

# Yargıtay'ın "Çiçeksepeti Kararı" Işığında Elektronik Ticarete Aracı Hizmet Sağlayıcılarının Sorumluluğu Hakkında Değerlendirmeler

## Evaluations on the Liability of Intermediary Service Providers in Electronic Commerce in the Light of the Supreme Court's "Çiçeksepeti Decision"

Av. *Burcu SIRIŞ*, LL.M. <sup>(1)</sup>

### Öz:

Bir tüketicinin "www.ciceksepeti.com" alan adlı aracı hizmet sağlayıcısına ait elektronik platform üzerinden satın aldığı trüf paketinden sigara izmariti çıkması sebebiyle tüketici hakem heyetine başvurması ve nihayetinde heyetin tüketici lehine karar vermesi ile başlayan hukuki süreç, Yargıtay 3. Hukuk Dairesi'nin 15/11/2021 tarihli 2021/4000 E. ve 2021/11403 K. Sayılı Kanun Yararına Bozma Kararı ile söz konusu platformu ayıplı maldan sorumlu bulmamasıyla sonuçlanmıştır. Bu karar, söz konusu elektronik ticaret platformlarının kullanımının son yıllarda oldukça yaygınlaşması ile ortaya çıkan hukuki sorunların çözümünde emsal teşkil etmesi nedeniyle oldukça dikkat çekmiş ve hakkında değerlendirmelerin yapılmasını gerektirmiştir. Zira Yargıtay, 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'a ("E- Ticaret Kanunu") mehzaz teşkil eden Avrupa Birliği ("AB") 2000/31 sayılı Elektronik Ticaret Direktifi'nde yer alan düzenlemeleri dikkate almadan ve E- Ticaret Kanunu madde 9'da düzenlenmiş "güvenli muafiyet" rejiminin uygulama alanını belirlemeden salt lafzi yorumla sonuca gitmiştir. Karar, çeşitli eleştirilere maruz kalmış ve doktrin-deki farklı hukuki temellendirmeler neticesinde tartışmalı hale gelmiştir. Bu eleştiriler arasında, mevcut yasal düzenlemelerin uygulamada yetersiz kalması, elde edilen sonuçların yasama organının özgün vizyonuyla uyumsuz olduğu düşüncesi ve çevrimiçi pazar yerleri teknolojisinin günümüz gereksinimlerini yeterince yansıtmaması yer almaktadır.

### Anahtar Kelimeler:

E-Ticaret Platformları, Çevrimiçi Platformlar, Elektronik Ticaret, Aracı Hizmet Sağlayıcılar, Satıcı, Ayıplı Mal, Kusursuz Sorumluluk, 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun.

### Abstract:

The legal process, which started when a consumer applied to the arbitration committee after a cigarette butt was found in the truffle package he purchased through the electronic platform belonging to the intermediary service provider with the domain name "www.ciceksepeti.com", and ultimately the panel decided in favor of the consumer, was decided by the 3rd Civil Chamber of the Supreme Court of Appeals, 15 In its decision dated 11/2021, it found

(1) Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk Doktora Programı Öğrencisi, Ankara - Türkiye,  
E-posta: burcusiris@sirishukuk.com; Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-9416-5329>.  
Makale Geliş Tarihi: 06.11.2023 - Makale Kabul Tarihi: 07.12.2023.

the platform in question not responsible for the defective goods. This decision attracted a lot of attention and required evaluations because it set a precedent in solving legal problems that emerged with the widespread use of electronic commerce platforms in recent years. Because the Supreme Court ruled without taking into account the regulations in the European Union ("EU") Electronic Commerce Directive No.2000/31, which is the basis for the Law on the Regulation of Electronic Commerce No.6563, and the "safe exemption" regulated in Article 9 of the E-Commerce Law. He reached his conclusion with a purely literal interpretation without determining the application area of his regime. The decision is controversial for many different reasons, subject to various criticisms. These criticisms include the fact that current legal regulations are inadequate in practice, the results obtained are incompatible with the original vision of the legislature, and the fact that online marketplace technology does not adequately reflect today's needs.

### Keywords:

E-Commerce Platforms, Online Platforms, Electronic Commerce, Online Intermediaries, Seller, Defective Products, Strict Liability, Law No.6563 on Regulation of E-Commerce.

## Giriş

Elektronik ticaret, son yıllarda teknolojik ilerlemelerin ve özellikle pandemi-nin etkisiyle, hızla büyüyerek gelişen ve dönüşen bir sektör haline gelmiştir. İnter-netin yaygın kullanımı, mobil cihazların hemen hemen herkesin elinde bulunması, dijital ödeme yöntemlerinin yaygınlaşması gibi faktörler elektronik ticaretin popü-lerliğini artırmış ve tüketici alışkanlıklarını büyük ölçüde değiştirmiştir.

Elektronik ticaretin bu önemli rolü, geleneksel ticarete yer alan alıcı ve satıcı kavramlarına ek bir kavram olarak "*elektronik ticaret platformlarının*"<sup>1</sup> ek-lenmesine neden olmuştur. Tarafların fiziki olarak bir arada bulunmasına gerek kalmaksızın internet ortamında karşı karşıya gelerek ticari işlemler yapılabilmesi-ne olanak sağlayan elektronik ticaret platformlarının sayısı ve kullanımı zamanla oldukça artmış, bu durum da platformların ekonomik ve hukuki açıdan tartışma-lara yol açmasına neden olmuştur.

Geleneksel perakende ticaretin yanı sıra elektronik ticaret tüketicilere ürünleri ve hizmetleri çevrimiçi platformlar aracılığıyla satın alma kolaylığı sağ-lamaktadır. Elektronik ticaretin bu hızlı büyümesi hukuki düzenlemelerin ve normların bu alana ayak uydurmasını gerektirmiştir. Bu noktada Yargıtay'ın "Çi-çeksepeti" kararı ışığında platform olarak anılan elektronik ticarete aracı hizmet sağlayıcılarının ne tür hukuki sorumluluklar taşıdığına odaklanmak büyük önem taşımaktadır.

Bu amaçla makale içerisinde öncelikle birinci bölümde elektronik ticaret kavramı açıklanacaktır. Ardından ikinci bölümde elektronik ticarete aracı hiz-

<sup>1</sup> Çalışma içerisinde elektronik ticaret platformu, dijital platform, çevrimiçi platform ve çevrimiçi pa-zaryerleri olarak anılacak olan kavram aynı anlama gelip 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzen-lenmesi Hakkında Kanun kapsamında, başlıkta da yer aldığı şekliyle "elektronik ticarete aracı hizmet sağlayıcı" olarak geçmektedir.

met sağlayıcı kavramına değinilecek ve tüm bu açıklamaların ardından çalışmanın temel amacına uygun olarak üçüncü bölümde Yargıtay'ın "Çiçeksepeti" kararı incelenerek bunun ışığında elektronik ticaret platformlarının sorumlulukları ve tüketiciye etkisi incelenip çalışma sonuca ulaştırılacaktır.

## I. Elektronik Ticaret Kavramı

Çalışmamızın konusunda çevrimiçi pazar yerlerini sunan aracı hizmet sağlayıcıların hukuki durumu ve alıcılara karşı sorumluluğu ele alınacak olup öncesinde söz konusu platformların gündeme gelmesine olanak sağlayan elektronik ticaret kavramının açıklanmasında fayda görülmektedir.

Teknolojide yaşanan değişim ve gelişimler sonucu dünya adeta küresel bir köye dönüşmektedir. Ekonomik gelişme sürecinde "bilgi toplumu", "elektronik ticaret" gibi kavramlar önem kazanmaktadır.<sup>2</sup> Ülkeler dijital âlemde yaşanan bu gelişmeler sonucu küresel aktörler haline gelebilmek adına "bilgi toplumu" olma yolunda önemli adımlar atmaktadırlar. Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü (OECD)'nin Sacher Raporunda insanoğlunun, tarihin en büyük teknolojik devriminin zirvesinde olduğu ve hatta bazılarının bu elektronik iletişim çağını matbaanın icadı veya endüstri devrimiyle kıyasladığı yazılmıştır.<sup>3</sup>

İnternet, kısa bir tarihe sahip olmasına rağmen, gelişimi sonucunda gerek sosyal yaşamda gerekse ticari hayatta önemli bir rol üstlenmiş ve birçok değişime öncülük etmiştir. İnternetin ilk ortaya çıkışından itibaren hızla büyüyerek, bilgiye erişim, iletişim ve ticaretin dijitalleşmesini sağlamıştır. Bu sayede, insanların dünya çapında bağlantı kurmasının, bilgiye anında ulaşmasının ve elektronik ticaretin temeli atılmıştır. Bu nedenle, 20. yüzyılın sonlarından günümüze kadar teknolojik gelişmelerin hızla arttığı bu dönemde internet, ticari yaşamı da kapsayacak şekilde hayatın her alanında etkisini genişletmiştir. İnternet üzerinden ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte, kısaca e-ticaret olarak adlandırılan elektronik ticaret kavramı oldukça önem kazanmıştır.

Elektronik ticaret iş dünyasında köklü değişikliklere yol açmış ve tüketicilere daha fazla seçenek sunmuştur. Ayrıca, teknolojik ilerlemelerle birlikte sürekli olarak evrilen bu alan, işletmelerin küresel pazarlara erişimini artırmış ve tüketici alışkanlıklarını yeniden şekillendirmiştir. E-ticaret, elektronik veri değişim sistemi<sup>4</sup> aracılığıyla yapılan sözleşmelerin 1970'lerde ortaya çıkması ve 1980'lerin

<sup>2</sup> Kübra Yıldız, Elektronik Ticaret ve Hukukumuzdaki Durumu Üzerine Kısa Bir İnceleme, İstanbul Barosu Dergisi Cilt: 92, Sayı: 6, Yıl: 2018, s.201.

<sup>3</sup> Sacher Report, OECDiLibrary, (Çevrimiçi) [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/sacher-report\\_237058611046](http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/sacher-report_237058611046), 8 Ekim 2017.

<sup>4</sup> Elektronik Data Interchange (EDI) olarak geçen elektronik veri değişim sistemi, aralarında ticari

sonlarında internet kullanımının yaygınlaşması ile gelişmeye başlamıştır. 1990'lı yıllardan itibaren ise elektronik ticaretin desteklenmesine yönelik uluslararası alanda genel bir uzlaşma oluşmuş ve bu alandaki gelişim ivme kazanmıştır.

Öte yandan, oldukça yeni bir alan olan e-ticaret modeli, tüketicilerin yanı sıra iş sağlayıcıları için de büyük kolaylıklar sunmaktadır. Ancak, bu yeni ticaret şekli hukuken tanımlanmaya ve sorunların çözülmesi için özel düzenlemelere ihtiyaç duymaktadır.

Elektronik ticaret, yaygın kullanımıyla e-ticaret, ulusal ve uluslararası literatürde birçok farklı kaynaktan tanımlanmıştır.

Uluslararası düzenlemelerde yer alan tanımlara bakıldığında öncelikle karşımıza Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından yapılan tanım çıkmaktadır. Buna göre e-ticaret, telekomünikasyon ağları üzerinden malların ve hizmetlerin reklamı, üretimi ve satış ve dağıtımlarının yapılması olarak tanımlanmıştır.<sup>5</sup>

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (*Organisation for Economic Co-operation and Development- OECD*) ise elektronik ticaret hakkında, e-ticaretin gelişimi süresi içerisinde farklı tarihlerde yayınladığı raporlarda farklı tanımlar yaptığı görülmektedir. Tüm bu tanımlamaların ortak çıkarımı ise e-ticaretin mal ya da hizmetlerin alım-satım işlemleri gibi tüm elektronik işlemlerin özel olarak tasarlanmış yöntemler kullanılarak bilgisayar ağları üzerinden yapılması gerektiğidir. İlgili tanımlarda dikkat çeken ise e-ticaretten bahsedebilmek için siparişlerinin elektronik ortamda verilmesinin gerekliliğinden bahsedilirken ödeme ve teslimatın çevrimiçi olarak yapılmasının aranmamasıdır.<sup>6</sup> Yine bununla birlikte internet veya elektronik veri değişimi üzerinden yapılan siparişlerin elektronik ticarete dahil olduğu ancak telefon, faks ve elektronik posta üzerinden verilen siparişlerin ise elektronik ticarete dahil olmadığını belirtmiştir.

Elektronik ticaret hakkında yapılmış başka bir tanımlama ise Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemleri Kolaylaştırma Merkezi (UN-CEFACT) tarafından, "iş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılanmış ve yapılmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar (elektronik posta ve mesajlar, elektronik bülten panoları, www teknolojisi, akıllı kartlar, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi vb.) üzerinden paylaşılması" şeklinde ya-

ilişki bulunan birden fazla kuruluşun, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığıyla belge ve bilgi değişimini sağlayan bir sistem olarak tanımlanabilir.

<sup>5</sup> Dünya Ticaret Örgütü (WTO), **Electronic Commerce**, [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/minist\\_e/mc11\\_e/briefing\\_notes\\_e/bfecom\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/mc11_e/briefing_notes_e/bfecom_e.htm), (E.T.19.12.2022).

<sup>6</sup> Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), **Electronic Commerce**, <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>, (E.T.19.12.2022).

pılmıştır. Bu tanımlamadan özetle anlaşılması gereken, elektronik ticaretin elektronik ortamda, iş, işlem ve eylemlerde bulunmaktan ibaret olduğudur.<sup>7</sup>

Daha kapsamlı bir tanım olarak 1997 tarihinde "AB Komisyonu" tarafından yapılan değerlendirme örnek verilebilir. Komisyona göre elektronik ticaretin kapsamı şu sınırlar ile belirlenmiştir: "*Elektronik ticaret, işletme faaliyetlerinin elektronik bir ortamda yapılmasıdır. Bu faaliyetler metin, video ve ses verilerinin elektronik olarak işlenmesi ve aktarımına dayanmaktadır. Elektronik ticaret bu boyutu ile mal ve hizmet alımı ve ödemelerinin sayısal olarak yapılmasını kapsamaktadır. Bu faaliyetler hem mamulleri (tüketici malları, spesifik ekipmanları) ve hizmetleri (finansal, bilgi hizmeti ve yasal hizmetler) ve hem de geleneksel faaliyetleri (sağlık, eğitim ve bakım) kapsamaktadır*".<sup>8</sup>

Avrupa Konseyi, e-ticareti tanımlarken e-ticaret işleminin taraflarını da kapsayacak şekilde genel hatları ile belirlemeler yapmıştır. Buna göre "*İşletmeler, Kurullar, bireyler yahut özel kuruluşlar arasında internet yasa diğer bilgisayar tabanlı ağlar (çevrimiçi iletişim) aracılığıyla ürün ve hizmetleri alım ya da satımının gerçekleştirilmesidir*".<sup>9</sup> İlgili tanımın devamında OECD tarafından yapılan tanıma benzer nitelikte olarak mal ve hizmetlerin siparişlerinin internet üzerinden verilmesi yeterli görülmüş, teslimat ve ödemenin çevrimiçi yapılması şartını aramamıştır.

Uluslararası düzenlemelerde yer alan tanımların ardından ulusal düzlemde e-ticaret kavramına ilişkin ilk tanımlamaların Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) tarafından, 1998 tarihli bir raporunda şu şekilde yapıldığı görülmektedir. Buna göre "*Bireyler ve kurumların, açık ağ ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında yazı, ses ve görüntü biçimindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümü elektronik ticaret kapsamına girmektedir*".<sup>10</sup>

1998 tarihli raporda yapılan tanımın ardından e-ticaret kavramı, 01.05.2015 tarihinde yürürlüğe giren Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da tanımlanmak suretiyle ilk kez mevzuatta yer bulmuştur. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanununun 2'nci maddesinde yer alan söz konusu tanım uyarınca elektronik ticaret "*Fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrim içi iktisadi ve ticari her türlü faaliyet*" olarak ifade edilmiştir.

<sup>7</sup> Canpolat, Önder, **E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler**, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği, Ankara, Mart, 2001, s.3.

<sup>8</sup> Canpolat, s.13.

<sup>9</sup> Eurostat Statics Explained, Glossary, (<https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:E-commerce>, (E.T.30.10.2023).

<sup>10</sup> <https://www.mfa.gov.tr/elektronik-ticaret.tr.mfa> 1998, s.200, (ET.11.05.2021).

Kanunun elektronik ticareti tanımlaması irdelendiğinde görülecektir ki; elektronik ticaret kavramından salt elektronik ortamda gerçekleşen hukuki işlemler anlaşılmamaktadır.<sup>11</sup> Öğretide savıldığı üzere,<sup>12</sup> elektronik ticaret müessesesine elektronik ortamda vuku bulan ekonomik - ticari her türlü iş, işlem ve eylem dahildir. Bu iş ve eylemlere; mal ve hizmetlerin online platformlar üzerinden satışı, dijital pazarlama, ödeme işlemleri, lojistik yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi ve daha birçok süreç örnek olarak gösterilebilir.

Türk hukuku mevzuatındaki elektronik ticaret tanımı, küreselleşen dünya düzenine ve sınırlara tabi olmayan teknolojiye uyum sağlama noktasında önemli bir adım teşkil etmektedir. Ancak mevcut düzenlemelerin e-ticaretin çok yönlülüğü karşısında yetersiz kaldığı da gözardı edilmemelidir. Zira elektronik ticaret, sadece ticari işletmeler ve tüketiciler arasındaki özel ilişkileri değil, aynı zamanda kamu hukuku alanını da etkilemektedir. Özellikle veri gizliliği, vergilendirme ve siber güvenlik gibi konuların e-ticaret hukuku ile yakından ilgisi bulunmaktadır. Bu nedenle elektronik ticaret, bu alanlarda yapılacak etkin düzenlemeler ve uygun politikalar ile daha güvenli şekilde işleyecek olup, elektronik ticaretin gelişimini destekleyecektir.

Sonuç itibarıyla, elektronik ticaret çok yönlü bir kavramdır ve teknolojik ilerlemelerle birlikte sürekli olarak evrilmektedir. İnternet üzerinden yapılan ticaretin karmaşıklığı ve çeşitliliği, elektronik ticaret kavramına gün geçtikçe daha fazla boyut kazandırmaktadır.

E-ticaret içerisinde normal ticaret sırasında uygulanan modellerin biraz değiştirilerek kullanılmaya devam edildiği ve bunların yetersiz kalması halinde yeni modellerin de geliştirildiği görülebilmektedir. E-ticaret modelleri tacir ile alıcının ilişkisine, malın nasıl edinilip mülkiyetinin nasıl geçirildiğine ve ticaretin hangi araçla gerçekleştiğine göre değişiklik göstermektedir. Genel anlamda e-ticaret modellerini beş ana kategoriye ayırmak mümkündür.

İşletmeler arasındaki elektronik ticaret işlemleri işletmeden işletmeye (*business to business-B2B*) elektronik ticaret; işletmeyle tüketici arasındaki elektronik ticaret işlemleri de işletmeden tüketiciye (*business to consumer-B2C*) elektronik ticaret olarak adlandırılmaktadır. Yine tüketici ile tüketici arasında elektronik pazar yerlerinde gerçekleştirilen işlemler (*consumer to consumer-C2C*) de bu alanda ayrı bir ticaret modeli oluşturmaktadır. Bunların dışında, idarenin, kamu ihalelerinin internette yayınlanması, işletmelerin elektronik ortamda teklif vermeleri, elektronik tebligat gibi bazı işlemlerinin internet üzerinden gerçekleştirilmesi de

<sup>11</sup> Hamamcıoğlu, Esra, Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu, KOSBED, 2018, S.35, s.47 vd.

<sup>12</sup> Gezder, Ümit, Elektronik Ticaret Hukuki İşlemlerinin Ayrımı - Dijital İçerik ve Hukuki Niteliği, MÜHF Hukuk Araştırmaları Dergisi, Prof. Dr. Cevdet Yavuz'a Armağan, C.22, S.3, 2016, s.1121.

mümkündür. İdare ile yapılan işlemler genellikle işletmeden idareye veya işletmeden devlete (*business to administration-B2A/business to government-B2G*) ve tüketiciden idareye (*consumer to administration-C2A*) şeklinde ifade edilmektedir.<sup>13</sup>

Tüm bunlara ek olarak çalışmamızın da ana konusu oluşturan elektronik ticaret platformları ile işletme arasındaki ilişki de elektronik ticaret modelleri arasına girmiştir. P2B (*Platform to Business*) yani platformdan işletmeye e-ticaret işlemlerinin gerçekleştiği bu modelde platform üzerinden ürünlerini sunan işletme ile platformu sağlayan arasında gerçekleşen ve çalışmanın ilerleyen bölümlerinde daha ayrıntılı olarak işleneceği üzere işletme ve platformun hukuki etkileşimleri ve sorumluluklarını içermektedir.

## II. Elektronik Ticarete Aracı Hizmet Sağlayıcı Kavramı

### A. Genel Olarak

İnternet kavramının hayatlarımıza girmesi ile bu kavrama karşı geliştirilen ilk bakış açısı internetin "*aracısızlaşma*"ya neden olacağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki 5-10 yıl öncesine kadar internetin, "*aracıların*" tamamıyla ortadan kalkmasına neden olacağı ve araçları anlamsızlaştıracağı, deyim yerindeyse "*aracıların ölümü*" olacağı kabul edilmiştir. Bahsi geçen ve tamamen ortadan kalkması beklenen söz konusu "*aracıların*" listesi ise oldukça kabarıktır. Örneğin gazeteler, yayınevleri, bankalar, sinemalar ve hatta alışveriş merkezlerinin dahi fiziki işlevlerini yitireceği ve internet kullanıcılarının dijital ortamda aracısız ve çok daha az maliyetli bir şekilde bir araya gelmesi beklenmiştir.<sup>14</sup>

Günümüzde, özellikle pandemi ile bu beklentinin büyük oranda gerçekleştiği gözlemlenmesine rağmen tahmin edildiği üzere "*aracıların*" tamamıyla ortadan kalkmaları söz konusu olmamıştır. Araçlar kaybolmamış, sadece bir aracı grubunun yerini diğeri almaya başlamıştır. Örneğin, müzik dinlemek isteyen kişiler bir mağazaya gidip sanatçının CD'sini almak yerine Spotify olarak adlandırılan ve dünya çapındaki içerik üreticilerinden milyonlarca şarkı ve diğer içeriklere erişimi sağlayan, dijital müzik, podcast ve video hizmeti veren platforma aylık ücret ödeyerek üye olmuş, dergi okumak isteyen okurlar bedellerini ödemek suretiyle internet yayınlarına erişmiş, sinemaya gitmek yerine ise Netflix adlı uygulamadan film izlemiş ve Google adlı arama motoru ile aranan her türlü bilginin bulunmasına imkan sağlanmıştır. Geleneksel araçlar yerini çalışmamızın da konusunu oluşturan internet üzerindeki çevrimiçi araçlara bırakmıştır.

<sup>13</sup> Kaya, Ferman, E-Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları. Ankara, 2016, s.77.

<sup>14</sup> Gezder, Ümit, İçerik Sağlayıcı ve Yer Sağlayıcının Hukuki Sorumluluğu ve Sorumluluk Muafiyeti, Beta Yayınları, İstanbul 2017, s.1.

Temelde aynı amaca yani kazanç elde etme amacına hizmet eden elektronik ticaret ile geleneksel ticarete yer alan araçlar genel anlamı ile benzerdir. Ticarete bir tarafta mal veya hizmeti sunan hizmet sağlayıcılar ile diğer tarafta bunları talep eden alıcılar bir araya gelmekte ve bunların bir araya gelmesinde rol alan araçlar bulunmaktadır. Geleneksel ticarete bu araçlar pazar yeri sağlayan işletmeler iken, elektronik ticarete bu pazar yeri *çevrimiçi* olarak sunulmaktadır.

Çalışmamızın da konusunu oluşturan elektronik ticaret aktörlerinden olan platformlar, çevrimiçi pazar yeri, online platformlar ve mevzuatta da geçtiği gibi “*elektronik ticarete aracı hizmet sağlayıcı*” kavramı da dahil olmak üzere birçok isimle adlandırılmaktadır.

Elektronik ticarete “*aracı hizmet sağlayıcı*” kavramının tanımı önemli bir rol oynamaktadır. Aracı hizmet sağlayıcılar; alıcı ve satıcıların elektronik bir ortamda bir araya gelmelerine zemin oluşturarak aralarında sözleşme kurlmalarını ve mal ve hizmetin sunulmasını sağlayan üçüncü kişi, aracı konumundadır. Ayrıca belirtmek gerekir ki aracı hizmet sağlayıcılar satıcılara bir nevi kendi mağazalarının sanal halini oluşturma imkânı vermekte ve böylece geleneksel ticari faaliyetin dışına çıkmaktadır.

Aracı hizmet sağlayıcı olarak ifade edilen kavram için tek bir tanımlama bulunmayıp birçok farklı tanımlama mevcuttur. Bu tanımlamalardan birkaçı “*sanal pazaryeri*” “*dijital pazaryeri*” “*platform*” “*elektronik ticaret (e-ticaret) platformu*” “*çevrimiçi pazaryeri*” olarak ifade edilebilir.

Yukarıda belirtilen tüm bu tabirler Elektronik Ticaret Yönetmeliğinde “*Elektronik Ticaret Pazar Yeri*” olarak adlandırılmıştır. Yine Elektronik Ticaret Yönetmeliği’nin 4. maddesinde “*Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı (ETAHS)*, elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcı” olarak tanımlanmıştır.<sup>15</sup>

Sanal pazar yerini işleten kişiler olan aracı hizmet sağlayıcılar 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (ETDHK) uyarınca da “*Başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişiler*” şeklinde tanımlanmıştır.<sup>16</sup>

Uluslararası düzlemde karşımıza öncelikli olarak OECD tarafından 2019 yılında yayınlanan “*Çevrimiçi Platformlar ve Dijital Dönüşümdeki Rolü*” adlı raporda yapılan tanımlama çıkmaktadır. Bu tanıma göre çevrimiçi platformlar,

<sup>15</sup> Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik madde 4/1 (b): Bu Yönetmelikte geçen Aracılık hizmeti, elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret işlemlerinin gerçekleştirilmesi ve siparişin teslimi amacıyla elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı tarafından elektronik ticaret hizmet sağlayıcı veya alıcıya sunulan her türlü hizmeti ifade eder.

<sup>16</sup> ETDHK madde 2/1 (d) Bu kanunun uygulanmasında Aracı hizmet sağlayıcı: Başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişileri ifade eder.



"internet aracılığıyla iletişim kuran iki veya daha fazla farklı ancak birbirine bağlı kullanıcı grubu (firmalar veya bireyler) arasındaki etkileşimi kolaylaştıran dijital hizmet(ler)" olarak ifade edilmektedir.<sup>17</sup>

OECD'nin bu tanımlamasının ardından AB Komisyonu'nun 30 Haziran 2021 tarihli Ürün Güvenliği Hakkındaki Tüzük Teklifi, çevrimiçi pazaryerini "bir tacir tarafından veya onun adına işletilen internet sitesi veya bir yazılım sayesinde ürün alım satımı için diğer tacir ve tüketicilerin mesafeli sözleşme akdetmesine olanak tanıyan uygulama" olarak betimlemiştir.<sup>18</sup>

Bu iki tanımlamadan da anlaşılacağı üzere, geleneksel ticaret ile alışlagelmiş iki boyutlu alıcı ve satıcı ilişkisi çevrimiçi pazaryerlerinin gelişimi ve ticaret hayatında kabulü ile birlikte üç boyutlu bir sözleşme ilişkisine evrilmiş ve hatta dijital teknolojilerin işbu dinamik ve sürekli gelişen yapısı ile birlikte önümüzdeki yıllarda daha başka birçok aracı türünün doğmasının kuvvetle muhtemel olduğu gözler önüne serilmiştir.<sup>19</sup>

Tüm bu tanımlamalardan yola çıkılarak anlaşılacağı üzere aracı hizmet sağlayıcı; satıcı ve alıcıyı kendi kurmuş olduğu dijital bir platformda buluşturarak iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına, oluşturmuş olduğu platform vasıtasıyla sözleşme kurlmalarına, yeni ürünlerin tanıtılmasına, ürünlerin satışına ve pazarlanmasına olanak sağlayan bir üçüncü kişi konumundadır. Her ne kadar 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da oluşturulan sanal pazar yerinde yapılan iktisadi ve ticari faaliyetin başkalarına ait olduğu belirtilmiş olsa da aracı hizmet sağlayıcı bu dijital platformda kendi ürünlerini pazarlamak ve satmak konusunda özgürdür. Günümüzde birçok platformun kendi ürünlerini de pazarladığı görülmektedir.

Böylece yukarıdaki tanımlar doğrultusunda aracı hizmet sağlayıcısını; oluşturduğu sanal pazar yerleri aracılığı ile firmaların mal ve hizmetlerini tanıtılmalarına, ürünlerini satmalarına ve firmaların ya da tüketicilerin bu ürünleri inceleyerek ihtiyaçları doğrultusunda ürünleri satın almalarına imkân veren web site ve dijital ortamlar olarak tanımlamak doğru olacaktır.

## B. Aracı Hizmet Sağlayıcı Türleri

Aracı hizmet sağlayıcı kavramının daha derinlemesine anlaşılması ve sınıflandırılması, bu kavramın farklı boyutlarını ve niteliklerini değerlendirmek için

<sup>17</sup> Bkz. OECD, An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation, s.20, Çevrimiçi Erişim: [https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation\\_53e5f593-en#page4](https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation_53e5f593-en#page4).

<sup>18</sup> AB Komisyonu, AB Parlamentosu ve Konseyi'nin 1025/2012 sayılı Tüzüğü'nü Değiştiren ve 87/357/EEC sayılı Yönergesi ve 2001/95/EC sayılı Yönergesi'ni İlgâ Eden Ürün Güvenliği Hakkındaki Tüzük Teklifi, COM (2021) 346 final, madde 3, paragraf 14.

<sup>19</sup> Büyüksağış, Erdem/Kahveci Defne; E-Ticaret Platformlarının Satılanın Ayıplarından Sorumluluğu, YÜHFD, C.XIX, 2022/Özel Sayı, s.129.

önemlidir. Bu sınıflandırma ayrıca ileride ele alınacak konu olan aracı hizmet sağlayıcılarının sorumluluklarına yönelik temel bir çerçeve sağlayacaktır. Bu nedenle, aracı hizmet sağlayıcı kavramını üç farklı başlık altında sınıflandırmak, bu alandaki anlayışı geliştirmeye ve incelenen konuların daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

## 1. Alım-Satım İlişkisindeki Ticari Faaliyetin Çeşidine Göre

TİCARİ FAALİYETLERİN ÇEŞİDİNE GÖRE AYRIM				
<b>Bilgi edinme</b> Google, YouTube, Spotify, Doviz.com.	<b>Hizmet Sunma</b> Uber, Airbnb, Booking.com, Hotels.com, Armut.	<b>Mal/Ürün Satın Alma</b> Trendyol, HepsiBurada, Dolap, Çiçeksepeti, Amazon, eBay, Youtube Premium.	<b>Sosyal Medya Platformları</b> Instagram, X, Facebook, LinkedIn, Pinterest.	<b>Yatırım ve Kitle Fonlaması Platformları</b> Garanti BBVA Yatırım, Midas, Binance, Yapı Kredi Yatırım, Gofundme, Fonbulucu.

### a. Bilgi Edinme

Aracı hizmet sağlayıcıları, inşa ettikleri sanal pazaryerlerinde çeşitli ticari işlemleri farklı yöntemlerle yürütmektedirler. Sanal pazaryerlerindeki ticari faaliyetler, genellikle ürün alım-satımı odaklı gibi görünse de daha derinlemesine incelendiğinde, çeşitli ticari etkinliklerin mevcut olduğu gözlenmektedir.

Dijital pazar yerleri, kullanıcıların bilgi edinme amaçlarına hizmet etmek üzere de oluşturulmaktadır.<sup>20</sup> Bu sayede, bilgi akışı sağlanmakta ve kullanıcılar arasında bilgi paylaşımı gerçekleşmektedir. Bu bilgi paylaşımının kapsamı, döviz kurları<sup>21</sup> gibi finansal verilerden hava durumu<sup>22</sup> bilgisine kadar geniş bir yelpazede olabilir.

Bu modelde kullanıcının herhangi bir taahhüt altına girmesi yahut aktif bir davranışta bulunması zorunlu değildir.<sup>23</sup> Bilgi edinme amacı doğrultusunda kurulan sanal pazaryerlerinde verilen hizmetin karşılığı kullanıcıdan istenebileceği gibi ivazsız da gerçekleşebilmektedir ve bu hizmet herkese açık bir hizmettir.

Bu modelde platformlar tarafından ivazsız bir hizmet sunulabildiği gibi YouTube Premium örneğinde olduğu gibi söz konusu çevrimiçi platformunun kullanıcılarına reklamsız bir şekilde içerik izleme imkânı sunduğu ve bu avantajın karşılığında bir ücret talep ettiği bir sistem de karşımıza çıkabilmektedir.

<sup>20</sup> Büyüksağış/Cumaloğlu/Kahveci; E-ticaret ve Çevrimiçi Pazaryerleri Üzerinden Satılanın Ayıbdan Sorumluluk, İstanbul, 2023, s.16.

<sup>21</sup> Döviz Kuru bilgisi için bkz. örnek platform alan adresi: <https://www.doviz.com>.

<sup>22</sup> Hava Durumu bilgisi için bkz. örnek platform alan adresi: <https://mgm.gov.tr>.

<sup>23</sup> Sağlam, İpek; Elektronik Sözleşmeler, 1. Bası, İstanbul 2007, s.67.

## **b. Hizmet Sunma**

Alım-satın ilişkisindeki ticari faaliyetlerden bir diğeri olan hizmet sunma ise bir tarafın kendisine ödenen bedel karşılığında karşı tarafa hizmet sunacağını taahhüt etmesidir.<sup>24</sup>

Örneğin Netflix, belirli bir ücret karşılığında kullanıcılarına dizi, film ve belgesel gibi pek çok kategoride içeriği izleme imkanını taahhüt eden bir dijital platformdur. Hizmet sunma odaklı aracı hizmet sağlayıcıları, yalnızca eğlence sektörüyle sınırlı olmayıp aynı zamanda turizm, sağlık, reklamcılık ve finans gibi çeşitli sektörlerde de etkinlik gösterebilmektedirler.

Bu noktada önemli bir hususu belirtmek gerekir ki 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da yakın zamanda değişiklik yapılarak elektronik ticaret hizmet sağlayıcı veyahut elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı kabul edilmeyecek ticari faaliyetlere yer verilmiştir. Değişiklik ile seyahat acenteliği, bireysel emeklilik, şans ve bahis oyunları, sigortacılık gibi ticari faaliyetlerin elektronik ticaret hizmet sağlayıcı veyahut elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı kapsamında olmayacağı vurgulanmıştır.<sup>25</sup>

Söz konusu sınırlama, belirtilen alanlarda hizmet sunma faaliyeti gösteren platformların ileride bahsedileceği üzere ETDHK madde 9'da belirtilen "güvenli liman" savunmasından yararlanamayacakları sonucuna neden olmaktadır.

## **c. Mal/Ürün Alım-Satımı**

Dijital pazaryerlerinde gerçekleştirilen bir diğeri ticari etkinlik, malların ve ürünlerin alım-satım işlemidir. Aracı hizmet sağlayıcıları tarafından oluşturulan dijital platformlarda en yaygın olarak uygulanan ticari etkinlik türü olarak ifade edilebilir.

Alıcılar, dijital platformlar aracılığıyla istedikleri ürünleri satın alarak ödemelerini platformun sunduğu yöntemlerden birini kullanarak gerçekleştirmektedir. Bu ödeme yöntemleri arasında banka havalesi, kredi kartı veya sanal paralar bulunmaktadır. Aynı şekilde satıcının yükümlülüğü de satın alınan ürünü alıcıya ulaştırmak üzere kargolamaktadır. Bu işlemleri çevrimiçi pazaryeri, satıcı adına da gerçekleştirebilmektedir.

Müzik, film, elektronik kitap, yazılımlar gibi gayri maddi mallar ise elektronik yolla alıcısına ulaştırılmaktadır.<sup>26</sup>

Satın alınan ürünler kargo şirketlerinin yanı sıra satıcının iş birliği içinde olduğu kuryeler tarafından da teslim edilebilmektedir. Örneğin Yemeksepeti dijital

<sup>24</sup> Sağlam, s.66.

<sup>25</sup> 01.07.2022 tarih ve 7416 sayılı Kanun eliyle ETDHK'un 1. Maddesine ekleme yapılmıştır.

<sup>26</sup> Büyüksağış/Cumaloğlu/Kahveci; s.15.

platformu üzerinden verilen siparişler Yemeksepeti firmasının anlaşmalı olduğu kurye ya da satıcının kendi kurye hizmeti tarafından teslim edilmektedir. Benzer şekilde Çiçeksepeti platformu üzerinden verilen siparişlerde kargo hizmeti olmakla beraber alıcının ulaşmasını istediği kişiye istediği saat aralıklarında Çiçeksepeti'nin anlaşmalı olduğu kurye hizmeti tarafından teslim edilmesi sağlanmaktadır.

#### **d. Sosyal Medya Platformları (Sosyal Ağlar)**

Çevrimiçi sosyal ağlar, internet üzerinde kişilerin oluşturduğu içerikleri eş-zamanlı veya kendi tercihleri doğrultusunda diğer kullanıcılarla paylaşarak iletişim kurmalarına olanak tanıyan web tabanlı platformlar olarak tanımlanmaktadır.<sup>27</sup> Günümüzde, sosyal medya platformlarında bireyler, görüş ve bilgi paylaşımı yapmalarının yanı sıra işletmelerle iş birliği yaparak ürünlerinin tanıtımına ve satışına önemli katkılarda bulunmaktadır.

Sosyal medyanın çıkış noktasında iletişim amaçlı kullanılırken zaman içerisinde kullanıcıların, özellikle belirli bir takipçi kitlesine sahip olan kişilerin, daha geniş kitlelere erişim sağlayarak satıcılara katkı sağladığı ve böylece kendi geçim kaynaklarını önemli ölçüde arttırdıkları görülmektedir.

Örneğin Instagram'da geniş bir takipçi kitlesi olan kişiler ürünleri tanıtarak veya içerik üreterek markalarla iş birliği yapmaktadır. Bu iş birlikleri, markaların ürünlerini ve hizmetlerini tanıtarak satışlarını artırmalarına yardımcı olmakta ve bunun yanı sıra geniş kitleye sahip olan kişiler takipçileri üzerinde etkili bir şekilde iletişim kurarak marka sadakati oluşturmaktadır. Bu nedenle bu platformlar marka tanıtımı ve pazarlama stratejilerinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle bu konuda öne çıkan dijital platformlar Instagram ve Youtube'dur.

#### **e. Yatırım ve Kitle Fonlaması Platformları**

Yatırım platformları kullanıcılara döviz, altın, kripto para gibi finansal ürünlerin alım-satımını yapabilmeleri imkanını sağlayan aracı hizmet sağlayıcılardan biridir. Yatırım platformları kullanıcılar için alım-satım işlemi yapabilmelerinin yanı sıra dünya genelindeki anlık finansal piyasa verilerini izleyerek, teknik analiz yapmalarına da yarar sağlamaktadır. Yapı Kredi Yatırım, Binance gibi platformlar örnek olarak verilebilir.<sup>28</sup>

Aracı hizmet sağlayıcıların oluşturduğu sanal yatırım platformları aracılığıyla, kullanıcılar güncel finansal verilere erişebilmekte ve geçmiş verileri karşılaştırarak varlıklarının değerini artırma fırsatı yakalamaktadır. Bunun içi ekstra bir çaba gerekmemekte; sadece telefonlarına veya bilgisayarlarına indirdikleri, aracı hizmet sağlayıcının sunmuş olduğu platformlardan olan banka uygulamaları veya özel yatırım uygulamalarını kullanarak bu işlemleri kolayca gerçekleştirebilmektedirler.

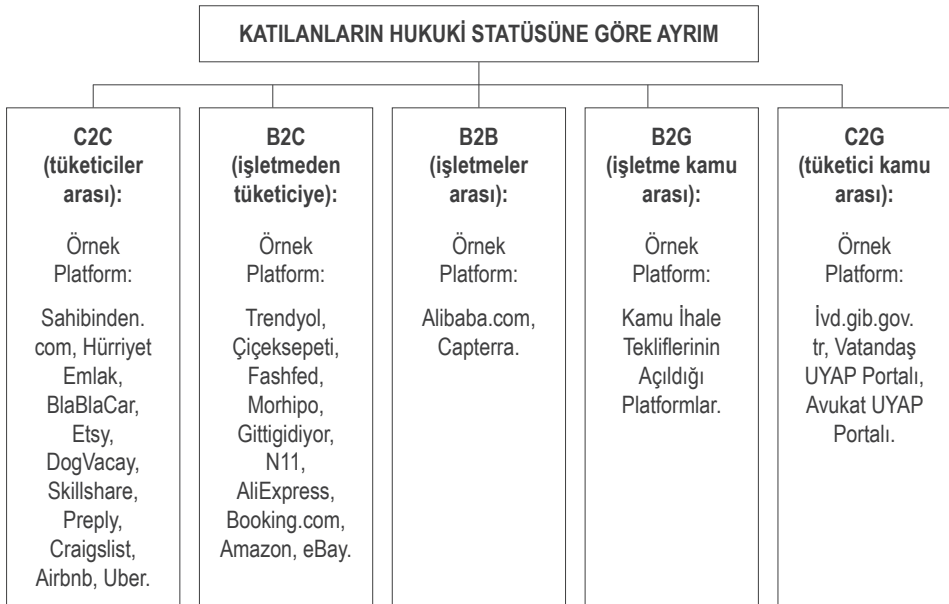
<sup>27</sup> Caleb T. Carr/Rebecca A. Heyes, Social Media: Defining, Developing and Divining, Atlantic Journal of Communication 2015, s.50.

<sup>28</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci; s.16.

Kitle fonlama platformları, girişimcilerin projelerini sunabildiği ve yatırımcıların tercih ettikleri projelere katkıda bulunarak pay veya borç verme gibi yöntemlerle finansal destek sağlayabileceği, bağış yapma imkânı bulabileceği ve fon karşılığında ödül veya ürün elde edebileceği çevrimiçi platformlardır.<sup>29</sup>

Kitle Fonlaması Tebliği'ni madde 4/1 (u) uyarınca paya ve/veya borçlanmaya dayalı kitle fonlaması faaliyetine aracılık eden ve elektronik ortamda hizmet veren kuruluşlar platform olarak nitelendirilmektedir. Türk hukuku ile karşılaştırıldığında, Avrupa Birliği Kitle Fonlama Tüzüğü'nde önemli bir ayrım bulunmaktadır. Bu ayrım, kitle fonlaması hizmet sağlayıcısı (*crowdfunding service provider*) ve kitle fonlama platformu (*crowdfunding platform*) şeklinde ikili bir tanımlamaya dayanmaktadır. Kitle fonlaması hizmet sağlayıcısı, kitle fonlaması hizmetini sunan tüzel kişi olarak kabul edilmektedir. Diğer yandan, kitle fonlama platformu, kitle fonlaması hizmet sağlayıcısı tarafından işletilen veya yönetilen, kamuya açık, internet tabanlı bir bilişim sistemidir.<sup>30</sup> Bu ayrım, Avrupa Birliği'nin kitle fonlama düzenlemelerindeki özel bir tanımlamayı yansıtmaktadır.<sup>31</sup>

## 2. Alım-Satım İlişkisindeki Tarafların Statüsüne Göre



<sup>29</sup> Kristof Fe Buysere/Oliver Gajda/Ronald Kleverlaan/Dan Marom, A Framework for European Crowdfunding, 2012, s.10 vd.

<sup>30</sup> AB KF Tüzüğü madde 2/1(d-e).

<sup>31</sup> Konu ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Kahveci, Defne; Sermaye Piyasası Hukukunda Kitle Fonlama Platformları, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2023, s.43 vd.

### **a. Tüketici- Tüketici Arası (C2C-peer provider to peer consumer)**

Bu platform modelinde, platform üzerinde gerçekleştirilen işlemlerde alım satımın tarafları, mesleki veya ticari amaçla hareket etmemektedirler. Yalnızca tüketiciler teklifte bulunmakta ve sipariş verebilmektedir.

Tarafları tüketici olan bu alım satım işlemlerinde platformlar, genellikle satış bedeli üzerinden belli bir komisyon almak suretiyle, aslında salt aracılığın ötesine geçmeyen faaliyetlerde bulunmak suretiyle alıcı ve satıcıyı buluşturmaktadır (“*matchmaker*”).<sup>32</sup>

### **b. İşletme- Tüketici Arası (B2C-business to customer)**

Bu platform modelinde mesleki veya ticari amaçla hareket edenler, bireysel tüketicilere satış yapmaktadır. Elektronik ticaret platformlarının genel olarak kullandığı bu modelde, işletmeler çevrimiçi platformlar üzerinden mal ya da hizmetlerini tüketicilere sunmakta, tüketiciler ise sipariş oluşturarak ödemeleri gerçekleştirmektedir. Ödemeler çoğunlukla platforma yapılmakta, platform da komisyonu almasının ardından kalan ödemeyi satıcıya/hizmet sunana göndermektedir.<sup>33</sup>

### **c. İşletme- İşletme Arası (B2B-business to business)**

Bu platform modelinde ise mesleki veya ticari amaçla hareket edenler diğer mesleki veya ticari amaçla hareket edenlere satış yapmakta veya onlardan mal satın almaktadır.

Genel olarak işletmeler arası işlemlerde faaliyet gösteren çevrimiçi pazar yerleri, üretici, tedarikçi, perakendeci ve diğer ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişilerin bir araya gelerek alım-satım işlemlerini ve tedarik zincirindeki diğer süreçleri elektronik ortamda gerçekleştirebildikleri bir e-ticaret modelini temsil eder. Bu pazaryerleri üzerinden ürün kataloglarını inceleme, sipariş verme, ödeme işlemleri yapma ve fatura kesme gibi işlemler kolaylıkla gerçekleştirilebilir.<sup>34</sup>

### **d. İşletme- Kamu Arası (B2G-business to government)**

İşletmeden kamuya e-ticaret, işletmeler ile kamu kurumları arasındaki ticari ilişkilerin internet aracılığı ile yürütülmesini ifade eder. Bu tür e-ticareti en iyi şekilde örnekleyen uygulamalardan biri kamu ihalelerinin elektronik ortamlarda gerçekleştirilmesidir. Bu model, dünya genelinde farklı ülkelerde uzun yıllardır kullanılmaktadır ve ülkemizde de benzer bir şekilde uygulamaya konulmuştur. Günümüzde birçok kamu kuruluşu ihale ilanlarını kendi web siteleri üzerinden

<sup>32</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s.13.

<sup>33</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s.13.

<sup>34</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s.14.

duyurmaktadır.<sup>35</sup> Bu sayede herhangi bir işletme, ilanları takip ederek, gerekli şartları yerine getiriyorsa ihalelere katılma fırsatı bulabilmektedir. Bu yaklaşım, kamu kurumlarının ürün ve hizmetlere erişim maliyetlerini azaltırken, işletmeler için de bürokratik prosedürlerle vakit kaybını en aza indirmektedir. Aynı zamanda, bu yöntem işlemlerin şeffaf hale gelmesine ve kamu alım satımlarının daha erişilebilir olmasına katkı sağlamıştır. Sonuç olarak, işletmelerin ihalelere erişimi kolaylaşmış, süreç hızlanmış ve birçok işletme katılımı sayesinde kamu yararına maliyetler azalmıştır.<sup>36</sup>

#### **e. Tüketici - Kamu Arası (C2G-consumer to government)**

Tüketiciden kamuya e-ticaret, tüketicinin pasaport başvuruları ve ödemeleri, sosyal güvenlik primi, vergi ödemeleri gibi bir takım vergi, resim ve harç ödemelerini internet ağı üzerinden gerçekleştirmesidir. Bu işlemlerin internet üzerinden gerçekleştirilmesi tüketiciye uzun bürokratik işlemleri aşma kolaylığı tanıdığı gibi, zamandan da tasarruf etmeyi sağlamaktadır. Tüketici kamu kurumunda sıra beklemek yerine, yapmak istediği işlemi kısa sürede olduğu yerden gerçekleştirebilmektedir.<sup>37</sup>

Ülkemizde tüketiciden kamuya e-ticaretin artması amacıyla her geçen gün geliştirmeler yapılmaktadır. Örneğin interaktif vergi dairesi uygulamasının internet sitesi olan 'ivd.gib.gov.tr' adresi üzerinden tüm vergiler kolayca ödenebilmektedir. Ayrıca ülkemizde ilk önce avukatların ve adliye personelinin kullanımına, sonrasında ise vatandaşların kullanımına sunulmuş olan UYAP uygulaması sayesinde dava masrafları ve harçlar, adliyeye gitmeden ödenebilmektedir.

### **3. Alım-Satım İlişkisinde Kurulan Sözleşmede Aracının Rolü ve Etkisine Göre**

Aracı hizmet sağlayıcıları pasif ve aktif olarak tasnif ederken dikkate alınması gereken temel bir husus; kurduğu sanal pazaryerinde yapılan sözleşmelerin inşası ve mal veya hizmetlerin ifası esnasında aracı hizmet sağlayıcının üstlendiği rol ve bu rolün derecesidir. Bu bağlamda, aracı hizmet sağlayıcıların sınıflandırılması, işletilen platformun yaratılması ve işletilmesi süreçlerinde oynadığı rolün niteliği ve etkisi üzerinde yoğunlaşır.

Çalışmamızın konusunu oluşturan Yargıtay'ın Çiçeksepeti kararında da platformun sorumluluğu incelenirken bu ayrım önem kazanmaktadır. Zira platformun aktif ya da pasif olmasına göre farklı hukuki sonuçların bağlanması söz

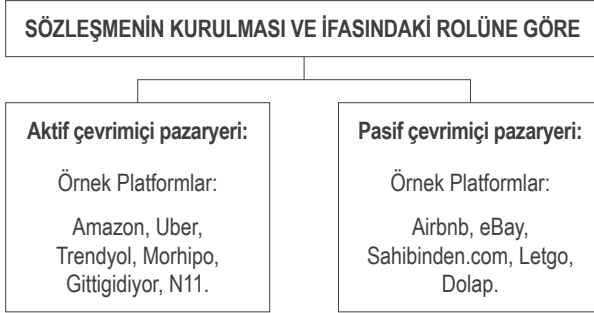
<sup>35</sup> Uyanık, Kadir, Rekabet Hukuku Kurallarının Elektronik Ticarete Uygulanması, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2021, s.33.

<sup>36</sup> Baranika, K. (2020) *A Study on Comparison of Traditional Commerce and Electronic Commerce, Studies in Indian Place Names (UGC Care Journal)*, Vol.40(19), s.139-146.

<sup>37</sup> Çelik, T., Elektronik Ticaret ve Rekabet Hukuku Kapsamında Çok Taraflı Pazar Yerleri, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019, s.49.

konusu olacaktır. Bu doğrultuda platformun sorumluluğu artacak yahut azalacak veya tamamen ortadan kalkacaktır.

Bu ayrımın kaynağını esasen AB E-Ticaret Yönergesi'nin<sup>38</sup> giriş hükümleri ("preambles") arasında yer alan 42. paragraf oluşturmaktadır.<sup>39</sup> ETDHK'nun mehz aldığı söz konusu Direktif giriş hükümlerine kanunda yer verilmemiş olması aktif-pasif platform ayrımının ve dolayısıyla buna ilişkin olarak bağlanan hukuki sorumluluk farklılıklarının gündeme dahi gelmemesine sebebiyet vermiş ve bu yönüyle çalışma konusu Yargıtay kararı eleştiriye maruz kalmıştır.



#### a. Pasif Nitelikte Aracı Hizmet Sağlayıcıları

Pasif pazaryerleri, alım satım ilişkileri üzerinde sınırlı bir etkiye sahip olan ve temel olarak teknik ve otomatik veri işleme yöntemlerini kullanarak aracılık hizmetleri sunan pazaryerleri olarak tanımlanmaktadır.<sup>40</sup> Örnek olarak Sahibinden.com, gayrimenkul ve vasıta gibi sektörlerde hizmet sağlayan bir platformdur. Ancak, platformun temel amacı alıcı ile satıcı arasında iletişimi kolaylaştırmaktır ve bu hizmetin ötesinde herhangi bir ek hizmet sunmamaktadır.

Pasif pazaryerlerinin, alıcıların yeterliliklerini değerlendirmeleri veya satılan ürünlerin güvenliği, kalitesi veya pazar giriş koşullarını aktif bir biçimde denetle-

<sup>38</sup> Avrupa Birliği Parlamentosu ve Konsey'in 08.06.2000 tarihli 2000/31/EC sayılı İç Pazarda Elektronik Ticaret Özelinde Bilgi Topluluğu Hizmetlerinin Hukuki Yönlerine İlişkin Yönerge, OJ L 157.

<sup>39</sup> Bkz. AB E-Ticaret Yönergesi 42 numaralı giriş paragrafı: "The exemptions from liability established in this Directive cover only cases where the activity of the information society service provider is limited to the technical process of operating and giving Access to a communication network over which information made available by third parties is transmitted or temporarily stored, for the sole purpose of making the transmission more efficient; this activity is of a mere technical, automatic and passive nature, which implies that the information society service provider has neither knowledge of nor control over the information which is transmitted or stored". (Bu Yönerge'de belirlenen sorumluluk faaliyetleri, yalnızca hizmet sağlayıcının faaliyetinin, üçüncü kişilerin sağladığı bilgilerin, iletimi daha etkili hale getirme amacıyla iletildiği veya geçici olarak saklandığı, iletişim ağına erişim sağlama ve işletmeye ilişkin teknik süreçle sınırlı olduğu durumları kapsar. Hizmet sağlayıcının bu faaliyetleri salt teknik, otomatik ve pasif bir yapıda olup, bu kapsamda iletilen ya da saklanan bilginin içeriği hakkında bilgisi ya da üzerinde kontrolü yoktur).

<sup>40</sup> Büyüksağış/Cumalıoğlu/Kahveci, s.20.



meleri olanaksızdır. Pasif nitelikte aracı hizmet sağlayıcısının sanal pazaryerlerinde kurulan sözleşmelerdeki rolü ve rolünün yoğunluğu etkili değildir. Örneğin, pasif nitelikte bir aracı hizmet sağlayıcısı olan Sahibinden.com web sitesinde, satıcıların niteliksel açıdan denetimden geçirilmesi gerekliliği bulunmamaktadır. Benzer şekilde, alıcı ile satıcı arasında kurulan sözleşmenin ifasının başarıyla sonuçlanıp sonuçlanmadığına dair herhangi bir denetim mekanizması bulunmamaktadır.

Bunun bir sonucu olarak da mahkemelerce söz konusu platformların satılan ürünün ayıplı olmasından sorumlu olmayacağı yönünde isabetli kararlar kurulmaktadır.<sup>41</sup>

### **b. Aktif Nitelikte Aracı Hizmet Sağlayıcıları**

Aktif ve pasif nitelikteki aracı hizmet sağlayıcıları arasındaki ayrım, aracı hizmet sağlayıcılarının sorumluluğu konusunda önemli bir faktör olup, bu ayrımın Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde mahkemeler tarafından incelendiği bilinmektedir. Bu hususun nedeni, aktif nitelikteki aracı hizmet sağlayıcısının sorumluluğunun bir öneme sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

Pasif pazaryerleri, alım-satım ilişkileri üzerinde sınırlı bir etkiye sahip olup, özellikle teknik ve otomatik veri işleme yöntemlerini kullanarak aracılık hizmetleri sunan pazaryerleri olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, aktif pazaryerleri için tam tersi bir açıklama yapmak mümkündür. Aktif nitelikte pazaryerleri alım-satım ilişkilerinde etkin bir rol oynamaktadır. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde verilmiş olan Oberdorf v. Amazon kararı ile Amazon'un ürün listelerini satıcıların iznine tabi olmadan askıya alabilme veya kaldırabilmesi, satıcılara yapılacak ödemeleri geciktirebilmesi, tedarikçi veya satıcıların doğrudan alıcılar ile kurmuş olduğu iletişimini sınırlayabilme yetkisi, ürünlerle ilgili geri bildirimleri ve raporları inceleyerek kusurlu ürünlerin piyasada dolaşımını engelleme yeteneği aslında Amazon'un alım-satım ilişkilerinde oldukça aktif bir rol oynadığı şeklinde yorumlanmıştır.<sup>42</sup>

Görüldüğü üzere, aktif pazaryerleri, pasif pazaryerlerine göre oldukça geniş bir etki alanına sahiptir. Pasif pazaryerleri, alıcıların niteliklerini değerlendirmek veya satılan ürünlerin güvenliği, kalitesi veya pazar giriş koşullarını etkin bir şekilde denetlemek için pratikte olanaklı değilken, aktif pazaryerleri tam da bu noktada aktif bir rol oynamaktadır.

Türkiye'den bir örnek olarak, aktif aracı hizmet sağlayıcısı olarak Trendyol öne çıkmaktadır. Trendyol, çok çeşitli kategorilerde alım-satım ilişkilerinde rol

<sup>41</sup> Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 16.12.2019 tarihli ve E.2019/618 K.2019/8167 sayılı kararı buna örnek olarak verilebilir (SinerjiMevzuat), ET.03.11.2023.

<sup>42</sup> Büyüksağış/Cumaloğlu/Kahveci, s.18-19.

oyunayan bir e-ticaret pazaryeridir. Türkiye pazarında lider konumda bulunan bu aktif pazaryerinin, platformda satıcı olma koşullarını belirlediği ve satıcı seçiminde etkin bir rol oynadığı gözlemlenmektedir. Ayrıca, ödemelerin tahsili ve denetimi konusunda da aktif bir aracı rolünü üstlenmektedir.

Alım-satım ilişkisinde aracının rolü ve etkisi temelinde aktif ve pasif nitelikleri ikili bir ayırım yapmak, ilerleyen süreçlerde ele alınacak olan aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluğu konusunda büyük bir öneme sahiptir. Sanal pazaryerlerinde satıcıların ayıplı ürünleri sunma durumu, bu sorumluluğun aktif mi yoksa pasif mi bir rol oynadığına bağlı olarak değişkenlik arz edecektir.

### III. Yargıtay Kararı Işığında Aracı Hizmet Sağlayıcının Sorumluluğu

#### A. Karara Konu Olay

İnternet ağı üzerinden hizmet aracılığı yapan www.ciceksepeti.com'dan sipariş verdiği trüf paketi içerisinde sigara izmariti çıkması üzerine tüketici, Esenler Tüketici Hakem Heyetine başvuruda bulunarak ayıplı ürün teslim edilmesinden dolayı bedelin iadesini talep etmiştir. 6502 sayılı Tüketicinin Korunmasına Hakkındaki kanuna göre *“Ayıplı mal, tüketicieye teslimi anında, taraflarca kararlaştırılmış olan örnek ya da modele uygun olmaması ya da objektif olarak sahip olması gereken özellikleri taşımaması nedeniyle sözleşmeye aykırı olan maldır.”* Bu madde doğrultusunda Tüketici Hakem Heyeti, tüketicinin talebinin kabulüne ve bedelin iadesine karar vermiştir.

Bunun üzerine Çiçeksepeti, kendisinin ayıplı ürün tesliminde taraf olmadığını, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcısı konumunda bulunduğu ve satıcı olmadığını, bu nedenlerle husumet yokluğunu ileri sürerek kararın iptal edilmesini talep etmiştir. Bu talebi inceleyen Bakırköy 5. Tüketici Mahkemesi, alıcının Çiçeksepeti platformuna güvenerek alışveriş yaptığını, Çiçeksepeti'nin tedarikçi firmadan komisyon aldığını ve bu nedenle verilen hizmetlerden sorumlu olduğunu belirtmiş; yanı sıra Çiçeksepeti'nin ödeme iadesi yaptıktan sonra malı tedarik eden firma ile kendi iç ilişkisi bulunması hasebiyle rücu etme hakkına sahip olduğunu vurgulayarak iptal talebini reddetmiştir. Kesin nitelik teşkil eden işbu karara karşı Adalet Bakanlığı, Çiçeksepeti'nin satıcı, ithalatçı veya üretici olmadığını ve aracı hizmet sağlayıcısı olarak faaliyet gösterdiğini belirterek, ETDHK madde 9 uyarınca ayıplı mallardan kaynaklanan sorumluluğun Çiçeksepeti'ne yüklenemeyeceğini ileri sürerek kanun yararına bozma talebinde bulunmuştur.

Nihayetinde Yargıtay 3. Hukuk Dairesi 15.11.2021 tarih, 2021/4000 E. ve 2021/11403 K. Sayılı Kanun Yararına Bozma Kararı ile, Çiçeksepeti'nin internet üzerinden elektronik ticaret yapılmasına inkân sunan bir aracı hizmet sağlayıcısı

olduğunu ve alıcının mesafeli satış sözleşmesinde satıcı olarak değerlendirilemeyeceği gerekçesiyle Bakırköy 5. Tüketici Mahkemesi kararını bozmuştur. Ayıplı üründen "Duman Pastanesi" unvanıyla Çiçeksepeti'ne ait platformda hizmet sağlayıcı olarak faaliyet gösteren işletmenin tek başına sorumlu olduğuna karar vermiştir. Yüksek mahkeme bu karara varırken 6502 sayılı Tüketicinin Korunmasına Hakkındaki Kanunda yer alan satıcı, ithalatçı, üretici ve sağlayıcı tanımlarını<sup>43</sup> incelemiş ve aracı hizmet sağlayıcı ve hizmet sağlayıcı kavramlarını göz önünde bulundurarak platformun salt aracılık hizmeti yapmasından yola çıkarak "güvenli liman"<sup>44</sup> muafiyetinden faydalandırmak suretiyle tüketici aleyhinde karar vermiştir.

## B. Aracı Hizmet Sağlayıcının Sorumluluğu Kapsamında Karara İlişkin Değerlendirmeler

Teknolojinin gelişiminin yanı sıra internete olan ulaşımın günümüzde daha da kolay hale gelmesi ile yukarıda tanımı ve türlerine değinilmiş olan aracı hizmet sağlayıcıları, elektronik ticarete oldukça geniş bir yer edinmeye başlamış adeta en önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. Çevrimiçi pazar yerlerinin, fiziksel bir mağaza gerekliliği olmaksızın satıcılara sınırsız bir müşteri kitlesine ulaşma fırsatı sunması, bu gelişmenin temel etkenlerinden biridir.

Bu bağlamda, ekonominin geleneksel ticaretten elektronik ticarete doğru önemli ölçüde dönüşmekte olduğu açık bir gerçektir. Ancak bu köklü değişikliğin her zaman olumlu sonuçlar doğurmayabileceği gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, Brezilya Yüksek Mahkemesi, dünya çapında ekonomik açıdan güçlü bir aktör olan Amazon için "iflah olmaz bir canavar" terimini kullanmıştır.<sup>45</sup>

<sup>43</sup> TKHK m.3/1: Satıcı, kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi, ithalatçı, kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere mal veya hizmetleri ya da bu malların hammaddelerini yahut ara mallarını ticari veya mesleki amaçlarla ithal ederek satım, kira, finansal kiralama veya benzeri bir yolla piyasaya süren gerçek veya tüzel kişiyi, sağlayıcı, kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye hizmet sunan ya da hizmet sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi, üretici, kamu tüzel kişileri de dâhil olmak üzere tüketiciye sunulmuş olan mal ya da bu malların hammaddelerini yahut ara mallarını üreticiler ile mal üzerine markasını, unvanını veya herhangi bir ayırt edici işaretini koyarak kendisini üretici olarak gösteren gerçek veya tüzel kişiyi ifade eder.

<sup>44</sup> Ayrıntılı açıklama için bkz. bölüm III. YARGITAY KARARI IŞIĞINDA ARACI HİZMET SAĞLAYICININ SORUMLULUĞU - 2) "Güvenli Liman" Muafiyet Rejiminin "Çiçeksepeti Kararı"nda Uygulanabilirliği Hususu.

<sup>45</sup> Google Brazil v. Dafra kararında Brezilya Yüksek Mahkemesi, Google'ın "iflah olmaz bir canavar" yaratmış olması karşısında, bu canavarın ortaya çıkardığı yıkıcı sonuçlara yine kendisinin katlanması gerektiğini belirtmiştir. Bkz. 24 Mart 2014 tarihli Google Brazil v. Dafra kararı (Temyiz no. 1306157/SP). Dava hakkında detaylı bilgiye WILMap Stanford internet sitesi üzerinden ulaşılabilir. Çevrimiçi erişim: <https://wilmap.stanford.edu/news/brazilian-supreme-court-found-google-liable-videos-parodying-dafra-commercials>. Konu ile ilgili ayrıntılı bilgi için Bkz. Büyüksağış, Erdem/Kahveci Defne; E-Ticaret Platformlarının Satılan Ayıplarından Sorumluluğu, YÜHFD, C.XIX, 2022/Özel Sayı, s.12.

Nitekim çalışmamızın konusu oluşturan Yargıtay'ın "Çiçeksepeti" kararında olduğu gibi tüketicilerin platformlar ve hizmet sağlayıcı karşısında adeta çaresiz kaldığı bir durum oluşmuştur.

Aşağıda incelediğimiz üzere, Yargıtay 3. Hukuk Dairesi'nin, Çiçeksepeti'nin malın ayıplı olmasından sorumlu olmadığı yönündeki kararına katılabilmek mümkün değildir.<sup>46</sup>

Yargıtay'ın kararını incelemeye geçmeden önce aracı hizmet sağlayıcının sorumluluğuna ilişkin olarak mevzuat kapsamında yer alan maddelere değinmekte fayda vardır.

ETDHK'nın 9. maddesi gereğince, aracı hizmet sağlayıcıları, kendilerinin sağladığı elektronik platformları kullanan gerçek ve tüzel kişilerin oluşturduğu içerikleri denetlemek, bu içeriği ve ilgili mal veya hizmetle ilgili yasalara aykırı faaliyetleri veya durumları araştırmakla sorumlu tutulmamışlardır. Salt hükmün lafzına bakılacak olursa tüm aracı hizmet sağlayıcılarının sunulan içerikten herhangi bir durumda sorumlu olmadığı sonucuna ulaşılabilir. Ancak bu hüküm yorumlanırken, E-Ticaret Kanunu'na temel teşkil eden AB E-Ticaret Yönergesi ve güncel hukuki gelişmeler de göz önünde bulundurulmalıdır.<sup>47</sup>

AB E-Ticaret Yönergesi'nin "Giriş hükümleri" dikkate alınmadan salt 14. Maddesine bakılacak olur ise söz konusu madde uyarınca aracı hizmet sağlayıcıların depolamış ya da iletmış olduğu bilgilerin doğru olup olmadığını denetleme yükümlülükleri bulunmamakta ve bu sebeplerle platformların sorumluluklarından söz edilememektedir.<sup>48</sup> Aracı hizmet sağlayıcıların sorumlu olma halleri ancak ihlalden haberdar edildikleri halde ihlale neden olan içeriği ivedilikle kaldırmadıkça söz konusu olabilmektedir.<sup>49</sup>

Görüldüğü üzere aracı hizmet sağlayıcının sorumluluğu gerek ulusal mevzuat gerekse de uluslararası mevzuat kapsamında sınırlı tutulmuştur. Ancak aracı

<sup>46</sup> Aksi yönde değerlendirmeler için Bkz. Can, Mehmet Çelebi, Prof. Dr. Rıza Ayhan'a Armağan, Yargıtay'ın "Çiçeksepeti" Kararı Perspektifinde Elektronik Ticarete Aracı Hizmet Sağlayıcıların Sorumluluğuna İlişkin Değerlendirmeler, C.II, s.683-709.

<sup>47</sup> Konuyla ilgili yeni çalışmalar için bkz. Erdem Büyüksagis, "Liability of E-Commerce Platforms for Third-Party Defective Products", in: Eva Maria Bel-ser/Pascal Pichonnaz/Hubert Stöckli (edit.), *Mélanges en l'honneur de Franz Werro*, Bern 2022, s.127-141; Gerhard Wagner, "Haftung von Plattformen für Rechtsverletzungen", GRUR 2020, s.329-337 ve 447-456; Catherine M. Sharkey, "Holding Amazon Liable as a Seller of Defective Goods: A Convergence of Cultural and Economic Perspectives", *Northwestern University Law Review* 2020, s.339-356; Edward J. Janger/Aaron D. Twerski, "The Heavy Hand of Amazon: A Seller not a Neutral Platform", *Brooklyn Journal of Corporate, Financial & Commercial Law* 2020, s.259-273; Laura Seritti, "Online Shopping and Quality Problems: What Safeguards for Platform Users Under the EU Consumer Protection Regime?", *Journal of European Consumer and Market Law (EuCML)* 2021, s.180-189.

<sup>48</sup> Bkz. AB E-Ticaret Yönergesi m.12 ve 13.

<sup>49</sup> Bkz. AB E-Ticaret Yönergesi m.14.

hizmet sağlayıcısının sorumluluğu, platform modellerinin çeşitliliği ve tarafların gerek tüketici gerek işletme gerekse de idare olabilmesi nedeniyle farklı mevzuat hükümleri kapsamında değerlendirilmesi gereken bir hukuki konudur.<sup>50</sup>

### 1. Çevrimiçi Platform Olarak Çiçeksepeti'nin Sorumluluğu

24.02.2020'de Avrupa Tüketici Örgütü, Amazon, AliExpress ve eBay gibi hacimli nitelikte aracılık hizmeti sunan çevrimiçi platformlardan satın alınan 250 ürünün %60'ından fazlasının AB güvenlik düzenlemelerine uymadığını açıklamıştır.<sup>51</sup> Benzer durum ABD Tüketici Ürün Güvenliği Komisyon'u tarafından Amazon'a karşı açılan bir davada dile getirilmiştir.<sup>52</sup>

Çiçeksepeti platformu aracı hizmet sağlayıcı niteliğinde olup satıcı yahut üretici değildir. Bununla birlikte organizasyon zincirinde de yer almamaktadır. Ancak yukarıdaki istatistiklerden de görüleceği ve çalışmaya konu somut olayda da incelendiği üzere satıcısı, üreticisi yahut organizasyon zincirinde yer almadığı bir ürün nedeniyle tüketicilerin zarara uğramaları oransal olarak gün geçtikçe artmakta olup bu durumun hukuken incelenmesi muhtaç hale gelmiştir.

Çevrimiçi platformlara aracısı oldukları zarara neden olan ayıplı üründen sorumluluk yüklenebilmesi açısından kusursuz sorumluluk hukuku bakımından incelenmesi yerinde olacaktır.

#### a. Satıcı Olarak Sorumluluğu

Bir aracı hizmet sağlayıcının aktif nitelikte olduğu bir başka deyişle işletmekte olduğu platformda bir araya gelmesine aracılık ettiği tarafların arasındaki sözleşmenin akdedilmesi ve ifası sırasında yoğun bir rolü ve etkisinin olduğunun tespit edilmesi durumunda platformun kanunda yer alan muafiyetlerden faydalanmaması gerektiği ve sorumluluklarının artırılmasının gerek hukuk düzeni gerekse e-ticaretin gelişimi açısından faydalı olacağı kuşkusuzdur.

Aktif hareket eden platformların "satıcı" olarak kabul edilmesi söz konusu olduğunda kanunda yer alan ve platformların sorumlu tutulmasına ilişkin olan boşluğun doldurulması konusunda yol kat edilmiş olacaktır. Zira güncel mevzuatımızda, satıcı/tedarikçilerin piyasaya sürmüş olduğu malların ayıplı olmasından dolayı çevrimiçi pazaryerlerine sorumluluk atfedilebilmesi için özel bir düzenleme öngörülmemiştir. Ülkemizdeki çevrimiçi pazaryerlerinin büyüme hızının

<sup>50</sup> Can, s.689.

<sup>51</sup> Basın açıklaması için bkz. <https://www.beuc.eu/press-releases/two-thirds-250-products-bought-online-marketplaces-fail-safety-tests-consumer-groups>.

<sup>52</sup> 7 Temmuz 2021'de ABD Tüketici Ürün Güvenliği Komisyonu, Çin merkezli şirketler tarafından üretilen ve Amazon platformunda satılan potansiyel olarak tehlikeli ürünleri geri çağırmaya zorlamak amacıyla idari şikayette bulunarak söz konusu platforma karşı bir dava açmıştır. Bkz. Erdem Büyüksağış, Extensions of Strict Liability to E-Retailers, JETL 2022; 13(1), s.65.

arttığı bir dönemde, Türk hukuku bağlamında çevrimiçi pazar yerlerinin satıcı olarak kabul edilip edilmemesi gerektiğinin incelenmesi önemlidir.

Öncelikle yasal düzenlemede taraflardan birinin tüketici olduğu halde satıcının tanımının incelenmesi gerekmektedir. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (“TKHK”) madde 3/1(i) uyarınca “*kamu tüzel kişileri de dahil olmak üzere ticari veya mesleki amaçlarla tüketiciye mal sunan ya da mal sunanın adına ya da hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişiler*” satıcı olarak kabul edilmektedir. Satıcının tanımı, sadece tüketiciye mal sunan gerçek veya tüzel kişileri değil, aynı zamanda bu kişilerin adına veya hesabına hareket edenleri de içermektedir. Çevrimiçi pazaryerinin tedarikçilerle aksettikleri sözleşmelerde ürün bedelinin tedarikçi/satıcı adına çevrimiçi pazaryeri tarafından tahsil edileceği ve akabinde tedarikçiye ödeneceğinin öngörülmesi, çevrimiçi pazaryerlerinin satıcılar adına ve hesabına hareket ettiğinin somut ve açık göstergesidir.<sup>53</sup>

Çiçeksepeti kararında, TKHK'daki satıcı tanımına yer verildiği halde Çiçeksepeti'nin bu kapsamda değerlendirilmediği görülmektedir. Yargıtay, “Duman Pastanesi”nin satıcı olduğunu belirtmiştir. Ancak TKHK madde 3/1(i) uyarınca Duman Pastanesi hesabına hareket eden Çiçeksepeti de satıcı sayılması gerekmektedir. Zira Çiçeksepeti platformu, ödeme bedelini kendisi tahsil ederek komisyonunu aldıktan sonra satıcıya aktarması nedeniyle satıcının ad ve hesabına hareket etmekte ve bu nedenle de satıcı sayılması gerekmektedir. Yargıtay gerekli değerlendirmeleri yapmadan hüküm kurma yoluna giderek alıcıların zararlarını tazmin edebilmek için kullanabilecekleri mevcut bir hukuki dayanağın göz ardı edilmesine yol açmıştır.

Alıcının tüketici olduğu durumda aktif aracı hizmet sağlayıcıların TKHK kapsamında satıcı olarak kabul edilmesinde bir engel yoktur. Bu konuda Amerikan Temyiz Mahkemesi'nin birçok kararı bulunmaktadır. Kararların ortak noktası ise elektronik ticaret platformunu işletenlerin satıcı olarak kabul edilmesi halinde ayıplı üründen sorumlu olacağı yönündedir.<sup>54</sup>

Amerikan Temyiz Mahkemesi'nin, çevrimiçi pazaryerinin satıcı adına ya da hesabına hareket edip etmediği yahut alıcı nezdinde satıcı olduğu yönünde izlenim uyandırıp uyandırmadığının tespiti ve en nihayetinde platformun sorumlu tutulup tutulamayacağına ilişkin olarak metodolojisinde uyguladığı dört faktör bulunmaktadır.

<sup>53</sup> Büyüksağış/Kahveci, Yargıtay Dergisi, s.314.

<sup>54</sup> Çelenkoğlu, Reyhan; İnternette Elektronik Ticaret Ortamı Sağlayan Aracı Hizmet Sağlayıcıların Yüklümlükleri ve Alıcıya Karşı Hukuki Sorumluluğu, Galatasaray Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2023, s.74 vd.

Bunlar;

- Pazaryerinin, pazarlama zincirindeki pazaryerindeki kişiler arasında zarar gören alıcının tazmin için başvurabileceği tek muhatap olup olmadığı;
- Mala ilişkin geri bildirimleri ve raporları değerlendirerek ayıplı malların piyasaya sürülmesini önleyebilecek ve ürün güvenliğine teşvik edebilecek konumda bulup bulunmadığı;
- Ayıplı malın piyasada sirkülasyonunun önlenmesinde avantajlı konumda olup olmadığı;
- Satıcı/tedarikçi ile olan iç ilişkisi sayesinde ayıptan doğan zararların tazmin maliyetini rücu edemeyeceği hususlarıdır.

Bu sorulara verilen cevaplar ile platformların tedarikçi/satıcı ile alıcı arasında kurulan sözleşmelerdeki rolü ve bunun yoğunluğu belirlenebilir ve en nihayetinde platformun satıcı olarak değerlendirilmesi söz konusu olduğunda sorumluluğundan da söz edilebilir.

Çalışma konusu kararda tüketici, Çiçeksepeti ismine duyduğu güvenle alışveriş yaptığı ve platformun aktif bir platform olarak hareket ettiği açıktır. Kararda TKHK'da yer alan satıcı tanımına yer verilmiş ancak platformun bu tanıma uyup uymadığı incelenmemiştir. Platform ile yapılan üyelik sözleşmelerinde<sup>55</sup> görüldüğü üzere mal bedelinin tedarikçi/satıcı adına tahsil edileceği ve ardından ödeme yapılacağı düzenlemesine yer verilmiştir. Bu durumda Çiçeksepeti platformunun salt aracılık faaliyeti yapmadığı, bunun ötesine geçecek şekilde aktif hareket ettiği ve bu nedenle de TKHK md.3/1(i) uyarınca satıcı sayılarak ayıplı üründen doğan zarardan sorumlu tutulması gerekmektedir.

#### **b. Organizasyon Sorumluluğu**

Bu aşamada ele alınması gereken temel soru, kusurlu ürün dağıtan elektronik ticaret platformlarının sorumluluğa tabi olup olmayacağıdır. Bu hususun açıklığa kavuşması amacıyla öncelikle Türk Borçlar Kanunu'nun Organizasyon Sorumluluğuna ilişkin maddesi ele alınmalıdır.

Türk Borçlar Kanunu md.66/3 uyarınca organizasyon sorumluluğu, işletme kavramı esas alınarak düzenlenmiştir. Kar amaçlı işletmelerin yanı sıra, amacını gerçekleştirmek için işletme işleten denek ve vakıflar gibi kurumlar da bu hüküm kapsamında işletme sayılmaktadır. Madde metni incelendiğinde görüleceği üzere odaklanılan süje çalıştırılan kişilerden ziyade işletmenin kendisidir.<sup>56</sup> Bu neden-

<sup>55</sup> Bkz. Dn. 62.

<sup>56</sup> İsviçre Federal Mahkemesi, 9 Ekim 1984 tarihli meşhur "Schachtrahmen" kararında, adam çalıştıran firmanın çalıştırdığı kişileri seçme, talimat verme ve denetleme yükümlülüğünü yerine

le işletmenin çalışma düzeni dolayısıyla bir zarar meydana geldiğinde çalıştıran, kusursuz olarak sorumlu olacağı gibi herhangi bir kurtuluş kanıtı da getiremeyecektir.<sup>57</sup> Organizasyon sorumluluğu adam çalıştıranın sorumluluğundan ayrı bir ağırlaştırılmış kusursuz sorumluluk türüdür.<sup>58</sup>

Bu açıklamalardan hareketle e-ticaret platformlarının sorumluluğuna değinecek olursak, bir e-ticaret platformunda ürün veya hizmet sunan bir işletmenin faaliyetlerinin, bu faaliyetleri kendi platformu üzerinden organize eden çevrimiçi pazaryerlerinin faaliyetine dahil olduğunu söylemek uygun olacaktır. Zira reklamını yaptığı, satışında aktif rol oynadığı, ürün üzerine kendi marka işaretini koyduğu mallar bakımından söz konusu platformun TBK 66/3 uyarınca adam çalıştıran işletme olduğu düşünülebilir. Bu nedenle de platformlar, organizasyonlarına ilişkin bir zararın ortaya çıkmayacağına dair gerekli önlemleri aldığını kanıtlamadıkça doğan zarardan sorumlu tutulacak ve herhangi bir kurtuluş kanıtı da getirmeleri mümkün olmayacaktır.

Tüm bu nedenlerle işletmesini her anlamıyla gözetim ve denetime tabi tutması ve zararın doğmaması için gerekli makul özeni göstermesi durumunda dahi, dağıtım zincirinde aktif olarak yer alan çevrimiçi pazaryerleri sorumlu olmaları doğaldır.<sup>59</sup> Çiçeksepeti kararında da ayıplı ürünün organizasyon zincirinde yer aldığı açık olup bu yönüyle de sorumlu olduğu görülmektedir.

## 2. "Güvenli Liman" Muafiyet Rejiminin "Çiçeksepeti Kararı"nda Uygulanabilirliği Hususu

Çalışmaya konu olayda Yargıtay hüküm kurarken mevzuat kapsamında aracı hizmet sağlayıcının sorumluluğuna ilişkin getirilen kanun maddelerinin lafzi yorumu ile hareket etmiştir. Ancak söz konusu maddelerde yer alan sorumluluk muafiyetinin her somut olayda ayrı şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

E-ticaretin gelişimi ve gerek sosyal gerekse de ekonomik katkılarının önüne set çekilmemesi amacıyla olmazsa olmaz aktörlerinden olan platformların, "güvenli liman" olarak tabir edilen düzenlemeler ile fikri mülkiyet hakkı, telif hakkı ihlali ile bir takım haksız fiiller bakımından sorumluluktan muaf tutulmalarını sağlamak suretiyle söz konusu çevrimiçi hizmet sağlayıcılar korunmaya çalışılmıştır.

getirdiğini, ancak yükümlülüğünün kapsamının bunlarla sınırlı olmadığını, işletmenin üretimde hataya yol açmayacak şekilde örgütlenmesi ve zararını engelleyecek her türlü önlemi almış olması gerektiğini belirtilerek ortaya çıkan zarardan işletmeyi sorumlu tutmuştur.

<sup>57</sup> Ahmet Türkmen, 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanununa Göre Organizasyon Sorumluluğu (TBK M. 66/III), İÜHF 2012, s.262.

<sup>58</sup> Detaylı açıklamalar için bkz. Erdem Büyüksağış, La responsabilité de l'entreprise régie par l'art.65 al.3 du Projet du Code des Obligations Turc: Une disposition différente de celles prévues par les principes du droit européen de la responsabilité civile?, Erdoğan Teziç'e Armağan, 2005, s.931-949.

<sup>59</sup> Büyüksağış, Kahveci; s.165-168.



Bununla birlikte, bu muafiyet rejiminin kapsamının sınırlı olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. Zira yukarıda bahsettiğimiz üzere AB E-Ticaret Yönergesi'nin giriş hükümleri ("*preambles*") arasında yer alan 42. paragraf ile "güvenli liman" muafiyetinin sınırları net bir şekilde çizilmiştir. Buna göre salt teknik, otomatik ve pasif platform faaliyetleri özelinde söz konusu muafiyet rejimi uygulanabilecektir.<sup>60</sup>

Görüldüğü üzere bir platformun sorumlu olup olmadığını belirlemek için platformun niteliği öncelikli olarak incelenmeli, mevzuatta yer alan hükümlerin lafzi yorumları ile hareket etmeden ve ayrıca mehaz Direktifi'nde kanunumuza eksik olarak alındığı gözden kaçırılmadan yorumlanmalıdır.

Öncelikli olarak somut olayda aracı hizmet sağlayıcıların aktif ya da pasif olduklarının tespiti gerekir. Bir aracı hizmet sağlayıcının aktif veya pasif olarak sınıflandırılmasında göz önünde bulundurulması gereken temel husus, oluşturduğu platform üzerinde gerçekleştirilen sözleşmenin kurulması ve icrası sırasındaki rolü ile bu rolün yoğunluğudur. Sahibinden.com gibi mal veya hizmet alım-satımına aracılık eden platformların pasif ve teknik bir hizmet sunduğu kabul edilebilir. Bu tür pasif çevrimiçi pazaryerlerinin satış ilişkisi üzerinde önemli bir etkisinin bulunması zor görünmektedir. Bu nedenle, pasif bir şekilde faaliyet gösteren çevrimiçi pazaryerlerinin, üçüncü tarafların sağladığı ayıplı ürünlerden sorumlu tutulmaması gerekmektedir.<sup>61</sup>

Direktifin giriş hükümlerinde çizilen sınırların yanı sıra Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD)<sup>62</sup> da bazı kararlarında "güvenli liman" muafiyetini ortadan kaldıran kararlara hükmetmiştir. Öyle ki, çevrimiçi pazaryerlerinin sorumluluktan muaf tutulabilmeleri için sadece teknik ve otomatik veri işleme işleviyle pasif aracılık hizmeti sağladıklarını kanıtlamaları gerektiğini; alıcılar ve tedarikçilerin verileri üzerinde belirli bir hakimiyet ve etki sağlayabilecekleri aktif bir rol oynuyorlarsa, "güvenli liman" muafiyetinden yararlanma haklarının bulunmadığını kabul etmiştir.

<sup>60</sup> Bkz. Dipnot 40.

<sup>61</sup> Büyüksağış/Kahveci, Yargıtay Dergisi, Nisan 2022, C.48, S.2, s.310-311.

<sup>62</sup> ABAD'ın Airbnb (Airbnb Ireland, C-390/18, EU:C:2019:1112) ve Uber (Asociacion Profesional Elite Taxi v Uber Systems Spain SL., C-434/15, EU:c:2017:981.) kararları bu yöndedir. Airbnb ve Uber'in AB Adalet Divanı (ABAD) tarafından değerlendirilen, bu platformların hukuki niteliği üzerine yapılan incelemeler sonucunda, pasif hizmet sağlayıcı mı yoksa aktif hizmet sağlayıcı mı olarak nitelendirilebileceği konusunda bir karar verilmiştir. ABAD, Airbnb'yi ev sahipleri ile misafirler arasında iletişim kurmalarını sağlayan bir emlakçı olarak değerlendirmiştir, çünkü Airbnb ev sahiplerine pasif bir aracılık hizmeti sunmaktadır. Öte yandan, ABAD, Uber'in sürücülerin seçimi, ulaşım koşullarının belirlenmesi, hizmet fiyatının belirlenmesi ve ödemelerin tahsil edilmesi gibi önemli konularda büyük bir kontrol sahibi olduğu için Uber'i aktif bir taşıma hizmeti sağlayıcı olarak nitelendirmiştir. (Büyüksağış/Kahveci, Yargıtay Dergisi, s.310 vd.).

Eleştirimizin odağında bulunan “Çiçeksepeti” kararı, aktif aracı ve pasif aracı kavramlarına ayırım yapmaması nedeniyle temel bir sorun içermektedir. İncelenen karara bakıldığında, Çiçeksepeti’nin aktif bir aracılık rolünü üstlendiği sonucuna varmak güç değildir. Çiçeksepeti, birçok kargo şirketiyle anlaşmalar yaparak satıcılara indirimler sunmakta ve bazı durumlarda kargo ücretini tamamen karşılamaktadır.<sup>63</sup> Tedarikçiler, yalnızca Çiçeksepeti aracılığıyla alıcılarla iletişim kurabilmekte<sup>64</sup> ve ödemeler Çiçeksepeti tarafından tahsil edilmektedir.<sup>65</sup> Ürünlerin paketlenmesi ve gönderilmesi sırasında Çiçeksepeti’ne özel logolar kullanılabilir.<sup>66</sup>

Tedarikçilere, Çiçeksepeti platformunu kullanmaları durumunda sunulan bu imkanlar, bir bütün olarak ele alındığında, Çiçeksepeti’nin pasif bir rol üstlenmek yerine satış ilişkisinde aktif bir rol oynadığı ve bu nedenle E-Ticaret Kanunu’nun 9. maddesinde yer alan “güvenli liman” düzenlemesinin kapsamının dışında olduğu görülebilir<sup>67</sup>

Bu bağlamda, inceleme konusu yapılan diğer bir husus, E-Ticaret Kanunu’nun 9. maddesine göre aracılardan muafiyet kapsamının sınırlarının belirlenmesi gerektiğidir. Söz konusu hükme göre, aracı hizmet sağlayıcılar sunulan içeriği denetlemek veya incelemekle yükümlü değildirler. Ancak, somut olayda olduğu gibi çevrimiçi platformda sunulan içerik ile doğrudan ilgisi olmayan ve malın kendisinde meydana gelen bir kusurun, bu muafiyet kapsamında değerlendirilmemesi ve E-Ticaret Kanunu’nun 9. maddesi kapsamında aracı hizmet sağlayıcının sorumluluğundan muaf tutulma gerekçesi olarak kullanılmaması gerektiği üzerinde durulması gereken bir diğer önemli noktadır.<sup>68</sup>

Yargıtay’ın verdiği bu karar ile kanun maddesini lafzen yorumladığı, platformun niteliğini dikkate almadığı açıktır. Bu durum ile platformların sorumluluktan kaçınmalarına ve tüketicilerin çoğu zaman zararlarının tazminini talep dahi edemeyecek durumda kalmalarına neden olmaktadır. Zira çoğunlukla platformda hizmet veren tedarikçi hizmet sağlayıcıların kimliği tüketiciler tarafından bilinmemekte, bilirse dahi zararın tazmini için başvurabileceği bir muhatap bulamamaktadır. Bu yönüyle doktrinde Yargıtay’ın Çiçeksepeti kararı eleştirilmiş ve olumsuz etkisini azaltabilmek amacıyla, Yargıtay’ın aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluğuyla ilgili yeni uyuşmazlıklarda sunulan hizmetin niteliğini değerlen-

<sup>63</sup> <https://ciceksepeti.dev/siparis/siparis-kargo-srecleri/cicek-sepeti-kargo-entegrasyonu>, (E.T.03.11.2023).

<sup>64</sup> <https://akademi.ciceksepeti.com/sikca-sorulan-sorular/>, (E.T.03.11.2023).

<sup>65</sup> <https://www.ciceksepeti.com/ciceksepeti-uyelik-sozlesmesi>, (E.T.03.11.2023). Çiçeksepeti Üyelik Sözleşmesi madde 4.6.

<sup>66</sup> <https://www.ciceksepetidukkan.com/sarf-malzemeler>, (E.T.03.11.2023).

<sup>67</sup> Büyüksağış/Kahveci, YÜHFD, s.146.

<sup>68</sup> Büyüksağış/Kahveci, Yargıtay Dergisi, s.312.

direrek, salt teknik ve pasif aracılık faaliyetinin söz konusu olmadığı durumlarda "güvenli liman" muafiyet rejiminin uygulanmasından kaçınılması gerektiği belirtilmiştir.<sup>69</sup> Bu şekilde, aktif rol oynayan pazaryerlerinin daha fazla sorumluluk taşınması teşvik edilebilir ve tüketicilerin haklarının daha iyi korunması sağlanabilir.

Nitekim Yargıtay'ın son dönemde çıkan bir kararında bu kararın aksi yönünde hüküm kurduğu görülmektedir.<sup>70</sup> 2022 yılı Haziran ayında Resmi Gazete'de yayınlanan ilgili kararda özetle, alıcı tarafından PTT Avm internet sitesi üzerinden satın alınan bir televizyon ekranının kırılmış olması ve kendisine bizzat teslim edilmemesi nedeniyle sağlayıcı PTT Avm'ye karşı dava açılmıştır. Yargıtay, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m.48/5'e atıfta bulunarak 3. Kişilerin oluşturdukları sistem çerçevesinde satıcı/sağlayıcıların; mal veya hizmetlerinin tüketicilere ulaşmasına aracılık ettiği ve aynı zamanda satıcı/sağlayıcı adına tüketiciden mal veya hizmetlerin bedelini tahsil ettiği durumda satıcı/sağlayıcı gibi tüketicilere karşı sorumlu olacağını ifade etmiştir.

## Sonuç

Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un hazırlandığı dönemde Avrupa Birliği'nin E-Ticaret Direktifinin mehzaz alındığı görülmektedir. Yine de gerek direktifin bütününe etki eden ve oldukça önemli nitelikte bulunan "giriş hükümleri"nin dikkate alınmaması gerekse de o dönemdeki teknoloji ve elektronik ticaretin ulaşacağı boyutların tahmin edilememesi nedeniyle kanunda boşluk olduğu görülmektedir. Zira elektronik ticaretin vazgeçilmez aktörlerinden olan platformlar, mevcut durumda alıcı ve satıcılar arasında pasif bir yer sağlayıcı olmanın çok ötesine geçerek adeta tedarik zincirinde yer alan bir satıcı gibi hareket etmektedir.

Bu durum tüketici/alıcıların platforma duydukları güveni artırmakta ve hatta platformların tek satıcı konumunda olduklarını düşündürmelerine neden olmaktadır.

Bu nedenlerle ETDHK'nda yer alan "güvenli liman" muafiyet rejiminin, mesafeli satımlardaki teknolojik gelişime ayak uydurabilecek şekilde revize edilmiş olması nedeniyle birçok mağduriyete sebebiyet vermektedir. Çalışma konusu Yargıtay kararında da durum değişmemiş ve platformun sorumlu tutulması mümkün olmamıştır.

Aracı hizmet sağlayıcılara "güvenli liman" muafiyetinden yararlanma imkânı tanıyan yasal düzenlemeler, alıcıların çevrimiçi platformlar üzerinden piyasaya sürülen mallardan doğan zararlarının tazminine engeldir. Hüküm, çevrimiçi

<sup>69</sup> Büyüksağış/Kahveci, Yargıtay Dergisi, s.305-320; Büyüksağış/Kahveci, YÜHFD, s.125-174.

<sup>70</sup> Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 29/09/2022 Tarih 2022/3467 Esas ve 2022/6446 K. Sayılı Kararı (SinerjiMevzuat), (E.T.10.10.2023).

pazaryerlerinin gelişimi öngörülerek getirilmediğinden günümüzde yeniden yorumlanmaya muhtaçtır.

Birçok açıdan incelenen platformların sorumluluğu konusunda kusursuz sorumluluk hususunun ön plana çıktığı görülmektedir. Kusursuz sorumluluk yüklenen platform ürün güvenliğine bizzat dikkat etmeye çalışacaktır. Bu yönüyle dahi, şartlar sağlandığı takdirde, platformların sorumlu tutulması olumlu sonuç doğuracağı şüphesizdir.

Görünüşe göre, olumlu ve olumsuz yönlerinin yanı sıra uzun vadede birbirinden farklı çevrimiçi platform türleri, bu yöndeki giderek artan talep ile teknolojinin dinamik ve canlı yapısından kaynaklanan temellere dayanarak varlığını sürdürecektir. Önemli olan bu gelişmelere ayak uydurarak kanundaki boşlukları verilecek kararlar ile doldurmaktır.

## Kaynakça

- Baranika, K. (2020) A Study on Comparison of Traditional Commerce and Electronic Commerce, *Studies in Indian Place Names (UGC Care Journal)*, Vol.40(19).
- Büyüksağış/Kahveci, Yargıtay Dergisi, Nisan 2022, C.48, S.2.
- Büyüksağış, Erdem/Kahveci Defne; E-Ticaret Platformlarının Satılanın Ayıplarından Sorumluluğu, YÜHFD, C.XIX, 2022/Özel Sayı.
- Büyüksağış, Erdem, "Liability of E- Commerce Platforms for Third-Party Defective Products", in: Eva Maria Bel- ser/Pascal Pichonnaz/Hubert Stöckli (edit.), *Mélanges en l'honneur de Franz Werro*, Bern 2022.
- Büyüksağış/Cumaloğlu/Kahveci; E-ticaret ve Çevrimiçi Pazaryerleri Üzerinden Satılanın Ayıbından Sorumluluk, İstanbul, 2023.
- Büyüksağış, Erdem, *Extensinons of Strict Liability to E-Retailers*, JETL 2022; 13(1).
- Büyüksağış, Erdem, *La responsabilité de l'entreprise régie par l'art.65 al.3 du Projet du Code des Obligations Turc: Une disposition différente de celles prévues par les principes du droit europeen de la responosabilité civile?*, Erdoğan Teziç'e Armağan, 2005, s.931-949.
- Caleb T. Carr/Rebecca A. Heyes, *Social Media: Defining, Developing and Divining*, *Atlantic Journal of Communication* 2015.
- Can, Mehmet Çelebi, Prof. Dr. Rıza Ayhan'a Armağan, Yargıtay'ın "Çiçeksepeti" Kararı Perspektifinde Elektronik Ticarete Aracı Hizmet Sağlayıcıların Sorumluluğuna İlişkin Değerlendirmeler, C.II, Ankara 2022.
- Canpolat, Önder, *E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği, Ankara, Mart, 2001.
- Çelenkoğlu, Reyhan; *İnternette Elektronik Ticaret Ortamı Sağlayan Aracı Hizmet Sağlayıcıların Yükümlülükleri ve Alıcıya Karşı Hukuki Sorumluluğu*, Galatasaray Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2023.
- Çelik, T., *Elektronik Ticaret ve Rekabet Hukuku Kapsamında Çok Taraflı Pazar Yerleri*, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019.
- Gezder, Ümit, *Elektronik Ticaret Hukuki İşlemlerinin Ayrımı - Dijital içerik ve Hukuki Niteliği*, MÜHF Hukuk Araştırmaları Dergisi, Prof. Dr. Cevdet Yavuz'a Armağan, C.22, S.3, 2016.
- Gezder, Ümit, *İçerik Sağlayıcı ve Yer Sağlayıcının Hukuki Sorumluluğu ve Sorumluluk Muafiyeti*, Beta Yayınları, İstanbul 2017.
- Hamamcıoğlu, Esra, *Elektronik Ticaretin Hukuksal Boyutu*, KOSBED, 2018, S.35.
- Kahveci, Defne; *Sermaye Piyasası Hukukunda Kitle Fonlama Platformları*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2023.
- Kaya, Ferman, *E-Ticaret Hukuku ve Tüketici Hukukundaki Uygulamaları*. Ankara, 2016.

Kristof Fe Buysere/Oliver Gajda/Ronald Kleverlaan/Dan Marom, A Framework for European Crowdfunding, 2012.

Kübra Yıldız, Elektronik Ticaret ve Hukukumuzdaki Durumu Üzerine Kısa Bir İnceleme, İstanbul Barosu Dergisi Cilt: 92, Sayı: 6, Yıl: 2018.

Sağlam, İpek; Elektronik Sözleşmeler, 1. Bası, İstanbul 2007.

Uyanık, Kadir, Rekabet Hukuku Kurallarının Elektronik Ticarete Uygulanması, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2021.

### **İnternet Kaynakları**

<https://www.mfa.gov.tr/elektronik-ticaret.tr.mfa> 1998.

Sacher Report, OECDiLibrary, (Çevrimiçi) [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/sacher-report\\_237058611046](http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/sacher-report_237058611046).

Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Electronic Commerce, [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/minist\\_e/mc11\\_e/briefing\\_notes\\_e/bfecom\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/mc11_e/briefing_notes_e/bfecom_e.htm).

Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü (OECD), Electronic Commerce, <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>.

Eurostat Statics Explained, Glossary, (<https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:E-commerce>).

OECD, An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation, s.20, Çevrimiçi Erişim: [https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation\\_53e5f593-en#page4](https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation_53e5f593-en#page4).

Sinerji Mevzuat.

<https://ciceksepeti.dev/siparis/siparis-kargo-srecleri/cicek-sepeti-kargo-entegrasyonu>.

<https://akademi.ciceksepeti.com/sikca-sorulan-sorular/>.

<https://www.ciceksepeti.com/ciceksepeti-uyelik-sozlesmesi>.

<https://www.ciceksepetidukkan.com/sarf-malzemeler>.