı arasındaki sözleşme kanaatimizce aşağıda detaylarıyla irdeleneceği üzere satış için bırakma sözleşmesinin internete özgü bir görünümü olarak ifade edilebilir.

### **aa. Sözleşmenin komisyon sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi**

Komisyon sözleşmesi TBK m.532’de “*Komisyoncunun ücret karşılığında, kendi adına ve vekalet verenin hesabına kıymetli evrak ve taşınurların alım veya satımını üstlendiği*

---

<sup>263</sup> Çekirdek, s.82-83.

<sup>264</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.280.

<sup>265</sup> Ekici, s.215.

<sup>266</sup> Özbay Özdoğru, s.60.

<sup>267</sup> OLGAC, Samet Can: Tek Satıcılık Sözleşmesi ve Tek Satıcının Denkleştirme İstemi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2020, s.89.

*sözleşme*” olarak tanımlanmaktadır<sup>268</sup>. Diğer işler hakkındaki komisyonculuk faaliyetleri sair yerlerde düzenlenmektedir. Bunlardan en bilineni TBK m. 546 f.2’deki alım satım komisyonculuğudur. Komisyonculuğun özel bir türü olan taşıma işleri komisyonculuğu da TTK’de düzenlenmiştir. Ancak satışı konu edinen sözleşme türlerinden bahsedildiği için bu başlıkta yalnızca alım satım komisyonculuğuna ilişkin değerlendirmeler açıklanmaktadır.

Platform hizmeti sunan aracı hizmet sağlayıcı, ürünlerin satışını elektronik ortamda gerçekleştiren satıcıdan belirli bir komisyon alır. Karşılığında ona sanal pazaryeri sağlar ve ürünlerini alıcılarla buluşturur.

Komisyon sözleşmesi dolaylı temsil ilişkisinin tipik bir örneğidir<sup>269</sup>. Komisyoncu, sözleşmede kendi adına ve vekalet veren hesabına hareket eder<sup>270</sup>. Bu itibarla aracı hizmet sağlayıcı ile satıcı arasındaki sözleşmenin niteliği noktasında ilk olarak aracı hizmet sağlayıcının komisyoncu gibi hareket ettiği söylenebilir. Zira aracılık eden platformlar da komisyon almaktadır. Ancak, komisyoncunun üçüncü kişiyle yaptığı alım veya satım işlemlerinden doğan hak ve borçlar komisyoncuya aittir. Ne var ki aracılık eden tüketici ile satıcı arasında yapılan sözleşmede taraf değildir. Ezcümle bu sözleşmenin bir komisyon sözleşmesi olduğu söylenemez<sup>271</sup>.

#### **bb. Sözleşmenin pazarlamacılık sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi**

Pazarlamacılık sözleşmesi, TBK m.448’de *“pazarlamacının sürekli olarak, bir ticari işletme sahibi işveren hesabına ve işletmesinin dışında, her türlü işlemin yapılmasına aracılık etmeyi veya yazılı anlaşma varsa, bu anlaşmada belirtilen işlemleri yapmayı, işletme sahibi işverenin de buna karşılık ücret ödemeyi üstlendiği sözleşme”* olarak tanımlanmaktadır. Pazarlamacılık sözleşmesinde bir işletmedeki mal ve hizmetlerin işletme merkezi dışındaki yerlerde de tanıtımı ve satılması sağlanmaktadır<sup>272</sup>.

Aracılık edenin tanımını yaparken satıcının ürünlerini satması için sanal pazaryerleri oluşturduğunu ve tüketicilerle buluşturduğunu ifade etmiştik. Yine yukarıda tüketicilere

---

<sup>268</sup> Ayhan/ Çağlar, s.530.

<sup>269</sup> Çekirdek, s.60; KOÇ, Derviş: Pazarlamacılık Sözleşmesi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2014, s.25; Ayhan/ Çağlar, s.492.

<sup>270</sup> ÇAKMAKLI, Hande Deniz: Alım-Satım Komisyonculuğu Sözleşmesi, Ankara 2018, s.82.

<sup>271</sup> Çekirdek, s.61.

<sup>272</sup> Koç, Pazarlamacılık Sözleşmesi, s.17-18.

yönelik reklamlarla ürünün görünürlüğünü ve tanınırlığını arttırdığını böylece satış yapılmasına aracılık ettiğini işaret etmiştik. Bu yönüyle aracılık edenin faaliyetleri pazarlamacının faaliyetleri ile benzeşmektedir.

Ancak aradaki fark, pazarlamacının kimin adına hareket ettiğidir. Pazarlamacı TBK m. 450’de belirtildiği gibi işveren adına hareket etmektedir. İşverenin açık izni olmadıkça kendi hesabına veya başkalarının hesabına işlem yapamaz. Aracılık eden ise satıcı ve tüketici arasında akdedilen mesafeli sözleşme ilişkisine girmemektedir. TBK m.450’de belirtilen müşteri ziyaretlerini yapmaz. Pazarlamacının faaliyetlerini işverenin talimatlarına uygun olarak onun denetim ve gözetimi altında yerine getirmesi gerekmektedir. Aracılık eden ise pazarlamacıya göre daha bağımsız bir karakteristiğe sahiptir.

### **cc. Sözleşmenin tek satıcılık sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi**

Tek satıcılık sözleşmesinin kanuni bir tanımı yoktur ancak öğretide ve Yargıtay kararlarında tanımlanmıştır. Buna göre “*tek yetkili satıcı, kendisine bırakılan bölgede, tekel hâlinde müvekkil firmanın mamullerini devamlı olarak kendi nam ve hesabına satar ve pazarlar*”<sup>273</sup>. Yargıtay kararlarında ise tek satıcılık “*Tek satıcılık sözleşmesi, sağlayıcı ile tek satıcı arasındaki hukukî ilişkileri düzenleyen çerçeve niteliğinde ve sürekli bir sözleşme olup, bu sözleşmeyle yapımçı, ürünlerinin tamamını veya bir kısmını belirli bir bölgede tekele sahip olarak satmak üzere tek satıcıya bedeli karşılığında göndermeyi buna karşılık tek satıcı da sözleşme konusu malları kendi adına ve hesabına satarak malların sürümünü arttırmak için faaliyette bulunmayı yüklenir.*” şeklinde ifade edilmektedir<sup>274</sup>.

Tek satıcılık sözleşmesinde tek satıcı sözleşmede belirlenmiş olan fiyat ve miktardaki malı yapımcıdan satın almakla yükümlüdür. Yapımcının da belirli bir bölgede yalnızca sözleşmenin tarafı olan tek satıcıya bu ürünleri satmak ve teslim etme yükümlülüğü vardır<sup>275</sup>. Ayrıca tek satıcılık sözleşmelerinde tek satıcı, doğrudan kendi nam ve hesabına hareket ederek sözleşme kapsamında yapımcıdan satın aldığı ürünleri kendi nam ve hesabına satar.

<sup>273</sup> POROY, Reha/ YASAMAN, Hamdi: Ticari İşletme Hukuku, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2010, s. 264.

<sup>274</sup> Yargıtay 11.HD. E.2018/4373, K.2019/5710, T.23.09.2019; Yargıtay 19.HD. E.2003/1710, K. 2003/10859, T. 03.11.2003; Yargıtay 11. HD. E.2015/11017, K. 2016/5453, T.12.05.2016.

<sup>275</sup> Poroy/Yasaman, s.283; Çekirdek, s.63.

Aracılık eden belirli bir bölge ile sınırlandırılmayan bir faaliyet yürütmektedir. Özellikle sağladığı sanal pazaryeri ile uluslararası boyutta bile satış yapabilmektedir. Ayrıca aracılık edenin kendisinin satış yapmaması, bizzat satıcının satış yapmasına imkan tanıyan bir platform kurması söz konusudur. Dolayısıyla aracılık eden ve satıcı arasındaki sözleşme tek satıcılık sözleşmesi ile benzer de bu sözleşme tek satıcılık sözleşmesi olarak nitelendirilemez.

#### **dd. Sözleşmenin acentecilik sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi**

Acente, TTK m. 102’de “*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 kimse*” olarak tanımlanmıştır.

Acentelik sözleşmesinin söz konusu olabilmesi için sözleşmenin taraflarının tacir veya tacir adına faaliyette bulunan olan acente olması gerekmektedir<sup>276</sup>. Sanal pazaryerlerinde satıcılar her zaman tacir olmaz. Tacir olmayan bir esnaf işletmesi veya tüketiciler de satıcı olarak elektronik ticaret faaliyetinde bulunabilir. Dolayısıyla aracılık eden ile satıcı arasındaki sözleşmenin acentelik sözleşmesi niteliği taşıması ancak hizmet sağlayıcının tacir olması halinde düşünülebilir.

Diğer bir yandan acentecilik sözleşmesi, bağımsızlık ve süreklilik gibi farklı unsurları ihtiva etmektedir. Aracılık eden ile satıcı arasındaki sözleşme ise öğretilerde ifade edildiği üzere bu unsurlara paralel özellikler göstermektedir<sup>277</sup>. Acentenin müşteri çevresinin sınırlarıyla ilgili olarak öğretilerde yer alan bir görüşe göre, aracılık eden platformların faaliyetlerinin internet ile sınırlı olması nedeniyle aracılık eden platformlara belirli bir müşteri çevresinde tekel hakkı tanındığının kabul edilmesi gerekir<sup>278</sup>. Keza öğretilerde diğer bir görüşe göre platformu kullanabilecek kişiler üyelik sözleşmesi ile seçildiğinden TTK m.22’deki şartlar gerçekleşerek tekel hakkı tanınmış olur<sup>279</sup>. Yine aynı şekilde satıcı, aracılık

<sup>276</sup> Çekirdek, s.64; Ayhan/ Çağlar, s.542.

<sup>277</sup> Çekirdek, s.65-66.

<sup>278</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.115-153, s. 132.

<sup>279</sup> Olgaç, s.90.

edene idari nitelikli emir ve talimat veremez. Bu da Yargıtay'ın acenteler için öngördüğü kurallarla bağdaşmaktadır. Yargıtay 22. HD bu hususu 24.06.2013 tarih ve 2013/14755 E., 2013/15294 K. sayılı kararında “*Acente, kısaca kendi ticari işletmesini bağımsız bir tacir sıfatıyla işletmelidir. Bu sebeple müvekkili acenteye faaliyet ve çalışma düzenine dair olarak idari nitelikli emir ve talimat veremez.*” şeklinde ifade etmiştir.

Acentecilik sanal pazaryerlerinde karşımıza iki şekilde çıkmaktadır: Yeniden satıcılık ve klasik model. Yeniden satıcılık modelinde, aracılık eden satıcıdan satın aldığı ürünleri kendi adına ve hesabına satmaktadır. Dolayısıyla bu durumda, üçüncü kişilere karşı tüm riski de kendisi üstlenmektedir. Klasik acentelik modelinde ise, aracılık eden kendi nam ve hesabına değil, satıcının nam ve hesabına hareket ederek aracılık faaliyetinde bulunmakta ve bunun karşılığında belli bir ücret almaktadır. Bu modelde, sözleşmenin asıl tarafı aracılık eden değil satıcı olduğundan üçüncü kişilere karşı sorumluluk satıcı tarafında olur<sup>280</sup>.

Kanaatimizce aracılık edenin faaliyetlerini yalnızca internet ortamında gerçekleştirmesi nedeniyle, aracılık edene tekel hakkı verildiğinin kabulü mümkün değildir. Çünkü bu platformlardan üyeler değil üye olmayanlar da rahatlıkla yararlanabilmektedir. Tüketici çevreleri için bir sınırlama yapılamaz<sup>281</sup>. Tacir ve esnaf karmaşası da internet üzerinden yapılan alışverişlerde belirgin olduğundan, kanaatimizce, aracılık eden ile satıcı arasındaki sözleşme her ne kadar acentelik sözleşmesine bazı unsurları bakımından benzese de ifade edilen sebeplerle bu sözleşmenin acentelik sözleşmesi olduğundan bahsedilemez.

#### **ee. Sözleşmenin simsarlık sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi**

Türk Borçlar Kanunu m. 520’de tanımlanan simsarlık sözleşmesi “*Simsarın taraflar arasında bir sözleşme kurulması imkânının hazırlanmasını veya kurulmasına aracılık etmeyi üstlendiği ve bu sözleşmenin kurulması hâlinde ücrete hak kazandığı sözleşme*” olarak ifade edilmiştir. Simsarın asıl amacı, birbirlerini tanımayan veya farklı yerlerde bulunan tarafları buluşturup sözleşme yapmalarına aracılık etmek, onlara sözleşme yapma imkanı

---

<sup>280</sup> Olgaç, s.89.

<sup>281</sup> Çekirdek, s.68.

sağlamaktır<sup>282</sup>. Aracılık edenin tüketici ve satıcıyı zaman ve mekan gözetmeksizin sağladığı sanal pazaryerine buluşturması bu sözleşmeyi, simsarlık sözleşmesi ile benzer kılmaktadır

Simsar, sözleşmenin kurulmasında sadece aracı görevi görmektedir. Simsar tüketici ve satıcı arasındaki sözleşmeye taraf olmaz<sup>283</sup>. Daha önce bahsedildiği üzere aracılık edenler de tüketici ve satıcılar arasında kurulan sözleşmenin tarafı değildirler. Aracılık eden ile satıcı arasındaki sözleşme bu yönüyle de simsarlık ilişkisine benzemektedir.

Simsarın aracılık ettiği sözleşmede ücret hakkı vardır ve bu ücret hakkı, aracılık ettiği sözleşmenin ifasına bağlı değildir. Bu noktaya kadar benzer özellik gösteren aracılık eden ile satıcı arasındaki ilişkiyi bu kez belirli bir komisyon karşılığı faaliyet gösteren aracılık edenler ve satıcıdan komisyon almadan faaliyet gösteren aracılık edenler şeklinde ikiye ayırarak incelemek gerekir<sup>284</sup>.

Aracılık edenlerin oluşturdukları platform ile satış yapılmasının mümkün olduğu ve mesafeli sözleşmenin internet sitesi üzerinden kurulduğu hallerde aracılık eden, satıcılardan belirli bir komisyon alabilir. Bu durum simsarın faaliyeti neticesinde aracılık ettiği sözleşmenin kurulduğu hallerde ücrete hak kazanmasını ifade eder. Dolayısıyla bu sözleşmeleri simsarlık sözleşmesi ile benzetebiliriz. Komisyon almaksızın hareket eder ise, ücret unsuru sağlanamadığından simsarlık sözleşmesinden ayrılan bir ivme kazanır.

#### **ff. Sözleşmenin satış için bırakma sözleşmesi bağlamında değerlendirilmesi**

Aracılık eden ile satıcı arasındaki sözleşmenin benzerliğiyle tahlil edilmesi gereken bir diğer sözleşme ise satış için bırakma sözleşmesidir. Satış için bırakma sözleşmesi olarak ifade eden görüş öğretilerde tarih olarak nispeten daha yenidir. Bu görüş, satış için bırakma sözleşmesinin tanımından yola çıkmaktadır. Satış için bırakma sözleşmesi “*Satış için bırakanın, mülkiyeti kendisine ait olan bir malı, tespit ettiği bedele, üçüncü bir kişiye kendi ad ve hesabına satması amacıyla satış için alana bırakmayı, satış için alanın da bırakılan*

---

<sup>282</sup> Yavuz/ Acar/ Özen, s.1312; Ayhan/ Çağlar, s.521.

<sup>283</sup> Çekirdek, s.70; ÜÇYILDIZ, Himmet: Simsarlık Sözleşmesi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya 2019, s.13.

<sup>284</sup> Çekirdek, s.71; Ayhan/ Çağlar, s.515.

*malı belli bir süre içinde ya satıp parasını ödemeyi ya da aynen iade etmeyi üstlendiği sözleşme*” olarak ifade edilir<sup>285</sup>.

Roma hukukunda *aestimatum* ismiyle bilinen sözleşme günümüzde de varlığını devam ettirmektedir. Öğretide koltukçu, gezginci, bohçacı, bitpazarı sözleşmesi gibi farklı isimlerle anılmaktadır<sup>286</sup>. Uygulamadaki ismi ise konsinye satıştır<sup>287</sup>.

Satış için bırakma akdiyle bir kimse, malına belirli bir kıymet takdir ederek onu satılmak üzere üçüncü bir kişiye verir. Satmak üzere malı alan kişi malı satamaz ise iade etme, satarsa bu kez takdir edilen bedeli malın sahibine verme borcu altına girer. Eğer mal kendisine bırakılan kişi, o malı takdir edilenden daha yüksek bir bedelle satarsa aradaki fark onun olur<sup>288</sup>.

Satış için bırakma sözleşmesi iki tarafa borç yükleyen, rızai bir sözleşmedir. Çünkü satış için bırakan, malı teslim; satış için alan ise malın satışından dolayı belirlenen bedeli bırakana ödeme borcunu üstlenirler. Böylece edim değiş tokuşu sağlanır ve sözleşme her iki tarafa da borç yükleyen sözleşme niteliği kazanır. İki taraf da hem alacaklı hem borçlu olduğundan gerçek anlamıyla devir borcu doğuran bir sözleşme niteliğini haiz olur.

Sözleşmenin iki aşaması olduğundan bahsedebiliriz. Sözleşme başlangıçta, geciktirici şarta bağlıdır<sup>289</sup>. Çünkü bu halde satış için alan, eşyayı satıp bedeli satış için bırakana vermektedir. Bu şekliyle sözleşmeye TBK'nin ifada sıra, ifa güçsüzlüğü, mehil ve seçimlik haklar gibi karşılıklı borç yükleyen sözleşmelere uygulanacak hükümler ile ifa imkansızlığına ilişkin hükümler uygulanabilir.

Buna karşılık satış için alan eşyayı satamadığında, aynen geri vermek zorundadır. Burada asli edim yükümlülüğü olan bedel borcu yerine tali edim niteliğinde olan şeyi geri verme borcu altına girer. Bu haliyle sözleşme eksik iki tarafa borç yükleyen sözleşme haline

---

<sup>285</sup> Yavuz/Acar/Özen, s.32.

<sup>286</sup> GÖKTÜRK, Hüseyin Avni: Koltukçu Sözleşmesi, AÜHFD, Y.1951, s.524-548, s.524.

<sup>287</sup> “... Uyuşmazlığın çözümü için öncelikle satış için bırakma “konsinye” satış sözleşmesi kavramı üzerinde kısaca durulmasında yarar görülmüştür. ... Satım için bırakma sözleşmesinde tarafların malın üçüncü bir kişiye satılması yönündeki ortak amaçları bu sözleşmeyi karakterize eden önemli bir noktadır. ...” YHGK. E.2012/720, K.2013/266, T.20.02.2013 künyeli kararı için bkz. kazanci.com

<sup>288</sup> RADO, Türkan: Roma Hukuku Dersleri Borçlar Hukuku, İstanbul 2014, s.125.

<sup>289</sup> TANDOĞAN, Haluk: Satış İçin Bırakma Sözleşmesi, BATİDER, C.7, S.1, Y.1974, s.1-9, s.2.

gelir<sup>290</sup>. Çünkü tarafların edimleri arasında asli edim noktasında bir mübadele ilişkisi söz konusu değildir. Edimlerin düzeyi birbirini karşılamamaktadır.

Kurulması için tarafların birbiriyle uyumlu irade beyanları yeterli olan sözleşmelere rızai sözleşmeler denir<sup>291</sup>. Bu bağlamda satış için bırakma sözleşmesi rızai bir sözleşme olup, sözleşmenin meydana gelmesi için malın satış için alana teslimi şart değildir. Taraf irade beyanları sözleşmenin esaslı noktalarında karşılıklı ve birbirine uygun olması sözleşmenin kurulması için yeterlidir.

Satış için bırakma sözleşmesi, TBK’de veya herhangi bir özel mevzuatta düzenlenmediği<sup>292</sup> için isimsiz sözleşmeler içerisinde yer alır<sup>293</sup>. O halde satış için bırakma sözleşmesinin de irade serbestisi ve sözleşme özgürlüğü prensipleri sınırları içinde oluşturulduğunu söylemek mümkündür.

Satış için bırakma sözleşmesinin geciktirici şart ile bağlanmış satış sözleşmesi mi kendine özgü sözleşme mi olduğu konusunda fikir birliği bulunmamaktadır. Hakim görüş kendine özgü sözleşme olduğunu ifade etmektedir<sup>294</sup>.

Satış için bırakma sözleşmesinin tanımı ve tarafların asli edimlerinden hareketle, satıcı ve aracılık eden arasındaki sözleşme satış için bırakma sözleşmesinin internete özgü bir yansıması olabileceği akla gelmektedir. Sanal pazaryerini “*firmaların mal ve hizmetlerini tanıtmalarına, bunları satmalarına ve firmaların ya da tüketicilerin bu ürünleri inceleyerek ihtiyaç duydukları ürünleri satın almalarına imkân veren web site ve elektronik ortamlar*” şeklinde ifade etmiştik<sup>295</sup>. Aracılık eden, sanal pazaryeri sahibi olarak karşımıza çıkmaktaydı.

Firmadan tüketiciye yani “B2C” satış modeli, doğrudan üretici veya satış konusu ürünü üreticiden edinen başka firmalar tarafından satışa çıkarılan ürünleri doğrudan halka arz eden satış modelidir. Kurulan iktisadi ilişki bu firma ile tüketiciler arasında

---

<sup>290</sup> Eren, Özel Hükümler, s.1020.

<sup>291</sup> Yıldırım, s.9; Eren, Genel Hükümler, s.258.

<sup>292</sup> Öğretide satış için bırakma sözleşmesine vergi mevzuatında işaret edildiği ifade edilmektedir. Bkz. Çakmaklı, s.81, dn.252.

<sup>293</sup> Eren, Genel Hükümler, s.207.

<sup>294</sup> OFTINGER, Karl: Der Trödelvertag, Zürich 1937, s.19-20; Eren, Özel Hükümler, s.1020; Tandoğan, s.3. Aksi görüş için bkz. Eren, Özel Hükümler, s.1020, dn.11.

<sup>295</sup> Ekici, s.213.

gerçekleşmektedir. Sistemin işleyişinde ise, pazaryeri sahibi, satılacak olan ürünü genellikle kendi stoklarında bulundurmaz. Ancak bu firma, satılacak ürünün sahibi olan firma ile yaptığı sözleşme uyarınca internet sitesi üzerinden bu ürünlerin pazarlamasını yapar. Satış bedeli ürün sahibi firma tarafından belirlenir<sup>296</sup>.

Satış için bırakma sözleşmesinde, satış için alan, üçüncü kişi alıcıyla bizzat kendi nam ve hesabına sözleşme yapmaktadır. Bu husus, satış için bırakma sözleşmesiyle simsarlık sözleşmesinin de temel farklarından biridir. Sanal pazaryerlerinde, sanal pazaryeri sahibi olan firma satışı kendi adına ve hesabına yapar. Satış bedelini kendisi alır ve çoğu zaman satış bedelini kendisi fatura eder.

Bazı hallerde satıcı, ürünün depo edilmesini dahi sanal pazaryeri sahibinden talep etmektedir. Özellikle temel tüketim malzemelerinin, sanal marketlerin depolarında durması bu uygulamaya örnek verilebilir. Uygulamada bazı sanal pazaryerleri, bazı ürünleri doğrudan kendileri de satmaktadır. Bu durum ETDHK ile çelişmektedir. Zira ETDHK ek madde 2 "*Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde kendisinin veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerin markasını taşıyan ya da marka kullanım hakkını haiz olduğu malları satışa sunamaz veya bu malların satışına aracılık edemez. Bu malların, farklı elektronik ticaret ortamında satışa sunulması hâlinde bu ortamlar arasında erişim imkânı sunamaz ve birbirinin tanıtımını yapamaz.*" hükmü ile bu durum açıkça ortaya konmuştur. Bu noktada kanunda yapılan tanımların uygulamada suistimal edildiği ve kanun koyucu tarafından elektronik ticaretin dinamizmi baz alınarak yaratılan bilinçli boşluklardan yararlanılarak hareket edildiği sonucuna varılmıştır. Çalışmamızın konu sınırlaması nedeniyle bu tartışmaya girilmeyecektir.

Satış için bırakma sözleşmesinde, satış için bırakan bırakılan şeyin zilyetliğini ve mülkiyetini satış için alana devretme borcu altındadır<sup>297</sup>. Bu noktada **Eren**'e ve **Oftinger**'e göre hükmen teslim halleri zilyetliğin teslimsiz devri halleri satış için bırakanın şeyin zilyetliğini devretme borcu için yeterli değildir<sup>298</sup>. Ancak öğretide **Ekici** sanal pazaryerleri

---

<sup>296</sup> Gezder, Tüketicinin Korunması, s.77.

<sup>297</sup> Yavuz/Acar/Özen, s.34.

<sup>298</sup> Eren, Özel Hükümler, s.1022; Oftinger, s.49.

açısından, havale ve hükmen teslim hallerini zilyetliğin devri borcu için yeterli görmektedir<sup>299</sup>.

Belirtilen tüm bu benzerlikler değerlendirildiğinde, kanaatimizce aracılık eden ile satıcı arasındaki sözleşmenin, B2C satışlarda da uygulamada sıkça rastlanan isimsiz sözleşmelerden olan satış için bırakma sözleşmesinin internete has bir uygulaması olduğu sonucuna varılmıştır.

---

<sup>299</sup> Ekici, s.224.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MESAFELİ SÖZLEŞMELERDE ARACILIK EDENİN SORUMLULUĞU

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 48. Maddesinde aracılık edenlerin *“sistem aracılığıyla kurulan mesafeli sözleşmelerden doğan hak ve yükümlülüklerin kullanım süresi boyunca tüketicilerin yönetmelikle belirlenen hususlara ilişkin talep ve bildirimlerini iletebilmelerine ve takip edebilmelerine elverişli bir sistemi kurmak ve kesintisiz olarak açık tutmak”* ile yükümlü olduğu ifade edilmiştir. Aslında madde metninin gerekçesinden hareketle aracılık edenlerin ilk ve en temel yükümlülüğü güvenli bir elektronik ticaret ortamı oluşturmak olarak algılanmalıdır. Çalışmamızın bu bölümünde aracılık edenin tüketiciye karşı yükümlülükleri ekseninde aracılık edenin sorumluluğu hususu aydınlatılacaktır.

#### I. Genel Olarak

Aracılık eden, tüketiciye karşı sunduğu hizmet karşılığında tüketiciden bir ücret talep etmeksizin genelde komisyon ile hareket etmektedir. Satıcı veya sağlayıcı ile yapmış olduğu sözleşme kapsamında farklı bir menfaat üzerinden de anlaşabilirler. Yine bu sözleşme kapsamında satıcı veya sağlayıcı, aracılık edene birtakım ek yükümlülükler de yükleyebilir.

Tüketiciler üye olmak zorunda değildir. Ancak tüketici üye oldu ise, aracılık eden tüketici ile yaptığı üyelik sözleşmelerini veri tabanına kaydeder. Aracılık eden bu bilgileri, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda belirtilen esaslara uygun şekilde muhafaza etmelidir. Ayrıca aracılık eden, tüketiciler ile kurduğu üyelik sözleşmesi kapsamında farklı yükümlülükleri de üstlenebilir.

Çeşitli satıcılara ve sağlayıcılara ait işletmeleri kendi platformunun altında toplayan ve tüketicilerin güvenli bir şekilde alışveriş yapmasını sağlayan sistem sunan aracılık edenler, her ne kadar mesafeli sözleşmelerin kurulması ve ifası aşamasında aracı sıfatıyla aktif rol oynasalar da genellikle mesafeli sözleşmelere ilişkin herhangi bir yükümlülük altına girmemeyi tercih etmektedirler. Zira bu onları ayıplı malın ifasından da doğan bir

sorumluluğa sokabilir. Bu sebepten dolayı aracılık edenler uygulamada çoğunlukla mesafeli sözleşmelere temkinli yaklaşmaktadır. Para iadesi gibi hususlarda aracılık edenin sorumluluk üstlenmesi de mümkün olabilir. Bu doğrultuda aracılık eden ile tüketici arasındaki ilişki, üçüncü kişinin fiilini taahhüt açısından da değerlendirilmelidir.

Üçüncü kişinin fiilini üstlenme TBK m. 128’de tek madde olarak düzenlenmiştir. Üçüncü kişinin fiilini üstlenme ilişkisi içerisinde üç farklı kişi yer almaktadır. Bu üç kişinin, üçü birden aynı sözleşmeye taraf değildirler. Üçüncü kişinin fiilinin üstlenme sözleşmesinin taraflarını, üstlenen ile taahhüt alan oluşturmaktadır<sup>300</sup>. Üçüncü kişi yani fiili üstlenilen ise, sözleşmenin dışında yer almaktadır<sup>301</sup>. Üçüncü kişinin, belirli bir kişi veya taahhüt anında ferden tayin edilmemiş bir kişi olması mümkündür<sup>302</sup>. Bu nedenle üçüncü kişinin sözleşmedeki bilgilere göre belirlenebilir olması gereklidir<sup>303</sup>.

Aracılık eden, kanuni tanımından hareketle gerçek kişi veya tüzel kişi olabilir. Dolayısıyla aracılık eden eğer gerçek kişi ise, tüketici ile kurulan üyelik sözleşmesinde aranan şekil şartı sağlanmamış olacağından üçüncü kişinin fiilini taahhüttün varlığından söz edilemez<sup>304</sup>. Ancak öğretilerde aracılık edenlerin genellikle tüzel kişi olduğu belirtilerek şekil şartının uygulamada sorun teşkil etmeyeceği belirtilmiştir<sup>305</sup>.

Aracılık edenler uygulamada üçüncü kişinin fiilini üstlenmeyi çağrıştıran bazı uygulamaları tercih etmektedirler. “Güvenli Elektronik Ticaret Sistemi” veya “Sıfır Risk Sistemi” gibi farklı şekillerde adlandırılan sistemlerde tüketici elektronik ticaret platformu üzerinden bir ürün satın aldığı anda, tüketicinin ödediği ücret, aracılık edenin platform üzerinden ürün bedellerini topladığı bir hesaba aktarılır<sup>306</sup>. Bu sistemlerde tüketici, ürünü teslim aldığı anda ürünün istediği niteliklere sahip olup olmadığını inceledikten sonra

---

<sup>300</sup> KILIÇOĞLU, Ahmet M.: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 23. Bası, Ankara, Turhan Kitabevi, 2019, s.713; Gümüş, s.978.

<sup>301</sup> KOÇ, Ömer Cemre: Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenmede Üstlenenin Hukuki Konumu, MEF Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2022, s.4; Gümüş, s.978.

<sup>302</sup> Eren, Genel Hükümler, s.1285; Özbay Özdoğru, s.44.

<sup>303</sup> Koç, Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenme, s.47.

<sup>304</sup> Çekirdek, s.80; Özbay Özdoğru, s.45.

<sup>305</sup> Özbay Özdoğru, s.45.

<sup>306</sup> Çekirdek, s.82.

onaylamalıdır. Bu onay platform üzerinden, önceden kararlaştırılan süreler içinde verilir. Onayı takiben ürün bedeli hizmet sağlayıcının hesabına gönderilir<sup>307</sup>.

Öğretide “*Mesafeli sözleşmenin ifasında, para iadesinin aracılık eden tarafından taahhüt edilmiş olması halinde ise yalnızca satış bedelinin bir süreliğine güvende tutulması söz konusudur. Esasen bu hizmet kapsamında aracılık eden, tüketicinin uğradığı zararı karşılamayı taahhüt etmemektedir. Oysa üçüncü kişinin fiilini taahhütte, taahhüt konusu fiilin gerçekleşmemesi halinde lehtarın uğradığı zararın karşılanması söz konusudur.*” denilerek mesafeli sözleşmeye ilişkin ücret iadesinin, aracılık eden tarafından yapılacağına kararlaştırılmasının, üçüncü kişinin fiilini taahhüt kapsamında değerlendirilememesi gerektiği savunulmuştur<sup>308</sup>. Kanaatimizce de öğretilerde ileri sürülen bu görüş isabetlidir.

## II. Aracılık Edenin Tüketicilere Yönelik Sorumlulukları

Aracılık eden, satıcı veya sağlayıcı ile arasında olan sözleşme uyarınca bilgilendirme yükümlülüğünü ve cayma hakkına ilişkin yükümlülükleri, satıcı veya sağlayıcı adına yerine getirmelidir<sup>309</sup>. Yukarıda da ifade edildiği üzere, aracılık eden mesafeli sözleşmelerde tüketicinin sözleşmede daha fazla korunmaya şayan olması nedeniyle tüketiciler lehine birtakım düzenlemeler getirilmiştir. Satıcı veya sağlayıcı bu sebeple tüketicilere karşı bilgilendirme yapmak ve cayma hakkı tanımak, cayma hakkı kullanım koşulları hakkında tüketiciyi bilgilendirmelidir.

Aracılık edenlerin, TKHK m.48 f.5 anlamında tüketicilere karşı sorumluluğu bulunduğu ifade edilmişti. Bu sorumlulukla ilgili olarak öğretilerde aracılık edenin satıcı veya sağlayıcıdan tüketiciden bedel tahsis etmeleri sebebiyle, tüketicilere karşı satıcı veya sağlayıcı gibi sorumlu olmaları gerektiği ifade edilmiştir<sup>310</sup>. 48. maddeye yeni eklenen 6. fıkra ile aracılık edenlerin tüketicilere karşı sorumluluğunun sınırı net bir şekilde çizilmektedir. Buna göre “*Aracı hizmet sağlayıcısı olarak faaliyet gösterenler aracılık ettikleri mesafeli sözleşmelere ilişkin olarak; a) Tüketicilere ön bilgilendirmenin yapılmasından, teyidinden ve ispatından satıcı veya sağlayıcı ile birlikte müteselsilen, b) Veri girişinin satıcı veya*

<sup>307</sup> Uygulamada, tüketiciden tüketicilere -C2C- satış modelinin en belirgin özelliği olan dolap.com bu şekilde çalışmaktadır. Bkz. <https://dolap.com/kullanici-sozlesmesi> ; Çekirdek, s.82.

<sup>308</sup> Özbay Özdoğru, s.46.

<sup>309</sup> Arslan, s.145-146.

<sup>310</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.282; Özbay Özdoğru, s.54; Çekirdek, s.125.

sağlayıcı tarafından yapıldığı durumlar hariç olmak üzere, yönetmelikle belirlenen ön bilgilendirmede bulunması zorunlu hususlardaki eksikliklerden, c) Bu maddede yer alan hususlardan dolayı tüketicilerin satıcı veya sağlayıcılar ile yaptıkları işlemlere ilişkin kayıtların tutulmasından ve istenilmesi hâlinde bu bilgilerin ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile tüketicilere verilmesinden, ç) Satıcı veya sağlayıcı ile yaptıkları aracılık hizmetine ilişkin sözleşmeye aykırı uygulamaları nedeniyle satıcı ve sağlayıcıların bu madde hükümlerine aykırı davranmasına sebep oldukları her bir işlemde, d) Satıcı veya sağlayıcı adına bedel tahsil etmesi hâlinde, mal veya hizmetin tüketiciye teslim veya ifası sonrası bedelin satıcıya veya sağlayıcıya aktarıldığı durumlar ile 11 inci ve 15 inci maddelerde yer alan hakların kullanımı hariç olmak üzere teslim veya ifa ile cayma hakkına ilişkin yükümlülüklerden satıcı veya sağlayıcı ile birlikte müteselsilen, e) Satıcı veya sağlayıcı onayı olmaksızın düzenledikleri kampanyalı, promosyonlu veya indirimli satışlarda, sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesinden, f) Ön bilgilendirmede yer alan hususlar ile reklamlarında yer alan bilgilerin uyumlu olmasından ve ispatından, sorumludur.”. Sorumluluğun genişletilmesi madde hükmünün amacına aykırılık teşkil eder<sup>311</sup>.

Öğretide aracılık edenlerin sorumluluğunun kaynağı olarak TKHK m.3 hükmünü kabul eden bir görüş bulunmaktadır<sup>312</sup>. TKHK m.3 hükmünde satıcı ve sağlayıcı kavramları tanımlanırken “kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden veya mal satanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişi” ifadeleri kullanılmıştır. Bu görüşü savunan yazarlar temsil ilişkisinin işaret edildiği kanaatindedir. Bu görüş öğretide farklı şekillerde eleştirilmektedir. Bunlardan ilki kanun koyucunun m.3 hükmünde satıcı ve sağlayıcıyı tanımlarken kullandığı “adına ve hesabına hareket etme” ifadesinin satıcının veya sağlayıcının temsilcisi olarak hareket edenlerin kapsamını belirlemek için getirilmiş bir düzenleme olduğudur.

Aracılık edenin, tüketiciden bedel almasının nedeni satılan ürünün bedelinin satıcı adına oluşturulan sistem çerçevesinde alınıp satıcıya ulaştırılmasıdır. Aracılık edenin bedel tahsisi, satıcının adına ve hesabına bedel tahsisi olduğu için, temsil ilişkisine benzer bir ilişki

<sup>311</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.283; Özbay Özdoğru, s.86.

<sup>312</sup> ÇABRİ, Neriman: Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi, Ankara, Adalet Yayınevi, 2016 s.770; Özbay Özdoğru, s.87.

söz konusudur. Öğretide bu sebeple aralık edenin temsilci olarak hareket ettiği, bedel tahsis ettiği durumda tüketiciye karşı her anlamda sorumlu olmadığı ifade edilmiştir<sup>313</sup>.

Kanaatimizce aracılık edenin TKHK, MSY ve ETDHK gibi sair mevzuattan doğan yükümlülüklerinin yanında sözleşmeden doğmuş birtakım yükümlülükleri de bulunmaktadır. Aracılık edenler aracılığıyla kurulan mesafeli sözleşmelerde, tüketici ile satıcı veya sağlayıcı arasında kurulan mesafeli sözleşme ilişkisine ilaveten tüketici, aracılık eden ve satıcı veya sağlayıcının üç köşeli bir sözleşme ilişkisi içinde olduğu ifade edilmişti. Sözleşmeler hukukunun en temel ilkelerinden olan ahde vefa prensibi gereğince, taraflar sözleşmede yer alan hükümlere uymalı ve yükümlülüklerine sadık kalmalıdır. Bu itibarla taraflar, aralarındaki sözleşmede yer alan diğer yükümlülüklerini de yerine getirmelidir. Aracılık edenin sorumluluğunun belirlenmesinde baz alınacak en önemli husus da tarafların aralarındaki sözleşmedir. Sözleşmede aracılık edenin, satıcı veya sağlayıcıdan bedel alması söz konusu ise yukarıdaki değerlendirmelere paralel olarak aracılık edenin temsilci gibi hareket ettiği ve sorumluluğunun arttığını belirtmek gerekir. Uygulamada aracılık edenlerin kurulan mesafeli sözleşmelerden komisyon aldığı dikkate alındığında, genellikle aracılık edenlerin temsilci gibi hareket ettiği söylenebilir. Ancak temsilci olmaları, aracılık edenlerin sorumluluğunu arttırmakla birlikte bu konudaki yükümlülüklerini sınırsız hale getirmemektedir. Aşağıda detaylıca ifade edileceği gibi aracılık edenlerin tüketicilere karşı kanundan doğan sorumluluklarının yanında, ayıplı ifadan sorumlu olup olmayacağı konusunda öğretide tartışmalar yaşanmaktadır.

### **A. Ön bilgilendirme yükümlülüğü**

Tüketicinin bilgilendirilmesi ürünün kalitesi, özellikleri, fiyatı vb. hususlarda güncel bilgilerin tüketiciye sunulması anlamına gelmektedir. Tüketicinin, sahip olduğu haklar ile ürünün satıcısının kimliği gibi hususlarda bilgi sahibi olmadan sözleşme yapması da sağlıklı olmamaktadır<sup>314</sup>. Satıcıya verilen bu bilgilendirme yükümlülüğü, TKHK'nin ve MSY'nin ilgili maddelerinde aracılık edene de yüklenmiştir.

---

<sup>313</sup> AYDOĞDU, Murat. Tüketici Hukuku Dersleri, 1. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2015, s. 290; Özbay Özdoğru, s.54, Çekirdek, s.54.

<sup>314</sup> Arslan, s.148; Uyaroğlu, s.63-64.

Mesafeli sözleşmelerde bilgilendirme yükümlülüğünün temellerinin AB hukukuna dayandırılmaktadır<sup>315</sup>. Bilgilendirme yükümlülüğünün genel çerçevesi TKHK m.48 f.2 ile düzenlenmiştir. TKHK m.48 f.2'ye göre, “Tüketici, mesafeli sözleşmeyi ya da buna karşılık gelen herhangi bir teklifi kabul etmeden önce ayrıntıları yönetmelikte belirlenen hususlarda ve siparişi onaylandığı takdirde ödeme yükümlülüğü altına gireceği konusunda açık ve anlaşılır şekilde satıcı veya sağlayıcı tarafından bilgilendirilir.”. Elektronik ortamda kurulan mesafeli sözleşmeleri de bünyesinde barındıran tüm elektronik satışlara ilişkin kuralların yer aldığı ETDHK’de bilgi verme yükümlülüğü açıkça düzenlenmiştir<sup>316</sup>.

Tüketicinin bilgi edinme hakkı ve bu hakkın usulünce tesis edilmesi açısından mesafeli sözleşmelerin kurulmasında, kullanılan uzaktan iletişim vasıtalarına uygun olarak bilgilendirme yapılması önem arz etmektedir. Bu itibarla aracılık edenin sağladığı platformlar aracılığıyla kurulan mesafeli sözleşmelerde, bilgilendirme uygulamada “Ön Bilgilendirme Formu” aracılığıyla yapılmaktadır<sup>317</sup>. Aracılık edenler, tüketicinin bilgilendirildiği hususunda sorumluluğunu bertaraf etmek için, tüketici bu formu okuyup anladığını onaylamadan ödeme aşamasına geçmesine izin vermemektedir. Bu uygulama MSY’nin 6, 7 ve 8. maddelerine de uygunluk teşkil etmektedir ancak tüketiciler bu formu genellikle işlemlerini daha hızlı tamamlamak maksadıyla okumadan onaylamaktadır. Bunun önüne geçmek maksadıyla aracılık edenlerin bu konudaki uygulamalarında daha sürdürülebilir bir çözüm üretmesinin yerinde olacağı değerlendirilmektedir.

Aracılık edenlerin Ön Bilgilendirme Formunda yer alan bilgilerin doğruluğunu teyit edip etmemesi hususunda TKHK m.48’e yeni eklenen f.6 ile burada yer alan bilgilerin doğruluğunu teyit etmesi gerektiği sonucuna varılır. Zira aracılık eden ön bilgilendirme formu hazırlanması, bu formun tüketici ile paylaşılması, tüketicinin bilgilendirildiğinden satıcı veya sağlayıcının haberdar edilmesi, kişisel verilerin saklanması, depo edilmesi gibi hususlardan sorumlu tutulduğu gibi ön bilgilendirmede yer alan hususlar ile reklamlarında yer alan bilgilerin uyumlu olmasından ve ispatından da sorumlu tutulmuştur. Bu itibarla aracılık edenler, ön bilgilendirme formunda yer alan bilgilerin ürüne ve ürün teşhirine uygun olmadığı hallerde tüketiciye karşı sorumludur<sup>318</sup>.

---

<sup>315</sup> Özbay Özdoğru, s.108.

<sup>316</sup> Çekirdek, s.112.

<sup>317</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.283.

<sup>318</sup> Özbay Özdoğru, s.66; Çekirdek, s.93.

Aracılık edenlerin ön bilgilendirmede yer alan hususlardan sorumlu olduğuna dair kanun hükmü açıktır<sup>319</sup>. Ön bilgilendirme yapıldığına ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcı ile aracılık edene aittir. Aracılık eden MSY m.5 f.7 hükmüne göre ön bilgilendirmenin yapılmasından satıcı veya sağlayıcı ile birlikte müteselsilen sorumlu tutulmuştur. MSY m.5'te belirtilen bilgilerin mesafeli sözleşmenin ayrılmaz bir parçası olduğu ve taraflar aksini kararlaştırmadıkça bu bilgiler olmadan mesafeli sözleşme kurulamayacağı düzenlenmektedir. Kanun koyucunun verdiği öneme paralel olarak ön bilgilendirme formunda yer alması gereken bilgiler açıklanmalıdır.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m.5'e göre satıcı veya sağlayıcı ile aracı hizmet sağlayıcının adı veya unvanı, MERSİS numarası veya vergi kimlik numarası, tüketicinin ulaşabileceği açık adres bilgisi, telefon numarası veya elektronik posta gibi benzer iletişim bilgileri ile varsa satıcı veya sağlayıcının adına ya da hesabına hareket edenin kimliği ve adresine yer verilmelidir. Satıcı veya sağlayıcı ile aracı hizmet sağlayıcının tüketicinin şikayetlerini iletmesi için bir merci söz konusu ise bu mercinin bilgileri de yer almalıdır. Eğer bir uyuşmazlık söz konusu olursa, uyuşmazlık konusundaki başvurularını tüketici mahkemesine veya tüketici hakem heyetine yapabileceklerine dair aydınlatma da bu formda olmalıdır.

Ayrıca yukarıda belirtildiği gibi mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam ücreti, mal veya hizmetin niteliği gereği önceden hesaplanıyorsa ücretin nasıl hesaplandığı, nakliye ve teslim gideri gibi tüm ek masraflar ile ek masrafların önceden hesaplanamaması durumunda bu masrafların söz konusu olabileceğine dair tüketici aydınlatılmalıdır. Sözleşmenin kurulması aşamasında kullanılan uzaktan iletişim aracının kullanım bedelinin hesaplanmadığı durumlarda, tüketiciye ilave bir maliyet yüklenirse bu bedel de ön bilgilendirmede açıkça yer almalıdır. Zira MSY m.5 f.3 hükmüne göre ek masraflara ilişkin bilgilendirme yükümlülüğü yerine getirilmezse, tüketici ek masrafları karşılamakla yükümlü tutulamaz<sup>320</sup>.

<sup>319</sup> MSY m.20 f.2 şu şekildedir: "Değişik cümle:RG-23/8/2022-31932)<sup>(1)</sup>Aracı hizmet sağlayıcı, bu Yönetmelikte yer alan hususlardan dolayı satıcı veya sağlayıcı ile yapılan işlemlere ilişkin kayıtları üç yıl boyunca tutmak ve istenilmesi halinde bu bilgileri ilgili kurum, kuruluş ve tüketicilere vermekle yükümlüdür. (Ek cümle:RG-9/2/2019-30681) Ancak abonelik sözleşmesinin kamu hizmetlerinin tek noktadan sunulduğu ortak kamu elektronik platformu üzerinden kurulması halinde, kayıtların tutulması ve bilgilerin sunulmasına ilişkin yükümlülük satıcı veya sağlayıcıya aittir." ; Özbay Özdoğru, s.53.

<sup>320</sup> Burada da geçerli olan açıklamalar için bkz. İkinci Bölüm, I, A.

Cayma hakkının olduğu durumlarda, bu hakkın kullanılma şartları, süresi, usulü ve satıcının iade için öngördüğü taşıyıcıya ilişkin bilgiler ile bu hakkı kullanma bildirimini yapacağı açık adres, faks numarası veya elektronik posta bilgileri konuları da ön bilgilendirme formunda yer almalıdır. Tüketicinin cayma hakkını hangi hallerde kullanamayacağı ya da hangi koşullarda bu hakkı kaybedeceğine ilişkin bilgilere de yer verilmelidir. Böylece tüketici cayma hakkı konusunda detaylı bir şekilde fikir sahibi edilir. Zira sözleşme, uzaktan iletişim araçlarıyla kurulduğundan tüketicinin inceleme ve gözden geçirme imkanı yoktur. Bu noktada ortaya çıkan olumsuzlukları kompanse eden bir hak olan cayma hakkına ilişkin veriler ön bilgilendirme formunda detaylı bir şekilde yer almalıdır. Uygulamada genellikle ürün bazında değil satıcı bazında hazırlanmış matbu ön bilgilendirme formları yer almaktadır. Elektronik ticaret platformlarında oldukça geniş ürün yelpazesine sahip satıcılar bulunmakta, bu satıcılar elektronik ev aletlerinden okuma kitabına, kırılabilir eşyalardan ev tekstiline kadar farklı ürünleri pazarlamaktadır. Ön bilgilendirme formlarının satıcı bazında matbu hazırlanması, tüketicilerin aracılık eden platformlar vasıtasıyla satıcı ile iletişime geçerek ürünleri ayıplı<sup>321</sup> olarak teslim aldıklarını, iade ve değişim koşullarını satıcıya yeniden sorulmasına sebebiyet vermektedir. Bu hususun tüketicilerin de suistimal etmesine olanak sağlamaksızın ürün bazında matbu hazırlanması suretiyle giderilebileceği değerlendirilmektedir.

Mesafeli sözleşmelerin konusunun mal ve hizmet olabileceği açıklanmıştır. Şayet dijital bir içerik pazarlanmaktaysa bu dijital içeriklerin işlevselliğini etkileyebilecek teknik koruma önlemlerine, satıcı veya sağlayıcının bildiği veya bilmesinin beklendiği, dijital içeriğin hangi donanım ya da yazılımla birlikte çalışabileceğine ilişkin bilgilere yer verilmelidir<sup>322</sup>.

---

<sup>321</sup> Ayıplı mal, TKHK m.8’de düzenlenmiştir. Buna göre “Ayıplı mal, tüketiciye teslimi anında, taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması ya da objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşıyamaması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan maldır. Ambalajında, etiketinde, tanıtma ve kullanma kılavuzunda, internet portalında ya da reklam ve ilanlarında yer alan özelliklerinden bir veya birden fazlasını taşımayan; satıcı tarafından bildirilen veya teknik düzenlemesinde tespit edilen niteliğe aykırı olan; muadili olan malların kullanım amacını karşılamayan, tüketicinin makul olarak beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren mallar da ayıplı olarak kabul edilir.” olarak tanımlanmaktadır. Tüketici, mesafeli sözleşme ile ilgili olarak ayıplı ifa nedeniyle muhatap bulamaz ise aracılık edenin sorumlu olacağına dair açıklamalar için bkz. Özbay Özdoğru, s.106.

<sup>322</sup> Özbay Özdoğru, s.67.

## B. Cayma hakkı

Tüketicinin, on dört gün içinde kullanabileceği, herhangi bir gerekçe göstermesine ve cezai şart ödemesine gerek kalmadan vazgeçebileceği cayma hakkı, yukarıda ifade edilmektedir<sup>323</sup>. Özellikle uzaktan iletişim araçlarıyla kurulan sözleşmelerde tüketicinin cayma hakkı konusunda bilgilendirilmesi esastır. Bu itibarla platformlar vasıtasıyla kurulan mesafeli sözleşmelerde, aracılık edenlerin hazırlayacağı ön bilgilendirme formunda bu hakkın kullanım usulüne ve süresine açıkça yer vermeleri önem teşkil etmektedir. Zira tüketici, cayma hakkı ve kullanımını hususlarında gerektiği şekilde bilgilendirilmezse, cayma hakkını kullanmak için on dört günlük süreyle bağlı olmaz. Bu noktada aracılık edenler, tıpkı satıcı veya sağlayıcı gibi cayma hakkı konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmelidir<sup>324</sup>.

Cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirme bir yıllık süre içinde yapılabilir. Bu durumda on dört günlük cayma hakkı süresi, bilgilendirmenin gereği gibi yapıldığı günden başlamaktadır<sup>325</sup>.

Cayma bildirimini, cayma hakkı süresi dolmadan, yazılı olarak veya kalıcı veri saklayıcısı ile satıcı veya sağlayıcıya yönlenebileceği gibi aracılık edene de yönlenebilir. MSY m.11 f.5 hükmüne göre aracılık edenler, cayma bildirimini kullanılabileceği sistemi kurmalıdır. Bu durumda aracılık edenler, tüketicilerin ilettiği cayma taleplerinin ulaştığına ilişkin teyit bilgisini de tüketiciye iletmelidir. Uygulamada aracılık edenler genellikle tüketicinin iade talebinin alındığını elektronik posta vasıtası ile tüketicilere iletmektedir.

## C. Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği kapsamında aracılık edene getirilen yükümlülükler

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliğinde 2022 yılında yapılan değişiklikler ile aracılık edenlere özel yükümlülükler de getirilmiştir. Söz konusu yönetmeliğe getirilen m.12/A hükmüne göre aracılık eden, kurulan mesafeli sözleşmelerden doğan hak ve yükümlülüklerin kullanım süresi boyunca tüketicilerin belirli konular hakkındaki talep ve

<sup>323</sup> Burada da geçerli olan açıklamalar için bkz. İkinci Bölüm, II.

<sup>324</sup> Çekirdek, s.125; Arslan, s.156; Özbay Özdoğru, s.53.

<sup>325</sup> Özbay Özdoğru, s.116; Çekirdek, s.80.

bildirimlerini satıcıya veya sağlayıcıya iletimi ve takibi için elverişli bir sistemi kurmalıdır. Bu sistem kesintisiz olarak erişime açık olmalıdır.

Aracılık edenlerin tüketicilerin hangi konulardaki talep ve bildirimlerini iletmekle yükümlü olduğunu MSY'nin m.12/A hükmü düzenlemektedir. Buna göre cayma hakkının kullanıldığı, sözleşmenin feshedildiği, ücret iadesinin talep edildiği bildirimleri aracılık edenlerce satıcıya veya sağlayıcıya iletilmelidir. Tüketiciler, satıcı veya sağlayıcı ile yaptıkları işlemlere ilişkin kayıtları talep edebilirler. Şayet talep edildi ise bu kayıtların tüketicilere verilmesinden de sorumludurlar. Tüketicilerin teslimat veya ifaya ilişkin talep ve şikayetlerini de aracılık edenler satıcıya veya sağlayıcıya iletmelidir. Bu bildirim ve talepler aracılık edenlerce derhal iletilmelidir.

Ön bilgilendirmenin yapılması ve teyidi gibi yukarıda ifade ettiğimiz hususlar da bu maddede tekrar edilmiştir. Kanaatimizce konunun önemine binaen kanun koyucu mesafeli sözleşmelerin usul ve esaslarını düzenleyen bu yönetmelikte, aracılık edenlerin yükümlülüklerini etraflıca toplaması isabetlidir. Zira elektronik ticaret mevzuatımızda hükümler belirtildiği gibi sair kanun ve yönetmeliklerde düzenlenmektedir.

Aracılık edenler, Yönetmeliğe göre, tüketicinin satıcı veya sağlayıcılar ile yaptıkları işlemlere ilişkin kayıtları üç yıl süreyle saklamalıdır<sup>326</sup>. Bu kayıtların tüketicilerce istenilmesi halinde, ilgili kurum ve kuruluşlar ile tüketicilere verilmesinden sorumludur. Aracılık eden, satıcı veya sağlayıcı ile yaptığı platform sağlama sözleşmesine aykırı uygulamaları sebebiyle satıcı ve sağlayıcının tüketici mevzuatına aykırı davranmasına neden olduğu her bir tüketici işleminden sorumlu tutulmuştur.

Platform sağlama sözleşmesinde, aracılık edenin satıcı veya sağlayıcı adına ücreti tahsil etmesi kararlaştırılmış olabilir. Bu halde aracılık edenin sorumluluk alanı yukarıdaki

<sup>326</sup> 7223 sayılı Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu (ÜGTDK) kapsamında da aracılık edenler açısından, kayıtların saklanması ile ilgili öngörülen yükümlülük dikkat çekmektedir. ÜGTDK m.12/1'e göre, "İktisadi işletmeciler bakımından, tedarik zincirinde yer alan bir önceki ve varsa bir sonraki iktisadi işletmecinin ismi, ticari unvanı veya markası ve irtibat bilgileri ile ürünün takibini kolaylaştıracak diğer bilgilerin kaydını düzenli şekilde tutma, ayrıca ürünü piyasaya arz ettikleri veya piyasada bulundurmaya başladıkları tarihten itibaren en az on yıl boyunca muhafaza ederek yetkili kuruluşun talebi halinde sunma yükümlülüğü öngörülmüştür. Maddenin ikinci fıkrasında ise, söz konusu izlenebilirliği sağlama yükümlülüğünün, başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan aracı hizmet sağlayıcıları açısından da geçerli olacağı düzenlenmiştir. Dolayısıyla ürün güvenliğine ilişkin mevzuatta, aracı hizmet sağlayıcıların, tedarik zincirine ilişkin bilgileri temin ederek saklama yükümlülüğü bulunmaktadır.", Özbay Özdoğru, s.104-105.

açıklamalara paralel şekilde genişlemektedir<sup>327</sup>. Şayet aracılık eden, platform sağlama sözleşmesi ile kararlaştırılan şekilde bedel tahsis etmiş ise teslim ya da ifadan önce tüketici cayma hakkını kullanmış ise, cayma bildirimini ulaştığı tarihten itibaren on dört gün içinde, tahsil ettiği ücret ile teslimat masraflarının tüketiciye iadesinden satıcı veya sağlayıcı ile birlikte müteselsilen sorumlu tutulmuştur. İlgili fıkra da malın tesliminden sonra cayma hakkının kullanılması durumu farklı şekillerde ele alınmıştır. Buna göre “*Malın tesliminden sonra tüketicinin cayma hakkını kullanması durumunda, cayma bildirimini kendisine ulaştığı tarih itibarıyla bedel satıcıya aktarılmamışsa cayma hakkına konu malın, iade için öngörülen taşıyıcıya teslim edildiği tarihten veya iade için öngörülenin haricinde bir taşıyıcı ile iade edilmesi durumunda da satıcıya ulaştığı tarihten itibaren, ... tüketicinin 16ncı maddede belirtilen sözleşmeyi fesih hakkını kullanması durumunda fesih bildirimini kendisine ulaştığı tarihten itibaren, on dört gün içinde, tahsil ettiği mal veya hizmet bedeli ile teslimat masraflarının tüketiciye iadesinden, satıcı veya sağlayıcı ile birlikte müteselsilen sorumludur.*” denilerek aracılık edenin malın tesliminden sonraki cayma bildirimlerinde sorumluluk çerçevesi çizilmiştir.

Uygulamada aracılık edenlerin satış politikası olarak çeşitli kampanya ve promosyon dönemlerine girdiği görülmektedir. Aracılık eden, satıcı veya sağlayıcının onayı olmadan kampanya veya promosyon düzenlemiş ise, aracılık ettiği mesafeli sözleşmelerde kampanya ve diğer taahhütlerin karşılanmamasının sebebiyet verdiği sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesi hallerinden sorumlu tutulmuştur<sup>328</sup>. Aşağıda detaylarıyla açıklanacağı üzere aracılık edenin ifadan doğan sorumluluğuna ilişkin öğretide görüş birliğine varılamamıştır. Hatta aracılık edenin sorumluluğunun kapsamı mevzuatta düzenlendiğinden ifadan da sorumlu tutulması, sorumluluğunu kanun koyucunun öngörmediği şekilde genişletme olduğu yorumu yapılmıştır<sup>329</sup>. Kanaatimizce m.12/A f.8 hükmü ile aracılık edenin ifadan doğan sorumluluğunun önü açılmaktadır. Böylece uygulamada da aracılık edenin ayıplı ifadan doğan sorumluluğu gündeme gelebilir ve bize göre yargı kararları ile aracılık edenlerin ifadan doğan sorumluluğu yeknesak bir hal alacağı değerlendirilmektedir.

---

<sup>327</sup> Çekirdek, s.125; Özbay Özdoğru, s.53-54; Baş, s. 119-120.

<sup>328</sup> MSY m.12/A f.8 “*Aracı hizmet sağlayıcı, satıcı veya sağlayıcının onayı olmaksızın düzenlediği kampanyalı, promosyonlu veya indirimli satışlara ilişkin olarak aracılık ettiği mesafeli sözleşmelerde kampanya ve benzeri taahhütlerin karşılanmamasının neden olduğu sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesi hallerinden sorumludur.*” hükmünü amirdir.

<sup>329</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.282-283.

Son olarak, ürüne dair platform üzerinden yapılan reklam ve tanıtımlarda taahhüt edilmiş bilgilerin ve ön bilgilendirmede bulunması zorunlu hususların gerçeğe ve usulüne uygun olduğunun ispatından aracılık eden yükümlü kılınmıştır.

#### **D. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun kapsamındaki yükümlülükler**

Elektronik ortamda yapılan mesafeli satışlarda ETDHK uygulanır. ETDHK m.1 f.2 ile bu durum açıkça ortaya konmuştur. Buna göre *“Bu Kanun, ticari iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları kapsar.”* denilerek kanunun aracılık edenlerle ilgili yükümlülükler dair düzenlemeler içerdiği belirtilmiştir. 2022 yılında ETDHK’ye getirilen önemli değişikliklerden birisi de aracılık edenlerin yükümlülüklerine ilişkindir. ETDHK ek madde 2 ile aracılık edenlere yönelik getirilen bir dizi düzenleme mevcuttur. Bu düzenlemelerin büyük çoğunluğu aracılık edenlerin tacir sıfatlarına ait olduğundan, çalışmamızla ilgisi bulunan tüketiciye yönelik yükümlülüklerinden bahsedilecektir.

İlgili kanun ek madde 2, Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi<sup>330</sup> (ETBİS) kayıtlarıyla ilgili olarak *“Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı veya elektronik ticaret hizmet sağlayıcının yazılı şekilde ya da elektronik ortamda önceden olumlu irade beyanını almadan bunların ETBİS’e kayıtlı alan adlarının ana unsurunu oluşturan tescilli markalarını kullanarak çevrim içi arama motorlarında pazarlama ve tanıtım faaliyetinde bulunamaz.”* denilerek aracılık edenlerin, satıcının bilgisi olmaksızın isimlerini veya markalarını kullanıp tüketicileri aldatmaya ve haksız ticarete yönelik uygulamaların önüne geçilmesi amaçlanmıştır. Böylece arama motorlarında kendilerini öne çıkartmaları önlenmektedir. Zaten çerçeve olarak elektronik ticaretin güvenliğini sağlama yükümlülüğüne sahip olan aracılık edenler için böyle bir yükümlülük getirilmesi isabetli olmuştur<sup>331</sup>.

<sup>330</sup> Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS), ETDHK’nin tanımlar bölümünde *“Elektronik ticaret hizmet sağlayıcı ve elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıların kayıt altına alınması, elektronik ticaret verilerinin toplanması, bu verilerin işlenerek istatistikî bilgilerin üretilmesi amacıyla Bakanlık tarafından oluşturulan ve bu Kanun kapsamında kayıt ve bildirim yapılabilmesine imkân sağlayan bilgi sistem”* olarak tanımlanmıştır.

<sup>331</sup> Özbay Özdoğru, s.50; İNCEOĞLU, M. Murat/ BAŞ SÜZEL, Ece: Mesafeli Sözleşme Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketicilere Karşı Sorumluluğu (TKHK m.48/f.5), Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.15, S. 189-190, Y. 2020, s. 475-491, s.484.

Kanunun 9. maddesinin 2. fıkrası uyarınca, satıcılar açısından öngörülen yükümlülüklerin, aracılık edenlere uygulanmasına ilişkin esasların Yönetmelik ile düzenleneceği hüküm altına alınmıştır. Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik m.6'ya göre, aracılık eden, elektronik ticaret ortamını sunduğu satıcıların tacir veya esnaf vasıflarına göre m.5'te yer alan birtakım bilgilerini, işlettiği platformda eksiksiz olarak bulundurmaktadır. Buna göre aracılık eden vasıtasıyla satış yapan satıcıya ait *“ticaret unvanı, işletme adı, tebligata elverişli KEP adresi, vergi kimlik ve MERSİS numarası, merkez adresi”* gibi birtakım güncel tanıtıcı bilgilerin aracılık edenler tarafından kayıt altında tutulması gerekir. Yargıtay vermiş olduğu bir kararında *“hizmet sundukları elektronik ortamı kullanan gerçek ve tüzel kişiler tarafından sağlanan içerikleri kontrol etmek, bu içerik ve içeriğe konu mal veya hizmetle ilgili hukuka aykırı bir faaliyetin ya da durumun söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü olmadıkları ve yer sağladığı hukuka aykırı içerik için ancak önceden haberdar edildikleri halde içeriği yayından çıkarmadıkları takdirde umuma iletilen içerikten sorumlu tutulacakları düzenlemesi getirilmiştir.”* şeklinde ETDHK'ye atıf da yaparak aracılık edenlerin işlettikleri platformlarda yer alan bilgileri kontrol etmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır<sup>332</sup>.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da düzenlenen ön bilgilendirme yükümlülüğü ve cayma hakkına ek olarak, ETDHK m.10 aracılık edenleri tüketicilerin kişisel verilerin korunmasından da sorumlu tutmuştur: *“Bu Kanun çerçevesinde yapmış olduğu işlemler nedeniyle elde ettiği kişisel verilerin saklanması ve güvenliğinden sorumludur. (b) Kişisel verileri ilgili kişinin onayı olmaksızın üçüncü kişilere iletmez ve başka amaçlarla kullanamaz.”*<sup>333</sup>.

### **III. Aracılık Edenin Sorumluluğunun Kapsamı**

Aracılık edenlerin tüketiciye karşı olan sorumluluğu TKHK, MSY, ETDHK gibi sair mevzuatta düzenlenmiştir. Düzenlenen yükümlülüklerin tüketici mevzuatı dışında borçlar hukukunu da ilgilendirmesi söz konusudur. Zira aracılık eden ve tüketici arasında yer alan sözleşme bir üyelik sözleşmesi olabileceği gibi, tüketiciler üye olmadan da alışveriş

---

<sup>332</sup> Yargıtay 11 HD, E.2020/7666, K.2022/2582, T.30.3.2022 sayılı kararı için bkz. kazanci.com (E.T. 27.11.2022).

<sup>333</sup> Özbay Özdoğru, s.58.

yapabilirler. Aracılık edenler ile satıcı veya sağlayıcı arasında da bir sözleşme ilişkisi bulunmaktadır. Aracılık eden bu sözleşmelere taraftır ve bu sözleşmelere aykırılıktan doğan meselelerde gerek borçlar hukukunun genel ilkeleri gerek sözleşme hükümleri çerçevesinde sorumludur. Bu itibarla aracılık edenin sözleşmeye aykırı fiillerinin sonucu belirlenmelidir.

Sözleşme ilişkileri arasında aracılık edenin taraf olmadığı mesafeli sözleşmeler mevcuttur. Bu sözleşme aracılık edenin sağladığı platform hizmeti sayesinde satıcı veya sağlayıcı ile tüketiciyi buluşturması sonucu akdedilmiştir. Sözleşmeye taraf olmayan aracılık edenin sözleşmeden sorumluluğu noktasında akla ilk gelen husus borçlar hukukunda yer alan nispiyet ilkesidir. Bu ilke, sözleşmenin tarafları dışındaki üçüncü kişilerin, tarafı olmadıkları bir sözleşme nedeniyle borç altına girememesi ve sözleşmeye dayalı olarak herhangi bir talepte bulunamaması anlamına gelir<sup>334</sup>. Alacaklı, sözleşmenin tarafı olmayan üçüncü kişilere karşı ifa talebinde bulunamaz, uğradığı zararın tazminini yalnızca borçludan talep edebilir<sup>335</sup>. Konuyu mesafeli sözleşmeler açısından uyarlıyorsak, mesafeli sözleşmeden doğan borcun ihlali durumunda tüketicinin aracılık edenden herhangi bir talepte bulunamaması gerekir.

Aracılık edenler ile tüketiciler arasındaki ilişkiyi düzenleyen TKHK m.48 f.5 hükmünde ise detaylı olarak incelediğimiz üzere sınırlı bir sorumluluk mevcuttur. Aracılık edenin, mesafeli sözleşmenin tarafı olmaması ve sınırlı bir sorumluluk öngören TKHK m.48 f.5 düzenlemesi dikkate alındığında, satıcı veya sağlayıcı ile birlikte doğrudan sorumlu tutulamayacağı bir an olsun değerlendirilebilir. Elektronik ticaret mevzuatında 2022 yılında yapılan değişikliklere kadar, öğretide kanun koyucunun iradesinin, aracılık edenlerin, satıcı veya sağlayıcı birlikte müteselsilen sorumlu tutulmaması ve sorumluluklarının sınırlandırılması gerektiği yönünde olduğu düşünülmüştür<sup>336</sup>. Konuyla ilgili bir başka görüşe göre aracılık edenin sözleşme kaynaklı sorumluluğu kast veya ağır ihmal halleri hariç, yalnızca satıcı veya sağlayıcıdan temin ettiği komisyonların toplamıyla sınırlandırılmaktadır ve bu tutarı aşan kısımlarda aracılık edenin sorumluluğuna gidilemez<sup>337</sup>.

---

<sup>334</sup> Oğuzman/Öz, s.27; Eren, Genel Hükümler, s.19; Gümüş, s.53; Antalya, s.69, Kılıçoğlu, s.10.

<sup>335</sup> Eren, Genel Hükümler, s.54; Gümüş, s.54; Antalya, s.70.

<sup>336</sup> Özbay Özdoğru, s.97.

<sup>337</sup> Demirel, s.251.

Oysa 2022 yılı değişiklikleriyle birlikte TKHK m.48 f.6 ve MSY m.5 ile birlikte aracılık edenlerin müteselsil sorumluluğu gündeme gelmiştir. Böylece mesafeli sözleşmelerde sözleşmeye aykırılıklar aracılık edenin belirli durumlarda ifadan da sorumlu olabilmesinin önü açılmıştır. Bu noktada aracılık edenin, mesafeli sözleşmenin kurulmasındaki önemli rolü ve satıcı ve tüketici ile arasındaki sözleşme gereği belirlenen sorumluluğunun kapsamı dikkate alınmalıdır.

## A. Genel olarak

Aracı platformlar ile kurulan mesafeli sözleşmelerin ihlali nedeniyle aracılık edenlerin sorumluluğuna ilişkin mevcut yasal boşluklar, AB üyesi ülkelerde de dikkate alınmıştır. Avrupa'da bu durum, farklı şekillerde gündeme gelmekte ve özellikle yargı kararlarından önemli sonuçlar çıkarılmaktadır. Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) *Sabrina Wathelet* davasında<sup>338</sup>, yapılan satım sözleşmesinde tüketicinin aracı tarafından yanlış yönlendirildiğinin kabul edilebileceği hallerde, aracıya sorumluluk yüklenebileceğine karar vermiştir.

Aracılık edenlerin işlettiği platform üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelerde, sözleşmenin aracılık eden ile kurulmadığı yukarıda detaylıca açıklanmaktadır. Ancak satıcı veya sağlayıcı konusunda tüketici yeterli şekilde bilgilendirilmemişse, aracılık edenin güven sorumluluğunun gündeme gelebileceği öğretide ifade edilmektedir<sup>339</sup>. Tüketici karşı tarafta satıcı yerine aracılık eden olduğunu düşünebilir, bu hallerde aracılık edenin sorumluluğu gündeme gelir.

Bu nedenle, aracı platformlara ilişkin alanda düzenleme yapılması ihtiyacına binaen 2020 yılında çevrimiçi platformlara ilişkin model kurallar raporunu yayınlanmıştır<sup>340</sup>. Bu kurallar tamamen öneri niteliğini haizdir. AB ülkelerinde yapılan bu çalışmalardan ve yargı kararlarından hareketle, tüketici ile etkileşim halinde bulunan aracılık edenlerin uygulamada sayıca artmasının sonucu olarak, platformlar açısından çeşitli yükümlülükler getirilmesi ve bu konuda detaylı düzenlemeler yapılarak sınırları belirlenmiş bir sorumluluk rejiminin

<sup>338</sup> Bkz. <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&td=ALL&num=C-149/15> (E.T.23.11.2022).

<sup>339</sup> İnceoğlu/ Baş Süzel, s.486-487; Özbay Özdoğru, s.88-89.

<sup>340</sup> Bkz. [ELI Model Rules on Online Platforms.pdf](https://www.europeanlawinstitute.eu/eli-model-rules-on-online-platforms.pdf) (europeanlawinstitute.eu) (E.T.24.11.2022).

öngörülmesi ihtiyacı gündemdedir<sup>341</sup>. Bu durum, benzer gerekçelerle hukukumuzda da savunulmuştur.

Avrupa Birliği üyesi ülkelerde yapılan çalışmalarda dikkat çeken bir diğer husus tüketiciye karşı şeffaflık ve aracılık edenin tüketicide yarattığı güvenin ön plana çıkması neticesinde aracılık edenin güven sorumluluğunun söz konusu olup olmayacağıdır<sup>342</sup>. Tüketiciye karşı şeffaflığın sağlanmasına ilişkin aracılık edenin yükümlülükleri, AB mevzuatında ayrıntılı olarak düzenlenmiştir<sup>343</sup>. Ancak hukukumuzda bu konudaki düzenlemeler dağınık halde farklı mevzuatlarda bulunmakta ve her bir mevzuatta terminolojik olarak farklı isimlendirilmekte, detaylar yönetmeliklerle belirlenmekte ve bu da ilgili mevzuatı iki katına çıkarmaktadır.

Bu itibarla aracılık edenin tüketiciye karşı sorumluluğu, sözleşmeden doğan sorumluluk ve haksız fiil sorumluluğu gibi farklı şekilde ve sebeplerle sınıflandırılabilir. Taraflar arasındaki borç ilişkisi, borçlunun borcunu gereği gibi ifa etmemesinden veya hiç ifa etmemesinden ötürü bir zarar doğarsa bu zararın sözleşme sorumluluğu kuralları çerçevesinde giderilmesi gerekir<sup>344</sup>.

Mesafeli sözleşmelere ilişkin TKHK hükümlerinde tüketicinin, borca aykırılık nedeniyle kanundan doğan haklarını sözleşmenin tarafı olan satıcı veya sağlayıcıya karşı ileri sürebileceği ifade edilmektedir<sup>345</sup>. Ancak tüketici mesafeli sözleşmeye ilişkin temerrüt, ayıplı ifa gibi borçlar hukukunun konusu içinde kalan farklı sebeplerle satıcı veya sağlayıcıya ulaşmak istediğinde muhatap bulamamaktadır<sup>346</sup>. Bu durum uygulamada sıklıkla karşılaşılan problemlerdendir. Tüketicinin, mesafeli sözleşmeden doğan haklarını

---

<sup>341</sup> Özbay Özdoğru, s.101.

<sup>342</sup> ARMINGAUD, Claude/ ELTESTE, Ulrike/ NIETSCH, Thomas: EU Digital Services Act: Fundamental Changes For Online Intermediaries, Cyber Law Watch bkz. <https://www.cyberlawwatch.com/2022/11/eu-digital-services-act-fundamental-changes-for-online-intermediaries/> (E.T. 11.12.2022); BORSELLI, Angelo: Cognoscat Emptor- On the Insurer's Duty to Inform Prospective Policyholder in Europe, Y.2012, bkz. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/euinslr11&div=21&id=&page=> (E.T.25.12.2022).

<sup>343</sup> IAMICELI, Paola: Online Platforms and the Digital Turn in EU Contract Law- Unfair Practices, Transparency and the Veil of Digital Immunity, European Review of Contract Law, 15(4), s.392-420, Y.2019, s.399; WENDEHORST, Christiane: Platform Intermediary Services and Duties Under the e-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive, Journal of European Consumer and Market Law, 5(1), Y.2016, bkz. <https://kluwerlawonline.com/journalarticle/Journal+of+European+Consumer+and+Market+Law/5.1/EuCM2016007> (E.T.30.12.2022).

<sup>344</sup> Demirel, s.252.

<sup>345</sup> Özbay Özdoğru, s.106.

<sup>346</sup> Özbay Özdoğru, s.107-108.

kullanmak için satıcı veya sağlayıcıya ulaşabilmesinde, aracılık edenler mevzuata göre kilit rol oynamaktadır. Zira aracılık eden, işlettiği platform ya da kurduğu farklı bir sistem sayesinde tüketicinin bu yöndeki talep ve bildirimlerini satıcı veya sağlayıcıya iletmektedir. Ayrıca aracılık eden TTK m.18 f.2 gereği basiretli bir iş adamı gibi davranmakla yükümlüdür ve platformunda yer verdiği satıcı veya sağlayıcıya ait bilgileri doğru ve eksiksiz şekilde tüketiciye sunar.

Öğretide ise aracılık edenin işlettiği platformun işleyişi itibariyle tüketiciler nazarında, mesafeli sözleşmenin doğrudan aracı platform ile kurulduğu yönünde bir izlenim yaratıldığının kabul edilmesi halinde, aracılık edenin güven sorumluluğunun bulunduğu savunulmuştur<sup>347</sup>. Temsile ilişkin düzenlemeleri ihtiva eden TBK'nin m.40 f.2'ye göre, *“Temsilci hukuki işlemi yaparken bu sıfatını bildirmezse, hukuki işlemin sonuçları kendisine ait olur. Ancak, karşı taraf bir temsil ilişkisinin varlığını durumdan çıkarıyor veya çıkarması gerekiyor ya da hukuki işlemi temsilci veya temsil olunandan biri ile yapması farksız ise, hukuki işlemin sonuçları doğrudan doğruya temsil olunana ait olur.”* Buna göre aracılık edenler, sözleşmenin satıcı veya sağlayıcı ile kurulduğunu ve kendisinin satıcı veya sağlayıcının temsilcisi sıfatıyla hareket ettiğini tüketiciye bildirmelidir. Aksi halde TBK m.40 f.2 gereği bu sözleşmenin tarafı haline gelir<sup>348</sup>. Kanaatimizce öğretide ifade edilen bu görüş, dürüstlük kuralı ve güven prensibinin bir gereğidir.

Yargıtay'ın 13. Hukuk Dairesi de verdiği bir kararda tüketicinin, muhatap bulamaması sebebiyle aracılık eden platforma karşı açmış olduğu davaya ilişkin, aracılık edenin sorumluluğunun bulunduğuna hükmetmiştir<sup>349</sup>. Anılan kararda, ETDHK ve “Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik” hükümleri uyarınca, aracılık edenlerin işlettikleri platformda yer verdiği satıcılara ait birtakım bilgileri eksiksiz olarak bulundurma yükümlülüğünün mevcudiyetine dikkat çekilerek *“somut olayda ise mesafeli sözleşmenin tarafı olan satıcının tacir veya esnaf olup olmadığının anlaşılamadığı, ayrıca aracılık eden tarafından mahkemeye sunulan kayıtlarda, satıcının güncel tanıtıcı bilgilerinin de yer almadığı gerekçesiyle tüketiciye sunulan hizmetin ayıplı olduğuna”* karar verilmiştir. Böylece aracılık edenin, tüketiciye sunduğu hizmet kapsamında kanundan doğan yükümlülüklerini ihlal ettiği gerekçesiyle, ayıplı hizmetten dolayı

<sup>347</sup> Inceoğlu/ Baş Süzel, s.486; Özbay Özdoğru, s.88-89.

<sup>348</sup> Özbay Özdoğru, s.108-109.

<sup>349</sup>Yargıtay 13. HD, E.2017/5834, K. 2018/12148, T. 14.12.2018 <https://karararama.yargitay.gov.tr/YargitayBilgiBankasiIstemciWeb/>, (E.T. 05.11.2022).

sorumluluğunun bulunduğuna karar verildiğinden; görüldüğü gibi aracılık edenin ayıplı ifadan doğan sorumluluğunun önü açılmıştır.

Ancak aracılık edenlerin basiretli iş adamı gibi davranma mı güven sorumluluğu mu kapsamında sorumlu tutulacağı belirsizdir. Öğretide tartışmalı olan bu durum, aşağıda detaylı olarak incelenecektir. Aracılık edenlerin basiretli iş adamı gibi hareket etme yükümlülüğüne dayanarak, tüketicilere karşı mesafeli sözleşmeden dolayı sorumluluğuna gidilebileceğini savunan görüşe göre, güven sorumluluğu ilkesine başvurulmasına ihtiyaç bulunmamaktadır. Bu görüşe göre, aracılık edenlerin işlettiği platformun, tüketicilerin mağduriyetine engel olmak adına gerekli önlemleri alma yükümlülüğü, aracılık eden platform ile tüketici arasındaki üyelik sözleşmesinden doğmaktadır<sup>350</sup>.

Bir diğer husus ise taşıyıcı firmanın, aracılık edenin taşeronu olması halidir. Bu halde tüketici, taşıyıcının ticari karakterini bilebilecek durumda değildir. Dürüstlük kuralı gereğince de tüketiciden taşıyıcının ticaret siciline nasıl kaydolduğunu araştırması beklenemez. Bu itibarla kanaatimizce tüketicilerin ifadan doğan sorunlarda hiç değilse taşıyıcının aracılık edenin kurduğu bir taşeron firma olması sebebiyle aracılık edene de başvurabilmesi gereklidir. Zira satıcı, ürünü sağlam bir biçimde aracılık edene teslim etmiş ancak ürün, taşıyıcı firma tarafından makul derecede özen gösterilerek taşınmadığı için zarar görmüştür.

Aracılık edenlerin işlettiği platformlar vasıtasıyla kurulan mesafeli sözleşmelerde ortaya çıkan problemlerin başında gelen bir husus da siparişin, taahhüt edilen sürede ulaşmamasıdır. Konuyla ilgili olarak TKHK m.48 f.3 ve MSY m.16'da mesafeli sözleşmelerin ifasını ve teslimatını düzenleyen hükümler mevcuttur. Buna göre "*Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin siparişinin kendisine ulaştığı tarihten itibaren taahhüt edilen süre içerisinde edimini yerine getirmek zorundadır. Bu süre mal satışlarında her halükârda otuz günü geçemez*". Oysa otuz gün kanaatimizce modern çağın ihtiyaçları ve dijitalleşmenin bir sonucu olarak gelen hız arayışı bağlamında oldukça geç bir süredir. Üstelik öğretide kanundaki bu ifadeden "*hizmet sunumuna ilişkin mesafeli sözleşmelerde sağlayıcının ifası için azami bir süre öngörülmediği*" değerlendirilmektedir<sup>351</sup>. Bu yüzden tüketicinin, ayıplı

<sup>350</sup> PEHLİVANOĞLU, Murat Can: Basiretli İş Adamı Gibi Hareket Etme Yükümlülüğü ve Elektronik Ticaret Platformlarının Alıcılara Karşı Sorumluluğu, Selçuk Hukuk Kongresi I 2020 Özet Kitabı, Nobel Yayıncılık, 2020, s.56

<sup>351</sup> Uzun Kazmacı, s.2810.

ifa veya yaşadığı gecikmeden dolayı uğradığı zararlarda taşıyıcı firma aracılık edenin taşeronu olduğundan, aracılık edenin de sorumlu olması gerektiği kanaatindeyiz.

## **B. Aracılık edenin sorumluluğunun kaynağı**

Aracılık edenin, satıcı veya sağlayıcının sözleşmeye aykırı davranışlarından dolayı tüketiciye karşı sorumluluğunun kaynağının araştırılmasında TTK m.18 ve borçlar hukukundan güven sorumluluğu görüşlerinin öğretide yer bulduğu yukarıda ifade edilmişti. Ancak her şeyden önce ifade etmek gerekir ki benzer durumlarda uygulama alanı bulan kusursuz sorumluluk halleri de akla gelebilir<sup>352</sup>. Dolayısıyla aracılık edenin sorumluluğunun kaynağı farklı halleri de içerecek şekilde incelenmelidir.

### **1. Kusursuz sorumluluk halleri bağlamında değerlendirilmesi**

Hukuki sorumluluk, kusur sorumluluğu, kusursuz sorumluluk ve hukuka uygun müdahaleden doğan sorumluluk olarak üçe ayrılmaktadır<sup>353</sup>. Borçlunun sorumluluğundan söz edebilmek için kusurlu olması arandığından hukukumuzda sorumluluk hukukuna kusur ilkesi hakimdir<sup>354</sup>. Tüketici ile aracılık eden arasında sözleşmesel bir ilişki bulunmayacağından, üründen zarar gören tüketici, aracılık edene karşı yönelteceği tazminat talebini haksız fiil hükümlerine dayandırabilir<sup>355</sup>. TBK m.49, bir kişinin haksız fiilinden sorumlu tutulabilmesi için failin kusurlu olmasını aramaktadır. Aracılık eden her zaman kusurlu bir davranışından dolayı sorumlu tutulamayabilir. Sözleşme dışı sorumluluk olarak sorumluluk hukukunda yer alan, sebep sorumluluğu olarak adlandırılan ve kusura gerek olmayan kusursuz sorumluluk halleri de söz konusu olabilir<sup>356</sup>. Bu tür sorumlulukta kusur değil, zarara sebep olma olgusu aranır<sup>357</sup>. Zarara sebebiyet veren vakıa, asıl sorumlunun sahip olduğu veya imal ettiği bir şey olabileceği gibi başka bir kimsenin fiili de olabilir ki böylece aracılık edenin satıcının bazı davranışlarından doğan sorumluluğu açıklama imkanı kazanır.

<sup>352</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.285.

<sup>353</sup> Eren, Genel Hükümler, s.493.

<sup>354</sup> Eren, Genel Hükümler, s.19; Gümüş, s.448.

<sup>355</sup> KARYOT, Uluç Ali: Üreticinin Ayıplı Malın Sebep Olduğu Zarardan Sorumluluğu, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2020, s.23.

<sup>356</sup> Eren, Genel Hükümler, s.495; Gümüş, s.464.

<sup>357</sup> Karyot, s.24; Gümüş, s.465.

Hukuk sistemimizde genel kural kusur sorumluluğudur. Kusursuz sorumluluk halleri kanunda sınırlı sayıda sayılmış ve istisnai bir özellik tanınmıştır. İşte istisnai nitelikteki kusursuz sorumluluğun yüklenebilmesi için bu doğrultuda kanuni bir düzenleme bulunması gerekir. Kusursuz sorumluluk hallerinin kanunda özel olarak düzenlenmiş olması zorunluluğu karşısında bu sorumluluğun kaynağı kusursuz sorumluluk olarak değerlendirilemez. Kanaatimizce de kusursuz sorumluluğun söz konusu olması mümkün değildir.

## **2. Güven sorumluluğu bağlamında değerlendirilmesi**

### **a. Genel olarak güven sorumluluğu**

Güven ilkesinin öğretide net bir tanımı bulunmamaktadır. Öğretide yaygın olarak vurgulandığı üzere, güven ilkesi “karşılıklı birbirini gözetme” ve “bağlılık” esaslarına dayanmaktadır<sup>358</sup>. Bu ilkeye göre meydana gelen hukuki bir vakıda taraf menfaatleri dengede tutulur. Böylece hukuki beyanda bulunan tarafın dürüstlük kuralına göre, bildiği ve bilebileceği olguları değerlendirip beyana vermesi gereken anlama haklı güveni korunmaktadır. Diğer taraftan da beyanda bulunan tarafın dürüst, makul ve orta zekalı bir insan tarafından anlaşılması olağan biçimde anlaşılacağına dair haklı güveni teminat altına alınmaktadır<sup>359</sup>. Türk hukukunda da ön plana çıkan dürüstlük ilkesi ile doğrudan ilişkilidir. Bu yüzden taraflar, hukuk aleminde sonuç doğuracak nitelikte bir hukuki ilişki içerisine giriyorsa, her adımını dikkatli atmalıdır. Çünkü karşı taraf onun dürüst bir şekilde hareket ettiğine güvenmektedir.

Güven ilkesi, işlem güvenliği ilkesinden daha üst bir kavramdır. Bu yüzden yalnızca hukuki işlemlerde değil, var olan bir görünüme güvenerek, bundan dolayı sorumluluk altına giren, oluşan mevcut duruma güvenen birisi için de söz konusu olur. Güven ilkesi her ne kadar öncelikle irade açıklamalarının hüküm doğurması alanında sıklıkla kullanılan bir ilke olsa da sözleşmenin kurulması ve yorumlanması anlamında da başvurulan en temel ilkelere dendir. Zira güven ilkesinden doğan bir dizi alt ilke söz konusudur. Yalnızca işlem

---

<sup>358</sup> KALKAN OĞUZTÜRK, Burcu: Güven Sorumluluğu, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul 2007, s.39; Gümüş, s.650.

<sup>359</sup> Kalkan Oğuztürk, s.40; Gümüş, s.653 vd.

güvenliği değil, az evvel ifade edildiği üzere görünüşe haklı güvenin korunması ve güven sorumluluğu da rasyonel temellerini güven ilkesinden almaktadır.

Görünüşe güven hukuki görünüşe güven ve fiili görünüşe güven olmak üzere iki şekilde tasnif edilmektedir<sup>360</sup>. Hukuki görünüşe güvende, güvenen kişi, güvendiği durumun gerçekteki durumla farklı olduğu gerekçesiyle zarara uğramış ise, gerçekteki durum güvendiği duruma uygun hale getirilir. Bu durum bir ifa talebi olarak yorumlanabilir. Fiili görünüşe güven ise, güvenen kişi şayet güvenmeseydi, zarara uğramazdı. Bu halde, güvenin boşa çıkması sebebiyle meydana gelen zararların tazmini söz konusudur<sup>361</sup>. Fiili görünüşe güven menfi nitelikli bir tazmin şeklidir.

Güven sorumluluğu ne sözleşme sorumluluğu ne de haksız fiil sorumluluğuna başvurulabilen durumlarda güven sağlayan kişilerin dürüstlük kuralına aykırı şekilde bu güveni boşa çıkarması durumunda, dürüstlük kuralı esas alınarak hukuk yaratılması sonucu oluşmuş bir sorumluluk olarak ifade edilmektedir<sup>362</sup>. Güven yaratan ile bu güvenden etkilenen kimse arasında oluşan ve koruma yükümlerinin doğmasına sebebiyet verir. Bu yüzden, koruma yükümlerini kusuruyla ihlal ederek, karşı tarafın zarar görmesine neden olan, ilgili kişinin zararını tazmin etme borcu altındadır.

Güven sorumluluğunun Türk pozitif hukukunda özel bir kanuni düzenlemesi bulunmamaktadır. Ancak, ulusal hukuk öğretimizde dürüstlük kuralından hareketle bir olayda güven sorumluluğunun gerçekleşebilmesi için Yargıtay uygulamasında geliştirilen bazı şartlar vardır. Bu şartlar: *“Olayda bir güven unsuru bulunmalı, zarar gerçekleşmeli, yaratılan hukukî görünüme güvenin pozitif olarak korunması anlamında geçerlilik sonucu bağlanmamalı, zarar ile yaratılan hukukî görünüş arasında nedensellik bağı söz konusu olmalı, başka hukukî kurumların uygulama alanına giren herhangi bir durum söz konusu*

---

<sup>360</sup> Kalkan Oğuztürk, s.49; DURAK, Yasemin: Güven Sorumluluğu ve Culpa In Conrahendo, Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.25, S.1, 2017, s.239-288, s.245-246.

<sup>361</sup> Durak, s. 246; Gümüş, s.654; KIRCA, Çiğdem: Bilgi Vermeden Dolayı Üçüncü Kişiye Karşı Sorumluluk, Ankara 2004, s.136.

<sup>362</sup> POLAT, Ayşegül: Arabulucunun Hukuki Sorumluluğu, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2017, s.177; Gümüş, s.655.

*olmamalı, hukukî görünüşü yaratan kimse kusurlu olmalı, kişinin haklı güveni, yani olayda iyi niyeti bulunmalı” olarak sayılmıştır<sup>363</sup>.*

#### **b. Aracılık edenin ifadan doğan sorumluluğunun güven sorumluluğu bağlamında değerlendirilmesi**

Güven sorumluluğunun, edim yükümlülüğünden bağımsız olarak temelleri borç ilişkisine dayanan bir sorumluluk türü olduğu yukarıda ifade edilmişti. Bu itibarla öğretilen kapsamı konusunda tartışmalar olmakla birlikte sözleşme öncesi ve sözleşmenin kurulmasından sonra da devam ettiği görüşünün güven sorumluluğunun kanuni amacına daha uygun olduğu değerlendirilmektedir<sup>364</sup>.

Elektronik ticaretteki hukuki işlemlerde, tüketicilere kanun koyucu tarafından özel bir koruma getirildiği ifade edilmişti. Zira elektronik ticarete tüm işlemler güvene dayanmaktadır. Tüketici, satıcı, sağlayıcı veya aracılık edenin ismine, markasına, gerçekte olduğuna, müşteri memnuniyetine inanmakta ve bu inancın bir sonucu olarak hukuki ilişkiye girmekte, mal veya hizmet satın almaktadır. Hatta bu durumun bir sonucu olarak, aracılık edenin elektronik ticaretin güvenliğini sağlama gibi çerçeve bir sorumluluğunun mevcudiyetinden bahsedilmişti. Günümüzde de gerçeklik<sup>365</sup> sorunu başta olmak üzere, fiil ehliyeti, ayıplı ürünler, satıştan kaçınma ve sipariş edilmemiş mal gibi pek çok güven sorunu elektronik ticarete duyulan güveni tehdit etmektedir<sup>366</sup>.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un gerekçesinde de açıklandığı üzere, mal veya hizmet satışına aracılık edenler, satıcı veya sağlayıcıların ürünlerini tüketiciye ulaştırmalıdır, bunun için tüketiciden malın ya da hizmetin bedelini tahsil edebilir. Aracılık eden şayet bedel tahsis etmişse, tüketicilere karşı satıcı veya sağlayıcılar gibi sorumlu olur.

---

<sup>363</sup> Yargıtay Hukuk Genel Kurulu E. 2017/19-3083 K. 2021/1225 T. 14.10.2021 künyeli kararı için bkz. kazanci.com (E.T.27.11.2022). Nitekim aynı ilkeler Hukuk Genel Kurulunun 30.01.2013 tarihli ve 2012/19-670 E., 2013/171 K. sayılı ve 02.12.2020 tarihli ve E. 2017/ (19)11-917, K. 2020/985 künyeli kararlarında da vurgulanmıştır. Yargıtayca benimsenen güven sorumluluğu örnekleri için bkz. Gümüş, s.660-661, dn.679.

<sup>364</sup> Bkz. Polat, s.180 vd.

<sup>365</sup> *Elektronik ortamda alıcı tarafa güven sağlanması ve elektronik ortamın arkasındaki tüzel kişinin belirlenebilmesi* fonksiyonuna hizmet eden ETDHK'nin 5. maddesine göre ticari iletişimin ve bu iletişimin adına yapıldığı gerçek ya da tüzel kişinin açıkça belirlenebilir olmasını sağlayan bilgiler sunulmalıdır.

<sup>366</sup> YAZICI, Baki Tuna: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Elektronik Tüketici Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerde Ortaya Çıkan Güvenlik Sorunları, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta 2014, s.121 vd.

Aracılık edenin, tüketiciye karşı satıcı veya sağlayıcının ayrıca sorumluluk üstlendiğinin tüketici tarafından düşünüldüğü durumlarda, aracılık eden bu güvenden dolayı sorumlu olması gerekir. Zira dürüstlük kuralı gereğince aracılık edenin markası tüketicilerde bir güven oluşturmaktadır<sup>367</sup>. Aracılık eden sahip olduğu ticari marka ile tüketicileri çekmekte ve tüketiciler nezdinde bir güven uyandırmaktadır<sup>368</sup>. Öyle ki uygulamada satıcılar yalnızca satışlarını arttırmak amacıyla belirli platformları tercih etmektedirler. Tüketiciler de belirli platformların kalitesine ve müşteri memnuniyetine güvenerek tercih etmektedir. Burada aracılık edene duyulan bir güven söz konusudur. Ezcümle tüketicilerin, aracılık edenlere, aracılık edenlerin ön plana çıktığı ve özel ve yoğun bir güven yaratarak kurdukları mesafeli sözleşmelerde; uğramış oldukları zararı güven sorumluluğu prensibi uyarınca aracılık edenden talep edebileceği kabul edilmektedir<sup>369</sup>.

Aracılık edenin tüketici nezdinde yarattığı korunmaya şayan haklı güvenin gerçekten de var olup olmadığının tespitinde somut olayın özellikleri dikkate alınır<sup>370</sup>. Öğretide konuyla ilgili verilen bir örnekte “*aracılık edenin, platform üzerinden yaptığı açıklamalarda, o platform üzerinden alışveriş yapan tüketicilerin mesafeli sözleşmenin ifası sürecinde problem yaşamayacağı, satıcı/sağlayıcı ile bir problem yaşanması halinde müdahale edileceği gibi tüketicinin mağduriyetine engel olacak önlemlerin alındığı yönünde bir izlenim yaratılması halinde, tüketicide korunmaya layık, haklı bir güven yaratıldığı kabul edilmelidir.*” denilerek ifade ettiğimiz korunmaya şayan haklı güven kavramı somutlaştırılmaya çalışılmıştır<sup>371</sup>.

Ancak güven sorumluluğunun geniş yorumlanmaması gerekir<sup>372</sup>. Aracılık edenlerin güven sorumluluğu gereğince sorumlu tutulabildiği hallerde, ayıp, zapt, yararın ve hasarın geçişi gibi hususlarda satıcı veya sağlayıcıyla müteselsil sorumlu olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Yargıtay konuyla ilgili vermiş olduğu bir kararda “... Somut olayda, yukarıda açıklanan mevzuat hükümleri birlikte değerlendirildiğinde internet ağı üzerinden elektronik

<sup>367</sup> Dürüstlük kuralının güven sorumluluğuyla ilişkisi için bkz. Gümüş, s.652-653.

<sup>368</sup> “Mesafeli sözleşmenin kurulmasına aracılık eden platformlar, güven çekim merkezi olarak hareket ettikleri hallerde şartları varsa güven sorumluluğu kapsamında da sorumlu tutulabilir.” Bkz. Özbay Özdoğru, s.110.

<sup>369</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.285; Özbay Özdoğru s.111.

<sup>370</sup> Özbay Özdoğru, s.111-112.

<sup>371</sup> Özbay Özdoğru, s.112.

<sup>372</sup> Sert Sütçü, Mesafeli Sözleşmeler, s.285.

*ticarete imkan sağlayan davacı şirketin aracı hizmet sağlayıcısı konumunda olduğu ve taraflar arasında mesafeli satış sözleşmesi ön bilgilendirme formuna göre satıcı tarafın ... Pastanesi olduğu, bu durumda davacı aracı hizmet sağlayıcısının hizmet sunduğu elektronik ortamı kullanan gerçek ve tüzel kişiler tarafından sağlanan içeriği kontrol etmek, bu içerik ve içeriğe konu mal veya hizmetle ilgili hukuka aykırı bir faaliyetin ya da durumun söz konusu olup olmadığını araştırmakla yükümlü olmadığı anlaşılmaktadır.*

*Hal böyle olunca, mahkemece; 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 9. maddesi ve yine Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmeliğin 6. maddesine göre aracı hizmet sağlayıcı olan davacının malın ayıplı olmasından kaynaklı sorumluluğunun bulunmadığı gözetilerek davanın kabulüne dair hüküm kurulması gerekirken, yanılığlı değerlendirme ile davanın reddine, karar verilmiş olması doğru görülmeyince, Adalet Bakanlığının bu yöne ilişen kanun yararına temyiz talebinin kabulü gerekir.” şeklinde hüküm kurmuştur<sup>373</sup>. Söz konusu olayda almış olduğu pastane ürünün içinden sigara izmariti çıkan tüketici aracılık edene duyduğu güvenle hizmet aldığını iddia etmiştir<sup>374</sup>. Kanaatimizce somut olayda değerlendirilmesi gereken asıl husus güven sorumluluğudur. Oysa Yargıtay, mevcut elektronik ticaret mevzuatı hükümlerinden yola çıkarak böyle bir karara varmıştır. Dolayısıyla salt mevzuat hükümlerine bağlı kalarak lafzi bir çerçevede hareket etmenin tüketici haklarına hizmet etmediği açıktır. Kaldı ki aracılık edene duyulan güven de kalmamıştır. Bu durumda Yargıtay'ın kararının adil bir sonuç ortaya çıkarmadığı değerlendirilmektedir.*

Nitekim Yargıtay uygulamasında geliştirilen güven sorumluluğunun tespitine ilişin kriterler yukarıda “*Olayda bir güven unsuru bulunmalı, zarar gerçekleşmeli, yaratılan hukukî görünüme güvenin pozitif olarak korunması anlamında geçerlilik sonucu bağlanmamalı, zarar ile yaratılan hukukî görünüş arasında nedensellik bağı söz konusu olmalı, başka hukukî kurumların uygulama alanına giren herhangi bir durum söz konusu olmamalı, hukukî görünüşü yaratan kimse kusurlu olmalı, kişinin haklı güveni, yani olayda iyi niyeti bulunmalı*” olarak ifade edilmişti. Somut olayda güven unsuru tüketicinin aracılık edenin işlettiği platform çatısına olan güvenidir. Zarar unsuru da gerçekleşmiş ve yiyecek

<sup>373</sup> Yargıtay 3. Hukuk Dairesi, E.2021/4000, K.2021/11403, T.15.11.2021 künyeli kararı için bkz. kazanci.com (E.T.14.11.2022).

<sup>374</sup> Karar için bkz. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/01/20220125-8.pdf> (E.T. 27.11.2022).

siparişinin içerisinde sigara izmariti çıkmıştır. Öyle ise uygulamada Yargıtayca geliştirilen güven sorumluluğu kriterleri sağlanmaktadır.

Kaldı ki AB hukukunda ABAD'ın *Sabrina Wathelet* kararından yukarıda bahsedilmişti. ABAD somut olayda, satıcı kavramının nesnel bir kavram olduğuna dikkat çekmiştir ve satıcı kavramının aynı zamanda özel bir kişi adına aracı olarak hareket eden bir taciri de kapsayacak şekilde yorumlanması gerektiğini hüküm altına almıştır. Ayrıca karar, bu yorumu, aracılık edenin satıcıyla arasındaki sözleşme ilişkisinde, aracılık yaptığı için ücret alıp almadığına bağlamaması nedeniyle ilgi çekicidir.

Yargıtay kararına konu olan olay ile ABAD'ın vermiş olduğu *Sabrina Wathelet* kararı özünde oldukça benzerdir. Bu itibarla Yargıtay'ın ABAD gibi tüketici lehine gai yorum yapması gerekirken, salt mevzuat hükümlerini katı biçimde yorumlayarak karar vermesinin hukuka uygun olmadığı değerlendirilmektedir. Zira Yargıtay'ın güven sorumluluğu konusunda vermiş olduğu sayısız kararda öne çıkan ifade “ *taraflar birbirlerinden beledikleri güveni boşa çıkarmamalıdır.*” olmaktadır<sup>375</sup>. Bu itibarla aracılık edenlerin ifadan doğan zararlarda ve ayıplı maldan dolayı sorumlu tutulurken güven sorumluluğu baz alınarak sorumlu tutulması gerektiği kanaatindeyiz.

---

<sup>375</sup> Yargıtay 10 HD, E.2021/4186, K.2021/9912, T.8.7.2021; Yargıtay 10 HD, E.2020/4571, K.2021/9451, T.30.06.2021; Yargıtay 10 HD, E.2020/4476, K.2021/5622, T. 20.4.2021 künyeli kararlar için bkz. kazanci.com (E.T. 24.11.2022).

## SONUÇ

Son yıllarda elektronik ticaret hacminin kontrolsüz ve hızla büyümesi, birçok yeni uygulamayı da beraberinde getirmiştir. İçinde bulunduğumuz yüzyıla hakim olan dijitalleşme, hayatımızın her alanına zuhur etmiştir. Hızla gelişen teknoloji, ticari faaliyetleri de elektronik ortama taşımaya elverişli hale gelmiş hatta akitleri ve ifayı da elektronik ortamda gerçekleştirilebilir kılmıştır. Elektronik ticarete işlerlik kazandıran elektronik sözleşme kavramı da böylece ortaya çıkmıştır.

Çalışmamızın konusunu mesafeli sözleşmelerde aracılık eden platformların tüketiciye karşı sorumlulukları oluşturmaktadır. Mesafeli sözleşmelerin, içinde bulunduğumuz yüzyılda küreselleşme ve dijitalin öne çıkmasıyla önem kazandığı ve bu sebeple tüketicinin korunma ihtiyacının artması çalışmamızın güncelliğini ve çalışma konumuzun hassasiyetini arttırmaktadır. Konumuzun hem güncelliği hem de tüketici hukuku alanını ilgilendirmesi sebebiyle konuyla ilgili düzenlemeler mevzuatımızda yaygın bir yer kaplamaktadır.

Mesafeli sözleşmelerin taraflarından birinin tüketici olması sebebiyle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun hükümleri en temel mevzuattır. Bununla beraber kanunun atfı nedeniyle Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği de uygulama alanı bulmaktadır. İnternet ortamında yapılan mesafeli sözleşmelerde 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümleri uygulanabilir. Yine ilgili kanunun yollaması ile Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik hükümleri de bu çerçevede uygulama alanı bulmaktadır. Elbette sözleşmenin kurulması yönüyle 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu, sözleşmenin karşı tarafının satıcı olması sebebiyle 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu hükümleri de uygun düştüğü ölçüde tatbik edilebilir.

Mesafeli sözleşmeler Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda tanımlanmıştır. Buna göre, *“satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanıldığı sözleşme”* şeklinde ifade edilmiştir. TKHK’de yer alan bu tanımlama bir sözleşmenin mesafeli sözleşme sayılması için gerekli olan unsurları da ortaya koyar. Bu unsurlar uzaktan iletişim araçları kullanılması, tarafların

karşı karşıya gelmemesi, sözleşmenin uzaktan pazarlamaya yönelik oluşturulan sistem çerçevesinde yapılmasıdır. Sözleşmenin taraflarından biri tüketicidir. Sözleşme tarafları yüz yüze gelmeden, fiziken bir arada bulunmadan bir sözleşme kurmaktadır. Bu sebepten dolayı sözleşmenin kurulmasından ifasına kadar pek çok konuda problem yaşanmaktadır. Bu sebeple sözleşmenin taraflarının ve sözleşmenin kurulmasına aracılık eden -kanundaki ismiyle- aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluk alanlarının iyi çizilmesi gerekmektedir. Zira tüketicinin, salt tüketici hukukundan gelen korunmaya layık hukuki menfaati söz konusudur ve dezavantajlı konumda olduğu karineten kabul edilmektedir.

Mesafeli sözleşmelerin konusu mal veya hizmet satımıdır. Bunlar bir ürün satımı olabileceği gibi dijital hizmetler gibi çeşitli hususların da satılması olabilir Mesafeli sözleşmeler, niteliğine uygun düştüğü ölçüde farklı sözleşme tiplerinin de kurulabilmesine cevaz verir. Bir başka deyişle sözleşmenin mesafeli sözleşme olması sözleşmenin tipiyle ilgili değil, yapılış tarzına yöneliktir. Bu yüzden sözleşme tipleri uygun düştüğü ölçüde, elektronik ortamda akdedilmeye elverişli ise mesafeli sözleşme olarak kurulabilir. Dolayısıyla sözleşmelerin uygun düştüğü ölçüde mesafeli sözleşme olarak kurulabileceği sonucuna varılmıştır.

Mesafeli sözleşmelerin TKHK'deki tanımından doğan üç unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar: uzaktan iletişim araçları kullanılması, tarafların karşı karşıya gelmemesi ve sözleşmenin uzaktan pazarlamaya yönelik oluşturulan sistem çerçevesinde yapılmasıdır. Kanaatimizce mesafeli sözleşmenin tanımından doğduğu için, öğretide yer alan bu görüş isabetlidir.

Uygulamada her ne kadar mesafeli sözleşmeler yaygın olarak internet üzerinden kuruluyor olsa da telefon, internet, elektronik posta olmakla birlikte televizyon ve veri değişimi yolları da mesafeli sözleşme kurmaya elverişlidir. İnternet üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelerde tüketiciler, satıcının kendi internet sitesinden alışveriş yapabileceği gibi, satıcının ürünlerini satan aracılık edenler vasıtası ile de işlem yapabilirler. Bu sebeple uzaktan iletişim araçları günümüz teknolojisinde oldukça çeşitlidir.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a göre bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak tanımlanabilmesi taşıması gerekli ikinci unsur, sözleşmenin taraflarının karşı karşıya gelmemesidir. Kanun koyucu bu noktada hazır olmayanlar arasında kurulan sözleşmelere

işaret etmekte ise de kanaatimizce bazı uzaktan iletişim vasıtaları hazırlar arasında kurulan sözleşmelerin sonucunu doğurmaktadır. Hazırlar arasında ya da gaipler arasında olup olmadığı kullanılan her bir araç için ayrıca tespit edilmelidir. Buna göre telefon, chat, video konferans uygulamaları, internet çağrıları hazırlar arasındadır. Buna karşılık telgraf, teleks, faks, internet siteleri üzerinden kurulan sözleşmeler ve elektronik posta aracılığıyla akdedilen sözleşmeler hazır olmayanlar arasındadır.

TKHK'ye göre bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak tanımlanabilmesi taşıması gerekli üçüncü ve son unsur ise sözleşmenin uzaktan pazarlamaya yönelik oluşturulan sistem çerçevesinde yapılmasıdır. Çalışmamızın ilk bölümünde detaylarıyla incelenen bu hususlar ifade edilirken, satıcı veya sağlayıcının elektronik vasıtaları düzenli ve sistematik bir biçimde kullanıp kullanmadığının arandığı ifade edilmişti. Dolayısıyla somut olayda bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olup olmadığı nitelendirilirken bu unsurların araştırılması, bu unsurlar araştırılırken de satıcının söz konusu vasıtayı düzenli ve sistematik olarak kullanıp kullanmadığının tespit edilmesi gerektiği değerlendirilmektedir. İfade edildiği üzere mesafeli sözleşmenin unsurlarının araştırılmasının önemi, tüketicinin mesafeli sözleşmelerden dolayı sahip olduğu korumalardan yararlanıp yararlanmayacağına anlaşılmasından ileri gelmektedir. Çalışmamızın ilk bölümünde mesafeli sözleşmelerin tanımı ve unsurları konusunun irdelenmesinin amacı budur.

Mesafeli sözleşmenin tarafları tüketici ve satıcı veya sağlayıcıdır. Bu itibarla aracılık edenler mesafeli sözleşmenin tarafı değildir. Tüketici mesleki veya ticari amaçlarla hareket etmemektedir. Ticari ve mesleki amaç, gelir elde etmeyi ifade eder. Tüketiciler, gerçek veya tüzel kişi olabilir. Kanaatimizce tacirin tüketici sıfatının her bir işlem özelinde ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir. Tacirlerin ticari işletmesiyle ilgili tüm faaliyetlerinde basiretli iş adamı gibi hareket etmesi gerekliliği yargı kararlarında öne çıkan bir husustur. Sözleşmenin diğer tarafında ise satıcı veya sağlayıcı bulunur. Kavram olarak birbirine oldukça benzemekte olan satıcı ve sağlayıcı kavramlarının ayırt edilebilmesi için çalışmamızın ilgili bölümünde tüketiciye mal satımı yapan satıcı, hizmet sunan ise sağlayıcı olarak ifade edilmişti. Aracılık edenler ise her ne kadar sözleşmeye taraf değil yalnızca mesafeli sözleşmenin kurulmasına işlettikleri platformlar ile aracılık etmekte olarak ifade edilse de konunun farklı satış modellerinde farklı şekillerde değerlendirilmesi söz konusu olmaktadır. Örneğin firmadan tüketiciye -B2C- satış modeli, doğrudan üretici veya satış konusu ürünü üreticiden edinen başka firmalar tarafından satışa çıkarılan ürünleri doğrudan

halka arz eden satış modelidir. Bu sistemde tüketici, sanal pazar yerinin sahibi firma ile sözleşmesel ilişkiye girmektedir.

Çalışmamızın birinci bölümünde mesafeli sözleşme kavramının ne olduğunu, yasal çerçevesini, tanımını, unsurlarını ve taraflarını açıkladıktan sonra; mesafeli sözleşmelerin ne olmadığını ortaya koymak adına benzer sözleşmelerden ayırmıştık. Benzer sözleşmelerden ayırırken elektronik sözleşme ve mesafeli satım sözleşmelerinden farklarını ortaya koymuştuk. Elektronik sözleşmeleri bizim de katıldığımız şekliyle *“tarafların karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanlarını elektronik iletişim araçları yardımıyla açıklamaları ile kurulan sözleşme”* olarak tanımlandığını ifade etmiştik. Bu itibarla mesafeli sözleşmelerin de elektronik ortamda kurulabilmesi sebebiyle elektronik sözleşmelerde benzediği tespit edilmiştir. Bu durumda her mesafeli sözleşme bir elektronik sözleşme olarak değerlendirilebilirken, her elektronik sözleşme bir mesafeli sözleşme olarak değerlendirilemez. Zira mesafeli sözleşmelerde taraflardan biri tüketicidir. Mesafeli satış sözleşmesi doğrudan 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu’nda tanımlanmamaktadır. Yapılan incelemeler sonucu mesafeli sözleşmenin, sözleşmenin kurulma aşamasına ilişkin bir kavram iken mesafeli satışın, ifa aşamasına ilişkin olduğu sonucuna varılmıştır. Zira mesafeli satış, satış konusunun ifa yerinden başkaca bir yere gönderildiği satış sözleşmelerini ifade eden bir kavramdır.

Mesafeli sözleşmelerin kurulması konusunda yaptığımız değerlendirmelerde, borçlar hukukunun genel teorisine bağlı kalarak sözleşmedeki asli ve yan unsurlar incelenmiştir. Bu değerlendirmeler sırasında özellikle internet siteleri aracılığıyla yapılan satışlarda, bu yan noktalar esaslı nokta olarak karşımıza çıktığı tespit edilmiştir. Elektronik irade beyanlarının incelenmesi noktasında, bu tarz beyanların yapay zeka tarafından üretildiği ve beyan sahibinin temsil hükümleri gereği aslında satıcı olması sebebiyle uzaktan iletişim aracı olarak değerlendirilebileceği ifade edilmiştir. Bu da sözleşmenin mesafeli sözleşme olarak değerlendirilebilmesine olanak sağlamaktadır. Ancak insan katılımı olmayan otonom sistemlerde bu sözleşmenin doğrudan yapay zeka ile kurulması söz konusudur ve bu tür sözleşmelerin tüketici hukukundan daha hassas bir koruma ile tüketicilerin koruma altına alınması kanaatindeyiz. Bu kapsamda yaptığımız açıklamalarda otomatik sözleşmelerin mesafeli sözleşme olarak değerlendirilemeyeceği ortaya konulmuştu. Durumun dayanak noktası Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği olduğu açıklanmıştı.

Çalışmamızın birinci bölümünde sözleşmelerin kurulmasını ortaya koyarken değindiğimiz bir husus da öneri ve kabulün mesafeli sözleşmelerdeki özel görünümüdür. Buna göre öneri, sözleşmenin yapılmasını içeren bir tekliftir. Mesafeli sözleşmeler açısından sözleşmenin kurulma anının tespiti özel bir önem taşımaktadır. Kullanılan her bir uzaktan iletişim aracı bakımından ayrıca ve açıkça değerlendirilmesi gerekmektedir. Böylece sözleşmenin kurulma anı ve hükümlerini doğurduğu an tespiti yapılabilmektedir. Daha önce ifade edildiği üzere öğretilerdeki yaygın görüşler, yargı kararları ve uygulama göz önüne alındığında telefon, chat, video konferans uygulamalarının, internet çağrılarını hazırlar arasında olduğu kanaatine varılmıştır. Oysa telgraf, teleks, faks, internet siteleri üzerinden kurulan sözleşmeler ve elektronik posta aracılığıyla akdedilen sözleşmeler hazır olmayanlar arasındadır.

Bu konuda tartışılması gereken birtakım hususlar mevcuttur. İlk olarak akıllı telefonların telefon mu yoksa internet teknolojisinin mi ürünü olduğu değerlendirilmiştir. Akıllı telefonların bilgisayar olması sebebiyle, internet üzerinden gerçekleşen sözleşmeler olarak değerlendirilmesinin daha uygun olduğu tespit edilmiştir. İkinci husus, birden fazla kişiye yollanan ve spamming olarak isimlendirilen elektronik postaların gerek isim belirtilsin gerek matbu olsun öneri olarak nitelendirilmesi gerekliliği sonucuna varılmıştır. Üçüncü olarak internet siteleri üzerinden yapılan satışlarda, internet sayfalarının öneri mi öneriye davet mi olduğu hususunda katı bir ayırım gözetilmemesi gerekmektedir. Zira internet dünyası oldukça farklı parametreler içermektedir. Ancak kanaatimizce basiretli tacir hükümleri de göz önünde bulundurularak internet sitesi üzerinden yapılan satışlar TBK m.8/f.2 gereği öneri niteliğinde olduğu değerlendirilmektedir. Satıcı önerisiyle bağlıdır.

Yenilik doğurucu bir hak olan kabul, yapılan bir öneriye karşılık öneriyi yapana yöneltilen ve sözleşmeyi öneriye uygun olarak meydana getirme arzusunu kesin olarak içeren tek taraflı irade beyanı olarak ifade edilmektedir. Açık veya örtülü olabilir. Literatür taraması sonucu elde ettiğimiz bilgilere göre bazı özellikli durumlarda mesafeli sözleşmelerin örtülü kabulünün mümkün olabileceği değerlendirilmektedir. Mesafeli sözleşmelerde kabul beyanı ve kabul beyanının geri alınması bildirimini satıcıya zamansal olarak karmaşık şekilde ulaşmaz. Tüketicinin cayma hakkı TKHK kapsamında koruma altına alınmaktadır.

Mesafeli sözleşmelerin şekli ve kapsamı ise çalışmamızın ilk bölümünde değerlendirilen son husustur. Buna göre mesafeli sözleşmelerde şekil şartı yoktur. Ancak mesafeli sözleşmenin konusu olan sözleşme tipi özel bir şekil şartı gerektiriyorsa o şekil şartı yerine getirilmelidir. Resmi şekle tabi işlemler ise mesafeli olarak kurulamaz. Yazılılık şartı içeren sözleşmelerin internet üzerinde kurulması gerektiğinde güvenli elektronik imza kullanılmasının, güvenli elektronik imzanın fonksiyonu da göz önünde bulundurulduğunda işlevsel olduğu değerlendirilmektedir. Sözleşmenin kapsamı bakımından ise çalışmamız öğretilerdeki sınıflandırmaya paralel olarak genel mesafeli sözleşme ve finansal hizmetlere ilişkin mesafeli sözleşmeler şeklinde hazırlanmıştır. Ancak konu hacmi bakımından finansal hizmetlere ilişkin mesafeli sözleşmelere yer verilmemiştir. Konu bütünlüğünün sağlanması açısından, sözleşmenin Kapsam başlıklı kısmında kısaca açıklanmıştır. Kaldı ki MSY m.2 uyarınca kapsam dışı bırakılan konulardan ilki finansal hizmetlere ilişkin mesafeli sözleşmelerdir. Bu itibarla MSY m.2'ye bakıldığında “*Bu Yönetmelik hükümleri; a) Finansal hizmetler, b) Otomatik makineler aracılığıyla yapılan satışlar, c) Halka açık telefon vasıtasıyla telekomünikasyon operatörleriyle bu telefonun kullanımı, ç) Bahis, çekiliş, piyango ve benzeri şans oyunlarına ilişkin hizmetler, d) Taşınmaz malların veya bu mallara ilişkin hakların oluşumu, devri veya kazanımı, e) Konut kiralama, f) Paket turlar, g) Devre mülk, devre tatil, uzun süreli tatil hizmeti ve bunların yeniden satımı veya değişimi, ğ) Yiyecek ve içecekler gibi günlük tüketim maddelerinin, satıcının düzenli teslimatları çerçevesinde tüketicinin meskenine veya işyerine götürülmesi, h) 5 inci maddenin birinci fıkrasının (a), (b) ve (d) bentlerindeki bilgi verme yükümlülüğü ile 18 inci ve 19 uncu maddelerde yer alan yükümlülükler saklı kalmak koşuluyla yolcu taşıma hizmetleri, ı) Malların montaj, bakım ve onarımı, i) Bakımevi hizmetleri, çocuk, yaşlı ya da hasta bakımı gibi ailelerin ve kişilerin desteklenmesine yönelik sosyal hizmetler j) Kısa mesaj aracılığıyla kurulan ve eş zamanlı olarak tamamen ifa edilen abonelik içermeyen katma değerli elektronik haberleşme hizmetleri ile 23/6/1983 tarihli ve 2860 sayılı Yardım Toplama Kanunu kapsamındaki bağışlar ve kamu kurumlarınca sunulan katma değerli elektronik haberleşme hizmetleri, ile ilgili sözleşmelere uygulanmaz.*” şeklinde ifade edilerek oldukça açık bir şekilde kanun koyucu bakımından hüküm altına alınmıştır.

Mesafeli sözleşmelerde, tüketici sanal ortamda gördüğü bir ürünü, değerlendirme şansı olmadan, ürünün bedelini teslimden önce ödeyerek satın almaktadır. Bu sebeple diğer sözleşmelere kıyasla daha fazla aldanma ihtimali mevcuttur. Tüketicinin, mesafeli sözleşmeler uygulamasında bu dezavantajları göz önünde bulundurularak, TKHK

tüketicilere yönelik birtakım koruma mekanizmaları getirmektedir. Bunlar tüketicinin bilgilendirilmesi yükümlülüğü ve cayma hakkıdır. Çalışmamızın ikinci bölümde, hayati öneme sahip bu iki mekanizma detaylıca irdelenmiştir.

Bilgilendirme yükümlülüğü, açıklama yükümlülüğü ve özenli şekilde bilgi verme yükümlülüğü şeklinde iki önemli yükümlülüğü bünyesinde bulundurmaktadır. Açıklama yükümlülüğü, sözleşmenin konusu, içeriği ve kapsamındaki hususlarda, tarafların sözleşme yapma iradesine tesir eden konularda bilgilendirilmesidir. Bu itibarla gerek TKHK gerek MSY’de tüketicinin hangi konularda bilgilendirileceği açıkça yer almaktadır. Özenli şekilde bilgi verme yükümlülüğü ise verilen bilgilerin doğruluğu ve eksik olmaması anlamına gelmektedir. Bilgilendirmenin konusu, içeriği ve nasıl yapılacağı kanunda detaylı bir şekilde düzenlendiğinden bu düzenlemelere ilişkin açıklamalar çalışmamızın ikinci bölümünde yer almaktadır.

Bilgilendirme usulünün de her bir araca göre ayrıca değerlendirilmesi gerektiği kanaatine varılmıştır. Elektronik postalar açısından gönderilen ve gelen kutusuna kaydedildiğinden elektronik posta yoluyla kurulan mesafeli sözleşmelerde bilgilendirme bu şekilde yapılabilir. İnternet siteleri üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelerde ise genel ve matbu bir bilgilendirme metni hazırlanmakta ve ilgili bir sekmede tüketicilere açıkça arz edilmektedir. Hatta tüketicilerin okuyup anladığına ve onayladığına dair beyan da alınmaktadır ki bu hukukumuzda ön bilgilendirmenin teyidi olarak isimlendirilmektedir. Son olarak sosyal medya platformları üzerinden kurulan mesafeli sözleşmelerde, iletiler kullanıcıların mesaj kutularında saklanmaktadır. Bilgilendirme yükümlülüğüne aykırılığın sonuçları da kanunda detaylı bir şekilde irdelenmektedir.

Cayma hakkı ise tüketiciye herhangi bir gerekçe göstermeden ve cezai şart ödemedi, on dört gün içinde, sözleşme kurma iradesini geri alan bozucu yenilik doğuran bir haktır. Kanaatimizce sözleşme başlangıcından cayma hakkının kullanılmasına kadar geçen sürede sözleşme hükümleri askıdadır. Bu süre içinde cayılmaması ise sözleşme başladığından itibaren hükümlerini doğurur, cayılması halinde ise başlangıçtan itibaren hüküm doğurmayacağı değerlendirilmektedir. Yenilik doğurucu haklar açısından süre öngörülmüşse bu sürenin kural olarak hak düşürücü süre olduğu ifade edilmişti. Bu itibarla cayma hakkının da süresinde kullanılmadığında sona ereceği ve yargı önünde re’sen gözetilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Cayma hakkına ve cayma hakkının kullanım şekline yönelik getirilen düzenlemelerin işlemi geçersiz kılmadığından dolayı konunun ispatı kolaylaştırıcı yöntem olarak ele alınması gerektiği değerlendirilmektedir. Cayma hakkının kullanılması halinde, olağan kullanım sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan tüketici sorumlu olmadığı ifade edilmiştir. Kanaatimizce bu hususun, dürüstlük kuralı uyarınca dar yorumlanması gerekmektedir.

Bir mesafeli sözleşmenin varlığı için gerekli unsurlardan birinin, mal veya hizmetin uzaktan pazarlanmasına yönelik bir sistemin varlığının aranmakta olduğu ifade edilmiştir. Bu sistem, her zaman mesafeli sözleşmenin tarafı olan satıcı veya sağlayıcı tarafından oluşturulmaz. Uzaktan iletişim kanalları oluşturan ve satıcı veya sağlayıcı ile tüketiciyi buluşturan platformlar, aracılık eden sıfatıyla karşımıza çıkmaktadır. Çalışmamızın asıl konusunu oluşturan husus olan aracılık edenlerin tüketiciye karşı sorumluluğu, üçüncü bölümde detaylıca ortaya konmuştur. Aracılık eden platformların sorumluluğuna ilişkin olarak TKHK m.48 f.5 hükmü ve MSY'nin 20. maddesi ile aracı platformların internet üzerinden faaliyet göstermesi sebebiyle ETDHK hükümlerini de işler kılmakta olduğundan ilgili kanun hükümleri ışığında değerlendirilmiştir.

Aracılık eden kavramını ifade etmek için öncelikli olarak sanal pazaryeri tanımından yola çıkmıştık. Buna göre farklı işletmelerin, mal ve hizmetlerini tanıtmaya ve bunları satma maksatları ile satıcı veya sağlayıcıya imkan veren, internet sitesi şeklinde oluşturulan sanal ticaret merkezleri, sanal pazaryeri olarak tanımlanmaktadır. Sanal pazaryerlerini işletenler ise aracı hizmet sağlayıcılar olarak tanımlanmıştır ki çalışmamızın genelinde aracılık edenler olarak ifade edilmiştir.

Elektronik ticaret mevzuatımızda 2022 yılında önemli değişiklikler olmuştur. Bu değişiklikler aracılık edenlerin tanımlanmasına ve sorumluluğunun belirlenmesine ilişkin önemli düzenlemeler getirmektedir. Kanaatimize göre, bu değişiklikler, gelişen pazarlama teknolojileri ve büyüyen elektronik ticaret ekosistemine de uyumludur. Ancak birbirine benzer ve teknik detaylarla birbirinden ayırt edilen tanımlar uygulamada karışıklıklara sebebiyet verebilir. Bu sebeple terminolojik karmaşaların önlenmesi açısından terimler birbirine uyumlu hale getirilmelidir.

Mesafeli sözleşmelerde üç köşeli bir ilişki mevcuttur: Satıcı ve sağlayıcı ile aracılık eden arasında ürün teşhirine ilişkin bir sözleşme, tüketici ve aracılık eden arasında üyelik sözleşmesi, satıcı veya sağlayıcı ile tüketici arasında kurulan mesafeli sözleşme. Taraflar arasındaki sözleşmenin tipinin belirlenmesi, tarafların yükümlülüklerine de etki edeceğinden aracılık edenlerin yükümlülüğünün tayini açısından önemlidir.

Aracılık eden bu süreçte hem tüketicinin hem de satıcı veya sağlayıcının bir temsilcisi, vekili gibi davrandığından akla ilk gelen ilişki vekalet ilişkisidir. Aracılık eden ile tüketici arasında kurulan sözleşmede aracılık eden, mesafeli sözleşmenin kuruluş ve ifasına yönelik süreçte tüketici adına tüketicinin beyan ve taleplerini satıcıya iletmeyi üstlenir. Bu kapsamda aracılık eden ile tüketicinin arasındaki hukuki ilişkinin, vekalet sözleşmesine dair unsurları barındırdığı söylenebilir. Öğretide üyelik sözleşmesi olarak ifade edilmektedir. Kanaatimizce de üyelik sözleşmesi olarak ifade etmek doğru fakat eksik kalmaktadır. Üyelik sözleşmesinin ise net bir tanımı yoktur. Zira aracılık edenler, üye olmayan tüketicilerin kullanımına da açıktır. Kanaatimizce üyelik sözleşmesi çerçeve hükümler barındırdığından ve klasik sözleşmelerde olmayan birtakım yükümlülükleri ihtiva ettiğinden, aracılık eden ile tüketici arasındaki, kendisine özgü *-sui generis-* bir özel hukuk sözleşmesi olarak nitelendirilebilir.

Aracılık edenin satıcı ile olan ilişkisi ise öğretide farklı şekillerde isimlendirilmektedir: Acente, tek satıcılık, komisyonculuk, pazarlamacılık, satış için bırakma gibi farklı sözleşme tipleriyle benzeştirilebileceği gibi klasik iş görme edimi ya da platform sağlama sözleşmesi gibi bir isimsiz sözleşme tipi ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu itibarla çalışmamızın üçüncü bölümünde detaylı bir biçimde bu konu irdelenmiştir. Ancak kanaatimizce aracılık eden ile satıcı arasındaki sözleşmenin, uygulamada sıkça rastlanan firmadan tüketiciye -B2C- satışlarda da uygulanabilir olması nedeniyle, isimsiz sözleşmelerden olan satış için bırakma sözleşmesinin internete has bir uygulaması olduğu sonucuna varılmıştır.

Güvenli bir elektronik ticaret ortamı oluşturmak, aracılık edenlerin ilk ve en temel sorumluluğudur. Bu itibarla aracılık edenler, tüketicinin kişisel verilerinin korunmasından sorumludur. Hatta aracılık edenlerle tüketici arasındaki sözleşmede, aracılık edenin öyle yükümlülükleri vardır ki bunlardan bir tanesi üçüncü kişinin filini üstlenme ile yarışan sonuçlara tabidir. Ancak mesafeli sözleşmeye ilişkin ücret iadesinin, aracılık eden tarafından yapılacağına kararlaştırılmasının, üçüncü kişinin filini taahhüt kapsamında

değerlendirilememesi gerekmektedir. Zira üstlenmeden farklı olarak aracılık eden, tüketicinin uğradığı zararı karşılamayı taahhüt etmemektedir. Aracılık edenin TKHK, MSY ve ETDHK gibi sair mevzuattan doğan yükümlülüklerinin yanında sözleşmeden doğmuş birtakım yükümlülükleri de bulunmaktadır. Gerek kanundan gerekse sözleşmeden doğan bu sorumluluklar çalışmamızın üçüncü ve son bölümünde detaylı bir biçimde irdelenmiştir.

Şüphesiz sorumluluklar açısından en çok tartışma yaratan husus aracılık edenin, satıcının veya sağlayıcının eksik ya da yanlış ifasından sorumlu olup olmayacağıdır. Bu konuyla ilgili tartışmalar öğretilerde, 2022 yılında yapılan değişikliklerle belirgin hale gelmiştir. Zira aracılık eden, satıcı veya sağlayıcının onayı olmadan kampanya veya promosyon düzenlemiş ise, aracılık ettiği mesafeli sözleşmelerde kampanya ve diğer taahhütlerin karşılanmamasının sebebiyet verdiği sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesi hallerinden sorumlu tutulmuştur. Böylece satıcı veya sağlayıcının ifadan dolayı sorumluluğunun önünün açıldığı değerlendirilmektedir.

Taşıyıcı firmanın, aracılık edenin taşeronu olması halinde tüketici, taşıyıcının ticari karakterini bilebilecek durumda olmadığı için kanaatimizce tüketicilerin ifadan doğan sorunlarda hiç değilse taşıyıcının aracılık edenin kurduğu bir taşeron firma olması sebebiyle aracılık edene de başvurabilmesi gereklidir. Keza yaşanan teslimat gecikmelerinden dolayı da yine aynı sebeple aracılık edenin sorumlu tutulabileceği değerlendirilmektedir.

Aracılık edenin ifadan doğan sorumluluğunun sınırı ise yine sorumluluğun kaynağından belirlenebilir. Öğretilerde bu sorumluluğun kusursuz sorumluluk hali olduğunu ifade eden yazarlar mevcuttur. Ancak, kusursuz sorumluluk hallerinin kanunda sınırlı olarak sayılmış olması bu ihtimalden uzaklaştırmaktadır. Bu itibarla diğer bir görüş olan güven sorumluluğunun konuyla daha fazla bağdaştığı değerlendirilmektedir.

Öğretilerde tüketicilerin, aracılık edenlere, aracılık edenlerin ön plana çıktığı ve özel ve yoğun bir güven yaratarak kurdukları mesafeli sözleşmelerde; uğramış oldukları zararı güven sorumluluğu prensibi uyarınca aracılık edenden talep edebileceği kabul edilmektedir. Kanaatimizce de bu tespit yerindedir.

## KAYNAKLAR

AKİPEK, Jale/ AKINTÜRK, Turgut/ ATEŞ KAHRAMAN, Derya: Türk Medeni Hukuku, Başlangıç Hükümleri Kişiler Hukuku, Yenilenmiş 2. Baskı, Birinci Cilt, Beta Yayınları, İstanbul, Ekim 2014

AKİPEK, Şebnem: Madde 3: Tanımlar Milli Şerh: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi (Ed: Hakan Tokbaş ve Özlem Tüzüner), Aristo Yayınevi, İstanbul 2016

AKKURT, Sinan Sami: Elektronik Ortamda Hizmet Sunumu ve Buna İlişkin Sözleşmelerin Hukuki Özellikleri, AÜHFD, C.60, S.1, s. 19-46

ANTALYA, O. Gökhan: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Cilt V/1,1, Seçkin Yayınları, Ankara 2019

ARAL, Fahrettin/ AYRANCI, Hasan: Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, 11. Baskı, Ankara 2015

ARMINGAUD, Claude/ ELTESTE, Ulrike/ NIETSCH, Thomas: EU Digital Services Act: Fundamental Changes For Online Intermediaries, Cyber Law Watch, (Çevrimiçi) <https://www.cyberlawwatch.com/2022/11/eu-digital-services-act-fundamental-changes-for-online-intermediaries/> (E.T. 11.12.2022)

ARSLAN, İsmet Kahraman/ ÖZ, Neslihan: Elektronik Ticaret Sözleşmelerine Uygulanacak Hukuk, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Y.19, S.38, 2020/2, s.13-31

ARSLAN, Merve: Elektronik Ticaret ve Bu Kapsamda Akdedilen Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2021

AYDOĞDU, Murat. Tüketici Hukuku Dersleri, 1. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara, 2015

AYDOĞDU, Murat/KAHVECİ, Nalan: Tüketici Hukuku, 1. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2021

AYHAN, Rıza/ÇAĞLAR, Hayrettin: Ticari İşletme Hukuku Genel Esaslar, Yetkin Yayınları, 10. Bası Ankara 2017

BAK, Başak: Medeni Hukuk Açısından Yapay Zekanın Hukuki Statüsü ve Yapay Zeka Kullanımından Doğan Hukuki Sorumluluk, TAAD, Y.9, S.35, Temmuz 2018, s.211-232

BAŞ SÜZEL, Ece : Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Sözleşmenin Kurulmasından Önce Korunması: Ön Bilgilendirme Yükümlülüğü, Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.17, S.2, 2018, s.337-370

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

BAYRAM, Aziz Erman: Güncel Gelişmeler Işığında Elektronik Sözleşmelerin Kurulması, TBB Dergisi, Y.2019, S.119, s.331-366, s.335

BORSELLI, Angelo: Cognosceat Emptor- On the Insurer's Duty to Inform Prospective Policyholder in Europe, Y.2012, (Çevrimiçi)  
<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/euinslr11&div=21&id=&page=> (E.T.25.12.2022)

BOZBEL, Savaş: Türk Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler, (Çevrimiçi)  
[https://hukukdergi.ebyu.edu.tr/wp-content/uploads/2015/10/2003\\_VII\\_2\\_27.pdf](https://hukukdergi.ebyu.edu.tr/wp-content/uploads/2015/10/2003_VII_2_27.pdf)  
(E.T.02.11.2022)

BÜTÜN YILMAZ, Derya: Mesafeli Sözleşmelerin Kapsamı, AÜHFD, 69 (2) 2020, s. 325-368

ÇABRİ, Sezer: Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi, Ankara, Adalet Yayınevi, 2016

ÇAKMAKLI, Hande Deniz: Alım-Satım Komisyonculuğu Sözleşmesi, Seçkin Kitabevi, Ankara 2018

ÇEKİRDEK, Meltem: İnternet Üzerinden Satış Konu Edinen Sözleşmelerin Belirleyici Özellikleri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2019, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi

DEMİR, Mehmet: Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması, Turhan Kitabevi, Ankara 2004

DEMİRBAŞ, Harun: 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Hizmet Sağlayıcıları ve Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Yükümlülükleri, Ankara, Seçkin Yayınları, 2015

DEMİRCİOĞLU, Huriye Reyhan: Güven Esası Uyarınca Sözleşme Görüşmelerindeki Kusurlu Davranıştan Doğan Sorumluluk, Yetkin Yayınları, Ankara 2009

DEMİREL, Aysel: Elektronik Pazaryeri Uygulamalarında Taraflar Arası Hukuki İlişkiler Ve Özellikle Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2020

DÖNMEZ, Zeynep: Avrupa Birliği'nde Tüketici Hukuku Alanında Kanunlaştırma Hareketleri ve Tüketicinin Korunması Modelleri, Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, C.22, S.3, 2016, s.953-968

DURAK, Yasemin: Güven Sorumluluğu ve Culpa In Conrahendo, Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.25, S.1, 2017, s.239-288

EKİCİ, Şerafettin: B2C Elektronik Ticarete Sanal Pazar Yerlerinin Hukuki Durumu, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.5, S.8, Y.2020, s.207-227

ENE, Selda: Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama, Pusula Yayınları, Eylül 2002

ERDOĞAN, İhsan: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Genişletilmiş 4. Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara 2019

EREN, Fikret: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Yetkin Yayınları, 20. Baskı, Ankara 2016

EREN, Fikret: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Yetkin Yayınları, 5. Baskı, Ankara 2017

GEZDER, Mukayeseli Hukuk Açısından İnternette Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Beta Yayınevi, İstanbul 2004

GEZDER, Ümit: Mesafeli Sözleşmeler, Yeni Tüketici Hukuku Konferansı, 1. Baskı, 12 Levha Yayınları, İstanbul 2015

GHIMIRE, Kedar: Electronic Contracts and Legal Issues, NJA Law Journal 14, 2020, s.287-307

GLATT, Christoph: Comparative Issues in the Formation of Electronic Contracts, International Journal of Law and Technology, Vol. 6, No.1, s.34-68

GÖKTÜRK, Hüseyin Avni: Koltukçu Sözleşmesi, AÜHFD, Y.1951 (Çevrimiçi) [http://www.turkhukusitesi.com/makale\\_782.htm](http://www.turkhukusitesi.com/makale_782.htm) (E.T.02.10.2022)

GÜMÜŞ, Mustafa Alper: Borçlar Hukukunun Genel Hükümleri, Yetkin Yayınları, Ankara 2021

GÜNDÜZ, Meral: e-Ticaret ve Yenilikçi Yaklaşımlar, T.C. Başbakanlık DTM IGEME, Yurtdışına e-Ticaret (B2C e-İhracat) İhracatta İnternet Zamanı-5, Ankara, Kasım 2009, (Çevrimiçi) <http://www.e-ticaretmerkezi.net/yurtdisina-eticaret.pdf> (E.T. 21.12.2022)

IAMICELI, Paola: Online Platforms and the Digital Turn in EU Contract Law- Unfair Practices, Transparency and the Veil of Digital Immunity, European Review of Contract Law, 15(4), s.392-420, Y.2019

İNAL, Emre: E – Ticaret Hukukundaki Gelişmeler ve İnternette Sözleşmelerin Kurulması, İstanbul 2005

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

KALKAN OĞUZTÜRK, Burcu: Güven Sorumluluğu, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul 2007

KARYOT, Uluç Ali: Üreticinin Ayıplı Malın Sebep Olduğu Zarardan Sorumluluğu, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2020

KILIÇOĞLU, Ahmet M.: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 23. Bası, Turhan Kitabevi, Ankara 2019

KIRCA, Çiğdem: Bilgi Vermeden Dolaylı Üçüncü Kişiye Karşı Sorumluluk, Ankara 2004

KIRCA, Çiğdem: İnternette Sözleşmenin Kurulması, BATİDER, C. XX, S. 4, s. 99-117

KİDD, Donnie L./ DAUGHTREY, William H.: Adapting Contract Law to Accomodate Electronic Contracts- Overview and Suggestions, Rutgers Computer and Technology Law Journal, 26 (2), 2000, s.215-276

KİLİAN, Wolfgang: Dijital İletişim ve Sözleşme Hukuku, (Çev., Akkayan Yıldırım, Ayça), Uluslararası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını, İzmir 2002

KOCAYUSUFPAŞAOĞLU, Necip/HATEMİ, Hüseyin/ SEROZAN, Rona/ ARPACI, Abdülkadir: Borçlar Hukuku Genel Bölüm Cilt-I, 7. Bası, Filiz Yayınevi, İstanbul 2017

KOÇ, Derviş: Pazarlamacılık Sözleşmesi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2014

KOÇ, Ömer Cemre: Üçüncü Kişinin Fiilini Üstlenmede Üstlenenin Hukuki Konumu, MEF Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2022

KORKMAZ, Ezgi / YAVUZER, M. Fatih, 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanuna İlişkin Değerlendirme, GSI Articletter, Part 1, 2015

NOLAN, Donal: Offer and Acceptance in Digital Age, Burrows and Peel (eds), Contract Formation and Parties, 2010, s.61-87

OFTİNGER, Karl: Der Trödelvertrag, Zürich 1937

OĞUZMAN, Kemal/ ÖZ, Turgut: Borçlar Hukuku Genel Hükümler Cilt 1, 9. Bası, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2011

OLGAÇ, Samet Can: Tek Satıcılık Sözleşmesi ve Tek Satıcının Denkleştirme İstemi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2020

ÖZBAY ÖZDOĞRU, Zeynep: İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketicie Karşı Sorumluluğunun Şartları, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2021

ÖZDEMİR KOCASAKAL, Hatice: Elektronik Sözleşmelerden Doğan Uyuşmazlıkların Çözümünde Uygulanacak Hukukun ve Yetkili Mahkemenin Tespiti, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2003

PEHLİVANOĞLU, Murat Can: Basiretli İş Adamı Gibi Hareket Etme Yükümlülüğü ve Elektronik Ticaret Platformlarının Alıcılara Karşı Sorumluluğu, Selçuk Hukuk Kongresi I 2020 Özet Kitabı, Nobel Yayıncılık, 2020

POLAT, Ayşegül: Arabulucunun Hukuki Sorumluluğu, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2017

POROY, Reha/ YASAMAN, Hamdi: Ticari İşletme Hukuku, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2010

RADO, Türkan: Roma Hukuku Dersleri Borçlar Hukuku, İstanbul 2014

REİSOĞLU, Safa: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 12. Bası, İstanbul 1998

SAĞLAM, İpek: Elektronik Sözleşmeler, Legal Yayınları, 1. Baskı, İstanbul 2007

SARIAKÇALI, Turgay: İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler, Seçkin Yayınları, Güncellenmiş 2. Baskı, Ağustos 2021

SAVAŞ, Abdurrahman: İnternet Ortamında Yapılan Sözleşmeler, Konya 2005

SERT SÜTÇÜ, Selin: Mesafeli Sözleşmelerin Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketici Hukuku Bağlamında Sorumluluğunun Belirlenmesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.4, S.1, Y.2021, s.276-287

SERT SÜTÇÜ, Selin: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Hükümlerine Göre Tüketici Hukuku Uygulamalarında Koruma, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2019

SEVSEVİL, Beyza Sultan: Elektronik Sözleşmelerin Kuruluşunda Tüketicinin Korunması, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2020

SOYLU, Feyzanur: İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşluklarının Tamamlanması, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Samsun 2022

SÖZER, Bülent: Elektronik Sözleşmeler, Beta Yayınevi, Mart 2002

ŞAHİN, Turan: Elektronik Sözleşmelerin Kuruluşuna İlişkin İrade Beyanları ve Bu Beyanların Geri Alınması, TBB Dergisi, 2011(2), s.332-376

TANDOĞAN, Haluk: Satış İçin Bırakma Sözleşmesi, BATİDER, C.7, S.1, Y.1973, s.1-9

TEVETOĞLU, Mete: Ethereum ve Akıllı Sözleşmeler, İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Y.2021, 12(1), s.193-208

TİRYAKİ, Betül: E-Tüketici ve Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, XIII. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri 22-23 Aralık 2008 Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara, s.91-96

TOPALOĞLU, Mustafa: Mesafeli Sözleşmeler, Beykent Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C.2, S.3, 2016, s.13-50

TUNÇOMAĞ, Kenan: Türk Borçlar Hukuku, C.1 Genel Hükümler, İstanbul 1976

TURAN, Gamze: Elektronik Sözleşmelere Uygulanacak Hukukun Tespiti, TBB Dergisi, Sayı 77, Y.2008, s.87-119

TUYGUN, Salih: Elektronik Sözleşmelerde Edimlerin İfası, (Çevrimiçi) <https://www.kyhukuk.com.tr/wp-content/uploads/2017/12/Elektronik-S%C3%B6zle%C5%9Fmelerde-Edimlerin-%C4%B0fas%C4%B1.pdf> (E.T.02.11.2022)

UYAROĞLU, Osman: Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Bilgilendirme Yükümlülüğü ve Cayma Hakkı Kapsamında Korunması, 12 Levha Yayınları, Ankara 2022

UYUMAZ, Alper: Elektronik Sözleşmelerin Websiteleri Aracılılığıyla Kurulması ve Bu Sözleşmelerin İfası, (Çevrimiçi) <https://dergipark.org.tr/tr/pub/deuhfd/issue/46938/589012> s.907-930

UZUN KAZMACI, Özge. İnternet Üzerinden Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Marmara Üniversitesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, C.22, S.3, Y. 2016, s.2791-2818

ÜÇYILDIZ, Himmet: Simsarlık Sözleşmesi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya 2019

VILUS, Jelena: Electronic Commerce an Incentive for the Modernisation and Harmonisation of Contract Law, Uniform Law Review, 2003-1/2, s.163-173

YAZICI, Baki Tuna: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Kapsamında Elektronik Tüketici Sözleşmeleri Ve Bu Sözleşmelerde Ortaya Çıkan Güvenlik Sorunları, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta 2014

YILDIRIM, Abdülkerim: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Monopol Yayınları, Güncellenmiş 11. Baskı, Ankara 2020

YILDIRIM, Abdülkerim: Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Seçkin Yayınları, 1. Baskı, İstanbul 2009

YILDIRIM, Yasin: Elektronik Ticaret Güvenliğine Yönelik Yasal Düzenlemeler: Türkiye ve Birleşik Krallık Yasal Düzenlemelerinin Karşılaştırmalı Bir İncelemesi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2019

YILMAZ, Oğuz Gökhan: Tüketici Hukukunda Mesafeli Sözleşmeler, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, S.14, Y. 2013, s.1011-1034

YILMAZ, Süleyman: İnternet Aracılığı ile Yapılan Satım Sözleşmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2000

YÜCEDAĞ GÖZTEPE, Nafiye: Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Cayma Hakkı, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, Y.7, S.27, Temmuz 2016, s.667-690

YÜCER AKTÜRK, Zeynep İpek: İsimli Sözleşme Genel Teorisi ve Uzaktan Eğitim Sözleşmesi, Yetkin Yayınları, Ankara, 2016

YÜKSEL, Sera Reyhani: Elektronik Sözleşmelerde Cayma Hakkı, E-Ticaret Sektöründe Tüketici Hukuku Uygulamaları, İstanbul 2017

WENDEHORST, Christiane: Platform Intermediary Services and Duties Under the e-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive, Journal of European Consumer and Market Law, 5(1), Y.2016, (Çevrimiçi) <https://kluwerlawonline.com/journalarticle/Journal+of+European+Consumer+and+Market+Law/5.1/EuCML2016007> (E.T.30.12.2022)

ZÖHRE, Nuran: Elektronik Sözleşmeler, Y. 2008, (Çevirmici)  
[http://www.turkhukusitesi.com/makale\\_782.htm](http://www.turkhukusitesi.com/makale_782.htm) (E.T.02.10.2022)

