

PART 10

LEGAL NATURE OF ELECTRONIC MARKETPLACE OPERATORS' INTERMEDIARY ACTIVITIES FOR SELLERS

ELEKTRONİK PAZARYERİ
İŞLETMECİLERİNİN SATICILAR
BAKIMINDAN YAPMIŞ OLDUĞU
ARACILIK FAALİYETİNİN
HUKUKİ NİTELİĞİ

ECE KOÇLAR
ŞEVAL GÖKÇE
BATUHAN BURAK ŞEN

PART 10

ABSTRACT | ÖZET

This Article provides basic information about electronic marketplaces and specifically examines issues such as the legal relationships between the parties involved, the legal nature of the marketplace, the nature of the contracts established, and the responsibilities of the intermediary towards consumers.

Bu makalede; elektronik pazaryeri hakkında temel bilgilere yer verilmekte olup özellikle taraflar arası hukuki ilişkiler, pazaryerinin hukuki niteliği, kurulan sözleşmelerin niteliği, aracılık edenin tüketiciye karşı sorumlulukları gibi hususlar ele alınacaktır.

KEYWORDS | ANAHTAR KELİMELER

Electronic Marketplace, Electronic Marketplace Operator, Agent, Brokerage, Buyer, Seller, Intermediary Activity, E-Commerce.

Elektronik Pazaryeri, Elektronik Pazaryeri İşletmecisi, Acente, Simsarlık, Alıcı, Satıcı, Aracılık Faaliyeti, E-Ticaret.

I. INTRODUCTION

Digitalization is transforming every aspect of our lives today and signaling the dawn of a new digital era. Since the 1990s, efforts have been made to create a conducive trading environment for governments, producers and industrialists with new trade and distribution channels in the global economy. Among these initiatives, the importance of electronic commerce, seen as a gateway to the global market, has gradually increased. Compared to a decade ago, many activities such as entertainment, socializing and shopping have migrated to the digital realm, and the area where this change is most evident is the trade sector. With the impact of internet usage and digitalization, interest has shifted from physical marketplaces to marketplaces in the electronic environment. Thus, the increasingly important and widespread use of the internet today has begun to show its effects in many areas, including trade. The penetration of developments in information technologies into the field of trade has provided certain advantages to both operators, sellers and consumers, i.e. buyers. Trade carried out in the electronic environment has come to be known as "e-commerce", i.e. electronic commerce. Electronic commerce attracts great interest on a global scale, and thanks to the large number of information

I. GİRİŞ

Dijitalleşme, günümüzde hayatımızın her alanını dönüştürmekte ve yepyeni bir dijital çağa adım attığımızı göstermektedir. 1990'lerden itibaren küresel ekonomide yeni ticaret ve dağıtım kanallarıyla birlikte; yönetimler, üreticiler ve sanayiciler için uygun bir ticaret ortamı yaratmaya çalışılmıştır. Bu girişimler arasında, küresel pazara erişim kapısı olarak görülen elektronik ticaretin önemi de giderek artmıştır. On yıl öncesine kıyasla, eğlence, sosyalleşme ve alışveriş gibi birçok aktivite dijital ortama taşınmış olup bu değişimin en belirgin olduğu alan ise ticaret sektörüdür. İnternet kullanımı ve dijitalleşmenin etkisiyle birlikte, ilgi fiziki pazaryerlerinden elektronik ortamdaki pazaryerlerine kaymıştır. Böylelikle günümüzde önemi git gide artan ve yaygın hale bürünen internet kullanımı, ticaret de dahil olmak üzere birçok alanda etkilerini göstermeye başlamıştır. Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin ticaret alanına sirayet etmesi hem işletmecilere, satıcılara hem de tüketicilere yani alıcılara belli avantajlar sağlamıştır. Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticaret, "e-ticaret" yani elektronik ticaret ismini almıştır. Elektronik ticaret, küresel ölçekte büyük ilgi görmekte ve bu alanda geliştirilen çok sayıda bilgi teknolojisi ve altyapı sayesinde işletmeler uluslararası rekabet gücü kazanmaktadır.



technologies and infrastructure developed in this field, businesses gain international competitiveness.

The fact that shopping from electronic marketplaces is easier to carry out compared to shopping from the physical environment, their potential cost-effectiveness, the ability to compare various brands within the same time period, the ability to market to wider segments of society, and the provision of equal access opportunities have made electronic marketplaces popular platforms. Furthermore, this situation has paved the way for inter-city, inter-country and even inter-continental shopping, enabling the development of global trade in the global economy. Global trade contributes to countries' economic growth, increased consumer options and lower prices. In light of these developments, it has become necessary to make regulations on these issues in Turkish Law and to draw the boundaries regarding the responsibility in question.

Elektronik pazaryerlerinden gerçekleştirilen alışverişin fiziki ortamdaki alışverişe nazaran kolay gerçekleştirilmesi, bazen fiziki ortama kıyasla daha ekonomik olması, çeşitli markaların aynı zaman dilimi içerisinde karşılaştırılabilmesi, pazarlamanın toplumda daha geniş kesimlere yapılabilmesi, eşit erişim fırsatı vermesi elektronik pazaryerlerini rağbet gören platformlar haline getirmiştir. Bunlara ek olarak bu durum; şehirler arası, ülkeler arası ve hatta kıtalar arası alışverişin de önünü açmış, küresel ekonomide küresel ticaretin gelişmesini sağlamıştır. Küresel ticaret; ülkelerin ekonomik büyümesine, tüketici seçeneklerinin artmasına ve fiyatların düşmesine katkıda bulunmaktadır. Bu gelişmeler doğrultusunda Türk Hukukunda da bu konulara ilişkin düzenleme yapılması ve söz konusu sorumluluğa ilişkin sınırların çizilmesi gerektiği doğmuştur.

PART 10

II. LEGAL STATUS OF ELECTRONIC MARKETPLACE AND ELECTRONIC MARKETPLACE OPERATOR

The Law on the Regulation of Electronic Commerce No. 6563 ("REC"), published in the Official Gazette dated 05.10.2014 and numbered 291166, is the first legal regulation for electronic commerce in Turkish Law, and in this law; Although the concepts of "electronic commerce", "service provider" and "intermediary service provider" are defined, the concept of "electronic marketplace" is not defined and the concept entered our legislation with the Law on Amending the Law on the Regulation of Electronic Commerce No. 7416 ("E-Commerce Amendment Law") published in the Official Gazette dated 07.07.2022 and numbered 31889 as "Electronic Commerce Marketplace". The aforementioned law aims to prevent unfair competition and monopolization in e-commerce, facilitate the entry of new players into the market, and ensure balanced growth of the sector. It also introduced new regulations for e-commerce intermediaries and service providers, taking into account businesses of different scales.

In Turkish Law, electronic commerce is defined in Article 2/1 (a) of the Law on the Regulation of Electronic Commerce No. 6563 as "all kinds of online economic and commercial activities carried out in the electronic environment without physical confrontation". The electronic commerce marketplace is defined in Article 2/1 (h) of the REC as "The electronic commerce environment where the electronic commerce intermediary service provider provides intermediary services". Marketplaces are online shopping platforms that bring together buyers, sellers and marketplace operators in both traditional commerce and e-commerce. In traditional marketing, the marketplace is a physical place where buyers and sellers interact face-to-face. However, the internet has moved the marketplace to the electronic environment, providing buyer-seller communication through electronic information technologies. This digital transformation has led to the emergence of electronic marketplaces covering trade carried out over the internet. Electronic marketplace applications function at points such as informing about the product-company in the process of re-

II. ELEKTRONİK PAZARYERİ VE ELEKTRONİK PAZARYERİ İŞLETMECİSİNİN HUKUKİ STATÜSÜ

05.10.2014 tarihli ve 291166 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ("ETDHK"), Türk Hukuku'nda elektronik ticarete yönelik ilk kanuni düzenleme olup, bu kanunda; "elektronik ticaret", "hizmet sağlayıcısı" ve "aracı hizmet sağlayıcı" kavramları tanımlanmakla beraber "elektronik pazaryeri" kavramı tanımlanmamış olup kavram mevzuatımıza 07.07.2022 tarihli ve 31889 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 7416 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ("E-Ticaret Değişiklik Kanunu") ile birlikte "Elektronik Ticaret Pazaryeri" olarak girmiştir. İlgili kanun, e-ticaretteki haksız rekabeti ve tekelleşmeyi önlemeyi, yeni oyuncuların pazara girişini kolaylaştırmayı ve sektörün dengeli büyümesini sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca, farklı ölçekteki işletmeleri dikkate alarak e-ticaret aracı ve hizmet sağlayıcıları için yeni düzenlemeler getirmiştir.

Türk Hukuku'nda elektronik ticaret, 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun m.2 /1 (a)'da; "fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrim içi iktisadi ve ticari her türlü faaliyet" olarak tanımlanmaktadır. Elektronik ticaret pazaryeri ise, ETDHK m.2/1 (h)'de; "Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcısının aracılık hizmetlerini sunduğu elektronik ticaret ortamı" olarak tanımlanmıştır. Pazaryerleri, hem geleneksel ticarete hem de e-ticarette kullanılan alıcı, satıcı ve pazaryeri işletmecisini bir araya getiren online alışveriş platformlarıdır. Geleneksel pazarlamada pazaryeri, alıcı ve satıcının yüz yüze etkileşimde bulunduğu fiziksel bir mekandır. Ancak internet, pazaryerini elektronik ortama taşıyarak alıcı-satıcı iletişimini elektronik bilgi teknolojileri aracılığıyla sağlamıştır. Bu dijital dönüşüm ise, internet üzerinden gerçekleştirilen ticareti kapsayan elektronik pazaryerlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Elektronik pazaryeri uygulamaları, ticari işlemin gerçekleşme sürecinde ürün-firma hakkında bilgilendirme, lojistik destek, sipariş teyidi, elektronik ödeme tahsilat işlemleri, ticari işlemin güvenilirliğinin sağlanması, karşılıklı edimlerin denetlenmesi gibi noktalarda işlev görmektedir. Alıcı ve satıcıları düşük maliyetlerle bir araya

alizing the commercial transaction, logistic support, order confirmation, electronic payment collection transactions, ensuring the reliability of the commercial transaction, and overseeing mutual performances. Electronic marketplaces, which aim to bring buyers and sellers together at low costs, are becoming more and more preferred and their functionality is increasing day by day.

In contrast to traditional marketplaces, electronic marketplaces enable sellers and operators to sell goods, products, and services through online platforms. These platforms offer a wide range of products, competitive prices, and a convenient shopping experience for buyers. Electronic marketplaces provide buyers with the opportunity to purchase a vast array of products and services at more affordable prices, without geographical or time limitations, while offering sellers the opportunity to liquidate their inventory. "The term "virtual shopping centers" is also used for electronic commerce marketplaces where different products and services are presented, sold and promoted".

III. ELECTRONIC MARKETPLACE AGREEMENT, PARTIES TO THE AGREEMENT AND OBLIGATIONS

We can define electronic marketplace agreements as distance sales contracts that bring buyers and sellers together through online platforms (Amazon, eBay, AliBaba, Trendyol, Hepsiburada, etc. platforms) as if they were shopping in a physical market, thus enabling the continuation of trade.

In electronic commerce, electronic contracts (e-contracts) are contracts concluded over the internet, exclusively through electronic communication tools employing digital technology.

Although the term "concluded over the internet" is used in the relevant definition, these contracts are not required to be concluded solely via the internet; they can also be executed through other technological means. However, the internet environment is currently the most prevalent and fitting medium for this definition.

Shopping within electronic marketplace applications involves multiple parties. The par-

getirmeyi hedefleyen elektronik pazaryerleri gün geçtikçe tercih edilmekte ve işlevselliği artmaktadır.

Elektronik pazaryerleri, satıcı ve işletmecilere geleneksel pazaryerlerinin aksine online platformlar üzerinden mal/ ürün ve hizmet satışı sağlamaktadır. Bu platformlar geniş ürün yelpazesi, rekabetçi fiyatlar ve alıcılara kolay alışveriş deneyimi vadetmektedir. Elektronik pazaryerleri alıcılara, coğrafi sınırlamalar ve zaman sınırı olmaksızın çok geniş bir yelpazede takdim edilen ürün ve hizmeti daha uygun fiyata alma imkânı sunarken, satıcılara ise malını elden çıkarma imkânı sunmaktadır. "Elektronik ticaret pazar yerleri için farklı ürün ve hizmetlerin sunum, satış ve tanıtımının yapıldığı "sanal ticaret merkezleri" ifadesi de kullanılmaktadır".

III. ELEKTRONİK PAZARYERİ SÖZLEŞMESİ, SÖZLEŞMENİN TARAFLARI VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ

Elektronik pazaryeri sözleşmelerini, online platformlar üzerinden (Amazon, eBay, AliBaba, Trendyol, Hepsiburada vb. platformlar) alıcıları ve satıcıları adeta bir fiziki pazarda alışveriş yapıyormuşçasına bir araya getiren, bu sayede ticaretin de sürdürülebilmesine imkân sağlayan mesafeli satış sözleşmeleri şeklinde tanımlayabilmemiz mümkündür.

Elektronik ticarete internet üzerinden ve sadece elektronik iletişim araçlarıyla dijital teknoloji kullanılarak yapılan sözleşmeler ise elektronik sözleşmeler (e-sözleşmeler) denilmektedir.

İlgili tanımında her ne kadar internet üzerinden yapılan ifadesi kullanılmış olsa da bu sözleşmelerin sadece internet üzerinden yapılması şart olmayıp diğer teknolojik vasıtalarla da akdedilmesi mümkün olacaktır. Fakat günümüzde en yaygın olanı ve bu tanıma en münasip olanı internet ortamıdır.

Elektronik pazaryeri uygulamalarında gerçekleştirilen alışverişin birden fazla tarafı bu-

FOOTNOTE

1 Aysel Demirel, Electronic Marketplace Agreement within the Framework of the Law on the Regulation of Electronic Commerce, p. 44.

DİPNOT

1 Aysel Demirel, Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Çerçevesinde Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, s. 44.

PART 10

ties to the established legal relationship are the electronic marketplace operator, buyers and sellers of goods/ services. The electronic marketplace operator enables sellers to offer their products, goods, or services for sale on the relevant e-marketplace. This allows buyers to shop by comparing products from different sellers. This dynamic structure enhances competition and promotes improved service delivery in the markets. Electronic marketplaces are designed as online platforms where sellers and buyers can interact and shop safely and efficiently.

The purpose of the exchange between goods or service providers (in this case sellers/ producers) and buyers (consumers) is the purpose of the birth of electronic commerce. During the realization of the exchange between these two parties, the establishment of the contractual relationship, the fulfillment of contractual performances, banks, insurance companies, cargo companies, relevant financial institutions, internet service providers that will provide technical support, and more than one institution and party are involved throughout the process and create the necessary infrastructure. They ensure that shopping takes place in a healthy and safe manner. In the meantime, multiple legal relationships are established between these parties, and accordingly, contracts are concluded.

Contracts concluded in the electronic environment are mostly standard contracts. Such contracts contain pre-prepared provisions and generally do not allow for individual negotiation between the parties. A typical example is the contracts we encounter when purchasing products on an e-commerce site.

The contract regulates the legal relationships established between buyers, sellers and marketplace operators, and imposes various obligations on each party. These obligations are shaped according to the contracts concluded by the parties.

A marketplace agreement regarding the promotion and presentation of goods/ products is concluded between the intermediary and the seller, a distance sales contract is concluded between the seller and the consumer depending on the nature of the performance, and a membership agreement is concluded between the buyer/ consumer and the intermediary.

lunmaktadır. Kurulan hukuki ilişkinin tarafları elektronik pazaryeri işletmecisi, mal/ hizmet alıcıları ve satıcılarıdır. Elektronik pazaryeri işletmecisi; satıcıların ürün, mal veya hizmetlerini ilgili e-pazarda satışa sunmalarını sağlamaktadır. Bu sayede alıcılar, farklı satıcıların ürünlerini karşılaştırarak alışveriş yapma imkânı bulmaktadır. Bu dinamik yapı, rekabeti artırmakta ve piyasalarda daha iyi bir hizmet sunumunu teşvik etmektedir. Elektronik pazaryerleri satıcı ve alıcıların etkileşim halinde olabildikleri, güvenli ve hızlı alışveriş yapabildikleri online platformlar olarak tasarlanmıştır.

Mal veya hizmet sağlayıcılar (bu durumda satıcılar/ üreticiler) ile alıcılar (tüketiciler) arasında meydana gelen alışverişin amacı elektronik ticaretin doğuş amacıdır. Bu iki taraf arasındaki alışverişin gerçekleşmesi, sözleşmesel ilişkinin kurulması, akdi edimlerin yerine getirilmesi sırasında baştan sona sürecin içinde bankalar, sigorta şirketleri, kargo şirketleri, ilgili finans kuruluşları, teknik desteği sağlayacak internet servis sağlayıcıları gibi birden fazla kurum ve taraf yer almakta ve gerekli altyapıyı oluşturarak alışverişin sağlıklı ve güvenli bir biçimde gerçekleşmesini sağlamaktadırlar. Bu esnada bu taraflar arasında birden fazla hukuki ilişki kurulmakta, buna bağlı olarak sözleşmeler akdedilmektedir.

Elektronik ortamda akdedilen sözleşmeler çoğunlukla standart sözleşme niteliğindedir. Bu tür sözleşmeler, önceden hazırlanmış hükümler içerir ve genellikle taraflar arasında bireysel müzakereye imkân sağlamamaktadır. Tipik bir örnek, bir e-ticaret sitesinde ürün satın alırken karşılaştığımız sözleşmelerdir.

Sözleşme; alıcılar, satıcılar ve pazaryeri işletmecileri arasında kurulan hukuki ilişkileri düzenlemekle birlikte her bir tarafa çeşitli yükümlülükler getirmektedir. Bu yükümlülükler tarafların akdettiği sözleşmelere göre şekillenmektedir.

Aracılık eden ile satıcı arasında mal/ ürün tanıtım ve sunumuna ilişkin bir pazaryeri sözleşmesi, satıcı ile tüketici arasında edimin niteliğine göre mesafeli satış sözleşmesi, alıcı/ tüketici ile aracılık eden arasında ise üyelik sözleşmesi akdedilmektedir.

IV. LEGAL STATUS OF ELECTRONIC MARKETPLACE OPERATOR, APPLICABLE LEGISLATION

A. Examination within the Scope of Law No. 6563 on the Regulation of Electronic Commerce

One of the main sources regarding trade carried out in electronic marketplaces is the REC. Within the scope of the relevant legislation, sellers and service providers will be able to continue their sales and services through the platform they have established on the one hand, and on the other hand, they will be able to carry out their activities with an intermediary service provider.

Service provider; In the REC, it is defined as a real or legal person engaged in electronic commerce activities². Intermediary service provider refers to real or legal persons who provide the electronic commerce environment for the economic and commercial activities of others³.

B. Examination within the Scope of Law No. 5651 on the Regulation of Publications Made on the Internet and Combating Crimes Committed Through These Publications ("Internet Law")

In addition to the regulations in the REC, there are also regulations within the scope of the Internet Law No. 5651. There are provisions regarding content providers⁴, hosting providers⁵ and access providers⁶, and when these regulations are evaluated together, "content provider"; It is defined as real or legal persons who produce, modify and provide all kinds of information or data offered to users over the internet environment. The "hosting provider", on the other hand, has the status of presenting content belonging to others on the platform and not making any content contribution. Since the main function of access providers is to connect users to the internet, it cannot be said that they provide an environment for electronic commerce ac-

IV. ELEKTRONİK PAZARYERİ İŞLETMECİSİNİN HUKUKİ STATÜSÜ, UYGULANACAK MEVZUAT

A. 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında İncelenmesi

Elektronik pazaryerlerinde gerçekleştirilen ticarete ilişkin ana kaynaklardan birisi ETDHK'dır. İlgili mevzuat kapsamında, satıcı ve hizmet sağlayıcıları bir yandan kendi kurmuş oldukları platform üzerinden satış ve hizmetlerini devam ettirirken diğer yandan da bir aracı hizmet sağlayıcı ile faaliyetlerini gerçekleştirebileceklerdir.

Hizmet sağlayıcı; ETDHK'da, elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek veya tüzel kişi olarak tanımlanmıştır². Aracı hizmet sağlayıcı ise, başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek veya tüzel kişileri ifade etmektedir³.

B. 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'da ("İnternet Kanunu") Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında İnceleme

ETHDK'daki düzenlemelerin yanı sıra 5651 sayılı İnternet Kanunu kapsamında da düzenlemeler yer almaktadır. İçerik sağlayıcı⁴, yer sağlayıcı⁵ ve erişim sağlayıcılara⁶ ilişkin hükümler bulunmakta olup bu düzenlemeler beraber değerlendirildiğinde, "içerik sağlayıcı"; internet ortamı üzerinden kullanıcılara sunulan her türlü bilgi veya veriyi üreten, değiştiren ve sağlayan gerçek veya tüzel kişiler şeklinde tanımlanmıştır. "Yer sağlayıcı" ise başkalarına ait içeriği platformda sunma ve herhangi bir içerik katkısında bulunmama statüsüne sahiptir. Erişim sağlayıcılarının temel işlevi, kullanıcıları internete bağlamak olduğundan elektronik ticaret faaliyetine ortam sağladıkları söylenemez. Bu nedenle, ETDHK kapsamında aracı hizmet sağlayıcı

FOOTNOTE

² Article 2, paragraph 1, clause (ç) of Law No. 6563 on the Regulation of Electronic Commerce (REC) states: "(ç) Service provider: Refers to real or legal persons engaged in electronic commerce activities."

³ Article 2, paragraph 1, clause (d) of Law No. 6563 on the Regulation of Electronic Commerce (REC) states: "(d) Intermediary service provider: Refers to real and legal persons who provide an electronic commerce environment for others to conduct economic and commercial activities."

⁴ Article 2, paragraph 1, clause (f) of Law No. 5651 on Regulation of Publications on the Internet states: "In the implementation of this Law; ...f) Content provider: Refers to real or legal persons who produce, modify and provide any kind of information or data offered to users over the internet environment."

⁵ Ümit Gezder, Content Provider, p. 114.

⁶ Article 2, paragraph 1, clause (e) of Law No. 5651 on Regulation of Publications on the Internet states: "(e) Access provider: Refers to any real or legal persons who provide users with access to the internet environment."

DİPNOT

² 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (ETDHK)'un 2. Maddesinin 1. Fıkrasının ç bendinde "(ç) Hizmet sağlayıcı: Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişileri, ifade eder." düzenlemesine yer verilmiştir.

³ 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (ETDHK)'un 2. Maddesinin 1.fıkrasının d bendinde "(d) Aracı hizmet sağlayıcı: Başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişileri ifade eder." Düzenlemesine yer verilmiştir.

⁴ 5651 Sayılı İnternet Kanununda Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun m.2/1-f bendinde; "Bu Kanunun uygulanmasında; ...f) İçerik sağlayıcı: İnternet ortamı üzerinden kullanıcılara sunulan her türlü bilgi veya veriyi üreten, değiştiren ve sağlayan gerçek veya tüzel kişileri, ...ifade eder" düzenlemesine yer verilmiştir.

⁵ Ümit Gezder, İçerik Sağlayıcı, s. 114.

⁶ 5651 Sayılı İnternet Kanununda Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun m.2/1-e bendinde "(e) Erişim sağlayıcı: Kullanıcılarına internet ortamına erişim olanağı sağlayan her türlü gerçek veya tüzel kişileri, ...ifade eder." Düzenlemesine yer verilmiştir.

PART 10

activities. For this reason, they cannot be considered as intermediary service providers within the scope of REC⁷. Content providers are responsible for the content they publish on the internet. They are not generally held responsible for the external content they link to, but if the way they present the link clearly shows that they have adopted the content and want users to access this content, their responsibilities arise according to general provisions⁸. Hosting providers, on the other hand, are not obliged to control the content on the platform they provide or to investigate and detect any illegality⁹. However, if they receive a duly notification, they become obliged to remove the illegal content from publication¹⁰.

Within the scope of REC, electronic marketplace operators are characterized as intermediary service providers and are accepted as hosting providers within the meaning of Law No. 5651 because they provide hosting services for content belonging to others on the platform, but do not make any content contribution.

C. Examination within the Scope of Turkish Commercial Code No. 6102

The Turkish Commercial Code No. 6102 ("TCC") explains the concept of merchant as follows; "A person who operates a commercial enterprise, even partially, on his own behalf is called a merchant"¹¹.

Again, the TCC defines a commercial enterprise as follows: "A commercial enterprise is an enterprise where activities aimed at generating income above the limit envisaged for a craftsman's enterprise are carried out continuously and independently"¹².

TCC Art. 16 para.1 explains the legal entity merchant as follows; "Trade companies, foundations operating a commercial enterprise to achieve their purpose, associations and institutions and organizations established by the State, special provincial administration, municipality and village and other public legal entities to be managed according to private law provisions or operated commercially in accordance with their establishment laws are also considered merchants".

The TCC has made a dual distinction between real person and legal entity merchants,

olarak değerlendirilememektedirler⁷. İçerik sağlayıcılar, internette yayınladıkları içerikten sorumludur. Bağlantı verdikleri dış içerikten genel olarak sorumlu tutulmayı bağlantı sunum şekli içeriği benimsediklerini ve kullanıcıların bu içeriğe erişmesini istediklerini açıkça gösteriyor ise genel hükümlere göre sorumlulukları doğmaktadır⁸. Yer sağlayıcılar ise, sağladıkları platformdaki içeriği kontrol etmekle veya herhangi bir hukuka aykırılığı araştırıp tespit etmekle yükümlü değillerdir⁹. Ancak, usulüne uygun olarak bildirim almaları durumunda hukuka aykırı içeriği yayından kaldırmakla yükümlü hale gelmektedirler¹⁰.

ETHDK kapsamında elektronik pazaryeri işletmecileri aracı hizmet sağlayıcı olarak nitelendirilmiş olup başkalarına ait içeriği platformda sunma, barındırma hizmeti sundukları, buna karşılık herhangi bir içerik katkısında bulunmadıkları için 5651 sayılı Kanun anlamında yer sağlayıcı olarak kabul edilmektedirler.

C. 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu Kapsamında İncelenmesi

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu ("TTK") tacir kavramını şu şekilde açıklamıştır; "Bir ticari işletmeyi, kısmen de olsa, kendi adına işleten kişiye tacir denir"¹¹.

Yine TTK; ticari işletmeyi şu şekilde tanımlamaktadır: "Ticari işletme, esnaf işletmesi için öngörülen sınırı aşan düzeyde gelir sağlama-yı hedef tutan faaliyetlerin devamlı ve bağımsız şekilde yürütüldüğü işletmedir"¹².

TTK m. 16 f.1, tüzel kişi taciri ise şu şekilde açıklamaktadır; "Ticaret şirketleriyle, amacına varmak için ticari bir işletme işleten vakıflar, dernekler ve kendi kuruluş kanunları gereğince özel hukuk hükümlerine göre yönetilmek veya ticari şekilde işletilmek üzere Devlet, il özel idaresi, belediye ve köy ile diğer kamu tüzel kişileri tarafından kurulan kurum ve kuruluşlar da tacir sayılırlar".

TTK, gerçek kişi ve tüzel kişi tacir olmak üzere ikili bir ayrıma gitmiş olup elektronik pazaryeri işletmecisi aracı hizmet sağlayıcı, ETDHK'da bahsi geçtiği üzere aracılık faaliyetini gerçekleştiren gerçek veya tüzel kişi tacir olabilmekle beraber uygulamada ge-

and the electronic marketplace operator intermediary service provider can be a real or legal person merchant as mentioned in the REC, but in practice they are generally seen as capital companies (joint stock or limited company).

V. LEGAL NATURE OF INTERMEDIARY ACTIVITIES OF ELECTRONIC MARKETPLACE OPERATORS

According to Article 48 of the Consumer Protection Law No. 6502; ("CPL") are contracts where the seller and the consumer are not physically together and the sale of goods or services is made through communication tools, including the process up to the moment of establishment of the contract¹³. Especially distance contracts made over the internet enable buyers or consumers to shop easily and comfortably without geographical or temporal limitations.

Electronic marketplace operators are characterized as intermediary service providers. The intermediary ensures that buyers or consumers come together with sellers through preferred platforms, establish distance contracts, and establishes a commercial bridge between buyers and sellers.

At this point, it is necessary to examine the contract between the seller and the intermediary service providers, i.e. the intermediary, in accordance with the relevant provisions of the Turkish Code of Obligations and the Turkish Commercial Code.

nellikle sermaye şirketi (anonim ya da limited şirket) şeklinde oldukları görülmektedir.

V. ELEKTRONİK PAZARYERİ İŞLETMELERİNİN ARACILIK FAALİYETLERİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m.48'e göre; ("TKHK") satıcı ve tüketicinin fiziken bir arada bulunmadığı ve iletişim araçları aracılığıyla, sözleşmenin kuruluş anına kadar olan süreç dahil olmak üzere, mal veya hizmet satışının yapıldığı sözleşmelerdir¹³. Özellikle internet üzerinden gerçekleştirilen mesafeli sözleşmeler, coğrafi veya zamansal sınırlamalar olmaksızın alıcının veya tüketicilerin kolay ve rahat bir şekilde alışveriş yapmalarını sağlamaktadır.

Elektronik pazaryeri işletmecileri, aracı hizmet sağlayıcı olarak nitelendirilmektedir. Aracılık eden, alıcıların veya tüketicilerin tercih edilen platformlar üzerinden satıcılarla bir araya gelmesini, mesafeli sözleşmelerin kurulmasını sağlamakta olup alıcılar ile satıcılar arasında adeta bir ticari köprü kurmaktadır.

Bu noktada satıcı ile aracı hizmet sağlayıcılar yani aracılık eden arasındaki sözleşmeyi Türk Borçlar Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu ilgili hükümlerince incelemek gerekmektedir.



FOOTNOTE

⁷ Harun Demirbaş, 2015, p. 87.

⁸ Article 4/2 of Law No. 5651 on Internet.

⁹ Article 5/1 of Law No. 5651 on Internet.

¹⁰ Article 5/2 of Law No. 5651 on Internet; see also Article 9 for removal procedure.

¹¹ Article 12, paragraph 1 of Turkish Commercial Code No. 6102

¹² Article 11, paragraph 1 of Turkish Commercial Code No. 6102.

¹³ Article 48, paragraph 1 of Consumer Protection Law No. 6502.

DİPNOT

⁷ Harun Demirbaş, 2015, s. 87.

⁸ 5651 sayılı İnternet Kanunu m.4/2.

⁹ 5651 sayılı İnternet Kanunu m.5/1.

¹⁰ 5651 sayılı İnternet Kanunu m.5/2; kaldırma prosedürü için ayrıca bkz. m.9.

¹¹ 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu m.12 f.1.

¹² 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu m.11 f.1.

¹³ 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m.48 f.1.

PART 10

A. Evaluation of the Contract in Accordance with the Agency Agreement

The agent is explained in Article 102 of the Turkish Commercial Code as "A person who, without having a legal position attached to the business such as a commercial representative, commercial agent, sales officer or employee of the business, based on a contract, continuously engages in intermediation in contracts concerning a commercial enterprise within a certain place or region or concludes them on behalf of that merchant"¹⁴. The agent is obliged to market the product or service of the principal and to protect his interests in this process.

One of the basic elements of the agency relationship is that the activities carried out has a continuous nature. If it is not continuous, it will be mentioned as brokerage, not agency. The intermediary service provider generally aims to continuously present the products of the sellers on the online platform. In this respect, it can be said that the platform provision relationship also includes the continuity element, which is another element of agency¹⁵.

The activity of the intermediary service provider; it consists of displaying the seller's products on its own platform, providing potential buyers with access service and bringing them together with sellers, and enabling sellers to conclude contracts with buyers through the electronic marketplace. Therefore, it can be said that the activity of the intermediary fulfills the condition of intermediation in the contracts of the principal, which is another element of the agency.

The agent also has some obligations such as protecting the rights and obligations of the principal, keeping secrets, loyalty and accepting the statements of third parties, and there is a relationship of trust between the parties based on these¹⁶. Kaya, argues that in Turkish Law, the agent's duty of care should be determined according to the duty of care of a prudent merchant¹⁷. In terms of protecting the interests of the principal and the duty of care, we can say that the duty of care of the intermediary service provider is at the level of care that a simple merchant should show. In the doctrine, it is stated that in cases where the agent is allowed to operate on behalf of more than one competing

A. Sözleşmenin Acentelik Sözleşmesi Uyarınca Değerlendirilmesi

Acente, Türk Ticaret Kanunu m.102 kapsamında; "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"¹⁴ olarak açıklanmaktadır. Acente, müvekkilin ürününü veya hizmetini pazarlamakla ve bu süreçte onun menfaatini gözetmekle yükümlüdür.

Acentelik ilişkisinin temel unsurlarından biri ise gerçekleştirilen faaliyetlerin sürekli bir nitelik taşımasıdır. Süreklilik arz etmemesi halinde acenteden değil, simsarlaktan bahsedilecektir. Aracı hizmet sağlayıcının ise genellikle satıcıların ürünlerinin devamlı bir biçimde online platformda sunulması amaçlanmaktadır. Bu bakımdan platform sağlama ilişkisinin, acenteliğin bir diğer unsuru olan süreklilik unsurunu da barındırdığı söylenebilir¹⁵.

Aracı hizmet sağlayıcının faaliyeti; kendi platformunda satıcının ürünlerini sergileme, potansiyel alıcılara erişim hizmeti sağlayarak onları satıcılar ile buluşturma ve satıcıların alıcılar ile elektronik pazaryeri sayesinde sözleşme akdetmesini sağlamaktan ibarettir. Bundan dolayı aracılık edenin faaliyetinin, acentenin bir diğer unsuru olan müvekkilin sözleşmelerine aracılık etme şartını sağladığı söylenebilir.

Acentenin aynı zamanda müvekkilin hak ve borçlarını koruma, sır saklama, sadakat ve üçüncü kişilerin beyanlarını kabul etme gibi birtakım yükümlülükleri olmakla birlikte taraflar arasında bunlara dayalı olarak bir güven ilişkisi mevcuttur¹⁶. Kaya, Türk Hukukunda da acentenin özen yükümlülüğünün basiretli tacirin özen yükümlülüğüne göre belirlenmesi gerektiğini savunmaktadır¹⁷. Müvekkilin menfaatlerinin korunması ve özen yükümlülüğü bakımından da aracı hizmet sağlayıcının özen yükümlülüğünün, basit bit tacirin göstermesi gereken özen derecesinde olduğunu söyleyebiliriz. Öğretide, acentenin birden fazla rakip ticari işletme adına faaliyette bulunmasına izin verildiği durumlarda, acentenin sadakat yükümlülüğünün tamamen ortadan kalkmayacağı, her

commercial enterprise, the agent's loyalty obligation will not be completely eliminated, and the loyalty obligation will be maintained equally for both commercial enterprises¹⁸. In electronic marketplace businesses, if certain sellers are given the opportunity to advertise prominently, loyalty obligation can be mentioned. The relationship of trust between intermediary service providers and sellers differs from the trust-oriented relationship between the agent and his principal and has more of a commercial cooperation nature.

In order for us to be able to talk about an agency agreement, the parties to the agreement must be merchants or agents acting on behalf of merchants. In this case, there must be a seller who has the title of merchant against the intermediary service provider who has the title of merchant. A craftsman's business or consumers who do not have the title of merchant can also operate as sellers in electronic marketplaces, and the existence of an agency agreement can only be mentioned if the seller is a merchant.

B. Examination of the Contract in Accordance with the Brokerage Agreement

It is also possible to consider the relationship between intermediary service providers and sellers within the framework of the provisions of the Turkish Code of Obligations No. 6098 ("TCO") regarding the brokerage agreement¹⁹. Brokerage is an intermediary activity that brings together people who want to make a contract but cannot come

iki ticari işletmeye eşit derecede olmak kaydı ile sadakat yükümlülüğünün sürdürüleceği belirtilmektedir¹⁸. Elektronik pazaryeri işletmelerinde ise belli satıcılara öne çıkarıcı reklam imkanının sağlanması halinde sadakat yükümlülüğünden söz edilebilecektir. Aracı hizmet sağlayıcıların satıcılar ile arasındaki güven ilişkisi, acentenin müvekkili ile arasındaki güven odaklı ilişkiden farklılaşmakta ve daha çok ticari bir iş birliği niteliği taşımaktadır.

Acentelik sözleşmesinden bahsedebiliyor olmamız adına sözleşme taraflarının tacir veya tacir adına faaliyette bulunan acente olması gerekmektedir. Bu durumda tacir sıfatını haiz aracı hizmet sağlayıcının karşısında, tacir sıfatını haiz bir satıcı bulunmalıdır. Tacir sıfatını haiz olmayan bir esnaf işletmesi veya tüketiciler de satıcı olarak elektronik pazaryerlerinde faaliyet gösterebilmekte olup bir acentelik sözleşmesinin varlığından ancak satıcının tacir olması halinde söz edilebilir.

B. Sözleşmenin Simsarlık Sözleşmesi Uyarınca İncelenmesi

Aracı hizmet sağlayanların, satıcılar ile arasındaki ilişkiyi 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nun ("TBK") simsarlık sözleşmesine ilişkin hükümleri çerçevesinde de ele almak mümkündür¹⁹. Simsarlık, sözleşme yapmak isteyen ancak çeşitli nedenlerle bir araya gelemeyen kişileri bir araya getirerek, onların istedikleri sözleşme veya sözleşmelerin

FOOTNOTE

¹⁴ Article 102 of Turkish Commercial Code No. 6102.

¹⁵ Kadir Baş, Agency Qualification of Online Platforms and Application of Turkish Commercial Code Provisions on Agency for These Platforms, p. 130.

¹⁶ For example, according to the provision regulated in Article 104 of the Turkish Commercial Code titled Monopoly; an agent cannot undertake the agency of more than one commercial enterprise competing with each other within the same place and region. This obligation is due to the agent's duty of loyalty.

¹⁷ Mustafa Kaya, Agency Law, p. 170-171.

¹⁸ Kaya, Agency Law p. 106.

¹⁹ Article 520, paragraph 1 of Turkish Code of Obligations No. 6098.

DİPNOT

¹⁴ 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu m.102.

¹⁵ Kadir Baş, Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Üzerinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması, s. 130.

¹⁶ Örneğin Inhisar başlıklı TTK maddede 104'te düzenlenen hüküm gereğince; acente, aynı yer ve bölge içinde, birbirleri ile rekabette bulunan birden fazla ticari işletmenin acenteliğini üstelenemez. Bu yükümlülük, acentenin sadakat borcu gereğidir.

¹⁷ Mustafa Kaya, Acentelik Hukuku, s. 170-171.

¹⁸ Kaya, Acentelik Hukuku s. 106.

¹⁹ 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu m.520 f.1.



PART 10

together for various reasons, enabling them to make the contract or contracts they want²⁰. According to TCO Art. 520 para.1; "A brokerage agreement is an agreement in which the broker undertakes to prepare the possibility of concluding a contract between the parties or to mediate its conclusion, and is entitled to a fee if this contract is concluded". According to the relevant article, the elements of the contract are; independence, mediation, temporariness and fee.



yapılmasını sağlayan bir aracılık faaliyetidir²⁰. TBK m.520 f.1'e göre ise; "Simsarlık sözleşmesi, simsarin taraflar arasında bir sözleşme kurulması imkânının hazırlanmasını veya kurulmasına aracılık etmeyi üstlendiği ve bu sözleşmenin kurulması hâlinde ücrete hak kazandığı sözleşmedir". İlgili maddeye göre sözleşmenin unsurları; bağımsızlık, aracılık, geçicilik ve ücrettir.

The legal relationship between the broker and his client is not of a continuous nature, but of a temporary nature²¹. The broker's task is aimed at establishing the contract between the parties and ends when it is established or it is understood that it cannot be established²². On the other hand, the relationship between the intermediary service provider and the seller in the electronic marketplace is continuous²³.

In the brokerage agreement, the fee is one of the elements of the contract, and it will be possible to talk about brokerage in contracts concluded between the intermediary and the seller where the fee is agreed. According to TCO Art. 521 para.1; "The broker is entitled to a fee only if the contract is concluded as a result of his activity"²⁴. The marketplace operator generally charges fees from sellers with various pricing regardless of whether the seller trades with the buyer or not²⁵. Since

Simsar ile müvekkili arasındaki hukuki ilişki, sürekli bir niteliğe sahip olmayıp geçici nitelik göstermektedir²¹. Simsarın görevi, taraflar arasındaki sözleşmenin kurulmasına yöneliktir ve kurulması veya kurulamayacağını anlaşılması itibarı ile sona erer²². Buna karşın, elektronik pazaryerindeki aracı hizmet sağlayıcı ile satıcı arasındaki ilişki süreklilik arz etmektedir²³.

Simsarlık sözleşmesinde ücret, sözleşmenin unsurlarından biri olup aracılık eden ile satıcı arasında kurulan ve ücretin kararlaştırıldığı sözleşmelerde simsarlardan söz etmek mümkün olabilecektir. TBK m.521 f.1 hükmüne göre; "Simsar, ancak yaptığı faaliyet sonucunda sözleşme kurulursa ücrete hak kazanır"²⁴. Pazaryeri işletmecisi, genellikle satıcının alıcı ile ticaret yapıp yapmadığına bakmaksızın çeşitli ücretlendirmeler ile satıcılardan ücret almaktadır²⁵. Ücret, simsarlığın zorunlu unsurlarından biri olduğundan ücret

the fee is one of the mandatory elements of brokerage, intermediary activities to be carried out without a fee will be subject to the provisions of the proxy²⁶.

The broker must always comply with the instructions of the client during the performance of the work in accordance with TCO Art. 520 para.2 and Art. 505 para.1, and should not act contrary to them. However, in electronic marketplace agreements, there is no situation where the marketplace operator receives instructions from buyers or sellers.

In the doctrine, it is stated that these activities are similar to the guiding broker and that the marketplace cannot be characterized as a broker because it carries out its services continuously. The guiding broker is content with directing the third party to conclude the main contract with the business owner. This activity has a broader scope than showing opportunity and a narrower scope than mediation²⁷.

In this context, although the contract overlaps with the brokerage agreement in terms of the mentioned issues, it does not seem possible to say that it is a brokerage agreement in every sense.

C. Evaluation of the Contract in Accordance with the Proxy Agreement

According to TCO Art. 502 para.1; "A proxy agreement is an agreement in which the proxy undertakes to perform a job or transaction of the principal"²⁸. With the proxy agreement, the proxy undertakes the obligation to do business or provide the necessary service on behalf of the principal. With the proxy agreement, which is a business performance agreement, the proxy undertakes to perform the job or transaction entrusted to him in accordance with the will and declaration of the principal.

As regulated in the relevant articles of the TCO, in the proxy agreement, the proxy has undertaken the performance of doing business and providing the necessary service to the principal, and the proxy is expected to act in accordance with the interests of the principal, serve and perform with care²⁹. The intermediary service provider and the seller cannot act against each other's interests and with their duty of care, they work to protect

alınmadan yapılacak aracılık faaliyetleri ise vekalet hükümlerine tabi olacaktır²⁶.

Simsar TBK m.520 f.2 ve m.505 f.1 gereğince, işin görülmesi esnasında müvekkilin talimatlarına daima riayet etmeli, aykırı davranmamalıdır. Oysaki elektronik pazaryeri sözleşmelerinde pazaryeri işletmecisinin alıcı veya satıcılar bakımından talimat alması durumu söz konusu değildir.

Öğretide söz konusu faaliyetlerin yönlendirici simsara benzediğini ve fakat pazaryerinin hizmetlerini sürekli bir şekilde yürütmesi nedeniyle simsar olarak nitelendirilemeyeceği belirtilmiştir. Yönlendirici simsar, üçüncü kişiyi iş sahibi ile esas sözleşme kurmak üzere yönlendirmekle yetinmektedir. Bu faaliyet fırsat göstermekten geniş, aracılıktan ise daha dar bir kapsama sahiptir²⁷.

Bu bağlamda sözleşme, bahsi geçen hususlar itibarıyla simsarlık sözleşmesi ile örtüşse de her anlamıyla bir simsarlık sözleşmesidir diyebilmek mümkün gözükmemektedir.

C. Sözleşmenin Vekalet Sözleşmesi Uyarınca Değerlendirilmesi

TBK m.502 f.1 uyarınca; "Vekâlet sözleşmesi, vekilin vekâlet verenin bir işini görmeyi veya işlemini yapmayı üstlendiği sözleşmedir." şeklinde açıklanmıştır²⁸. Vekâlet sözleşmesi ile vekil, vekalet veren adına iş görme veya gerekli hizmeti yerine getirme borcu altına girmektedir. Bir iş görme sözleşmesi olan vekâlet sözleşmesi ile vekil, kendisine tevdi edilen işi veya işlemi vekalet verenin irade ve beyanına uygun biçimde görmeyi üstlenmektedir.

TBK'nın da ilgili maddelerinde düzenlendiği şekilde vekâlet sözleşmesinde vekil, vekalet verene karşı iş görme ve gerekli hizmeti yerine getirme edimini borçlanmış olup vekilin müvekkilin menfaatlerine uygun davranması, hizmet etmesi ve özenle ifa beklenmektedir²⁹. Aracı hizmet sağlayıcı ile satıcının birbirlerinin menfaatlerine aykırı davranmamak ve özen yükümlülükleri ile taraflar kendi menfaatlerini gözetmek adına çalışırlar. Pazaryeri sözleşmesindeki edim, doğrudan ve sadece

FOOTNOTE

20 Tamer Bozkurt, "Brokerage in Turkish Law and Different Appearances of Brokerage in Practice", (Master's Thesis), Ankara, 2006, p. 3-4.

21 Cevdet Yavuz/ Faruk Özen/ Burak Acar, Special Obligations, p. 713.

22 Rıza Ayhan/ Hayrettin Çağlar, Commercial Enterprise, p. 516.

23 Demirel, Legal Relations Between Parties in Electronic Marketplace Applications and Especially Electronic Marketplace Agreement, Master's Thesis.

24 Article 521, paragraph 1 of Turkish Code of Obligations No. 6098.

25 Emin Bingöl, Legal Nature of Intermediary Activities of Electronic Marketplace Operators for Sellers p. 119.

26 Yavuz/ Acar/ Özen, Special Obligations, p. 714.

27 Deniz Sönmez, 2019, Fee in Brokerage Agreement. (Master's Thesis). Istanbul University Institute of Social Sciences Department of Private Law.

28 Article 520, paragraph 1 of Turkish Code of Obligations No. 6098.

29 Article 506 of Turkish Code of Obligations No. 6098: "The agent is obliged to carry out the work and services undertaken with loyalty and care, considering the legitimate interests of the principal."

DİPNOT

20 Tamer Bozkurt, "Türk Hukukunda Tellallık ve Tellallığın Uygulamada Farklı Görünümleri", (Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2006, s. 3-4.

21 Cevdet Yavuz/ Faruk Özen/ Burak Acar, Borçlar Özel, s. 713.

22 Rıza Ayhan/ Hayrettin Çağlar, Ticari İşletme, s. 516.

23 Demirel, Elektronik Pazaryeri Uygulamalarında Taraflar Arası Hukuki İlişkiler ve Özellikle Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, Yüksek Lisans Tezi.

24 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu m.521 f.1.

25 Emin Bingöl, Elektronik Pazaryeri İşletmecilerinin Satıcılar Bakımından Yapmış Olduğu Aracılık Faaliyetinin Hukuki Niteliği s. 119.

26 Yavuz/ Acar/ Özen, Borçlar Özel, s. 714.

27 Deniz Sönmez, 2019, Simsarlık Sözleşmesinde Ücret. (Yüksek Lisans Tezi). Istanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı.

28 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu m.520 f.1.

29 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu m.506: "Vekil üstlendiği iş ve hizmetleri, vekâlet verenin haklı menfaatlerini gözeterek, sadakat ve özenle yürütmekle yükümlüdür."

PART 10

their own interests. The performance in the marketplace agreement should not be direct-ly and only called a business performance. The purpose is for the seller, i.e. the service provider, to use the electronic marketplace and benefit from this service. For this reason, there is a situation here that is incompatible with the proxy agreement.

Since the proxy agreement is based on the element of trust between the parties, the work to be done by the proxy is in close relationship with his personality and personal ability³⁰. While a relationship of trust is established between the proxy and his client with the proxy agreement, there is a relationship between the intermediary service provider and the seller that is based more on commercial principles and where the seller's responsibilities predominate, rather than a relationship of trust.

There are many points that distinguish the proxy agreement from the intermediary activities performed. The proxy agreement is agreements between the proxy and the principal, in which the proxy is obliged to serve the principal and act in accordance with his interests. However, in electronic marketplace agreements, there is no such relationship between the intermediary and the seller, and the parties work by considering their own interests.

D. Evaluation of the Contract in Accordance with the Commission Agreement

The commission agreement is defined in TCO Art. 520 as "An agreement in which the commissioner undertakes to buy or sell securities and movables in his own name and on behalf of the principal in return for a fee"³¹ and other various commission activities are regulated in the relevant articles. The most well-known among them is buying and selling commission activities, and since a type of contract related to sales is mentioned, an examination will be made regarding buying and selling commission.

In the commission agreement, the commissioner must act in accordance with the instructions of the business owner who authorizes him during the performance of the work in accordance with TCO Art. 533. The commissioner is obliged to inform the principal about the work he has done and

bir iş görme edimi olarak adlandırılmamalıdır. Amaç satıcının yani hizmet sağlayıcının elektronik pazaryerini kullanması ve bu hizmetten faydalanabilmesidir. Bu sebeple, burada vekâlet sözleşmesiyle bağdaşmayan bir durum söz konusudur.

Vekâlet sözleşmesi taraflar arasındaki güven unsuruna dayandığından, vekilin göreceği iş, onun kişiliği ve kişisel yeteneğiyle yakın bir ilişki içerisindedir³⁰. Vekâlet sözleşmesiyle vekil ile müvekkili arasında aynı zamanda bir güven ilişkisi kurulur iken aracı hizmet sağlayıcı ile satıcı arasında bir güven ilişkisinden daha çok ticari esaslara dayanan ve satıcının sorumluluklarının ağır bastığı bir ilişki mevcuttur.

Vekalet sözleşmesini yapılan aracılık faaliyetlerinden ayıran birçok nokta bulunmaktadır. Vekalet sözleşmesi vekil ile vekalet veren arasında, vekilin vekalet edene hizmet etmekle ve onun menfaatine uygun hareket etmekle yükümlü olduğu sözleşmelerdir. Ancak elektronik pazaryeri sözleşmelerinde aracılık eden ile satıcı arasında bu yönde bir ilişki bulunmayıp taraflar kendi menfaatlerini gözeterek çalışmaktadırlar.

D. Sözleşmenin Komisyon Sözleşmesi Uyarınca Değerlendirilmesi

Komisyon sözleşmesi, TBK m.520'de; "Komisyoncunun ücret karşılığında, kendi adına ve vekâlet verenin hesabına kıymetli evrak ve taşınırın alım veya satımını üstlendiği sözleşmedir"³¹ şeklinde tanımlanmış olup diğer çeşitli komisyonculuk faaliyetleri ilgili maddelerde düzenlenmiştir. İçlerinden en bilineni ise alım satım komisyonculuk faaliyetleridir ve halihazırda satışa ilişkin bir sözleşme türünden bahsedildiğinden dolayı alım satım komisyonculuğuna ilişkin bir inceleme yapılacaktır.

Komisyon sözleşmesinde komisyoncu, TBK m.533 uyarınca işin görülmesi sırasında kendisine yetki veren iş sahibinin talimatlarına uygun davranmalıdır. Komisyoncu, yaptığı iş hakkında vekâlet vereni bilgilendirmek ve özellikle talimatının yerine getirildiğini kendisine hemen bildirmekle yükümlüdür³².

especially to notify him immediately that his instruction has been fulfilled³². Although the intermediary service provider has obligations to provide information at every stage of the contract concluded by the seller with the buyers, this obligation is not related to the fulfillment of the seller's instructions, and there is no situation where the intermediary service provider receives instructions from either the seller or the buyer³³.

Intermediary service providers who bring sellers who want to sell their products/ goods or services together with buyers through the platform can receive a certain commission from the sales made. Although the intermediary service provider continuously operates for the service provider, it differs from the commissioner acting within the framework of indirect representation authority³⁴. Because in commission agreements, the commissioner becomes a party to the contract concluded with third parties and the rights and obligations arising from the transactions belong to the commissioner. However, the intermediary to the contract concluded between the buyer and the seller cannot be a party under any circumstances, therefore, in our opinion, it is not possible to evaluate it as a commissioner.

E. Evaluation of the Contract in Terms of Marketing Agreement

The marketing agreement is explained in TCO Art. 448 as an agreement in which the marketer undertakes to continuously mediate or, if there is a written agreement, to carry out the transactions specified in this agreement for all kinds of transactions outside the business on behalf of a commercial business owner employer, and the business owner undertakes to pay a fee in return³⁵. The subject of this contract is; The marketer's work is to mediate or personally perform a commercial transaction on behalf of someone else in the market. The purpose of the marketer is to ensure the promotion and sale of the produced products/ goods in distant places outside the center of the commercial enterprise. In this context, the marketer is obliged to visit customers in accordance with the instructions given to him³⁶. Although the intermediary activity carried out by the marketer overlaps with the activity of the intermediary service provider in one respect, the intermediary service provider does not have an obligation to visit customers.

Aracı hizmet sağlayıcının ise satıcının alıcılar ile akdettikleri sözleşmenin her aşamasında bilgi verme yükümlülükleri bulunsada dahi bu yükümlülük satıcının talimatlarının yerine getirilmesi ile ilgili olmayıp aracı hizmet sağlayıcının ne satıcı ne de alıcıdan talimat alması gibi bir durum söz konusu değildir³³.

Ürün/ mal veya hizmetlerini satmak isteyen satıcıları alıcılarla bir araya platform üzerinden getiren aracı hizmet sağlayıcıları, gerçekleştirilen satışlardan belirli bir komisyon alabilmektedirler. Aracı hizmet sağlayıcı her ne kadar sürekli olarak hizmet sağlayıcı için faaliyette bulunsada dolaylı temsil yetkisi çerçevesinde hareket eden komisyonculardan ayrılmaktadır³⁴. Zira komisyonculuk sözleşmelerinde komisyoncu, üçüncü kişiler ile akdedilen sözleşmenin bir tarafı haline gelmekte ve işlemlerden doğan haklar ve borçlar komisyoncuya ait olmaktadır. Fakat alıcı ile satıcı arasında akdedilen sözleşmeye aracılık eden, hiçbir koşulda taraf olamamakta bu sebeple kanaatimizce komisyoncu olarak değerlendirilmesi mümkün olmamaktadır.

E. Sözleşmenin Pazarlamacılık Sözleşmesi Bakımından Değerlendirilmesi

Pazarlamacılık sözleşmesi, TBK m.448'de pazarlamacının sürekli bir şekilde bir ticari işletme sahibi işveren hesabına ve işletmesinin dışında, her türlü işlemin yapılmasına aracılık etmeyi veya şayet bir yazılı anlaşma var ise bu anlaşmada belirtilen işlemleri gerçekleştirmeyi, işletme sahibinin de bunun karşılığında ücret ödemeyi taahhüt ettiği sözleşme olarak açıklanmaktadır. Bu sözleşmenin konusu; pazarlamacının, piyasada bir başkasının ad ve hesabına ticari işlemler yapılmasına aracılık etme veya böyle bir işlemi bizzat yapma işidir³⁵. Pazarlamacının amacı, üretilen ürün/ malların ticari işletmenin merkezi dışındaki uzak yerlerdeki tanıtımını ve satılmasını sağlamasıdır. Bu kapsamda pazarlamacı, kendisine verilen talimatlara uygun bir biçimde müşterileri ziyaret etmekle yükümlü kılınmıştır³⁶. Pazarlamacının gerçekleştirdiği aracılık faaliyeti bir bakımdan aracı hizmet sağlayıcının faaliyeti ile örtüşse de aracı hizmet sağlayıcının müşterileri ziyaret etme gibi bir yükümlülüğü bulunmamaktadır.

DİPNOT

³⁰ Fikret Eren, s. 720; Haluk Tandoğan, s. 456.

³¹ 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu m.520.

³² Yavuz/ Acar/ Özen, Borçlar Özel, s. 696.

³³ Demirel, Elektronik Pazaryeri Uygulamalarında Taraflar Arası Hukuki İlişkiler ve Özellikle Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, Yüksek Lisans Tezi s. 125.

³⁴ Elif Oğuz, Türk ve Avrupa Birliği Hukukuna Göre Acenteliğin Uygulama Alanı Kapsamındaki Çevrimiçi Aracılar, s. 174.

³⁵ Eren, Borçlar Hukuku Özel Hükümler, s. 572.

³⁶ Eren, Borçlar Hukuku Özel Hükümler, s. 573.

FOOTNOTE

³⁰ Fikret Eren, p. 720; Haluk Tandoğan, p. 456.

³¹ Article 520 of Turkish Code of Obligations No. 6098.

³² Yavuz/ Acar/ Özen, Special Obligations, p. 696.

³³ Demirel, Legal Relations Between Parties in Electronic Marketplace Applications and Especially Electronic Marketplace Agreement, Master's Thesis p. 125.

³⁴ Elif Oğuz, Online Intermediaries Within the Scope of Agency Application According to Turkish and European Union Law, p. 174.

³⁵ Eren, Special Provisions of Law of Obligations, p. 572.

³⁶ Eren, Special Provisions of Law of Obligations, p. 573.

PART 10

According to the definition in the TCO, the marketer acts on behalf of the merchant, i.e. the employer, and the marketer does not have the authority to make transactions on his own account or on behalf of others unless the employer explicitly consents. The marketer cannot go beyond the employer's instructions, and in cases where it is necessary to go beyond the instructions, he must obtain the necessary permissions from the employer. The intermediary has no such obligation and has an independent nature. The relationship between the marketer and the merchant is continuous, and at this point, the relationship between the intermediary and the seller is similar to this.

As seen, there are similar aspects between the intermediary service provider and the marketer, as well as diverging aspects.

F. Evaluation of the Contract in Terms of Exclusive Dealership Agreement

Although there is no definition of the exclusive dealership agreement in the law, it is predominantly explained in the doctrine as: *"It is a continuous framework agreement between the manufacturer (supplier, main dealer, manufacturer, main distributor) and the sole seller (intermediary seller, dealer, agent, wholesaler) that regulates legal relations, and with this, the manufacturer undertakes to send all or part of its products to the sole seller for sale with monopoly rights in a certain region in return for a fee, and in return, the sole seller undertakes to sell the goods subject to the contract in his own name and account and to engage in activities to increase the circulation of these goods"*³⁷ and in the light of Supreme Court decisions. This agreement, which is called a *"dealership agreement"* in our daily life, is a sui generis structure and a framework agreement, and the sole seller sells and markets the goods or products subject to the contract continuously in a region left to him in his own name and account.

It should be noted that one of the most characteristic elements of the exclusive dealership agreement is a dealership agreement that grants the sole seller an exclusive (sole) right to sell in a certain region. According to Gökyayla, the exclusive dealership agreement is a sub-type of the dealership agreement. The intermediary, on the other hand, does not operate in a certain region, and can

TBK'daki tanımına göre pazarlamacı, tacir yani işveren adına hareket etmekte olup işverenin açıkça rızası olmadığı müddetçe pazarlamacının kendi hesabına veya başkalarının hesabına işlem yapabilme yetkisi bulunmaktadır. Pazarlamacı, işverenin talimatlarının dışına çıkamaz, talimat dışına çıkması gerektiği durumlarda ise mutlaka işverenden gerekli izinleri alması gerekmektedir. Aracılık edenin ise böyle bir yükümlülüğü yoktur, bağımsız bir niteliğe sahiptir. Pazarlamacı ile tacir arasındaki ilişki ise sürekli nitelikte olup bu noktada aracılık eden ile satıcı arasındaki ilişki buna benzerlik göstermektedir.

Görüldüğü şekilde, aracı hizmet sağlayan ile pazarlamacı arasında benzer yönler bulunmakla beraber ayrılan yönleri de bulunmaktadır.

F. Sözleşmenin Tek Satıcılık Sözleşmesi Bakımından Değerlendirilmesi

Tek satıcılık sözleşmesinin kanunda bir tanımı mevcut olmamakla birlikte doktrinde ağırlıklı olarak; *"Yapımcı (sağlayıcı, ana bayi, imalatçı, ana distribütör) ile tek satıcı (ara satıcı, bayi, acente, toptancı) arasında hukuki ilişkileri düzenleyen, çerçeve niteliğinde ve sürekli öyle bir sözleşmedir ki, bununla yapımcı, ürünlerinin tamamını veya bir kısmını belirli bir bölgede tekel hakkına sahip olarak satmak üzere tek satıcıya bedeli karşılığında göndermeyi, buna karşılık tek satıcı da, sözleşme konusu malları kendi adına ve hesabına satarak bu malların sürümünü artırmak için faaliyette bulunmayı yükümlenmektedir"*³⁷ şeklinde ve Yargıtay kararları ışığında açıklanmıştır. Günlük yaşamımızda *"bayilik sözleşmesi"* olarak adlandırılan bu sözleşme, sui generis yapısı ve çerçeve niteliğinde bir sözleşme olmasının yanı sıra tek satıcı, sözleşme konusu malları veya ürünleri kendisine bırakılan bir bölgede sürekli olarak kendi nam ve hesabına satıp pazarlamaktadır.

Belirtmek gerekir ki tek satıcılık sözleşmesinin en karakteristik unsurlarından biri, tek satıcıya belirli bir bölgede (tek) münhasır satış hakkı tanınan bir bayilik sözleşmesidir. Gökyayla'ya göre, tek satıcılık sözleşmesi bayilik sözleşmesinin bir alt türüdür. Aracılık eden ise belirli bir bölgede faaliyet sürdürmeyip hatta elektronik pazaryeri sayesinde uluslararası alanda da ticari faaliyetlerini sürdürebilmektedir. Aracılık edenin bizzat satış yapmaması, satıcının satış yapmasına imkân

even continue its commercial activities in the international arena thanks to the electronic marketplace. It is the case that the intermediary does not make sales personally, but continues its commercial activities through a platform that allows the service provider to make sales.

Based on this definition, when compared, it would not be appropriate to characterize the intermediary's activity as exclusive dealership or to qualify the contract between the intermediary and the seller as an exclusive dealership agreement.

VI. RESPONSIBILITIES OF THE INTERMEDIARY TOWARDS THE BUYER (CONSUMER)

Even though the intermediary service provider is not a party to the distance contract executed through the platform operated by the intermediary, it has legal relationships with both parties. Therefore, it has various responsibilities towards both parties. In this context, some responsibilities of the intermediary service provider towards the consumer should also be evaluated.

Although buyers are not required to become members to make purchases through platforms, they generally become members of these platforms through a membership agreement. With membership agreements, the intermediary service provider explains its system and distance contract rules. These agreements are registered in the database of the relevant platform, and the intermediary must securely maintain the consumer's shopping and especially protect information containing personal data such as credit card information, address and phone numbers in accordance with the Personal Data Protection Law No. 6698 ("PDPL"). Accordingly, the main performance of the membership agreement is to provide a secure shopping environment for the consumer.

Apart from the responsibilities arising from the membership agreement concluded with the buyer, the intermediary has several important obligations such as enabling the conclusion of distance contracts with multiple sellers, providing a secure shopping environment, taking all necessary measures to provide this, and ensuring the

taniyan bir platform aracılığı ile ticari faaliyetlerini sürdürmesi söz konusudur.

Buradaki tanıma göre karşılaştırma yapıldığında, aracılık edenin tek satıcılık faaliyeti gerçekleştirdiği ve aracılık eden ile satıcı arasında kurulan sözleşmenin tek satıcılık sözleşmesi olarak nitelendirilmesi yerinde olmayacaktır.

VI. ARACILIK EDENİN ALICIYA (TÜKETİCİYE) YÖNELİK SORUMLULUKLARI

Aracılık edenin işlettiği platform üzerinden gerçekleştirilen mesafeli sözleşmede aracı hizmet sağlayıcı mesafeli sözleşmenin tarafı olmasa da her iki tarafla hukuki ilişkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla her iki tarafa karşı çeşitli sorumlulukları bulunmaktadır. Bu kapsamda, aracı hizmet sağlayıcının tüketiciye yönelik bazı sorumluluklarına ilişkin de değerlendirme yapılmalıdır.

Alıcıların platformlar üzerinden gerçekleştirdikleri alışveriş için üyelik zorunlulukları bulunmamakla birlikte genelde üyelik sözleşmesi aracılığı ile alıcılar bu platformlara üye olmaktadır. Üyelik sözleşmeleri ile aracı hizmet sağlayan, sistemini ve mesafeli sözleşme kurallarını açıklamaktadır. Bu sözleşmeler ilgili platformun veri tabanına kaydolur ve aracılık eden tüketicinin alışverişini güvenli hale getirmek ve özellikle kredi kartı bilgileri, adres ve telefon gibi iletişim bilgilerinin korunması gibi 6698 sayılı Kişisel Verileri Koruma Kanunu'na ("KVKK") uygun bir biçimde muhafaza etmelidir. Bu doğrultuda akdedilen üyelik sözleşmesinin asli edimi, tüketiciye güvenli bir alışveriş ortamı sunabilmektir.

Aracılık edenin alıcı ile akdettiği üyelik sözleşmesinden doğan sorumlulukları haricinde; birden fazla satıcı ile mesafeli sözleşme kurmasını sağlama, güvenli bir alışveriş ortamı sunma, bunu sunabilmek adına gereken bütün önlemleri alma, tüketicinin kişisel verilerinin muhafazasını sağlama gibi birden fazla önem arz eden yükümlülüğü bulunmaktadır. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ("TKHK") m.48

FOOTNOTE

37 Cemile Gökyayla, Sole Distribution p. 29 ff.

DİPNOT

37 Cemile Gökyayla, Tek Satıcılık s. 29 vd.

PART 10

protection of the consumer's personal data. According to Article 48/5 of the Consumer Protection Law No. 6502 ("CPL"); "Those who mediate the conclusion of distance contracts on behalf of the seller or provider are obliged to keep records of transactions made with the seller or provider due to the matters contained in this article and to provide this information to relevant institutions, organizations and consumers upon request. However, those who mediate within the scope of this paragraph are responsible for their actions contrary to the contract they made with the seller or provider." Pursuant to this regulation, the first responsibility of the intermediary is to deliver the prelimi-

f.5; "...Satıcı veya sağlayıcı adına mesafeli sözleşme kurulmasına aracılık edenler, bu maddede yer alan hususlardan dolayı satıcı veya sağlayıcı ile yapılan işlemlere ilişkin kayıtları tutmak ve istenilmesi hâlinde bu bilgileri ilgili kurum, kuruluş ve tüketicilere vermekle yükümlüdür. Ancak bu fıkra kapsamında aracılık edenler, satıcı veya sağlayıcı ile yaptıkları sözleşmeye aykırı fiillerinden dolayı sorumludur." düzenlemesi uyarınca aracılık edenin sorumluluklarından ilki; tüketiciye ön bilgilendirme formunun iletilmesi, tüketicinin bu formu okuduğunu, anladığını ve bunu onayladığını satıcıya bildirmesidir. Aracılık edenin bilgilendirme yükümlülüğü AB Hukukuna dayandırılmaktadır. Nitekim



FOOTNOTE

38 Article 20, paragraph 2 of Distance Contracts Regulation: "The intermediary service provider is obliged to keep records of transactions made with the seller or provider for three years due to the matters included in this Regulation and to provide this information to relevant institutions, organizations and consumers upon request. (Additional sentence: OG-9/2/2019-30681) However, if the subscription agreement is established through the common public electronic platform where public services are offered from a single point, the obligation to keep records and provide information belongs to the seller or provider."

39 Article 6, paragraph 6 of Distance Contracts Regulation: "If the distance contract is established through the platform, the intermediary service provider is jointly and severally liable with the seller or provider for the fulfillment of the obligations regulated in this article."

40 Article 12/A, paragraph 8 of Distance Contracts Regulation: "The intermediary service provider is responsible for the non-performance or improper performance of the contract caused by the failure to meet the campaign and similar commitments in distance contracts mediated for campaign, promotional or discounted sales organized without the approval of the seller or provider."

nary information form to the consumer and notify the seller that the consumer has read, understood and approved this form. The intermediary's obligation to inform is based on EU Law. Indeed, the general framework is outlined in Article 48/2 of the CPL; "The consumer shall be clearly and comprehensibly informed by the seller or provider about the matters specified in detail in the regulation and that they will be under the obligation to pay if the order is confirmed, before accepting the distance contract or any corresponding offer. The burden of proof that the consumer has been informed lies with the seller or provider." In order to eliminate its responsibility in this regard, the intermediary should ensure that the consumer does

genel çerçevesi TKHK m.48 f.2'de; "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. Tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir" şeklinde çizilmiştir. Aracılık eden bu hususta sorumluluğunu ortadan kaldırmak adına tüketicinin ön bilgilendirme formunu okuduğundan emin olduğunu, anladığını ve onayladığını teyit etmeden tüketicinin ödeme aşamasına geçmemesini sağlamalıdır. TKHK m.48 f.6 uyarınca mesafeli sözleşmelerde, kapsam dışı sözleşmelerde,

not proceed to the payment stage without confirming that they have read, understood and approved the preliminary information form. Pursuant to Article 48/6 of the CPL, it is stated that the rights and obligations of the consumer and the seller and provider in distance contracts, excluded contracts, right of withdrawal, obligation to inform, delivery and other implementation procedures and principles will be determined by regulation, and in this context, the Distance Sales Regulation ("DSR") should be consulted. There is an explicit regulation in the Distance Sales Regulation that the intermediary is responsible for the matters contained in the preliminary information form³⁸. The seller and the intermediary are held jointly and severally liable for providing the information³⁹. If the consumer is faced with error and deception due to incorrect information, in this case, they may cancel the contract based on the Turkish Code of Obligations and culpa in contrahendo liability.

In cases where the consumer has the right to withdraw within fourteen days, all matters regarding the use of this right should be included in the preliminary information form. In addition, for the use of this right, it must be communicated to the seller in writing and through a permanent data storage device within fourteen days. As explained in the DSR; the right of withdrawal may be exercised by making an explicit declaration or by filling out the form attached to the DSR or, as the most preferred method, the seller may have provided an option to the consumer through the website. In the relevant Regulation, the obligations of the intermediary service provider are regulated in Article 12/A.

An example we frequently encounter regarding this article is; if the intermediary organizes campaigns and promotions without the seller's approval during campaigns and promotion periods on the relevant platform, it will be responsible for the non-fulfillment of promotions and other commitments in distance contracts, and for the non-performance or improper performance of the contract⁴⁰.

At the same time, the consumer conducts their shopping with a sense of trust in the platform and the intermediary service provider, and it can be said that responsibility may also arise due to this trust in accordance with the principle of good faith.

tüketici ile satıcı ve sağlayıcının hak ve yükümlülükleri, cayma hakkı, bilgilendirme yükümlülüğü, teslimat ile diğer uygulama usul ve esasların yönetmelikle belirleneceği açıklanmış olup bu kapsamda Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği'ne ("MSY") bakılması gerekecektir. Aracılık edenin, ön bilgilendirme formunda yer alan hususlardan sorumlu olduğuna dair Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği'nde açık bir düzenleme yer almaktadır³⁸. Bilgilendirme yapılmasından satıcı ile aracı birlikte müteselsilen sorumlu tutulmuştur³⁹. Eğer tüketici, bilgilendirmenin yanlış olması halinde yanıltma ve aldatma halleriyle karşı karşıya kalmış ise bu durumda Türk Borçlar Kanunu'na ve culpa in contrahendo sorumluluğuna dayanarak sözleşmeyi iptal edebilecektir.

Tüketicinin on dört gün içerisinde kullanabileceği cayma hakkına sahip olduğu hallerde, bu hakkın kullanılmasına ilişkin her hususa ön bilgilendirme formunda yer verilmelidir. Ayrıca bu hakkın kullanımı için, on dört günlük süre içerisinde yazılı ve kalıcı veri saklayıcısı aracılığıyla satıcıya iletilmiş olması gerekmektedir. MSY'de açıklandığı üzere; cayma hakkı açık bir beyanda bulunarak veya MSY ekinde bulunan formu doldurarak veya en çok tercih edilen yöntem olarak satıcı internet sitesi üzerinden tüketiciye bir seçenek sunmuş olabilir. İlgili Yönetmelikte, aracı hizmet sağlayıcının yükümlülükleri m.12/A'da düzenlenmiştir.

Bu maddeye ilişkin sıklıkla karşılaştığımız bir örnek ise; ilgili platformda gerçekleştirilen kampanyalar ve promosyon dönemlerinde aracılık edenin, satıcının onayı olmadan kampanya ve promosyon düzenlemesi halinde mesafeli sözleşmelerde promosyon ve diğer taahhütlerin karşılanmamasından, sözleşmenin hiç veya gereği gibi ifa edilmesinden ötürü sorumluluğu doğacaktır⁴⁰.

Aynı zamanda tüketici, platforma ve aracı hizmet sağlayıcıya duyduğu güven duygusu ile alışverişlerini yürütmekte olup dürüstlük kuralı gereğince bu güvenden dolayı sorumluluğunun da doğabileceği söylenebilir.

DİPNOT

38 Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m.20 f.2: "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."

39 Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği m.6 f.6: "Mesafeli sözleşmenin platform üzerinden kurulması halinde aracı hizmet sağlayıcı bu maddede düzenlenen yükümlülüklerin yerine getirilmesinden satıcı veya sağlayıcı ile birlikte müteselsilen sorumludur."

40 Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği 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."

PART 10

VII. CURRENT CHANGES IN LEGISLATION

With the Law No. 7524 published in the Official Gazette dated 02.08.2024, amendments were made to Articles 94 of the Income Tax Law and Articles 15 and 30 of the Corporate Tax Law, and payments made by intermediary service providers and electronic commerce intermediary service providers to service providers and electronic commerce service providers due to their activities within the scope of the relevant law in accordance with the provisions of the Law on the Regulation of Electronic Commerce have been subjected to income/ corporate tax withholding.

It was announced in the Presidential Decision No. 9284 dated 21.12.2024 and published in the Official Gazette dated 22.12.2024 that the income/corporate tax withholding for payments within the scope of the above paragraph will be determined as 1%.

Explanations regarding this regulation were made in the Income Tax General Communiqué (Serial No: 330) published in the Official Gazette dated 31.12.2024 and numbered 32768 (2nd repeated). The withholding base includes the product/goods sales and service fee excluding value added tax within the scope of product/ goods or service performances provided by service providers and electronic commerce service providers, and side benefits such as rewards and premiums provided by intermediary service providers or electronic commerce intermediary service providers to service providers and electronic commerce service providers.

It has been explained that fees deducted from payments made to service providers and electronic commerce service providers such as commission fees, cargo fees, service fees, bank commission fees within the scope of contracts concluded between the parties cannot be deducted from the withholding base, and withholding will be made on the amount of goods and services excluding value added tax and accommodation tax.

Payments to non-resident corporations that are service providers or electronic commerce service providers operating through their workplace or permanent representatives in the Republic of Turkey are also included among those subjects to withholding.

VII. MEVZUATTA GÜNCEL DEĞİŞİKLİKLER

02.08.2024 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 7524 sayılı Kanun ile Gelir Vergisi Kanunu'nun 94, Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 15 ve 30. maddelerinde yapılan değişikliklerle birlikte, Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümleri uyarınca aracı hizmet sağlayıcılarının ve elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılarının ilgili kanun kapsamındaki faaliyetleri dolayısıyla hizmet sağlayıcılarına ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılarına yaptıkları ödemeler gelir/ kurumlar vergisi tevkifatına tabi tutulmuştur.

22.12.2024 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 21.12.2024 tarih ve 9284 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile yukarıdaki paragraf kapsamındaki ödemeler için gelir/ kurumlar vergisi tevkifatının %1 olarak belirleneceği açıklanmıştır.

31.12.2024 tarih ve 32768 (2. mükerrer) sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gelir Vergisi Genel Tebliği'nde (Seri No:330) bu düzenlemeye ilişkin açıklamalar yapılmıştır. Tevkifat matrahı; hizmet sağlayıcıları ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcıları tarafından sunulan ürün/ mal veya hizmet ifaları kapsamında katma değer vergisi hariç olmak üzere ürün/ mal satış ve hizmet bedeli ile aracı hizmet sağlayıcılarının ya da elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılarının, ödül ve prim gibi hizmet sağlayıcılarına ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılarına sağladıkları yan hakları kapsamaktadır.

Taraflar arasında akdedilen sözleşmeler kapsamında; komisyon ücreti, kargo bedeli, hizmet bedeli, banka komisyon ücretleri gibi hizmet sağlayıcıları ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılarına yapılan ödemelerden kesilen bedellerin tevkifat matrahından düşülemeyeceği, mal ve hizmet bedelinin katma değer vergisi ve konaklama vergisi hariç tutarı üzerinden tevkifat yapılacağı açıklanmıştır.

Tevkifat yapılacaklar arasında, Türkiye Cumhuriyeti'ndeki iş yeri veya daimi temsilcileri aracılığı ile faaliyet göstermekte olan hizmet sağlayıcı veya elektronik ticaret hizmet sağlayıcısı olan dar mükellef kurumlara yönelik ödemeler de yer almaktadır.

Tevkifata; elektronik ticaret ortamında faaliyette bulunan ve ticari, zirai, mesleki faaliyeti bakımından vergi mükellefiyeti bulunmayan-

Payments to those who do not have tax liability in terms of commercial, agricultural, professional activities in the electronic commerce environment, tradesmen exempt from tax in terms of the relevant article of the law, taxpayers whose commercial earnings are determined in a simple way, and those whose revenues are subject to withholding within the scope of the law will not be included in the withholding.

Withholdings on payments made by intermediary service providers and electronic commerce intermediary service providers to service providers and electronic commerce service providers within a month must be declared and paid by the 26th day of the following month.

VIII. CONCLUSION

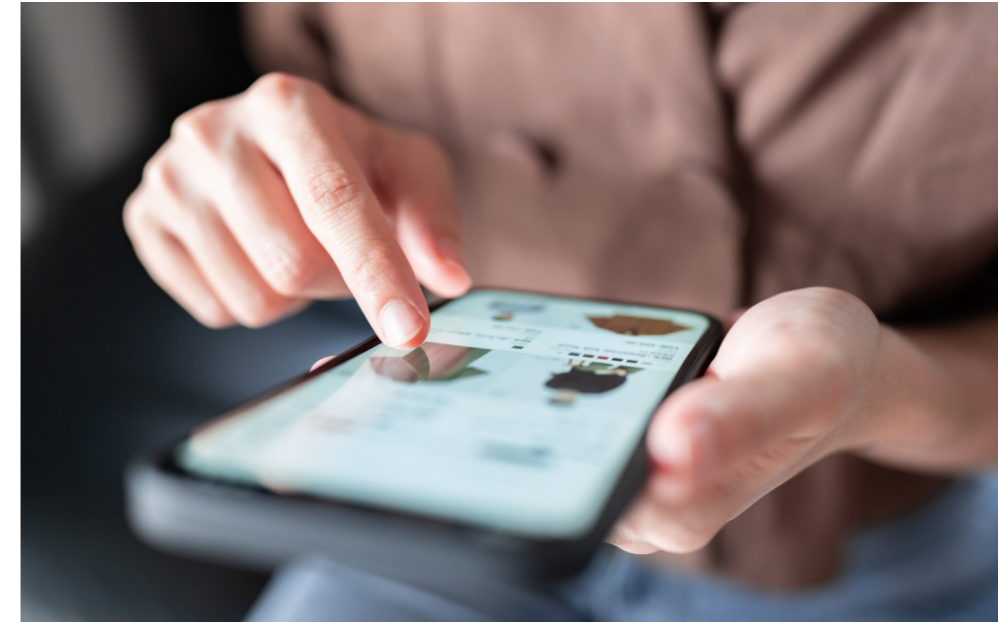
With the rise of electronic commerce and the proliferation of digital platforms, electronic marketplaces have become an important part of commercial activities. Electronic marketplaces are commercial centers that have the status of virtual marketplaces where consumers and sellers can come together, sell and purchase products/ goods or sellers can perform services. Electronic marketplace; while providing services such as product information, logistics, payment and security, it provides advantages to the buyer with a wide range of products and competitive prices, while also providing easy sales opportunities to the seller. Especially the Law on the

lar, kanunun ilgili maddesi bakımından vergiden muaf esnaf, ticari kazancı basit usulde tespit edilen mükellefler ve kanun kapsamında hasılatları üzerinden tevkifat yapılanlara yönelik ödemeler dahil olmayacaktır.

Aracı hizmet sağlayıcılarının ve elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılarının, hizmet sağlayıcılarına ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılarına bir ay içerisinde gerçekleştirilen ödemeleri üzerinden tevkifatlarının, izleyen ayın 26. günü akşamına kadar beyan edilmesi ve ödenmesi gerekmektedir.

VIII. SONUÇ

Elektronik ticaretin yükselişi ve dijital platformların yaygınlaşmasıyla birlikte elektronik pazaryerleri, ticari faaliyetlerin önemli bir parçası haline gelmiştir. Elektronik pazaryerleri, tüketiciler ile satıcıların bir araya gelebildikleri, ürün/ mal satışı ve alımı veya satıcıların hizmet ifasında bulunabildikleri sanal pazaryerleri sıfatını haiz olan ticaret merkezleridir. Elektronik pazaryeri; ürün bilgisi, lojistik, ödeme ve güvenlik gibi hizmetler sunmakta olup geniş ürün skalası ve rekabetçi fiyatlarla alıcıya avantaj sağlarken, satıcıya da kolay satış imkânı tanımaktadırlar. Özellikle ETDHK ve E-Ticaret Değişiklik Kanunu, elektronik pazaryerlerinin tanımlanması ve düzenlen-



PART 10

Regulation of Electronic Commerce and the E-Commerce Amendment Law have constituted an important step in terms of defining and regulating electronic marketplaces. The multilateral structure of electronic marketplace contracts has created a complex network of legal relationships between different actors. It should be stated that; there is a triple contractual relationship between the parties. There are separate contracts between the intermediary-seller, seller-consumer and consumer-intermediary. These contracts are mostly standard. In this context, there are contracts concluded between sellers, buyers and marketplace operators and the responsibilities of the parties according to these contractual provisions.



Electronic marketplace operators are accepted as intermediary service providers and also as hosting providers. According to the TCC, marketplace operators generally operate as legal entity merchants. Shopping in electronic marketplaces is done through distance contracts. The intermediary acts as a bridge between the buyer and the seller, and the legal nature of the contract between the intermediary and the seller has been compared according to the contracts in the provisions of the TCO and TCC.

The legal nature of electronic marketplace operators is examined in various ways based

mesi açısından önemli bir adım teşkil etmiştir. Elektronik pazaryeri sözleşmelerinin çok taraflı yapısı, farklı aktörler arasında karmaşık bir hukuki ilişki ağı oluşturmuştur. İfade etmek gerekir ki; taraflar arasında üçlü bir sözleşme ilişkisi vardır. Aracılık eden-satıcı, satıcı-tüketici ve tüketici-aracılık eden arasında ayrı sözleşmeler bulunmaktadır. Bu sözleşmeler çoğunlukla standarttır. Bu bağlamda, satıcılar, alıcılar ve pazaryeri işletmecileri arasında akdedilen sözleşmeler ve bu akdi hükümlere göre tarafların sorumlulukları mevcuttur.

Elektronik pazaryeri işletmecileri, aracı hizmet sağlayıcı ve aynı zamanda yer sağlayıcı olarak kabul edilmektedir. TTK'ya göre, pa-

zaryeri işletmecileri genellikle tüzel kişi tacir olarak faaliyet göstermektedir. Elektronik pazaryerlerindeki alışverişler ise mesafeli sözleşmeler aracılığıyla yapılmaktadır. Aracılık eden, alıcı ve satıcı arasında köprü görevi görmekte olup aracılık eden ile satıcı arasındaki sözleşmenin hukuki niteliği ise TBK ve TTK hükümlerinde yer alan sözleşmeler uyarınca karşılaştırılmıştır.

Elektronik pazaryeri işletmecilerinin hukuki niteliği, satıcı ile arasındaki ilişkiye dayalı olarak çeşitli şekillerde irdelenmektedir. Her ne kadar acentelik sözleşmesiyle örtüşen bir aracılık faaliyeti yürütülse de platformun

on their relationship with the seller. Although an intermediary activity that overlaps with the agency agreement is carried out, the fact that the platform is open to everyone and not all sellers are merchants requires the intermediary activity to be separated from the agency activity. Although there are elements of bringing parties together and mediating the conclusion of contracts as in the brokerage agreement, differences in pricing and the element of continuity make it necessary to differentiate the activities of the intermediary from brokerage. Although some transactions are made on behalf of the seller like an agent in the proxy agreement, limited representation authority creates a different structure from proxy. Although commission is received as in the commission agreement, the fact that the marketplace operator is not a party to the contract and the scope of the right of retention distinguishes the intermediary from the commissioner. Although there are similarities with the marketing agreement, differences in issues such as independence, adherence to instructions and customer visits require differentiation from marketing as well. Finally, the absence of the obligation to sell in a specific region as in the exclusive dealership agreement and the fact that the sale is made on behalf of the seller makes it different from exclusive dealership.

In light of all these comparisons; our opinion, it would be possible to say that the electronic marketplace agreement is an unnamed standard contract that contains the performances of use and work, has a unique legal nature, does not exactly match any of the mentioned contract types but may have situations that can be applied analogously from time to time, and contains general transaction conditions. The contracts encountered in practice are mostly pre-prepared/prepared unilaterally by electronic marketplace enterprises to be used in an indefinite number of contracts, with general and abstract content, printed, standard contracts⁴¹.

Even if the intermediary platform is not bound to the consumer by a membership agreement, it is obliged to ensure that the consumer shops securely and to protect their personal data in accordance with the PDPL. The main purpose of the membership agreement is to provide a secure shopping environment.

According to the CPL; the intermediary is obliged to deliver the preliminary informa-

herkese açık olması ve tüm satıcıların tacir olmaması, aracılık faaliyetinin acentelik faaliyetinden ayrılmasını gerektirmektedir. Sımsarlık sözleşmesindeki gibi tarafları bir araya getirme ve sözleşme kurulmasına aracılık etme unsurları bulunsa da ücretlendirmedeki farklılıklar ve süreklilik unsuru, aracılık edenin faaliyetlerini sımsarlıktan ayırmayı zorunlu hale getirmektedir. Vekalet sözleşmesindeki vekil gibi satıcı adına bazı işlemler yapılsa da sınırlı temsil yetkisi, vekaletten farklı bir yapı meydana getirmektedir. Komisyon sözleşmesindeki gibi komisyon alınması söz konusu olsa da pazaryeri işletmecisinin sözleşme tarafı olmaması ve hapis hakkının kapsamı, aracılık edeni komisyoncudan ayırmaktadır. Pazarlamacılık sözleşmesiyle benzerlikler bulunsa da bağımsızlık, talimatlara bağlılık ve müşteri ziyaretleri gibi konulardaki farklılıklar, pazarlamacılıktan da ayırmayı gerektirmektedir. Son olarak, tek satıcılık sözleşmesindeki gibi belirli bir bölgede satış yapma zorunluluğu bulunmaması ve satışın satıcı adına yapılması, tek satıcılıktan da farklı kılmaktadır.

Tüm bu karşılaştırmalar ışığında; elektronik pazaryeri sözleşmesinin kullandırma ve iş görme edimlerini barındıran, kendine özgü bir hukuki nitelik taşıyan, bahsi geçen herhangi bir sözleşme tipi ile bire bir örtüşmeyen ancak yer yer kıyasen uygulanabilecek hallerin var olabileceği ve genel işlem koşulları içeren isimsiz standart sözleşmeler olduğunu söylemek kanaatimizce mümkün olacaktır. Uygulamada karşılaşılan sözleşmeler çoğunlukla elektronik pazaryeri işletmeleri tarafından sayısı belirsiz çok sayıda sözleşmede kullanılmak üzere önceden ve tek taraflı olarak hazırlanmış/ hazırlanmış, muhtevası genel ve soyut, matbu, standart sözleşmelerdir⁴¹.

Aracılık eden platform, tüketiciye üyelik sözleşmesi ile bağlı olmasa dahi, tüketicinin güvenli alışveriş yapmasını sağlamak ve kişisel verilerini KVKK'ya uygun şekilde korumakla yükümlüdür. Üyelik sözleşmesinin temel amacı, güvenli alışveriş ortamı sağlamaktır.

TKHK'ya göre; aracılık eden, tüketiciye ön bilgilendirme formunu ulaştırmak ve tüketicinin bu formu okuyup anladığını teyit etmekle yükümlüdür. Aracılık eden ve satıcı, bilgilendirme yükümlülüğünün yerine getirilmemesinden ise müteselsilen sorumlu olacaktır. Eksik veya yanlış bilgilendirme, tüketiciye sözleşmeyi iptal etme hakkı verebilmektedir. Aracılık eden, tüketicinin özellikle kredi kartı, adres ve telefon gibi kişisel nitelikte verilerini

FOOTNOTE

41 Demirel, Legal Relationships Between Parties in Electronic Marketplace Applications and Specifically the Electronic Marketplace Agreement (Unpublished Master's Thesis).

DİPNOT

41 Demirel, Elektronik Pazaryeri Uygulamalarında Taraflar Arası Hukuki İlişkiler ve Özellikle Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

PART 10

tion form to the consumer and confirm that the consumer has read and understood this form. The intermediary and the seller will be jointly and severally liable for the failure to fulfill the obligation to inform. Incomplete or incorrect information may give the consumer the right to cancel the contract. The intermediary is obliged to protect information containing personal data of the consumer, especially credit card, address and phone numbers, in accordance with the PDPL. The intermediary also bears the responsibility for campaigns and promotions organized without the seller's approval.

Finally, according to current developments in legislation; With the Presidential Decision No. 9284, a 1% income/corporate tax withholding has been introduced on payments made by intermediary service providers to service providers. The withholding obligation also covers payments made to non-resident taxpayers operating in Turkey. However, those who do not have tax liability, tax-exempt tradesmen, taxpayers in the simple procedure and those whose revenues are subject to withholding within the scope of the law are exempted.

içeren bilgileri KVKK'ya uygun şekilde korumakla yükümlü tutulmuştur. Aracılık eden, satıcının onayı olmadan düzenlediği kampanya ve promosyonların sorumluluğunu da taşımaktadır.

Son olarak mevzuattaki güncel gelişmelere göre; 9284 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile getirilen aracı hizmet sağlayıcılarının, hizmet sağlayıcılarına yaptıkları ödemelere %1 oranında gelir/ kurumlar vergisi tevkifatı getirilmiştir. Tevkifat yükümlülüğü, Türkiye'de faaliyet gösteren dar mükelleflere yapılan ödemeleri de kapsamaktadır. Ancak vergi mükellefiyeti olmayanlar, vergiden muaf esnaf, basit usuldeki mükellefler ve hasılatları üzerinden tevkifat yapılanlar istisna tutulmuştur.

BIBLIOGRAPHY

AYSEL DEMİREL, Electronic Marketplace Agreement within the Framework of Law No. 6563 on the Regulation of Electronic Commerce as Amended by Law No. 7416, 1st Edition, 2023.

AYSEL DEMİREL, Legal Relationships Between Parties in Electronic Marketplace Applications and Especially Electronic Marketplace Agreement, (Unpublished Master's Thesis), Istanbul University Institute of Social Sciences, Istanbul 2020.

CEMİLE D. GÖKYAYLA, Exclusive Dealership Agreements in Private International Law (Exclusive Distributorship Agreements), Istanbul 2013.

CEVDET YAVUZ/ FARUK ÖZEN/ BURAK ACAR, Law of Obligations Lectures According to Turkish Code of Obligations No. 6098 (Special Provisions), Updated and Renewed 14th Edition, Istanbul, 2016 (Obligations Special).

DENİZ SÖNMEZ, Fee in Brokerage Agreement. (Master's Thesis). Istanbul University Institute of Social Sciences Department of Private Law, 2019.

ELİF OĞUZ, Online Intermediaries within the Scope of Agency Application According to Turkish European Union Law, 1st Edition, May 2022.

ESRA HAMAMCIOĞLU, Legal Dimension of Electronic Commerce, Kocaeli University Journal of Social Sciences, No. 35, pp. 43-72, 2018.

FİKRET EREN, Law of Obligations General Provisions, 27th Edition, Ankara 2014.

HALUK TANDOĞAN, Law of Obligations: Special Debt Relations, Volume: I/I, Contracts with Unique Structure and Mixed Contracts, Sales and Types Exchange, Donation, Istanbul, 1990 (Obligations Special).

HARUN DEMİRBAŞ, Obligations of Service Providers and Intermediary Service Providers within the Scope of Law No. 6563 on the Regulation of Electronic Commerce, Ankara 2015.

KADİR BAŞ, Agency Nature of Online Platforms and Application of Turkish Commercial Code Provisions on Agency for These Platforms, Journal of Banking and Commercial Law, Vol. 33, No. 4, pp. 115-153, 2017.

MUHAMMET EMİN BİNGÖL, Legal Nature of Intermediation Activity of Electronic Marketplace Operators for Sellers (Research Article). Dokuz Eylül University Faculty of Law Journal, Volume: 25, Issue: 2, pp. 599-646, 2023.

M. MURAT İNCEOĞLU/ ECE BAŞ SÜZEL, Liability of Those Who Mediate in Establishing Distance Contracts to the Consumer (CPL Art. 48/para.5), Bahçeşehir University Faculty of Law Journal, 15 (89-190), pp. 475-491, 2020.

MUSTAFA KAYA, Agency Law, Ankara 2014.

RIZA AYHAN/ HAYRETTİN ÇAĞLAR, Commercial Enterprise Law General Principles, 10th Edition, Ankara, 2017 (Commercial Enterprise).

TAMER BOZKURT, "Brokerage in Turkish Law and Different Appearances of Brokerage in Practice", (Master's Thesis), Ankara, 2006.

ZEYNEP ÖZBAY ÖZDOĞRU, Conditions of Liability of Intermediaries Operating in the Internet Environment to the Consumer Due to Distance Contract, Istanbul 2022.

KAYNAKÇA

AYSEL DEMİREL, 7416 sayılı Kanunla Değişik 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Çerçevesinde Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, 1. Baskı, 2023.

AYSEL DEMİREL, Elektronik Pazaryeri Uygulamalarında Taraflar Arası Hukuki İlişkiler ve Özellikle Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2020.

CEMİLE D. GÖKYAYLA, Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri), İstanbul 2013.

CEVDET YAVUZ/ FARUK ÖZEN/ BURAK ACAR, 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu'na Göre Borçlar Hukuku Derstleri (Özel Hükümler), Güncellenmiş ve Yenilenmiş 14. Baskı, İstanbul, 2016 (Borçlar Özel).

DENİZ SÖNMEZ, Sımsarlık Sözleşmesinde Ücret. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı, 2019.

ELİF OĞUZ, Türk Avrupa Birliği Hukukuna Göre Acenteliğin Uygulama Alanı Kapsamındaki Çevrimiçi Aracılar, 1. Baskı, Mayıs 2022.

ESRA HAMAMCIOĞLU, Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S. 35, s. 43-72, 2018.

FİKRET EREN, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, 27. Baskı, Ankara 2014.

HALUK TANDOĞAN, Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri, Cilt: I/I, Kendisine Özgü Yapısı Olan ve Karma Sözleşmeler, Satış ve Çeşitli Trampa, Bağışlama, İstanbul, 1990 (Borçlar Özel).

HARUN DEMİRBAŞ, 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Hizmet Sağlayıcıları ve Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Yükümlülükleri, Ankara 2015.

KADİR BAŞ, Online Platformların Acentelik Niteliği ve Bu Platformlar Özelinde Türk Ticaret Kanunu'nun Acenteliğe İlişkin Hükümlerinin Uygulanması, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, C. 33, S. 4, s. 115-153, 2017.

MUHAMMET EMİN BİNGÖL, Elektronik Pazaryeri İşletmecilerinin Satıcılar Bakımından Yapmış Olduğu Aracılık Faaliyetinin Hukuki Niteliği (Araştırma Makalesi). Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt: 25, Sayı: 2, s. 599-646, 2023.

M. MURAT İNCEOĞLU/ ECE BAŞ SÜZEL, Mesafeli Sözleşme Kurulmasına Aracılık Edenlerin Tüketiciye Karşı Sorumluluğu (TKHK m. 48/f.5), Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 15 (89-190), s. 475-491, 2020.

MUSTAFA KAYA, Acentelik Hukuku, Ankara 2014.

RIZA AYHAN/ HAYRETTİN ÇAĞLAR, Ticari İşletme Hukuku Genel Esaslar, 10. Baskı, Ankara, 2017 (Ticari İşletme).

TAMER BOZKURT, "Türk Hukukunda Tellallık ve Tellallığın Uygulamada Farklı Görünümleri", (Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2006.

ZEYNEP ÖZBAY ÖZDOĞRU, İnternet Ortamında Faaliyet Gösteren Aracılık Edenlerin Mesafeli Sözleşmeden Dolayı Tüketiciye Karşı Sorumluluğunun Şartları, İstanbul 2022.