

## LIABILITY OF INTERMEDIARY SERVICE PROVIDERS IN ELECTRONIC COMMERCE

### ELEKTRONİK TİCARETTE ARACI HİZMET SAĞLAYICILARIN SORUMLULUĞU

ALİBERK BİRLİK  
REYHAN REYHAN

#### ABSTRACT

In this article, it is discussed who is responsible for the goods and services sold via electronic commerce platforms, which serve as middlemen in daily-increasing volumes of electronic commerce transactions in accordance with the present trading system, the relationship of buyers and sellers with intermediary service providers and the provisions of the legislation in force in our country regarding electronic commerce are examined, and how the relevant liability can be expanded in the light of the types and limits of liability stipulated in our law is revealed.

#### ÖZET

Bu makalede; güncel ticaret düzeni doğrultusunda her geçen gün hacmini arttıran elektronik ticaret işlemlerinde aracılık faaliyetini gerçekleştiren elektronik ticaret platformlarının satılan ürünler ve verilen hizmetlere ilişkin sorumluluğu, alıcı ve satıcıların aracı hizmet sağlayıcılar ile ilişkisi ve elektronik ticarete ilişkin ülkemizde yürürlükte olan mevzuat hükümleri incelenmiş, hukukumuzda öngörülen sorumluluk türleri ve sınırları ışığında ilgili sorumluluğun nasıl genişletilebileceği ortaya konulmuştur.



#### KEYWORDS

ELECTRONIC COMMERCE,  
INTERMEDIARY ACTIVITY,  
TYPES OF LIABILITY, PRODUCT,  
DEFECTIVE GOODS.



#### ANAHTAR KELİMELER

ELEKTRONİK TİCARET, ARACILIK  
FAALİYETİ, SORUMLULUK TÜRLERİ,  
ÜRÜN, AYIPLI MAL.

## PART 6

Nowadays, commerce transactions have transferred to on-line platforms on a vast scale. At the beginning of this transformation, companies' owning websites first emerged, which followed by intermediary internet platforms that gather many companies and their products under one roof.

Günümüzde ticaret işlemleri büyük ölçüde internet platformlarına taşınmıştır. Bu dönüşümün başlangıcında öncelikle firmaların kendi internet siteleri ortaya çıkmış, sonrasında ise pek çok firmayı ve ürünlerini tek çatı altında toplayan aracı internet platformları hayatımıza girmiştir.

## I. INTRODUCTION

Nowadays, commerce transactions have transferred to on-line platforms on a vast scale. At the beginning of this transformation, companies' owning websites first emerged, which followed by intermediary internet platforms that gather many companies and their products under one roof. Intermediary service providers have increased their volume of trade and product range day by day, and many people have moved away from the need of purchasing products physically and started to prefer shopping on electronic platforms. Since buyers must make purchases without physically inspecting the goods in distance sales carried out in an electronic environment, similar mechanisms, such as the right of withdrawal, have been adopted in our law to protect consumers. These rights and related opportunities have assisted to expand the reach of electronic commerce by increasing consumers' confidence in digital platforms. In the sales made by companies through their own internet platforms, the relationship of the parties and the nature of the contract established between them can be clearly determined, thus the liability of the seller for the defect in the product is clearly obvious to preclude discussion. However, the situation is different for intermediary platforms that bring together many sellers and products from

## I. GİRİŞ

Günümüzde ticaret işlemleri büyük ölçüde internet platformlarına taşınmıştır. Bu dönüşümün başlangıcında öncelikle firmaların kendi internet siteleri ortaya çıkmış, sonrasında ise pek çok firmayı ve ürünlerini tek çatı altında toplayan aracı internet platformları hayatımıza girmiştir. Aracı hizmet sağlayıcılar her geçen gün ticaret hacmini ve ürün yelpazelerini arttırmış, pek çok insan ürünleri fiziken satın alma ihtiyacından uzaklaşmış ve elektronik platformlardan alışveriş yapmayı tercih etmeye başlamıştır. Elektronik ortamda gerçekleştirilen mesafeli satışlarda alıcılar ürünleri fiziken görmeden satın almak durumunda olduklarından tüketicinin korunması amacıyla hukukumuzda cayma hakkı ve benzeri mekanizmalar geliştirilmiştir. Bu hak ve benzeri imkanlar alıcıların elektronik platformlara olan güvenini arttırmış ve elektronik ticaretin kapsamının genişlemesinde pay sahibi olmuştur. Firmaların kendi internet platformları üzerinden yaptığı satışlarda tarafların ilişkisi ve aralarında kurulan sözleşmenin niteliği açıkça tespit edilebildiği gibi satıcının üründeki ayıptan sorumluluğu da tartışmaya mahal vermeyecek derecede açıktır. Pek çok satıcıyı ve çeşitli sektörlerle ilişkin ürünleri çatısı altında birleştiren aracı platformlar bakımından ise durum farklıdır. İlgili platformlar satılan ürünler bakımından üretici sıfatına sahip olmamakla birlikte pek



various sectors under their roof. The relevant platforms do not have the character of manufacturer in terms of the products sold, and they are not qualified as sellers in many cases. Accordingly, the event of a defective good or service purchased by the buyer, brings out the conclusion that only the seller is liable for the defect. However, as will be explained in more detail, this assumption is prone to possibility of many issues.

## II. THE ROLE OF INTERMEDIARY SERVICE PROVIDERS IN ELECTRONIC COMMERCE

From the sellers' point of view, electronic commerce has started to be preferred by sellers as there is no necessity for opening a store to exhibit the products, and in this direction, there is no need to pay rent, invoices, personnel costs, decor and security related to the store. Instead of these costs, many sellers invested in websites and social media platforms and took their place in electronic commerce. Intermediary service providers on the other hand, have developed their systems to cover a wide range of sellers and products, and in this context, many of the sellers who sell on their own websites have also found a place on the platforms of

çok zaman satıcı olarak da nitelendirilmektedir. Bu doğrultuda alıcı tarafından satın alınan ayıplı bir mal veya hizmet söz konusu olduğunda ilgili ayıptan yalnızca satıcının sorumlu olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Ancak daha detaylı açıklanacağı üzere bu varsayım pek çok sorunun ortaya çıkması ihtimaline gebe dir.

## II. ELEKTRONİK TİCARETTE ARACI HİZMET SAĞLAYICILARIN ROLÜ

Elektronik ticaret, satıcılar bakımından; ürünlerin sergilenmesi için bir mağaza açılmasına ihtiyaç olmaması, bu doğrultuda mağazaya ilişkin kira ödemesi, faturalar, personel masrafı, dekor ve güvenlik gibi zahmetlere girilmemesi yönüyle satıcılar tarafından tercih edilmeye başlanmıştır. Pek çok satıcı, bu masraflar yerine internet siteleri ve sosyal medya platformlarına yatırımlar gerçekleştirmiş ve elektronik ticarete yerlerini almışlardır. Aracı hizmet sağlayıcılar ise sistemlerini çok geniş bir satıcı ve ürün yelpazesini kapsayacak şekilde geliştirmiş, bu kapsamda kendi internet sitelerinden satış yapmakta olan satıcıların pek çoğu da aracı hizmet sağ-

## PART 6

intermediary service providers. However, it is not possible to say that the sellers on the intermediary platform are limited with these people. Many sellers who want to engage in electronic commerce but are unable to invest in an internet platform due to lack of brand recognition have started to sell their products through intermediary platforms since they got the opportunity to exhibit their products to large masses only in this way. In this respect, intermediary service providers have enabled many sellers to sell their products over the internet, and have managed to bring buyers together with a wide range of sellers and products.

In terms of sellers' participation in intermediary platforms, the trust created by intermediary platforms on buyers by increasing their volume has also been effective. The troubles that customers are now experiencing or are likely to face as a result of this development in electronic commerce have been brought on by intermediary service providers. Since there is no regulation in our law regarding the direct liability of intermediaries<sup>1</sup> in the event of defects in the products purchased within the scope of this relationship, buyers are obliged to reach out to sellers whom they shop without knowing the seller which sometimes do not use their commerce names on intermediary platforms. At this point, although intermediary service providers continue their intermediary activities in order to solve buyer problems regarding the products purchased through them within the scope of the service they provide, in some

layıcıların platformlarında kendilerine yer edinmiştir. Ancak aracı platformda yer alan satıcıların bu kişilerle sınırlı olduğunu söylemek mümkün değildir. Elektronik ticarete atılmak istemesine rağmen marka bilinirliği bulunmadığından, internet platformuna yatırım yapması mümkün olmayan, geniş kitlelere ancak bu şekilde ürün sergileyebilme imkânı bulunan pek çok satıcı ürünlerini aracı platformlar üzerinden satmaya başlamıştır. Aracı hizmet sağlayıcılar bu bakımdan pek çok satıcının ürünlerini internet üzerinden satabilmesine vesile olmuş, alıcıları da oldukça geniş bir satıcı ve ürün yelpazesine ulaştırmayı başarmışlardır.

Satıcıların aracı platformlara katılması bakımından ayrıca aracı platformların hacmini büyütürken alıcılar üzerinde yarattığı güven de etkili olmuştur. Aracı hizmet sağlayıcıların elektronik ticarete yarattığı bu gelişim, alıcıların yaşadığı veya yaşaması muhtemel olan sorunları da yanında getirmiştir. Bu ilişki kapsamında satın alınan ürünlerde bulunan veya sonradan ortaya çıkan ayıplarda hukukumuzda araçların doğrudan sorumluluğuna ilişkin bir düzenleme bulunmadığından<sup>1</sup> alıcıların, tanımadan alışveriş yaptıkları, kimi zaman aracı platformlarda ticaret unvanını kullanmayan satıcılara ulaşması zorunluluğu doğmuştur. Bu noktada aracı hizmet sağlayıcılar, sundukları hizmet kapsamında kendileri aracılığıyla satın alınan ürünlere ilişkin alıcı sorunlarını da çözmek amacıyla aracılık faaliyetlerine devam etmekte olsa da bazı durumlarda gerek alıcılar gerekse de aracı hizmet sağlayıcılar satıcılara ulaşmamaktadır.

cases, both buyers and intermediary service providers cannot reach the sellers. Due to the development of electronic commerce and the role of intermediary service providers in this development, the problem of non-compensation of the damages incurred by the buyers has arisen in cases where it is not possible for them to contact the sellers. When the public interest is taken into account, it is crucial to protect the consumer, particularly in consumer transactions, and to be able to compensate for the damage in order to provide legal security<sup>2</sup>. Article 9 of the Law on the Regulation of Electronic Commerce<sup>3</sup> stipulates that intermediary service providers are not obliged to investigate whether there is an unlawful situation regarding the content offered in their electronic environment and the goods or services subject to the content. At this point, it should be noted that the relevant regulation does not mean that intermediary service providers are completely irresponsible for the products sold on their platforms. This nonliability clause is at the point of controlling and supervising the content on internet platforms<sup>4</sup>. The intention of the relevant provision is due to the fact that if a content added to the platform by any person is contrary to the law or the truth, it would be unfair for the intermediary service provider to be liable for this contradiction. However, it would be erroneous to interpret this liability as nonliability for defects in the products sold through the platform. That is because the provision should only be interpreted as nonliability regarding the content to be included in the platform since the acceptance that intermediary service providers are completely unobligated for the products sold through their platforms will have unfavorable consequences in terms of consumer law and the security of commercial transactions.

### A. Legal Characteristic of Intermediary Service Providers in Transactions Through Intermediary Platforms

It is clear that a sales contract is established between the buyer and the seller in purchases made on intermediary platforms. However, intermediary service providers, who play an important role in the establishment of this relationship, cannot be considered as parties to these contracts. Independent from the sales contract, intermediary service providers conclude membership agreements with buyers and cooperation agreements with sellers. In these contracts, there are provi-

Elektronik ticaretin gösterdiği gelişim ve aracı hizmet sağlayıcıların bu gelişimdeki rolü nedeniyle alıcıların satıcılara başvurmalarının mümkün olmadığı durumlarda uğradıkları zararın tazmin edilememesi sorunu doğmuştur. Zira kamu yararı göz önünde bulundurulduğunda özellikle de tüketici işlemlerinde tüketicinin korunması ve oluşan zararın tazmin edilebilmesi hukuk güvenliğinin sağlanması açısından önem arz etmektedir<sup>2</sup>. Hukukumuzda aracı hizmet sağlayıcılara platformlarında yer vereceği satıcıların seçimine ilişkin bir yükümlülük yüklenmediği gibi, Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 9. maddesi<sup>3</sup>, aracı hizmet sağlayıcıların elektronik ortamlarında sunulan içerik ile içeriğe konu mal veya hizmetle ilgili hukuka aykırı bir durumun bulunup bulunmadığını araştırmakla yükümlü olmadığı düzenlenmiştir. Bu noktada önemle belirtilmelidir ki; ilgili düzenleme aracı hizmet sağlayıcıların platformlarında satılan ürünlerde tamamen sorumsuz olduğu anlamına gelmemektedir. Bu sorumsuzluk kaydı, internet platformlarında yer verilen içeriğin kontrolü ve denetlenmesi noktasındadır<sup>4</sup>. İlgili hükmün sevk maksadı herhangi bir kişi tarafından platforma eklenen bir içeriğin hukuka veya gerçeğe aykırı olması halinde aracı hizmet sağlayıcının bu aykırılıktan sorumlu olmasının hakkaniyete aykırı olmasından ileri gelmektedir. Ancak bu sorumsuzluğun, platformdan satılan ürünlerde yer alan ayıplardan sorumsuzluk olarak yorumlanması hatalı olacaktır. Zira hükmün yalnızca, platformda yer alacak içeriğe ilişkin sorumsuzluk olarak yorumlanması gerekirken olup aracı hizmet sağlayıcıların platformlarından satılan ürünlerden tamamen sorumsuz olmaları kabulü tüketici hukuku ve ticari işlemlerin güvenliği bakımından sakıncalı sonuçlar doğuracak niteliktedir.

### A. Aracı Platformlardan Yapılan Alışverişlerde Aracı Hizmet Sağlayıcıların Hukuki Niteliği

Aracı platformlarda yapılan alışverişlerde alıcı ile satıcı arasında satış sözleşmesi kurulduğu açıktır. Ancak bu ilişkinin kurulmasında önemli rol oynayan aracı hizmet sağlayıcılar, bu sözleşmelerin tarafı olarak kabul edilememektedir. Aracı hizmet sağlayıcılar satış sözleşmesinden bağımsız olarak alıcılarla üyelik sözleşmeleri, satıcılarla ise iş birliği sözleşmeleri akdetmektedirler. Bu sözleşmelerde aracı hizmet sağlayıcıların satış sözleşmesinin tarafı olmadığına

## FOOTNOTE

1 Esra Hamamcıoğlu, "Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Issue. 35, 2018, p. 53.

2 Lale Sirmen, "Tüketici Hukukunun Amacı ve Özellikleri", "Tüketici Hukukunun Amacı ve Özellikleri", Aydın Zevkiler'e Armağan Yaşar Üniversitesi Elektronik Dergisi, V. 8, Special Issue, İstanbul 2013, p. 2467.

3 Law No. 6563 on the Regulation of Electronic Commerce published in the Official Gazette dated 5.11.2014 and numbered 29166, Art. 9.

4 Erdem Büyüksağış/ Defne Kahveci, "E-Ticaret Platformlarının Satılan Ayıplarından Sorumluluğu", YÜHFD, V. XIX, 2022/Special Issue, p. 138.



## DİPNOT

1 Esra Hamamcıoğlu, "Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S. 35, 2018, s. 53.

2 Lale Sirmen, "Tüketici Hukukunun Amacı ve Özellikleri", "Tüketici Hukukunun Amacı ve Özellikleri", Aydın Zevkiler'e Armağan Yaşar Üniversitesi Elektronik Dergisi, C. 8, Özel Sayı, İstanbul 2013, s. 2467.

3 5.11.2014 tarih, 29166 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, m. 9.

4 Erdem Büyüksağış/ Defne Kahveci, "E-Ticaret Platformlarının Satılan Ayıplarından Sorumluluğu", YÜHFD, C. XIX, 2022/Özel Sayı, s. 138.

## PART 6

sions stating that the intermediary service providers are not a party to the sales contract and that the seller is solely responsible for the defects of the goods sold<sup>5</sup>. In this respect, buyers cannot take legal action against intermediary service providers within the scope of contractual liability. Basically, it can be argued that intermediary service providers who bring the buyer and the seller together to establish a contract between the parties have the characteristics of brokerage. However, in a brokerage relationship, brokers do not operate continuously for a particular seller<sup>6</sup>. On the contrary to brokers, intermediary service providers conclude contracts with buyers and sellers and ensure the sale of products by mediating the activities of the sellers with whom they have established a contractual relationship with the element of continuity. There are opinions in the doctrine that the activities of intermediary service providers may be characterized within the scope of agency. Contrary to the explanations we have set forth in terms of the nature of brokerage activities, agents mediate principal contracts with the element of continuity. In addition, when it comes to sales made on online platforms, it is possible to say that intermediary service providers operate independently, just like agents<sup>7</sup>. In this context, intermediary service providers are similar to agents in terms of the element of independence. However, characterizing intermediary service providers as agents would not be accurate in certain aspects. The main difference between intermediary service providers and agents is economic power. Nowadays, intermediary service providers have become platforms that sellers want to participate in order to improve their activities with their brands and awareness reaching large masses. In this context, it would not be appropriate to evaluate the customer environment of an agency with the same qualifications as a nationally known and trusted intermediary platform. Intermediary service providers have greatly increased their economic power compared to agents as an effect of operating in a very wide market. Nowadays, intermediary service providers can even operate under their own brands in addition to intermediating commercial transactions. In this context, the application of the relevant provisions of the Turkish Commercial Code<sup>8</sup> which aim to pro-

ve satılanın ayıplarından yalnızca satıcının sorumlu olduğuna ilişkin hükümlere de rastlanmaktadır<sup>9</sup>. Bu bakımdan alıcılar, sözleşmesel sorumluluk kapsamında aracı hizmet sağlayıcılara başvuramamaktadır. Temelde alıcı ve satıcıyı bir araya getirerek taraflar arasında bir sözleşme kurulmasını sağlayan aracı hizmet sağlayıcıların simsarlık niteliğini haiz oldukları ileri sürülebilecektir. Ancak simsarlık ilişkisinde simsarlar, sürekli olarak belirli bir satıcı için faaliyet göstermemektedirler<sup>6</sup>. Aracı hizmet sağlayıcılar ise simsarların aksine alıcı ve satıcılar ile sözleşmeler akdetmekte ve süreklilik unsuru haiz olarak sözleşme ilişkisi kurdukları satıcıların faaliyetlerine aracılık ederek ürünlerin satışını sağlamaktadırlar. Öğretide aracı hizmet sağlayıcıların faaliyetlerinin acentelik kapsamında nitelendirilebileceğine ilişkin görüşler bulunmaktadır. Simsarlık faaliyetinin niteliği bakımından ortaya koyduğumuz açıklamaların aksine acenteler süreklilik unsuru haiz olarak müvekkil sözleşmelerine aracılık etmektedirler. İlaveten çevrimiçi platformlarda yapılan satışlar söz konusu olduğunda aracı hizmet sağlayıcıların tıpkı acenteler gibi bağımsız olarak faaliyet gösterdiklerini söylemek mümkündür<sup>7</sup>. Bu kapsamda aracı hizmet sağlayıcılar bağımsızlık unsuru bakımından acenteye benzetilmektedirler. Ancak aracı hizmet sağlayıcıları acente olarak nitelendirmek belirli hususlar bakımından isabetli olmayacaktır. Aracı hizmet sağlayıcılar ile acenteler arasındaki en temel fark, ekonomik güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Aracı hizmet sağlayıcılar günümüzde, markaları ve geniş kitlelere ulaşan bilinirlikleriyle satıcıların faaliyetlerini geliştirmek amacıyla katılmak istedikleri platformlar haline gelmiştir. Bu kapsamda bir acentenin müşteri çevresi ile ülke çapında bilinen ve güvenilen bir aracı platformun aynı nitelik ile değerlendirilmesi isabetli olmayacaktır. Aracı hizmet sağlayıcılar, oldukça geniş bir pazarda faaliyet göstermelerinin bir etkisi olarak, acentelere kıyasla ekonomik güçlerini büyük oranda arttırmış bulunmaktadır. Aracı hizmet sağlayıcılar günümüzde ticari işlemlere aracılık etmenin yanında kendi markaları ile dahi faaliyet gösterebilmektedirler. Bu bağlamda Türk Ticaret Kanunu'nda<sup>8</sup>, müvekkile kıyasla ekonomik açıdan zayıf konumda olan acenteyi korumayı amaçlayan hükümlerin<sup>9</sup>, ilişki kurdukları satıcılara kıyasla çok

tect the agency<sup>9</sup>, which is in an economically weak position compared to the client, to the intermediary service providers, who have much greater economic power compared to the sellers with whom they have established a relationship, may cause loss of rights for both sellers and buyers.

### B. Liability of Intermediary Service Providers as Manufacturers (Product Liability)

The Product Safety Law<sup>10</sup> defines the manufacturer as "a natural or legal person who manufactures the product or has the product designed or manufactured and places it on the market under its own name or trademark", the importer as "a natural or legal person who imports the product and places it on the market", and the distributor as "a natural or legal person other than the manufacturer or importer who places the product on the market by taking part in the supply chain". Nowadays, intermediary service providers sell products that they produce under their own brands as well as selling other companies on their platforms. In terms of these products, it is clear that intermediary service providers will be liable both as a seller and as a manufacturer. Based on this assumption, intermediary service providers will be liable for product

daha büyük ekonomik güce sahip olan aracı hizmet sağlayıcılara uygulanmasının gerek satıcılar bakımından gerekse de alıcılar bakımından hak kaybı meydana getirebileceği kanaatindeyiz.

### B. Aracı Hizmet Sağlayıcıların Üretici Sıfatıyla Sorumluluğu (Ürün Sorumluluğu)

Ürün Güvenliği Kanunu<sup>10</sup> imalatçıyı "Ürünü imal ederek veya ürünün tasarımını veya imalatını yaptırarak kendi isim veya ticari markası ile piyasaya arz eden gerçek veya tüzel kişi", ithalatçıyı "Ürünü ithal ederek piyasaya arz eden gerçek veya tüzel kişi" dağıtıcıyı ise "Ürünü tedarik zincirinde yer alarak piyasada bulunduran, imalatçı veya ithalatçı dışındaki gerçek veya tüzel kişi" olarak tanımlamıştır. Aracı hizmet sağlayıcılar günümüzde platformlarında başka firmaların satışını yapmanın yanında kendi markaları ile ürettikleri ürünlerin satışını da gerçekleştirmektedirler. Bu ürünler bakımından aracı hizmet sağlayıcıların gerek satıcı gerekse de üretici sıfatlarıyla sorumlu olacakları açıktır. Bu kabule istinaden aracı hizmet sağlayıcıların ürün sorumluluğu tazminatından sorumlu olmaları söz konusu olacaktır. Ürün Güvenliği Kanu-

#### FOOTNOTE

5 Büyüksağış/ Kahveci, p. 162.

6 Selma Çetiner/ Armağan Ebru Bozkurt-Yüksel, "Ticari İşletme ve Şirketler Hukuku", 5th Edition, Ankara 2021, p. 223.

7 Kadir Baş, "Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerin Uygulanması" Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi vol. XXXIII(4), p. 130.

8 Turkish Commercial Code published in the Official Gazette dated 14.02.2011 and numbered 27846.

9 Baş, p. 134.

10 Article 3 of the Law No. 7223 on Product Safety and Technical Regulations published in the Official Gazette dated 12.03.2020 and numbered 31066.

#### DİPNOT

5 Büyüksağış/ Kahveci, s. 162.

6 Selma Çetiner/ Armağan Ebru Bozkurt-Yüksel, "Ticari İşletme ve Şirketler Hukuku", 5. Baskı, Ankara 2021, s. 223.

7 Kadir Baş, "Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerin Uygulanması" Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi vol. XXXIII(4), s. 130.

8 14.02.2011 tarih ve 27846 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türk Ticaret Kanunu.

9 Baş, s. 134.

10 12.03.2020 tarih, 31066 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 7223 sayılı Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu m. 3.



## PART 6

liability compensation. Article 6 of the Product Safety Law<sup>11</sup> stipulates that *"In the event that a product causes damage to a person or property, the manufacturer or importer of this product is obliged to compensate for the damage."* Accordingly, if intermediary service providers can be named as manufacturers or importers within the scope of Product Safety Law, they will be obliged to compensate the damages arising in cases where the products sold on their platforms cause bodily harm to a person or the loss of a good to any extent<sup>12</sup>.

In the event that a product causes damage to a person or property, the manufacturer or importer of this product is obliged to compensate for the damage.

Ürünün, bir kişiye veya bir mala zarar vermesi halinde, bu ürünün imalatçısı veya ithalatçısı zararı gidermekle yükümlüdür.

nu'nun 6. maddesi<sup>11</sup> *"Ürünün, bir kişiye veya bir mala zarar vermesi halinde, bu ürünün imalatçısı veya ithalatçısı zararı gidermekle yükümlüdür."* hükmünü haizdir. Bu doğrultuda aracı hizmet sağlayıcılar bu kanun kapsamında üretici veya ithalatçı olarak adlandırılabilirler. Bu takdirde kendi platformlarında satılan ürünlerin bir kişiye bedensel zarar vermesi veya bir malın herhangi bir kapsamda zayıfına yol açtığı hallerde ortaya çıkan zararı tazmin etmekle yükümlü olacaklardır<sup>12</sup>.

### C. Liability of Intermediary Service Providers as Sellers

As mentioned before, intermediary service providers are generally not a party to the contracts concluded in respect of the sales made through their platforms. However, this does not completely prevent intermediary service providers from having the title of seller. The Law on Consumer Protection<sup>13</sup> defines a seller as *"a natural or legal person, including public legal entities, who offers goods to consumers for commercial or professional purposes or acts on behalf or account of the seller"*. In this context, it may also be possible for intermediary service providers to be considered as sellers when it comes to consumer transactions. It is frequently encountered that intermediary service providers purchase the products produced or sold by another company from the seller, store them in their

### C. Aracı Hizmet Sağlayıcıların Satıcı Sifatıyla Sorumluluğu

Daha önce bahsettiğimiz üzere aracı hizmet sağlayıcılar genellikle platformlarından yapılan satışlar bakımından akdedilen sözleşmelere taraf değillerdir. Ancak bu durum aracı hizmet sağlayıcıların satıcı sıfatına haiz olabilmelerini tamamen engellememektedir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun<sup>13</sup> satıcıyı; *"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 tanımlamıştır. Bu kapsamda aracı hizmet sağlayıcıların tüketici işlemleri söz konusu olduğunda satıcı olarak kabul edilmeleri de mümkün olabilir. Aracı hizmet sağlayıcıların başka firma tarafından üretilen veya satılan ürünleri satıcıdan satın aldıkları, kendi depolarında muhafaza ettikleri, platformdaki satış fiyatını münhasıran kendile-

own warehouses, determine the sales price on the platform exclusively by themselves, package them with their own brands and logos and ship them by their own companies. In these cases, it is very difficult to say that intermediary service providers act only as intermediaries. Therefore, in similar cases, it is necessary to mention that intermediary service providers supply goods to the market as manufacturers or importers. Accordingly, intermediary service providers may be obliged for the remedy of defects and/ or compensate the damages incurred when a defect occurs as a result of sales within the scope of consumer transactions within the scope of the Law on the Protection of Consumers<sup>14</sup>. In addition to selling products of different sellers, intermediary service providers also sell products produced under their own brands on their platforms. In these cases, even if the intermediary service providers have the products manufactured by a third party, they will have the characteristics of a seller and will be liable for the defects on the product as a seller.

### D. Evaluation on the Liability of Intermediary Service Providers within the Scope of Fiduciary Liability

At the stage that electronic commerce is at currently, it is evident that intermediary service providers play an important part in completing sales contracts as they grow their market shares, contribute to the sale of goods to customers across the nation, and give buyers and consumers' confidence in the market.

The doctrine of trust liability, is one of the foundational principles of our legal system and is founded on the idea of honesty set forth in Turkish Civil Code Article 2<sup>15</sup>, is explained as *"Any liability in which trust plays an essential role in the occurrence of a legal result is a trust liability"*<sup>16</sup>. Indeed, the trust in the brand and system of intermediary service providers is at a considerable level in purchases made through intermediary internet platforms. Most of the time, the main reason for buyers to shop from a seller is that the seller is on the platform of the intermediary service provider. In this situation, customers make purchases from sellers they do not know, do not trust besides the fact that they are on the relevant platform, and would not normally have any relationship with. In this respect, it should be mentioned that trust in

ri belirledikleri, kendi marka ve logoları ile paketledikleri ve kendi firmaları tarafından kargoladıkları durumlarla sıkça karşılaşmaktadır. Bu durumlarda aracı hizmet sağlayıcıların yalnızca aracı olarak hareket ettiklerini söylemek oldukça güçtür. Bu nedenle benzer hallerde aracı hizmet sağlayıcıların üretici veya ithalatçı sıfatıyla piyasaya mal arz ettiklerinden bahsedebilmek gerekir. Bu doğrultuda aracı hizmet sağlayıcılar tüketici işlemi kapsamında olan satışlar sonucu Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun<sup>14</sup> kapsamında bir ayıp meydana geldiğinde bu ayıbı gidermekle ve/ veya meydana gelen zararları tazmin etmekle yükümlü olabileceklerdir. Ayrıca aracı hizmet sağlayıcılar günümüzde farklı satıcıların ürünlerinin satışını sağlamanın yanında, platformlarında kendi markaları altında üretilen ürünlerin de satışını gerçekleştirmektedirler. Bu durumlarda aracı hizmet sağlayıcılar, ürünleri üçüncü bir kişiye ürettirmiş olsalar da satıcı niteliğini haiz olacaklar ve ürün üzerindeki ayıplardan satıcı sıfatı ile sorumlu olacaklardır.

### D. Aracı Hizmet Sağlayıcıların Sorumluluğunun Güven Sorumluluğu Kapsamında Değerlendirilmesi

Elektronik ticaretin günümüzde geldiği noktada, pazar paylarını büyüten, ülke kapsamında müşterilere ürün satışı yapılmasında rol oynayan, piyasada alıcılara ve tüketicilere bu kapsamda güven sağlayan aracı hizmet sağlayıcıların satış sözleşmelerinin akdedilmesinde önemli bir rol oynadığı açıktır.

Temelini Türk Medeni Kanunu'nun 2. maddesinde<sup>15</sup> düzenlenen dürüstlük kuralından alan ve hukukumuzda yer alan ilkelerden biri olan güven sorumluluğu öğretide; *"Hukuki bir sonucun meydana gelmesinde güvenin asil rol oynadığı her sorumluluk, güven sorumluluğudur"*<sup>16</sup> olarak açıklanmaktadır. Gerçekten de aracı internet platformlarından yapılan alışverişlerde aracı hizmet sağlayıcıların markasına ve sistemine duyulan güven azımsanmayacak seviyededir. Çoğu zaman alıcıların bir satıcıdan alışveriş yapmasının temel sebebi ilgili satıcının aracı hizmet sağlayıcının platformunda yer alması olarak karşımıza çıkmaktadır. Alıcılar bu kapsamda hiç tanımadıkları, ilgili platformda bulunmaları dışında herhangi bir güven duymadıkları ve aracı platformlar olmasa herhangi bir ilişki içine girmeyecekleri satıcılardan alışveriş yapmaktadırlar. Bu bakımdan ilgili alışveriş-

## FOOTNOTE

11 Article 6 of the Product Safety Law.

12 Büyüksağış/ Kahveci, p. 161.

13 Article 3 of the Law No. 6502 on the Protection of Consumers published in the Official Gazette dated 28.11.2013 and numbered 2835.

14 Article 9 of the Law on Consumer Protection.

15 Article 2 of the Turkish Civil Code No. 4721 published in the Official Gazette dated 8.12.2021 and numbered 24607.

16 Yasemin Durak, "Güven Sorumluluğu ve Culpability In Contrahendo", Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, V. 25 E. 1, 2017, p. 245.

## DİPNOT

11 Ürün Güvenliği Kanunu m. 6.

12 Büyüksağış/ Kahveci, s. 161.

13 28.11.2013 tarih, 2835 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 3.

14 TKHK m. 9.

15 8.12.2021 tarih, 24607 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu m. 2.

16 Yasemin Durak, "Güven Sorumluluğu ve Culpability In Contrahendo", Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 25 S. 1, 2017, s. 245.

## PART 6

NOWADAYS, MANY UNDERTAKINGS IN DIFFERENT LINKS OF THE SUPPLY CHAIN ARE INVOLVED IN ELECTRONIC COMMERCE BY TARGETING THE PROFITS THAT CAN BE MADE BY SELLING THROUGH INTERMEDIARY SERVICE PROVIDER PLATFORMS.

intermediary service providers is an essential element for buyers in making relevant purchases and establishing sales contracts. For this reason, intermediary service providers, who include sellers in their platforms and ensure the purchase of the products of the sellers with the trust placed in the platform that carries its own brand, shall be liable under certain conditions for defects or damages in the product within the scope of trust liability<sup>17</sup>.

## III. CONCLUSION

Intermediary service providers have gained a share in electronic commerce transactions and have greatly increased their scope due to the transformation in commercial activities with the impact of the Covid-19 pandemic, and have become the main actors in many electronic commerce transactions, which are predominantly consumer transactions nowadays. The problems experienced by consumers in these transactions have increased in parallel with this development. In this context, ensuring legal security in transactions realized through intermediary service provider platforms has emerged as a current legal problem. Nowadays, many undertakings in different links of the supply chain are involved in electronic commerce by targeting the profits that can be made by

lerin yapılması ve satış sözleşmelerinin kurulmasında aracı hizmet sağlayıcılara duyulan güvenin, alıcılar için esaslı bir unsur olduğundan bahsetmek gerekir. Bu nedenle satıcıları platformlarına dahil eden ve kendi markasını taşıyan platforma duyulan güven ile satıcıların ürünlerinin satın alınmasını sağlayan aracı hizmet sağlayıcıların güven sorumluluğu kapsamında üründe bulunan ayıp veya meydana gelecek zararlardan, belirli koşullar altında sorumlu olmaları gerekmektedir<sup>17</sup>.

## III. SONUÇ

Aracı hizmet sağlayıcılar, ticari faaliyetlerdeki dönüşüm ve Covid-19 pandemisinin etkisiyle kapsamını çok büyük ölçüde arttıran elektronik ticaret işlemlerinde pay sahibi olmuş ve günümüzde ağırlıklı tüketici işlemlerinde olan birçok elektronik ticaret işleminin ana aktörü haline gelmişlerdir. Tüketicilerin bu işlemlerde yaşadıkları sorunlar ise bu gelişim ile paralel olarak artış göstermiştir. Bu kapsamda aracı hizmet sağlayıcı platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen işlemlerde hukuki güvenliğin sağlanması güncel bir hukuki sorun olarak karşımıza çıkmıştır. Günümüzde tedarik zincirinin farklı halkalarında yer alan pek çok teşebbüs, aracı hizmet sağlayıcı platformlar üzerinden satış yapmanın getirebileceği kazancı hedefleyerek elektronik ticarete dahil olmaktadır. Alıcıların ise satın aldıkları

selling through intermediary service provider platforms. It is not always possible for buyers to reach these undertakings when a problem occurs with the products they purchase. In this respect, expanding the scope of liability of intermediary service providers for the reasons we have explained may increase legal security in electronic commerce transactions.

ürünlerde bir sorun yaşadıklarında bu teşebbüslere ulaşmaları her zaman mümkün olamamaktadır. Bu bakımdan açıkladığımız gerekçelerle aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluk kapsamının genişletilmesi, elektronik ticaret işlemlerinde hukuki güvenliğin artmasını sağlayabilecektir.

GÜNÜMÜZDE TEDARİK ZİNCİRİNİN FARKLI HALKALARINDA YER ALAN PEK ÇOK TEŞEBBÜS, ARACI HİZMET SAĞLAYICI PLATFORMLAR ÜZERİNDEN SATIŞ YAPMANIN GETİREBİLECEĞİ KAZANCI HEDEFLEYEREK ELEKTRONİK TİCARETE DAHİL OLMAKTADIR.

## FOOTNOTE

17 Büyüksağış/ Kahveci, p. 156.



## BIBLIOGRAPHY

ERDEM BÜYÜKSAĞIŞ/ DEFNE KAHVECİ, "E-Ticaret Platformlarının Satılanın Ayıplarından Sorumluluğu", YÜHFD, V. XIX, 2022/Special Issue.

ESRA HAMAMCIOĞLU, "Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, P. 35, 2018.

LALE SİRMEN, "Tüketici Hukukunun Amacı ve Özellikleri", Aydın Zevkiler'e Armağan Yaşar Üniversitesi Elektronik Dergisi, V. 8, Special Issue, İstanbul 2013.

YASEMİN DURAK, "Güven Sorumluluğu ve Culpa In Contrahendo", Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, V. 25, Issue. 1, 2017.

MERVE ARSLAN, Elektronik Ticaret ve Mesafeli Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, 1st Edition, Ankara 2021.

KADİR BAŞ, "Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerin Uygulanması" Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, vol. XXXIII(4), P. 115-153.

SELMA ÇETİNER/ ARMAĞAN EBRU BOZKURT-YÜKSEL, "Ticari İşletme ve Şirketler Hukuku", 5th Edition, Ankara 2021, P. 223.

## KAYNAKÇA

ERDEM BÜYÜKSAĞIŞ/ DEFNE KAHVECİ, "E-Ticaret Platformlarının Satılanın Ayıplarından Sorumluluğu", YÜHFD, C. XIX, 2022/Özel Sayı.

ESRA HAMAMCIOĞLU, "Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S. 35, 2018.

LALE SİRMEN, "Tüketici Hukukunun Amacı ve Özellikleri", Aydın Zevkiler'e Armağan Yaşar Üniversitesi Elektronik Dergisi, C. 8, Özel Sayı, İstanbul 2013.

YASEMİN DURAK, "Güven Sorumluluğu ve Culpa In Contrahendo", Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 25, S. 1, 2017.

MERVE ARSLAN, Elektronik Ticaret ve Mesafeli Elektronik Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, 1. Baskı, Ankara 2021.

KADİR BAŞ, "Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerin Uygulanması" Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, vol. XXXIII(4), S. 115-153.

SELMA ÇETİNER/ ARMAĞAN EBRU BOZKURT-YÜKSEL, "Ticari İşletme ve Şirketler Hukuku", 5. Baskı, Ankara 2021, S. 223.

## DİPNOT

17 Büyüksağış/ Kahveci, s. 156.