

B2C ELEKTRONİK TİCARETTE SANAL PAZAR YERİNİN HUKUKÎ DURUMU

Şerafettin EKİCİ¹

ÖZET

Bilim ve teknolojinin, özellikle de internetin gelişmesi ile birlikte hayatımıza yoğun şekilde girmiş olan elektronik ticaretin tarafları açısından en çok kullanıldığı model olan B2C – Firmadan Tüketicieye modelinde, sanal pazar yerleri her gün kendilerine ait olmayan milyonlarca parça ürün satmaktadır.

Sanal pazar yerlerinin bu ürünleri satarken sahip oldukları haklar ve yerine getirmeleri gereken yükümlülüklerin doğru tespiti için, sanal pazar yerlerinin hukukî statüsünün tespiti gerekmektedir.

Benzer hukukî ilişkiler ile karşılaştırma sonrası, sanal pazar yerlerinin hukukî statüsünün vekâlet, simsarlık, escrow ile benzeşmesine rağmen, bunlardan tam olarak hiç birine dahil olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak, sanal pazar yerlerinin hukukî statüsünün satış için bırakılan olduğu, ürün sahibi ile sanal pazar yeri arasındaki ilişkinin satış için bırakma sözleşmesi olduğu anlaşılmaktadır.

ANAHTAR KELİMELELER: B2C, elektronik ticaret, elektronik sözleşme, sanal pazar yeri, elektronik pazar yeri

LEGAL STATUS OF VIRTUAL MARKETPLACE IN B2C ELECTRONIC TRADE

ABSTRACT

In the B2C - Company to Consumer model, which is the most used model of electronic commerce, which has entered our lives intensively with the development of science and technology, especially the internet, the virtual market places sell millions of pieces of products that do not belong to them every day.

The legal status of virtual marketplaces needs to be determined for the correct determination of the rights they have and the obligations they must fulfill when selling these products.

After comparison with similar legal relations, it is understood that the legal status of virtual marketplaces is similar to the proxy, brokering, escrow, but it is not fully

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Hukuk Fakültesi Bilişim ve Teknoloji Hukuku Anabilim Dalı, serafettin.ekici@medeniyet.edu.tr, (ORCID: 0000-0001-9940-9997).

Yayın Kuruluna Ulaştığı Tarih: 24.12.2019

Yayınlanmasının Uygun Görüldüğü Tarih: 19.06.2020

included in any of them. However, it is understood that the legal status of virtual marketplaces is left for sale, and the relationship between the product owner and the virtual marketplace is the termination drop-off contract for sale.

Keywords: BC2, electronic commerce, electronic agreement, virtual marketplace, electronic marketplace.

GİRİŞ

20. Yüzyılda bilim ve teknolojinin gelişmesi sonrasında bilgisayar ve internetin ortaya çıkışı² elektronik pazarların da ortaya çıkmasına yol açmış³, geleneksel pazarlarda yüz yüze ya da mektup yoluyla yapılan sözleşmelerin yerini, elektronik pazarlarda ve internet ortamında yapılan⁴ sözleşmeler almıştır⁵. İnternet ortamında yapılan sözleşmelerin başında hiç şüphesiz satış sözleşmeleri⁶ gelmektedir.

² İnternetin ortaya çıkışı, gelişimi ve işleyişi için Bkz. İNAL, Emrehan, **E-Ticaret Hukukundaki Gelişmeler ve İnternette Sözleşmelerin Kurulması**, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2015, s. 5-13; DEMİR, Mehmet, **Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2004, s. 121-131; SAĞLAM, İpek, **Elektronik Sözleşmeler**, Legal Yayıncılık, İstanbul, 2007, s. 32-35.

³ YILDIRIM, Abdulkerim, **Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, Oniki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2009, s. 104-105.

⁴ Elektronik sözleşmelerin sadece internet üzerinden değil, diğer kapalı EDİ (Elektronik Veri Değişimi) ortamlarında da yapılabildiğine dair Bkz. GEZDER, Ümit, **Mukayeseli Hukuk Açısından İnternet'te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, Beta Yayınevi, İstanbul, 2004, s.11 ve 77; GEZDER, Ümit, **Erzurumlu Şerhi - Mesafeli Sözleşmeler**, Beta Yayınları, İstanbul, 2006, s. 35 – 36; GEZDER, Ümit, “Elektronik Ticaret Hukukî İşlemlerinin Ayrımı – Dijital İçerik ve Hukukî Niteliği”, **Marmara Üniversitesi Hukuk Araştırmaları Dergisi**, C. 22, S. 3, s.1120 – 1121.

⁵ SAĞLAM, s. 61; İNAL, s. 14; GÜÇDEMİR, Yeşim, “Dijital Ekonomi ve Elektronik Ticaret”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Y. 2002, C. 0, S. 15, s. 484.

Bilgisayarın hayatımızda bu kadar yaygınlaşması sadece sözleşmelerin türünü değiştirmemiş, aynı zamanda bilgisayar hukuk olarak yeni bir hukuk alanı ile birlikte birçok yeni hukuksal sorunu da beraberinde getirmiştir. GEZDER, **İnternet'te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 2.

⁶ TBK. m. 207; “*Satış sözleşmesi, satıcının, satılanın zilyetlik ve mülkiyetini alıcıya devretme, alıcının ise buna karşılık bir bedel ödeme borcunu üstlendiği sözleşmedir.*”

Satım, rızai bir sözleşme olup, satış sözleşmesinin konusunu bir malın belirlenen fiyat karşılığında değiştirilmesi oluşturur. TANDOĞAN, Haluk, **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri**, C. I, 6. Basım, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2008, s. 78; YAVUZ, Cevdet, **Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler**, 10. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul, 2014, s. 51-56; EREN, Fikret, **Borçlar Hukuku Özel Hükümler**, 5. Bası, Yetkin Yayınları, Ankara, 2017, s. 26-27.

Elektronik ticaretin en çok kullanıldığı alanlar; maddi olan ya da olmayan her türlü taşınır malın satışı (taşınmaz satışının elektronik ticaret şeklinde yapılması mümkün değildir), bir tarafın diğer tarafa web sayfası üzerinden hizmet gerçekleştirme taahhüdünde bulunması şeklindeki hizmet satışı, web sayfası üzerinden kullanıcıya enformasyon iletilmesi şeklinde gerçekleşen bilgi temini, her iki tarafın da edimlerinin dijital ortamda gerçekleştirildiği dijital ürün temini, olarak sayılmaktadır. SAĞLAM, s. 68.

Diğer taraftan dijital ürünlerin mal mı yoksa hizmet mi olduğu yönünde Alman doktrininde yer alan bir tartışma sonrası, bu ürünlerin gerek standartlaştırılmış olması gerekse depolanabiliyor olması kriterleri kapsamında, hizmet değil mal satılması gerektiği konusunda baskın bir görüş

Günümüzde çeşitli elektronik ticaret (Kısaca e-ticaret) siteleri üzerinden her gün milyonlarca işlem yapılmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü tarafından 1999 yılında yayınlanan rapora göre; elektronik ticaretin temel etkisinin iki şekilde olması ön görülmekte idi. Birinci etki, geleneksel ürünlerin elektronik ortamda sipariş edilerek yine fizikî ortamda gönderilmesi şeklinde bir etkileşim, ikinci olarak ise hizmetlerin elektronik ortamda sağlanması şeklinde olacaktır⁷.

TÜSİAD tarafından yayınlanan rapora göre; küresel ekonomik büyüme beklentilerin altında kalmış olmasına rağmen, B2C⁸ elektronik ticaret pazarında global işlem hacmi 2019 yılı itibarıyla yaklaşık olarak 3,5 trilyon ABD Doları civarında olan pazarın ilk beş oyuncusu (ABD Doları bazında öngörülen sonuçlarına göre) sırayla: Çin (634 milyar), ABD (504 milyar), Japonya (123 milyar), Birleşik Krallık (103 milyar) ve Almanya'dır (70 milyar). Aynı istatistiklere göre; Türkiye'de elektronik ticaret sektörü de 2018 yılında yaşanan küresel gelişmelerden ve ülke ekonomisindeki döviz kuru dalgalanmalarından etkilenmiş görünmesine rağmen, bir önceki yıla göre büyüme trendi TL bazında % 42 ile devam etmiş, ABD Doları bazında ise %7 düzeyinde kalmıştır⁹. 2019 yıl sonu itibarıyla ise 44,9 Milyar TL perakende ve 38,2 Milyar TL perakende dışı sektörler olmak üzere elektronik ticaret pazarının yaklaşık 83,1 Milyar TL düzeyine yükseldiği, bu rakamlarla 59,9 Milyar TL ile kapanmış olan 2018 yılına göre %39 oranında bir büyümenin gerçekleştiği görülmüştür. Aynı araştırmaya göre; 2015 – 2019 döneminde online perakendenin toplam perakende içindeki payı gelişmiş ülkelerde % 7,9'dan % 12,3'e; gelişmekte olan ülkelerde % 3,3'ten %6,7'ye, Türkiye'de ise %2,9'dan %6,2'ye yükselmiştir¹⁰.

Diğer taraftan 2020 yılında dünyada yaşanan pandemi sürecinin de elektronik ticarete ciddi etkileri olmuştur. Pandemi süreci ile ilgili olarak Yapılan bir araştırmaya göre ülkemizde 09.03.2020 ile 12.04.2020 arasındaki dönemde; e-ticaret oranı en çok tüketilen 32 farklı kalemdeki hızlı tüketim ürünlerinin (FMCG / Fast-Moving Consumer Goods) satışında %57'den %171'e, kişisel bakım ürünlerinde %67'den %171'e, %36'dan %162'ye, bebek mamasında %56'dan %122'ye, çay-kahvede %91'den %258'e yükselmiştir¹¹.

oluşturmuştur. Bu yöndeki tartışma ve savunan yazarlar için Bkz. GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 44-45; Dijital ürünlerin mal olarak kabul edilebilmesi için gerekli şartlar için Bkz. GEZDER, **Elektronik Ticaret Hukukî İşlemlerinin Ayrımı – Dijital İçerik ve Hukukî Niteliği**, s. 1129-1130.

⁷ (Çevrimiçi) https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ae9901_e.htm, E.T.

⁸ “Business to Consumer” yani “firmadan tüketiciye”. Bkz. Aşa. “Sanal Pazar Yerinin Tarafları Açısından İş Modelinin Tanımlanması”

⁹ (Çevrimiçi) <https://www.eticaretraporu.org/wp-content/uploads/2019/05/DD-TUSIAD-ETicaret-Raporu-2019-Yonetici-Ozeti.pdf>; <http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/dd-tusiad-eticaret-raporu-2019.pdf>, E.T.

¹⁰ (Çevrimiçi) http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad_e-ticaret_2019_pazar_buyuklugu_raporu.pdf, E.T.

¹¹ (Çevrimiçi) <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/koronavirus-sonrasi-tuketimde-hangi-trendler-bizleri-bekliyor/>, E.T.

Bu istatistikler göstermektedir ki; elektronik ticaret yoluyla yapılan satışlar her geçen gün hızla artmakta, geleneksel ticaret hızlı şekilde değişerek yerini elektronik ticarete bırakmaktadır.

Bu hızlı değişim gerek firmalar gerekse tüketiciler açısından değişik finansal riskleri de beraberinde getirmektedir. Bir ticarî ilişkide, tarafların birbirinin ilişkiye aykırı hareket edeceğinden hiçbir şüphesi yoksa, taraflar riskten korunma ihtiyacı hissetmeyecektir¹². Ancak günlük hayatta olduğu gibi elektronik ticarete de kişiler finansal boyutu son derece geniş olan ilişkilerin içerisinde olduğundan, karşılaşılabilecekleri finansal riskler de sınırsızdır¹³.

Bu finansal risklerden en önemlilerinden birini; ödenen bedel karşılığında satın alınan ürünün gönderileceğine ve gönderilen ürünün belirtilen özelliklere sahip olmasına duyulması gereken güven sorunu oluşturmaktadır. Örneğin; ABD’den kredi kartıyla ödeme yaparak alınan bir ürünün, alıcıya gönderilip gönderilmeyeceği (ifa edip etmeme), gönderildiğinde paketten çıkan ürünün sipariş edilen ürün olup olmadığı (aliud ifa), ürünün internet sitesindeki tanıtımında belirtilen özellikleri taşıyıp taşımadığı (ayıplı ifa) ve herhangi bir sorun ya da eksikliğin olması durumunda satış bedelinin iade edilip edilmeyeceği önemli sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır¹⁴. Elektronik ticaret mevzuatının henüz yerleşmemiş olması nedeniyle, finansal riskler beraberinde hukukî riskleri de getirmekte, geleneksel ticaretten elektronik ticarete dönüşle birlikte ortaya çıkan finansal risklerin hukukî çerçevesinin çizilmesi de önem arz etmektedir.

Finansal risklerin elbette hukuksal sorunları da beraberinde getirmiştir¹⁵. Bu sorunlardan en önemlisi elektronik ticarete izin veren ve destekleyen yasal mevzuatın oluşturulması olmakla beraber, diğer bir önemli sorun ise geleneksel sözleşme hukukunun elektronik ticarete uyarlanmasıdır. Diğer bir deyişle, hukukun kâğıda bağlı gereklerinin elektronik ticaret tarafından da sağlanıyor olması gerekmektedir¹⁶.

¹² ÇETİNER, Bilgehan, **Taşınmaz Teminatı**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2015, s. 13.

¹³ Geleneksel ticaretten elektronik ticarete geçişin gerek tüketiciler açısından gerekse işletmeler açısından birçok olumlu yönleri vardır. Elektronik ticaretin olumlu yönlerinin başında işletmeler için pazarlama, reklam ve satış maliyetlerinin düşürülmesi, içeriğin sürekli ve zengin tutulabilmesi, gerek işletme gerekse tüketiciler için zaman tasarrufu sağlaması, tüketiciler ve işletmeler açısından satışa çıkarılan ürünlere erişim noktasında fırsat eşitliği sağlaması, müşterilere zengin bilgi ve karşılaştırma olanağı sağlaması gibi bir çok fırsat sunması bu olumlu yönlerden bazıları olarak sayılmaktadır. İNAL, s. 18 –19.

¹⁴ Bunların ötesinde özellikle web sitesinin hacklenmesi yoluyla içeriğin değiştirilmesi, gerek müşteri bilgilerinin gerekse kredi kartı bilgilerinin elde edilerek müşterilerin üçüncü kişiler tarafından dolandırılmasına sebep olabilmesi de bir başka güven sorunu olarak ortaya çıkmaktadır. İNAL, s. 20.

¹⁵ GEZDER, **Elektronik Ticaret Hukukî İşlemlerinin Ayrımı – Dijital İçerik ve Hukukî Niteliği**, s. 1120.

¹⁶ GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 7.

Bu makalemizde, elektronik ticaretin en çok kullanıldığı alanlardan biri olan sanal pazarlarda, sanal pazar yeri ile tüketici ve üretici arasındaki ilişki ile sanal pazar yerinin hukukî durumu inceleme konusu yapılmaktadır.

I. ELEKTRONİK TİCARET VE ELEKTRONİK SÖZLEŞME KAVRAMLARI

A. Elektronik Ticaret Kavramı

Elektronik ticaret kavramı, 1970’li yıllarda Elektronik Data Interchange (EDI) aracılığıyla yapılan sözleşmelerin ortaya çıkması¹⁷ ve 1980’li yılların sonunda internetin¹⁸ kullanımının yaygınlaşması¹⁹ ile birlikte ortaya çıkmış²⁰, 1990’lı yıllardan itibaren ise elektronik ticaretin desteklenmesine yönelik uluslararası alanda genel bir uzlaşma oluşmuştur²¹.

Gerek yasal metinlerde gerekse doktrinde yapılan tanımlarda müşterek bir tanım kabul edilmiş değildir. Kısaca, ticaretin elektronik yollarla yapılması anlamına gelen elektrik ticaret, son zamanlarda internet internette yapılan ticaret ile eş anlamlı olarak da kullanılmaktadır²². Oysa elektronik ticaret ve elektronik sözleşme kavramları internetten önce de kullanılmış olan yani internet üzerinden yapılması zorunlu olmayan kavramlardır²³.

Elektronik ticaret, 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’un²⁴ (Elektronik Ticaret Kanunu) 2. maddesinde; “*Fiziki olarak karşı*

¹⁷ GEZDER, **Elektronik Ticaret Hukukî İşlemlerinin Ayrımı – Dijital İçerik ve Hukukî Niteliği**, s. 1120.

¹⁸ İnternet ile; satıcı/sağlayıcı ve alıcı arasında sözleşmesel bilgi alışverişinin güvenli değiş tokuşu, doğrudan elektronik ticarete teknolojinin emniyetli ve güvenilir şekilde yüklenmesi, alıcının ödemesinin güvenliği ve alternatif uyumsuzluk çözümü için etkili ve kolayca ulaşılabılır teknoloji mümkün hale gelmiştir. GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 14.

¹⁹ Elektronik ticarete internetin tüketicie sağladığı faydalar arasında en önemlileri olarak; müşterinin satın alabileceği ürün çeşidinin çoğalması, firmaların tuttıkları istatistiksel veriler aracılığıyla daha müşteri odaklı ürünler üretmeye yönelmesi, müşterinin istediği bir saatte girerek ürünleri inceleyip alışveriş yapabilmesi, tüketicie zaman tasarrufu sağlaması ve herhangi bir ayrıma uğramaksızın eşit muamele görmesi sıralanmaktadır. GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 16; GÜÇDEMİR, s. 486.

²⁰ ÖZDEMİR KOCASAKAL, Hatice, **Elektronik Sözleşmelerden Doğan Uyuşmazlıkların Çözümünde Uygulanacak Hukukun ve Yetkili Mahkemenin Tespiti**, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2003, s.5.

²¹ GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 6 – 7.

²² GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 8.

²³ UZUN KAZMACI, Özge, “İnternet Üzerinden Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, **Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi**, Y. 2016, C. 22, S. 3, s. 2792.

²⁴ 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, Resmî Gazete tarih: 05.11.2014, sayı: 29166.

*karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrim içi iktisadi ve ticari her türlü faaliyeti, ... ifade eder.” şeklinde tanımlanmaktadır*²⁵.

Doktrinde yapılan bir tanıma göre elektronik ticaret; “*Özel şahıslar ya da ticaretle uğraşanlar arasında olup olmadığına bakılmaksızın, elektronik bilişim ağının içinde ya da elektronik bilişim ağı ile olan hukukî işlemleri içermektedir*”²⁶. Başka bir tanıma göre; “*Malların ve hizmetlerin elektronik vasıtalar aracılığıyla dağıtımı, pazarlanması, satışı ya da teslimidir*”²⁷. Diğer bir tanıma göre; “*Yazı, ses ve/veya görüntü şeklinde verilerin, elektronik ortamda işlenmesi ve iletilmesi suretiyle gerçekleştirilen ticarî faaliyetlerin bütünüdür*”²⁸. Başka bir tanıma göre geniş anlamda elektronik ticaret; bir elektronik iletişim aracı kullanılarak gerçekleştirilen elektronik iletişime dayalı her türlü işlem ilişkilerini kapsarken, dar anlamda internette elektronik ticaret; sınırlı sayıda kişi arasında ve kapalı ağlar içerisinde gerçekleştirilen elektronik ticareti sağlamaya yönelik elektronik iletişim araçları karşısında; başlı başına bir sanal pazar ortamı olan ve sadece kişiler arasında veri aktarma ile sınırlı kalmaksızın işleyen küresel çaplı, açık, hızlı ve karmaşık bir ağ olan internet üzerinden yürütülen ticari faaliyetlerin bütünüdür²⁹.

Dünya Ticaret Örgütü tarafından yapılan tanıma göre ise elektronik ticaret; “*Mal ve hizmetlerin satış öncesi aşaması, satış aşaması ve satış sonrası aşamalarının telekomünikasyon*³⁰ *ağları üzerinden yapılmasıdır*”³¹.

Elektronik ticaret işlemlerin içeriği (elektronik ticarete konu olan ürünün niteliği bakımından) ve işlemin elektronik ortam ile olan bağlılığına göre; “*doğrudan*

²⁵ Aynı tanım Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Ara Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik’te (Yönetmelik Resmî Gazete tarih: 26.08.2015, Sayı: 29457) de (m.4/1-e) yer almaktadır.

GEZDER, **Elektronik Ticaret Hukukî İşlemlerinin Ayrımı – Dijital İçerik ve Hukukî Niteliği**, s. 1121.

²⁶ GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 8; GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 34-35.

²⁷ SAĞLAM, s. 61.

²⁸ ÖZDEMİR KOCASAKAL, s. 5.

²⁹ DEMİR, s. 118-120; benzer ayırım için Bkz. İNAL, s. 14 ve 17.

³⁰ Telekomünikasyon kelimesi mevzuatımızda ilk defa 406 Sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu’nun 4502 Sayılı kanunla değiştirilmiş 1. Maddesiyle tanımlanmıştı. Madde ile telekomünikasyon; “*her türlü işaret, sembol, ses ve görüntünün ve elektrik sinyallerine dönüştürülebilen her türlü verinin, kablo, telsiz, optik, elektrik, manyetik, elektro manyetik, elektro kimyasal, elektro mekanik ve diğer iletim sistemleri vasıtasıyla iletilmesi, gönderilmesi ve alınması... ifade eder*” şeklinde tanımlanmıştı. EKİCİ, Şerafettin, **Özel Sektöre Açıldıktan Sonra Türk Telekomünikasyon Hukuku**, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2006, s. 5.

Ancak, daha sonra 05.11.2008 tarihinde kabul edilen Elektronik Haberleşme Kanunu’nda telekomünikasyon kelimesi yerine “Elektronik Haberleşme” kelimesi kullanılmış ve Kanunun 3. Maddesinde “*Elektronik haberleşme: Elektriksel işaretlere dönüştürülebilen her türlü işaret, sembol, ses, görüntü ve verinin kablo, telsiz, optik, elektrik, manyetik, elektromanyetik, elektrokimyasal, elektromekanik ve diğer iletim sistemleri vasıtasıyla iletilmesini, gönderilmesini ve alınmasını... ifade eder*” şeklinde tanımlanmıştır.

³¹ (Çevrimiçi) https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ae9901_e.htm, E.T.

elektronik ticaret” ve “*dolaylı elektronik ticaret*” olarak ikiye ayrılmaktadır³². Fiziki varlığı olmayan mal ve hizmetlerin elektronik ortamda sipariş edilip yine elektronik ortamda bedeli ödenerek teslim edilmesi “*doğrudan elektronik ticaret*”³³; fiziki varlığı olan malların elektronik ortamda sipariş edilip geleneksel yöntemlerle teslim edilmesi ise “*dolaylı elektronik ticaret*”³⁴ olarak adlandırılmaktadır³⁵.

Diğer bir ayırım ise elektronik ticaret sitesinin rolü üzerinden yapılmaktadır. Bu ayırma göre; birinci seçenekte elektronik ticaret sitesi, kendisine ait olan ürünleri pazarlayıp satmakta; ikinci seçenekte ise birçok başka firmaya ait ürünün pazarlama ve satışını yapmakta, adeta bu satışlara aracılık etmektedir. Bu ikinci tarz sitelere “sanal pazar yeri” de denilmektedir³⁶. Bu makalenin inceleme konusu açısından bu ayırım daha çok önem taşımakta ve asıl inceleme konumuzu sanal pazar yeri niteliğindeki sitelerin durumu oluşturmaktadır.

Elektronik ticaretin konusu olan ticarî işlemin kapsamına neyin gireceği konusunda görüş ayrılıkları bulunmakta ise de, uluslararası kuruluşlar tarafından yapılan tanımlarda genellikle geniş yorum yapılarak ticaret, eğitim, sağlık, pazarlama, kamusal pazarlar ve bilgi hizmetleri gibi birçok alanın elektronik ticaretin kapsamına girebileceği belirtilmektedir³⁷.

³² GEZDER, doğrudan elektronik ticareti “Online Hukukî İşlemler”, dolaylı elektronik ticari ise “Offline Hukukî İşlemler” olarak isimlendirmektedir. GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 38; GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 107; GEZDER, **Elektronik Ticaret Hukukî İşlemlerinin Ayırımı – Dijital İçerik ve Hukukî Niteliği**, s. 1122 – 1123.

³³ EDI (Elektronik Data Interchange – Elektronik Veri Değişimi) şeklindeki sözleşmeler bu kategoride sayılabilir. Örneğin; web site üzerinden parasını ödeyip program ya da müzik satın alarak bilgisayara indirme bu kategoride sayılabilir. İNAL, s. 17; ÖZDEMİR KOCASAKAL, s. 29.

EDI, kapalı bir sistem üzerinde meydana gelen ve önceden kabul edilen sözleşmeler uyarınca bilginin değiş tokuş edilmesine yönelik kapalı devre iletişim teknolojisi olarak da tanımlanmaktadır. GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 11 ve 77; GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 36.

EDI sisteminin işleyişi şu şekilde özetlenmektedir; “*Elektronik veri değişimi, bilgisayarlar arasında standart şekilde yürütülen ve tamamlanan ticarî amaçlı elektronik veri transferi ve değişimi anlamını taşır. Elektronik veri değişimi yönteminde insan unsuru araya girmeksizin sadece bilgisayarlar tarafından yürütülen ve tamamlanan bir iş ilişkisi söz konusudur. Bu yöntemi kullanmayı düşünen taraflar, daha önceden aralarında imzaladıkları bir sözleşmeye göre elektronik veri değişimi suretiyle aralarında ticari işlemi gerçekleştirmeyi amaçlar. Basitçe sistem, taraflardan birine ait olan bilgisayarın depoyu ve stokları kontrol ettikten sonra gerekli olan malları önceki anlaşmaya göre karşı tarafından bilgi işlem merkezindeki ilgili bilgisayara iletmesi ile işler.*” UYUMAZ, s. 911.

³⁴ Örneğin, e-ticaret sitesinden satın alınan bir ürünün kargo firması tarafından teslim edilmesi bu kategoride değerlendirilebilir.

³⁵ DEMİR, s. 120-121; İNAL, s. 22-23; SAĞLAM, s. 62-63; ÖZDEMİR KOCASAKAL, s. 25-27.

³⁶ Sanal pazar yeri durumundaki sitelerin dünya çapında en büyük ve tanınanı Amazon’dur. Türkiye’den ise Hepsiburada, N11, Trendyol ve bilet siteleri başta olmak üzere birçok örnek sayabilmek mümkündür.

³⁷ GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 41 – 45; ÖZDEMİR KOCASAKAL, s.6.

Elektronik ticaretin hukukî boyutu ise netleştirilmesi son derece güç bir konudur. Zira bünyesinde doğrudan internete dair yasal hükümlerin³⁸ yanında medenî hukuktan ticaret hukukuna, hatta idare ve vergi hukukuna kadar birçok hukuk dalına temas etmektedir. Bu nedenle her ne kadar internet hukuku ve elektronik ticaret hukuku kavramları güncel dilde sıkça kullanılıyor olsa da, gerek internet hukukunu gerekse elektronik ticaret hukukunu bir çerçeveye oturtabilmek ve belli kalıplar ile sınırlandırabilmek mümkün değildir³⁹.

B. Elektronik Sözleşme Kavramı

Gerek ülkemizde gerekse Avrupa Birliği'ne dahil olan ya da aday olan ülkelerde, elektronik ticaret ve elektronik sözleşme konusunda Avrupa Birliği'nin elektronik ticarete dair politikaları ve müktesebatı önemli bir rol oynamaktadır. Avrupa Birliği yayınladığı müktesebat ve aldığı kararlar ile elektronik ticaret ve elektronik sözleşmelerin yaygınlaşması, kolaylaştırılması ve güvenli hale getirilmesi yönünde bir politika izlemektedir.

Elektronik sözleşme kavramı ilk olarak Avrupa Konseyinin 2000/31/EC sayılı Elektronik Ticaret Direktifinin kullanılmış ancak tanımlanmamıştır⁴⁰. Direktifin 9. Maddesine göre; *“Üye devletler, kendi hukuk sistemlerinin, sözleşmelerin elektronik vasıtalarla akdedilmesine izin vermesini temin edeceklerdir. Üye devletler, özellikle sözleşme sürecine uygulanan şartların elektronik sözleşmelerin kullanılmasına engel oluşturacak ya da bu çeşit sözleşmelerin elektronik vasıtalarla yapılmış olması nedeniyle hukukun etkinliğinden ve geçerliliğinden mahrum kalmalarına neden olacak şekilde uygulanmamasını temin edeceklerdir.”* Diğer bir deyişle her üye ülke elektronik sözleşmeler ile ilgili düzenlemeleri yapmak zorundadır. Direktif 2000 yılında yayınlanmış olmasına rağmen ülkemizde 2008 yılına kadar bu Direktif kapsamında maalesef yeterli çalışma yapılmamış, Direktif kapsamında mevzuat uyumuna dair 2008 yılında bir

³⁸ Türkiye'de internet ile ilgili en kapsamlı düzenleme 2007 yılında 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile yapılmıştır.

5651 sayılı Kanun ile ilk defa;

İnternet aktörlerinin (içerik sağlayıcı, yer ve erişim sağlayıcı, toplu kullanım sağlayıcı) tanımı yapılmış ve bu aktörlerin hak ve sorumlulukları belirlenmiştir.

Yasada suçlar bakımından erişimin engellenmesi usul ve esasları düzenlenmiştir.

İnternet ortamında yayınlanan içerik nedeniyle haklarının ihlal edildiğini iddia eden kişilere ilişkin; içeriğin yayından çıkarılmasını sağlama ve cevap hakkı uygulamalarına ilişkin usul ve esaslara yer verilmiştir.

Konusu suç teşkil eden (ve/veya küçükler için zararlı olan) içerik kapsamında filtreleme usulü öngörülmüştür.

Türkiye'de internet ortamındaki yayınlardan kanunda belirtilen katalog suçlara ilişkin şikâyetlerin yapılabileceği internet bilgi ihbar merkezi (ihbarweb.org.tr) kurulmuştur.

(Çevrimiçi) <https://internet.btk.gov.tr/turkiye-de-internet-hukuku>, E.T.

³⁹ İNAL, s. 24.

⁴⁰ YILDIRIM, s. 105.

rapor yayınlanmış⁴¹ ancak Elektronik Ticaret Kanunu'nun yayınlanması 05.11.2014, Yönetmeliğin yayınlanması ise 26.08.2015 tarihini bulmuştur.

Elektronik sözleşmelerin öğretide de değişik tanımları yapılmaktadır. Öğretide yapılan bir tanıma göre; “*İnternet üzerinde ve internet araçlarını (bilgisayar, mobil uygulamalar vb.) kullanarak yapılan sözleşmelere ise elektronik sözleşme denilmektedir*”⁴². Başka bir tanıma göre; “*Elektronik ticarete internet üzerinden ve sadece elektronik iletişim araçlarıyla dijital teknoloji kullanılarak yapılan sözleşmelere, elektronik sözleşmeler denilmektedir*”⁴³. Başka bir tanıma göre ise; “*Elektronik sözleşme tabirinden tarafların bir elektronik iletişim aracı yardımıyla, karşılıklı ve birbirine uygun elektronik irade beyanında bulunmaları sonucunda kurdukları sözleşmeler anlaşılır*”⁴⁴. Elektronik sözleşmeleri internette akdedilen tüketici sözleşmeleri olarak ele alan başka bir tanıma göre ise; “*İnternet ortamında tüketicilerle fiziksel olarak karşı karşıya gelmeksizin akdedilen ve malın veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi veya ifası kararlaştırılan herhangi bir mesafeli sözleşmedir*”⁴⁵.

Kanımızca elektronik sözleşmeyi; **tarafların internet ve diğer elektronik iletişim araçları ile kurdukları sözleşmelerdir**, şeklinde tanımlamak mümkündür. Zira, elektronik sözleşmeler, gerek taraflar fiziken bir arada olsun gerekse ayrı ayrı mekânlarda olsun, her halükârda internet yahut diğer elektronik iletişim araçları vasıtasıyla kurulmaktadır. Bu vasıtalar kullanıldıktan sonra, tarafların fiziken aynı ortamda bulunup bulunmadıkları önemli değildir. Diğer taraftan, sözleşmenin kurulması için bir şeyin teslimine de gerek bulunmamaktadır. Tarafların karşılıklı ve birbirine uygun öneri ve kabulünün tamamlandığı anda sözleşme kurulmaktadır. Bu nedenle, sözleşmenin tanımına ifa edilmiş şekline dair ifadelerin konulması yersizdir. Zira sözleşmenin kurulması ile ifa edilip edilmemesi tamamen birbirinden farklı hususlardır.

Tanımlardan görüldüğü üzere, bir sözleşmenin elektronik sözleşme olarak nitelendirilmesinde sözleşmenin kuruluş şekli önemlidir. Elektronik kelimesi ile sözleşmenin kuruluşunda ve zaman zaman da ifasında uygulanan araç ve yöntem vurgulanmaktadır⁴⁶. Yani elektronik sözleşmeler, satış, kira, eser, vekalet gibi tipik ya da atipik bir sözleşme tipi olmayıp, tipik ya da atipik sözleşmelerin kuruluş yöntemidir⁴⁷.

⁴¹ (Çevrimiçi)

<https://ticaret.gov.tr/data/5b87dcea13b8761160fa1832/5ba2e8d35824ddbabb72d6e6c477d8c80.pdf>, E.T.

⁴² SAĞLAM, s. 71.

⁴³ UYUMAZ, Alper, “Elektronik Sözleşmelerin Web Siteleri Aracılığıyla Kurulması ve Bu Sözleşmelerin İfası”, **Dokuz Eylül Hukuk Fakültesi Dergisi**, Y. 2007, C. 9, S.0, s. 908.

⁴⁴ DEMİR, s. 166; İnternet üzerinden sözleşmelerin kurulması konusunda Bkz. İNAL, s. 120 – 133.

⁴⁵ GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 51.

⁴⁶ YILDIRIM, s. 105.

⁴⁷ UZUN KAZMACI, s. 2793; UYUMAZ, s. 908.

Elektronik sözleşmelerin de TBK 1. Madde uyarınca karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanıyla kurulduğunu⁴⁸ ancak internet araçları kullanılarak yapılan tüm sözleşmelerin elektronik sözleşme olmadığını belirtmek gerekir⁴⁹.

Avrupa Birliği Elektronik Ticaret Direktifinde, Elektronik Ticaret Kanunu'nda ve Elektronik Ticaret Yönetmeliği'nde, elektronik sözleşmelerin kurulması ile ilgili olarak genel kurallardan ayrılan bir düzenleme söz konusu değildir⁵⁰. Bu nedenle elektronik sözleşmelerin kurulması ile ilgili olarak sözleşme tipik bir sözleşme ise Borçlar Kanunundaki ya da bu sözleşme tipini düzenleyen kanundaki özel hükümler, atipik bir sözleşme ise Borçlar Kanunu'nun özel ya da genel hükümleri ile Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun uygulama alanı bulacaktır⁵¹.

Elektronik sözleşmelerin mal satımına yönelik sözleşmeler, dijital ürün satımına yönelik sözleşmeler, hizmet sunumuna ilişkin sözleşmeler, bilgi teminine yönelik sözleşmeler şeklinde türlerinin olduğu belirtilmektedir⁵².

Elektronik sözleşmeler, doktrinde genellikle kabul edildiğine göre⁵³ hazır olmayanlar arasında yapılan bir sözleşmedir⁵⁴. Dolayısıyla sözleşmenin kurulmasında öneri ve kabule dair, hazır olmayanlar arasındaki sözleşmelere ilişkin kurallar uygulama alanı bulmalıdır⁵⁵.

Genellikle satıcı tarafından önceden hazırlanmış olan bir sözleşmenin, alıcı tarafından müzakere imkânı olmadan onaylanması suretiyle kurulmakta olan sözleşmelere “katılmalı sözleşmeler” denilmektedir. Katılmalı sözleşmeler, özellikle her gün çok sayıda satış yapan firmalar açısından olmazsa olmaz niteliktedir. Zira, her bir satış için sözleşmenin tüm maddelerinin ayrı ayrı müzakere edilip incelenmesi böyle fazla sayıda satış yapan firmalar açısından neredeyse imkansızdır.

Elektronik sözleşmelerde de, tarafların sözleşmeyi müzakere edebilme şansı

⁴⁸ Elektronik sözleşmelerin kurulması, elektronik ticaretin farklı şekillerine göre öneri ve kabulün bulunuş şekilleri, sözleşmenin kurulma anı ile ilgili Bkz. GEZDER, **İnternet'te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 83-132; GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 106-107.

⁴⁹ SAĞLAM, s. 72.

⁵⁰ İNAL, s. 60.

⁵¹ UZUN KAZMACI, s. 2799; UYUMAZ, s. 909.

⁵² UYUMAZ, s. 909.

⁵³ Bu konudaki görüşler ve savunan yazarlar için Bkz. SAĞLAM, s. 75, dipnot 147 – 148.

⁵⁴ İnternette akdedilen tüketici sözleşmeleri ise; “İnternet araçlarından biri vasıtasıyla akdedilen ve taraflardan birini tüketicinin diğerini ise satıcının/sağlayıcının oluşturduğu, internet araçlarıyla akdedilmenin bünyesine uygun düştüğü ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve Mesafeli Sözleşmeler Hakkında Yönetmeliğin uygulama alanına giren herhangi bir mesafeli yolla akdedilen sözleşmedir” şeklinde tanımlanmaktadır. GEZDER, **İnternet'te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 76.

⁵⁵ TBK m.11 “*Hazır olmayanlar arasında kurulan sözleşmeler, kabulün gönderildiği andan başlayarak hüküm doğurur. /Açık bir kabulün gerekli olmadığı durumlarda, sözleşme önerinin ulaşma anından başlayarak hüküm doğurur.*”; web siteleri üzerinden yapılan sözleşmelerde icap ve kabulün özellikleri için Bkz. UYUMAZ, s. 917-920.

UZUN KAZMACI, s. 2796-2297.

yoktur. Satıcı, tüm satış şartlarını önceden kendisi düzenleyerek web sitesinden yayınlamakta, alıcı ise dijital ortamda sözleşmeyi onaylayarak sözleşmenin kurulmasını sağlamaktadır. Bu nedenle elektronik sözleşmeler de katılmalı (iltihakî) sözleşmelerdendir⁵⁶.

6502 Sayılı Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 48. Maddesine göre; “*Mesafeli sözleşme*⁵⁷, *satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanılması suretiyle kurulan sözleşmelerdir*”⁵⁸.

Doktrinde genel olarak kabul edildiğine göre; Elektronik sözleşmeler de satıcılar tarafından oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde uzaktan iletişim araçlarının kullanılması suretiyle yani web site üzerinden kurulmakta olduğundan, elektronik sözleşmeler de mesafeli sözleşmelerdir⁵⁹. Ancak; her iki kavram arasındaki benzerliğe rağmen; i) mesafeli sözleşmelerin tüketici sözleşmelerinden olmasına rağmen elektronik sözleşmelerin bu özelliğinin olmaması, ii) Mesafeli sözleşmelerde tarafların, sözleşme aşamalarında ve sözleşmenin kurulması ânında hiçbir zaman fiziken karşı karşıya gelmemesi unsuru bulunmasına rağmen bu unsurun elektronik sözleşmelerde aranmaması, karşısında elektronik sözleşmelerin mesafeli sözleşmelerden sayılamayacağı da ileri sürülmektedir⁶⁰.

⁵⁶ SAĞLAM, s. 79; UYUMAZ, s. 915.

⁵⁷ Mesafeli sözleşme kavramının unsurları için Bkz. GEZDER, **İnternet'te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 51-60; YILDIRIM, s. 60-70;

Mesafeli sözleşme kavramı ile benzer kavramlar arasındaki farklar için Bkz. YILDIRIM, s. 96-111; İNAL, s. 169-172; EREN, **Borçlar Özel**, s. 236.

⁵⁸ Aynı tanım 27.11.2014 tarihli Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği'nin 4. Maddesinde de yer almaktadır. GEZDER de aynı tanıma benimsemektedir. GEZDER, **İnternet'te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 49.

Avrupa Konseyinin 97/7 sayılı Mesafeli Sözleşmeler Yönergesi, mesafeli sözleşmeyi şu şekilde tanımlamaktadır; “*Tüketici ile satıcı/sağlayıcı arasında yapılan ve satıcı/sağlayıcının mesafeli sürüme özgü olarak organize ettiği bir satış veya hizmet ağı çerçevesinde bir mal veya hizmet edimi ile ilgili olarak, sözleşmenin kurulması anına kadarki süreç de dahil olmak üzere münhasıran bir veya birden çok uzaktan iletişim aracı yardımıyla kurulan sözleşmelerdir*” (m. 2). Aynı tanım YILDIRIM tarafından da benimsenmektedir. YILDIRIM, s. 60.

⁵⁹ Elektronik sözleşmelerin mesafeli sözleşmeler olduğuna ve mesafeli sözleşmeler olarak gösterdiği hukukî niteliklere dair Bkz. GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 24-40; GEZDER, **İnternet'te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 39 ve 50.

Elektronik sözleşmelerin diğer hukukî nitelikleri için Bkz. SAĞLAM, s. 73-89; İnternetin ve elektronik ticaretin hukukî boyutu için Bkz. İNAL, s. 23-26.

⁶⁰ YILDIRIM, s. 106-107.

UZUN KAZMACI, bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olabilmesi için sadece sözleşmenin kuruluş anında değil, kuruluş anına kadar olan hazırlık aşamasında da uzaktan erişim araçlarının kullanılması gerektiği, bir sözleşmenin mesafeli sözleşme olması için kanunda aranan tüm bu özelliklerin bir arada olması gerektiği, birinin eksik olması halinde artık mesafeli sözleşme olmayacağı, örneğin, mağazadan beğenilen bir telefonun internet üzerinden sipariş edilmesinde bu özelliğın olmadığı ve bunun mesafeli sözleşme sayılamayacağı, aksi yönde bir görüşün kapsamı çok genişleterek tüketici aleyhine bir sonuç doğuracağı görüşündedir. UZUN KAZMACI, s. 2795.

II. B2C SANAL PAZAR YERİ SİTESİNİN HUKUKİ DURUMU

A. Sanal Pazar Yerinin Tanımı

“Sanal pazar yeri” tabiri Elektronik Ticaret Yönetmeliğinde “Elektronik Ticaret Pazar Yeri” olarak adlandırılmıştır. Yönetmeliğin 6/1. maddesine göre; “Alıcı ve hizmet sağlayıcı arasında alım satım işleminin yapıldığı elektronik ticaret pazar yerlerini işleten aracı hizmet sağlayıcılar, kendileriyle ilgili olarak 5 inci maddenin birinci ve ikinci fıkralarındaki⁶¹ yükümlülükleri aynı usulle yerine getirir.”

Sanal pazar yerini işleten kişiler ise Elektronik Ticaret Kanununda “Aracı hizmet sağlayıcı” olarak adlandırılmış ve “Başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişileri, ... ifade eder” şeklinde tanımlanmıştır.

Doktrinde yapılan bir tanıma göre ise; “Elektronik pazar yerleri çeşitli işletmelerin mal ve hizmetlerini tanıtımalarına ve bunları satmalarına veya ihtiyaç duydukları ürünleri satın almalarına imkan veren, ilgili tarafların bağlanabileceği bir web sitesi şeklinde oluşturulan sanal ticaret merkezleridir”⁶².

Tanımdan da anlaşılacağı üzere, sanal pazar yerinde iktisadî ve ticarî faaliyetlerin yapılmasına, yani ürünlerin tanıtılmasına, pazarlanmasına ve satışına olanak tanınmaktadır. Ancak tanımda her ne kadar “başkalarına ait” iktisadî ve ticarî faaliyetlerden bahsedilmekte ise de sanal pazar yeri sahibinin kendi ürünleri ile ilgili faaliyetlerde bulunmasında, kendi ürünlerini tanıtıp pazarlamasında da bir engel yoktur. Diğer taraftan özel yetkili işletmelerin⁶³ de sanal pazar yerindeki faaliyetleri sürdürmesi mümkündür.

Ancak, Kanunun açık ifadeleri karşısında, bu görüşe katılabilmek mümkün değildir.

⁶¹ Elektronik Ticaret Yönetmeliği m.5. – “(1) Hizmet sağlayıcı, elektronik ticaret faaliyetine başlamadan önce kendine ait elektronik ticaret ortamında aşağıdaki bilgileri eksiksiz olarak bulundurur:

a) Tebligata elverişli KEP adresi, elektronik posta adresi ve telefon numarası ile varsa işletme adı veya tescilli marka adı.

b) Mensubu olduğu meslek odası ve varsa üyesi olduğu sektörel kuruluşlar ile meslekle ilgili davranış kuralları ve bunlara elektronik olarak ne şekilde ulaşılabileceğine ilişkin bilgiler.

c) Tacir ise ayrıca ticaret unvanı, MERSİS numarası ve merkez adresi.

ç) Esnaf ise ayrıca adı ve soyadı, vergi kimlik numarası ve merkez adresi.

(2) Tacir veya esnaf olmayan hizmet sağlayıcı, kendine ait elektronik ticaret ortamında adı ve soyadını veya unvanını, merkez adresini, tebligata elverişli KEP adresini, elektronik posta adresini ve telefon numarasını eksiksiz olarak bulundurur.”

⁶² Elektronik ticaretin taraflarına göre sanal pazar yeri sınıflandırması için Bkz. DEMİREL, Aysel, “Elektronik Pazar Yeri Uygulamalarında Taraflar Arası Hukukî İlişkiler ve Özellikle Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi”, (Danışman: Abdurrahman SAVAŞ), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2020, <https://tez.yok.gov.tr/>, Tez No: 620187, s. 18.

⁶³ Ticari İletişim Ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik, Resmî Gazete Tarih: 15.07.2015, Sayı: 29417, m.4/1 - I) “Özel yetkili işletme: Sözleşmeye dayalı olarak bir işletmenin, yönetim ve organizasyon ile dağıtım veya pazarlama teknolojileri gibi konularda bilgi ve desteğini almak suretiyle bu işletmenin mal veya hizmetinin satışı üzerindeki imtiyaz hakkını bedel, bölge ve

Böylece sanal pazar yerlerini şu şekilde tanımlamak mümkündür; **Sanal pazar yerleri, firmaların mal ve hizmetlerini tanıtmalarına, bunları satmalarına ve firmaların ya da tüketicilerin bu ürünleri inceleyerek ihtiyaç duydukları ürünleri satın almalarına imkân veren web site ve elektronik ortamlardır.**

B. Sanal Pazar Yerinin Tarafları Açısından İş Modelinin Tanımlanması

Bir ticarî faaliyetin tarafları açısından dört farklı iş modeline ayrılması mümkündür⁶⁴;

B2C yani “Business to Consumer – Firmadan Tüketicie” iş modelinde, ürünler gerek doğrudan üretici firma gerekse satış konusu ürünü üreticiden edinen başka firmalar tarafından satışa çıkarılmakta ve doğrudan son kullanıcıya satış yapılmakta, ticarî ilişki firma ile tüketiciler arasında gerçekleşmektedir⁶⁵. Örneğin; bir giyim mağazasında ürünlerin tüketicie arz edilmesi bu gruptaki iş modelidir.

B2B yani “Business to Business - Firmadan Firmaya” iş modelinde, ürünler genellikle üretici firmadan ya da ürünleri üreticiden edinmiş olan bir aracı firmadan, ürünleri kendi ihtiyaçları için kullanacak ya da son kullanıcıya satışa çıkaracak olan başka bir firmaya satılmakta, ticarî ilişki iki farklı firma arasında gerçekleşmektedir⁶⁶. Örneğin; zeytinyağı üretim fabrikası kurmak isteyen bir firmaya, başka bir firma tarafından zeytin sıkma makinası satılması bu iş modeline girmektedir. Elektronik ticarete B2B modeli, genellikle birbiriyle sürekli iş yapan firmalar arasında kurulan kapalı sistemler aracılığıyla yürümektedir⁶⁷.

C2C yani “Consumer to Consumer – Tüketiciden Tüketicie” iş modelinde, tüketiciler arasında gerçekleşmiş olan bir ticarî ilişki söz konusudur. Örneğin; ticari işletme işletmeyen bir kişinin kendisine ait olan bir cep telefonunu başka bir kişiye satması durumunda C2C iş modeli söz konusudur.

B2G “Business to Government – Firmadan Devlete” şeklindeki iş modelinde ise, firmadan devlete yapılan bir satış söz konusudur. Devlet ismi verilen sanal yapı, bir ticarî işletme işletmemekte ve tacir sıfatını taşımamaktadır. Bunun yanında tüketici niteliği de yoktur. Ancak ciddi bir tüketime ihtiyaç duymaktadır. Devletin tüketimine ihtiyaç duyduğu bu ürünleri piyasadaki firmalardan tedarik etmesi ise “Business to Government” iş modeline girmektedir.

süre gibi belirli şartlar ve sınırlamalar dâhilinde kullanan bağımsız ticari işletmeyi ... ifade eder.”

⁶⁴ DEMİREL, s. 46 – 49.

⁶⁵ Mesafeli sözleşmelerin uluslararası kabul gören şekli B2C yani bir tarafını tüketicinin oluşturduğu sözleşmelerdir. Uzaktan iletişim araçları kullanılmak suretiyle yapılmış olsalar dahi; her iki tarafını da tacirlerin oluşturduğu sözleşmeler uluslararası anlamda mesafeli sözleşmelerden sayılmaz. GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 27.

⁶⁶ GEZDER, **İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, s. 77; GEZDER, **Mesafeli Sözleşmeler**, s. 28.

⁶⁷ ÖZDEMİR KOCASAKAL, s. 28.

Bu dört gruptan en sık karşılaşılması olan B2C yani “Business to Consumer” kavramı “Firmadan Tüketiciye” yapılan ticaret yani firmaların doğrudan tüketicilerle kurduğu ticareti açıklamaktadır⁶⁸.

Sanal pazar yerlerinde, gerek üretici firmanın kendi ürettiği ya da kendi markası ile başka firmaya ürettirdiği ürünler, gerekse başka firmalara ait ve başka marka taşıyan ürünler, genellikle son kullanıcıya yönelik olarak satışa çıkarılmaktadır. Yani firmalardan tüketiciye yönelik olarak yapılan satışlar söz konusudur. Bu nedenle sanal pazar yerlerinde yapılan satışlar genellikle (sadece firmalara yönelik satış yapan sanal pazar yerleri dışında) B2C yani “Firmadan Tüketiciye” iş modeli sınıfına dahil kabul edilmelidir. Biz de sanal pazar yerinin yaygın uygulaması nedeniyle, bu çalışma kapsamında sanal pazar yerini B2C iş modeli kapsamında inceleyeceğiz.

ÖZDEMİR KOCASAKAL, Sanal pazar yerlerini tacirler arası (B2B) iş modeli altında incelemekte ve yaptığı tanıtımda bunların işletmeler arasındaki ticarî faaliyetler için kullanıldığını belirtmektedir⁶⁹. Oysa ki; sanal pazar yerlerinde satışa çıkarılmış olan ürünlerin doğrudan tüketici tarafından değil de başka bir işletme tarafından satın alınması yahut doğrudan firmalara yönelik satış yapılması da söz konusu olmakla birlikte, sanal pazar yerleri sadece işletmeler arası değil, tam tersine en çok işletmeler (firmalar) ile tüketiciler arasında yapılan ticarî işlemlerde kullanılmaktadır. Bu nedenle, sanal pazar yerinin sadece işletmeler arasındaki işlemlerde kullanıldığına dair yapılan açıklamalara bu anlamda katılmıyoruz.

Diğer taraftan sanal pazar yerlerine üye olan şirketlerle sanal pazar yerini işleten web site sahibi şirket arasındaki sözleşmeler B2C iş modeline değil, B2B iş modeline girmektedir.

C. Sanal Pazar Yerinin Satış İşlemindeki Fiilî Durumu

Firmaların internet üzerinden kendi ürünlerini sattıkları klasik elektronik ticarete, firma doğrudan satıcı durumunda, ürünü sipariş veren tüketici ise doğrudan doğruya alıcı durumundadır⁷⁰. Bu anlamda, Borçlar Kanunu’nda düzenlenmiş olan klasik taşınır satış sözleşmesinden kaynaklanan satıcı ve alıcının karşılıklı borçları, borçların ifası, eksik ya da hiç ifa edilmemesinden kaynaklı sorumluluklar elektronik ticaretin doğası ve mevzuattan kaynaklı farklılıklarla beraber bu şekilde yapılan satışlarda da varlığını sürdürmektedir.

Sanal pazar yeri şeklinde çalışan web sitelerinde ise durum biraz daha değişiktir. Bu tarz web sitelerinde sanal pazar yeri sahibi firma ile, bu sitede pazarlanacak olan ürünlerin sahibi olan firma birbirinden farklıdır. Sistemin işleyişinde, sanal

⁶⁸ GEZDER, Mesafeli Sözleşmeler, s. 28.

⁶⁹ ÖZDEMİR KOCASAKAL, s. 31.

⁷⁰ Bu tarz doğrudan ürün satışı yapan firmalar Elektronik Ticaret Kanununda “Hizmet sağlayıcı” olarak adlandırılmış ve “Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişileri, ... ifade eder” şeklinde tanımlanmıştır.

pazar yeri sahibi firma, satılacak olan ürünleri genellikle kendi stoklarında bulundurmamakta ancak satılacak ürünlerin sahibi olan firma ile yaptığı anlaşma uyarınca kendi web sitesi üzerinden bu ürünlerin pazarlamasını yapmakta, ürün sahibi firma tarafından belirlenen satış bedelini tüketiciden doğrudan kendisi almakta ve satış faturasını da kendisi keşide etmektedir. Bu tarz sitelerde çoğu zaman bu web sitesi üzerinden ürün satın alma esnasında “*bu ürün size ... adına (sanal pazar yerinin sahibi olan firma adına) ... tarafından (ürünün sahibi olan firma tarafından) gönderilecektir*” şeklinde açıklama yapılmaktadır. Ancak, ürün satın alan tüketicinin muhatabı sanal pazar yeri sitesi olmakta, ürün sahibi firma ile ürün satan alan taraf arasında doğrudan bir ilişki oluşmamaktadır. Yani, sanal pazar yerinin sahibi olan firma, ürünün sahibi olan firma ile tüketici arasında bir ara mekanizma oluşturmaktadır. Bu ara mekanizmanın gereği olarak ürünün tüketiciciye teslimi sonrasında, bu teslimin tüketiciciye gönderilen link üzerinden onaylanması yahut onay veya itiraz için belirlenen sürenin geçmesi sonrasında, satış bedeli içerisinde kendi komisyonunu keserek satış bedelini ürünlerin sahibi olan firmanın cari hesabına işlemektedir. Bu sistemde tüketiciler sanal pazar yeri ile ürünlerin sahibi olan firma arasındaki ikili ilişkinin bir tarafı değildir.

D. Sanal Pazar Yerinin Hukukî Durumunun Benzer Hukukî İlişkilerle Karşılaştırılması

1. Vekalet, Simsarlık, Komisyonculuk ile Karşılaştırılması

Vekâlet sözleşmesi, vekilin vekâlet verenin bir işini görmeyi veya işlemini yapmayı üstlendiği sözleşmedir (TBK. m.502/1)⁷¹. Vekil, vekâlet verenin açık talimatına uymakla yükümlüdür. (TBK. m.505). Vekilin, kendi adına ve vekâlet veren hesabına gördüğü işlerden doğan üçüncü kişilerdeki alacağı, vekâlet verenin vekile karşı bütün borçlarını ifa ettiği anda, kendiliğinden vekâlet verene geçer (TBK. m. 509/1). Vekalet sözleşmesi iş görme sözleşmeleri için çatı sözleşme⁷² Vekâlete ilişkin hükümler, niteliklerine uygun düştükleri ölçüde, bu Kanunda düzenlenmemiş olan işgörme sözleşmelerine de uygulanır (TBK. m. 502/2).

Vekalet sözleşmesinde vekil, kendisine verilen işin ya da işlemin vekalet verenin irade ve yararına uygun olarak görülmesini, yapılmasını üstlenir⁷³. İşin, vekalet verenin yararına görülmesi, vekalet sözleşmesinin zorunlu unsurlarındandır⁷⁴.

⁷¹ TANDOĞAN, kanunda yapılan tanımın vekalet sözleşmesini diğer sözleşmelerden ayırt etmeye yetecek derecede olmadığını belirterek vekalet sözleşmesini şu şekilde tanımlamaktadır; “*Vekalet öyle bir akittir ki; vekile müvekkilin menfaatine ve iradesine uygun bir sonuca yönelen bir iş görmeyi bir zaman kaydına tabi olmaksızın ve nispeten bağımsız olarak yapma borcunu sonucun elde edilmeme rizikosu ona ait olmamak üzere borçlanır*”. TANDOĞAN, Haluk, **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, C. II**, 5. Basım, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2010, s. 356.

⁷² Buna vekalet sözleşmesinin talilik unsuru da denilmektedir. EREN, **Borçlar Özel**, s. 714; ARAL Fahrettin / AYRANCI, Hasan, **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri**, 11. Bası, Yetkin Yayınları, Ankara 2015, s. 439.

⁷³ ARAL / AYRANCI, s. 437; EREN, **Borçlar Özel**, s. 705; YAVUZ / ACAR / ÖZEN, s. 1155.

⁷⁴ ARAL / AYRANCI, s. 435-438; EREN, **Borçlar Özel**, s. 711; Vekalet verenin yanında, görülen işte vekilin de menfaatinin bulunması vekalet sözleşmesinin oluşmasını engellemez. YAVUZ /

Oysa sanal pazarın sahibi tamamen kendi nam ve hesabına hareket etmekte, sadece kendi yararını düşünmektedir. Ürün sahibinin herhangi bir menfaati, sanal pazar yerinin doğrudan amacı değildir. Ürün sahibinin belirlediği fiyat dışında, sanal pazar yerinin ürün sahibinin herhangi bir emir ve talimatına uyma zorunluluğu yoktur. Diğer bir deyişle, sanal pazar yeri, ürün sahibine bağlı ve bağımlı değildir.

Simsarlık sözleşmesi, simsarin taraflar arasında bir sözleşme kurulması imkânının hazırlanmasını veya kurulmasına aracılık etmeyi üstlendiği ve bu sözleşmenin kurulması hâlinde ücrete hak kazandığı sözleşmedir (TBK. m. 520/1). Simsarlık ilişkisinin tarafları simsar ile iş sahibidir ve simsar iş sahibi için belli bir konuda vekillik görevini ifa eder⁷⁵. Simsarlık sözleşmesinde simsar, taraflar arasında bir sözleşmesinin kurulmasına aracılık eder⁷⁶. Oysa sanal pazarda, sanal pazar sahibi firma ürünleri bizzat kendisi satmaktadır. Ürünlerin ilk sahibi olan firma ile alıcı arasında bir aracılık durumu söz konusu değildir.

Alım veya satım komisyonculuğu, komisyoncunun ücret karşılığında, kendi adına ve vekâlet verenin hesabına kıymetli evrak ve taşınırın alım veya satımını üstlendiği sözleşmedir (TBK. m. 532). Komisyoncu kendi adına fakat vekalet veren hesabına⁷⁷ hareket eder⁷⁸. Sanal pazar sahibi firma ise hem kendi adına hem de kendi hesabına hareket eder.

2. Escrow ile Karşılaştırılması

Escrow sözleşmesi; saklanması hukuken ve fiziken mümkün olan bir şeyin belirli koşulların yerine getirilmesi halinde devralacak kişiye devredilmesi, koşulların yerine getirilememesi halinde ise devredecek kişiye iade edilmesi kararlaştırılarak tarafsız bir üçüncü kişiye bırakıldığı; tarafsız üçüncü kişinin ise escrow sözleşmesi uyarınca kendisine teslim edilen şeyi saklamayı ve tarafların belirlediği koşullar uyarınca sakladığı şeyi ilgili kişiye teslim etmeyi borçlandığı, üç tarafa borç yükleyen bir sözleşmedir⁷⁹.

Devredilecek olan malın, belirli şarta bağlanarak tarafsız ve bağımsız üçüncü bir kişiye teslimine Amerikan Hukukunda “şartlı teslim” (conditional delivery) denilmektedir. Şartlı teslim yine Amerikan Hukukunda “escrow”⁸⁰ mekanizması olarak daha da somutlaşmış ve uygulamada oldukça yaygınlaşmış durumdadır.

ACAR / ÖZEN, s. 1162.

⁷⁵ YAVUZ / ACAR / ÖZEN, s. 1309.

⁷⁶ EREN, Borçlar Özel, s. 1021.

⁷⁷ “Alım ve satım komisyoncusunun komisyonculuk faaliyetinin konusu, kendi adına ve vekalet veren hesabına taşınır eşya ve kıymetli evrak alım ve satımını konu edinen muamelelerdir.” YAVUZ / ACAR / ÖZEN, s. 1285.

⁷⁸ EREN, Borçlar Özel, s. 1022; YAVUZ / ACAR / ÖZEN, s. 1285.

⁷⁹ EKİCİ, Şerafettin, **Escrow Sözleşmesi**, Oniki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2019, s. 21.

⁸⁰ Escrow mekanizmasının işleyişi ve unsurları için Bkz. CORBİN, Arthur L., “Conditional Delivery Of Written Contracts”, **Yale Law Journal**, Feb. 1927, Vol. 36, No. 4, s. 443-463; REYBURN, Stanley S., **Escrows Principles and Procedures**, Third Edition, Published by Anthony Schools, California/USA, 1998; EKİCİ, **Escrow Sözleşmesi**, s. 33-68.

Escrow mekanizmasında, devreden taraf, devralan taraf ve escrow tutan olmak üzere üç taraflı bir yapı bulunmaktadır. Temel hukuki ilişkinin en az bir edimi, temel hukuki ilişki taraflarının dışında bağımsız bir üçüncü kişiye, edimin devrinin bağlandığı şart gerçekleşinceye kadar teslim edilmekte, bağımsız üçüncü kişi ise şart gerçekleştiğinde edimi karşı tarafa teslim etmekte aksi halde yani şart gerçekleşmezse edimi kendisine teslim eden tarafa iade etmektedir. İnternet üzerinden yapılan satışlarda, paranın tutulduğu sanal pazar yeri tarzı sitelere ise “İnternet Escrow Şirketi”⁸¹ denilmektedir.

Escrow sözleşmesinde escrow tutan, alıcı ve satıcının dışında olup, onlar arasında adeta bir hakem görevi görmekte, yine taraflarca belirlenen koşul yerine getirildiğinde edimi devretmekte aksi halde iade etmektedir.

Sanal pazarda ise, sanal pazar yeri sahibi bizzat kendisi satıcı durumundadır. Alıcı, satış sözleşmesini bizzat sanal pazar yeri ile yapmakta, faturayı sanal pazar yeri keşide etmekte ve satış bedelini de sanal pazar yeri almaktadır. Yani sanal pazar yeri alıcı ile satıcı arasında bir hakem ya da ara mekanizma değil, bizzat satış sözleşmesinin satıcı tarafıdır.

3. Satış İçin Bırakma Sözleşmesi İle Karşılaştırılması

Satış için bırakma sözleşmesi uygulamada yaygın olarak yer almasına rağmen, TBK’da düzenlenmiş ve tanımı yapılmış değildir. Bu nedenle hukukî nitelik olarak kendine özgü bir isimsiz sözleşmedir⁸².

Öğretide yapılan ve genel kabul gören tanıma göre; “*Satış için bırakanın, mülkiyeti kendisine ait olan bir malı, tespit ettiği bedele, üçüncü bir kişiye kendi ad ve hesabına satması amacıyla satış için alana bırakmayı, satış için alanın da bırakılan malı belli bir süre içinde ya satın parasını ödemeyi ya da aynen iade etmeyi üstlendiği sözleşmeye, satış için bırakma sözleşmesi denir.*”⁸³ Satış için bırakma sözleşmesine uygulamada “Konsinye satış sözleşmesi” de denilmektedir⁸⁴.

⁸¹ Kaliforniya Finansal Kanunu m. 17003/2; “*İnternet escrow şirketleri söz konusu ise, escrow*” aynı zamanda bir kişinin taşınır bir malı satış veya nakil veya başka birine hizmet amacıyla parayı veya internetin denk gördüğü başka bir değeri üçüncü bir kişiye belirli bir olayın gerçekleşmesine veya kararlaştırılmış bir koşulun yerine getirilmesine kadar tutması için verdiği ve daha sonra üçüncü kişice devralana/devredene/vaat edene/vaat edilene/borçluya/alacaklıya/ kefile/ kefil olunana veya bunların herhangi birinin herhangi bir temsilcisine veya çalışanına teslim edildiği hukuki işlemleri de içerir.”

⁸² EREN, **Borçlar Özel**, s. 1020; YAVUZ / ACAR / ÖZEN, s. 32.

⁸³ EREN, **Borçlar Özel**, s. 1018; diğer bir tanıma göre ise; “*Satış için bırakma sözleşmesi öyle bir sözleşmedir ki, bununla, taraflardan biri (bırakan, tevdi eden) kararlaştırılan bir bedel karşılığında, bir malı diğer tarafın kendi adına ve hesabına satması için ona teslim etmeği ve diğer taraf (satış için alan) da muayyen bedeli ödemeği veya malı geri vermeği taahhüt eder*” TANDOĞAN, s. 19; YAVUZ / ACAR / ÖZEN, s. 32.

⁸⁴ “... Uyuşmazlığın çözümü için öncelikle satış için bırakma “konsinye” satış sözleşmesi kavramı üzerinde kısaca durulmasında yarar görülmüştür. ... Satım için bırakma sözleşmesinde tarafların malın üçüncü bir kişiye satılması yönündeki ortak amaçları bu sözleşmeyi karakterize eden önemli

Satış için bırakma sözleşmesi rızaî bir sözleşme olup, sözleşmenin kurulması için tarafların karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanları yeterlidir. Bir şeyin satış için alana bırakılması gerekmez⁸⁵. Sanal Pazar yerinde de satış konusu ürünler genellikle üretici ya da malların sahibi olan firmada tutulmakta, sanal pazar yerinin stoklarında yer almamaktadır.

Satış için bırakma sözleşmesinde, satış için alan kimse, üçüncü kişi olan alıcıyla bizzat kendi adına ve hesabına sözleşme yapmaktadır. Bu aynı zamanda satış için bırakma ile simsarlık sözleşmesinin de temel farkıdır⁸⁶. Sanal pazar yerinde de, sanal pazar yeri sahibi olan firma, yukarıda açıklandığı üzere satışı kendi adına ve hesabına yapar. Satış bedelini kendisi alır ve satış bedelini kendisi fatura eder.

Satış için bırakma sözleşmesinde, satış için bırakan bırakılan şeyin zilyetliğini ve mülkiyeti satış için alana devretme borcu altındadır⁸⁷. Ancak bilindiği üzere, zilyetliğin devri sadece fiziken teslim şeklinde olmamaktadır. Teslimsiz devir ya da hükmen teslim denilen durumda; bir üçüncü kişi veya zilyetliği devreden, özel bir hukukî ilişkiye dayanarak zilyet olmakta devam ederse zilyetlik, teslim gerçekleşmeksizin kazanılmış olur (TMK. 979/1)⁸⁸. Dolayısıyla satış için bırakma sözleşmesine konu olan şey, satış için bırakanın elinde bulunsa dahi, hükmen teslim kurumu uyarınca zilyetliğin devri borcu yerine getirilmiş sayılır.

Sanal pazarda da yukarıda değinildiği üzere genellikle satış konusu ürünler sanal pazarın stoklarında değil, ürün sahibinin stoklarında tutulmaktadır. Ürün satıldığı zaman, alıcıya doğrudan ürün ilk sahibinin stoklarından gönderilmektedir. Dolaylı zilyet durumunda olan sanal pazarın, bu zilyetliğini, ürünü satın alan kişiye devretmesi ve ürünün doğrudan zilyet durumunda olan ilk sahibi firma tarafından gönderilmesi “zilyetliğin havalesi”⁸⁹ olarak adlandırılmaktadır.

Bu karşılaştırmalar sonucunda sanal pazar yerinin işleyişinin satış için bırakma sözleşmesi ile aynı olduğu görülmektedir.

SONUÇ

bir noktadır. ...” Yarg. HGK. E.2012/720, K.2013/266, T.20.02.2013

“Davalı tarafından teslim alındığı ihtilafsız olan malların sevk irsaliyelerine göre konsinye olarak verildiği anlaşılmaktadır. Konsinye satış, malın mülkiyet devri yapılmaksızın, mal satış sorumluluğunu üstelenen bir kişiye (komisyoncuya) gönderilmesi ve ödemenin mal satışından sonra yapılmak şartıyla işleyen bir satış şekli olup BK 416-430 maddelerinde (TBK 532-546) düzenlenmiştir. Bu durumda davalının bu malları davacıya iade ettiğini ya da bedelini ödediğini kanıtlanması gerekir.” Yarg. 19. HD, E. 2016/6669, K. 2016/10634, T. 14.06.2016

⁸⁵ EREN, **Borçlar Özel**, s. 1020; Aynî sözleşme olduğuna dair görüşler ve savunan yazarlar için TANDOĞAN, s. 19, dn. 21-22; YAVUZ / ACAR / ÖZEN, s. 34.

⁸⁶ EREN, **Borçlar Özel**, s. 1021.

⁸⁷ Satış için bırakma sözleşmesinde tarafların borçları için Bkz. YAVUZ / ACAR / ÖZEN, s. 34-35; EREN, **Borçlar Özel**, s. 1022-1024.

⁸⁸ OĞUZMAN, M. Kemal / SELİÇİ, Özer / OKTAY-ÖZDEMİR, Saibe, **Eşya Hukuku**, 19. Bası, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2016, s. 71.

⁸⁹ Zilyetliğin havalesi kavramı, örnekleri ve tartışmalar için Bkz. OĞUZMAN / SELİÇİ / OKTAY-ÖZDEMİR, s. 73-77.

Belirtilen tüm bu hususlar göz önüne alındığında, sanal pazar yeri şeklinde işleyen B2C elektronik ticaretin, yasada düzenlenmemiş olsa da uygulamada sıkça rastlanan isimsiz sözleşmelerden olan satış için bırakma sözleşmesinin internet üzerinden uygulanması şeklindeki özel bir görünümü olduğu anlaşılmaktadır.

Sanal pazar yeri şeklinde işleyen elektronik ticarete, sanal pazar yeri sahibi firma, başka bir firmaya ait olan ve kendisine satmak için (fiilen yahut hükmen teslim yoluyla teslim edilmiş olan ürünleri) bırakılmış olan ürünleri kendi ad ve hesabına satmaktadır. Satışı tüketiciye doğrudan kendisi yapmakta, satış bedelini kendisi tahsil ettiği gibi faturayı da kendisi keşide etmektedir. Bu satışta, satış bedelinin belirlenmesi dışında hiçbir şekilde ürün sahibi firmanın emir ve talimatları altında değildir. Dolayısıyla alıcı ile kendisi arasındaki ilişkilerde doğrudan taşınır satışına ilişkin hükümler (TTK. M. 23, TBK. m. 209 vd) uygulama alanı bulur.

Sanal pazar yerinin sahibi olan firma ile ürün tedarik eden firma arasındaki ilişkide ise satış için bırakma sözleşmesine dair kurallar uygulama alanı bulacaktır.

KAYNAKÇA

ARAL, Fahrettin / AYRANCI, Hasan, **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri**, 11. Bası, Yetkin Yayınları, Ankara 2015.

CORBİN, Arthur L, “Conditional Delivery Of Written Contracts”, **Yale Law Journal**, Feb. 1927, Vol. 36, No. 4.

ÇETİNER, Bilgehan, **Taşınmaz Teminatı**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2015.

DEMİR, Mehmet, **Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2004.

DEMİREL, Aysel, “Elektronik Pazar Yeri Uygulamalarında Taraflar Arası Hukukî İlişkiler ve Özellikle Elektronik Pazaryeri Sözleşmesi”, (Danışman: Abdurrahman SAVAŞ), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2020, <https://tez.yok.gov.tr/>, Tez no: 620187.

EKİCİ, Şerafettin, **Escrow Sözleşmesi**, Oniki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2019.

EKİCİ, Şerafettin, **Özel Sektöre Açıldıktan Sonra Türk Telekomünikasyon Hukuku**, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2006.

EREN, Fikret, **Borçlar Hukuku Özel Hükümler**, 5. Baskı, Yetkin Yayınları, Ankara, 2017.

GEZDER, Ümit, **Mukayeseli Hukuk Açısından İnternet’te Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, Beta Yayınevi, İstanbul, 2004.

GEZDER, Ümit, **Erzurumlu Şerhi - Mesafeli Sözleşmeler**, Beta Yayınları, İstanbul, 2006.

GEZDER, Ümit, “Elektronik Ticaret Hukukî İşlemlerinin Ayrımı – Dijital İçerik ve Hukukî Niteliği”, **Marmara Üniversitesi Hukuk Araştırmaları Dergisi**, Y. 2016, C. 22, S. 3.

GÜÇDEMİR, Yeşim, “Dijital Ekonomi ve Elektronik Ticaret”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Y. 2002, C. 0, S. 15

İNAL, Emrehan, **E-Ticaret Hukukundaki Gelişmeler ve İnternette Sözleşmelerin Kurulması**, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2015.

OĞUZMAN, M. Kemal / SELİÇİ, Özer / OKTAY-ÖZDEMİR, Saibe, **Eşya Hukuku**, 19. Bası, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2016.

ÖZDEMİR KOCASAKAL, Hatice, **Elektronik Sözleşmelerden Doğan Uyuşmazlıkların Çözümünde Uygulanacak Hukukun ve Yetkili Mahkemenin Tespiti**, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2003.

REYBURN, Stanley S, **Escrows Principles and Procedures**, Third Edition, Published by Anthony Schools, California/USA 1998.

SAĞLAM, İpek, **Elektronik Sözleşmeler**, Legal Yayıncılık, İstanbul, 2007.

TANDOĞAN, Haluk, **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, C. I**, 6. Basım, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2008.

TANDOĞAN, Haluk, **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, C. II**, 5. Basım, Vedat Kitapçılık, İstanbul, 2010.

UYUMAZ, Alper, “Elektronik Sözleşmelerin Web Siteleri Aracılığıyla Kurulması ve Bu Sözleşmelerin İfası”, **Dokuz Eylül Hukuk Fakültesi Dergisi**, Y. 2007, C. 9, S. 0.

UZUN KAZMACI, Özge, “İnternet Üzerinden Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, **Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi**, Y. 2016, C. 22, S. 3.

YAVUZ, Cevdet / ACAR, Faruk / ÖZEN, Burak, **Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler**, 10. Bası, Beta Yayınevi, İstanbul, 2014.

YILDIRIM, Abdulkemim, **Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, Oniki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2009.

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-tubisad-turkiye-eticaret-pazar-buyuklugu.pdf>

<https://dergipark.org.tr>

<https://www.eticaretraporu.org/wp-content/uploads/2019/05/DD-TUSIAD-ETicaret-Raporu-2019-Yonetici-Ozeti.pdf>

<https://internet.btk.gov.tr/turkiye-de-internet-hukuku>

<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/koronavirus-sonrasi-tuketimde-hangi-trendler-bizleri-bekliyor/>

<http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/dd-tusiad-eticaret-raporu-2019.pdf>

http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad_e-ticaret_2019_pazar_buyuklugu_raporu.pdf

https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ae9901_e.htm