

**T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



FRANCHİSE SÖZLEŞMESİ VE UYGULAMADAKİ ÖNEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Buse Naz BÜYÜKKALAY

**Özel Hukuk Ana Bilim Dalı
Özel Hukuk Programı**

ARALIK, 2022

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



FRANCHİSE SÖZLEŞMESİ VE UYGULAMADAKİ ÖNEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Buse Naz BÜYÜKKALAY
(Y2112.220020)

Özel Hukuk Ana Bilim Dalı
Özel Hukuk Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Kemale Leyla BİNGÖL

ARALIK, 2022

ONAY FORMU

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Franchise Sözleşmesi Ve Uygulamadaki Önemi” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (24/11/2022.)

Buse Naz BÜYÜKKALAY

ÖNSÖZ

Öncelikle tez konusunun seçiminde ve tez yazım aşamasında bana her zaman büyük destek veren danışmanım sayın Dr. Öğr. Üyesi Kemale Leyla Bingöl hocama, çok sevgili annem Şerife Çiçek ve babam Zafer Çiçek'e benden hiç esirgemedikleri destekleri sebebiyle, sevgili yol arkadaşım eşim Berat Kamil Büyükkalay'a her zaman yanımda olduğu için, akademik çalışmalarını örnek aldığım Dr. Saynur Çiçek'e bu süreçte verdiği motivasyon ve gönderdiği iyi dilekleri için, daima benimle birlikte olan kız kardeşim Zeynep Ceren Durgut'a ve tez yazım aşamasında bana gösterdikleri anlayış sebebiyle sayın çalışma arkadaşlarım Yusuf Kılıç, Begüm Varoloğlu Yazıcı ile Dilek Akgün'e teşekkürlerimi sunarım.

Aralık,2022

Buse Naz BÜYÜKKALAY

FRANCHİSE SÖZLEŞMESİ VE UYGULAMADAKİ ÖNEMİ

ÖZET

Ekonomik ve coğrafi verilere göre oluşan jeopolitik bilimi ülkemiz açısından oldukça büyük bir değere sahiptir. Türkiye, dünyanın en önemli petrol rezervlerinin bulunduğu Orta Doğu ve Hazar Havzası ile başlıca deniz taşımacılığı kavşağı konumunda bulunan Akdeniz Havzası içerisinde yer almakla birlikte Karadeniz Havzası, boğazlar, Balkanlar, Kafkasya ve Orta Asya'nın oluşturduğu coğrafi bölgenin merkezinde konumlanmıştır.

Ülkemiz, adeta medeniyetler arası köprü niteliğine sahip olan bu konumu neticesinde birçok markanın pazarlama gücünün test ettiği cazip bir adres halinde gelmiştir. Bu sebeple; Türkiye, dünya standartlarında geçerlilik kazanmış ve uluslararası boyutta mal ve hizmet sağlama kapasitesi bulunan markaların; yeni pazarlara açılabilme ve büyümek için tercih ettiği sayısız franchise sözleşmesine ev sahipliği yapmaktadır.

Türkçe bir karşılığı bulunmayan 'Franchise' kelimesi yüksek derece yargı kararlarında ve öğretide 'imtiyaz' kelimesi ile anlamlandırılmıştır. İmtiyaz kelimesi, franchise verenin, franchise alana sunduğu franchise sistemine entegre olma, markanın maddi ve gayri maddi değerlerini kullanma ve sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin pazarlama boyutundaki ayrıcalığını ifade eder. Franchise veren ve franchise alan sıfatında iki farklı tarafın bulunduğu franchise sözleşmeleri, süreklilik unsuruna sahip bir çerçeve sözleşmedir. Franchise sözleşmesinde, taraflar arasında karşılıklı bir şekilde hak ve borçlar mevcuttur, bir tarafın borç konusu diğer tarafın hakkının kaynağıdır.

Franchise sistemi; franchise verenin, sözleşme öncesi franchise alana karşı aydınlatma yükümlülüğü ile başlamakla, franchise sisteminin gayri maddi sonuçlarının franchise veren nezdinde doğmasını sağlamak ve franchise alan nezdinde patent hakkı, marka hakkı, ticaret ünvanı, işletme adı, mal ve/veya hizmetlerin tanıtıcı unsurlarının sunumu şeklinde devam etmektedir.

Franchise sözleşmesinde; franchise verenin yükümlülükleri karşısında ise franchise alanın franchise verene ücret ödeme, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma gayesi ve franchise verenin menfaatlerini korumak ile sadakat yükümlülüğü şeklinde başlıca örneklendirebileceğimiz borçları mevcuttur.

Anahtar Kelime:Franchise sözleşmesi, franchise sistemi, franchise veren, franchise alan, franchising

FRANCHISE AGREEMENT AND IT'S IMPORTANCE IN PRACTICE

ABSTRACT

Geopolitical science, which is formed according to economic and geographical data, has a very critical value for our country. Turkey is located in the Middle East and Caspian Basin, where the world's most important oil reserves are located, and the Mediterranean Basin, which is the main maritime transport junction, and is located in the center of the geographical region formed by the Black Sea Basin, the straits, the Balkans, the Caucasus and Central Asia.

Our country, as a result of its position as a bridge between civilizations, has become an attractive address where the marketing power of many brands is tested. Therefore; Turkey, the brands that have gained validity in world standards and have the capacity to provide goods and services on an international scale; It hosts numerous franchise agreements that it prefers to expand and expand into new markets.

The word 'franchise', which does not have a Turkish equivalent, has been interpreted with the word 'concession' in high-level judicial decisions and teaching. The word concession expresses the privilege of the franchisor in terms of integrating into the franchise system offered to the franchisee, using the tangible and intangible values of the brand, and marketing the contractual goods and services. Franchise agreements, in which there are two different parties, franchisor and franchisee, are a framework agreement with a continuity element. In the franchise agreement, mutual rights and obligations arise between the parties, the subject of the debt of one party constitutes the right of the other party.

Franchise system; It starts with the obligation of the franchisor to inform the franchisee before the contract, to ensure that the intangible results of the franchise system are born before the franchisor, and continues in the form of the presentation of the patent right, brand right, trade name, business name, goods and / or services introductory elements before the franchisee.

In the franchise agreement; In the face of the obligations of the franchisor, the franchisee has debts that can be exemplified as paying a fee to the franchisor, aiming to increase the version of the goods and/or service subject to the contract, protecting the interests of the franchisor and loyalty obligation.

Key words: franchise agreement, franchise system, franchisor, franchisee, franchising

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ONUR SÖZÜ	i
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
I. GİRİŞ	1
II. FRANCHISE SÖZLEŞMESİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE TANIMI..	3
A. Tarihsel Gelişim.....	3
B. Franchise Sözleşmesinin Tanımı	4
1. Franchise Sözleşmesinin Doktrin Kapsamında Tanımı.....	4
2. Franchise Sözleşmesinin Uluslararası Franchising Derneği (UFRAD) Tarafından Yapılan Tanımı	6
3. Franchise Sözleşmesinin Yargı Kararları Çerçevesinde Değerlendirilen Tanımı	6
4. Franchise Sözleşmesi İçin Bizim Tercih Ettiğimiz Tanım	7
III. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN UNSURLARI, HUKUKİ NİTELİĞİ, FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNE UYGULACAK HÜKÜMLER VE FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN TARAFLAR NEZDİNDEKİ FAYDALARI VE SAKINICALARI.....	9
A. Franchise Sözleşmesinin Unsurları	9
1. Sürekli Borç İlişkisi	9

2. Franchise Alanın Bağımsız Olarak Kendi Ad ve Hesabına Çalışması	11
3. Franchise Veren Tarafından İmtiyaz Konusu Lisansın Arzı.....	12
4. Franchise Sözleşmesinde Dikey İlişki Unsuru ve Rekabet Hukuku Kapsamında Değerlendirilmesi	14
5. Ücret Unsuru	16
B. Franchise Sözleşmesinin Hukuki Niteliği.....	17
C. Franchise Sözleşmesine Uygulanacak Hükümler	19
D. Franchise Sözleşmesinin Taraflar Nezdindeki Faydaları Ve Sakıncaları.....	22
1. Franchise Sözleşmesinin Franchise Alan Nezdinde Etkileri	22
a. Franchise Alan Nezdindeki Faydaları	22
b. Franchise Alan Nezdindeki Sakıncaları.....	24
2. Franchise Sözleşmesinin Franchise Veren Nezdinde Etkileri	26
a. Franchise Veren Nezdindeki Faydaları	26
b. Franchise Veren Nezdindeki Sakıncaları.....	28
IV. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN BENZERLERİ İLE KARŞILAŞTIRMASI, FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN TÜRLERİ VE FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN ŞEKLİ.....	31
A. Franchise Sözleşmesinin Benzerleri İle Karşılaştırılması	31
1. Lisans Sözleşmesi ile Karşılaştırılması	31
2. Vekalet Sözleşmesi ile Karşılaştırılması.....	33
3. Acentelik Sözleşmesi ile Karşılaştırılması.....	36
4. Tek Satıcılık Sözleşmesi ile Karşılaştırılması.....	39
5. Hizmet sözleşmesi ile karşılaştırılması	42
6. Adi Ortaklık Sözleşmesi ile Karşılaştırılması	45
7. Know How Sözleşmesi ile Karşılaştırılması.....	48
B. Franchise Sözleşmesinin Türleri.....	51
1. Tarafların Buldukları Ülkelere Göre Farklılaşma.....	51

a. Ulusal Franchise Sözleşmesi	51
b. Uluslararası Franchise Sözleşmesi	52
2. Dağıtım Kanallarına Göre Farklılaşma	53
a. Taraflarının İmalatçı Perakendeci Rollerine Sahip Olduğu Franchise Sözleşmesi.....	53
b. Tarafların Toptancı Ve Perakendeci Rollerine Sahip Olduğu Franchise Sözleşmesi.....	54
c. Tarafların İmalatçı Ve Toptancı Rollerine Sahip Olduğu Franchise Sözleşmesi.....	55
d. Tarafların Her İkisinin de Perakendeci Rolüne Sahip Olduğu Franchise Sözleşmesi.....	56
3. Franchise Alan Kapsamında Farklılaştırma.....	56
a. Bölge Franchise Alıcısının Bulunduğu Franchise Sözleşmesi (Master Franchise).....	56
b. Yavru Şirket Alıcısının Bulunduğu Franchise Sözleşmesi.....	58
c. Birden Fazla Franchise Alan Tarafın Bulunduğu Franchise Sözleşmesi ..	59
4. Dikey İlişki Unsuru Sonucu Oluşan Farklılaşma.....	59
a. Tabiiyet Franchise Sözleşmesi	60
b. Ortaklık Franchise Sözleşmesi	61
5. Franchise Sözleşmesine Konu Pazarlama Faaliyetleri Açısından Farklılaşma	61
a. Konusu Mal ve Üründen Oluşan Franchise Sözleşmesi.....	61
b. İşletme Sistemindeki Franchise Sözleşmesi	62
C. Franchise Sözleşmesinin Şekli	63
V. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNDE TARAFLARIN BORÇLARI	67
A. FRANCHİSE VERENİN BORÇLARI	67
1. Sözleşme Öncesi Franchise Veren Franchise Alanı Aydınlatma Yükümlülüğü.....	67

2. Franchise Sisteminin Gayri Maddi Unsurlarının Franchise Alan Nezdinde Doğmasını Sağlamak Boyutundaki Sorumluluğu	72
a. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Patent Hakkının Sunumu ..	72
b. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Marka Hakkının Sunumu..	74
c. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Ticaret Unvanı ve İşletme Adının Sunumu	77
d. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Mal Ve Hizmetlerin Tanıtıcı Unsurlarının Sunumu	82
e. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Know How Unsurlarının Sunumu.....	83
3. Franchise Verenin Franchise Alanı Koruma ve Destekleme Borcu	86
a. İşletmenin Kurulması ve Donanımında Yardımcı Olmak	87
b. Franchise Alanı Eğitmek Ve Bilgi Vermek.....	89
c. Reklam Yapmak	89
4. Franchise Sözleşmesinde Açıkça Belirtilmiş İse Franchise Verenin Franchise Alana Teslim Borcu	90
5. Franchise Verenin Franchise Alan İle Rekabet Etmeme Yükümlülüğü	91
B. Franchise Alanın Borçları	93
1. Ücret Ödeme Borcu	93
a. Başlangıç Ücreti (Giriş Ücreti).....	93
b. Sürekli Franchise Ücreti (Royalty Ücreti).....	95
c. Diğer Ödemeler	98
2. Franchise Sözleşmesine Konu Mal Veya Hizmetin Sürümünü Gerçekleştirmek Ve Artırmak İçin Gerekli Edimleri Yerine Getirme Borcu	98
a. Franchise Alanın Kendisine Sunulan Gayri Maddi Malları Kullanma Borcu	98

b. Franchise Veren Tarafından Verilen Talimatlara Uyma Ve Franchise Verenin Kontrollerine Katlanma Borcu	100
3. Franchise Verenin Menfaatlerini Korumak ve Sadakat Borcu	101
a. Rekabet Etmeme Borcu	101
b. Sır Saklama Yükümlülüğü	103
c. Bizzat İfa Borcu Ve Sözleşmeden Doğan Haklarını Devredememesi	104
d. Bilgi Ve Hesap Verme Borcu	107
4. Franchise Sözleşmesine Konu Mal Ve/Veya Hizmetin Sürümü Esnasında Kullanılacak Malzemeleri Franchise Verenden Veya Franchise Veren Tarafından Belirlenen Üçüncü Bir Kişiden Tedarik Etme Borcu	109
VI. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİ VE TARAFLAR NEZDİNDE DOĞURDUĞU BORÇLAR	111
A. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİ	111
1. Franchise Sözleşmesinin Kendiliğinden Sona Ermesi.....	111
a. Franchise Sözleşmesinin Süresinin Sona Ermesi	111
b. Taraflardan Birinin Ölümü, İflası veya Fiili Ehliyet Kaybı Hali	112
2. Sözleşmenin Hukuki İşlem İle Ona Ermesi	113
a. Anlaşma Yolu İle Sona Ermesi (İkale Yolu İle Sözleşmenin Sona Ermesi).	113
b. Tek Taraflı Hukuki İşlem İle Sona Erdirme	114
B. Sona Ermenin Taraflar Üzerindeki Etkileri	121
1. Franchise Verenin Sözleşme Sonrası Geri Alım Borcu.....	121
2. Franchise Alanın Sözleşmenin Sona Ermesinden İtibaren Kendisine Sunulan Gayri Maddi Malları Kullanmaya Devam Etmeme Ve Geri İade Borcu	123
3. Denkleştirme İstemi (Müşteri Tazminat Sorunu)	125
4. Sözleşme Sonrası Rekabet Yasağı	127
VII. SONUÇ	131

VIII. KAYNAKÇA.....	133
ÖZGEÇMİŞ.....	143

KISALTMALAR LİSTESİ

a.g.e.	: Adı Geçen Eser
a.g.m.	:Adı Geçen Makale
bkz.	:Bakınız
md.	:Madde
HD	:Hukuk Dairesi
TBK	:Türk Borçlar Kanunu
TDK	:Türk Dil Kurumu
TMK	:Türk Medeni Kanunu
TTK	:Türk Ticaret Kanunu
s.	:Sayfa
UFRAD	: Ulusal Franchise Derneği
YY	: Yüzyıl

I. GİRİŞ

Gelişen teknoloji, uluslararası lojistik, pazarlama gücü, reklam, işbirliği anlaşmaları, popüler akımlar şeklinde artırılabileceğimiz dinamikler günümüz tüketim anlayışında önemli ölçüde değişikliklere sebep olmuştur. Tüketicinin dilediği ürüne kolaylıkla ulaşabilmesi, ilgili ürün pazarında bulunan diğer ikame mallar arasında seçim yapabilme yetisinin artması, mal ve hizmet yelpazesinin genişlemesi karşısında markalar pazarlama kabiliyetleri ile sınanırlar.

Franchise Sözleşmesi ve Uygulamadaki Önemi başlıklı çalışmamızda; franchise sözleşmesinin taraflarını oluşturan franchise veren ve franchise alan nezdinde değerlendirmelere yer verilerek franchise sözleşmesinin pratik hayatta nasıl şekillendiğinin okuyucuya aktarılması hedeflenmiştir.

Ticari teşebbüslerin pazar paylarını artırmak gayesi ile en sık başvurdukları yöntemler arasında yer alan franchise sözleşmesi ile bir yandan franchise verenin denetim ve kontrol mekanizması işlevsel kılınırken diğer yandan franchise alanın korunması ve desteklenmesi fonksiyonelleşmektedir.

Çalışmamız; “Franchise sözleşmesinin tarihsel gelişimi ve tanımı”, “Franchise sözleşmesinin unsurları, hukuki niteliği, uygulanacak hükümler, taraflar nezdindeki faydaları ve sakıncaları”, “Franchise sözleşmesinin benzerleri ile karşılaştırılması, franchise sözleşmesinin türleri ve şekli”, “Franchise sözleşmesinde tarafların borçları” ve “Franchise sözleşmesinin sona ermesi ile sona ermenin sonuçları” ana başlıkları altında toplam beş bölümden ibaret olup; konunun karşı taraf açısından daha iyi özümsemesi amacıyla anlatımlara yer verilen; ilgili alt başlıklar, ilk derece ve yüksek derece mahkeme kararları, öğretideki farklı görüşler, mevzuat ile somut örnekler ile desteklenmiştir.

II. FRANCHISE SÖZLEŞMESİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE TANIMI

A. Tarihsel Gelişim

Uluslararası hukukta; imtiyaz, hak, hükümetçe tanınan hak veya bağımsızlık anlamına karşılık gelen franchise kelimesinin; zaman içerisindeki devinimi incelemek istersek orta çağ Fransa'sına uzanmamız gerekmektedir. Terminolojik kökeni Anglo Fransızca'dan gelen franchise terimi; özgür, ruhsatlı anlamındaki "franch-" köküne dayanmaktadır¹. Her ne kadar franchise terimi endüstri devrimi neticesinde popülerlik kazansa da aslında temeli feodal sistemin hüküm sürdüğü dönemlere kadar uzanmaktadır. Şöyle ki; franchise kavramı, 15. Yüzyılda, feodal beyin yönetiminde bulunan tarım arazilerinin bir kısmını yine kendi himayesinde çalışan sınıfa sahip kişilere belirli veya belirlenebilir bir ücret karşılığında işletmesi, söz konusu arazilerde üretim gerçekleştirilmesi ve bu eylemler neticesinde bu kişilerin kazanç sağlaması için arazi sahibinin tanıdığı imtiyaz anlamına gelmekte idi².

Bir otorite tarafından sunulan imtiyaz kavramının; biraz daha somutlaştığı 18. Yüzyılın başlarında ise, Franchise olgusunun örnekleri İngiltere'de karşımıza çıkmaktadır. Şöyle ki; Merkezi otorite tarafından ekonomik gücü sebebiyle kabul görmüş firmalara verilen işletme veya üretim lisansları, lisans sahibi büyük ölçekli şirketler tarafında görece daha küçük çaplı teşebbüslere kararlaştırılan ücret karşılığında kullanılmıştır/kiralanmıştır³.

Gelişen teknoloji ve rekabetçi pazar esaslarına göre ticari hayatın revize edildiği tarihte ise franchise sistemi altlık-üstlük hiyerarşisinden ziyade eşitler arası bir boyuta evrilmiştir. Günümüzde kabul gören modern anlamda franchise

¹Etimoloji Sözlüğü, https://www.etimolojiturkce.com/Erişim_Tarihi:25_Mart_2022

²Micheal Martinek, Franchising, Grundlagen der zivil- und Wettbewerbsrechtlichen Behandlung der Vertikalen Gruppenkooperation beim Absatz von Waren und Dienstleistungen, Heidelberg, 1987, s. 33, aktaran, Çiğdem Kırcı, "Franchise Sözleşmesi", Ankara Üniversitesi, 1996, s. 4.

³Burcu İrge Erdoğan, **Milletlerarası Özel Hukukta Franchise Sözleşmesine Uygulanacak Hukuk**, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2016, s. 3.

uygulanmasına en yakın örneğini 19. Yüzyılda ABD’de görmekteyiz. Bağımsız tacirlere ve seyyar satıcılara franchise veren Isaac Singer-Singer Sewing isimli şirket kendi markasını ve ürünlerinin çeşitli coğrafi bölgedeki pazarlara ulaşmasını hedeflemiştir. Singer’in izlediği bu yöntem, akabinde General Motor’s ve çeşitli otomotiv şirketleri tarafından da benimsenmiş ve franchise teriminin uygulama alanı giderek genişlemiştir⁴.

Ülkemizde ise franchise sisteminin uygulanabilirliği ancak 1980’li yıllara denk gelmektedir. Gelişen ülke statüsünde bulunan Türkiye, ekonomik gücünü ve uluslararası alanda pazar hacmini artırmak gayesi ile yabancı yatırımcıya franchise ile muhtemel ve cazip pozisyonlar oluşturmuştur. 1985 yılında TURİYAP, McDonald’s ile franchise alan sıfatı ile anlaşma gerçekleştirmiş, böylece ülkemizde yabancı ortaklı franchise uygulamasına başarılı bir örnek oluşturmuştur. Takip eden yıllarda başta fast food sektörü olmak üzere; otomotiv, teknoloji, tekstil, turizm gibi bir çok lokomotif sektörde franchise uygulamaları görülmeye başlanmıştır⁵.

B. Franchise Sözleşmesinin Tanımı

Yasal mevzuatta ayrıca düzenlenmeyen franchise sözleşmesini tanımlarken gerek doktrindeki görüşler gerekse de yargı kararlarındaki tanımlar bize yardımcı olmaktadır. Muhteviyatı itibariyle karşılıklı iki tarafa borç yükleyen sözleşmelerden sayılan franchise sözleşmesi, ekonomik hayatta işgal ettiği geniş ve önemli yeri sebebiyle birçok tanımlamaya konu olmuştur.

1. Franchise Sözleşmesinin Doktrin Kapsamında Tanımı

Doktrinde kabul görmüş ve en fazla tercih edilen Gürzumar’ın tanımına göre franchise sözleşmeleri: “*Franchise verenin, kendisine ait üretim, işletme ve pazarlama sistemini oluşturan fikrî ve sınai unsurlar üzerinde, franchise-alana kullanma (lisans) hakları tanıyarak onu kendi işletme organizasyonuna (yani söz konusu sisteme göre faaliyet gösteren işletmeler zincirine) entegre etmek ve onu bu sisteme dayanan ticari faaliyeti sırasında devamlı olarak desteklemek borcu altına girdiği; franchise alanın ise hem (söz konusu sistemin içerdiği ve franchise*

⁴Bahar Şimşek, “Franchising Sözleşmesi”, İstanbul Üniversitesi, 2016, s. 26.

⁵Taner Sarısoy, **Tüm Yönleriyle Franchising, Forfaiting, Factoring, Leasing İşlemleri Vergi Muhasebe Uygulamaları**, Ankara, Maliye ve Hukuk Yayınları, 2011, s. 13.

verenin belirlediği ilkelere uymak ve kendisine kullanma hakkı verilen fikrî /sınai unsurlardan yararlanmak kaydıyla) bu sisteme dâhil mal veya hizmetlerin sürümünü kendi nam ve hesabına yapmayı ve desteklemeyi, hem de franchise verene belli bir ücret ödemeyi taahhüt ettiği; sürekli borç ilişkisi kuran, kanunda düzenlenmemiş ve tam iki tarafa borç yükleyen bir çerçeve sözleşmedir” şeklinde açıklanmaktadır⁶.

Kırca'nın franchise sözleşmesini tanımlarken tercih ettiği anlatım ise: “Franchise sözleşmesi, konusu bir mal ve/veya hizmetin sürümü ve dağıtımı olan sürekli bir sözleşme olup, bununla mal ve/veya hizmeti üreten ve/veya satan franchise veren; adı, sembolü, markası gibi gayri maddi mal ve değerlerini kullanarak bunların sürümünü yapma hakkını bir ücret karşılığında, belli bir bölgede kendi ad ve hesabına çalışan, bağımsız kişilere (franchise alanlara) vermeyi borçlanır.” şeklinde olup, aynı Gürzumar gibi franchise veren ve franchise alan rollerine sahip kişiler için ayrı yükümlülüklerin bulunduğunu belirtmiştir. Kırca'ya göre, franchise sözleşmesinde franchise veren konumundaki kişinin; franchise alanı sürekli korumak yükümlülüğünün yanında, sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetlerin en iyi şekilde pazarlanmasını sağlamak için gerek pazar araştırması gerekse de reklam/işbirliği çalışmaları yapmak ve bu organizasyon şemasına franchise alanı etkin bir şekilde dahil etmesi beklenmekte iken, sözleşmenin diğer tarafı olan franchise alan için ise kararlaştırılan ücreti ödemenin dışında, temsil ettiği mal ve/veya hizmetin satış politikasını doğru bir şekilde uygulamak, franchise veren tarafından verilen direktiflere bağlı kalmak, kendisine telkin edilen kurs, eğitim, sertifika programı gibi aşamaları tamamlamak ve/veya başlamak şeklinde yükümlülükler yüklenmiştir⁷.

Franchise sözleşmesini bir dağıtım ve sürüm sistemi olarak tanımlayan Topçuoğlu ise Rekabet Hukuku kıstaslarına değinmeyi tercih ettiği tanımlamasında: franchise sözleşmesinin küçük işletmeler için piyasaya kabul ve tüketicinin seçimlerini kontrol etmedeki etkisine değinip, franchise verenin sözleşme konusu lisansın kendi koyduğu kurallara uygun bir şekilde uygulaması ve etkn hale getirmesi için yetkili kıldığı bir dikey bütünleşme sözleşme türü şeklinde açıklamaktadır. Ayrıca Topçuoğlu franchise veren tarafından franchise

⁶Osman Berat Gürzumar, **Franchise Sözleşmeleri ve Bu sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması**, İstanbul, Beta Basım, 1995, s. 10.

⁷Çiğdem Kırca, “Franchise Sözleşmesi”, Ankara Üniversitesi, 1996, s. 21.

alana telkin ettiği kayıtların bağlayıcı olduğu ve bu hususta franchise verenin dikey kontrol yetkisine sahip olduğunu vurgulamaktadır⁸.

2. Franchise Sözleşmesinin Uluslararası Franchising Derneği (UFRAD)

Tarafından Yapılan Tanımı

Franchise Sistemi'nin; Türkiye'de doğru öğrenilmesine, sağlıklı gelişmesine, temel kurallarının belirlenmesine ve uygulanmasına, Türk Hukuk Sistemi içerisindeki konumunun netleşmesine, franchise alan ve veren tarafın haklarının korunmasına, tüm bu görevlerin yerine getirilmesi için gereken bilgi kaynaklarının oluşturulmasına katkı sağlama misyonu ile hareket eden ve bu doğrultuda franchise veren bütün firmaları bünyesinde toplayan, yıllık 35 milyar \$'lık ticari işlem hacmine sahip Türkiye'deki Franchising Sisteminin tek temsilcisi olan UFRAD⁹ ise franchise sözleşmesini: franchise veren rolündeki firma tarafından evvel vakitte başarılı sonuçlar elde etmiş ve piyasaya sürme lisansına hak kazanmış mal ve/veya hizmetin; finansal açıdan kendisinden bağımsız bir konumda olan franchise alana belirli kıstaslar çerçevesinde sunulan pazarlama ve dağıtım yetkisi şeklinde tanımlamaktadır¹⁰.

3. Franchise Sözleşmesinin Yargı Kararları Çerçevesinde Değerlendirilen

Tanımı

Yüksek derece mahkeme kararlarında ise franchise sözleşmesi: “...*bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın belirli bir süre şart ve sınırlamalar dâhilinde işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek sağlamak suretiyle imtiyaz hakkına konu ticari işleri yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği imtiyazdan doğan uzun dönemli ve sürekli bir iş ilişkileri bütünü olup, birbirinden bağımsız iki taraf arasında meydana getiren sözleşmesel ilişki*” şeklinde tanımlanmıştır¹¹. Dikkat çekeceği üzere Yargıtay franchise sözleşmesini tanımlarken etimolojik bir değerlendirme ile Anglo Fransızca “franc-“ kelime kökünün anlamı olan imtiyaz kelimesinden yola çıkarak iki taraf arasındaki sürekli bir iş ilişkisi olduğunu vurgulamıştır.

⁸Metin Topçuoğlu, “Franchise Sözleşmesinde Bağlayıcı Kayıtlar ve Rekabet Hukuku”, **Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi**, 2003, cilt 22, sayı 1, s. 113-114.

⁹*<https://ufrad.org/hakkimizda/> Erişim Tarihi:26 Mart 2022

¹⁰UFRAD, **Franchising Seminer 4**, İstanbul, 23 Mart 1996, s. 10.

¹¹Yargıtay 19. Hukuk Dairesinin, 25/06/2001 tarih, 2001/819 Esas, 2001/819 Karar sayısı ile verdiği kararı.

4. Franchise Sözleşmesi İçin Bizim Tercih Ettiğimiz Tanım

Bizim görüşümüze göre ise; Franchise alan ve franchise veren şeklinde tanımlanan franchise sözleşmesinin karşılıklı iki tarafı için, imtiyaz veren ve imtiyaz alan unvanlarının tercih edilmesi gerekir. Şöyle ki, sözleşme serbestisi gereği toplumun farklı sosyal-ekonomik kesimlerinden, birbirinden bağımsız taraflar arasında gerçekleşebilen franchise sözleşmesinde, sözleşme taraflarının karşılıklı menfaatinin korunması aşamasında, söz konusu sözleşmesel ilişkide yabancı kökenli veya yabancı dildeki kelimelerin kullanılması sözleşmenin içeriğinin soyutlaşmasına sebep olduğu ve akabinde tarafların birbirine karşı olan hak ve borçlarının eksiksiz bir şekilde yerine getirilmesine tehdit oluşturduğu kanaatindeyiz. Bu husustan ziyade sözleşme taraflarının yükümlülüklerinin veya birbirlerine karşı öne sürebilecekleri haklarının mümkün olduğunca geniş ve zamanın koşullarına uygun dinamik bir şekilde belirlenmesi gerektiği, keza sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin devamlılığını sağlamak, pazarda hakim konumuna getirmek ve rekabetçi piyasa koşullarında hukuka uygun reflexler sergilemek için imtiyaz alan ve imtiyaz verenin yükümlülükleri dönemin ekonomik şartlarına göre farklı şekillenebilecektir.

Bu minvalde franchise sözleşmesinin tanımı yapılırken tarafların borçlarının ve haklarının ancak örnek halinde asli görülen unsurdan başlanıp sıralanabileceği, mutlak ve sabit yükümlülükler dışında (franchise alanın ücret ödemesi gibi) güncel/mevcut şartlar gereği yoruma açık olduğu düşüncesi ile birlikte franchise sözleşmesini; imtiyaz veren firmanın daha öncesinde tüketicinin seçimine sunduğu, mutlak bir tanınabilirlik elde ettiği veya ilgili ürün pazarında hak sahibi olduğu lisanslı mal ve/veya hizmetin dağıtımını ve pazarlamasını kendisinden bağımsız bir teşebbüse belirli sınırlamalar ve kıstaslar çerçevesinde kontrol ve denetim yetkisine haiz bir şekilde sunduğu sui generis ve aynı zamanda çerçeve nitelikte bir sözleşme olduğunu söyleyebiliriz.

III. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN UNSURLARI, HUKUKİ NİTELİĞİ, FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNE UYGULACAK HÜKÜMLER VE FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN TARAFLAR NEZDİNDEKİ FAYDALARI VE SAKINCALARI

A. Franchise Sözleşmesinin Unsurları

Franchise sözleşmesinin unsurlarını başarılı bir şekilde saptamak ve ilgili kavramları somutlaştırmak kanaatimizce oldukça önem arz etmektedir. Şöyle ki, çalışma konumuz franchise sözleşmesinin yasal mevzuatta ayrıca düzenlenmemiş olması, sözleşmenin taraflarına hak ve borçlar kapsamında düzenlemeler ile yükümlülükler öngörmesi, muhteviyatında sürekli borç ilişkisi barındırması, benzer nitelikte birçok farklı sözleşme bulunması gibi dinamikler sebebiyle unsurlarını net bir şekilde saptanması önem arz etmektedir.

1. Sürekli Borç İlişkisi

Muhteviyatında sürekli borç ilişkisi barındıran franchise sözleşmesi, tarafların edimlerini hemen veya belirlenen zamanda yerine getirdikleri sözleşmelerden farklı olarak sürekli veya belirli aralıklarla tekrarlanan ifa ister. Bu özelliği gereği franchise sözleşmesi, franchise veren ve franchise alan arasında kurulan özel bir güven ilişkisine muhtaçtır¹².

Franchise veren tarafından franchise alana belirli bir ücret karşılığında sunulan ilgili mal ve/veya hizmet lisansı kullanma imtiyazı sonucu oluşan yükümlülükler her iki tarafa da sürekli bir şekilde yerine getirme borcu yükler. Bu minvalde; üretim, pazarlama motivasyonu, satış politikası, işletme sistemi/pratiği, maddi ve gayrimaddi değerlerin aktarılması gibi esaslı edimler bir defaya mahsus şekilde değil, aksine sözleşme devam ettiği sürece kesintisiz ve periyodik tekrarlar halinde yerine getirilmelidir.

¹²Kırca, a.g.m., s. 23.

Bu özelliği sebebiyle franchise sözleşmeleri edimin ifası ile sona ermez, aksine sözleşme ancak olağan ya da olağanüstü fesih ile son bulabilir. Franchise sözleşmesinin sona ermesi başlığında bu konu ile ilgili ayrıntılı açıklamalara yer verileceğinden bu kısımda söz konusu farkı belirtmek ile yetinilmiştir.

Tarafların birbirine karşı olan sürekli borç ilişkisine konu olan edimlere örnek verirsek; sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin üretim metodu ve materyal, üretim ekipmanlarının teminini için sağlayıcı ara firmalar ile iletişim gibi birçok sahne arkası alanda gerçekleşen tedarik organizasyon şemasına franchise alanın dahil edilmesini, franchise verenin sürekli borçları arasında sayabiliriz¹³, madalyonun diğer tarafında bulunan franchise alanın ise; franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin piyasaya sürümünün gerçekleştirilmesi ve desteklenmesi, etki ettiği tüketici kitlesinin franchise konu mal ve/veya hizmeti tercih etme motivasyonunun korunması ile tatminini sağlanması ise en asli sürekli borçları arasında sayabiliriz.

Franchise sözleşmesinin sürekli bir borç ilişkisi olduğu, tarafların edimlerini devamlı ve tekrarlanabilir aralıklarla yerine getirme borcundan yukarıda bahsetmiştik. Burada asıl vurgulamak istediğimiz unsur; sürekli borç ilişkisinin organik yapısı gereği ancak çerçeve niteliğinde sözleşme ile başarıya ulaşabileceğidir.

Edimin ifası ile son bulmayan sürekli borç ilişkisi özelliğinin bir sonucu olarak taraflar güncel duruma göre dinamik kayıtlar içeren yeni sözleşmeler yapmak zorunda kalabilirler. Çerçeve hükümlerin belirtildiği franchise sözleşmesi dışında işin niteliğine göre sözleşme süresince farklı sayıda yeni sözleşmeler sağlanması, genel unsurların belirtildiği franchise sözleşmesi ile ulaşılmaması istenen gaye için gerekli olabilir. Daha da somutlaştırmamız gerekirse franchise alan açısından; imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak, desteklemek, tüketici kitlesini tatmin etmek ve genişletmek vb. şekilde edimler barındıran franchise sözleşmesi genel hatlarıyla franchise alanın yükümlülüklerini belirtir. Ancak bu genel hükümler çerçeve niteliği taşıdığından pratikte yeni sözleşmelere gebedir. Bu minvalde taraflar arasında sözleşme tarafları arasında mal ve/veya hizmet tedariki, hammadde sağlama, eğitim esasları gibi farklı gayrimaddi ve maddi konularda çeşitli yeni sözleşmeler gerçekleştirme ihtiyacı

¹³Gürzumar, a.g.e., s. 33.

oluşmaktadır. Muhteviyatı ve önemi gereği anlatıma konu diğer sözleşmeler için bizimde katıldığımız tanım Kırca'da yer almaktadır. Sözleşme süresince gerçekleşen franchise sözleşmesi dışında kalan diğer sözleşmeler Kırca'ya göre tamamlayıcı ve yardımcı sözleşmeler şeklinde belirtilmiştir¹⁴.

2. Franchise Alanın Bağımsız Olarak Kendi Ad ve Hesabına Çalışması

Franchise sözleşmesinde, franchise alanın konumu; kendi ad ve hesabına çalışması, teşebbüsünün kar ve zararından mutlak sorumlu olması, çalışanlarını belirlemedeki serbestisi, lokasyon seçimi gibi artırabileceğimiz sebepler neticesinde franchise verenden bağımsız ve özerk bir alana hükmettiğini söyleyebiliriz.

Doktrinde franchise alanın bağımsızlığının soyut bir kavram olduğu, sözleşme konusu lisansın kullanılması ve sürümünün artırılması aşamasında franchise verenden bağımsız bir şekilde hareket etmesinin mümkün olmadığı yönünde görüşler de mevcuttur. Franchise alanın, franchise verenin talimatlarına uygun bir şekilde hareket ettiği bu sebeple bağımsızlık unsurunun oluşmadığı görüşünde olanlar, söz konusu bağımsızlık kelimesinin haiz olduğu kelime anlamı dışında kullanıldığı ve göstermelik bir kavram savunmuşlardır¹⁵. Bizim de katıldığımız diğer görüşe göre ise; franchise alana ekonomik sınırlamalar getirilmiş olsa dahi hukuk platformunda ifalarından franchise verenden bağımsız olarak sorumlu tutulmaktadır¹⁶. Keza franchise alan, franchise verenden ayrı bir teşebbüste kendi ad ve hesabına çalışmakla birlikte işletmenin kurulması için gerekli sermayeyi kendi getirdiği gibi işletme materyallerinde tasarruf serbestine de sahiptir. Bu hususların dışında franchise veren tarafından fiyatların belirlenmesi, karlılık oranının saptanması, hedef bilançonun açıklanması veya basit tabir ile muhasebesinin kontrol edilmesi franchise alan nezdinde bağımlılık unsur için yeterli sayılmaz¹⁷. Erdem ise franchise alanın bağımsız olma halini acenteye benzetmiş ve franchise alanı bir tacir yardımcısı şeklinde belirtmiştir¹⁸.

¹⁴Kırca, a.g.e., s. 24.

¹⁵Rolf Walk, "Die 'neue' Selbstaendigkeit", DB, Heft 2 vom, 1992, s. 90-93'ten, aktaran, Çiğdem Kırca, "Franchise Sözleşmesi", Ankara Üniversitesi, 1996, s. 27.

¹⁶Gürzumar, a.g.e., s. 7.

¹⁷Kırca, a.g.m., s. 27-28, Şimşek, a.g.m., s. 89.

¹⁸H. Ercüment Erdem, **Milletlerarası Ticaret Hukuku**, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık, 2017, s. 420.

Nihayetinde; franchise alan işletmesinin bütün risklerinin, potansiyelinin, kar ve zararının tek muhatabı olduğu, her ne kadar imtiyaz konusu mal ve/veya hizmet lisansının kullanılmasında ve pazara sunulmasında franchise verenin talimatlarına uygun hareket etme yükümlülüğü altında olsa da, hukuki değerlendirmede bu talimatların sözleşmenin asli unsuru olduğu ve nihayetinde söz konusu talimatlara uygun davranışa dahi olağanüstü beklenmeyen durumlarda karşılaştığında zararının tazmini için franchise verene gidemeyeceği, menfi sonuçların kendi nezdinde doğacağından cihetle; franchise alanın bağımsız rolü olduğu savunmaktayız.

3. Franchise Veren Tarafından İmtiyaz Konusu Lisansın Arzı

Bu başlık altında franchise sözleşmesinin merkezinde yer alan edimlerin veya yükümlülüklerin ifası sırasında franchise alanın, franchise veren tarafından imtiyaz konusu lisansın kullanılmasına konu şemaya dahil edilmesini anlatmayı hedeflemekteyiz.

Bizim ‘Franchise Veren Tarafından İmtiyaz Konusu Lisansın Arzı’ alt başlığı ile yer verdiğimiz konu, doktrinde ‘Franchise Sistemi’, ‘Franchise Paketi’ gibi birçok benzer başlık altında incelenmiştir¹⁹. Vurgulanmak istenilen husus esasında franchise veren tarafından franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sunum yapısına etkin bir şekilde dahil olmasını sağlamak, franchise alan konumu ile hiyerarşide yer almasına sebep olmak ile pek tabi ki franchise alanı korumak gayesi ile gerçekleştirdiği edimler bütünü şeklinde açıklanabilir.

Franchise veren tarafından, franchise alana sunulan imtiyaz konusu mal ve/veya hizmete ilişkin lisansın arz ettiği önem ve içeriği gereği öğretide; ‘Pazarlama Anlayışı’, ‘Franchise Organizasyonu’ ve/veya ‘Gayri Maddi Değerler’ şeklinde alt başlıklarda incelendiğini görmekteyiz²⁰. Biz çalışmamızda ilgili alt başlıklarda yer verilen anlatımları; konu bütünlüğü içerisinde, mevcut ‘Franchise Veren Tarafından İmtiyaz Konusu Lisansın Arzı’ başlığı ile aktarmayı tercih etmekteyiz. Bu minvalde;

¹⁹Gürzumar, a.g.e., s. 6, Kırca, a.g.m., s. 28, Şimşek, a.g.m., s. 92, İrge Erdoğan, a.g.e., s. 3, Ayşe Tuğba Altıntaş, “Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları”, Ankara Üniversitesi, 2019, s. 26; Hasan Ali Güçlü, “Franchise Sözleşmesi”, Başkent Üniversitesi, 2020, s. 27.

²⁰Kırca, a.g.m., s. 28, Gürzumar, a.g.e., s. 35, Ayşe Güvercin Şahan, “Milletlerarası Özel Hukukta Franchise Sözleşmeleri”, İstanbul Üniversitesi, 2018, s. 17-19, Şimşek, a.g.m., s. 93-95, Altıntaş, a.g.m., s. 26-28.

Franchise sözleşmesinin tanımı yapılırken gerek doktrindeki görüşler gerek yüksek derece mahkeme kararları gerekse de karşılaştırmalı hukuk kaynakları incelendiğinde hepsinin pazarlama unsurunu bu sözleşme türünde esas kabul ettiğini söyleyebiliriz. Franchise sözleşmesinde; franchise alanın asli yükümlülüğü, imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin piyasa değerini korumak ve arttırmak ile birlikte başarılı bir sürüm grafiği elde etmektir.

Franchise verenin; imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin esaslarını oluşturan kriterlerin franchise alanda vücut bulmasına sebep olması amaçlanmaktadır. Daha evvelde franchise veren tarafından denenmiş ve piyasa şartlarında hedeflenen tüketiciye ulaşmış satış stratejileri, fiyatlama listeleri, işbirliği ve reklam anlaşmaları, servis ve hizmet anlayışı gibi artırabileceğimiz birçok argüman pazarlama anlayışı içerisinde yer almaktadır.

Franchise sözleşmesinde; franchise veren tarafından, franchise alan sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin piyasaya sürümünde marka değeri, amblem, logo, iç ve dış dizayn, motto veya slogan, misyon ve vizyon gibi birçok gayri maddi sayılabilecek know how bilgisi açısından desteklenmektedir. Franchise veren tarafından gayri maddi ve maddi enstrümanlar ile desteklenmeyen franchise alanın piyasada hüküm sürmesi mümkün olmadığı gibi bu halde sözleşme ile amaçlanan sürüm artırma gayesinin tam tersi durumlar ortaya çıkması mümkündür. Bu minvalde franchise verenin farklı coğrafi bölge dağıtımını veya pazarlamasını gerçekleştirmeyi arzuladığı böylece sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmayı hedeflediği sözleşmenin amacına ulaşamayacağı söylenebilir.

Özetlemek gerekirse; franchise sözleşmesinin temel yapıtaşını doğru, programlanmış, öngörülebilir ve uygulanabilir bir franchise sistemi oluşturmaktadır²¹. Söz konusu franchise sisteminde amaca uygun bir şekilde mekanizmaya dahil edilen roller ne kadar dinamik ise, franchise sözleşmesi ile ulaşılmak istenen amaç o kadar real boyutta olacaktır.

²¹Fikret Eren, **Borçlar Hukuku Genel Hükümleri**, Ankara, Yetkin Yayınevi, 4. Baskı, 2017, s. 905.

4. Franchise Sözleşmesinde Dikey İlişki Unsuru ve Rekabet Hukuku Kapsamında Değerlendirilmesi

Franchise veren ile franchise alan arasında yatay (eşitler arası) bir ilişkiden ziyade dikey (altlık üstlük hiyerarşisi) boyutta değerlendirilebilecek bir ilişki söz konusudur.

Franchise veren ile franchise alanın ekonomik boyutta farklı hiyerarşik konumda bulunmalarından cihetle bir ortaklık ilişkisinden bahsedilemez²². Franchise veren, franchise alana göre üst konumdadır²³. Bu minvalde Franchise veren ve franchise alan arasındaki dikey ilişki Rekabet Hukuku'nda bir takım hukuki düzenlemeleri de beraberinde getirmiştir.

4054 sayılı Rekabet Kanunu'nda ikinci kısım birinci bölüm "Yasaklanan Faaliyetler" başlığı altında, "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar" alt başlığı ile dördüncü maddede rekabet yasağı ilkesinin temel hususları düzenlenmiştir²⁴. Maddeye göre; "*Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.*" şeklinde teşebbüsler arası rekabette hukukun korumadığı eylemler belirtilerek, rekabete ilişkin esas teşkil eden hususlar belirtilmiştir.

Kanunun dördüncü maddesinin devamında hukuka aykırı eylemlere örnek niteliğindeki durumlar gösterilmekle birlikte, 'Bu haller, özellikle şunlardır;' şeklinde satır başı yapılarak rekabet otoritesince gerçekleşecek, hukuka aykırı eylem vasıflandırılmasının her somut olayın özelliklerine göre ayrı değerlendirmesinin önü açık bırakılmıştır. Kanunda sınırlı sayıda olmamak ile birlikte örnek mahiyetinde verilen haller arasında; mal veya hizmetin arz ya da talep miktarının kontrolü veya bunların piyasa dışında belirlenmesi, münhasır bayilik hariç olmak üzere, eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanması, mal veya hizmet piyasalarının bölüşülmesi

²²Eren, a.g.e., s. 903.

²³İrge Erdoğan, a.g.e., s. 3.

²⁴*<https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Mevzuat/4054-sayili-kanun/> Erişim Tarihi: 01 Nisan 2022

ile her türlü piyasa kaynaklarının veya unsurlarının paylaşılması ya da kontrolü ve devamındaki bentler gösterilmiştir.

2002/2 tebliğ numaralı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği²⁵ ile dikey anlaşmalar kanununun dördüncü maddesinde belirtilen rekabet yasağı hallerinden muaf tutulmuştur²⁶.

Tebliğde belirtilen muafiyet koşullarının sağlanmasına ilişkin anlatımda ilgili ürün pazarı terimi ile sıklıkla karşılaşılabileceği için, bu bölümde ilgili ürün pazarının kısa bir tanımı yapmayı tercih etmekteyiz.

Coğrafi bölge ve ürün yaklaşımı ile tanımlanan ilgili ürün pazarı Rekabet Hukuku'nun temelini oluşturmaktadır. Pazar tanımlamasına ihtiyaç duyulmasının sebebinin, ikame mal veya hizmetlerin piyasada karşılaştıkları rekabet koşullarının belirlenmesi olduğunu vurgulayabiliriz. Rekabet Kurulu tarafından pazar tanımı; teşebbüsler arasındaki mevcut veya muhtemel rekabetin sınırlarını tespit etmek için kullanılan bir araç şeklinde tanımlanmaktadır²⁷. Bu minvalde ilgili pazarın belirlenmesi, Rekabet Kurulu'nun etkili ve dinamik bir rekabet politikası uygulaması için ilk şart olarak kabul edilir.

2002/2 numaralı tebliğ ikinci madde incelendiğinde, tebliğ kapsamındaki muafiyetin ancak; sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %30'u aşmaması durumunda uygulanacağı belirtilmiştir²⁸. İlgili maddenin devamında tek alıcıya sağlama yükümlülüğü içeren dikey anlaşmalarda muafiyet şartının sağlanması için ise alıcının dikey anlaşma konusu malları ve hizmetleri aldığı ilgili pazardaki payının %30'u aşmaması koşul olarak belirtilmiştir²⁹.

Tebliğin ikinci maddesinden devam edersek; araştırma konumuza ilişkin düzenlemelere dördüncü fıkrada yer verildiğini görmekteyiz. Düzenlemeye göre;

²⁵*[https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-\(2021-4-degisiklikleri-islenmis\)-20211108175938391-pdf/](https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-(2021-4-degisiklikleri-islenmis)-20211108175938391-pdf/) Erişim Tarihi: 02 Nisan 2022

²⁶İ. Yılmaz Aslan, **Dikey Anlaşmalara İlişkin Yeni Grup Muafiyeti Tebliği**, Bilgi Toplumunda Hukuk Ünal Tekinalp'e Armağan, C.II, İstanbul, Beta Basım, 2003, s. 5 (Dikey Anlaşmalar).

²⁷Rekabet Kurumu, **İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz**, Kabul Tarihi 10/01/2008, Karar Sayısı: 08-04/56-M.

²⁸Fıkranın eski hali: **“(Değişik: 2007/2 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği; RG- 25.05.2007, 26532)** Bu Tebliğ ile sağlanan muafiyet, sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %40'ı aşmaması durumunda uygulanır.”.

²⁹Fıkranın eski hali: “Tek alıcıya sağlama yükümlülüğü içeren dikey anlaşmalarda muafiyet, alıcının dikey anlaşma konusu malları ve hizmetleri aldığı ilgili pazardaki payının %40'ı aşmaması koşuluyla uygulanır.”.

dikey anlaşma ilişkisine konu mal ve/veya hizmetin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin düzenlemeler içermekle birlikte fikri hakların gayri maddi değerlerin alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanılmasına ilişkin düzenlemelere ilişkin kayıtlar barındıran franchise sözleşmesinin muafiyet kapsamında yer alması için; amaçlanan mal ve/veya hizmetin sürümünü artırılması için fikri hakların devrinin vazgeçilmez bir kriter olmaması, sözleşmenin esas gayesi haline getirilmemesi şart konulmuştur.

Bu minvalde; imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin lisansının kullanılması ve bu neticede pazarın genişletilmesi hedeflenen Franchise sözleşmelerinde pek tabii amaca ulaşmak için fikri hakların kullanılacağı; lakin bu hakların kullanımının sözleşmenin temel amacını oluşturmadığı sözleşmeler olduğunda ancak grup muafiyetinden yararlanabileceklerini söyleyebiliriz³⁰.

2002/2 numaralı tebliğde belirtilen muafiyet şartları kendi nezdinde oluşmayan franchise sözleşmesinin taraflarının; rekabet ihlallerine karşı kendilerini savunabilecekleri bir diğer yasal düzenleme 4054 sayılı Rekabet Kanunu'nda 'Muafiyet' kenar başlıklı beşinci maddede yer almaktadır. Bu muafiyet kapsamında dikey anlaşmaların yer aldığını görmekteyiz. Madde ile hedeflenen muafiyet türü bireyseldir³¹. Kanunun dördüncü maddesindeki rekabetin sınırlamasına yönelik yasak eylemlere istisnai haller getiren bu düzenlemeye göre; malların üretim veya dağıtım ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması, tüketicinin bu gelişmeden yarar sağlaması, ilgili piyasada önemli bir bölümünde rekabetin mümkün olması ve korunması ile araç amaç denkleminde rekabeti gerektiğinden fazla sınırlanmaması şeklinde muafiyet şartları getirilmiştir.

Bu düzenleme ile kanun yapıcısının motivasyonunun; hem tüketiciyi hem de üreticiyi mevcut rekabet piyasasında koruyucu önemler ile fayda zarar başlıkları altında gözetmesi olduğu kanaatindeyiz.

5. Ücret Unsuru

Franchise sözleşmesinin karşılıklı iki tarafa borç ve haklar yükleme fonksiyonu; sözleşmenin ücret unsurunu doğurmaktadır. Franchise veren

³⁰Aslan, a.g.e., s. 85-86.

³¹Özge Dörttepe Atilla, "Türk Rekabet Hukukunda Bireysel Muafiyet", Galatasaray Üniversitesi, 2004, s. 20.

tarafından franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin organizasyon şemasına etkin bir şekilde dahil olmasını sağlamak, franchise alan konumu ile hiyerarşide yer almasına sebep olmak ile pek tabii ki franchise alanı korumak gayesi ile gerçekleştirdiği edimleri karşılığında, franchise alan nezdinde ücret ödeme borcu söz konusu olmaktadır.

Franchise sözleşmesinin ücret unsurunu araştırmamızın ‘Franchise Alanın Yükümlülükleri’ alt başlığında ayrıntısıyla açıklayacağımız için bu bölümde yalnızca franchise alanın ücret ödeme yükümlülüğünün kapsamında başlangıç/giriş ücreti ve dönemsel tekrarlanan periyodik ödemelerin yer aldığını söylemek ile yetinmekteyiz³².

B. Franchise Sözleşmesinin Hukuki Niteliği

Franchise sözleşmesi ayrı bir başlık veya tanım altında yasal mevzuatta yer almamasından cihetle isimsiz sözleşmeler arasında sayılmaktadır³³. Her ne kadar öğretilerde franchise sözleşmesinin isimsiz sözleşme niteliğinde olduğuna dair herhangi bir tartışma bulunmaz iken, unsurları itibariyle isimsiz sözleşmenin hangi türünü oluşturduğu konusunda fikir birliği mevcut değildir.

Öğretilerdeki tartışmalara değinmeden önce isimsiz sözleşme türlerinden bahsederek konunun daha net anlaşılmasını istemekteyiz.

İsimsiz sözleşmeler; kendine özgü (sui generis), karma ve bileşik olmak üzere üç türe ayrılmaktadır.

Karma sözleşmelerin tanımı ile başlarsak; kanunda daha önceden düzenlenmiş, mevcut yasal dayanağı bulunan sözleşmelere ait unsurların, kanun koyucunun öngörmediği bir şekilde bir araya gelmesi sonucu oluşmaktadır³⁴. Karma sözleşmeden söz edebilmek için mevzuatta kaynağı olan sözleşme tiplerinden iki veya daha fazlasına özgülenmiş unsurların bir araya gelerek oluşturdukları yeni sözleşmenin ilgili kanunlarda daha önceden tanımlanmamış olması gerekmektedir³⁵. Kural olarak, karma sözleşmede, her bir edimin alındığı

³²Ayrıntılı anlatım için bkz. s. 92.

³³Kırca, a.g.m., s. 51.

³⁴Haluk Tandoğan, **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri**, Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 6. baskı, C: I/1,2008, s. 12-69.

³⁵Eren, a.g.e., s. 23.

sözleşmelerin yapısında barındırdığı kuralları doğrudan doğruya uygulanması gerekmektedir³⁶.

Bileşik sözleşme şeklinde tanımlanan sözleşme türünde ise; birden fazla sözleşmenin kendi unsurlarını ve ilgili hükümlerini koruyarak bir araya geldiği görülmektedir³⁷. Şöyle ki; özerkliğini ve unsurlarını koruyarak bir araya gelen sözleşmelerden oluşan bileşik sözleşmede; bir araya gelen sözleşmelerin ortak paydası yalnızca geçerlilik, uygulama ve kabulden ibarettir. Bu tür sözleşmelerin herhangi birinin hukuk dünyasında kabul görmemesi diğerini doğrudan etkilemekle bir araya gelinen diğer sözleşmeyi de geçersiz kılmaktadır³⁸. Bileşik sözleşme adı altında toplanan sözleşme türlerini zincirlerle birbirine bağlanmış şekilde varsayarsak bir halkanın kopması zinciri kopartmak için yeterlidir.

Kendine özgü sözleşme türü literatürde sui generis şeklinde de adlandırılmaktadır. Kendine özgü sözleşme türünde ise; mevcut unsurların bir kısmının veya tamamının kanunda düzenlenmiş sözleşme tiplerinde bir karşılığı bulunmamaktadır³⁹. Kendine özgü sözleşmeler haiz oldukları unsurlar ve bu unsurları bir araya getirme şekilleri yönünden tamamen yeni bir karaktere bürünürler⁴⁰. Bu sözleşme türüne örnek; know-how sözleşmesi, garanti sözleşmesi, sponsorluk sözleşmesi, sulh sözleşmesi gösterilebilir.

İsimsiz sözleşme türlerine kısaca yer verdikten sonra franchise sözleşmesinin hangi isimsiz sözleşme türüne dahil edilmesi gerektiği konusundaki tartışmaya geçebiliriz.

Franchise sözleşmesinin kendine özgü bir sözleşme tipi olduğunu savunan ilk görüşte; franchise sözleşmesinin muhteviyatı itibariyle hem kanunda düzenlenmiş hem de kanunda düzenlenmemiş sözleşme tiplerine ait unsurlar barındırması sebebiyle kendine özgü bir sözleşme olduğunu savunulur. Bu görüşteki yazarlar, franchise sözleşmesinin karma nitelikte bir sözleşme sayılmayacağını belirtir. Şöyle ki; karma sözleşmenin unsurlarının kanunda daha evvel belirtildiği, hali hazırda sözleşmenin unsurlarının mevzuatta yasal dayanağı

³⁶T.C. Yargıtay Hukuk Genel Kurulu, 1979/15-1613 E. 1982/565 K., 09.06.1982 tarihli kararı.

³⁷Tandoğan, a.g.e., s. 75-76.

³⁸Eren, a.g.e., s. 36.

³⁹Ahmet Cemal Ruhi, **Sözleşmeler Hukuku**, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2011, s. 83.

⁴⁰Fikret Eren, **İsimsiz Sözleşmeler**, "Prof. Dr. Turgut Akıntürk'e Armağan", İstanbul, Beta Basım, 2008, s. 99.

olduğu; ancak söz konusu unsurların bir araya gelerek oluşturdukları organik yapının kanunda daha önceden öngörülmediğine değinirler. Hali hazırda bünyesinde kanunda düzenlenmeyen unsurlar barındıran franchise sözleşmesinin ise karma nitelikte sayılamayacağını belirtip, franchise sözleşmesini dar anlamda bir karma sözleşme şeklinde tanımlamayı tercih ederler⁴¹.

Franchise sözleşmesinin karma nitelikte olduğunu savunan ikinci görüş ise; franchise sözleşmesinin niteliğine göre kanunda mevcut daha önceden tanımlanmış en az bir sözleşmenin (İş görme sözleşmesi, kira sözleşmesi, lisans sözleşmesi, vekalet sözleşmesi, satım sözleşmesi gibi) unsurunu barındırmasının karma sözleşme vasfı için yeterli olduğu belirtirler. Franchise sözleşmesinin çeşitli sözleşme türlerine ait unsurları bünyesinde bulundurduğunu ve bu sözleşmelere ait unsurları kanun koyucunun öngörmediği bir şekilde bir araya gelmesinden oluştuğunu savunurlar⁴². Söz konusu tanımlamaya göre; franchise sözleşmesindeki unsurlar, hali hazırda yasal dayanağı bulunan sözleşmelere aittir.

Bizimde katıldığımız ikinci görüşe göre karma niteliğinde kabul edilen franchise sözleşmelerinde; mevcut bir anlaşmazlık hali veya sadece sözleşmenin devamı için uygulanacak hukukun tespiti kıyas ve yaratma başlıkları altında incelenmesi sözleşmenin nihai amacına ulaşılması için önem arz etmektedir⁴³.

C. Franchise Sözleşmesine Uygulanacak Hükümler

Franchise veren tarafından, franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sunum yapısına aktif bir şekilde dahil olmasını sağlamak, franchise alan konumu ile hiyerarşide yer almasına sebep olmak ile pek tabii ki franchise alanı koruma gayesi ile gerçekleştirdiği edimler bütünü şeklinde de tanımlayabileceğimiz franchise sözleşmesinde uygulanacak hukukun tayininde, kanun koyucuya karma sözleşme türüne uygulanacak hükümler yol gösterir.

Franchise sözleşmesi; kanunda tanımlanmış ve ayrıntısıyla önemine yer verilmiş sözleşmelere ait unsurları bünyesinde barındırır. Bu minvalde; vekalet sözleşmesi veya iş görme sözleşmelerine ait unsurlar taşıyan franchise

⁴¹Eren, a.g.e., s. 939., Tandoğan, a.g.e., s.13, Cevdet Yavuz, **Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler**, İstanbul, Beta Basım, Güncellenmiş ve Yenilenmiş 9. Baskı, 2014, s.24-28.

⁴²Gürzumar, a.g.e., s. 21, Kırca, a.g.m., s. 61.

⁴³Kırca, a.g.m., s. 61.

sözleşmesinde, gayri maddi değerlerin franchise veren tarafından franchise alana sunulması sebebiyle lisans veya know how sözleşmelerinin de iz düşümü mevcuttur. Ayrıca franchise sözleşmesinin taşıdığı sözleşme unsurlarına örnek vermeye devam edilirse; franchise alanın, franchise verenin emir ve talimatlarına uyması ile franchise veren tarafından kontrol ve denetleme mekanizmasına tabii tutulması sonucu hizmet sözleşmesine ait unsurlarıda bünyesinde barındırdığını görmekteyiz⁴⁴.

Karma sözleşme niteliği gereği, franchise sözleşmesinde mevcut bir anlaşmazlık sonucu kanun koyucunun yol haritasında; franchise sözleşmesinde vücut bulan ve yasal dayanağa haiz olan sözleşme tiplerine ilişkin hükümler bulunmaktadır.

Karma sözleşmeye uygulanacak hükümler hakkında öğretide farklı teoriler mevcuttur. Bu minvalde; soğurma teorisi, birleştirme teorisi, kıyasan uygulama ve yaratma teorisi başlıca olmak üzere çeşitli argümanlar ile desteklenen savlar karma sözleşmeye uygulanacak hukukun tayininde önem arz etmektedir.

Biz bu teorilerden başlıca olanlarını kısaca tanımlamayı, akabinde tarafların menfaatlerinin en üst seviyede korunduğunu düşündüğümüz, hukuk düzeninde ideal sonuçlar doğuracak çözüm teorisini savunmayı hedeflemekteyiz.

Soğurma teorisine göre; franchise sözleşmesinde vücut bulan sözleşme tiplerine ait unsurlar bir önem sıralamasına sahiptir. Bu teori ile savunulan görüşte, sözleşmenin en temel unsurunun ait olduğu sözleşme türünün ilgili hükümleri bir bütün olarak doğrudan doğruya uygulanırken, diğer barındırdığı nispeten çekingen olan diğer sözleşmelere ait unsurlar yok sayılmaktadır⁴⁵.

Birleştirme teorisinde ise; franchise sözleşmesindeki uyuşmazlığa, kaynağını oluşturan olan asıl sözleşmelere ait hükümler doğrudan doğruya uygulanır. Lakin, her bir unsurun ait olduğu sözleşmeye ilişkin hükümlerin doğrudan karma nitelikteki sözleşmeye uygulanması birbirinden bağımsız sonuçlar ortaya çıkarabilecektir. Karma sözleşmenin organik yapısının parçalanmasına ve ayrı değerlendirmeler veya sonuçlara sebep verebileceği

⁴⁴Gürzumar, a.g.e., s. 20-21, Kırca, a.g.m., s. 74-75.

⁴⁵Erden Kuntalp, **Karışık Muhtevalı Akit (Karma Sözleşme)**, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 2. Baskı, 2013, s. 228-231 , Mustafa Alper Gümüş, **Borçlar Hukuku Özel Hükümler Kısa Ders Kitabı**, İstanbul, Filiz Kitabevi, 3. Baskı, 2018, s. 12, Kırca, a.g.m., s. 59-60.

yönünde endişelere sebep olan bu teoride bütünsel bir sentez anlayışı reddedilerek ayrı bağımsız unsurların uygulanması tercih edilir⁴⁶.

Kıyasen uygulama teorisinde ise; diğer açıkladığımız teorilere göre daha yumuşak, keskin çizgileri olmayan ve doğrudan doğruya uygulama sisteminden bağımsız bir yöntem saptanmıştır. Bu minvalde, karma sözleşmede bulunan unsurların asıl ait olduğu sözleşme tiplerine uygulanacak hükümler ancak; karma sözleşmenin niteliğine ve tarafların menfaatinin korunmasına uygun olduğu ölçüde kıyasen uygulama bulabilirler⁴⁷. Kıyasen uygulamaya konu unsurlar ancak benzerlik, ortak payda alt başlıkları ile birlikte değerlendirilebilir, keza kanunda düzenlenmiş sözleşme unsurlarının karma sözleşmedeki unsurlar ile benzerlik gösterdiği hallerde kıyas yöntemi işlevsel hale gelmektedir⁴⁸. Karma sözleşmeye ait unsurların bir benzerinin kanunda düzenlenmiş sözleşme unsurlarında bulunmadığı hallerde ise; uyuşmazlığa uygulanacak hükümlerin tayini soru işareti oluşturmaktadır⁴⁹.

Yaratma teorisi ise kaynağını 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu madde 1/2. Bendinden almaktadır. İlgili bent: *“Kanunda uygulanabilir bir hüküm yoksa, hâkim, örf ve âdet hukukuna göre, bu da yoksa kendisi kanun koyucu olsaydı nasıl bir kural koyacak idiyse ona göre karar verir.”*⁵⁰ şeklinde düzenlenmiş olup, kanun uygulayıcının hukukun uygulanması noktasında dinamik ve etken rol almasını istemektedir⁵¹.

Franchise sözleşmesinin niteliğine göre kanunda mevcut daha önceden tanımlanmış en az bir sözleşmenin (İş görme sözleşmesi, kira sözleşmesi, lisans sözleşmesi, vekalet sözleşmesi, satım sözleşmesi gibi) unsurunu barındırmasını karma sözleşme vasfı için yeterli olduğu şeklindeki görüşümüz bizi franchise sözleşmesinde kanunda tanımlanmamış diğer sözleşmelere ilişkin unsurların mevcut olması sonucuna ulaştırmaktadır. Bu nedenle kanun uygulayıcının franchise sözleşmesindeki uyuşmazlığın giderilmesi noktasında uygulanacak

⁴⁶Gümüş, a.g.e., s. 12, Kırca, a.g.m., s. 60-62, Eren, **Borçlar Hukuku Genel Hükümleri**, s. 946, Kuntalp, a.g.e., s. 231-232.

⁴⁷Eren, a.g.e., s. 947, Gümüş, a.g.e., s. 13, Şimşek, a.g.m., s. 47.

⁴⁸Eren, a.g.e., s. 948.

⁴⁹Gümüş, a.g.e., s. 13.

⁵⁰Türk Medeni Kanunu, Kanun Numarası: 4721, Kabul Tarihi: 22/11/2001, Yayımlandığı Resmi Gazete: 08/12/2001 tarih, 24607 sayı, Yayımlandığı Düstur: tertip 5, cilt 41.

⁵¹Eren, a.g.e., s. 948, Kırca, a.g.m., s. 62-63.

hukukun tayininde; yukarıdaki sebepler gereği kıyas ve yaratma teorilerinden yararlanmasının sözleşmenin mahiyeti gereği daha uygun olduğu görüşündeyiz.

D. Franchise Sözleşmesinin Taraflar Nezdindeki Faydaları Ve Sakıncaları

Franchise sözleşmesi; taraflara sağladığı faydalar yanında taraflar nezdinde olumsuz sonuçlarada sebep olmaktadır. Fayda ve sakınca kavramlarının somutlaşması gayesi ile sözleşmenin her bir tarafı için ayrı alt başlıklarda değerlendirmeyi tercih etmekteyiz.

1. Franchise Sözleşmesinin Franchise Alan Nezdinde Etkileri

a. Franchise Alan Nezdindeki Faydaları

Franchise sözleşmesinde belirtilen imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin lisansı daha önceden tüketiciye arz olunmuş ve mevcut rekabet şartlarında tanınmış bir değerdir. Söz konusu imtiyaza konu mal ve/veya hizmetin pazarlama hakkını elinde bulunduran franchise alanın Amerika'yı tekrar keşfetmesine gerek yoktur.

Hali hazırda denenmiş ve başarıya ulaşmış sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmayı hedefleyen franchise alan; kendisini tüketiciye tanıtmak, tüketici nezdinde güven oluşturmak veya bir marka haline gelmek için ayrı bir gayret göstermemektedir. Franchise sözleşmesinin maddi unsurlarından devam edersek; Franchise veren tarafından imtiyaza konu mal ve/veya hizmetin tedarik zincirinin bir parçası ve işleyişe dahil edilen franchise alan; ekipman, eğitim, ara mal, hammadde arayışına zaman ayırmayacaktır. Vakit nakittir anlayışının hakim olduğu günümüz ekonomik şartlarında; franchise alanın bu sistem sayesinde çok fazla zaman harcamadan, dikkat dağıtmadan, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak şeklindeki tek ve mutlak motivasyon ile hareket etmesi mümkün hale gelmektedir.

Franchise alan, sözleşmenin diğer tarafı olan franchise veren tarafından gerek maddi gerekse de gayri maddi değerler yönünden desteklenmektedir⁵². Franchise alanın, imtiyaz konusu mal ve/veya hizmet lisansı alanında daha önceden tecrübe sahibi olması beklenmez. Franchise alanın sözleşmede,

⁵²Kırca, a.g.m., s. 12-13.

kendisine yüklenen borçları yerine getirmesi; sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü sağlama imtiyazına sahip olması için yeterlidir. Böylelikle; know how, satış pazarlama politikası, kar marjı, lisans, logo, iç ve dış dizayn, marka gibi birçok değeri elinde bulunduran franchise alanın tüketiciye kendisini tanıtmaya ve benimsetmesi için reklam veya işbirliği anlaşması yapmasına gerek kalmamaktadır.

Keza belirsiz ve istikrarsız piyasa fiyatlamasının önüne geçen franchise sözleşmesinde, franchise alanın; sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin lisansını tüketiciye arzı konusunda ayırdığı bütçe belirlenebilir olmakla birlikte kazancı da öngörülebilir. Bu hususla birlikte başarısız olma riski minimum seviyede kalan franchise alan, sözleşme süresince imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin yönetimi konusunda desteklenmektedir. Tüketiciye sunulan birçok lokal, küçük çaplı ve yeni marka; kötü yönetim, alanda tecrübesizlik, rekabete elverişsiz fiziki koşullar, yanlış motto, etkisiz tanıtım, başarısız sunum, yetersiz hizmet ve/veya kalite gibi alt başlıklar sebebiyle pazara çıkma ertesinden kısa bir süre sonrasında başarısız olmaktadır.

Franchise alanın; kendisi ile aynı role ve konuma sahip diğer franchise alanlar ile arasındaki iş birliği ve dayanışma da, franchise nezdinde azımsanmayacak faydalara sebeptir⁵³. Franchise alan teşebbüslerin, kendi aralarında gerek lokasyon gerek talep eğrilerini dikkate alarak konuşlandırıldıkları mesafeler, franchise alanı haksız rekabet karşısında desteklemektedir.

Franchise alan tarafında, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin arzı esnasında yaşanan aksaklıklar veya mevcut rekabetçi piyasa koşulları sebebiyle uğradığı kayıplar franchise veren ile paylaşımlıdır⁵⁴. Bu gibi menfi hal ve şartlar hem franchise verende hem de franchise alanda vücut bulduğundan mevcut/muhtemel riskin taraflar arasında paylaşıldığını söyleyebiliriz.

Uluslararası geçerliliği bulunan franchise sözleşmelerinin, ülkemizde bacasız sanayi şeklinde tabir edilen turizm sektörüne yansımaları da göz ardı edilemez. Farklı kültür, yerel lezzet, otantik değerleri tecrübe etmeyi tercih

⁵³Dilber Ulaş, Franchising Sisteminin, “Franchise Alan Ve Veren Yatırımcılar Açısından Verimliliğinin Değerlendirilmesi”, **Verimlilik Dergisi**, Sayı 2, 2004, s. 35.

⁵⁴Ulaş, a.g.m., s. 38.

etmeyen yabancı turistler için kendi ülkelerinde tanınmışlığı olan bir mal ve/veya hizmetin lisansının sürümünü gerçekleştiren franchise alan konumundaki teşebbüs, diğer lokal işletmelere kıyasla her zaman daha fazla tercih edilir.

Franchise alan konumundaki teşebbüsün franchise verenden elde ettiği faydaların yanı sıra, UFRAD⁵⁵ desteğinden de bahsetmemiz gerekmektedir. Ulusal Franchising Derneği tarafından, franchise alan; hakların korunması, gereken bilgi kaynaklarının oluşturulması gibi önemli kavramlar ile desteklenir. Ulusal Franchising Derneği, franchise alana her alanda katkı sağlamak misyonu ile hareket eder ve büyük ticari işlem hacmi ile Türkiye'deki Franchising Sisteminin tek temsilcisi konumunda bulunmaktadır.

Franchise sözleşmesinde, her daim gelişmeler ile vizyonunu güncelleme yükümlülüğü franchise veren nezdinde doğar. Dönemin şartları, portföy, ekonomik koşullar, bilgi teknoloji alanındaki gelişmeler, iklim değişikliği, çevre ve sosyal duyarlılık, tüketim alışkanlıkları, tüketicinin beklentileri ve daha birçok faktöre göre franchise veren kendini revize eder. Franchise alan bu denklemde etkisiz eleman vasfına sahip olmakla birlikte, kendi nezdinde doğan sonuçlardan faydalanmaktadır.

b. Franchise Alan Nezdindeki Sakıncaları

Franchise veren ile franchise alan birbirine eşit konumda değildir. Franchise veren, ekonomik boyutta franchise alanın üstünde yer almaktadır. Birbirleri ile aynı hiyerarşide bulunmayan franchise veren ve franchise alan arasında bir denetleme ve kontrol mekanizması mevcuttur. Bu bahse konu denetim ve kontrol mekanizmasına franchise veren hakimdir.

Franchise alan, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak ve pazara arzı konusunda franchise verenin öngördüğü kurallar ve uyguladığı politikaya uygun davranmak zorundadır. Bu husus; franchise alan nezdinde özerk olma dürtüsüne zarar verebilir.

Her ne kadar franchise alanın, franchise verenin etki ve kontrolü altında pasif konumda kaldığı ve bu haliyle kendi özgün ve özerk yönlerinin baskılandığı şeklinde sakınca bulunduğu görüşü mevcut ise de⁵⁶; kanaatimizce pratikte bu

⁵⁵*<https://ufrad.org/hakkimizda/> Erişim Tarihi: 05 Nisan 2022

⁵⁶Şimşek, a.g.m., s. 79.

hususun vuku bulma ihtimali oldukça düşüktür. Şöyle ki; franchise alanın mevcut hali hazırda bir mal/veya hizmete yönelik yaratıcı bir misyonu var ise/olsa ise franchise verene veya herhangi bir franchise sözleşmesine ihtiyaç duyması söz konusu değildir, keza yeni hareketin öncüsü olarak kendi markasını; franchise sözleşmesinden bağımsız bir şekilde kurup geliştirebileceği gibi kendi pazar payını oluşturabilir.

Franchise alanın, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin arzı konusunda gerek ekipman gerekse de hammadde konusunda seçim şansı olmaması yine öğretilerde, franchise alan nezdindeki olumsuzluk ihtiva ettiği tartışılmıştır⁵⁷; bizim bu konudaki görüşümüz ise franchise sözleşmesinin esas unsurlarından sayılan franchise veren tarafından franchise alanın hammadde, ürün tedarik zincirine dahil edilmesi ve bu konuda franchise veren tarafından tecrübe ile sabit deneyimler ile desteklenmesi bir sakınca değil, aksine fayda niteliğindedir. Hammadde, makine, teçhizat, ara girdi malları gibi maddi değerlerin pahada ağır olması franchise alan nezdinde sakınca sayılamayacağı; keza franchise sistemine dahil edilen franchise alan, sözleşme konusu mal ve/veya hizmeti piyasaya sürerken fiyatlandırma ve kar marjı ile korunacağı kanaatindeyiz.

Françhise alan nezdinde sakınca ancak; franchise sisteminde meydana gelen küçük bir aksaklıkta, ilk zarar görenin ekonomik anlamda görece daha zayıf durumda olmasından kaynaklanabilir. Franchise sözleşmesinin temel mekanizmasını, dinamiğini franchise sistemi bütünündeki edim yumağı oluşturur. Söz konusu franchise sisteminin kusursuz işlemesi için franchise verenin birden fazla yükümlülüğü bulunmaktadır.

Velev ki franchise veren tarafından imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak için izlenen stratejide hata veya kusur söz konusu olur ise, her ne kadar menfi sonuçlar sözleşmenin her iki tarafı için de geçerli olsa da kanaatimizce asıl kayıp franchise alan nezdinde oluşur ve akabinde franchise alan açısından telafisi zor zararlar ve kayıplara sebep olabilir.

Franchise sisteminin; franchise alan açısından oluşturduğu sakıncanın kaynağı franchise veren tarafından oluşturulan franchise şemasına mutlak bağlı olmasıdır. Söz konusu şemada okların yanlış yöne döndüğü an, kontrol ve

⁵⁷Şimşek, a.g.m., s. 80.

denetim mekanizması franchise alanda olmadığı süreci yönetmesi ve mevcut/muhtemel kayıplarını engellemiş mümkün değildir.

Franchise sisteminde; franchise veren aktif bir role sahipken, franchise alan pasif konumdadır. Franchise sözleşmesinin, mekaniği olan franchise sisteminin yönetimi ve işleyişinin denetlenmesi franchise verene tanınan bir hak ve aynı zamanda yükümlülüktür.

Keza franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin aksaması veya olumsuz yorumlar alması doğrudan imtiyaza konu markayı etkileyeceğinden, franchise alanın mevcut menfi durumun meydana gelmesinde en ufak bir hatasının bulunmamasına rağmen, kayıplar ile karşılaşmasına sebep olacaktır. Zira, marka yönetimi ve lisans hakları franchise şemasını oluşturan franchise verende toplanmıştır.

Öğretide; franchise sözleşmesinin, franchise alan nezdinde oluşturduğu sakıncalara ilişkin az sayıda örnek sıralanır⁵⁸, kanaatimizce bu durumun sebebi franchise alanın, sözleşme sürecinde franchise veren tarafından korunması ve desteklenmesidir.

2. Franchise Sözleşmesinin Franchise Veren Nezdinde Etkileri

a. Franchise Veren Nezdindeki Faydaları

Franchise sözleşmesinin esaslı unsurlarından biri olan pazarlama ve sürüm artırma unsuru; franchise verenin sözleşmeden sağladığı en temel fayda şeklinde sayılabilir.

Franchise veren tarafından, piyasaya arzı gerçekleşmiş sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin coğrafi sınırlara ve yerel lokasyonlara tabii olmadan sürümünün artırılması sözleşmenin esas gayesidir. Franchise sözleşmesi ile franchise veren sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin tüketiciye sunulması amacıyla yeni araştırmalar gerçekleştirme yükümlülüğünden kurtulmaktadır. Markasının pazarlanması için tarama, maddi kaynak, adres tespiti gibi zaman ve maddi kaynak gerektiren birçok faktör franchise alanın girişimi sayesinde, franchise veren nezdinde konusuz kalmaktadır.

⁵⁸Güçlü, a.g.m., s. 18, Şimşek, a.g.m., s. 79-81, Onur Saral, “Franchise Sözleşmesi”, Bahçeşehir Üniversitesi, 2020, s. 18.

Bu hususla birlikte franchise veren, franchise alana sürüm yetkisi vererek kendi markası üzerindeki denetim kabiliyetini kaybetmemektedir, aksine kuvvetlendirmektedir.

Franchise veren gerek ulusal gerekse de uluslararası alanda tanınmak için harcayacağı zamanı ve maddi kaynağı franchise alanın girişimi marifetiyle korumaktadır. İmtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin tanınabilirliğini artırmak için taraf olacağı reklam veya işbirliği anlaşmalarına gerek duymadan, hali hazırda franchise alanın sürümü artırma gayreti sayesinde kazanabilmektedir⁵⁹.

Taklitler asılları yaşatır anlayışıyla gelişen teşebbüslerin önü franchise sözleşmesi ile kesilmektedir. Şöyle ki; fiziki ve coğrafi sınırlara tabii kılınmadan pazarlanan sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin başarıya ulaşmış lisansının taklitlerine imkan vermeden, franchise alanın teşebbüsü aracılığıyla ivedilikle bertaraf edilebilir⁶⁰. Bu kapsamda taklit teşebbüsler ile mücadele etmek için ayrı bir gayret göstermeyen franchise veren, yalnızca markasının değerini yükseltmeye odaklanabilir.

Franchise verenin, bilgi sahibi olmadığı ve görece yüksek bir meblağı yalnızca pazar araştırmasına ayıracağı yeni adreslerde; franchise alanın geçmiş izlenimleri ve tecrübe sahibi olması franchise veren nezdinde büyük fayda sağlamaktadır. Özellikle uluslararası pazarda, sürüm artırma stratejisi için gayret sarf eden franchise veren nezdinde, lokal bilgiye sahip franchise alan önemli bir paydaştır.

Franchise veren tarafından; sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin arzı esnasında yaşanan aksaklıklar veya mevcut rekabetçi piyasa koşulları sebebiyle uğradığı kayıplar franchise alan ile paylaşımlıdır⁶¹. Bu gibi menfi hal ve şartlar hem franchise veren de hem de franchise alanda vücut bulmakla birlikte, mevcut ve muhtemel risk her iki tarafça paylaşılır.

Franchise veren, sürümü artırmak amacıyla imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin lisansının kullanım hakkı verdiği teşebbüsün; günlük kaygı ve problemlerinden bağımsızdır. Franchise veren sadece etkin bir franchise sistemi

⁵⁹Ulaş, a.g.m., s. 36.

⁶⁰Ulaş, a.g.m., s. 36.

⁶¹Ulaş, a.g.m., s. 38.

kurmak ve sisteme dahil olan edimler bütününe eksiksiz bir şekilde sağlamak ile yükümlüdür. Franchise veren, franchise alanı sistemin organik yapısına dahil etmesi ile hiyerarşide dinamik bir rol ile vasıflandırması kafiidir.

b. Franchise Veren Nezdindeki Sakıncaları

Franchise veren ile franchise alanın eşit konumlarda bulunmadığından bahsetmiştik. Franchise sözleşmesinde; franchise veren seçen konumunda iken, franchise alan seçilen konumundadır.

Franchise veren tarafından imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin pazarlanması ve sürümünün artırılması hedeflenirken, yanlış franchise alan seçimi sonucu sözleşme konusu markanın veya lisansın değer kaybetme ihtimali de mevcuttur. Franchise veren tarafından sözleşmenin diğer tarafının belirlenmesinde düşülecek hata mevcut marka değerine zeval verebilir.

Gerekli özen gösterilmeden franchise sisteminin bir parçası haline getirilen franchise alan; sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü olumsuz yönde etkileyerek, franchise veren nezdinde ekonomik kayıplara sebep olabilir.

Franchise veren ile franchise alan arasındaki denge hassas terazi ile korunmalıdır. Franchise sisteminin dinamiğini oluşturan ve franchise alanın, franchise veren tarafından tam anlamı ile dahil edildiği franchise sisteminin korunması önem arz etmektedir.

Franchise sisteminin işleyişinde; franchise alan, her daim franchise veren tarafından kontrol edilir ve franchise verenin talimatları ile yönlendirilebilir. Lakin; franchise veren ile franchise alan arasında işçi işveren ilişkisinden söz edilemez. Keza franchise alan, franchise verenin telkinlerine göre hareket etmeyebilir, franchise verenin talimatlarını yerine getirmeyebilir⁶². Bu davranışları neticesinde kendi ekonomik mahvına neden olmak dışında franchise veren tarafından uygulanacak herhangi bir yaptırıma maruz bırakılamaz.

Ayrıca değişken ekonomik şartlar, olağanüstü haller veya marka değerinin azalması/ihlal edilmesi gibi artırılabileceğimiz olumsuz durumlar sonucu; franchise veren, sözleşme konusu imtiyazın devri sonucunda kararlaştırılan

⁶²Ulaş, a.g.m., s. 32, Şimşek, a.g.m., s. 93.

ücretin, franchise alandan temini konusunda zorlanabilir⁶³. Ücret konusuna franchise alanın yükümlülükleri başlığında ayrıntısıyla yer vereceğimiz sebebiyle bu bölümde ücret adı altında genel bir değerlendirmenin yeterli olduğu kanaatiyle, sözleşmeye konu imtiyaz karşılığı imtiyaz alan nezdinde doğan ücret ödeme borcunun ifasının; franchise veren nezdinde oluşan risk kaynaklarından bir tanesi olduğunu belirtmekle yetinebiliriz⁶⁴.

Franchise sözleşmesinin; franchise veren nezdinde sebep olduğu risklerin başında, franchise sözleşmesi kapsamında, imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin pazarlanması amacıyla sistemin organik yapısına dahil edilen, hiyerarşide rol sahibi kılınan, maddi ve gayri maddi birçok konuda franchise verenin tecrübeleri ile donatılan franchise alanın; franchise sözleşmesi sonunda, franchise verenden öğrendiği işletme bilgilerini kendi lehine bağımsız bir marka oluşturmak için kullanması olacaktır⁶⁵.

Bu gibi durumların önlenmesi için, franchise sözleşmesi rekabeti engelleyici hükümler yönünden kuvvetlendirilmelidir.

⁶³Figen Görücü, “Franchising Sistemi ve Sistemde Pazarlama Bileşenlerinin Kullanımı”, İstanbul Üniversitesi, 1995, s. 26.

⁶⁴Ayrıntılı anlatım için bkz. s. 92.

⁶⁵Görücü, a.g.m., s. 26, Saral, a.g.m., s. 22-23, Şimşek, a.g.m., s. 85.

IV. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN BENZERLERİ İLE KARŞILAŞTIRMASI, FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN TÜRLERİ VE FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN ŞEKLİ

A. Franchise Sözleşmesinin Benzerleri İle Karşılaştırılması

1. Lisans Sözleşmesi ile Karşılaştırması

Kelime anlamı “izin verilmiş” anlamına gelen lisans; lisans veren ve lisans alan taraflarının bulunduğu sözleşme boyutunda değerlendirildiğinde, lisans verenin; lisans alana sözleşme konusu gayri maddi malın kullanımını veya gerçekleştirdiği eylemleri neticesinde lisans alan nezdinde sonuç doğurmasına izin verdiği, buna karşılık lisans alanın; lisans verene bir bedel ödemeyi üstlendiği karşılıklı iki tarafa da borç yükleyen bir sözleşme türü şeklinde tanımlanabilir⁶⁶.

Lisans sözleşmesinin konusunu oluşturabilecek gayri maddi değerlere örnek vermemiz gerekirse; patent, marka, know how, tasarım gibi başlıkları türetebiliriz⁶⁷. Keza lisans sözleşmelerini ekonomik hayata en büyük katkısı teknoloji aktarımı şeklinde yansımıştır. Özellikle gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler; lisans alan sıfatıyla, taraf oldukları lisans sözleşmeleri sonucu uluslararası platformda kendi ekonomik değerlerini artırma imkanı bulmaktadır⁶⁸.

Kendine özgü ve kanunda tanımlanmaması sebebiyle isimsiz sözleşme niteliğinde olan lisans sözleşmesinde de; franchise sözleşmesinde olduğu gibi gayri maddi nitelikteki malların devrine ilişkin esaslar karşımıza çıkar. Lisans sözleşmesinde lisans alan rolü franchise sözleşmesinde franchise alan rolüne, lisans veren ise franchise veren rolüne evrilmiştir.

⁶⁶Ömer Arbek, **Fikir ve Sanat Eserlerine İlişkin Lisans Sözleşmesi**, Yetkin Yayınları, Ankara, 2005, s. 65.

⁶⁷Altıntaş, a.g.m., s. 43.

⁶⁸Sema Çörtoğlu Koca, “Danışmanlık Sözleşmesinin Esasına Uygulanacak Hukuk”, **Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, cilt 11, sayı 1, 2007, ss. 249.

Aynı franchise sözleşmesinde olduğu gibi; lisans verende sözleşme konusu gayri maddi malın kullanımının devrinde lisans alanı korumak, bilgi ve tecrübelerini aktararak desteklemek ve eğitmek yükümlülüklerine sahiptir. Söz konusu yükümlülükler yan edim kapsamında yer almakla, asli edim sıralamasında bulunmazlar⁶⁹.

Keza franchise sözleşmesinde; franchise verenin yükümlülükleri lisans sözleşmesinde lisans verenin yükümlülüklerine kıyasla daha geniştir. Şöyle ki; lisans sözleşmesinde, lisans veren sözleşme konusu gayri maddi malın oluşumuna veya kullanılması aşamasında etkin rol oynamak ile yetinirken, franchise sözleşmesinde franchise veren, franchise alanı franchise sistemine dahil etmek, franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile franchise alanın sistemde rol almasına sebep olmalıdır⁷⁰.

Franchise sözleşmesinin unsurlarında “Franchise Sözleşmesine Konu Mal Ve/Veya Hizmetin Franchise Alana Arzı” alt başlığı ile ayrıntısına yer verdiğimiz franchise sistemi gereği; franchise veren, franchise alanı sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin Pazar payının artırılması gayesi ile maddi ve gayri maddi boyutta değerlendirilebilecek borçlara sahiptir. Franchise sözleşmesinde; franchise veren tarafından franchise alan pazara girme, reklam, tanıtım, işbirliği, marka, logo gibi artırabileceğimiz gayri maddi unsurların yanı sıra hammadde, ara girdi malları, tedarik zinciri, ekipman, makine, iç ve dış dizayn gibi bir çok maddi değer yönünden de franchise veren tarafından franchise alan desteklenmektedir.

Franchise sözleşmesinde; franchise verenin yükümlülükleri, lisans sözleşmesinde lisans verenin yükümlülüklerine kıyasla ne kadar fazla ise aynı ölçüde franchise alan üzerindeki denetim ve kontrol mekanizması da daha geniştir. Lisans sözleşmesinde, lisans alanın kontrol ve denetim yetkisi yalnızca sözleşme konusu gayri maddi malı standart ve kalite yönünden uygunluğu ile yeterliliğini değerlendirme/ölçme konusunda mevcut iken; franchise sözleşmesinde franchise verenin kontrol yetkisi oldukça kapsamlıdır. Bu minvalde; franchise veren sözleşme konusu mal/veya hizmetin sürümünün artırılması veya Pazar payının güçlenmesi amacıyla gerek o mal/veya hizmetin

⁶⁹Kırca, a.g.m., s. 84.

⁷⁰Gürzumar, a.g.e., s. 25-26, Kırca, a.g.m., s. 84.

tüketicie/ilgili ürün pazarına ulaşmasına kadar olan arka plan işleyişi gerekse de tüketiciye/ilgili ürün pazarına arzı neticesinde oluşan aşamaların hepsini kontrol eder ve denetimi neticesinde süreci yönetebilecek kararlar alabilir⁷¹.

Franchise sözleşmesinde; franchise verene karşı franchise alanın bilgi verme yükümlülüğünün, lisans sözleşmesinde bir karşılığı bulunmamaktadır⁷². Franchise sisteminin etkin bir şekilde işlemesi amacıyla; franchise veren ve franchise alan arasındaki dinamik ilişki gereği, franchise alan sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak için gayesi ile gerçekleştirdiği eylemler ve piyasadan bu eylemlere karşı aldığı refleksler konusunda -sözleşme süresince- franchise vereni bilgilendirmek ile yükümlüdür. Lisans sözleşmesinde ise lisans alanın; sözleşme konu gayri maddi malın kullanımı veya ortaya çıkmasına sebep olan eylemleri neticesinde vuku bulan neticelerden lisans vereni haberdar etme yükümlülüğü bulunmamaktadır.

Bu açıklamalar ışığında; her franchise sözleşmesinin kendi içerisinde bir veya birden fazla lisans sözleşmesi (patent, marka, know how, tasarım gibi) barındırdığı⁷³, lakin lisans sözleşmesinin gerek unsurları gerekse de taraflara yüklediği yükümlülükler açısından franchise sözleşmesine kıyasen daha butik etkiler ortaya çıkardığını söyleyebiliriz.

2. Vekalet Sözleşmesi ile Karşılaştırılması

6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nu sistematik açıdan incelersek; "Vekalet İlişkileri" başlıklı dokuzuncu bölüm, "Vekalet Sözleşmesi" ile belirtilmiş birinci bölüm altında "Tanımı" yan başlığı ile madde 502 ve devamı maddelerinde vekalet sözleşmesinin ilgili hükümlerinin düzenlendiğini görmekteyiz⁷⁴.

Vekalet sözleşmesi kanundaki tanımlamaya göre; "*Vekilin vekalet verenin bir işini görmeyi veya işlemini yapmayı üstlendiği sözleşme tipi...*" şeklinde yer almaktadır⁷⁵.

Vekalet sözleşmesi, pratik hayatta ve daha birçok noktada hukuki ilişkilere kaynak olabilir. Şöyle ki; hukuki veya maddi bir fiili, ya da hukuki işlem benzeri

⁷¹Kırca, a.g.m., s. 86.

⁷²Kırca, a.g.m., s. 86.

⁷³Güçlü, a.g.m., s. 43.

⁷⁴6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu, kabul tarihi: 11/1/2011, yayımlandığı resmi gazete tarih: 4/2/2011, sayı:27836, yayımlandığı düstur tertip:5, cilt:50.

⁷⁵6098 s. Türk Borçlar Kanunu, md.502.

fiile konu eylemlerde bulunacak taraf, bu fiilerinde tecrübesiz, hukuki veya veya teknik bilgi yoksunu, yeteneksiz gibi artırabileceğimiz sakıncalı durumlarda; arasında güven ilişkisi kurduğu kişiden; söz konusu eylemini kendi adına yerine getirmesini isteyebilir.

Vekalet sözleşmesinin en sık karşılaştığımız örneği müvekkil avukat arasındaki ilişkidir. Vekalet veren tarafta bulunan müvekkil, karşılaştığı hukuki durum karşısında bilgi ve tecrübe sahibi avukat vasıtasıyla kendisinin temsil edilmesi ve kendi adına irade açıklamasında bulunulmasını tercih edebilir.

Kanunda tanımlanmaması sebebiyle, isimsiz bir sözleşme olan franchise sözleşmesinden ayrılan vekalet sözleşmesini; geniş anlamda yorumlayacak olursak iş görme sözleşmesi olduğunu söyleyebiliriz⁷⁶. Kanunda açıkça yer verildiği üzere isimsiz sözleşme niteliğine haiz franchise sözleşmesinde niteliğine uygun düştüğü oranda vekalet sözleşmesine ilişkin hükümler uygulanır⁷⁷.

Sözleşmenin tarafları açısından değerlendirme yapmak gerekirse, vekalet sözleşmesinde; vekalet veren rolü franchise sözleşmesinde franchise alan rolüne, vekalet alan ise franchise veren rolüne evrilmektedir.

Vekalet sözleşmesi ile franchise sözleşmesi, her iki tarafa karşılıklı borç yüklenme unsuru bakımından ortak paydada birleşeler dahi; vekalet sözleşmesinde, vekalet verenin, vekalet alana karşı olan ücret ödeme borcu esaslı bir unsur şeklinde gösterilmediğinden ücret ödeme edimi konusunda birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Bu minvalde, vekalet veren ile vekalet alan arasında ücret konusu konuşulmamış veya vekalet veren tarafından vekalet alana ödenecek ücret hakkında taraflar arasında bir uzlaşma gerçekleşmemiş ise sözleşme geçerliliği etkilenmemekle birlikte; vekalet sözleşmesinin eksik iki tarafa borç yükleyen sözleşme niteliğine haiz olduğunu söyleyebiliriz⁷⁸. Ayrıca bir diğer husus; franchise sözleşmesinde, franchise alan franchise verene ücret ödemek borcuna sahipken, vekalet sözleşmesinde vekalet veren kendisini temsil eden vekalet alana karşı ücret ödeme yükümlülüğüne sahiptir.

Franchise sözleşmesinde; franchise veren için franchise alanın işlem kabiliyeti, mevcut aktif/pasif değerleri, yetenek ve iş görme becerisi ne kadar

⁷⁶Eren, a.g.e., s. 714.

⁷⁷6098 s. Türk Borçlar Kanunu, md.502/2.

⁷⁸Eren, a.g.e., s. 714.

önem arz ediyor ise vekalet veren için vekalet alanın sözleşme konusu hukuki veya maddi bir fiili, ya da hukuki işlem benzeri fiile karşı yaklaşımı, yeteneği veya donanımı o ölçüde önem arz etmektedir⁷⁹.

Vekalet sözleşmesinde tek taraflı sözleşmenin sona erdirilmesi mümkündür. Şöyle ki; vekalet veren tarafından vekalet alanın her zaman azil edilmesi veya vekalet alanın istifa etmesi kanundaki düzenleme⁸⁰ ile yasal dayanak ile korunmuştur. Vekalet sözleşmesinde; taraflar diledikleri zaman sözleşmeyi tek taraflı sona erdirme yetileri sahip iken; doğan zararı ödemek yükümlülüğü ile sorumlu tutulmuşlardır. Karşı tarafın uğradığı zararı ödeme yükümlülüğü ise; ancak uygun olmayan bir zaman ve sona erme sebebiyle uğradığı zarar boyutu ile korunmuştur⁸¹. Franchise sözleşmesinde tarafların sözleşmeyi tek taraflı sona erdirme fonksiyonu bulunmamaktadır.

Vekalet sözleşmesi ile franchise sözleşmesi arasındaki farklılıklardan devam edecek olursak; vekilin, vekalet veren adına gerçekleştirdiği hukuki veya maddi eylemler neticesinde elde ettiği aktif değerleri vekalet verene devretmek ile sorumluyken, franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümü ve pazarlanması neticesinde oluşan kazancı franchise verene devretme yükümlülüğü söz konusu değildir⁸². Bu husus ile birlikte, vekalet sözleşmesinde vekil, vekalet veren adına ve namına takip ettiği işlemleri ve gerçekleştirdiği edimlerin masrafını faizi ile birlikte vekalet verenden pek tabii talep edebileceğini söylememiz mümkündür⁸³.

Franchise alanın kendi ad ve namına çalışması bu sonucun doğmasına etkindir. Ayrıca tam bu noktadan devam edersek; vekilin, vekalet vereni dolaylı temsili neticesinde gerçekleştirdiği eylemlerin sonuçları doğrudan vekalet veren nezdinde sonuç doğurmaktadır. Kendi ad ve namına çalışan franchise alan ise sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümü neticesinde yalnızca kendi nezdinde doğan sonuçlar ile karşı karşıya kalmaktadır. Franchise veren ile franchise alan arasındaki dikey ilişki neticesinde, franchise verenin talimatları ile franchise alanı yönlendirdiği ve franchise alan üzerindeki kontrol mekanizmasını

⁷⁹Kırca, a.g.m., s. 161.

⁸⁰6098 s. Türk Borçlar Kanunu, md.512.

⁸¹Gürzumar, a.g.e., s. 23.

⁸²Şimşek, a.g.m., s. 112-116.

⁸³Eren, a.g.e., s.740-742.

aktif bir şekilde kullanarak hakimiyet sağladığından bahsetmişik⁸⁴. Söz konusu kontrol ve süreci yönetme yetisi vekalet sözleşmesinde karşılık bulmamaktadır. Şöyle ki; vekil kendisine verilen durumun hal ve şartları gereği amaca uygun düşmeyen talimatları yerine getirmeme serbestisine sahiptir.

Kanaatimizce vekalet sözleşmesi ile franchise sözleşmesinin en fazla ortak noktada keşistikleri küme; taraflar arasındaki güven ilişkisi, sadakat ve özen borcu, sır saklama ve karşı tarafı bilgilendirme başlıklarında toplanabilir. Vekalet sözleşmesinde vekil kendisinden beklenen edimleri, seçilme sebebi olan tecrübe, bilgi, yeterlilik, doğru bilgi aktarma başlıkları kapsamında yerine getirmelidir. Bu husus franchise sözleşmesinde, franchise alan için de geçerlidir. Ancak boyutunu biraz değiştirmemiz gerekmektedir. Şöyle ki; franchise alan franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırırken, pazarlamasını yerine getirirken imtiyaz konusu markanın veya lisansın güvenilirliğini sarsmayacak, imajını zedelemeyecek fiiller yerine getirmek ile yükümlü iken aynı zamanda muhasebe kayıtlarını, kendi nam ve hesabına yürüttüğü teşebbüsün aktif ve pasif değerlerini franchise veren ile paylaşmaktadır. Franchise alan sadakat ve özen yükümlülüğü neticesinde franchise verenin kendisine pazarlama hakkı tanıdığı mal ve/veya hizmetin arzı esnasında franchise verenin misyonu ve vizyonu gereği tavır sergilemek zorundadır.

3. Acentelik Sözleşmesi ile Karşılaştırılması

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nu sistematik açıdan incelersek; 'Acentelik' başlığı ile yedinci kısım altında 'Tanımı' alt başlığı ile madde 102'de⁸⁵ acentelik sözleşmesinin kanun koyucu tarafından tercih edilen tanımını görmekteyiz. Buna göre; aralarındaki bir sözleşmeye dayanarak, hukuki anlamda tacir vasfındaki işletmeden bağımsız bir şekilde, belirli veya belirlenebilir coğrafi sınırlar dahilinde sözleşmenin diğer tarafı tacir olan muhtemel veya mevcut sözleşmelere uygun zemin hazırlayan veya aracılık sağlayan yada bu sözleşmeleri tacir adına sürekli bir şekilde gerçekleştiren acente ile tacir arasındaki ilişki şeklinde acentelik sözleşmesine yer verilmiştir.

⁸⁴Topçuoğlu, a.g.m., s. 113-114.

⁸⁵6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, kabul tarihi: 13/1/2011, yayımlandığı resmi gazete tarih: 14/2/2011, sayı:27846, yayımlandığı düstur tertip:5, cilt:50.

Bu tanım çerçevesinde, acentelik ilişkisinin ana unsurları; acentenin, ticari bir işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık etmesi veya bunları o tacir adına yapması; acentenin aracılık veya sözleşme yapma faaliyetlerinin yasal dayanağı olan bir sözleşme ilişkisine dayanması ve bu faaliyetlerin süreklilik göstermesi ile acentenin bu faaliyetleri meslek olarak sürdürmesi şeklinde özetlenebilir.

Bir tacir yardımcısı şeklinde tanımlanan acente⁸⁶, hukuken tacirden tam bağımsız, özerk bir konuma sahip olmasından cihetle müvekkili rolündeki tacirden emir ve talimat almaz ve müvekkil tacirin kontrol mekanizması içerisinde yer almaz⁸⁷.

Franchise sözleşmesi ile birçok ortak noktası bulunan acentelik sözleşmesinin kanunda tanımlanan hususları pek tabii franchise sözleşmesinin esaslarına uygun düştüğü ölçüde kıyasen uygulanabilir⁸⁸.

Çerçeve ve sürekli sözleşmelerden⁸⁹ sayılan acente sözleşmesi ile franchise sözleşmesini tarafları açısından değerlendirirsek, acente sözleşmesinde; acente rolü franchise sözleşmesinde franchise alan rolüne, müvekkil tacir ise franchise veren rolüne evrilmektedir.

Kanaatimizce franchise sözleşmesi ile acente sözleşmesinin birleştiği en temel husus sözleşme konusu mal ve/veya hizmetinin sürümünün artırılması ile pazarlama yetisidir. Tıpkı franchise sözleşmesinde, franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin tüketiciye arzı konusunda hataya düşmemesi, kötü niyetli davranmaması, franchise verene mevcut veya muhtemel verileri aktarması, kar marjına ve satış çizelgesine ilişkin bilgi akışı sağlaması, potensiyel tüketici konusunda tanımlama gerçekleştirilmesi, imtiyaz konusu marka veya lisansın kullanımı ve pazar payının artması konusunda sadakat ve dürüstlük kuralları çerçevesinde davranma yükümlülükleri, acente sözleşmesinde acente tarafında vücut bulur.

Acente sözleşmesinde, acentenin müvekkil tacir adına gerçekleştirdiği işlemler veya aracı konumunda bulunduğu ticari ilişkiler müvekkil tacir nezdinde ekonomik sonuç doğurur. Acente söz konusu ticari münasebet sebebiyle müvekkil

⁸⁶Sabih Arkan, **Ticari İşletme Hukuku**, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 2018, Yirmi Dördüncü Tıpkı Basım, s. 217.

⁸⁷Arkan, a.g.e., s. 216-217.

⁸⁸Arkan, a.g.e., s. 222.

⁸⁹Eren, a.g.e., s. 548.

tacirden belli bir yüzde ya da kararlaştırılan ücreti talep ederken, franchise sözleşmesinde franchise alan konumundaki kişi franchise verenden herhangi bir ücret/bedel/iş yüzdesi talep edemez. Aksine franchise sözleşmesinde franchise alan franchise verene ödeme yapmak ile yükümlüdür⁹⁰.

Müvekkil tacir adına işlem gerçekleştirme yetisine sahip bağımsız bir tacir yardımcısı konumundaki acente, franchise sözleşmesindeki franchise alan rolünden keskin bir çizgiyle ayrılır. Franchise sözleşmesinde, franchise alan kendi ad ve namına hareket etmektedir. Şöyle ki; franchise sözleşmesinde franchise alan her ne kadar franchise verenin kendisine pazarlama imtiyazı sunduğu mal ve/veya hizmetin arzı esnasında franchise verenin talimatlarına direktiflerine ve kontrol mekanizmasına dahil ise de, gerçekleştirdiği ticari ilişkiler sonuçlarını kendi aktif/pasif değerleri üzerinde oluşturur.

Bir diğer önemli yapısal farklılık ise; franchise sözleşmesinde, franchise veren tarafından franchise alan bir taraftan her şart ve koşulda korunmalı, menfaatleri gözetilmeli, gerek teknik gerek pratik veriler ile desteklenir iken diğer taraftan da franchise sözleşmesinin esas unsurlarından sayılan franchise sisteminin organik yapısına dahil edilir, gerek maddi gerekse de gayri maddi değerler aktarılır, franchise sistemi içerisinde mevcut hiyerarşik sıralamada yer alması sağlanır şeklinde sıralanabilen franchise veren üzerinde doğan yükümlülükler mevcuttur. Her ne kadar acente sözleşmesinde müvekkil tacirin, acenteyi destekleme, fiyat politikası konusunda bilgilendirme, koruma, tanıtma görevleri var ise de acente üzerinde franchise veren kadar dinamik ve aktif bir rolü bulunmamaktadır⁹¹.

Ayrıca değinmemiz gereken bir diğer benzerlik franchise sözleşmesinin tarafı olan franchise veren ile franchise alan arasında gerek coğrafi sınırlar gerekse de franchise sistemini özü neticesiyle ortaya çıkan birbirleriyle rekabet etmeme hususu, acente sözleşmesinde acente ve müvekkil tacir arasında da mevcuttur. Türk Ticaret Kanunu madde 104'deki düzenlemeye göre acente birbiriyle rekabet halinde bulunan ve aynı yer/bölgeden yer alan birden çok müvekkil tacir adına işlem yapamayacağı gibi, sözleşmenin diğer tarafı olan

⁹⁰Mehmet Ali Çakı, "Hukuksal Açıdan Franchising Sözleşmeleri", Dokuz Eylül Üniversitesi, 2021, s. 107.

⁹¹Kırca, a.g.m., s. 99.

müvekkil tacir ise aynı zaman aynı yer veya bölgede konumlanmış ve aynı ticaret sahasında birbirleri ile rakip pozisyonlara sahip birden fazla acenteyi kendisini temsil için yetkilendiremez.

4. Tek Satıcılık Sözleşmesi ile Karşılaştırılması

Tıpkı franchise sözleşmesi gibi kanunda tanımı yer almayan, bu sebeple isimsiz sözleşme niteliğine haiz olan tek satıcılık sözleşmesinin; kapsamı belirlenirken doktrinden yararlanmamız gerekmektedir.

Öğretide, karşılıklı iki tarafa borç yükleyen, sürekli ve çerçeve niteliği bulunan tek satıcılık sözleşmesi için tercih edilen tanım; yapımcının, ürünlerinin tamamını veya bir kısmını belirli veya belirlenebilir coğrafi sınırlar içerisinde tekel şekilde pazara sürmesi haliyle tek satıcıya sunması, bunun karşılığında tek satıcının da sözleşme konusu tekel hak sahibi olduğu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmayı hedeflediği bir sözleşme türü şeklinde karşımıza çıkmaktadır⁹².

Bu sözleşme türünde de tek satıcıya belirli bir bölgede münhasıran satış hakkı tanınmaktadır⁹³. Ayrıca sınırları belirlenmiş bu bölgede ticari faaliyet gösteren tek satıcı aynı franchise sözleşmesinde franchise alanın konumu gibi kendi ad ve namına çalışmaktadır. Tek satıcı işletmesinin bütün riskleri kar/zarar hesaplamasına konu denklemin tek tarafı halindedir.

Sağlayıcı tarafından sözleşmeye konu malların teslimi neticesinde tek satıcının tekel satış hakkına konu materyaller için sağlayıcıya karşı ücret ödeme borcunun yanı sıra tıpkı franchise sözleşmesinde olduğu gibi sözleşme konusu malın sürümünün artırılması ve pazar hakimiyetinin sağlanması hedeflenmektedir. Hatırlayacağınız üzere franchise sözleşmesinde de franchise alan imtiyaz konusu mal ve/veya hizmet karşılığı olan ücreti franchise verene ödemek ile yükümlü iken diğer taraftan da sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetinin sürümünü artırmak ile pazar payını genişletmek vizyonu ile hareket etmek ile görevlendirilmiştir.

⁹²Hasan İşgüzar, **Tek Satıcılık Sözleşmesi**, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 1989, s. 14.

⁹³İşgüzar, a.g.e., s. 16.

Tek satıcılık sözleşmesinin taraflarını inceleyecek olursak sağlayıcı ve tek satıcı rolleri ile karşılaşmaktayız⁹⁴. Her sözleşme türü karşılaştırmasında yaptığımız gibi franchise sözleşmesi ile tek satıcılık sözleşmesini taraf yönünden ayırmak ile bölümümüze başlamak isteriz. Tek satıcılık sözleşmesinde sağlayıcı rolü, franchise sözleşmesinde franchise veren statüsüne benzetilir iken, tek satıcılık sözleşmesindeki tek satıcı konumu ise franchise sözleşmesinde franchise alan konumunun yansımasıdır.

Franchise sözleşmesinin temel unsurlarından sayılan franchise sistemine konu edimler bütünü tek satıcılık sözleşmesinde karşılık bulamamaktadır⁹⁵. Tek satıcılık sözleşmesinde, tek satıcının sağlayıcı tarafından maddi ve gayri maddi unsurlar yönünden desteklenmesi, tecrübe ve teknik bilgi aktarımı, ham madde ara girdi malların tedarik zincirinde rol vermek, reklam, tanıtım, işbirliği anlaşmalarını sağlamak gibi artırabileceğimiz koruma ve destekleme mekanizması tek satıcılık sözleşmesinde aktifleşmeyen, pasif nitelikte yabancı bir dinamiktir⁹⁶.

Tek satıcılık sözleşmesinde sağlayıcı sözleşme konusu malların sürümünü artırmak gayesi ile her ne kadar tek satıcıya marka ve logo gibi gayri maddi unsurları arz etse de esas temennisi sahip olduğu imajın bütünlüğüne zarar gelmesini engellemektir⁹⁷. Tek satıcı açısından sağlayıcının marka veya logosunu taşımak ise ilgili pazarda ve tüketici gözünde sağlayıcı ile aralarındaki işbirliğine delalet oluşturmak gayesi anlamına gelmektedir⁹⁸.

Franchise sözleşmesinde; franchise veren tarafından franchise alana know how aktarımı gibi gayri maddi değerlerin aktarılması tek satıcılık sözleşmesinde asli unsur olarak karşımıza çıkmamaktadır⁹⁹. Bununla birlikte franchise sözleşmesinde, franchise verenin franchise alan üzerindeki denetim ve kontrol mekanizması tek satıcılık sözleşmesinde işlediği söylenemez.

Ayrıca değinmemiz gereken bir diğer unsur, franchise sözleşmesinde franchise veren tarafından franchise alana imtiyaz konu mal ve/veya hizmetin

⁹⁴Mehmet Aygüneş, "Tek Satıcılık Sözleşmesi", Başkent Üniversitesi, 2018, s. 14.

⁹⁵Altıntaş, a.g.m., s. 66.

⁹⁶Altıntaş, a.g.m., s. 70.

⁹⁷Şimşek, a.g.m., s. 109.

⁹⁸Şimşek, a.g.m., s. 103.

⁹⁹Kırca, a.g.m. s. 92.

sürümünü artırmak hedefi yüklenirken ve bu yükümlülüğe franchise alan razı iken, tek satıcılık sözleşmesinde; sağlayıcı sözleşme konusunu yalnızca mal (maddi değer) ile sınırlı tutarak, tek satıcıya sözleşme ile kendi sağladığı hizmetin sürümünü artırmak yetkisi vermez. Tek satıcının gerçekleştirdiği edimler, sağlayıcının menfaatini korumak ile sınırlıdır¹⁰⁰.

Franchise sözleşmesinin tarafı olan franchise veren ile franchise alan arasında gerek coğrafi sınırlar gerekse de franchise sistemini özü neticesiyle ortaya çıkan birbirleriyle rekabet etmeme hususu, tek satıcılık sözleşmesinde sağlayıcı ve tek satıcı arasında da mevcuttur. Sağlayıcı tarafından, tek satıcıya sözleşme konusu malın sürümünü artırması için tayin edilen bölge sınırları dahilinde tek satıcıdan başka bir kişiye tek satıcılık unvanı verilmesi mümkün değildir. Kaldı ki; böyle bir durumda tek satıcı açısından sözleşmenin temelini oluşturan tekel unvanına zeval gelmektedir. Rekabet yasağının diğer boyutunda yer alan tek satıcı açısından değerlendirme yapmak gerekirse, tek satıcının sözleşme konusu maddi değerleri yalnızca sözleşmenin diğer tarafı olan sağlayıcıdan temin etmesi gereklidir¹⁰¹.

Tek satıcılık sözleşmesinde de sağlayıcının talimatları tek satıcı üzerinde sonuç doğurur; ancak bu talimatlar franchise sözleşmesinde franchise verenin franchise alana gerçekleştirdiği telkin ve yönlendirmelere kıyasen oldukça butik etkiler doğurur. Tek satıcılık sözleşmesinde, sağlayıcının tek satıcıya verdiği talimatlar sözleşme konusu malın sürümünü artırmak sınırına takılmaktadır¹⁰².

Tek satıcı, sağlayıcının menfaatlerini gözettiği sürece bağımsızdır¹⁰³. Keza tek satıcılık sözleşmesinde sağlayıcı tek satıcının teşebbüsünün idari işleyişine etki edemeyeceği üzere, şirket muhasebe kayıtlarını da dilediği gibi kontrol edemez. Bu sözleşme türünde sağlayıcının tek satıcının seçtiği personel üzerinde etkisi bulunmamaktadır, dilediği işçi ile çalışma serbestisine sahip olan tek satıcının seçtiği personel sağlayıcı tarafından eğitim, sertifika, yeterlilik kıstaslarında yönlendirilemez.

Tek satıcılık ve franchise sözleşmesinin sona erme halleri de benzerlik göstermektedir. Her iki sözleşmenin taraflara süresiz edimler yüklemesinden

¹⁰⁰Ulaş, s. 113, Tandoğan, s. 43-46, İşgüzar, s. 92.

¹⁰¹Kırca, s. 92.

¹⁰²Tandoğan, s. 49-50.

¹⁰³Altıntaş, s. 69.

cihette normal şartlarda ihbar kapsamında fesih yolu ile sona erme hükümleri uygulanır¹⁰⁴. Franchise sözleşmesinin sona erme hükümlerini çalışmamızın ilerleyen aşamalarında ayrıntısıyla yer vereceğimiz üzere bu kısımda bu kadar değinmenin yerinde olduğu kanaatindeyiz¹⁰⁵.

5. Hizmet sözleşmesi ile karşılaştırılması

6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nu sistematik açıdan incelersek; 'Hizmet Sözleşmeleri' başlıklı altıncı bölüm, 'Genel Hizmet Sözleşmesi' ile belirtilmiş birinci bölüm altında 'Tanımı' yan başlığı ile madde 393 ve devamı maddelerinde hizmet sözleşmesinin ilgili hükümlerinin düzenlendiğini görmekteyiz¹⁰⁶.

"Hizmet sözleşmesi, işçinin işverene bağımlı olarak belirli veya belirli olmayan süreyle işgörmeyi ve işverenin de ona zamana veya yapılan işe göre ücret ödemeyi üstlendiği sözleşmedir." Şeklinde tanımlaması yer alan hizmet sözleşmesi, işçinin işveren tarafından verilmiş bir işi düzenli bir halde ancak kısmi bir biçimde yerine getirmesi halinde de mümkün olduğu devamı fıkrasında belirtilmiştir¹⁰⁷.

Tanımdan yola çıkarsak hizmet sözleşmesinin esaslı kriterleri; bağımlılık, ücret ve iş görme şeklinde karşımıza çıkar. Kanunun ilgili maddelerini lafzi yorum ile incelemeye devam edersek; işçinin borçları iş görme borcu, sadakat borcu kapsamında tanımlayabileceğimiz rekabet etmeme ve sır saklama yükümlülüğü ile itaat borcu iken, iş verenin borçlarının ise; ücret ödeme, iş araç ve malzemelerin temini, giderlerin ödenmesi ile işçinin kişiliğinin korunması başlıklarında toplayabiliriz. Bu minvalde hizmet sözleşmesinin karşılıklı iki tarafa da borç yüklediğini görmekteyiz.

Hizmet sözleşmesinin esaslı unsurlarından olan bağımlılık unsurunun altını çizmemiz gerekirse, işçi işverenin emir ve talimatlarına uygun edimler yerine getirme borcu altındadır. Bunun sonucu olarak işçinin; işverene ekonomik, fiili ve hukuki boyutta sıkı bir bağının bulunduğu, bu hususun kaynağını ise işveren ile işçi arasındaki ilişkinin dikey boyutta olmasından kaynaklandığını belirtebiliriz.

¹⁰⁴Cemile Demir Gökyayla, **Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)**, Ankara, Seçkin Yayınevi, 2005, s. 193-195.

¹⁰⁵Ayrıntılı anlatım için bkz. s. 111.

¹⁰⁶6098 s. Türk Borçlar Kanunu, md.393.

¹⁰⁷6098 s. Türk Borçlar Kanunu, md.393/2.

Hizmet sözleşmesindeki işçi ile işveren arasındaki dikey ilişkiyi franchise sözleşmesindeki franchise veren ile franchise alan arasındaki dikey ilişki dinamiğinden ayırmamız gerekmektedir. Franchise sözleşmesinde, franchise veren ile franchise alan arasındaki dikey ilişki; hizmet sözleşmesinde yer alan işçi ve işveren arasındaki dikey ilişkiye göre daha yumuşak ve doğal sınırlara tabiidir. Şöyle ki, franchise alan bağımsız bir şekilde kendi ad ve namına çalışır, franchise alan teşebbüsünün bütün kar ve zarar tablosunda ilgili tek kişidir, risklerin bütünü franchise alan üzerinde oluşur. Franchise alan sözleşme de belirtilen imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile giriştiği ticari münasebetler neticesinde kazanç sağlar¹⁰⁸. Franchise sözleşmesinde, franchise veren tarafından franchise alana bir ücret ödenmesi söz konusu değildir; aksine franchise alan tarafından imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin arzı konusunda kendisine yetki veren franchise verene ücret ödenir.

İşveren tarafından işçinin; çalışma yeri, edim süresi, çalışma şekli ve süresi belirlenir¹⁰⁹. İşçi hizmet sözleşmesine konu borcunu işverenin belirlediği kapsamda ve şekilde yerine getirme borcu altındadır. İşçi ve işveren arasındaki hiyerarşik konum farkı dolayısıyla oluşan bu emir talimat ilişkisinde riskler işveren üzerinde oluşmaktadır, işçi nezdinde sözleşmeye konu edim neticesinde üçüncü kişiler tarafından zenginleştirilme söz konusu olmaz. Hizmet sözleşmesinde işçinin tek zenginleşme kaynağı işveren tarafından kendisine ödenen ücrettir.

Franchise alanın franchise verenin emir ve talimatlarına uygun edimler yerine getirmesi, franchise alanı franchise verene bağlı hale getirmez¹¹⁰. Buradaki esas gaye franchise sözleşmesinin esasını oluşturan franchise sisteminin kusursuz bir şekilde franchise alan üzerinde vücut bulmasıdır, bu husustan ötesi franchise sözleşmesinin amacına uygun düşmemektedir. Nitekim franchise alan, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile kendi belirlediği lokasyonda, dilediği işçi ile çalışabiliyor iken, edimlerini yerine getirmek için araç olarak kullandığı makine, teçhizat, taşınabilir veya taşınamaz unsurların yegane sahibidir. Hizmet sözleşmesinde işveren tarafından işçiye sağlanan

¹⁰⁸Kırca, a.g.m., s. 104, Şimşek, a.g.m., s. 123.

¹⁰⁹Kırca, a.g.m., s. 102, Şimşek, a.g.m. s. 124.

¹¹⁰Cevdet Yavuz, **Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 14. Bası, İstanbul, 2016, s. 438.

ekipman, hammadde, araç, gereç, lojistik destek gibi aktarımlar franchise sözleşmesinde karşılık bulmamaktadır.

Franchise sözleşmesinde, franchise verenin franchise alan üzerinde nüfuz ettirdiği kontrol ve denetim mekanizması, emir talimat ile yönlendirme kapasitesi ve süreci yönlendirme yetisi ancak sözleşme konusu edim ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile sınırlıdır.

Franchise sözleşmesinde, franchise sistemi gereği franchise veren tarafından franchise alana maddi ve gayri maddi değerlerin aktarımı söz konusu iken, hizmet sözleşmesinde işveren tarafından işçiye lisans, patent, marka, logo, vizyon, misyon gibi gayri maddi unsurların devri konu değildir. Bu minvalde franchise sözleşmesinin yalnızca bir iş görme sözleşmesi olmaması hususuyla hizmet sözleşmesinden ayrılması söz konusu sonucu beraberinde getirmiştir¹¹¹.

Ayrıca belirtmemiz gereken bir diğer husus hizmet sözleşmesinde işveren tarafından işçi özelliklerine göre seçilerek şahsen ifaya uygun kapasitede olması aranır. Benzer kriter franchise sözleşmesi için de geçerlidir¹¹². Franchise veren tarafından franchise alan imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırması gayesi ile özel olarak seçilir ve şahsen ifaya konu edimler getirmesi kendisinden beklenir.

Tek satıcılık ve franchise sözleşmesinin sona erme halleri de benzerlik göstermektedir. Her iki sözleşmenin taraflara süresiz edimler yüklemesinden cihetle normal şartlarda ihbar kapsamında fesih yolu ile sona erme hükümleri uygulanır¹¹³. Franchise sözleşmesinin sona erme hükümlerini çalışmamızın ilerleyen aşamalarında ayrıntısıyla yer vereceğimiz üzere bu kısımda bu kadar değinmenin yerinde olduğu kanaatindeyiz¹¹⁴.

Hizmet sözleşmesi ile franchise sözleşmesinin yukarıda aktarılmaya çalışılan farklılıkları sebebiyle kıyasen uygulama mekanizması bulunmamaktadır. Her kuralın bir istisnai durumu beraberinde getirdiği kuramı ile birlikte değerlendirme yapıldığında ise, yalnızca hizmet sözleşmesinde işverenin işçiye koruma yükümlülüğüne ilişkin yükümlülükleri, franchise sözleşmesinde franchise

¹¹¹Gürzumar, a.g.e., s. 23.

¹¹²Eren, a.g.e., s. 549.

¹¹³Gökyayla, a.g.e., s. 193-195.

¹¹⁴Ayrıntılı anlatım için bkz. s. 111.

veren tarafından franchise alanın korunması ile ilgili durumlarda kıyasen uygulama alanı bulabileceğiniz söyleyebiliriz¹¹⁵.

6. Adi Ortaklık Sözleşmesi ile Karşılaştırılması

6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nu sistematik açıdan incelersek; 'Adi Ortaklık Sözleşmesi' başlıklı on sekizinci bölüm altında 'Tanımı' yan başlığı ile madde 620 ve devamı maddelerinde adi ortaklık sözleşmesinin ilgili hükümlerinin düzenlendiğini görmekteyiz¹¹⁶.

Kanun koyucunun "*İki ya da daha fazla kişinin emeklerini ve mallarını ortak bir amaca erişmek üzere birleştirmeyi üstlendikleri sözleşmedir.*" biçiminde tanımladığı adi ortaklık sözleşmesinin unsurlarını; kişi, müşterek amaç, müşterek amaç uğruna birlikte çaba, katılım payı ve sözleşme bağı şeklinde belirtebiliriz.

Adi ortaklık sözleşmesi için herhangi bir şekil şartı aranmaması, taraflar nezdinde sözleşmenin kurulması aşamasında irade serbestisine sebep olur. Bu minvalde adi ortaklık sözleşmesinin tarafları noter gibi resmi makamların onayı ile sözleşme kurabilirken, resmi makam onayına veya kontrolüne gerek duymaksızın yazılı veya sözlü bir şekilde karşılıklı beyan açıklamaları sonucunda da adi ortaklık sözleşmesi kurulmuş sayılır. Ancak taraflar arasında doğacak muhtemel bir anlaşmazlığa ilişkin ispat müessesinin işlevleştirilmesi amacıyla yazılı bir şekilde yapılması ve noter onayının bulunması; tarafların menfaatlerinin korunması açısından önemli olduğu kanaatindeyiz.

En az iki kişi arasında kurulan adi ortaklık sözleşmesinin bir tüzel kişiliği bulunmamaktadır. Adi ortaklığın tüzel kişilikten yoksun olması birtakım sonuçları da beraberinde getirmiştir. Şöyle ki; adi ortaklığın ilgili ticaret mevzuatına göre korunan bir unvanı mevcut değildir. Adi ortaklığın tarafı olacağı herhangi bir hukuki veya ticari münasebet; sonucu, direk adi ortaklık sözleşmesinin tarafları üzerinde doğacaktır, ortaklığa konu edimlerin ifası sırasında satın alınan veya başka sebeplerle ortaklık bünyesine devir olan değerler üzerinde adi ortaklığın taraflarının el birliği ile hakimiyeti söz konusudur, adi ortaklık hukuki veya cezai yargı platformunda taraf olarak gösterilemez, yargı

¹¹⁵Gürzumar, a.g.e., s. 23.

¹¹⁶6098 s. Türk Borçlar Kanunu, md.620.

platformunda hukuki münasebet sonucu adi ortaklık sözleşmesinin tarafları ancak davacı veya davalı sıfatına sahip olabilirler¹¹⁷.

Adi ortaklık sözleşmesi ile araştırma konumuz franchise sözleşmesinin ortak noktalarından bahsetmemiz gerekirse; ilk değineceğimiz husus iki sözleşmenin de karşılıklı iki tarafa borç yüklediği olacaktır¹¹⁸. Adi ortaklık sözleşmesinin amacının gerçekleşmesi gayesi ile taraflar sürekli karşılıklı şekilde edimlerde bulunmaktadır, tıpkı franchise sözleşmesinde franchise veren tarafından franchise alanın bilgi ve tecrübe ile desteklenmesi, korunması, franchise sistemine dahil edilmesi ile franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile hareket etmesine benzetebiliriz.

Adi ortaklık ve franchise sözleşmelerinin; sona erme halleri de benzerlik taşır. Her iki sözleşmede de taraflar karşılıklı ve devamlı bir şekilde edimlerini yerine getirdikleri sebebiyle; adi ortaklık sözleşmesinin sona ermesi ihbar yöntemi ile fesih şeklinde gerçekleşir.

6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nu sistematik açıdan incelemeye devam edersek; “*V.Ortaklar Arası Sorumluk*” kenar başlığı altında madde 626 “*I.Rekabet Yasağı*” düzenlemesini görmekteyiz. İlgili hükme göre, adi ortaklık sözleşmesinin tarafları kendileri veya üçüncü kişilerin menfaatine ortaklığın amacına aykırı edimler yerine getiremez. Maddede belirtilen rekabet yasağı, franchise sözleşmesinde de yansıma alanı bularak, franchise veren ile franchise alan arasındaki rekabet kurallarının belirlenmesinde etkilidir.

Franchise sözleşmesi ile adi ortaklık sözleşmesinin arasındaki farklardan devam etmemiz gerekir ise ilk belirtmemiz gereken nokta; franchise veren ile franchise alan arasındaki dikey ilişki unsurudur. Franchise veren ile franchise alanın ekonomik boyutta ayrı basamaklarda bulunması sonucu, franchise alan edimlerini yerine getirirken franchise veren tarafından kontrol edilebilir ve yönlendirilebilir. Adi ortaklık sözleşmesinde taraflar arasında statü farkı bulunmadığından sözleşmenin amacı yerine getirilirken taraflar birbirine emir

¹¹⁷Kezban Kübra Yassıkaya, “Adi Ortaklık Sözleşmesi”, Kırıkkale Üniversitesi, 2019, s. 15-18.

¹¹⁸Eren, a.g.e., s. 548.

talimat veremeyecekleri gibi kontrol ve yönlendirme mekanizması da devre dışı kalır¹¹⁹.

Ayrıca franchise sözleşmesinde; tarafların birbirlerine karşı edim borçları bulunurken, adi ortaklık sözleşmesinde taraflar ortak amaç çerçevesinde sözleşmenin esas gayesinin yerine getirilmesi amacıyla edim yerine getirme borcuna sahiptir. Bu minvalde adi ortaklık sözleşmesinde tarafların birbirlerine karşı hak ve borçlarını keskin çizgiler ile belirtemeyiz, asıl gaye sözleşmenin amacını yerine getirecek edimlerdir, yani tarafların borçları tek bir noktaya odaklanmıştır¹²⁰.

Franchise sözleşmesi ile adi ortaklık sözleşmesi arasındaki bir diğer fark; 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nu madde 622 ve 623'te belirtilmiştir. Buna göre adi ortaklık sözleşmesinde taraflar niteliği gereği ortaklığa ait olan bütün gelirleri aralarında paylaşır, ayrıca her ortağın sözleşme konusu edim neticesinde oluşan zarar ve kar denklemlerinde eşit payları bulunmaktadır. Adi ortaklık sözleşmesi neticesinde oluşan riskler ortaklar tarafından eşit oranda üstlenilir. Adi ortaklıkta sözleşme taraflarının pastadaki dilimleri aynıdır. Franchise sözleşmesinde ise; franchise veren, sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin lisansının kullanılmasını franchise alana sunarak, franchise alandan karşılığında ücret alır. Franchise alan; sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile gerçekleştirdiği edimler neticesinde ortaya çıkan kar ve zarardan tek sorumlu pozisyonunda yer almaktadırlar. Franchise sözleşmesinde, franchise veren ve franchise alanın kar ve zarar ya da riziko değerlerini eşit oranda paylaşmaları söz konusu değildir. Çünkü, franchise sözleşmesinde; franchise alan kendi ad ve namına hareket etmektedir.

Her iki sözleşme arasındaki bir diğer farklılık ise; gerekçesini yine yasal mevzuattan alır. Şöyle ki 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nu madde 624 '*Ortaklığın Kararları*' başlığı altındaki düzenlemeye göre, sözleşmenin nihai amacının yerine getirilmesi için alınacak kararlarda adi ortaklık taraflarının oybirliğine ihtiyaç duyulmaktadır. Franchise sözleşmesinde ise karar veren mercii franchise verendir, franchise alanın irade açıklamaları ve tercihleri franchise sisteminde etkili sonuçlara sebep olmaz.

¹¹⁹Oruç Hami Şener, **Adi Ortaklık**, Ankara, Yetkin Yayınları, 2008, s. 116-117.

¹²⁰Şener, a.g.e., s. 15.

7. Know How Sözleşmesi ile Karşılaştırılması

Know How, Rekabet Kurulu tarafından 2002/2 tebliğ numaralı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği¹²¹ 3. maddesinde: “*Sağlayıcının tecrübe, denemeleri sonucu elde ettiği ve patentli olmayan, uygulamaya yönelik, gizli, esaslı ve belirlenmiş bilgi paketi*” şeklinde tanımlanmıştır.

Know How’a ilişkin tanımlamaya ulaşılabilese dahi know how sözleşmesinin yasal mevzuatta herhangi bir karşılığı bulunmamaktadır. Hal böyle olunca; kanunda tanımlanmamış know how sözleşmesinin isimsiz bir sözleşme niteliğine sahip olduğunu söyleyebiliriz. Know How sözleşmesinin kapsamının ve unsurların belirlenmesinde doktrindeki tanımlamalardan faydalanabiliriz.

Akyol’a göre know how kavramını genel bir ifade ile üretim ve satım tekniklerinin bütünü ifade etmektedir¹²², Ilgaz’ın know how tanımı yaparken tercih ettiği anlatım ise; ekonomik ve ticari boyutta işlevlik kazanan, mutlak gizli olma unsuru bulunmayan, herhangi bir patentin himayesinde bulunmayan teknik veya işletme konulu bilgi ve tecrübeler şeklindedir¹²³, bizim know how için tercih ettiğimiz tanım ise Erbay ile paralellik göstererek; sanayi alanında teknik, ticari, işletme, yönetim, organizasyon boyutu bulunan, hukuki korumadan yoksun, gizli veya açık nitelikte kullanıcısının aktif değerlerinin artmasına sebep olan bilgi ve tecrübe bütünü¹²⁴ şeklindedir.

Tanımdan yola çıkarak know how sözleşmesinin unsurlarını saptayacak olursak; know how konusu bilgi ve tecrübelerin herhangi bir patent koruması altında bulunmaması, know how sözleşmesinde kullanım ve açıklama yetkileri verilen bilgilerin gizli olabileceği gibi herkes tarafından bilinebilir de olabileceği, know how sözleşmesine konu verinin ekonomik, sanayi ve teknik açıdan bir teşebbüsü kalkındırabilecek, işletmenin aktif değerlerinde artışa sebep verecek nitelikte olması, know how sözleşmesi ile aktarılacak bilgi ve tecrübelerin know how alan tarafından işlenmesine ve uygulamaya konulmasına imkan vermesi,

¹²¹*[https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-\(2021-4-degisiklikleri-islenmis\)-20211108175938391-pdf/](https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-(2021-4-degisiklikleri-islenmis)-20211108175938391-pdf/) Erişim Tarihi: 10 Nisan 2022

¹²²Şener Akyol, **Borçlar Hukuku (Özel Borç İlişkileri) Know-How Management Joint Venture ve Büyük Çaplı İnşaat Sözleşmeleri**, İstanbul, Afa Matbaacılık, 1. Baskı, 1997, s.1.

¹²³Deniz Ilgaz, “Know-How ve Ticari Sırlar (Teknoloji Transferi ve Fikri Haklarla İlgili Lisans Anlaşmaları)” **Avrupa Araştırmaları Dergisi**, cilt 8, sayı 1-2, s. 155.

¹²⁴İsmail Erbay, **Know-How Sözleşmesi**, Yetkin Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara, 2002, s. 78.

sözleşme konusunun belirli veya en azından belirlenebilir olması şeklinde sıralayabiliriz.

Karma ve isimsiz sözleşme olması yönünden franchise sözleşmesi ile benzerliği bulunan know how sözleşmesi, kendine uygulanacak hukukun tayininde de franchise sözleşmesi ile ortak noktalar taşır¹²⁵.

Know how sözleşmesi taraflar yönünden incelenirse; know how veren ve know how alan rollerinin bulunduğunu görebiliriz. Çalışma konumuz franchise sözleşmesinde; franchise veren konusunun know how sözleşmesinde know how veren ile franchise alanın ise know how alan konumu ile benzerlik taşır. Şöyle ki; franchise sözleşmesinde, franchise verenin imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırması gayesi ile franchise sisteminin bir parçası haline getirdiği franchise alanı, know how sözleşmesinde know how alan ile yakın sorumluluklara sahip olduğunu görmekteyiz. Her iki sözleşmenin de esaslı unsuru olan ücret konusundan, örneklendirmemiz gerekirse; know how sözleşmesinde, know how alan; sözleşme konusu bilgi ve tecrübeyi kullanma ve açıklama yetkisine karşılık know how veren tarafa belirli bir bedel ödemek zorundadır¹²⁶. Bu yükümlülüğün aynı şekilde franchise sözleşmesinde franchise verene karşı franchise alan nezdinde oluştuğunu görmekteyiz.

Franchise sözleşmesinde; franchise alanın franchise veren tarafından franchise sistemine dahil edilmesi, gerek maddi gerekse de gayri maddi değerler ile desteklenmesi, pazarlama, reklam, işbirliği anlaşmaları ile tanınmasına zemin hazırlaması, ham madde tedarik zincirine dahil edilmesi, franchise sisteminin organik yapısında aktif role sahip olması ile hiyerarşide yer almasını sağlamak şeklinde artırılabileceğimiz franchise veren üzerinde oluşan asli edimler know how sözleşmesinde know how veren üzerine sirayet etmez. Bu minvalde know how sözleşmesinde, know how veren know how alana sözleşme konusu teknik veya sınai bilgi ve tecrübenin aktarımı dışında başka herhangi bir asli yükümlülüğü bulunmamaktadır. Know how sözleşmesinde, know how veren nezdinde; sözleşmeye konu bilgi ve tecrübenin pratikte kullanımı, uygulama metodları,

¹²⁵Ayrıntılı anlatım için bkz. s. 17.

¹²⁶Erbay, a.g.e., s. 67.

işleyiş mekanizmasına ilişkin know how alan tarafa bilgi aktarmak ancak yan edim niteliği taşır¹²⁷.

Know how sözleşmesine konu edimlerin yerine getirilmesinde; know how alan ve franchise alan rolleri açısından değerlendirme yaptığımızda; franchise alanın franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile yerine getirdiği edimler süresince muhasebe defteri, aktif pasif değerleri gibi konularda bilgi aktarımı, franchise verenin talimatlarına uyma ve yönlendirmeleri neticesinde işlem gerçekleştirmesi, franchise sisteminden kendisine biçilen rolden en iyi şekilde faydalanıp pazarlama yetisini aktifleştirmek şeklinde sıralayabileceğimiz asli yükümlülükleri know how sözleşmesinde asli unsur olarak karşımıza çıkmamaktadır. Know how sözleşmesinde know how alanın, know how verene karşı muhasebe defterlerini incelemek, bilgi aktarımı sağlama, sözleşme konusu bilgi ve tecrübenin kullanımını sonucu ortaya çıkan durumdan haberdar etmek veya know how konusu bilgi ve tecrübeden yararlanma yükümlülüğü ancak yan edim niteliği ile karşımıza çıkmaktadır¹²⁸.

Know how sözleşmesinde tarafların kendileri veya üçüncü kişilerin menfaatine sözleşmenin amacına aykırı edimler yerine getirememeleri şeklindeki rekabet etmeme yükümlülüğü benzer şekilde franchise veren ile franchise alan nezdinde sonuç doğurmaktadır.

Franchise sözleşmesinde tarafların arasındaki ekonomik statü farklılığından kaynaklanan dikey ilişki; know sözleşmesinde know how alan ve know how veren arasındaki ilişkiye sirayet etmemektedir. Şöyle ki; franchise sözleşmesinde; franchise veren tarafından franchise alanın edimlerinin kontrol edilmesi, sözleşme konu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak kaidesiyle yönlendirilmesi fonksiyonları know sözleşmesinde; know how veren tarafta karşılık bulmamaktadır. Keza Know how sözleşmesinde, know how veren ve know how alan ekonomik boyutta farklı olabilecekleri gibi aynı konumda yer aldıklarını da görebiliriz.

¹²⁷Muaz Mücahit Yıldırım, “Know How Sözleşmeleri”, **Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi**, cilt 3, sayı 2018/1, s. 245.

¹²⁸Yıldırım, a.g.m., s. 247.

B. Franchise Sözleşmesinin Türleri

Ekonomik hayattaki ve uygulamadaki önemine binaen franchise sözleşmeleri birçok farklı türe ev sahipliği yapmaktadır. Doktrinde en sık yer alan ve bizimde konunun tam anlaşılması için tercih ettiğimiz kıstaslara ve sıralamaya göre franchise sözleşmesinin farklı türlerini bu bölümde irdelemeyi amaçlamaktayız.

1. Tarafların Buldukları Ükelere Göre Farklılaşma

Franchise sözleşmesinin uygulama yerlerine göre gerçekleşen farklılaşmanın inceleneceği bu alt başlıkta; kısaca ulusal ve uluslararası franchise sözleşmesinin tanımını yaparak başlamayı tercih etmekteyiz.

Franchise sözleşmesinin taraflarının buldukları ülkelere göre gerçekleşen karşılaştırılması; franchise sözleşmesinin uygulama alanı ulusal sınırlar dahilinde vuku buluyor ise ulusal franchise sözleşmesinden bahsediyor olduğumuz ile franchise sözleşmesinin uluslararası platformda uygulama bulması neticesinde ise uluslararası franchise sözleşmesi ile karşı karşıya olduğumuz bir ayrımdır.

a. Ulusal Franchise Sözleşmesi

Franchise veren ile franchise alanın aynı ülke sınırları içerisinde varlık göstermeleri halinde söz konusu olan ulusal franchise sözleşmesinde; franchise alan tarafından, franchise verene ödenen ücret iç pazarda yani ülke sınırları içerisinde kaldır. Bu tip franchise sözleşmelerinde; franchise alan nezdinde doğacak olan imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma edimlerine konu bölgelerin sınırları bulunduğu ülkenin coğrafi sınırları ile çizilmiştir, keza franchise sözleşmesinin temel unsuru olan franchise sistemi yine aynı sınırlar dahilinde işlevlik kazanmaktadır. Ulusal franchise sözleşmesi, tarafların bulunduğu tek bir ülkenin ekonomisini ve pazar ağını zenginleştirirken uluslararası platformda yankı uyandırmaz.

Ulusal franchise sözleşmesini, bir alt ayırım ile incelersek; dar bölge ve geniş bölge imtiyazı ile karşılaşıyoruz¹²⁹. Bu ayrıma sebep, şehir ve bölge şeklinde nitelendirebileceğimiz coğrafi bölge sınırlarıdır. Dar bölge franchise sözleşmesi ile kast edilen sistem şehirler arası işlevsellik kazanan bir franchise sözleşmesi

¹²⁹Şimşek, a.g.m., s. 63.

iken, geniş bölge franchise sözleşmesinde farklı bölgelerden gelen franchise alan ve franchise veren tarafları bulunur. Geniş bölge franchise sözleşmesinde; sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin sürümü bölgeler arası sonuç doğurmaktadır. Lakin ulusal franchise sözleşmesinin türleri olan dar bölge ve geniş bölge franchise sözleşmelerinde ortak husus; sözleşmenin taraflarının bulunduğu mevcut ülke sınırları dahilinde kalan pazarda etki göstermesidir.

b. Uluslararası Franchise Sözleşmesi

Ülkeler arası, coğrafi sınırlara takılmadan gelişen modern dağıtım ve pazarlama yöntemleri neticesinde franchise sözleşmesi uluslararası boyutta önemli bir konuma sahip olmuştur. Franchise sözleşmesinde franchise alan ve franchise veren sıfatlarına sahip teşebbüslerin farklı ülkelerden bir araya gelmeleri neticesinde oluşan sözleşme türünü, uluslararası franchise sözleşmesi şeklinde tanımlayabiliriz.

Uluslararası franchise sözleşmesinde; franchise alan ve franchise verenin karşılıklı sürekli bir şekilde yerine getirdikleri edimler ithalat ve ihracat denkleminde incelenir. Franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile edimler yerine getiren franchise alan yurda dış ülke değerlerinin girişini sağlayarak ithalat zincirini aktivite ederken, franchise veren ise kendi ülkesinde sürüm gerçekleştirdiği mal ve/veya hizmetin dış ülkeye franchise sistemi ile devrini gerçekleştirdiğinde, ihracat boyutunda kendi ülke ekonomisine etki sağlar.

Kanaatimizce; uluslararası franchise sözleşmesinin en önemli fonksiyonlarından biri; yerel kültür, tüketim anlayışı, lokal tercihlere ve kültürl değerlere hakim olan o bölge lisanını konuşan ve yine aynı bölgede ekonomik diyalogları bulunan franchise alanın, franchise veren tarafından kendisine kullanma imtiyazı verilen mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma gayesi ile hareket ederken franchise sözleşmesinin amacına uygun kendisinden beklenen bilinç ve farkındalık ile franchise vereni kendi bulunduğu lokal piyasa koşulları hakkında bilgilendirmesidir.

Franchise alan tarafından bilgi akışı sağlanan franchise veren piyasa araştırması, yerel tüketim anlayışı, pazar tercihi gibi önem arz eden konular için

ayrı bir bütçe ayırmadan imtiyaz konusu mal ve/veya imtiyazının uluslararası platformda sürümünü artırır.

Franchise veren ve franchise alan arasındaki bu dinamik sayesinde franchise veren dipsiz bir kuyuya inmez. Franchise alan tarafından; kendi lokal alanında, ulusal kimliğinde tüketici tercihlerini bilmesi ve buna göre davranışta bulunmasına güncel bir örnek vermek gerekirse; bir Amerikan kahve firması olan Starbucks markasından ilerleyebiliriz. Türkiye’de franchise alan konumundaki işletmeler menüye uluslararası mecrada Türk çayı şeklinde tanımlanan demleme yöntemi ile hazırlanan kırmızı çayın tüketici tercihlerinde oynadığı önem sebebiyle eklenmesi yönünde talepte buldukları haberi ulusal basında yer almıştır¹³⁰.

Keza ulusal tercihlere göre tüketiciye ulaşmanın en kolay, ucuz ve pratik yöntemi şeklinde belirtebileceğimiz uluslararası franchise sözleşmesine örnek olarak yine global kahve firmalarının Türkiye’de verdikleri mal ve/veya hizmet kullanım imtiyazına konu markalarına ait menülere türk kahvesini eklediklerini görmekteyiz. Bahsetmeye çalıştığımız pratik fayda da işte tam bu noktada oluşmaktadır; franchise veren firmanın Türkiye pazarına açılmadan önce tüketici tercihleri hakkında bilgi sahibi olması, araştırma yapması, zaman ve bütçe ayırması gerekmeden franchise alanın bilgisinden faydalanarak ürün ve/veya mal yelpazesini genişletebilmektedir.

2. Dağıtım Kanallarına Göre Farklılaşma

Franchise sözleşmesinde; franchise alan ve franchise verenin üretim sürecinde işgal ettiği hiyerarşiye göre farklılaşmalar mevcuttur.

a. Taraflarının İmalatçı Perakendeci Rollerine Sahip Olduğu Franchise Sözleşmesi

Franchise sözleşmesinin bu türünde, franchise veren ve franchise alan rolleri arasında imalatçı ve perakendeci denklemi kurulur. Buna göre franchise veren imalatçı statüsünde bulunurken, franchise alan ise perakendeci konumundadır¹³¹.

¹³⁰*https://www.medyatava.com/haber/starbucks-turkiye-demleme-cay-satisina-basladi_252298/

Erişim Tarihi: 12 Nisan 2022

¹³¹Şimşek, a.g.m., s. 64.

Franchise sözleşmesinin bu türünde franchise veren ile franchise alan arasında imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümü aşamasında oldukça dinamik bir akış vardır. Franchise veren tarafından, franchise alana devamlı bir şekilde sözleşme konusu mal ve hizmet akışı sağlanırken franchise alan ise imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin tüketiciye ulaşmasına sebep olmaktadır.

Franchise alanın bu sözleşme türünde nihai amacı tüketiciye ulaşmakta adeta bir köprü vazifesi görmektir. Bu franchise sözleşmesinin ortaya çıkmasına en büyük sebebin otomotiv sektörü olduğunu söyleyebiliriz. Otomotiv sektöründe imalatçı ve perakendecinin isimlendiremediği problemler veya nitelik/nicelik kayıpları imalatçı perakendeci franchise sözleşmesi sayesinde somutlaştırılmıştır.

İmalatçı perakendeci franchise sözleşmesi sayesinde otomotiv sektöründe tamir problemleri, ara parça mallarının işlevine uygun monte/demonte edilememesi, tüketici denetimindeki araçların standart yer ve zaman kıstaslarından bağımsız standart kriterlere sahip olmama ihtimali, teslimat zincirindeki kopmalar gibi artırabileceğimiz problemlerin önüne geçilmiştir.

b. Tarafların Toptancı Ve Perakendeci Rollerine Sahip Olduğu Franchise Sözleşmesi

Uluslararası lojistiğin artması ile birlikte, nakile konu malların tüketiciye ulaşmasından bir önceki aşama olan depolama sistemi önem kazanmıştır. Tarafların toptancı ve perakendeci sıfatlarına sahip olduğu bu franchise sözleşmesi türünde toptancı sıfatında franchise veren yer alırken, franchise alan ise perakendeci unvanına sahiptir.

Bu franchise sözleşmesinde toptancı franchise veren tarafından perakendeci franchise alanlar desteklenmektedir. Bu minvalde toptancı franchise verenin organizasyonu ile bir araya gelen; perakendeci franchise alan teşebbüsler, ortak alım gücü ve zincir teşebbüslerin avantajlarından faydalanabilen perakendeci franchise alan kooperatifler ve gönüllü oluşan zincirler bulunur.

Franchise sözleşmesinin diğer tarafını oluşturan perakendeci franchise alan teşebbüsler bağımsızlıklarını kaybetmeden kendi ad ve namına işlem yapma yetisi ile birlikte franchise sistemden oldukça büyük fayda elde etmektedirler.

İşlevlik kazanan sistemin parçası olan toptancı franchise veren depolama, ürün kalite kaybı, nitelik/nicelik azalması gibi artırabileceğimiz menfi durumlardan korunmaktadır.

c. Tarafların İmalatçı Ve Toptancı Rollerine Sahip Olduğu Franchise Sözleşmesi

Franchise sözleşmesinin bu türünde, franchise veren ve franchise alan rolleri arasında imalatçı ve toptancı denklemi kurulur. Buna göre franchise veren imalatçı statüsünde bulunurken, franchise alan ise toptancı konumundadır.

Bu franchise sözleşmesinin; ilk aşaması franchise verenin, franchise alana sözleşme konusu imtiyazlı malın nasıl hammadde halinden işlenerek ürün vasfına kavuşacağını aktarılmasıdır. İkinci aşamada ise, franchise verenden malı imal etmeyi öğrenen, franchise alanın sözleşme konusu malı perakendeciye arzı bulunur.

İmalatçı toptancı franchise sözleşmesinde, perakendeciye sunulan malın son şekillendirilmesi ve arz sırasında büründüğü görüntüde toptancı rolündeki franchise alanın etkisi büyüktür¹³².

Franchise sözleşmesinin bu türüne örnek vermek gerekirse; imalatçı franchise veren sıvı temizlik ürünlerine ait hammaddeyi plastik materyal ve ambalaj üreticisi konumundaki franchise alan toptancıya nasıl kullanacağı yönünde direktifler ve anlatımlarda bulunur, franchise alan ise kendisine imalatçı franchise veren tarafından sunulan konsantre ürünü aldığı talimatlar ve reçete sonucunda işleyerek, bileşenlerini belirlenen oranlarda ekleyip franchise konusu malı ortaya çıkarır ve ambalajlama aşamasını da tamamlayarak tüketiciye sunumundaki son görseli ortaya çıkarır.

Bu örneği gazlı içecek reçetesinin imalatçı franchise veren tarafından şişeleme fonksiyonuna sahip toptancı franchise alana sunulduğu, franchise alanın kendisine sunulan hammaddeyi işleyerek imtiyaz konusu mal haline getirdiği ve perakendeciye sunduğu işlem grafiği ile de destekleyebiliriz¹³³.

¹³²Ulaş, a.g.m., s. 44.

¹³³Ulaş, a.g.m., s. 44.

d. Tarafların Her İkisinin de Perakendeci Rolüne Sahip Olduğu Franchise Sözleşmesi

Perakendecilik gerek sahip olduğu işletim fonksiyonları gerekse de geniş etki mekanizması sayesinde franchise sözleşmelerinin amacına uygun nitelikte olduğu kanaatindeyiz.

Bu franchise sözleşmesi türünde franchise alan ve franchise veren rollerinin her ikisi için de perakendeci vasıfları tayin olunur.

Uluslararası pazar payını artırmak amacıyla franchise sözleşmesinin zincir şekilde büyümesine vesile olan bu sözleşme türüne verilebilecek başarılı örnekler fast food sektöründe; Adıyaman Çiğköfte, Bülent Börek, Mc Donald's şeklinde sıralanabilir.

3. Franchise Alan Kapsamında Farklılaştırma

a. Bölge Franchise Alıcısının Bulunduğu Franchise Sözleşmesi (Master Franchise)

Master franchise sözleşmesi şeklinde de tanımlanabilen bölge franchise alıcısının bulunduğu bu sözleşme türünde yabancılık unsuru hakimdir. Şöyle ki; franchise veren belirli bir bölge veya kendisine yabancı bir ülke dahilinde bulunan franchise alan teşebbüse veya kişiye, kendisi adına sözleşme konusu bölgede franchise verme yetkisi vermektedir.

Master franchise sözleşmesinde master franchise veren, master franchise alan ve alt franchise alan şeklinde üç farklı hiyerarşiden bahsedilebilir. Master franchise alanın bu sözleşme türünde farklı iki rolü bulunmaktadır; bu minvalde master franchise sözleşmesinde; franchise alan sıfatına sahip iken alt franchise alana karşı ise franchise veren rolünde karşımıza çıkmaktadır.

Bizim ilgili alt başlıkta tercih ettiğimiz 'Bölge Franchise Alıcısı' tanımlamasından kast ettiğimiz master franchise alanıdır. Master franchise alanın, sözleşme konusu bölge veya ülkede franchise veren konumunda bulunduğu diğer teşebbüsler ise alt franchise alan statüsüne sahiptirler. Alt franchise alan doktrinde sub franchise şeklinde de tanımlanabilmektedir¹³⁴.

¹³⁴Macide Şoğur, **İşletme Sistemi Olarak Franchising**, İstanbul, Der Yayınları, 1999, s. 43.

Master franchise sözleşmesinde master franchise alanın nezdinde franchise verene ait kriterlerler mevcuttur. Şöyle ki; master franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünün artırılmak istenildiği bölgede alt franchise alanlar master franchise alan tarafından seçilir ve tayin edilir. Pek tabi master franchise veren, alt franchise seçimini master franchise alana bırakmayıp bizzat kendisi de gerçekleştirebilir. Alt franchise alan ister master franchise veren isterse de master franchise alan tarafından seçilmiş olsun, alt franchise alanın franchise sistemine oryantasyonu, eğitimi, sunumu, yapının bir parçası haline getirilmesi master franchise alan tarafından gerçekleştirilir.

Master franchise alanın, master franchise veren tarafından kendisine sunulan ve bir parçası haline geldiği franchise sisteminin alt franchise alanlara aktarılması master franchise alan nezdinde oluşan bir edimdir. Bu minvalde master franchise alan tarafından, sözleşme konusu bölge veya ülkede imtiyazlı mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma gayesi alt franchise alanlar franchise sisteminin organik yapısına ve işleyiş cetveline dahil edilir.

Master franchise sözleşmesinin taraflarını hiyerarşik sıralama ile incelersek; master franchise veren ile master franchise alan arasındaki dikey ilişkinin, master franchise alan ve alt franchise alan arasındaki ilişkiye ile benzer mahiyette olduğu söylenebilir.

Master franchise sözleşmesinde franchise verenin; tüketici tercihleri ve eğilimleri, ülke veya bölge pazar koşulları hakkında bilgi sahibi olmadığı gibi yerel dağıtım ve üretim zinciri dışında kalmaktadır. Aynı uluslararası franchise sözleşmesinde de vurguladığımız üzere yabancı bir bölge veya ülkeye franchise markasını sunan master franchise verenin; piyasa araştırması, yerel tüketim anlayışı ve sıralaması, pazar tercihi gibi önem arz eden konular için ayrı bir bütçe ayırmadan imtiyaz konusu mal ve/veya imtiyazın uluslararası platformda sürümünü artırır.

Uluslararası franchise sözleşmesi ile master franchise sözleşmesi şeklinde tanımladığımız bölge franchise alıcısının bulunduğu franchise sözleşmesi, franchise verene sağladığı faydalar açısından ve her iki sözleşmenin de yabancılik unsuruna haiz olması sebebiyle benzer özellikler taşısa da; bu iki sözleşmenin dinamik ve organik yapıları birbirinden oldukça farklıdır.

Uluslararası franchise sözleşmesinde franchise veren ve franchise alan şeklinde iki taraf bulunurken, master franchise sözleşmesinde master franchise veren, master franchise alan ve alt franchise alan olmak üzere üç farklı taraf bulunmaktadır. Keza master franchise alanın aynı zamanda franchise veren statüsüne haiz olmasından cihetle bu sözleşme tipinde franchise alan uluslararası franchise sözleşmesinde franchise alana kıyasla daha aktif bir konumda yer alır. Master franchise sözleşmesinde, master franchise alan adeta master franchise veren ile alt franchise alan arasında köprü vazifesini görmektedir.

b. Yavru Şirket Alıcısının Bulunduğu Franchise Sözleşmesi

Bu başlık altında yapacağımız açıklamada, karşımıza ilk defa yavru şirket tanımı çıkmaktadır. İşleyiş zinciri ve hiyerarşik sıralaması bakımından değerlendirildiğinde üç ayrı basamak bulunan yavru şirket franchise sözleşmesi, bu yönüyle master franchise sözleşmesi ile benzerlik gösterir.

Yavru şirket franchise sözleşmesindeki tarafları inceleyecek olursak; franchise veren rolü, borçları ve hakları ile yine aynı ve benzer edim borçlarına sahiptir. Asıl farklılaşma franchise alan statüsünde gerçekleşmektedir. Yavru şirket franchise sözleşmesinde, franchise veren tarafından sözleşme konusu mal ve hizmetin sürümünü artırma gayesi bir yavru şirket aracılığı ile alt franchise alan taraflara sirayet ettirilir¹³⁵. Daha da somutlaştırmamız gerekirse, master franchise sözleşmesinde bulunan master franchise alanın bu sözleşme türünde karşılığı yavru şirkettir.

Bu sözleşme türünde, franchise veren tarafından yavru şirkete sunulan kendisini temsil hakkı, sonuçlarını franchise sisteminin alt franchise alanlara aktarılması şeklindedir. Bu minvalde yavru şirket tarafından sözleşme konusu bölge veya ülkede imtiyazlı mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma gayesi ile alt franchise alanlar, franchise sisteminin organik yapısına ve işleyiş cetveline dahil edilir.

Yavru şirket franchise sözleşmesinde; franchise veren ile alt franchise alan taraf arasındaki bağlantı yavru şirket marifetiyle kurulur. Alt franchise alan taraf ile yapılan sözleşmenin tarafı yavru şirkettir. Üçüncü kişi ile direk sözleşme

¹³⁵Kırca, a.g.m., s. 45.

yapma yetkisi yavru şirkete verilebileceği üzere franchise veren tarafından bu yönde bir irade açıklaması gerçekleştirilmeyebilir.

c. Birden Fazla Franchise Alan Tarafın Bulunduğu Franchise Sözleşmesi

Çalışmamızda şu ana kadar değindiğimiz franchise sözleşmelerinde, franchise alan tarafı tek ve şahsi olarak değerlendirmiş bulunmaktayız. Lakin, franchise sözleşmelerinin bir türü olan bu sözleşmede; franchise alan tarafında birden fazla teşebbüs ve kişinin bulunması söz konusudur.

Bu tip sözleşmelerde; şahsi franchise alanın bulunduğu sözleşme tipine göre daha profesyonel bir işleyiş ve görece olarak daha yüksek bakiyeler bulunmaktadır. Şahsi franchise sözleşmesinde, franchise alan kendi geçimini sağlama ve sahip olduğu bütçeyi aktif değerler ile desteklemek vizyonu ile hareket ederken, birden fazla franchise alan tarafın bulunduğu sözleşme tipinde; franchise alanların faaliyet alanlarını çeşitlendirmek, kar marjını artırmak için yeni yatırım alanlarına yönelmek motivasyonu ile hareket ederek şahsi franchise alandan ayrılırlar. Şahsi franchise alan nezdinde gerçekleşen franchise sözleşmesi adeta bir geçim şekli ve kazanç kaynağı niteliğine haiz iken, çoklu franchise alan taraflar için franchise sözleşmesi bir yatırım tercihi ve seçiminden ibarettir.

4. Dikey İlişki Unsuru Sonucu Oluşan Farklılaşma

Franchise sözleşmesinde; franchise veren ve franchise alan arasındaki ilişkinin dikey boyutta değerlendirileceğini, bunun neticesinde franchise alan üzerinde franchise verenin kontrol denetim ve yönlendirme yetisinin bulunduğunu franchise sözleşmesinin unsurları başlığı altında ayrıntısıyla yer vermiştik.

“Dikey İlişki Unsuru Sonucu Oluşan Farklılaşma” ile tabir ettiğimiz ise franchise veren ile franchise alan arasındaki dikey ilişkinin dozuna, yoğunluğuna göre gerçekleşen farklılaşmadır.

a. Tabiiyet Franchise Sözleşmesi

Kilit noktamız tabiiyet kelimesinden çıkmaktadır. Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde tabiiyet *“bir şeye veya bir kimseye bağlı olma, bağımlılık”* anlamına gelmektedir¹³⁶.

Tabiiyet kelimesi bu sözleşme türünde franchise alan üzerinde sonuç doğurmaktadır. Şöyle ki; franchise veren ve franchise alan taraflarından oluşan franchise sözleşmesinde, franchise veren tarafından sunulan imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma gayesi ile hareket eden franchise alan, franchise verenin kontrol mekanizmasına dahildir. Bu konuda herhangi bir tartışma bulunmaz iken tabiiyet franchise sözleşmesi ile değinilmek istenen husus farklıdır.

Bu sözleşme tipinde; franchise alana, franchise verenin talimatlarına göre hareket etme yükümlülüğü oldukça sert bir şekilde dayatılmaktadır¹³⁷. Franchise veren ile franchise alan arasındaki dikey ilişkinin taraflar arası konum farklılığını artırdığı bu sözleşme tipinde; franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırırken piyasadan aldığı cevaplar neticesinde refleksler geliştirmesi engellenir, ayrıca franchise alanın rasyonel sorgulama mekanizması pasifize edilir.

Kanaatimizce; birçok uluslararası, bölgeler arası platformda geçerliliği bulunan franchise sözleşmesinde, yabancı ülke veya bölgede franchise vereni temsil eden franchise alanın tabiri caizse elinin kolunun bu şekilde bağlanması sözlenmenin amacına aykırı sonuçlar doğurmaktadır. Yabancı bölge ve ülke ekonomisinde franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin pazarlamasını gerçekleştiren franchise alan; lokal tüketici anlayışı ve tercihleri, yerel halkın beklentisi, ilgili pazardaki diğer ikame mallar, mevcut atmosferik, kültürel, dini, sosyal farklılıklara göre franchise verene fikir ve önerilerini sunmalı, gerçekleştirilen bilgi akışı neticesinde yine franchise veren tarafından nihai nokta konulmalıdır.

¹³⁶*<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 12 Nisan 2022

¹³⁷Kırca, a.g.m., s. 46.

b. Ortaklık Franchise Sözleşmesi

Franchise veren ve franchise alan arasında iştirak fonksiyonunun bulunduğu bu sözleşme tipinde, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünün artırılması ve pazarlanması faaliyetlerinde tarafların eşit etki alanları bulunmaktadır. Ortaklık franchise sözleşmesinde, franchise sözleşmesinin unsurlarından olan dikey ilişki mekanizması oldukça esnek hale getirilmiştir.

Bu sözleşme türünde; franchise verenin tek taraflı kesin talimatları, emir kipleri yer almaz. Franchise veren ile franchise alan arasında sözleşmenin amacının yerine getirilmesi için, mutlak bir koordine aranır. Tabiiyet franchise türünde olduğu üzere tek bir karar alma mekanizmasından ziyade fikir birliği mevcuttur¹³⁸.

Kanaatimizce franchise veren ve franchise alan arasındaki dikey ilişki unsurunu zedelediği ölçüde, sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin sürümünün artırılması yolunda tarafları ikili masaya müzekere amacıyla oturmalarına vesile olan, etkili bir sözleşme türüdür.

5. Franchise Sözleşmesine Konu Pazarlama Faaliyetleri Açısından Farklılaşma

Franchise sözleşmesine; marka ve ürün kullanım veya arzı imtiyaza konu olabileceği gibi işletme sisteminin devri de gündem olabilir.

a. Konusu Mal ve Üründen Oluşan Franchise Sözleşmesi

Franchise alan, franchise veren tarafından kendisine sunulan mal veya ürün dışında ikame bir yan mal veya ürün pazarlama yetkisine sahip değildir. Franchise alan kendisine ait teşebbüste yalnızca franchise sözleşmesine konu mal ve ürünü pazarlama yetisine sahiptir¹³⁹.

Franchise alan bu sözleşme türünde franchise verenden bağımsız ve ayrı ürün yelpazesine sahip bulunmamakla birlikte¹⁴⁰ bu sınırlamanın sonucu franchise alan üzerinde franchise verenin geniş kontrol ve yönlendirme kabiliyeti bulunur, bu minvalde tüketici gözünde franchise veren ve franchise alan yeknesak bir görüntü oluşturmaktadırlar.

¹³⁸Kırca, a.g.m., s. 47.

¹³⁹Kırca, a.g.m., s. 41.

¹⁴⁰Çakı, a.g.m., s. 90.

Dağıtım franchise sözleşmesi şeklinde de tanımlanabilen¹⁴¹ ürün franchise sözleşmesinde tarafların birbirine karşı süreklilik arz eden borçları mevcuttur. Şöyle ki; franchise veren, imtiyaz konusu mal veya ürünün sürümünün artırılması amacıyla franchise alanı gerek maddi gerekse de gayri maddi unsurlar yönünden desteklemekle yükümlüken, franchise alan ise franchise verenin kendisine arz ettiği franchise sisteminin bir parçası haline gelip pazarlama fonksiyonunu olabildiğince kapsamlı ve efektif kullanmak yükümlülüğüne haizdir.

Bu sözleşme türü; franchise alanın, franchise veren tarafından kendisine imtiyaz konusu yapılan mal ve ürünün dışına çıkamaması sebebiyle tek satıcılık sözleşmesini unsurları itibariyle hatırlatmaktadır¹⁴². Bu aşamada; tek satıcılık sözleşmesi ile konusu marka ve ürün olan franchise sözleşmesini kısaca karşılaştırarak hatırlatmak isteriz.

Her ne kadar tekel, belirli bir bölge, karşılıklı borç yükleme, isimsiz ve çerçeve niteliği şeklinde artırabileceğimiz kilit unsurlar tek satıcılık ile konusu mal ve üründen oluşan franchise sözleşmesi içinde ortak sayılsa da, aralarında temel organik yapı açısından farklılar bulunmaktadır.

İki sözleşmenin karşılaştırılmasını ilgili bölümde gerçekleştirdiğimizden cihetle yazımızın bu kısmında tek satıcılık ile konusu mal ve ürün olan franchise sözleşmesinin en temel farkından bahsetmek isteriz. Konusu mal ve ürün olan franchise sözleşmesinde; franchise veren tarafından franchise alana imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak hedefi yüklenirken ve bu yükümlülüğe franchise alan razıdır, tek satıcılık sözleşmesinde ise; sağlayıcı sözleşme konusunu yalnızca mal(maddi değer) ile sınırlı tutarak, tek satıcıya sözleşme ile kendi sağladığı hizmetin sürümünü artırmak yetkisi vermez. Tek satıcının gerçekleştirdiği edimler, sağlayıcının menfaatini korumak ile sınırlıdır.

b. İşletme Sistemindeki Franchise Sözleşmesi

İşletme sistemi ile reakte olan franchise sözleşmesi, bir üst kısımda ‘Konusu Mal ve Ürün Olan Franchise Sözleşmesi’ne kıyasla franchise alan ve franchise veren açısından daha fazla hak ve yükümlülük söz konusudur¹⁴³.

¹⁴¹Şimşek, a.g.m., s. 68.

¹⁴²Şimşek, a.g.m., s. 69.

¹⁴³Kırca, a.g.m., s. 40.

Konusu işletme sistemi olan franchise sözleşmesinde, franchise verenin franchise alan nezdinde oluşan tek sorumluluğu ürün ve mal temini değildir¹⁴⁴. Bu minvalde franchise veren franchise sözleşmesinin temelini oluşturan franchise sisteminin organik yapısına franchise alanı dahil etme gayreti ile hareket etmektedir. Franchise verenin, bu sözleşme türündeki sorumluluğuna biraz daha değinmemiz gerekirse; franchise veren tarafından franchise alan, maddi ve gayri maddi unsurlar yönünden desteklenmesinin yanı sıra, tecrübe ve teknik bilgi aktarımı, kalite kontrol, eğitim, ham madde ara girdi malların tedarik zincirinde rol vermek, reklam, tanıtım, işbirliği anlaşmalarını sağlamak gibi artırabileceğimiz koruma ve yönlendirme mekanizması desteklenmektedir¹⁴⁵.

Bu franchise sözleşmesi türünde; franchise veren ile franchise alan daha dinamik ve kapsamlı bir ilişkiye sahiptirler. İşletmecilik sistemi franchise sözleşmesinin esas ve temel kriterlerini belirtmemiz gerekirse; franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile gerçekleştireceği edimlerden önce; franchise veren tarafından eğitime tabi tutulması, franchise alanın sürekli bir biçimde marka, logo, vizyon, misyon, know how gibi gayri maddi değerler yönünden desteklenmesi, franchise sisteminin organik işleyişine dahil edilen franchise alan konumuna ve temsil ettiği markaya uygun edimler yerine getirmek şeklinde sıralayabiliriz.

İşletme sistemi esas alınarak oluşan franchise sözleşmesinde; franchise alan kendini bağımsız bir teşebbüs olarak piyasaya çıkması halinde elde edemeyeceği avantajları bu sistem neticesinde kendi nezdinde toplar.

C. Franchise Sözleşmesinin Şekli

Franchise sözleşmesinin şeklini tayin edeceğimiz bu bölüme başlamadan önce, 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nu madde 12'de 'Sözleşmelerin Şekli' başlığı ile belirtilen şekil serbestisinden bahsetmemiz gerekmektedir.

Sözleşmenin şeklini belirleme özgürlüğü şeklinde tanımlayabileceğimiz kavram kapsamında; taraflarca belirlenen şekil, kanunda aksi öngörülmediği hallerde geçerlidir.

¹⁴⁴Güçlü, a.g.m., s. 54.

¹⁴⁵Şimşek, a.g.m., s. 69.

Franchise sözleşmesinin, ilgili yasal mevzuatta tanımlaması bulunmadığından cihetle isimsiz bir sözleşme olduğunu tekrar hatırlatarak bu kısma giriş yapmak isteriz. Kanun yapıcı tarafından unsurları, hükümleri, sonuçları gibi esas unsurlarının belirlenmesi tercih edilmemiş olan franchise sözleşmesinin oluşabilmesi için tarafların irade özgürlüğü kapsamındaki açıklamalarının kafi görüldüğü anlaşılmaktadır.

Yüksek derece mahkeme kararları ile anlatımımızı somutlaştırmamız gerekirse; Yargıtay, 11. Hukuk Dairesi, 27.9.2011 T., 2010/921 E., 2011/11001 K sayılı ilamında; “*Franchising sözleşmeleri, B.K. hükümlerine tabi özel hukuk sözleşmeleri niteliğinde olup, aksi öngörülmedikçe şekil serbestisi ilkesi gereğince herhangi bir şekle bağlı olmaksızın kurabilirler...*” şeklinde açıklamaya yer verip kanun uygulayıcısına yol göstermiştir.

Ancak dikkat edilmelidir ki burada belirtilen irade özgürlüğü geniş yoruma kapalı olup; kanunun emredici hükümlerine aykırı olmaması, kişilik hakları ve ahlaka aykırı olmaması, kamu düzenini bozacak hükümler içermemesi, dürüstlük ve iyi niyet kuramlarını ihlal etmeyecek şekilde artırabileceğimiz esasında hukukun güvenilirliği ve tarafsızlığını korumak ve yüceltmek maksadı ile gerçekleştirilen sınırlamalara tabii kılınmıştır. Konumuz özelinde incelemeye devam edecek olursak franchise sözleşmesinde irade özgürlüğünü şekil ve içerik başlıklarında dinamik kazandığını söyleyebiliriz.

Aynı irade özgürlüğünü sınırlarken tabii tuttuğumuz dar yorum ve istisnai halleri şekil serbestisi kavramını yorumlarken de kullanmaktayız. Şöyle ki; isimsiz sözleşme muhteviyatında yer alan ve kanundan tanımlanmış sözleşmelere ilişkin hükümler uygulama alanı bulmaları halinde kendi hüküm ve sonuçlarını da beraberinde getirir¹⁴⁶. İsimsiz bir sözleşmeye konu ve kanun koyucu tarafından daha önce yasal mevzuatta tanımlanmasına yer verilmiş edimler için şekil serbestisi söz konusu olmayıp, kanun yapıcı tarafından belirtilen nitelikte şekil ve içerik kurallarına tabii kılınmaktadır.

Taraflar isimsiz sözleşmelerin şekil şartlarında muhtemel bir boşluk kovalayıp kendi lehlerine sonuç doğurmak gafleti içerisine düşebilirler. Örneğin 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu’nu madde 393 ve devamındaki ilgili hükümler

¹⁴⁶Saibe Oktay, “İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşlukların Tamamlanması”, **Journal Of Istanbul University Law Faculty**, cilt 55, sayı 1-2, s. 270.

ile tanımlanan hizmet sözleşmesinde yer verilen yükümlülüklerden (İşverenin temerrüdü gibi) veya şekil şartlarından muaf olma gayesi ile benzer veriler barındıran ve aynı zamandan şekil serbestisine sahip olan franchise sözleşmesini aralarındaki hukuki ilişkiyi tanımlarken tercih edebilirler. Bu gibi durumlarda ‘kanuna karşı hile’ gündeme gelir ve tarafların bu tercihleri hukuk düzeni tarafından kabul görmez.

Kanuna karşı hile, kanunda düzenlenmiş ve hukuk düzeni tarafından güvence altına alınmış emredici bir kuralı/normu ihlal sonucu karşılaşılan yaptırımı bertaraf etmek gayesi ile hukuken korunan bir başka yöntem veya kurala tabii kılınarak gerçekleştirilmesi şeklinde tanımlanır¹⁴⁷.

¹⁴⁷M. Kemal Oğuzman/ Nami Barlas, **Medeni Hukuk**, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 19. Baskı, 2013, s. 285.

V.FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNDE TARAFLARIN BORÇLARI

A. FRANCHİSE VERENİN BORÇLARI

1. Sözleşme Öncesi Franchise Verenin Franchise Alanı Aydınlatma Yükümlülüğü

Franchise sözleşmesini: franchise veren rolündeki firma tarafından evvel vakitte başarılı sonuçlar elde etmiş ve piyasaya sürme lisansına hak kazanmış mal ve/veya hizmetin finansal açıdan kendisinden bağımsız bir konumda olan franchise alana belirli kıstaslar çerçevesinde verdiği pazarlama ve dağıtım yetkisi şeklinde tanımlayan Uluslararası Franchise Derneği; açıklık ilkesi çerçevesinde franchise verenin, franchise alanı sözleşme öncesi aydınlatma sorumluluğuna yer vermiştir¹⁴⁸. Bu bölümde açıklamalarımızı Uluslararası Franchise Derneği'nin belirlediği kriterler esasında gerçekleştireceğiz. Bu minvalde;

Franchise verenin; franchise alanı, franchise konusu mal ve hizmetin pazarlamasına konu edimler yerine getiren Türkiye'deki temsilcisinin tam adı (Uluslararası franchise sözleşmesi), genel müdürlük adresini, anonim, limited, ortaklık gibi farklılık gösterebilecek ticaret unvanlarını açık bir şekilde belirtirken, kaç zamandır franchise veren konumunda olup franchise sisteminin arzına konu sözleşmeler gerçekleştirdiğine yönelik bilgi akışını, franchise alana sözleşme öncesinde gerçekleştirmelidir.

Ayrıca; ana franchise veren, kendi bünyesindeki genel müdür, genel müdür yardımcısı, ilgili bölüm sorumluları ile farklı hiyerarşik konumlarda bulunan şirket çalışanlarının sözleşme tarihinden itibaren geçmiş beş yılı kapsar iş tecrübeleri ile şirket unvanları kapsamında yerine getirdikleri görevleri nitelikleri ile franchise alan konumuna aktarmakla birlikte kendisi veya şirkette sorumlu sıfatıyla rol oynayan şahısların sözleşme tarihinden itibaren son on yıl içerisinde taraf sıfatına haiz oldukları hukuk davalarını da ayrıca sıralar. Belirtilen kişiler ve franchise veren özelinde devam etmek gerekirse yukarıda belirtilen şirket

¹⁴⁸*<https://ufrad.org/aciklik-ilkeleri/> Erişim Tarihi: 06 Mayıs 2022

sorumlularının veya kendisinin ekonomik mahvına sebep olmuş iflas veya konkordato geçmişleri konusunda da franchise alanın franchise veren tarafından sözleşme öncesinde aydınlatılma yükümlülüğü mevcuttur.

Franchise veren tarafından sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin ilgili ürün pazarını, pazarın dış ve iç etkenlerini konusunda franchise alan bilgilendirilmek ile birlikte şayet ana franchise veren sahada firma bölge temsilcisi veya franchise komisyoncusu aracılığıyla dinamik kazanıyorsa bu hususları da ayrıca belirtmek ile yükümlüdür.

Franchise veren tarafından; imtiyaz sunulan mal ve/veya hizmetin pazarlanması ve sürümünü artırmak gayesi ile hareket edecek ve kendisine sunulan bu imtiyaz karşılığında franchise verene bir bedel ödemek ile yükümlü olan franchise alan, kendi nezdinde gerçekleşecek aktif pasif tasarruflar konusunda aydınlatılmalıdır. Bu durumda, yeni bir yatırım veya meslek sahibi olma gayesi ile franchise veren ile masaya oturacak franchise alanın da, aynı franchise veren gibi kartlarını açık oynaması beklenir. Franchise veren tarafından sözleşme kurulması neticesinde franchise alan nezdinde doğacak ücret ödeme borcunun; zamanı, periyodikliği, türü ve miktarı konusunda bilgilendirme gerçekleştirilir. Franchise alan ücret ödeme borcunun niteliği hakkında sahip olduğu tek kaynak franchise verendir. Franchise veren dışında kendisi ile aynı konumda bulunan diğer franchise alan veya franchise alma ihtimali bulunan şahıslardan bilgi almak franchise alan için yanıltıcı ve aldatıcı sonuçlar doğmasına sebep olur. Kendisine aktarılan bilgiler ışığında; franchise veren tarafından belirtilen kriterlerin kendi nezdinde oluşmadığına kanaat getiren franchise alan konumu için, sözleşme gerçekleşmeden hiçbir sorumluluk altına girmeden mevcut tercihlerini başka bir alana yönlendirme ve muhtemel bir franchise sözleşmesi içerisinde yer almama özgürlüğü sunulur.

Franchise veren tarafından; sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile hareket edecek franchise alanın yapması gerekli ve kendisinden beklenen maddi edimler daha önceki veriler ve mevcut piyasa koşulları çerçevesinde kar-zarar denkleminde belirtilmekle birlikte, muhtemel yatırımının kısmen iadesine dair kurallar ve oranlar da ayrıca açıklanır ve franchise vereni aktif boyutta etkileyen bedelin genel anlamda kullanım alanları

çizilir. Franchise veren nezdinde doğan bu yükümlülük neticesinde franchise alandan tabii olduğu sorumluluklara uygun hareket etmesi beklenir.

Franchise veren tarafından franchise alana sunulan bu açıklamaların 'Finansal Paket' başlığı altında sözleşmede yer verilmesi muhtemeldir.

Şayet franchise veren tarafından muhtemel franchise sözleşmesi neticesinde franchise alandan kendi hammadde tedarik zinciri, kaynak seçimi ve belirli özellikler kapsamında alışveriş yapma bilinci bekleniyorsa bu husus açıklık ve dürüstlük ilkesi kapsamında franchise alana sözleşme öncesinde anlatılır ve mevcut mal ve/veya hizmet zincirinin bir parçası olması istenir. Bu kapsamda franchise alana bu tür zorunluluklar getiren franchise veren hangi satıcıyı veya tedarik unsurunu ne sebeple tercih ettiğini, söz konusu mal ve/veya hizmetin kalitesinin imtiyaza konu marka açısından önemini belirtmekle birlikte, zincire dahil ettiği teşebbüs veya kişi ile kendisi arasında daha önceden mevcut bir iş ilişkisi bulunup bulunmadığını, menfaat denklemi kapsamında franchise alana aktarır.

Franchise veren tarafından bir bütün şeklinde franchise verene sunulan franchise sistemi muhteviyatında bulunan bütün maddi ve gayri maddi değerlerin sağlanması; franchise sözleşmesinde, konu mal ve/veya hizmetin yeknesak görüntüsünün korunması için en önemli unsurdur. Bu düzlemde devam edersek; franchise veren tarafından, franchise alana ekipman, envanter, makine, malzeme listesi, tabela, iç dış dizayn, renk kartelası gibi maddi unsurlar ile birlikte logo, vizyon, misyon, marka, patent, copyright, know how, çalışanları eğitime yönelik sertifika programları şeklinde artırabileceğimiz gayri maddi değerler de eksiksiz bir şekilde aktarılırken, franchise alan bu unsurları pazarlama faaliyeti kapsamında muhteviyatına uygun bir şekilde nasıl değerlendirmesi gerektiği yönünde aydınlatılır.

Franchise veren ve franchise alan arasındaki rekabet etmeme yükümlülüğü neticesinde; sözleşme öncesinde franchise veren tarafından franchise alanın edimlerine konu coğrafi bölge sınırları çizilir. Söz konusu sınırlar içerisinde franchise alandan beklenen satış hacmi ve pazarlama gücü belirtilir. Franchise veren tarafından belirtilen coğrafi bölge içerisinde franchise alan ile aynı statüde bulunan muhtemel rakip bir teşebbüsün varlığına izin verilmez. Bu yükümlülük

franchise veren ile franchise alan arasındaki dikey ilişki neticesinde ortaya çıkmış ve franchise verenin franchise alanı koruma gayesi ile gerçekleştirdiği edimler arasında yerini almıştır. Franchise veren tarafından gerçekleştirilen ve franchise alan nezdinde sonuç doğuran her bir kısıtlama mantıklı, mevcut hal ve koşulları karşılayacak bir açıklamayı da beraberinde getirir.

Eğer franchise veren tarafından franchise alandan şahsen ifa veya muhtemel teşebbüsün dinamiğinde fiziki bir şekilde yer alması beklenmekte ise bu husus sözleşmeden önce ayrıca belirtilmelidir. Bu gibi durumlarda franchise sözleşmesi ile hizmet sözleşmesinin ortak paydada bulunduğu söyleyebiliriz. Franchise veren tarafından söz konusu sözleşmesel ilişkide alt franchise alan gibi üçüncü bir role ihtiyaç duyulmadığı, franchise alan ile mevcut tarafların tamamlandığı açıkça belirtilip, franchise alanın aynı zamanda franchise veren rolüne bürünmesi engellenebilir.

Franchise anlaşmasının iptali, değiştirilmesi, devri, tekrar satın alınması, kararlaştırılan sürenin uzatılması gibi durumlar sözleşme gerçekleşmeden franchise alanın ve franchise verenin nezdinde oluşacak haklar ve sorumluluklar başlıkları ile ayrıca belirtilmeli ve detaylandırılmalıdır.

Taraflar arasında franchise sözleşmesi kurulmadan önce; franchise veren tarafından kendisine ait kaç tane işletmenin olduğu, finansal tablosunu, vergi yükümlüğünü, yıllık bilançosunu, mevcut güncel rakamlarda ne kadar franchise sözleşmesine taraf bulunduğu, bununla birlikte franchise sözleşmesi neticesinde aktif bir şekilde teşebbüs açan ve işleten kaç tane daha franchise alanın bulunduğu gibi istatistiksel bilgileri vermekle yükümlüdür. Franchise alan bu bilgiler çerçevesinde franchise şeması içerisinde kendi rolünü saptar ve neticesinde benzerleri ile ortak konular üzerinden iletişime geçebilir. Franchise veren güncel rakamları paylaşmanın yanı sıra, ayrıca franchise alana gelecek bir yıl içerisinde kaç tane daha franchise sözleşmesine taraf olacağı ile birlikte bu sözleşmelere ilişkin hedef sayısını da paylaşmalıdır.

Dikkat edilmelidir ki; franchise veren tarafından, franchise alana yalnızca franchise sözleşmesinin olumlu ve kar sağlayan unsurlarından bahsetmek dürüstlük ve iyi niyet kavramlarına aykırı sonuçlar doğurur. Bir üst paragrafta açıkladığımız üzere franchise veren bir taraftan gelecek hedeflerini ve mevcut

franchise zincirine bağılı şirket/kişi başlığında somut denetlenebilir rakamları franchise alana aktarırken, diğeryandan da başarısızlık ve maddi değerkayıba sebep olan franchise sözleşmelerinden bahsetmek ile geçmiş üç yıl içerisinde ne kadar franchise sözleşmesinin fesh edildiğı, yenilendiğı veya değıştirildiğindair verileri sebeplerini de belirterek paylaşmak ile yükümlüdür.

Franchise veren sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin pazarlanması ve sürümünü artırmak gayesi ile toplumda kabul görmüş popüler kişiler ile gerçekleştirdiğı reklam ve işbirliğı ilişkilerinin hukuki boyuttaki tanımını franchise alana sunmalı ve gerekli görüldüğü halde kullanımına arz etmelidir.

Son olarak ise franchise veren aralarında gerçekleşecek muhtemel bir franchise sözleşmesine konu doküman ve sözleşme örneklerini franchise alana göndermek veya erişimine sunmak ile franchise alan nezdinde oluşacak soru işaretlerini gidermek aralarındaki hukuki ilişkiyi hak ve borçlar başlığında eksiksiz bir şekilde dengelemelidir.

Açıklamalarda yer verdiğimiz bilgi paketinin franchise veren tarafından franchise alana arz edildiğine dair koparılabilmir bir sayfadan ibaret bölüm franchise alana verilerek aralarında gerçekleşen franchise sözleşmesinden önceki veri akışının teyidi sağlanır.

Franchise veren, sözleşme öncesi franchise alan ile gerçekleştirdiğı görüşmelerde veya veri akışında bilgi verme ve aydınlatma yükümlülüğeyaykırı davranır ve aralarındaki güven ilişkisinin zedenlenmesine kusurlu davranışları ile sebep olur ise franchise alanın bu menfi davranışlar neticesinde karşılaştığı zararları “culpa in contrahendo sorumluluğı”na dayanarak tazmin etmekle yükümlüdür¹⁴⁹.

¹⁴⁹Huriye Reyhan Demircioğlu, **Güven Esası Uyarınca Sözleşme Görüşmelerindeki Kusurlu Davranıştan Doğan Sorumluluk (Culpa in Contrahendo Sorumluluğı)**, Yetkin Yayınları, Ankara, 2009, s. 235-259.

2. Franchise Sisteminin Gayri Maddi Unsurlarının Franchise Alan Nezdinde Doğmasını Sağlamak Boyutundaki Sorumluluğu

a. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Patent Hakkının Sunumu

Latince “açık, mühürle kapatılmamış” anlamına gelen patent kelimesi, Türk Dil Kurumu’nun tanımlamasında ise “buluş belgesi” şeklindedir¹⁵⁰. Patent, konusunu oluşturduğu buluş yönünden kurucu mahiyette değil, aksine açıklayıcı ve ispat işlevine sahiptir.

Patent fikir sahibi kişinin buluşunu belirli bir zaman dilimi dahilinde hukuki zeminde tanımlayarak, üçüncü kişilerin saldırılarına veya ihlaline yönelik eylemlerini engellemek, sınırlandırmak vasıflarına sahiptir¹⁵¹. Buluş üzerindeki mutlak hakkı temsil eden patent ayrıca bu hakkın keşfine, ortaya çıkmasına yönelik davranışı ispat fonksiyonuna sahiptir.

Patentin konusunu oluşturan buluş; teknik bir alana ait olma, uygulanabilirlik pratiği ve mevcut düzeni bir adım öteye taşıyacak, katkı sağlayacak ilerleme şeklinde tanımlanabilecek çözüm getirme unsurlarından oluşur. Buluş için belirttiğimiz kriterler nihayetinde patent verilebilmesi için gereken şartlar ile paralellik gösterir. Bu minvalde patent verilebilmesi için buluşun; sanayiye uygulanabilmesi, alana yenilik sağlaması ile söz konusu alanda bilinen uygulanan tekniğe kıyasla bir adım önde olması beklenir¹⁵².

Franchise veren tarafından franchise alana patent hakkı arz edilirken; franchise alanın patente konu buluştan, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma borcunu yerine getirirken yararlanmasına izin verilmesi ve kullanılması beklenir¹⁵³. Bir örnek ile somutlaştırmamız gerekirse; kahve zinciri olan franchise veren firmanın, kahve çekirdeklerini öğütme fonksiyonunda daha önceden alanında denenmemiş, yenilik getiren teknik dinamikleri sayesinde çekirdek öğütücü makine alanında, ikamelerine kıyasla bir adım öne taşıyan ve sanayi boyutunda sürdürülebilirlik sağlayan bir buluşu var ise bu buluşa konu hukuki zeminde mutlak temsil kabiliyetine sahip olduğu patent hakkını franchise alanın kullanımına sunmak ile yükümlüdür. Aksi takdirde franchise veren ile

¹⁵⁰*<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 06 Mayıs 2022

¹⁵¹Tahir Saraç, **Patentten Doğan Hakka Tecavüz Ve Hakkın Korunması**, Ankara, Seçkin Yayınları, 2003, s. 25.

¹⁵²Pınar Oruçoğlu, “Patent Verilebilirlik Şartları”, Akdeniz Üniversitesi, 2007, s. 47-91.

¹⁵³Kırca, a.g.m., s. 131.

franchise alanın taraf oldukları zincir kahve satış sürümünü artırmak konulu sözleşmenin amacına uygun sonuçlar doğurması beklenemez.

Franchise veren tarafından, franchise alanın kullanımına sunulan patent hakkı sözleşmenin her iki tarafında da olumlu sonuçlar doğurur. Şöyle ki; imtiyaza konu hizmetin tüketiciye arzı esnasında franchise verenin buluşunda yer alan teknik detaylar ile desteklenen franchise alan zaman ve para tasarrufu sağlar, edimini yerine getirirken ar-ge çalışmalarına yer vermeyerek sadece hizmetin sürümünü artırmak motivasyonu ile hareket edebilecektir. Sözleşmenin diğer tarafındaki franchise veren ise imtiyaza konu hizmetin tüketici gözündeki güvenilirliğini zedelemeyen, aynı kalitede hizmet sunulmasını sağlarken diğer taraftan da ilgili ürün pazarına yeknesak bir görüntü vermesine sebep olur.

Franchise veren nezdinde doğan ve franchise alana yönelik, patent kullanımına izin verme şeklindeki borcun, sözleşmede ayrıca bir hüküm ile belirtilmesine lüzum görülmemektedir. Franchise sözleşmesinin; esas gayesi olan, imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma edimini yerine getiren franchise alan, franchise verenin patent hakkına sahip olduğu buluşu kullanma ihtiyacı duyarsa sözleşmede bu konuda herhangi bir madde düzenlenmemiş olsa dahi dilediği gibi kullanabilmelidir.

Bu noktada dikkat etmemiz gerek husus; yükümlülüğe konu patent hakkının kullanımının yalnızca franchise alana tanınmasıdır. Franchise alan tarafından elinde bulunan teknik buluş bir başka üçüncü kişiye kullandırılmaz veya tanımlanamaz. Bazı durumlarda ise sözleşmede gerçekleştirilecek değişiklik veya ekleme ile franchise veren kendi patent hakkının kullanımını kendisine değil yalnızca franchise alana tanır, bu durumlarda dahi patent hakkı sonuçlarını sadece franchise alan üzerinde doğurur. Eğer patent hakkının kullanımı konusunda franchise veren tarafından, kasti ihlal söz konusu olursa; tazmin boyutunda sorumluluk gündeme gelir¹⁵⁴.

Ayrıca franchise verenin, franchise alana patent hakkını kullanmasına izin vermesi, yalnızca teknik buluşun sunulmasından ibaret değildir, franchise verenin borcu patentin arzı ile bitmemektedir. Franchise verenin yükümlülüğü patent hakkına konu teknik buluşa ait kullanım talimatları aktarma, pratik uygulamasına

¹⁵⁴Kırca, a.g.m., s. 133.

ilişkin aydınlatıcı bilgi verme, daha önceki tecrübelerini aktarma, know-how açısından destekleme gibi artırabileceğimiz edimleri de beraberinde getirmektedir¹⁵⁵.

b. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Marka Hakkının Sunumu

Türk Dil Kurumu tarafından; “*Bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işaret*”¹⁵⁶ şeklinde tanımlanan marka kavramı, Markaların Korunması Hakkında Düzenlenen Kanun Hükmünde Kararname’nin beşinci maddesinde, kanun yapıcı tarafından; “*Marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dahil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretleri içerir.*”¹⁵⁷ şeklinde doğrudan tanım yapılmadan aktarılması tercih edilmiştir.

Gayri maddi mallar üzerinde mutlak bir hak şeklinde kurulan marka hakkı, sahibine kendi izni olmadan markanın kullanılmasını önlemek yetkisi vermek ile birlikte hukuk düzleminde aynı etkiler doğurur¹⁵⁸. Marka hakkı, yüksek derece mahkeme ilamlarında da “*Marka hakkının hukuki işlemlere konu olup olamayacağına gelince; gayri maddi mallar üzerindeki marka hakkı mutlak haklardan olup, taşıdığı ekonomik değerden ötürü şirket malvarlığına dahildir. Ayrıca Marka hakkı çeşitli hukuki işlemlere de konu oluşturabilir*”¹⁵⁹ şeklinde yer almış olup, gayri maddi mallar üzerindeki mutlak niteliği ve etkisi vurgulanmıştır.

Markaların Korunması Hakkında Düzenlenen Kanun Hükmünde Kararname’nin ilgili maddeleri incelendiğinde kanun yapıcının marka vasfı için en önemli kriterinin ayırt edilebilirlik olduğu ile marka niteliği taşıyabilecek değerlere yönelik sınırlayıcı, dar bir yaklaşımdan ziyade olabildiğince geniş bir yorum tercih ettiğini görmekteyiz. Bu kapsamda; ses, slogan, özel şahıs adı ve

¹⁵⁵Kırca, a.g.m., s. 133.

¹⁵⁶*<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 06 Mayıs 2022

¹⁵⁷Markaların Korunması Hakkında Düzenlenen Kanun Hükmünde Kararname, Tarih: 24/06/1995, No:556, Yayınlandığı Resmi Gazete:27/06/1995, No:22326.

¹⁵⁸Ünal Tekinalp, **Fikri Mülkiyet Hukuku**, İstanbul, Beta Basım, 3. Baskı, 2004, s. 21.

¹⁵⁹T.C. Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 2001/844E., 2001/3429K. Sayılı, 09/04/2002 tarihli kararı.

soyadı, melodi, koku, üç boyutlu şekiller, yazı karakterleri, ambalaj şekilleri gibi artırabileceğimiz değerlerin hepsinin tek başına veya birlikte bir marka niteliğine sahip olduğunu söyleyebiliriz¹⁶⁰. Örneğin T.C. Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 2000/7674E., 2000/9346K. Ve 20/11/2000 tarihli; “...İngilizce sözcüklerden oluşan -become what you are - ibaresi marka olarak bir anlam taşımakta olup, ayırt edici niteliği bulunmaktadır...” şeklindeki ilamı ile marka niteliğinde aranan esas unsurun ayırt edilebilirlik olduğunu vurgulamıştır.

Marka; piyasada mevcut bir ürünün veya hizmetin kaynağını belirlemede, kim tarafından, ne şekilde ve hangi tekniklerle üretildiği gibi soru işaretlerini tüketicinin aklından silmede aktif rol oynar, markayı tanıyan ve bilen tüketici marka sahibi teşebbüsü veya şahsı tayin etmekte zorlanmaz. Garanti fonksiyonu ile birlikte, markayı deneyimlemiş tüketici gözünde yanılma payını minimize eden marka, aynı ürün kalitesini zaman ve yer başlıklarından bağımsız bir şekilde tüketiciye ulaştır. Tüketici de markaya güvenerek mevcut ve muhtemel seçimlerini yönlendirir.

Belki de markanın en önemli unsuru reklam fonksiyonu diyebiliriz. Marka muhteviyatında bulundurduğu reklam kabiliyeti neticesinde tüketicideki ilk etkiye sebep olur, marka ve reklam kavramlarını birbirinden ayrı düşünmemiz mümkün değildir. Marka, başarılı bir reklam politikası ile dinamik kazanır. Bu sebeple marka seçilirken, tüketiciyi etkileyecek, reklam ve tanıtım kanalları aracılığı ile tercihler boyutunda yönlendirecek, akılda kalan, kolay hatırlanabilen, benzerleri ile karıştırılması mümkün olmayan şekilde artırabileceğimiz kriterlere sahip olması, ses getiren bir reklam çalışması için ilk koşuldur. Bununla birlikte markanın son unsuru olan koruma fonksiyonuna da yer vermek gerekirse; ilgili ürün pazarında ikame mal ve/veya hizmet ile karşılaştırılmasını engellemek amacıyla dinamik kazanan koruma mekanizması hem marka sahibi hem de tüketici lehine sonuçlar doğurmakla birlikte her iki tarafın haklarını korumaktadır¹⁶¹.

Franchise veren tarafından franchise sisteminin bulunan maddi ve gayri maddi değerler ile birlikte bir bütün olarak franchise alana devredildiği bu

¹⁶⁰Eyüp Can Karaca, “Hukuki Açıdan Marka ve Marka Hakkı”, **The Journal of Europe-Middle East Social Science Studies**, cilt 1, sayı 1, 2015, s. 44.

¹⁶¹Şükriye Balcı Şirin, “Marka Hakkı ve Korunması”, Akdeniz Üniversitesi, 2007, s. 17-20.

sözleşme türünde; marka hakkı da yerini devre konu gayri maddi değerler arasında almaktadır. Markanın franchise alana devrinin tabii sonucu olarak franchise verenin markaya tecavüz konulu dava hakkından vazgeçtiğini söyleyebiliriz¹⁶².

Franchise sözleşmesinde; franchise veren tarafından, franchise alana marka hakkının devri aslına bakılırsa lisans sözleşmesi ile aralarındaki en büyük ortak paydadır. Bu sebeple franchise sözleşmesine uygulanacak hukuku tayin edilirken, lisans sözleşmesinden kıyasen faydalanılır¹⁶³.

Örneğin inhisari lisans sözleşmesinde; lisans hakkının ihlal edilmesi neticesinde lisans alanın hukuki süreci bizzat yürütme hakkı ve yetisi bulunmakta iken; lisans alanın, lisans veren tarafından desteklenmesi veya hukuki süreçte temsil edilmesi söz konusu değildir. İlgili hükmü franchise sözleşmesine kıyasen uyguladığımızda ise; franchise verenin yerine getirdiği edimler neticesinde franchise alanın bünyesine tanımlanan marka hakkına yönelik gerçekleştirilen herhangi bir ihlal veya tecavüz neticesinde, franchise alan bütün hukuki sürecin bizzat tarafı olmak ile birlikte franchise verenin nezdinde yargılamanın başlamasına sebep olma, hukukun korumadığı eylemi tespit etme, mevcut ihlal sonucu oluşacak hak kayıplarını ve zarar miktarını belirleme süreci takip etme şeklinde artırabileceğimiz yükümlülükler, franchise veren nezdinde oluşmamaktadır¹⁶⁴.

Marka hakkının kullanımının devri yalnızca tek başına franchise verenin yükümlülüğünü yerine getirdiği anlamına gelmez, franchise veren marka hakkını franchise alana devretmekle ile birlikte sözleşme süresince markanın oluşumu ve kriterleri konusunda yönlendirmelerde bulunmak, markanın piyasaya tam ve eksiksiz arzı esnasında franchise alanı desteklemek şeklinde belirtebileceğimiz edimleri de beraberinde yerine getirme yükümlülüğü altındadır. Madalyonun diğer tarafında yer alan franchise alan ise, franchise verenin marka hakkı devrine karşılık markaya uygun edimler yerine getirmek ve markanın değerini korumak borcu altına girmektedir.

¹⁶²Kırca, a.g.m., s. 139.

¹⁶³Kırca, a.g.m., s. 138, Altıntaş, a.g.m., s. 90.

¹⁶⁴Kırca, a.g.m., s.139.

c. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Ticaret Unvanı ve İşletme Adının Sunumu

Ticaret unvanı, bir tacirin ticari işletmesine konu gerçekleştirdiği iş ve işlemler için kullandığı ad olarak tanımlanabilir¹⁶⁵. Zira Türk Ticaret Kanunu madde 39'da; “Her tacir, ticari işletmesine ilişkin işlemleri, ticaret unvanıyla yapmak ve işletmesiyle ilgili senetlerle diğer belgeleri bu unvan altında imzalamak zorundadır.” şeklinde düzenlemeye yer verilmiştir¹⁶⁶. Ticaret unvanı neticesinde tacir, ilgili pazarda benzerlerinden ayrılır. Nasıl ki; gerçek kişiler sosyal hayatta birbirinden kimlik bilgileri ile ayrılıyorsa, ticaret unvanı ile birlikte tacirin de ticari hayatta sahip olduğu kimlik ile tanınma ve ayırt edilmesi mümkün olmaktadır.

Türk Ticaret Kanunu'ndaki ilgili düzenlemelere göre devam edersek; her tacirin kanuna uygun bir ticaret unvanı seçmek, ticari işletmesini ticaret siciline tescil ettirmek ve ticari defter tutmak ile yükümlü olduğunu görmekteyiz¹⁶⁷. Ayrıca tacir kendisinin seçtiği ticaret unvanını, ticari işletmenin açıldığı günden itibaren onbeş gün içerisinde işletme merkezinin bulunduğu yer ticaret siciline tescil etmek ve ilan ettirmek zorundadır, tacirin gerçek kişi olduğu hallerde; ticaret unvanını ve imzasını onaylama mekanizması olan notere sunduktan sonra sicil müdürlüğüne verir, tacir tüzel kişi ise ticaret unvanını aynı şekilde noterde onaylatmak ile birlikte kendi adına imzaya yetkili gerçek kişinin veya kişilerin imzasını da noter vasıtasıyla onay mekanizmasına arz etmektedir¹⁶⁸.

Kanun yapıcı; her ne kadar ticaret unvanının açık bir şekilde tanımlanmasına yer vermeyi tercih etmemiş olsa da; ticaret unvanı ile ilgili esas kriterlerini sıralamıştır. Buna göre; ticaret siciline tescil edilen ticaret unvanı, ticari işletmenin görülebilir bir cephesinde okunaklı bir şekilde sergilenmelidir, ayrıca tacirin ticari münasebetleri neticesinde düzenlediği kayıtlarda tacirin ticaret unvanı, sicil numarası, işletmenin merkezini göstermesi koşul şeklinde sayılmakla birlikte eğer tacirin internet sitesi oluşturma yükümlülüğü mevcut ise

¹⁶⁵Hüseyin Ülgen v.d., **Ticari İşletme Hukuku**, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 6. Baskı, 2019, s. 397.

¹⁶⁶6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 39.

¹⁶⁷6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 18.

¹⁶⁸6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 40.

tescile konu internet sitesini de ticari defterlerde ve ticari mektuplarda belirtmek zorundadır¹⁶⁹.

Ticaret unvanı çekirdek ve ek şeklinde tabir edebileceğimiz iki bölümden oluşur, çekirdek bölümü ticaret unvanı için asli unsurda karşımıza çıkarken, ek bölümü ise tamamen tacirin tercihinin bırakılmış bir kısımdır¹⁷⁰. Kanun koyucu ticaret unvanının şeklini belirlerken gerçek kişi ve tüzel kişi ayırımına giderek her iki koşul için esaslı kriterleri belirtmiştir¹⁷¹.

Aynı ticaret unvanında olduğu gibi ayırt etme fonksiyonuna sahip işletme adı, işletmenin malvarlığına dahil bir unsurdur ve tüketiciler nezdinde işletmeyi tanımak, benzer işletmeler ile karıştırılmasını engellemek işlevlerine sahiptir. İşletme adı işletme ile işletmeyi işleten kişi (tacir ya da esnaf) arasında bir ilgi kurma amacı taşımaz¹⁷². Keza Türk Ticaret Kanunu'nda yalnızca madde 53'de yer alan işletme adı kavramı; *“İşletme sahibi ile ilgili olmaksızın doğrudan doğruya işletmeyi tanıtmak ve benzer işletmelerden ayırt etmek için kullanılan adların da sahipleri tarafından tescil ettirilmesi gerekir”* şeklinde ayırt etme ve tanıma fonksiyonlarının üzerinde vurgu yapılarak tanımlanmıştır.

İşletme adının seçiminde tacir serbest bırakılmış olup, işletme adının taşınması gereken zorunlu unsurlar belirtilmemiştir. Tacir işletme adının tayininde irade özerkliğine sahiptir. Ancak işletme adının kamu düzenine aykırı olmaması, aldatıcı nitelik taşımaması ve benzerleri ile karıştırılmasına sebep olmaması gibi hukuk düzeninin koruyucu hükümleri, işletme adının seçiminde dikkat edilmesi gereken kriterlerdir.

Ticaret unvanının kullanılması her tacir için zorunlu tutulurken, işletme adı için böyle mutlak bir koşul getirilmemiştir. Her ne kadar ticari işletme adı zorunlu bir unsur şeklinde karşımıza çıkmasa da tacir için tüketiciyle ilk temas gerçekleştirdiği aşamada etkili olmakla, tüketicinin gözünde tanımlanması ve diğer tacirlerden ayırt edilebilmesi maksadıyla önem arz etmektedir. Ticari işletme adı kullanması ilgili ürün pazarında tacir için lehe sonuçlar doğuracaktır.

¹⁶⁹6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 39/2.

¹⁷⁰Hülya Uras, “Türk Ticaret Kanunu Çerçevesinde Ticaret Unvanı Ve İşletme Adının Oluşumu, Devri Ve Korunması”, Marmara Üniversitesi, 1997, s. 11.

¹⁷¹6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 41-50.

¹⁷²Hayri Domaniç, **Ticaret Hukukunun Genel Esasları**, İstanbul, Eskin Matbaası, 1988, s. 236.

İşletme için seçilen ad her koşulda ticaret siciline tescil edilir. Tüketici tercihlerini yönlendirirken çoğu zaman tacirin ticaret unvanından bihaberdir, tüketicinin gözünde söz konusu işletme, ancak işletme adı ile anlam bulur. Bir diğer husus, tacirin birden fazla işletmesi var ise; her işletmesi için ayrı bir işletme adı seçebileceği gibi yeknesak bir görüntüyü tercih eder ise her bir işletmesini tek bir işletme adı ile oluşturabilecektir¹⁷³.

Bu şekilde ticaret unvanı ve işletme adı kavramlarını kısaca tanımlamamızı tamamlayıp, franchise veren tarafından franchise alana ticaret unvanı ve işletme adının arzı başlığına geri dönmek isteriz.

Franchise veren, kusursuz bir franchise sisteminin işlemesi amacıyla franchise alana ticaret unvanı ve işletme adını kullandırtma yükümlülüğü altındadır.

Ancak franchise alan nezdinde doğan işletme adı kullanımı hakkı ancak bir ek ile mümkün olabilir. Normatif düzenlemelere göre bu hususa kaynak göstermemiz gerekirse; kanun koyucu işletme adını düzenlediği Türk Ticaret Kanunu madde 53’de; *“Tescil edilen işletme adları hakkında da 38, 45, 47, 50, 51 ve 52 nci maddeler uygulanır”* şeklindeki atfı sonucu madde 45’e yönlendiriliriz, atfa hedef kanun maddesin de ise *“Bir ticaret unvanına Türkiye’nin herhangi bir sicil dairesinde daha önce tescil edilmiş bulunan diğer bir unvandan ayırt edilmesi için gerekli olduğu takdirde, ek yapılır”* şeklindeki düzenleme nihayetinde ise işletme adının franchise alan tarafından kullanılmasının ancak bir ek yapılması halinde geçerli olacağını söyleyebiliriz.

Bu konuda franchise veren ve franchise alan tarafların yeknesak görüntüsünün zedelendiği, imaj bütünlüğünün yıprandığı ve sürüm artırma hedefinin sekteye uğrayacağı yönünde eleştiriler mevcuttur¹⁷⁴.

Bizim de katıldığımız bu değerlendirmelerde¹⁷⁵; kanun koyucunun söz konusu atfı yapmasındaki niyetinin işletmeyi haksız rekabet koşullarından korumak, tüketicinin tercih sebeplerini eksiksiz bir şekilde sağlamak, tüketicinin yanılmasını ve zarara uğramasını engellemek olduğu kanaatiyle bu sistemin hali hazırda franchise sisteminde dinamik kazanmayacağıdır. Şöyle ki; franchise

¹⁷³Uras, a.g.m., s. 46.

¹⁷⁴Gürzumar, a.g.e., s. 111.

¹⁷⁵Kırca, a.g.m., s. 144-145.

sözleşmesinin asli unsurları neticesinde her iki taraf bakımında da koruma sağlandığı, franchise veren ve franchise alan arasında imaj bütünlüğü bulunduğu, rekabet konusunda düzenlemelerin mevcut olduğu ile birlikte franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin aynı standartlarda tüketiciye sunulması hedeflenmektedir. Veleve ki, franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile açtığı işletmesinde, franchise verenin işletme adının yanında ek koyarak kullanması halinde; tüketici de aynı nicelik ve nitelikte mal ve/veya hizmete ulaşamama konusunda bir tereddüt doğması ihtimali mevcuttur, hal böyle olunca da franchise alanın sürümü artırma hedefinin sektöre uğraması kaçınılmaz olacaktır.

Nihayetinde; franchise alanın, franchise verenin kontrol ve denetiminde aynı standartta ürün ve/veya hizmet sunması franchise sözleşmesi ile amaçlanan esas unsur olduğundan, mevcut yasal düzenlemenin franchise sözleşmesinde bir yansımasının bulunduğunu kabul etmek mümkün gözükmemektedir. Franchise veren ve franchise alan arasındaki sıkı ekonomik ilişki bu sonuca sebeptir.

Bu boyuttaki değerlendirmemizi kısmen ticaret unvanında da geçerli sayabiliriz. Şöyle ki ticaret unvanı ticari işletmeyi değil taciri tanıtmaya yarayan bir fonksiyona sahiptir, franchise verenin sahip olduğu ticaret unvanının aynı sicil çevresinde herhangi bir ek almadan franchise alan tarafından tescil ettirmesi neticesinde karışıklık ortaya çıkar ve doğrudan kamu düzeni etkilenir. Bu netice franchise verenden bağımsız ticari ilişkilere sahip, kendi ad ve namına işlem gerçekleştiren franchise alan açısından kabul edilemez.

Franchise alan tüketicinin gözünde işletme adı ile tanınmaktadır, franchise alan sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile gerçekleştirdiği reklam, tanıtım, işbirliği anlaşmalarında işletme adını kullanır. İşletme adı doğrudan işletmeyi temsil ederken, ticaret unvanı tacirin ticari hayattaki kimliğidir. Franchise alanın ticaret unvanı ancak ticari defter, sicil, kayıt, mektuplarda ve tescil şeklinde artırabileceğimiz boyutlarda görünebilirlik kazanır. Bu sebeple franchise alanın, franchise verenin ticaret unvanına ek yaparak tescili sürecinde; tüketicinin tercihlerini yönlendirmesine sebep imaj bütünlüğü bozulmaz, mal ve/veya hizmet kalitesi kaybolmaz.

Ancak franchise alanın, franchise verenin ticaret unvanını ek almadan kullanabileceği ve tescile konu yapabileceği durumlarda mümkündür. Franchise verenin anonim, franchise alanın ise limited ortaklık şeklinde yer aldığı tarafların farklı tür ortaklıklar olduğu durumlarda, franchise alanın kendisinden farklı bir şekilde organize edilmiş franchise verenin ortaklık türünü kendisine ek alması mümkün değildir. Hali hazırda farklı ortaklık türlerine sahip franchise veren ve franchise alan tarafların tescil esnasında birbirine karıştırılması söz konusu olmaz. Keza, ticaret unvanına ek yapılması muhtemel karışıklığı engellemek ve nihayetinde kamu düzenini korumak gayesi ile şart konulduğundan, söz konusu koşulun bu boyuttaki farklı ortaklık durumlarında dinamik kazanmayacağını söyleyebiliriz¹⁷⁶.

Franchise veren ile franchise alanın farklı sicil bölgelerinde bulunduğu durumlarda da, franchise alan tarafından franchise verenin ticaret unvanı ek yapılmadan kullanılabilir. Bu durum franchise sözleşmesinin türlerinden biri olan tarafların farklı ülkelerde yer aldığı uluslararası franchise sözleşmelerinde mümkündür. Zira Türk Ticaret Kanunu madde 45’de; “*Bir ticaret unvanına Türkiye’nin herhangi bir sicil dairesinde daha önce tescil edilmiş bulunan diğer bir unvandan ayırt edilmesi için gerekli olduğu takdirde, ek yapılır.*” şeklinde düzenlemeye yer vererek, Türkiye’nin herhangi bir bölgesinde daha önceden sicile tescile konu olmuş bir ticaret unvanının yine Türkiye içerisinde farklı bir konumda yer alan sicile tescil edilmesi durumunda ek kullanmak şartını getirmiştir. Nihayetinde ek kullanılması koşulu bizi ayırt edilebilirlik sonucuna götürmektedir.

Franchise veren tarafından franchise alana ticaret unvanı ve işletme adının sunulması yönündeki yükümlülüğü yukarıda yer verdiğimiz tanımlar ve eleştiriler neticesinde; tam işletme adı yönünden sonuç doğururken, ticaret unvanı söz konusu olduğunda istisnai boyutta değerlendirilebileceğini söyleyebiliriz.

Gürzumar’a göre; Franchise sözleşmesinde, franchise verenin ticaret unvanının tam ve eksiz bir şekilde kullanılması yönünde bir yükümlülüğünün bulunmadığı, ancak tescile konu sicilde belirtilen unvanda veya işletme adında

¹⁷⁶Kırca, a.g.m., s. 142-143.

bulunan bir kısmının franchise alana kullandırılması yönünde borcu olduğunu belirtmektedir¹⁷⁷.

d. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Mal Ve Hizmetlerin Tanıtıcı Unsurlarının Sunumu

Üzerinde münhasır hakların kurulabileceği, özel kanun hükümleri ile tanımlanmamış, daha önceden tescile konu edilmemiş, üretici veya satıcının tüketiciye sunduğu mal ve/veya hizmetin mevcut pazarda arz olunmuş diğer mal ve/veya hizmetlerden ayırma kabiliyetine sahip; slogan, işaret, amblem, emtia, ambalaj gibi biçimlere bürünebilen nitelikteki unsurlar; mal ve hizmetin tanıtıcı fonksiyonları şeklinde tanımlanabilir¹⁷⁸.

Özel kanun hükümlerinde tanımlanmamış veya tescile konu olmamış mal ve hizmete ait tanıtıcı unsurlar Türk Ticaret Kanunu ‘Haksız Rekabet’¹⁷⁹ başlıklı dördüncü bölüm ve Türk Borçlar Kanunu ‘Haksız Fiillerden Doğan Borç İlişkileri’¹⁸⁰ başlıklı ikinci ayırım kapsamında koruma altına alınır¹⁸¹.

Haksız rekabet kapsamında koruma altına alınması için mal ve hizmetin tanıtıcı unsurların ayırt edilebilirlik fonksiyonuna sahip olması gerekmektedir¹⁸².

Franchise veren franchise sözleşmesi neticesinde franchise alana sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin benzerlerinden ayrılması için kullandığı tanıtıcı unsurları devreder. Diğer gayri maddi değerlerin devri gibi franchise veren yalnızca mal ve hizmetin tanıtıcı unsurunu franchise alana kullanması için izin vermek ile kalmaz aynı zamanda kullanım ve oluşum yöntemleri konusunda da franchise alanı aydınlatma yükümlülüğüne sahiptir.

Franchise alana kullanım izni verilen mal ve hizmetin tanıtıcı unsurlarına yönelik gerçekleştirilen bir ihlal söz konusu olduğunda hukuki boyutta işlem yapma kabiliyeti franchise alandadır. Şayet bir tecavüz söz konusu olursa; franchise alan mal ve hizmetin tanıtıcı unsurlarının korunması için franchise verenden bağımsız olarak kendi ad ve namına işlem tesis etmesi nihayetinde

¹⁷⁷Gürzumar, a.g.e., s. 111.

¹⁷⁸Saibe Oktay Özdemir, **Sınai Haklara İlişkin Lisans Sözleşmeleri ve Rekabet Hukuku Düzenlemelerinin Lisans Sözleşmelerine Uygulanması**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2002, s. 146.

¹⁷⁹6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 54-63.

¹⁸⁰6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 49-76.

¹⁸¹Şimşek, a.g.m., s. 153.

¹⁸²Özdemir, a.g.e., s. 145-146.

kendisi bizzat yargılama tarafıdır. Bu durumda franchise veren tarafından franchise alana dava açma hakkı tanınarak, franchise verenin bizzat kendisinin bu ihlale taraf olmaması aranır¹⁸³. Vele ki franchise veren tarafından, franchise alana dava açma hakkı tanınmamış ise, franchise veren ve franchise alan arasındaki dikey ilişki neticesinde franchise veren tarafından franchise alan korunur ve mevcut ihlallere karşı yargı makamlarına franchise veren taraf başvurur.

Franchise alan tarafından; kendisini franchise verenden ve dolayısıyla franchise sisteminden soyutlayarak sözleşme konu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile hareket edilir ise; franchise zincirinin bir halkası olduğu unutulabilir ve akabinde franchise sözleşmesine zarar verilebilir. Örneğin; franchise alan tarafından, ilk kendisince kullanılan ve franchise verenin daha önceden sahip olmadığı bir tanıtıcı unsuru tüketiciye arz ederek, kendisini franchise verenden soyutlayabilir. Şayet böyle bir durum söz konusu olduğunda, franchise veren ve franchise alan arasındaki yakın ekonomik ilişkiden bihaber olan tüketici gözünde, franchise alan tarafından kullanılan tanıtıcı unsur; ayırt edici fonksiyonunu franchise veren nezdinde doğuramaz, tüketici franchise veren ile ayırt edici tanıtıcı unsuru ilişkilendiremez. Franchise sözleşmesinde böyle bir durum istenmemektedir, lakin somut olayda tanıtıcı unsurun yalnızca franchise alan nezdinde ayırt edilebilirlik niteliğine sahip olduğu tespit edilirse; franchise verenin, franchise alana mal ve/veya hizmete ilişkin tanıtıcı unsurların kullanımına izin vermek yönünde bir yükümlülüğü bulunmamaktadır¹⁸⁴.

e. Franchise Veren Tarafından Franchise Alana Know How Unsurlarının Sunumu

Know How, Rekabet Kurulu tarafından 2002/2 tebliğ numaralı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği¹⁸⁵ 3. maddesinde: “*Sağlayıcının tecrübe, denemeleri sonucu elde ettiği ve patentli olmayan, uygulamaya yönelik, gizli, esaslı ve belirlenmiş bilgi paketi*” şeklinde tanımlanmıştır.

Tebliğdeki tanım ile birlikte know how kavramını öğretideki görüşler ile birlikte inceleyerek;

¹⁸³Kırca, a.g.m., s. 147-148.

¹⁸⁴Kırca, a.g.m., s. 148.

¹⁸⁵*[https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-\(2021-4-degisiklikleri-islenmis\)-20211108175938391-pdf/](https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-(2021-4-degisiklikleri-islenmis)-20211108175938391-pdf/) Erişim Tarihi: 13 Mayıs 2022

Akyol'a göre know how kavramını genel bir ifade ile üretim ve satım tekniklerinin bütünü ifade etmektedir¹⁸⁶, Ilgaz'ın know how tanımı yaparken tercih ettiği anlatım ise; ekonomik ve ticari boyutta işlevlik kazanan, mutlak gizli olma unsuru bulunmayan, herhangi bir patentin himayesinde bulunmayan teknik veya işletme konulu bilgi ve tecrübeler şeklindedir¹⁸⁷, bizim know how için tercih ettiğimiz tanım ise Erbay¹⁸⁸ ile paralellik göstererek; sanayi alanında teknik, ticari, işletme, yönetim, organizasyon boyutu bulunan, hukuken korumadan yoksun, gizli veya açık nitelikte kullanıcısının aktif değerlerinin artmasına sebep olan bilgi ve tecrübe bütünü şeklindedir.

Dikkat edilirse; öğretilerde know how kapsamındaki bilginin gizli olup olmaması ihtiyari bir durum iken; 2002/2 sayılı tebliğde gizlilik mutlak bir unsur olarak belirtilmiştir. Hal böyle iken; gizli know how ve gizli olmayan know how ayırımına değinmemiz gerekmektedir. Gizli know how konusu bilgi üçüncü kişilerin erişimine kapalı olmakla birlikte hukuki yollardan bu bilgiyi öğrenilmesinin mümkün olmaması halidir. Gizli know how kendi içerisinde fabrikasyon sırları ve iş sırları olmak üzere ikili bir ayrıma sahiptir. Fabrikasyon sırları üretime ilişkin verileri barındırırken, iş sırları ise daha çok idari ve mali organizasyona ilişkindir¹⁸⁹. Eğer know how konusu bilgiye herkes tarafından belli bir pratik ve tecrübe sonucu hukuki yollardan ulaşılması mümkün ise bu durumda da gizli olmayan know how söz konusu olur.

Mutlak sır niteliğine sahip know how bilgileri Türk Ticaret Kanunu 'Haksız Rekabet'¹⁹⁰ başlıklı dördüncü bölüm kapsamında koruma altına alınırken, gizli olmayan know how bilgileri ise sahiplerinin kişilik haklarının ihlal edilmesi halinde kişilik haklarına saldırıya ilişkin düzenlemeler barındıran Türk Medeni Kanunu madde 24¹⁹¹ ile Türk Borçlar Kanunu madde 58'de¹⁹² yer alan düzenlemeler kapsamında korunur¹⁹³.

Kanaatimizce, bir üst kısımda aktardığımız öğretilerdeki görüşlerde de belirtildiği üzere know how konusu bilginin sır niteliği subjektif ve nispi şekilde

¹⁸⁶Akyol, a.g.e., s. 1.

¹⁸⁷İlgaz, a.g.m., s. 155.

¹⁸⁸Erbay, a.g.e., s. 78.

¹⁸⁹Gürzumar, a.g.e., s. 81-82.

¹⁹⁰6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 54-63.

¹⁹¹*<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.4721.pdf>/ Erişim Tarihi 13 Mayıs 2022

¹⁹²*<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6098.pdf>/ Erişim Tarihi 13 Mayıs 2022

¹⁹³Kırca, a.g.m., s. 150.

yorumlanarak, objektif ve mutlak sınırlar kırılmalıdır. Keza know how konusu bilginin gizli olması mutlak bir kriter şeklinde değerlendirilmemelidir.

Know how; şahıslar veya tüzel kişiler arasında aktarıma konu gayri maddi değerler arasında en çok tercih edilen seçimlere konudur. Know How konusu unsurların devri taraflar arasında gerçekleşecek know how sözleşmesi ile mümkündür.

Know how sözleşmesinin unsurlarını saptayacak olursak; know how konusu bilgi ve tecrübelerin herhangi bir patent koruması altında bulunmaması, know how sözleşmesinde kullanım ve açıklama yetkileri verilen bilgilerin gizli olabileceği gibi herkes tarafından bilinebilir de olabileceği, know sözleşmesine konu verinin ekonomik, sanayi ve teknik açıdan bir teşebbüsü kalkındırabilecek, işletmenin aktif değerlerinde artışa sebep verecek nitelikte olması, know how sözleşmesi ile aktarılacak bilgi ve tecrübelerin know how alan tarafından işlenmesine ve uygulamaya imkan vermesi, sözleşme konusunun belirli veya en azından belirlenebilir olması şeklinde sıralayabiliriz.

Bu şekilde know how ve know how sözleşmelerini kısaca tanımlarına yer verdikten sonra; franchise veren tarafın, franchise alana know how unsurlarının sunulması başlığına gelmekteyiz.

Franchise sözleşmesinin adeta bel kemiğini oluşturan; franchise sisteminin, başarılı bir şekilde franchise alana nüfus etmesi için franchise veren payına yukarıdaki bölümlerde de belirttiğimiz gibi çeşitli yükümlülükler düşmektedir. Kanaatimizce franchise veren nezdinde oluşan en büyük borçların başında kusursuz bir know how devri gelmektedir.

Franchise veren tarafından, franchise alana ekonomik ve ticari boyutta işlevlik kazanan, mutlak gizli olma unsuru bulunmayan, herhangi bir patentin himayesinde bulunmayan teknik veya işletme konulu bilgi ve tecrübeler aktarılacak zorundadır. Her gayri maddi değer devrinde yaptığımız açıklamayı önemi sebebiyle bu kısımda da yinelemekte sakınca görmemekle birlikte; franchise verenin yükümlülüğü, franchise alana know how kapsamındaki bilgi ve tecrübeyi aktarmak ile tamamlanmaz, franchise veren tarafından franchise alana know how konusu bilgi dışında bu bilginin kullanım alanları, uygulama pratiği, tabiri caizse reçetesi de sunulmalıdır.

Franchise alan açısından sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünün artırılması gayesinin gerçekleşmesi için en önemli etkenlerden birisi franchise veren tarafından kendisine kullandırılan veya kendi nezdinde sonuçlar doğmasına izin verilen know how konusu bilgi ve tecrübelerdir. Franchise alan kendisine aktarılan bilgiler ışığında mal ve hizmet sunumu gerçekleştirerek tüketici gözünde franchise veren firma ile aynı basamakta konumlandırılır. Franchise veren açısından ise know how aktarımı neticesinde edimler yerine getiren franchise alan denetlenebilir, yönlendirilebilir ve kontrolü mümkün bir mekanizmanın parçası olarak tüketici gözünde sözleşmeye konu imajın zedelenmesini engeller, tüketicinin seçimlerini aynı şekilde yönlendirebilir, tüketicinin zarara uğraması veya yanılmasını engeller ve en önemlisi tek, bütün, yeknesak bir görüntü oluşmasına sebep verir.

Velev ki aktarıma konu know how kapsamında franchise alanın ve çalışanların çeşitli sertifika programları ile eğitilmesi ve kalifiye hale getirilmesi durumu mevcut ise 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nu; "Vekalet İlişkileri" başlıklı dokuzuncu bölüm, "Vekalet Sözleşmesi" ile belirtilmiş birinci bölüm altında "Tanımı" yan başlığı ile madde 502 ve devamı maddelerinde vekalet sözleşmesinin ilgili hükümlerinin franchise sözleşmesine kıyasen uygulanması söz konusudur¹⁹⁴.

3. Franchise Verenin Franchise Alanı Koruma ve Destekleme Borcu

Çalışmamızın en başından beri üzerinde durduğumuz temel hususlardan olan; franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile hareket ederken desteklenmesi ve korunması, franchise veren nezdinde doğan bir yükümlülüktür.

Franchise veren, sözleşme süresince franchise verenin kendisine bu yönde edimler gerçekleştirmesini talep edebilir. Şayet franchise alana karşı, franchise verenin koruma ve destekleme borcunu yerine getirmemesi durumunda Türk Borçlar Kanunu madde 112 ve devamına göre borcun ifa edilmemesi hükümlerine göre sorumluluk doğar ve franchise alanın uğradığı zarar, franchise veren tarafından tazmine konu olur.

¹⁹⁴Altıntaş, a.g.m., s. 104.

Velev ki, franchise alan açısından sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünün artırılması amacıyla hareket ettiği sürede franchise veren tarafından korunmaması ve desteklenmemesi sözleşmenin devamını mümkün kılmıyorsa haklı sebeple fesih mekanizması işletilerek sözleşme sonlandırılır¹⁹⁵.

Franchise verenin, franchise alanı koruma ve destekleme borcu dahilinde know how aktarımı söz konusudur. Know how aktarımına ilişkin açıklamalarımız oldukça taze olduğundan bu başlık içerisinde yer vermemeyi tercih ediyoruz.

Franchise verenin koruma ve destekleme borcu sözleşmede ayrı ayrı yükümlülükler şeklinde tahdidi şekilde sıralanması franchise sözleşmesinin dinamik yapısına uygun düşmemektedir. Bu sebeple franchise verenin söz konusu yükümlülüğü mevcut hal ve koşullara göre esnek ve uyarlanabilir olmalıdır.

a. İşletmenin Kurulması ve Donanımında Yardımcı Olmak

Franchise veren sözleşmeye konu mal veya hizmetin, potansiyel tüketicisini tespit etmiş bir konumdadır. Keza franchise veren tarafından başarıyla arzı gerçekleştirilen mal ve/veya hizmete konu işletme donanımı konusunda da tecrübeyle sabit bilgileri bulunmaktadır. Hal böyle olunca; franchise veren, franchise alana daha önceden edindiği deneyimlerine dayanarak işletmesinin kurulması ve işletmenin donanımı esnasında franchise verene yardım etmek ile yükümlüdür. Bu yükümlülük franchise sisteminin kusursuz işlemesi açısından da oldukça önem arz etmektedir.

Franchise verenin bu başlık altındaki yükümlülüklerini örnekler ile somutlaştırmamız gerekirse; işletme konumuna göre bölgenin gerekli analizlerini gerçekleştirmek, işletmeye konu binanın veya muhtelif bölümün satın alınması veya kiralanması için yardımda bulunmak, işletmenin metrekare yönünden büyüklüğü, depo gibi saklama alanı veya teşhir alanları gibi fiziki hal ve koşullar ile ilgili bilgi aktarmak, işletmenin donatımı için gerekli unsurları tespit etmek ve bu unsurlara franchise alan sıfatındaki kişinin ulaşımını mümkün kılmak, muhtemel finans kaynağı bulmak konusunda yardımcı olmak, franchise alanın çalışanlarının sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak için hangi kriterlere sahip olmasının gerektiğini aktarmak ve bu konuda kendi eğitim ve sertifika organizasyonunu örnek göstermek veya işletmenin tüketiciyle

¹⁹⁵Kırca, a.g.m., s. 150.

gerçekleştireceği ilk temasta gerekli reklam ve tanıtım işlemlerini gerçekleştirmek şeklinde artırabileceğimiz sorumlulukları bulunmaktadır¹⁹⁶.

Müşteri portföyü, şirketlerin kendilerine yeni iş fırsatları tasarlamasına ve sunmasına olanak tanıyan, gelir ve tüketim davranışlarıyla ilgili ortak özelliklere sahip seçilmiş bir grup insandır. Ticari alanda müşteri portföyünün tespiti önemli bir araçtır. Franchise verenin daha önceki tecrübelerine ve bilgilerine dayanarak oluşturduğu müşteri portföyü franchise alanın işletmesinin konumu ve donanımını belirlerken, esas alacağı kriterdir.

Franchise alanın işletmesini konumlandıracağı bölge franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sunduğu imaj açısından oldukça esaslı bir kriterdir. Franchise alan konumundaki kişiler, genellikle işletme adresi seçme ve yeni bir işletme oluşturma konusunda tecrübesizlerdir. Franchise alan kişilerin, yatırımlarını değerlendirme veya bir meslek edinme gayesinde olduğunu hatırlatalım. Bu itibarla franchise verenin, franchise alana işletme bölgesinin seçiminde yardımcı olma yükümlülüğü mutlaklıdır. Aksi halde, franchise alan tarafından işletmesinin sözleşme ile istenen amaca aykırı yanlış bir adreste konumlandırılması franchise veren açısından oldukça büyük sakıncalara sebep olacaktır. Tüketici gözünde değerlendirildiğinde ise franchise sistemine aykırı bir konumda işletmesini kuran franchise alan; sunduğu mal ve/veya hizmetin niteliği ve kriterleri sorgulamaya konu edilerek, aldatıcı ve yanıltıcı olma ihtimali üzerinde durulacaktır. Bu halde de franchise verenin hedeflediği imaj bütünlüğü zedelenecektir¹⁹⁷.

Franchise alanın işletmesinin donanımı da franchise verenin belirleyeceği kriterlere göre şekillenmektedir. Franchise veren, franchise alanın işletmesinin makine, teçhizat, hizmet ve sunum ekipmanları, iç ve dış dizayn, renk kartelası, kullanılan ürün yapısı (Geri dönüşüm, organik gibi), servis şekli gibi artırabileceğimiz sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesinin başarıya ulaşması için gerekli olan kriterleri belirleyip, franchise alanın erişimine sunmak, mevcut bir tedarik zinciri var ise, bu akışa franchise alanı dahil etmek ile yükümlüdür.

¹⁹⁶Kırca, a.g.m., s. 156.

¹⁹⁷Kırca, a.g.m., s. 156.

b. Franchise Alanı Eğitmek Ve Bilgi Vermek

Franchise verenin, franchise alan ile franchise alanın çalıştırdığı kişileri eğitme ve bilgi verme borcu sürekli bir haldir. Franchise verenin, eğitim ve bilgi vermek yükümlülüğünü sözleşmenin başında bir kereye mahsus yerine getirilmesi ile tamamlanmaz. Franchise sözleşmesinin taraflara sürekli borç yüklemesi neticesinde franchise verenin edimlerinde devamlılık veya belirli periyotlarda tekrarlanabilir olma koşulu aranmaktadır.

Franchise verenin ‘Eğitmek ve Bilgi Vermek’ başlığındaki edimlerini tahdidi olmamak kaydı ile sıralarsak; satış ve pazarlama teknikleri, ürün ve/veya hizmetin sunulacağı pazarın dinamikleri, reklam ve işbirliği gibi tanıtıcı organizasyon şeması, teknik ve pratik bilgi, franchise markasının vizyonu ve misyonu, hedeflenen yıllık kar marjı, kendi markasının ekonomik değeri, kar ve zarar oranları ile yatırımları, değişen piyasa koşullarına karşı alınan refleksler, ekonomik durumlara göre güncellenen veriler gibi artırabileceğimiz konularda franchise alana ve franchise alanın çalışanlarına sürekli bir şekilde bilgi aktarmak ve bu hususlarda gerekli eğitimi vermek ile yükümlüdür¹⁹⁸.

Franchise verenin söz konusu edimlerini yerine getirdiği toplantılar; genellikle franchise alan ve franchise alanın çalışanları nezdinde motivasyon artırıcı etkiler bırakır. Franchise veren açısından ise aynı imaj altında çalıştığı diğer kişileri tanıma fırsatı oluşur.

c. Reklam Yapmak

Tüketicin dilediği ürünü ilgili pazardaki diğer ikame ürünlerle kıyaslayarak kendisine en cazip gelen adresten alması, internet üzerinden veya çevrimiçi çalışan birçok uygulama neticesinde oldukça sık karşılaşılan bir durumdur. İnternet üzerinden gerçekleştirilen ticaretin bu boyutta hayatımızın bir parçası olmadığı dönemde, tüketici mal ve/veya hizmet arayışında kendisine kalite ve fiyat performansında en uygun olanı seçmek için işletmeleri dolaşarak hem fiziksel bir güç harcamakta hem de zaman kaybına uğramakta idi.

Bu minvalde tüketicinin mevcut halde tercih edeceği mal ve/veya hizmete yalnızca internet vasıtasıyla bir “tık” uzaklıkta olduğu piyasa dinamiklerinde reklam ve tanıtım organizasyonları oldukça büyük bir önem arz etmektedir.

¹⁹⁸Kırca, a.g.m., s. 159.

Franchise veren daha önceden tecrübe ile sabit olan reklam ve işbirliği anlaşmalarını franchise alana sunmak, franchise alanı bu şemanın bir parçası yapmak, hatta bazı durumlarda franchise alanın tanıtımını bizzat kendi yapmak yükümlülüğüne sahiptir.

Franchise veren sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin pazarlanması ve sürümünü artırmak gayesi ile toplumda kabul görmüş popüler kişiler ile gerçekleştirdiği reklam ve işbirliği ilişkilerinin hukuki boyuttaki tanımını franchise alana sunmalı ve gerekli görüldüğü halde kullanımına arz etmelidir.

Reklam ve tanıtım işbirliklerinde franchise alanın, franchise verenin belirlediği kriterlerin dışına çıkmaması, yeknesak görüntü ve sözleşmenin amacına ulaşması açısından oldukça önemlidir, örneğin; franchise alan tarafından sözleşme konusu ızgara kırmızı et satışı ve sunumuna ilişkin sürüm artırma hedeflendiğini düşünelim, franchise alanın bu durumda toplumda vegan kimliği ile tanınmış ünlü bir kişinin rol gösterilerek reklam çalışması gerçekleştirmesi halinde franchise veren ve franchise sözleşmesine konu lisans doğrudan etkilenir, güvenilirliği azalması neticesinde pazar payı düşer.

Bu gibi durumlarda franchise veren üzerine düşen reklam ve tanıtım organizasyonlarını tam ve eksiksiz şekilde franchise alana sunduğu ve gerekli işbirliği anlaşmalarına taraf yapma yükümlülükleri tam ve eksiksiz bir şekilde yerine getirdiğini; lakin menfi durumun doğmasında franchise alanın aykırı davranışlarının sebep olduğunu belirterek, aralarındaki güven ilişkisinin yıkıldığı, sözleşmeye devam etmesinin kendisinden beklenemeyeceğini belirterek fesih mekanizması ile sözleşmeyi sonlandırmak ve uğradığı zararları Türk Borçlar Kanunu madde 112 “Borcun ifa edilmemesi” başlığında franchise alan tarafında tazminine konu yapabilir.

4. Franchise Sözleşmesinde Açıkça Belirtilmiş İse Franchise Veren Franchise Alana Teslim Borcu

Franchise sözleşmesinde; franchise alandan beklenen, imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin aynı kalite ve standartlarda piyasa sürülmesi ve pazar payının artmasını sağlamasıdır¹⁹⁹. Franchise alan bu hedefi gerçekleştirirken dilediği üçüncü kişiden teçhizat, makine, araç gereç gibi ekipmanları tedarik edebilir. Bu

¹⁹⁹Kırca, a.g.m., s. 161.

konuda eğer franchise sözleşmesinde, franchise verenden temin konusunda açık bir hüküm belirlenmemiş ise franchise alan serbesttir.

Şayet franchise sözleşmesinde, franchise verenden temin şartı mevcut ise devreye franchise alan ve franchise veren nezdinde doğacak yükümlülükler girer. Şöyle ki; sözleşmeye dayanarak franchise verenin teçhizat, makine, araç gereç gibi ekipmanları franchise alana temin borcu ile franchise alanında teçhizat, makine, araç gereç gibi ekipmanları sadece franchise verenden teslim alma borcu söz konusu olur. Her iki tarafında bu yükümlülüğe aykırı davranışları halinde sorumlulukları ortaya çıkar.

Franchise verenin, franchise alana temin etme veya teslim etme yükümlülüğü; franchise alanı korumak ve desteklemek fonksiyonlarının sonucudur. Lakin, sözleşme gereği franchise verenden bu yönde beklenen edimler; mümkün olduğu boyutta ve kendisinden beklenebildiği nispette mümkündür. Velew ki, somut durum gereğince franchise verenin, franchise alana gerekli ekipmanı teslim etmesi kendisinden beklenmiyorsa veya mümkün değilse bu yükümlülüğün franchise veren nezdinde doğurduğu bir sonuçtan bahsedilemez.

5. Franchise Verenin Franchise Alan İle Rekabet Etmeme Yükümlülüğü

Bu yükümlülük sözleşmede ayrıca belirtilmiş ise; sadece franchise veren nezdinde değil aynı zamanda franchise alan boyutunda da karşılıklı şekilde nitelendirilebileceğimiz sorumluluk doğmasına sebep olmaktadır. Doktrinadaki görüşlere göre, rekabet etmeme yükümlülüğü ayrıca sözleşmede belirtilmemiş olsa dahi dürüstlük kuralı gereği sözleşmenin muhteviyatında yan yükümlülük şeklinde baki olduğu yönündedir²⁰⁰.

Karşılıklı iki tarafa borç yükleyen, sürekli ve çerçeve niteliği bulunan ve *“Yapımcının, ürünlerinin tamamını veya bir kısmını belirli veya belirlenebilir coğrafi sınırlar içerisinde tekel şekilde pazara sürmesi haliyle tek satıcıya sunması, bunun karşılığında tek satıcının da sözleşme konusu tekel hak sahibi olduğu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmayı hedeflediği bir sözleşme türü”*²⁰¹ şeklinde tanımlanan tek satıcılık sözleşmesinde olduğu gibi franchise

²⁰⁰İrge Erdoğan, a.g.e., s. 35, Gürzumar, a.g.e., s. 15, Kırca, a.g.m., s. 164, Şimşek, a.g.m., s. 197.

²⁰¹İşgüzar, a.g.e., s. 14.

alan açısından münhasır bir bölge tayini franchise sözleşmelerinde asli bir unsur olarak karşımıza çıkmaz.

Tek satıcılık sözleşmelerinde asli unsur olarak karşımıza çıkan belirli bir bölgede münhasıran satış hakkı²⁰², franchise sözleşmesine hüküm eklenmesi neticesinde; rekabet etmeme yükümlülüğü taraflar nezdinde sonuç doğurur. Münhasır bölge tayini sonucu; taraflar arasında rekabet etmeme, birbirlerinin edimlerini kısıtlamama borçları oluşur.

Tarafların birbiri ile rekabet etmemesi yönünde ayrı bir hüküm bulunan, franchise alan nezdinde sürüm artırma gayesi ile gerçekleştirdiği faaliyetleri için münhasıran bir bölgenin belirlendiği sözleşmeden devam edersek; bu tip sözleşmelerde franchise veren ve franchise alan arasındaki rekabet etmeme yükümlülüğü neticesinde; sözleşme öncesinde franchise veren tarafından franchise alanın edimlerine konu coğrafi bölge sınırları çizilir. Söz konusu sınırlar içerisinde franchise alandan beklenen satış hacmi ve pazarlama gücü belirtilir. Franchise veren tarafından belirtilen coğrafi bölge içerisinde franchise alan ile aynı statüde bulunan muhtemel rakip bir teşebbüsün varlığına izin verilmez. Bu yükümlülük franchise veren ile franchise alan arasındaki dikey ilişki neticesinde ortaya çıkmış ve franchise verenin franchise alanı koruma gayesi ile gerçekleştirdiği edimler arasında yerini almıştır. Franchise veren tarafından gerçekleştirilen ve franchise alan nezdinde sonuç doğuran her bir kısıtlama mantıklı, mevcut hal ve koşulları karşılayacak bir açıklamayı da beraberinde getirmek zorundadır.

Kanaatimizce geçeli olan kabüle göre; her ne kadar franchise sözleşmesinde tarafların birbiri ile rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin bir düzenleme yer almasa dahi; sözleşmenin dinamikleri gereği iyi niyet ile dürüstlük kuralları kapsamında yorumlanması neticesinde rekabet etmeme yükümlülüğü sonucuna ulaşılabilir. Franchise sözleşmesinin tarafları sürüm artırma gayesi ile hareket ederken ilgili mal ve/veya hizmet pazarındaki diğer mevcut veya muhtemel ikame mal ve/veya hizmet sağlayıcı rakip firmalara karşı kendi aralarında rekabet birliği sağlamalı, iç çatışmalardan, birbirlerini kısıtlayıcı faaliyetlerden kaçınmalı ve adeta tek bir bedenmiş gibi hareket etmelidir.

²⁰²İşgüzar, a.g.e., s. 16.

B. Franchise Alanın Borçları

1. Ücret Ödeme Borcu

Franchise sözleşmesinde; franchise veren tarafından sunulan franchise sistemi neticesinde franchise alan nezdinde ücret ödeme yükümlülüğü doğar. Franchise alan tarafından ödenecek ücret sözleşmenin asli unsuru olup esaslı niteliğidir.

Franchise sözleşmelerinde ücret unsuru dolaylı veya doğrudan karşımıza çıkabilir²⁰³. Ücret unsurunun dolaylı görünüş kazandığı mal franchise sözleşmelerinde; franchise alan sözleşmeye konu malı bizzat kendisi üretememekle birlikte franchise verenden satın almak ile yükümlüdür. Bu tür sözleşmelerde imtiyaz bir hizmetin sürümü hakkında değil sözleşmeye konu malın pazarlanmasından ibarettir. Bu sebeple mal franchise sözleşmelerine, satım franchise sözleşmesi veya dağıtım franchise sözleşmesi şeklinde de tanımlanmaktadır. Franchise alan franchise veren tarafından kendisine sunulan mal veya ürün dışında ikame bir yan mal veya ürün pazarlama yetkisine sahip değildir. Mal dağıtımına konu franchise sözleşmelerinde, franchise alanın ücret ödeme yükümlülüğü franchise verenden satın aldığı mallara karşılık ödediği bedel ile karşılanır.

Franchise sözleşmelerinde, franchise alan nezdinde doğan ücret ödeme yükümlülüğü farklı şekillerde karşımıza çıkabilir.

a. Başlangıç Ücreti (Giriş Ücreti)

Franchise verenin, franchise alana işletmesini kurarken gerçekleştirdiği destekler ve franchise alanın franchise sistemine dahil olarak gayri maddi değerleri kullanması neticesinde doğan, başlangıç ücreti franchise alan nezdinde yükümlülük şeklinde gündeme gelir²⁰⁴. Başlangıç ücreti, periyodik ödeme planı içerisinde yer almaz, yalnızca bir defaya mahsus ve sadece sözleşmenin kurulumu esnasında franchise alan nezdinde borç doğurur²⁰⁵.

Franchise alan, franchise veren tarafından kendisine sunulan uygun işletme kurulumu, donanımına yönelik yardımları sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin

²⁰³Şimşek, a.g.m., s. 205.

²⁰⁴Şimşek, a.g.m., s. 206, Kırca, a.g.m., s. 165, Altıntaş, a.g.m., s. 117.

²⁰⁵Eren, a.g.e., s. 982.

pazarına ilişkin aktif faktörleri belirttiği veri akışı, reklam tanıtım organizasyonları, tedarik zincirinin sunumu, franchise alanın ve franchise alana bağlı çalışan kişilerin kalifiye eleman olmaları için verdiği veya yönlendirdiği eğitimi/programı gibi artırabileceğimiz destekleri neticesinde başlangıç ücreti ödemek ile yükümlüdür.

Franchise alan tarafından, franchise verene ödenecek başlangıç ücretinin içeriğini bir üst paragrafta tahdidi olmamak kaydıyla sıralamış bulunmakla birlikte, ücretin esas motivasyonunun; franchise veren tarafından, franchise alanın kullanımına izin verilen mal ve hizmetin tanıtıcı unsurları, know how kapsamındaki bilgi ve tecrübeler, marka ve patent haklarının sunumu şeklinde belirteceğimiz gayri maddi değerler oluşturmaktadır.

Bu kavram, gündelik hayatta yer alan “hava parası” tabiri ile sıklıkla karıştırılmaktadır.

Franchise sözleşmesinin kurulmasından kısa bir süre sonra, franchise alanın eylemlerinden bağımsız bir şekilde sona ermesi halinde franchise verene ödenen giriş ücretinin geri alınıp alınamayacağı hakkında tartışmalar ve eleştiriler mevcuttur²⁰⁶.

Örneğin 01/03/2020 tarihinde taraflar arasında imzalanmış ve franchise alanın kullanımına izin verilen gayri maddi değerler ve franchise verenin yardımlarına karşılık giriş bedelini ödemiş olduğu franchise sözleşmesi üzerinden ilerlersek, Çin'in Vuhan kentinde başlayarak tüm dünyayı tehdit etmeye devam eden ve Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak nitelendirilen Coronavirüs (Kovid-19) salgınından vatandaşları korumak ve salgının yayılmasını engellemek amacıyla önlemler alan T.C. İçişleri Bakanlığı tarafından 16/03/2020 tarihinde yayınlanan Coronavirüs tedbirleri kapsamındaki ek genelge nihayetinde bütün kafe, restaurant, işletmeler belirli olmayan bir süre için kapatılmıştır ve mevcut menfi durumdan cihetle kalıcı imkansızlık hali sebep gösterilerek (Sezon üzerinden pazarlama faaliyeti kararlaştırılan sözleşme örneği) taraflar arasındaki franchise sözleşmesi sonlandırılmıştır. Böyle bir halde franchise alan işletmesini kapatması ile zarar etmiş ve giriş ücretini yalnızca 15 günlük süre için ödemiştir.

²⁰⁶Kırca, a.g.m., s. 166-167.

İlk derece Alman yargı makamları benzer bir somut olay ile karşılaştıklarında, franchise alanın franchise sistemine dahil olduğu süreyi sözleşme süresi ile oranlayarak, ne kadar süre için franchise sözleşmesinin tarafı oldu ise o süreye denk gelen ücretten arda kalan meblağın franchise veren tarafından franchise alana geri ödenmesi yönünde kararlar vermişlerdir²⁰⁷. Bu yöndeki kararlar; franchise sözleşmesinin kurulması ile franchise alanın işletim sistemleri, satış politikası, pazar dinamikleri, üretim teknikleri, hammadde esasları, tedarik zinciri, vizyon, misyon, hedef, mevcut finansal tablo, ticari sır, know how şeklinde artırabileceğimiz gayri maddi unsurlar yönünden bilgi ve tecrübe akışı sağlandığı, bu verilerin franchise veren açısından muhtemel rekabet koşullarında oldukça kritik öneme sahip olduğu, gayri maddi unsurların bir kere açıklanması ile kullanımının mümkün olduğu, her ne kadar franchise sözleşmesi sonlansa dahi franchise alan tarafından edindiği bilgi ve tecrübeyi tekrar başka bir işletme açıp kullanma ihtimalinin oldukça yüksek olduğu gibi sebeplerle giriş ücretinin sözleşme süresine oranlanıp ücret iadesi yapılması yönündeki ilamları eleştirmiştir²⁰⁸.

b. Sürekli Franchise Ücreti (Royalty Ücreti)

Sürekli franchise ücreti, periyodiklik niteliğine haizdir. Franchise verenin, franchise alana işletmesini devamını sağlaması gayesi ile gerçekleştirdiği destekler ve franchise alanın franchise sistemine dahil olarak gayri maddi değerleri kullanması neticesinde doğan bu ücret, franchise alan nezdinde, franchise verene karşı sözleşme süresince tekrarlanabilir aralıklarla borç doğurur.

Royalty ücreti genellikle, franchise alanın yıllık kar ve cirosu üzerinden yüzdelik şekilde gerçekleştirilen hesaplama neticesinde tespit edilir. Ücretin belirlenmesine yönelik yapılan hesaplamalar, franchise veren nezdinde doğan bir yükümlülüktür²⁰⁹.

Sürekli franchise ücreti ile royalty ücreti aynı kavramlardır. Royalty kelimesinin ana dilimizde karşılığı röyalti ve redevans olup, “*Bir berat, lisans*

²⁰⁷Guido Esser, **Franchising, Der Franchise Vertrag im Lichte der Rechtsprechung mit dem Franchise Atlas**, 2. Aufl., Köln, 1995, s. 152, Aktaran Çiğdem Kırca, “Franchise Sözleşmesi”, Ankara Üniversitesi, s. 166.

²⁰⁸Guido Esser, **Franchising, Der Franchise Vertrag im Lichte der Rechtsprechung mit dem Franchise Atlas**, 2. Aufl., Köln, 1995, s.152-153, aktaran Çiğdem Kırca, “Franchise Sözleşmesi”, Ankara Üniversitesi, s. 166.

²⁰⁹Kırca, a.g.m., s. 167.

hakkı veya ticari marka sahibinin bunu devrettiği firmalardan aldığı maddi karşılık” şeklinde Türk Dil Kurumu Sözlüğünde tanımlanmıştır²¹⁰.

Buna göre, royalty kelimesini; firmaların gayri maddi değerleri üzerinde sahip olduğu hakları üçüncü kişilere devretmesi halinde karşılık olarak alacakları bedel şeklinde ve aynı zamanda sanayi, ticaret ve bilim alanlarında elde edilmiş bir tecrübeye ait bilgilerle gizli bir formül veya bir imalat usulü üzerindeki kullanma hakkı veya kullanma imtiyazı şeklinde belirtebiliriz.

Özellikle uluslararası anlamda gelişen lojistik, iletişim kanalları, para piyasaları neticesinde yabancı dinamikli ülke pazarlarının sayısı hızlı bir artışa geçmiş ve bu artış neticesinde ekonomiye global bir yaklaşım kaçınılmaz olmuştur. Royalty kavramı, OECD tarafında 2014 yılında Gelir ve Servet Üzerinden Alınan Vergilere İlişkin Model Anlaşma²¹¹ metni madde 12/2’de gayri maddi hak bedelini kapsar bir anlatımla yer almıştır. Anlaşmayı tercümesine ve incelenmesine konu Gelir İdaresi Başkanlığı’nca hazırlanan metinde bizi royalty kavramına yönlendiren gayri maddi hak bedelleri; “*Bir kamu siciline kaydedilmiş ya da kaydedilmesi gerekli olsun ya da olmasın, belirtilen türdeki hakların kullanımı ya da kullanımının yetkilendirilmesi için yapılan ödemelere uygulanır.*” Şeklinde tanımlanmıştır²¹².

Franchise sözleşmesinde kararlaştırılan royalty ücretinin ödenmediğini iddia eden franchise veren, royalty ücretini hak ettiğini ve sözleşmenin hükümlerini eksiksiz bir şekilde ifa ettiğini ispatlamakla yükümlüdür. Bu yükümlülüğü ilk derece yargı makamı kararı somutlaştırmamız gerekirse; davacı ve davalı taraf arasında akdedilen franchise sözleşmesinde, franchise alan tarafın giriş ücreti dışında her ay 200 YTL+KDV tutarında royalty ücreti ödemesinin kararlaştırıldığı, lakin royalty ücretinin yerine getirilmesinde franchise alanın temerrüde düştüğü, borcun ifa edilmemesi sebebiyle franchise verenin royalty ücreti ve yasal faizinin temini amacıyla icra takibi başlattığı, franchise alan tarafın ise sözleşme ile kararlaştırılan periyodik satış ve pazarlama eğitimi,

²¹⁰*<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi 20 Mayıs 2022

²¹¹*[Model Tax Convention on Income and on Capital 2014.](https://read.oecd-ilibrary.org/taxation/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-2015-full/)

version 9789264239081-en <https://read.oecd-ilibrary.org/taxation/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-2015-full/> Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2022

²¹²*“Gelir ve Servet Üzerinden Alınan Vergilere İlişkin Model Anlaşma, Kısaltılmış Basım, 15 Temmuz 2014 Tarihindeki Şekliyle”, Gelir İdaresi Başkanlığı, 2015, s. 202-210. [https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/Mevzuat DisIliskiler/OECD Model Yorum Kitabi 2014.pdf/](https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/Mevzuat_DisIliskiler/OECD_Model_Yorum_Kitabi_2014.pdf/) Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2022

kırtasiye ve malzeme tedariki, anket çalışması, eleman temini, reklam çalışması gibi yükümlülüklerin franchise veren tarafından yerine getirilmediği, franchise sözleşmesinde kendi nezdinde doğan bedel ödemek yükümlülüğü karşılığında franchise verenin borç niteliğindeki edimlerini gerçekleştirmediği, sözleşmenin karşılıklı iki taraf için de sürekli nitelikte borç oluşturduğu, bu sebeple kendisi nezdinde royalty ücreti ödeme yükümlülüğünün bulunmadığını belirtmiş ve takibe itiraz etmesi nihayetinde, takip durmuştur. Takibin durması akabinde ise franchise veren, itirazın iptali talepli dava açmış ve uyuşmazlık konusu sözleşme İstanbul 8. Asliye Ticaret Mahkemesi, 2017/1105E sayılı dosyasında incelenmiştir.

Kül halinde değerlendirilen bilirkişi raporu, ticari defter ve kayıtlar, taraflarca sunulan dilekçeler, evraklar ve beyanları inceleyen ilk derece mahkemesi kararında davanın reddine karar vermiş ve gerekçesinde; *“...Taraflar arasında, münhasıran kullanma hakkının davacı tarafa ait olduğu “...” isminin kullanma hakkının münhasır olmayacak şekilde davalı tarafa verilmesi ve davacı yanca davalı yana bir kısım hizmetler sunulması, karşılığında davalı yanın aylık 200 YTL+KDV ücret ödemeyi üstlendiği Franchise sözleşmesi imzalanmıştır. Dava, itirazın iptali istemine ilişkindir. İspat yükü davacı alacaklı taraftadır. Davacı taraf sözleşme ile kararlaştırılan yükümlülüklerini eksiksiz yerine getirdiğini ispatlamak zorundadır. Dosyamızda alınan bilirkişi raporuna göre, davacı tarafın incelemeye tüm ticari defter ve kayıtlarını sunmamış olduğu, defterlerin kanuna uygun tutulmadığı ve dolayısı ile sahibi lehine delil niteliğine haiz olmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanında dinlenen davacı tanıklarının beyanları soyut nitelikte olup davacı yanın sözleşme kapsamındaki hizmetleri eksiksiz bir şekilde verdiği hususunu ispatlar mahiyette değildir. Davacı yanca da bunlar dışında başkaca delil sunulmamıştır. Bu nedenler ile davacı tarafın sözleşme ile yükümlendiği hizmetleri davalı yanca eksiksiz sunduğu hususları ispatlanamamıştır. Karşılıklı borç yükleyen sözleşmelerde ifada sırayı düzenleyen TBK'nın 87. Maddesine göre kendi borcunu ifa etmeyen taraf karşı taraftan borcunu ifa etmesini bekleyemeyecektir. Tüm bu nedenler ile davacı tarafın davasını ispatlanamadığı sonuç ve kanaatine ulaşılmış, davanın reddine karar verilerek...”²¹³ şeklinde kurduğu hüküm ile franchise verenin edimleri sonucu*

²¹³T.C. İstanbul 8. Asliye Ticaret Mahkemesi, 2017/1105E., 2020/316K., 07/07/2020 tarihli kararı.

ücret almaya hak kazandığı; ancak borcun franchise alan tarafından yerine getirilmediği yönündeki iddiasının ispat borcunun yine kendi nezdinde doğduğunu belirtmiştir.

c. Diğer Ödemeler

Franchise sözleşmesinde, franchise verene; franchise alan tarafından reklam, eğitim, özel denetim, çeşitli yardımlar, ek hizmet alt başlıklarına konu bedellerin ödeneceği de sözleşmede ayrı bir hüküm verilmek neticesinde kararlařtırılabilir²¹⁴.

2. Franchise Sözleşmesine Konu Mal Veya Hizmetin Sürümünü

Gerçekleştirmek Ve Artırmak İçin Gerekli Edimleri Yerine Getirme Borcu

Franchise alanın, franchise sözleşmesinde imtiyaza konu mal veya hizmetin sürümünü yapmak ve artırmak için faaliyetler yerine getirme borcunu; kendisine sunulan gayri maddi malları kullanma borcu ve franchise veren tarafından verilen talimatlara uyma ile franchise verenin kontrollerine katlanma borcu şeklinde ayrı alt başlık ile inceleyebiliriz.

a. Franchise Alanın Kendisine Sunulan Gayri Maddi Malları Kullanma Borcu

Franchise alanın sözleşme neticesinde üzerine düşen imtiyaza konu mal ve/veya hizmetin sürümü yapma ve artırma borcu, ancak pazara sürülen mal ve/veya hizmetin franchise verenin geliştirdiği ve sunduğu mal ve/veya hizmet olduğunun tüketici gözünde anlaşılması neticesinde gerçekleşir. Franchise alanın sözleşme ile sağladığı tanınma, kabul görme, tercih edilme, güvenilir olma şeklindeki avantajlar ise franchise veren tarafından kendisine sunulan marka, logo, know how, satış politikası, pazarlama taktikleri, reçete, bilgi ve tecrübeler, vizyon, misyon şeklinde artırabileceğimiz gayri maddi unsurların tam anlamı ile kullanılması neticesinde oluşur.

Franchise alanın, kendisine sunulan gayri maddi unsurları kullanma yükümlülüğu sözleşmede tipik asli unsur şeklinde karşımıza çıkar²¹⁵. Tarafların bu yükümlülüğe ilişkin ayrı bir düzenleme getirmelerine gerek yoktur.

²¹⁴Şimşek, a.g.m., s. 209-210.

²¹⁵Kırca, a.g.m., s. 172-174.

Franchise alan, franchise veren tarafından kendisine sunulan gayri maddi unsurları bölmeden bir bütün halinde kullanmalı ve imtiyaza konu mal ve/veya hizmetin bu veriler ışığında ortaya çıkarmalıdır. Franchise alanın kendisine sunulan gayri maddi unsurlardan dilediğini seçtiği veya öncelik sıralamasına koyduğu bir kullanım şekli kabul edilemez. Örneğin; franchise alanın, franchise verene ait marka ile know how bilgisini kullanıp; franchise verenin logosu ile ilgisiz bir amblem seçmesi sonucu piyasaya mal sunması neticesinde franchise sözleşmesine aykırılık oluşacak ve franchise alan nezdinde kusuru ile franchise verene sebep olduğu zararları tazmin etme yükümlülüğü doğacaktır.

Ayrıca franchise verenin yükümlülükleri başlığı altında gayri maddi unsurların franchise alan tarafından kullanımına izin verme bölümünde değindiğimiz üzere; franchise verenin gayri maddi unsurları franchise alana sunması ile borcu tamamlanmamaktadır, franchise veren bu borca konu gayri maddi değerlerin kullanımına ilişkin bilgi ve tecrübelerini franchise alana aktararak, franchise alanın pratikte karşılaştığı sorunlarda yardımcı olmak ve yol göstermek yükümlülüğü de bulunmaktadır. Bu yükümlülük üzerinden devam etmek gerekirse, franchise sözleşmesinin diğer tarafı olan franchise alanın da kendisine sunulan ve kullanımına izin verilen gayri maddi unsurları, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü yapma ve artırma gayesi ile hareket ettiği sürede franchise verenin talimatlarına ve yönlendirmelerine uygun şekilde, franchise veren tarafından kendisine sunula reçete/tarif dışına çıkmadan kullanmak ile yükümlüdür. Bu husus, franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin imaj bütünlüğü açısından oldukça büyük bir öneme sahiptir.

Önemle belirtmemiz gerekir ki; franchise alan kendisine sunulan gayri maddi değerleri kullanma yükümlülüğü aynı zamanda bir haktır. Ancak, franchise alan sözleşme ile kendisine sunulan gayri maddi değerleri bir üçüncü kişiye iletmez veya franchise sözleşmesinden bağımsız bir teşebbüste kullanamaz. Kendisine tanınan hak yalnızca sözleşme süresi ile sınırlıdır²¹⁶.

²¹⁶Kırca, a.g.m., s. 174, Şimşek, a.g.m., s. 215.

b. Franchise Veren Tarafından Verilen Talimatlara Uyma Ve Franchise Verenin Kontrollerine Katlanma Borcu

Franchise veren ile franchise alan arasında yatay (eşitler arası) bir ilişkiden ziyade dikey (altlık üstlük hiyerarşisi) anlamda tanımlanabilecek bir ilişki söz konusudur.

Franchise veren ile franchise alanın ekonomik boyutta farklı hiyerarşik konumda bulunmalarından cihetle, biz burada bir ortaklık ilişkisinden bahsedemeyiz²¹⁷. Franchise veren, franchise alana göre üst konumdadır²¹⁸. Taraflar arasındaki dikey ilişki, franchise veren nezdinde franchise alana talimat verme ve franchise alanı kontrol etme, franchise sisteminin işleyişini yönlendirme yetilerinin doğmasına sebep olmaktadır.

Bu yükümlülük de, aynı franchise alanın sunduğu gayri maddi değerleri kullanma yükümlülüğünde olduğu üzere, sözleşmenin esaslı unsurudur. Franchise verenin, franchise yönünden talimat ve denetim mekanizmasına tabii olması için sözleşmeye ayrı bir hüküm eklenmesi gerekmemektedir.

Franchise veren; sözleşmeye konu imtiyazı franchise alana sunarken her zaman süreci yönetme, denetleme ve yönlendirme kabiliyetlerine sahiptir. Keza franchise sözleşmesi ile hedeflenen amacın gerçekleştirilmesi esnasında franchise veren imaj bütünlüğünü sağlayıp, tüketici gözünde güvenilirliğini korumalıdır. Franchise verenin bu kontrol mekanizmasını ihlal edecek bir hale sebebiyet veren ve franchise alanın kusuru ile sebep olduğu zararları franchise alan tazmin etmelidir.

Franchise alanın pasif, franchise veren tarafından ise aktif rollere sahip olduğu; kontrol ve denetim mekanizması ile talimatlara uygun hareket etme yükümlülükleri, hizmet sözleşmesinde işveren ve işçi arasındaki ilişkiyi çağrıştırmalıdır. Franchise sözleşmesi ile hizmet sözleşmesi arasındaki benzer ve farklı unsurları ilgili bölümde²¹⁹ ayrıntısıyla yer verdiğimiz için bu bölümde tekrara düşmek istemeyiz. Lakin franchise sözleşmesinin, hizmet sözleşmesine ait unsurlar barındıran düzenlemelerde, kıyasen uygulamanın mümkün olduğu ve

²¹⁷Eren, a.g.e., s. 904.

²¹⁸İrge Erdoğan, a.g.e., s. 3.

²¹⁹Ayrıntılı anlatım için bkz. s. 42.

amacına uygun düştüğü ölçüde hizmet sözleşmesi hükümlerinin franchise sözleşmesine uygulandığını hatırlatmak isteriz.

Franchise alanın, franchise verenin talimatlarına uymak zorunda olması, franchise alanın kendi nam ve adına işlem gerçekleştirmesini engellemek anlamına gelmemektedir. Franchise alanın, franchise verenin talimatlarına uygun bir şekilde gerçekleştirdiği edimleri neticesinde kendi aktif ve pasif değerleri doğrudan etkilenmek ile birlikte muhtemel ticari riskleri kendi nezdinde göze alır.

Ayrıca belirtmemiz gereken bir diğer unsur; franchise alanın, franchise verenin talimat ve yönlendirme mekanizmasında edilgen yani etkilenen pozisyonda kalma yükümlülüğünün bir sınırı vardır. Franchise veren nezdinde doğan bu sınır; söz konusu emir ve talimatların ancak sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünün gerçekleşmesi ve artırılması fonksiyonlarına uygun düştüğü halde uygulanabilir olmasıdır. Velev ki, franchise veren tarafından franchise alana dayatılan bir talimat veya yönlendirme sözleşmenin amacına veya muhteviyatına uygun değil ise; franchise alanın bu noktada herhangi bir yükümlülüğü bulunmamaktadır.

3. Franchise Verenin Menfaatlerini Korumak ve Sadakat Borcu

Franchise alan nezdinde doğan bu borcun kapsamına; rekabet etmeme, sır saklama, bizzat ifa, sözleşmenin üçüncü kişiye devredilememesi, bilgi ve hesap verme yükümlülükleri girer.

a. Rekabet Etmeme Borcu

Franchise alan ve franchise veren aralarında akdedilen franchise sözleşmesi neticesinde pazar ve rekabet birliğine imza atarlar. Rekabet etmeme yükümlülüğü, ayrıca sözleşmede gösterilmese dahi tarafların aralarındaki sıkı ekonomik ilişki ve dürüstük kuralı neticesinde yan edim şeklinde sözleşmenin muhteviyatında korunur.

Franchise sözleşmesinin tarafları aynı pazarlama hedefleri, satış stratejileri, mal ve/veya hizmet edimleri, reklam kampanyalarının bir parçası olmaları sebebiyle kendi aralarında bir rekabet birliği sağlarlar. Rekabet işbirliği, taraflar arasındaki süreklilik gösteren sıkı ilişki ve franchise sistemin dinamiğinde gizlidir. Rekabet birliği kapsamında, tarafların her birinin olumlu edimi diğer

tarafın üstünde etki doğurur ve ilgili ürün pazarında ikame mal ve/veya hizmet sağlayıcılarına fark sağlar.

Franchise alanın, pazardaki diğer rakiplere karşı franchise veren ile aralarında kurulan rekabet birliğini koruyarak hareket etme yükümlülüğü vardır. Bu kapsamda franchise alan, franchise veren tarafından kendisine pazarlama imtiyazı sunulan mal ve/veya hizmetin sürümü artırmak gayesi ile hareket ederken kendi menfaatlerini sözleşmenin amacının gerçekleşmesinin önüne çıkarmamalıdır. Franchise sistemine dahil ürün ve/veya hizmetlerin sürümünü; franchise verenden bağımsız şekilde gerçekleştirmemesi, imtiyaza konu mal ve/veya hizmet benzeri faaliyet gösteren üçüncü bir kişi ile çalışmaması, franchise sistemine dahil faaliyetlerine özgü yeni ve franchise verenden bağımsız bir işletme açmaması gerekir²²⁰.

Franchise alanın ancak franchise sistemine dahil edilmesi ile edindiği gayri maddi ve maddi değerleri franchise sözleşmesinden bağımsız kullanmaması esasına dayanan rekabet etmeme yükümlülüğü, franchise verenin menfaatlerini korumak ve franchise verene karşı sadakat borcunun bir sonucudur²²¹.

Her kısıtlamada olduğu gibi rekabet etmeme yükümlülüğü de ancak; sözleşmenin amacına uygun olmak kaydı ile belirlenen sınırlar tabiiyetinde franchise alan nezdinde hüküm doğurur. Rekabet Kurulu 24.01.2008 tarihli kararında: *“...İncelenmesi gereken diğer bir nokta ise anlaşmada yer verilen “Rekabet Yasağı”na ilişkin düzenlemedir (Madde19). Bu madde ile taraflara anlaşma süresince Türkiye’de (gümrüksüz alanlar hariç.) şirketle doğrudan veya dolaylı olarak rekabet etmeme, şirketin rakibi olan kişi veya kuruluşlarla işbirliği veya ortaklık kurmama ve mağazaları bu anlaşmada öngörülen koşullarla açma yükümlülüğü getirilmektedir... Kapsamı bu şekilde belirlenen rekabet etmeme yükümlülüğünün; işlemin gerçekleştirilebilmesi, tarafların böyle bir ortak girişim sözleşmesinden beklenen faydanın sağlanabilmesi için objektif ve gerekli; yükümlülüğün sadece sözleşme süresi ile sınırlı olması, sözleşme sonrası döneme ilişkin herhangi bir yükümlülük taşımaması ve sadece taraflara yükümlülük*

²²⁰Zeliha Torun, “Rekabet Hukuku Açısından Franchise Sözleşmelerinin İncelenmesi”, Çankaya Üniversitesi, 2012, s. 47.

²²¹Kırca, a.g.m., s. 180.

getiriyor olması nedeniyle makul olduğu kanaatine varılmıştır.” Şeklinde rekabet etmeme yükümlülüğünün sınırlarına ilişkin açıklamada bulunmuştur²²².

Şayet; franchise sözleşmesi ile franchise alana imtiyaz konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü gerçekleştirilmesi için münhasıran bir bölge tayin edilmiş ise franchise alanın kendisine çizilen sınırlar dışına çıkarak faaliyet alanını genişletmesi rekabet etmeme yükümlülüğüne aykırılık doğurur. Bu aykırılığa kusuruyla sebep olan franchise alan, franchise verenin zararlarını tazmin ile yükümlüdür²²³.

b. Sır Saklama Yükümlülüğü

Taraflar arası güven ilişkisini temel alan her sözleşmede olduğu gibi, sır saklama yükümlülüğünün, franchise sözleşmesinde ayrı hükümlerle gösterilmesine lüzum görülmemektedir. Franchise sözleşmesinin imzalanması akabinde sır saklama yükümlülüğü sadakat borcu neticesinde hali hazırda franchise alan nezdinde bir yükümlülük şeklinde hüküm ve sonuçlarını oluşturmaya başlar.

Franchise alan nezdinde oluşan sır saklama yükümlülüğü hem fabrikasyon sırları hem de iş sırları kapsamında sonuç doğurur. Franchise veren nezdinde üretim, pazarlama işletme sistemine ilişkin veriler de ekonomik sır teşkil eder. Bu minvalde franchise sistemine esas gayri maddi unsurlara ilişkin üçüncü kişilerin erişimine kapalı veya hukuki yollardan öğrenemeyecekleri bilgiler ve üçüncü kişilerin belirli bir tecrübe ve pratik ile ancak kazanabilecekleri bilgileri bu kapsamda görebiliriz²²⁴.

Franchise alanın sır saklama yükümlülüğünün sözleşme süresi ve sonrasına sirayet ettiğini kabul etmek gerekir. Franchise alan tarafında sözleşme içerisinde sır saklama yükümlülüğünü ihlal edecek bir davranışta bulunmak franchise veren ile aralarındaki üçüncü kişilere karşı rekabet birliğinin bozulmasına sebep olur.

Franchise alanın sır saklama yükümlülüğü kendi nezdinde iki aşamada sonuç doğurur. Franchise alanın kendisine franchise veren tarafından aktarılan

²²²*Rekabet Kurulu Kararı, Tarih: 24.01.2008, Dosya Sayısı : 2007-3-189, Karar Sayısı: 08-08/81-23 <https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=d76cb674-8458-4bec-9f20-a7663964bd5d/> Erişim Tarihi: 31 Mayıs 2022

²²³Kırca, a.g.m., s. 181.

²²⁴Gürzumar, a.g.e., s. 163-164.

ticari ve pratik anlamda önem arz eden bilgileri saklamak ve bu bilgilerin üçüncü kişilerce erişimine engellenmesi için gerekli tedbirleri almak konusundaki yükümlülükleri franchise alanın sır saklama borcunun birer sonucudur ve birbirinden ayrı düşünülmemelidir²²⁵.

Ayrıca 22/12/2016 tarihli ve 6769 sayılı Kanunun 191 inci maddesiyle yürürlükten kaldırılan 551 sayılı Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname madde 89/2'de: "*Devir alan veya lisans alan kişi, kendisine verilen gizli bilgilerin açıklanmasını önlemek için gerekli tedbirleri almakla yükümlüdür*" şeklinde düzenlemeye yer vererek lisans alanın sır saklama yükümlülüğü altında bulunduğunu belirtmiştir²²⁶. Franchise sözleşmesine de lisans sözleşmesine ilişkin hükümlerin amacına uygun düştüğü ölçüde kıyasen uygulanması mümkündür. Lisans alanın da franchise alan ile benzer boyutta yükümlülükleri mevcuttur. Keza lisans alanın da kullanımına sunulan sır niteliğindeki bilgileri saklamak ve üçüncü kişilerin erişimini engellemek yönünde tedbirler alması yönünde yükümlülüğünün bulunduğunu görmekteyiz²²⁷.

c. Bizzat İfa Borcu Ve Sözleşmeden Doğan Haklarını Devredememesi

"Şahsen İfa Sorumluluğunun Olmaması" başlıklı Türk Borçlar Kanunu madde 83'de: "*Borcun, bizzat borçlu tarafından ifa edilmesinde alacaklının menfaati bulunmadıkça borçlu, borcunu şahsen ifa etmekle yükümlü değildir.*"²²⁸ şeklinde borçlunun kural olarak şahsen ifa yükümlülüğünün bulunmadığına ilişkin düzenlemeye yer verilmiştir. Kanun yapıcı ancak alacaklının menfaatinin bulunması halinde borçlunun bizzat ifa yükümlülüğü altında bulunduğunu belirtmiştir.

Franchise sözleşmesinde; franchise verenin sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünün artırılması şeklindeki edimin bizzat franchise alan tarafından gerçekleştirilmesinde menfaati bulunmaktadır. Hal böyle olunca; franchise sözleşmesinde, franchise alan şahsen ifa borcu altında edimlerini gerçekleştirir²²⁹.

²²⁵Gürzumar, a.g.e., s. 163.

²²⁶Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, Tarih: 24.06.1995, Numara: 551, Yayımlandığı Resmi Gazete Tarih: 27.06.1995, Numara: 22326.

²²⁷Gürzumar, a.g.e., s. 163, Kırca, a.g.m., s. 183.

²²⁸6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde83.

²²⁹Kırca, a.g.m., s. 184.

Franchise sözleşmesinde taraflar arasında sıkı bir ekonomik ilişkinin yanı sıra karşılıklı güvene konu dinamikler de bulunmaktadır. Franchise veren açısından; franchise alanın şahsi özellikleri, iş kapasitesi, ekonomik ve etik değerleri, daha önceki tecrübeleri gibi sıralayabileceğimiz öznel ve subjektif kriterleri sözleşmenin kurulması aşamasında oldukça büyük önem arz eder. Franchise veren, franchise alana aktardığı know how, işletme pratiği, satış pazarlama stratejisi, piyasa refleksi, hammadde tedarik zinciri, makine, teçhizat, reklam işbirliği gibi gerek maddi gerek gayri maddi boyutta değerlendirilen unsurların franchise alan tarafından etkili ve doğru bir kullanıma konu edileceğinden veya franchise alanın kendi kontrol ve denetim mekanizmasından pasif bir rol oynamayı kabul ettiğinden emin olmak ister. Bu gibi kriterler ancak franchise alanın şahsi yetenek ve beceri özelliklerinden doğar ve franchise verenin güven ilişkisine zemin oluşturur.

Borçludan şahsen ifanın beklendiği ve taraflar arasında yoğun güven ilişkisinin bulunduğu vekalet sözleşmesinin ilgili hükümleri amacına uygun düştüğü ölçüde franchise sözleşmesine kıyasen uygulanır. Franchise sözleşmesi ile birçok ortak noktası bulunan vekalet sözleşmesini; borçlunun şahsen ifa yükümlülüğü kapsamında karşılaştırırsak;

Franchise sözleşmesinde, franchise veren için franchise alanın işlem kabiliyeti, mevcut aktif/pasif değerleri, yetenek ve iş görme becerisi ne kadar önem arz ediyor ise vekalet veren için vekalet alanın sözleşme konusu hukuki veya maddi bir fiili, ya da hukuki işlem benzeri fiile karşı yaklaşımı, yeteneği, bigisi, alandaki tecrübesi veya donanımı o ölçüde önem arz etmektedir²³⁰.

Franchise alanın şahsen ifa borcu, franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak gayesi ile gerçekleşen her edimde bizzat kendisinin yer alabileceği gibi, kendi emir ve talimat zinciri altında çalışan yardımcı elemanları da kullanmasını mümkün kılar. Mevcut piyasa dinamikleri gereği, franchise alanın pazarlama faaliyeti gerçekleştirirken her an her yerde olmasını beklemek reel bir boyutta karşılık bulmaz. Franchise alan, sürüm artırma gayesi ile hareket ederken pek tabii yardımcı kişilerden faydalanabilir. Bu yardımcı kişiler doğrudan franchise alana bağlı olup, franchise alan adına ve namına işlem

²³⁰Kırca, a.g.m., s. 161.

gerçekleştirirler²³¹. Franchise alanın kullandığı yardımcı kişiler ile franchise verenin doğrudan bir ilişkisi bulunmamaktadır. Franchise veren için sözleşmeye konu sürüm artırma hedefi, güven ilişkisi, kontrol denetim mekanizması, yönlendirme talimat verme yetisi, dürüstlük kuralı, iyi niyet kavramı şeklinde artırabileceğimiz kilit halkalar franchise alana ulaşması ile kopmaktadır, franchise verenin taraf olduğu zincir franchise alanın yardımcı elemanına devam etmemektedir.

Franchise alan tarafından, franchise sözleşmesi neticesinde kendi nezdinde doğan hakların ve borçların devredilmemesi borcunda da dürüstlük kuralının yansımalarına rastlarız. Franchise alanın bu borca aykırı davranması neticesinde üçüncü kişi ile arasında gerçekleşen hukuki ilişkide; franchise verene karşı üçüncü kişinin eylemleri sebebiyle de sorumlu olacaktır. Ayrıca franchise veren de, icazet vermediği sözleşmenin diğer tarafı üçüncü kişi nezdinde oluşmuş franchise alana ait hakları kendi üzerinde doğmasını üçüncü kişiden talep edebilir.

Franchise alan nezdinde sözleşmeden doğan hak ve borçların devredilememesi borcu, eğer aksi hali sözleşmede kararlaştırılmamış veya franchise veren tarafından franchise alana bu konuda bir icazet verilmemiş ise mümkündür. Bu borcun aksine franchise verenin icazetinin bulunduğu master franchise sözleşmesi incelendiğinde;

Master franchise sözleşmesinde master franchise veren, master franchise alan ve alt franchise alan şeklinde üç farklı hiyerarşiden bahsedilebilir. Master franchise verenin icazeti neticesinde master franchise alanın bu sözleşme türünde farklı iki rolü bulunmaktadır; bu minvalde master franchise sözleşmesinde; franchise alan sıfatına sahip iken alt franchise alana karşı ise franchise veren rolünde karşımıza çıkar.

Master franchise sözleşmesinde, master franchise alanın nezdinde franchise verene ait kriterlerin oluşumuna izin verilmiştir. Şöyle ki; master franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünün artırılacağı bölgede alt franchise alanlar master franchise alan tarafından seçilir ve tayin edilir. Master franchise alanın, master franchise veren tarafından kendisine sunulan ve bir

²³¹Kırca, a.g.m., s. 185.

parçası haline geldiği franchise sisteminin alt franchise alanlara aktarılması master franchise alan nezdinde oluşan bir edimdir. Bu minvalde master franchise alan tarafından sözleşme konusu bölge veya ülkede imtiyazlı mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma gayesi sonucu, alt franchise alanlar franchise sisteminin organik yapısına ve işleyiş cetveline dahil edilir ve alt franchise alanlar nezdinde hak ve borçların doğmasına sebep olunur.

d. Bilgi Ve Hesap Verme Borcu

Franchise alan nezdinde franchise verene karşı doğan bilgi ve hesap verme yükümlülüğü taraflar arasında mevcut veya hedeflenen sadakat ve güven ilişkisinin bir yansımasıdır. Franchise alan sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin sürümünü gerçekleştirdiği süreç dahilinde, franchise verenin menfaatlerini korumak motivasyonu ile hareket etmek zorundadır.

Franchise alan pazarlama faaliyetleri sırasında karşılaştığı piyasa dinamikleri, tüketici tercihlerini etkileyen faktörleri, bulunduğu bölgenin yerel insanların sosyal ekonomik platformdaki yeri, ilgili ürün pazarındaki ikame mal ve/veya hizmet sürümü gerçekleştiren rakip firmaların tutumu, cirosunu, aktif pasif değerlerini, hammadde stok durumu, fiyat performans kıyaslaması, reklam çalışmaları gibi çeşitli konularda franchise verene bilgi vermeli ve ticari kayıtların tutulduğu defter ile kayıtları franchise verene sunmalıdır²³².

Franchise alan nezdinde oluşan bilgi verme ve ilgili kayıtları sunma yükümlülüğü aklımıza vekalet sözleşmesini getirebilir. Türk Borçlar Kanunu'nda madde 502 ve devamı maddelerinde normatif kaynağı bulunan vekalet sözleşmesinde de vekalet alanın, vekalet veren adına gerçekleştirdiği faaliyetler konusunda bilgi verme yükümlülüğü mevcuttur. Kanun koyucu bu yükümlülüğe ilişkin 'Hesap verme' başlığı ile madde 508'de: "*Vekil, vekâlet verenin istemi üzerine yürüttüğü işin hesabını vermek ve vekâletle ilişkili olarak aldıklarını vekâlet verene vermekle yükümlüdür...*"²³³ şeklinde düzenlemeye yer vermiştir.

Vekalet sözleşmesindeki ilgili hüküm, franchise sözleşmesinin amacına uygun düştüğü mahiyette kıyasen uygulama kazanır. Lakin franchise sözleşmesinde, franchise alanın bilgi verme yükümlülüğü, vekalet sözleşmesinde

²³²Kırca, a.g.m., s. 188, Şimşek, a.g.m., s. 241, Altıntaş, a.g.m., s. 140.

²³³6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 508/1.

vekalet alanın hesap verme yükümlülüğüne kıyasla daha kapsamlıdır. Franchise alan, franchise veren tarafından gerçekleştirilen inceleme taleplerinde gerekli bilgi akışını sağlamak ile birlikte, kendisine bu yönde bir talep gelmediği takdirde de franchise verene periyodik bir şekilde düzenli aralıklarla sürekli bir şekilde bilgi akışı sağlamak ile yükümlüdür.^{234 235}

Ayrıca franchise alanın bilgi verme şeklindeki yükümlülüğü acente sözleşmesinde, acentenin haber verme borcunu aklımıza getirebilir. Türk Ticaret Kanunu madde 102 ve devamı maddelerinde düzenlenen acentelik sözleşmesinde, acentenin bilgi verme yükümlülüğü ‘Haber verme yükümlülüğü’ başlığı altında düzenlenmiştir. Buna göre; *“Acente , üçüncü kişilerin kabule yetkili olduğu beyanlarını, bölgesindeki piyasanın ve müşterilerin finansal durumunu, şartlarını, bunlarda meydana gelen değişiklikleri ve yapılan işlemlere ilişkin olarak müvekkilini ilgilendiren bütün hususları ona zamanında bildirmek zorundadır.”*²³⁶ şeklinde düzenleme ile acentenin nezdinde doğan bilgi verme borcu normatif kaynağa kavuşmuştur.

Acentenin hukuki ve ticari işlemler gerçekleştirdiği bütün kişilerin kimliğini bildirme borcu franchise sözleşmesinin mahiyeti gereği kapsamı nispeten daraltılmaktadır. Franchise sözleşmesinde, franchise alanın kendi ad ve namına işlem tesis ettiği işletmesinin bütün riskleri ile birlikte kar zarar denkleminin tek tarafı olduğunu vurgulamamız gerekmektedir. Franchise alanın, franchise verenden bu denli bağımsız olması neticesinde ticari münasebet içerisinde bulunduğu her şirketin veya kişinin bilgilerini franchise verene sunmamak tercihinde bulunabilir. Bu boyutta acentenin bilgi verme yükümlülüğü franchise alan nezdinde doğan borca yansımaları; franchise sözleşmesinin amacına uygun düştüğü ölçüde, franchise sisteminin işleyişi için zorunlu olduğu müddetçe ve franchise sözleşmesi ile amaçlanan hususun gerçekleşmesi için gerekli olduğu ölçüde kabul görür²³⁷²³⁸.

²³⁴Kırca, a.g.m., s. 188.

²³⁵Ayrıntılı anlatım için bkz. 33.

²³⁶6102 s.Türk Ticaret Kanunu, madde 110/1.

²³⁷Kırca, a.g.m., s. 189.

²³⁸Ayrıntılı anlatım için bkz. s. 36.

4. Franchise Sözleşmesine Konu Mal Ve/Veya Hizmetin Sürümü Esnasında Kullanılacak Malzemeleri Franchise Verenden Veya Franchise Veren Tarafından Belirlenen Üçüncü Bir Kişiden Tedarik Etme Borcu

Franchise alan nezdinde bu konuda bir borç doğup doğmadığına ilişkin öğretide tartışmalar bulunmaktadır.

Franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü gerçekleştirilmesi amacıyla gerekli olan malzemeleri ancak franchise veren veya franchise veren tarafından belirlenen üçüncü bir kişiden alması yönünde asli bir yükümlülüğünün bulunduğu savunan görüşte, franchise alan nezdinde bu borcun doğması için sözleşmede ayrı bir hükme yer verilmesinin ihtiyari olduğu, halihazırda zaten franchise sözleşmesinin muhteviyatı itibariyle borca ev sahipliği yaptığı savunulmaktadır²³⁹.

Bu görüşü savunanların motivasyonu, franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin standartlarının korunması ve tüketicinin yanıltılmasının engellemesi için tek çarenin franchise veren tarafından sunulan malzemelerin teslim alınmasıdır. Zira franchise alanın, franchise verenden bağımsız bir ham madde tedarik zincirine dahil olması, sözleşme neticesinde pazarlanacak mal ve/veya hizmetin yeknesak görüntüsünün kaybolması ve franchise verenin zarara uğraması, menfaatlerinin zedelenmesi ihtimalini de beraberinde getireceğidir. Şayet böyle bir ihtimalin vuku bulması halinde franchise veren sözleşmeyi haklı hal sebebiyle sona erdirebilecektir. Franchise alan nezdinde doğan bu borç nihayetinde franchise alan nezdinde hatırı sayılır ölçüde sürekli bir gelir kaynağı olmaktadır.

Bizim de katıldığımız diğer görüş ise; franchise verenin franchise sözleşmesi neticesinde kendi nezdinde doğacak kar marjı ve aktif değer artışı; franchise sözleşmesine konu mal ve hizmetin sürümünün artması neticesinde oluşmakta olup, franchise verenin, franchise alana sattığı malzeme fiyatlandırmasından kaynaklanmamaktadır.

Franchise verenin asıl gayesi franchise sözleşmesi sayesinde pazarlama ve sürüm artırmaktır. Franchise alan tarafından gerçekleştirilen pazarlama

²³⁹Guido Esser, **Franchising, Der Franchise Vertrag im Lichte der Rechtsprechung mit dem Franchise Atlas**, 2. Aufl., Köln, 1995, s. 152, Aktaran Çiğdem Kırca, "Franchise Sözleşmesi", Ankara Üniversitesi, s. 190.

faaliyetleri neticesinde franchise veren gerek ulusal gerekse de uluslararası pazarda hüküm sürer. Franchise verenin, sözleşmedeki rolü bir tedarikçi, sağlayıcı sıfatından çok daha fazlasını ifade eder.

Görüşün devamında; franchise alanın, franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırma vizyonu ile hareket ettiği süreç dahilinde; franchise verenden mal veya malzeme alma yükümlülüğü asli bir edim şeklinde yer almadığı vurgulanarak, franchise alanı sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetin niteliğine, kalitesine, yapısına zeval getirmediği sürece üçüncü bir kişiden malzeme tedariki konusunda serbest bırakılması gerektiği belirtiliyor. Zira önemli olan franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin tüketici gözünde yeknesak görüntüsünün sağlanmasıdır²⁴⁰.

Örneğin midye dolma pazarlanmasına konu bir franchise sözleşmesinde, franchise alan pirinç malzemesini; midye dolmanın kalitesini, kıvamını, ölçüsünü, tadını kaybetmemek şartı ile dilediği üçüncü kişiden temin edebilir. Önemli olan midye dolmanın mutfak aşamasındaki tarifinin/reçetesinin, ölçüsünün, tüketiciye sunumu sırasındaki sıcaklığının, baharat dengesinin ve tadının franchise verenin talimatlarına uygun bir şekilde sağlaması ve akabinde aynı kalitedeki ürünü pazara sunmasıdır. Franchise alan baldo pirinç yerine kendisine verilen tecrübe ve bilgi dağarcının dışına çıkıp jasmine veya basmati çeşitinde pirinç kullanır ise; işte bu anda franchise verenin imaj bütünlüğü kaybolur, tüketici yanılır ve neticesinde sözleşme franchise veren tarafından haklı sebeplerle sona erdirilir.

²⁴⁰Kırca, a.g.m., s. 191.

VI. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİ VE TARAFLAR NEZDİNDE DOĞURDUĞU BORÇLAR

A. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİ

1. Franchise Sözleşmesinin Kendiliğinden Sona Ermesi

a. Franchise Sözleşmesinin Süresinin Sona Ermesi

Franchise sözleşmesinin taraflar nezdinde sürekli borç akdetmesi sonucu; her ne kadar süresiz şekilde tanımlanması mümkün ise de, her franchise sözleşmesi açıkça belirlenmiş veya belirlenebilir bir süreye sahiptir.

Franchise sözleşmesinde taraflarca karşılıklı edim yükümlülükleri ve sözleşmenin amacı olan imtiyaza konu mal ve/veya hizmetin sürümünü gerçekleştirme/artırma belirli bir süre ile sınırlandırılabilir. Bu halde belirli süreli franchise sözleşmesi söz konusu olur²⁴¹. Franchise sözleşmesinde yer alan sürenin sona ermesi neticesinde sözleşme kendiliğinden, taraflarca başkaca bir hukuki işlem gerçekleştirmesine lüzum görülmeden sona erer²⁴². Belirli süreli franchise sözleşmesinde, sözleşmenin sona ereceği vakit Türk Borçlar Kanunu'nda ifa zamanına ilişkin düzenlemelerin bulunduğu madde 92 çerçevesinde kararlaştırılabilir²⁴³.

Taraflara, belirli süreli franchise sözleşmesine konu zamanı belirlemek için serbestiyet tanınmıştır. Örneğin, Mart ayının ilk 29 gün çektiği ay şeklinde gerçekleşmesi kesin olan ama uzun bir süreye ihtiyaç duyulan vakit tanımlamaları da belirli süreli franchise sözleşmesine konu olabilir. Tarafların sözleşme süresini belirlemede her ne kadar irade özgürlükleri esas alınmış ise de; sonuçları, etkileri kamu düzeni üzerinde doğan ve hukuk dünyasında hüküm doğuran franchise sözleşmesinde; kararlaştırılan sürenin emredici hukuk kuralları ve kişilik hakları ihlaline sebep vermemesi gerekmektedir. Veleve ki; franchise sözleşmesine konu

²⁴¹Gürzumar, a.g.e., s. 169.

²⁴²Kırca, a.g.m., s. 194.

²⁴³6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 92.

zaman ahlaka veya kişilik haklarına aykırı yada taraflardan birinin uçmaya başlaması gibi gerçekleşmesi mümkün olmayan bir tarih şeklinde belirlenmiş ise; bu süre hukuk düzeni tarafından kesin hükümsüzlük sonucuna bağlanır²⁴⁴.

Keza, her franchise sözleşmesinin sona erme zamanı tayin edilmiş olmayabilir. Bu gibi durumlarda her ne kadar franchise sözleşmesinin taraflar nezdinde hak ve borçlar doğurmaya başladığı tarih mevcut ise de sözleşmenin sona erme zamanı belirlenmemiştir.

Belirli süreli franchise sözleşmesi iki hal dahilinde belirsiz süreli franchise sözleşmesine evrilir. Bu dönüşümü sağlayan; sözleşmede yer alan bir belirsiz süreli bir uzatma kaydı ve tarafların süre bitmiş olsa dahi karşılıklı edimlerini hala yerine getiriyor olmalıdır. Başlangıçta belirli süreli franchise sözleşmesi niteliğine haiz olan franchise sözleşmesi eğer bir uzatma kaydı içeriyorsa ve bu uzatma süresi bir yıl, üç yıl gibi belirli bir vakti temsil etmiyorsa, belirlenen sürenin bitmesine rağmen belirsiz bir uzatma süresi dahilinde karşılıklı yükümlülüklerini yerine getiren taraflar nezdinde artık sözleşme belirsiz süreli franchise sözleşmesine evrilmiştir. Keza sözleşmede herhangi bir uzatma kaydı bulunmasa dahi, taraflar karşılıklı edimlerini yerine getirmeye devam ediyor ise söz konusu ifalar sözleşmenin devam ettiğine karene niteliği taşır ve nihayetinde belirli süreli sözleşme, belirsiz süreli sözleşme halini alır²⁴⁵.

b. Taraflardan Birinin Ölümü, İflası veya Fiili Ehliyet Kaybı Hali

Franchise alan ve franchise verenin kişisel özellikleri, yetenekleri, finansal durumları, aradaki güven ilişkisi gibi birçok motivasyon üzerine kurulu franchise sözleşmesi taraflardan birinin ekonomik mahvı, fiili ehliyetinin sınırlandırılması veya ölümü halinde kendiliğinden sona erer. Bu hallerde tarafların veya hukuki temsilcilerin, yargı makamlarından bir karar veya resmi birimlerden herhangi bir kayıt alıp hukuki işlem yapmaları gerekmemektedir.

Taraflardan birinin ölümü, iflası veya fiili ehliyet kaybı neticesinde franchise sözleşmesine, amacına uygun düştüğü oranda acente sözleşmesi²⁴⁶ ve

²⁴⁴6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 27.

²⁴⁵Zeynep Tuzla, “Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Sonuçları”, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2012, s. 35-38.

²⁴⁶6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 102 ve devamı.

vekalet sözleşmesine ilişkin hükümler kıyasen uygulanır²⁴⁷. Örneğin Türk Borçlar Kanunu madde 502 ve devamında düzenlenen vekalet sözleşmesine göre taraflardan biri tüzel kişi ise tüzel kişiliği sona erdiğinde sözleşme sonlanmış sayılır hükmü kıyasen franchise sözleşmesinde de uygulama alanı kazanacaktır²⁴⁸.

Tarafların birinin ölümü halinde sona eren franchise sözleşmesi aynı sonuçlarını tarafların birinin gaipliğine karar verilmesi halinde de doğurur²⁴⁹.

2. Sözleşmenin Hukuki İşlem İle Ona Ermesi

a. Anlaşma Yolu İle Sona Ermesi (İkale Yolu İle Sözleşmenin Sona Ermesi)

İkale; hukuk dünyasında pratik yansımaları bulunan, ancak mevcut bir tanımlaması mevcut olmayan kavramdır. Güncel Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde kelime anlamı yer almayan ikale sözcüğü için aradığımız cevabı İslam Ansiklopedisi'nde bulmaktayız. Ansiklopediye göre, “*Bağlayıcı ve feshi kabil bir akdi bozmayı konu edinen akid*” anlamına gelen ikale kelimesinin, akid özelliği vurgulanarak sözleşmenin sona ermesi için karşılıklı iki tarafın beyan açıklaması gerektiği vurgulanmış ve bu yönüyle tek taraflı beyan açıklaması ile sözleşmenin sona ermesine konu fesih yönteminden ayrılmıştır²⁵⁰.

İkale yolu ile sözleşmenin sona ermesi için tarafların karşılıklı sözleşmeyi sonlandırma yönündeki irade açıklamaları kafi görülmele, ayrıca sağlaması gereken şekil ve içerik yönünden herhangi bir kriter mevcut değildir. İkale sözleşmesi bağımsız bir sözleşme olup, ilk sözleşmenin şekline bağlı değildir²⁵¹. Lakin; ikale sözleşmesinin serbestiyet alanı mutlak değildir, Türk Borçlar Kanunu'nda sözleşmenin geçerli olması için belirtilen kriterler vasıtasıyla sınırlandırılmıştır²⁵².

İkale sözleşmesini ibra ve feragat kavramlarından ayırmamız gerekir. Borçlunun, borçlarından aklanması, kurtulması fonksiyonlarına sahip olan ibra

²⁴⁷Eren, a.g.e., s. 986.

²⁴⁸6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 513.

²⁴⁹4721 s. Türk Medeni Kanunu, madde 32.

²⁵⁰*Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, Türk Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi.

<https://islamansiklopedisi.org.tr/ikale/> Erişim Tarihi: 05 Haziran 2022

²⁵¹Ergun İnce, “İkale (Sözleşmeyi Sona Erdirme) Sözleşmesi”, **SİCİL İŞ HUKUKU Dergisi**, cilt 5, sayı 18, s. 88.

²⁵²6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 12 ve devamı.

sözleşmesinde; sözleşmeye konu borçlar geçmişe yönelik etki sahibidir. Oysa ikale sözleşmesinde borç ortadan kalkmaz, yalnızca sözleşme sona erer. İkale sözleşmesi marifetiyle sona eren bir franchise sözleşmesi düşünürsek; franchise alanın, franchise veren tarafından kendisine sunulan gayri maddi haklar sebebiyle borcu mevcuttur, devam etmektedir, ikale sözleşmesi ile franchise veren bu borcun bir kısmını veya hepsini almaktan vazgeçmez, sadece aralarındaki sözleşmeyi sonlandırır²⁵³.

Feragat ise bir usul hukuku işlemi olup, tek taraflı beyan sonucu doğar. Feragat; alacaklının borçluyu borcundan dolayı hukuki ve cezai işlem tarafı haline getirmeyeceği anlamına gelmektedir²⁵⁴. Altını çizmemiz gereken husus, alacaklı feragat ile alacağından vazgeçmez; yalnızca alacağına konu bir yargılama işlemi yapmayacağını borçluya bildirir²⁵⁵. Bu tek taraflı irade beyanı borçluya ulaşmak ile sonuçlarını doğurur. Feragat bir kesin hüküm olup, alacaklı tarafından feragat konu edilen borçların tekrardan yargılama makamları önüne uyumsuzluk konusu şeklinde arzı mümkün değildir²⁵⁶. İkale sözleşmesi neticesinde; taraflar yalnızca karşılıklı beyanları neticesinde aralarındaki sözleşmeyi sona erdirirler.

b. Tek Taraflı Hukuki İşlem İle Sona Erdirme

i. Sözleşmenin iptal edilmesi

Türk Borçlar Kanunu madde 31’de “Yanılma Halleri” kenar başlığı ile “Açıklamada Yanılma”, “İradede Yanılma” ve “İletmede Yanılma” şeklinde alt başlıkları ile yer almıştır²⁵⁷. 818 sayılı Borçlar Kanunu’nda ise “Rızadaki Fesat” kenar başlığı ile madde 24 ve devamı maddelerinde hata halleri için; sözleşmenin niteliğinde hata, sözleşmenin karşı tarafında hata, sözleşme konusunda hata ve sözleşme konusu miktarda hata halleri gösterilmekteydi²⁵⁸. 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu ile eski Borçlar Kanunu’nda sayılan yanılma hallerine “*Yanılan*,

²⁵³Yasin Erdoğan, “Türk İş Hukukunda İbra Sözleşmeleri”, Akdeniz Üniversitesi, 2014, s. 23.

²⁵⁴Ahmet Mithat Kılıçoğlu, **Borçlar Hukuku Genel Hükümler (Yeni Borçlar Kanununa Göre Hazırlanmış)**, Ankara, Turhan Kitabevi, Genişletilmiş 17. Baskı, 2013, s. 836.

²⁵⁵Hakan Pekcanitez/Oğuz Atalay/Muhammet Özekes, **Hukuk Muhakemeleri Kanunu Hükümlerine Göre Medeni Usul Hukuku**, Ankara, Oniki Levha Yayınları, 12. Baskı, 2011, s.289.

²⁵⁶Ince, a.g.m., s. 89.

²⁵⁷6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 31-33.

²⁵⁸Pınar Çağlayan Aksoy, “6098 Sayılı Yeni Borçlar Kanunu’nun İrade Sakatlıkları Ve Gabine (Aşırı Yararlanmaya) İlişkin Hükümlerin Değerlendirilmesi”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi 90. Kuruluş Yıldönümü Armağanı”, **Ankara, Ankara Üniversitesi Yayınları**, no 560, 2017, s. 490.

sözleşmeyi yaparken belirli nitelikleri olan bir kişiyi dikkate almasına karşın başka bir kişi için iradesini açıklamışsa” şeklinde bir yenisi eklenerek²⁵⁹ sözleşmenin karşı tarafının niteliklerinde hataya düşmüş kişinin sözleşmenin iptal prosedürünü başlatma hakkı tanınmıştır.

Bu minvalde taraflar arası güven ilişkisine dayalı, franchise alanın kapasitesi, yeteneği, kabiliyeti, finansal durumu göz önüne alınarak kurulan franchise sözleşmesinde; yeni kanun ile eklenen karşı tarafın niteliğinde hataya düşme hali önemli bir boşluğu doldurmuştur. Türk Borçlar Kanunu madde 31/4’ de yer alan yanılma hali ile; *“Yanılan, sözleşme yapma iradesini, gerçekte sözleşme yapmak istediği kişiden başkasına açıklamışsa”* şeklinde yer alan yanılma hali²⁶⁰ birbirinden farklıdır. Şahısta hata kavramı, sözleşme kurulmak istenen kişiden farklı bir kişinin sözleşmeye taraf olması sonucunu doğururken, sözleşmenin karşı tarafının niteliğinde hata kavramı sözleşme yapmak isteyen tarafın motivasyonunu doğrudan etkiler ve eğer kişinin niteliğinde düştüğü bu yanılma gerçekleşmese idi sözleşme kurmayacağı anlamına gelir²⁶¹.

İlgili madde fıkralarını franchise sözleşmesi üzerinden karşılaştırsak; franchise verenin franchise sözleşmesine taraf franchise alanı seçerken kimlikte hataya düşmesi, yani A kişisine değil de B kişisine sözleşme konusu mal ve/veya sürümün artırılması için imtiyaz sağlaması hali, şahısta hataya örnek iken; franchise verenin, kapasitesi, iş hacmi, öz geçmişi, mevcut ve muhtemel finansal durumu, pazar hakimiyeti, yerel tüketici anlayışına yönelik bilgisi ve tecrübesi şeklinde artırabileceğimiz nitelikleri sebebiyle seçtiği franchise alanda; bu kriterlerin eksik veya hiç bulunmaması hali sözleşme tarafının niteliğinde hataya düşme haline örnek verilebilir.

Franchise verenin, etkisi altında karar verdiği irade bozukluğu halinin ortadan kalkmasından itibaren bir yıl içerisinde sözleşme ile bağlı olmadığını belirtmek ve sözleşmenin iptalini isteme yükümlülüğü vardır. Velew ki, franchise alanın niteliğinde yanılan franchise veren, karşı tarafın gerçek ve mevcut durumunu öğrendikten sonraki bir yıl içerisinde sözleşmenin iptalini istemez ve edimlerin karşılıklı olarak yerine getirilmesi hali devam olursa franchise

²⁵⁹6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 31/4.

²⁶⁰6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 31/3.

²⁶¹Aksoy, a.g.m., s. 490.

sözleşmesini onamış sayılır²⁶². Kanunda belirtilen süre dahilinde franchise sözleşmesinin iptalini isteyen, iradesinin sakatlandığını belirten franchise veren dürüstlük ve iyi niyet kuralları ile çatışır, talebi kabul edilmez. Ancak her koşulda aldatma ve korkutmadan dolayı iradesi bozulan franchise veren, franchise alandan uğradığı zararların tazminini isteyebilir.

Sözleşmenin iptali, her ne kadar geçmişe yönelik karakteristik özellikler ihtiva etse de; sürekli borç ilişkisi niteliğinde olan franchise sözleşmesinde iptal mekanizması ancak ileriye doğru, sonraya ilişkin yansıma alanı bulur²⁶³. Ancak franchise sözleşmesinde karşılıklı edimler yerine getirilmeye başlanmadığı bir tampon bölgede taraflardan biri irade bozukluğuna uğradığı iddiası ile sözleşmeyi iptal davasına konu ederse, işte o zaman iptal davası geçmişse doğru sonuç doğurarak franchise sözleşmesini baştan itibaren geçersiz hale getirir²⁶⁴.

ii. Sözleşmenin feshi

Sürekli borç ilişkisi niteliğine sahip franchise sözleşmesinde kararlaştırılan bütün edimlerin yerine getirilmesi ile sözleşme sona ermez, franchise sözleşmesi devam ettikçe yeni edimleri de beraberinde getirir. Franchise sözleşmesinin sona erme hallerinden biri olan fesih yöntemi ileriye doğru hüküm doğurur²⁶⁵.

Franchise sözleşmesinin, fesih yoluyla son bulması için tek taraflı bir irade açıklaması kafidir. Fesih hakkının kullanılması, yenilik doğuran bir etkiye sahiptir²⁶⁶. Fesih, olağan fesih ve olağanüstü fesih şeklinde ikiye ayrılır.

²⁶²6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 39.

²⁶³Akyol, a.g.m., s. 242-243.

²⁶⁴Şimşek, a.g.m., s. 258.

²⁶⁵Şeref Ertaş, “Sürekli Borç İlişkilerinde (Dauerschuldverhaeltnisse) Zamanaşımı”, **Dokuz Eylül Hukuk Fakültesi Dergisi**, cilt:16, özel sayı 2014 Prof. Dr. Hakan PEKCANITEZ’e Armağan, 2015, s. 3094.

²⁶⁶Eren, a.g.e., s. 914-915.

(a) Olağan fesih

Belirsiz süreli franchise sözleşmeleri veya başlangıçta belirli süreli vasfına sahip olan ancak süreç içerisinde belirsiz süreli franchise sözleşmesine evrilen franchise sözleşmelerinde; fesih yöntemi ile sözleşmenin sona ermesi pratik ve sık karşımıza çıkan bir yöntemdir. Olağan fesih ile sona eren franchise sözleşmelerinde, fesih beyanında bulunan tarafın beyanının karşı tarafa ulaşması ile sonuç doğmaktadır.

Kural olarak olağan fesih bildirim için öngörülen herhangi bir şekil şartı yoktur, taraflar diledikleri şekilde (sözlü, mesaj, e-posta) fesih yönündeki iradelerini karşı tarafa iletebilirler²⁶⁷. Ancak; her kural, istisnasını da beraberinde getirdiği üzere olağan fesih bildirim şekline ilişkin Türk Ticaret Kanunu'nda emredici bir hüküm bulunmaktadır²⁶⁸. Bu düzenlemeye göre her iki tarafında tacir kimliğine sahip olduğu franchise sözleşmelerinde, fesih yönünde irade açıklayacak tarafın bunu ancak *“noter aracılığıyla, taahhütlü mektupla, telgrafla veya güvenli elektronik imza kullanılarak kayıtlı elektronik posta sistemi ile”* yerine getirmesi yönünde, kanun yapıcı açık bir düzenlemeye yer vermiştir.

Olağan fesihte, fesih yönünde irade açıklamasında bulunan tarafın herhangi bir sebep açıklaması gerekmemektedir. Olağan fesih ile franchise sözleşmesinin sona ermesi bütünüyle bu yönde irade açıklayan tarafın keyfine kalmış diyebiliriz. Lakin hukuk düzleminde sonuç doğuran franchise sözleşmesinin sona ermesi için açıklanan iradenin dürüstlük ve iyi niyet ilkelerinden bağımsız bir şekilde düşünülmesi mümkün değildir. Bu yönüyle fesih yönünde irade açıklayan tarafın eylemlerin ve beyanlarının hakkın kötüye kullanılması yasağı kapsamında değerlendirilmeli, hukuk kuralları ve evrensel değerler süzgecinden geçirilmedir²⁶⁹.

Franchise sözleşmesinin olağan fesih ile sona erdirilmesi için önemli kıstaslardan biri fesih süresidir. Fesih bildirim süresi açık bir tarih ile sözleşmede belirtileceği gibi fesih için belirli periyotlar da öngörülebilir²⁷⁰. Franchise sözleşmesinde yer alan fesih bildirim sürelerine göre fesih yönünde iradenin açıklanması sözleşmenin sona ermesi için yeterlidir. Belirtilen sürelerin ihlali

²⁶⁷Altıntaş, a.g.m., s. 152.

²⁶⁸6102 s. Türk Ticaret Kanunu, madde 18.

²⁶⁹Kırca, a.g.m., s. 202-205, Altıntaş, a.g.m., s. 155-156, Şimşek, a.g.m., s. 265-268.

²⁷⁰Yavuz, a.g.e., s. 170.

hakkaniyet kurallarını zedelemekle birlikte hukukun güvenilirliğini ve öngörülebilir olma niteliklerini sarsar.

Eğer franchise sözleşmesi fesih bildirim süresine dair bir kayıt içermiyorsa, bu belirsizlik beraberinde tartışmaları da getirmektedir. Öğretide fesih bildirim süresine ilişkin açık bir tarih bulunmayan franchise sözleşmelerinde tarafların hak kaybına uğramadan, dürüstük ve iyi niyet kurallarına zeval gelmeden nasıl ve hangi kriterler esas alınarak sona erdirilmesi gerektiği konusunda fikir birliği bulunmamaktadır. Franchise sözleşmesinin sona ermesi için adeta bel kemiği rolünde bulunan fesih yönteminin bildirim süresinin netleştirilmesi oldukça önem arz etmektedir.

Fesih bildirim süresinin noksan kayıt taşıdığı franchise sözleşmelerinin incelenmesine ilk önce karşılaştırmalı hukuktan başlamak isteriz. İsviçre Hukuk'u fesih bildirim süresine dair bir kayıt bulundurmayan franchise sözleşmesinde; fesih bildirim süresini olabildiğince uzun tutulması gerektiği, fesih yönünde beyanın muhatabı olan sözleşmenin diğer tarafının gelecekteki muhtemel duruma göre kendisini hem ekonomik yönden hem de potansiyel teşebbüsü açısından revize etmesine, durum güncellemesi yapmasına imkan tanınması gerektiğini belirtir. Bu minvalde adi ortaklık sözleşmesi için geçerli olan altı aylık sürenin kıyasen uygulanması gerektiğini savunur. Bununla birlikte; acente sözleşmesi için öngörülen fesih bildirim süresinin tarafların korunması gereken menfaatleri yönünden oldukça kısa olduğunu değerlendirirken, vekalet sözleşmesinde yer alan her zaman fesih gerçekleştirebilme fonksiyonunun franchise sözleşmesi niteliğine uygun olmadığını belirtir²⁷¹.

Alman öğretisinde ise franchise sözleşmesinin unsurları ve dış dünyada doğurduğu sonuçlar nezdinde bir değerlendirme yapılarak acente veya adi ortaklık sözleşmesinin ilgili hükümlerinin kıyasen uygulanması gerektiği savunulmaktadır. Bu konuda; franchise sözleşmesinin, iş görme niteliği ağır bastığı için acente sözleşmesine daha çok benzediği, bu minvalde de acente sözleşmesindeki ilgili hükümlerin fesih bildirim süresinin belirlenmesi aşamasında franchise sözleşmesine kıyasen uygulanması gerektiğini düşünenler

²⁷¹Victor Goldschmidt Schulthess, **Der Franchisevertrag nach schweizerischem Recht**, Diss, Zürich, 1995, s. 197, aktaran Çiğdem Kırca, "Franchise Sözleşmesi", Ankara Üniversitesi. 1996, s. 198.

ile franchise sözleşmesinin adi ortaklık özelliği ağır bastığı ve bu nedenle de adi ortaklık sözleşmesinin ilgili hükümlerinin kıyasen uygulanması gerektiğini savunan iki görüş Alman ekolünde yer almaktadır²⁷².

Fesih bildirim süresinin kararlaştırılmadığı franchise sözleşmelerine iç hukuktaki yaklaşım ise şöyledir; fesih yönündeki bildirim muhatabının, mevcut ve muhtemel duruma göre kendisini uyarlayacağı, aktif pasif değerleri ile birlikte finansal planlamasını somut veriler çerçevesinde gerçekleştirebileceği makul bir süreye ihtiyaç duyduğu bir gerçektir. Yalnız bu sürenin belirsiz olması veya gereğinden fazla uzun tutulması sonucu, fesih bildiriminde bulunan taraf nezdinde oluşacak hak kayıpları ve muhtemel riskler kaçınılmazdır. Fesih bildirim süresinin azami bir sınır ile birlikte saptanması hukuk düzeninin rahatsız olduğu belirsizliği ve ön görülemezliği ortadan kaldırır. Bu minvalde franchise sözleşmesi ile birçok ortak noktada kesişen kriterler barındıran adi ortaklık sözleşmesinde ön görülen altı aylık süre²⁷³ kıyasen uygulamaya konu yapılır²⁷⁴.

Fesih bildirim süresi için, adi ortaklık sözleşmesinde ön görülen altı aylık sürenin kıyasen franchise sözleşmesine uygulanması gerektiği görüşünü desteklerken, diğer yandan da franchise sözleşmesinin kapsamı, etki alanları, fesih yönünde irade açıklamasına maruz kalan tarafın yeni duruma uyarlama ve adaptasyonu, gerekli revize çalışmaları, finansal tabloların hesaplanması, tarafların birbirine karşı olan hak ve borçlarının saptanması gibi kritik önem arz eden hususların tespiti için altı aylık sürenin yeterli olmayacağı veya olmadığı durumlarda, ek süre isteyen taraf bu yöndeki talebini yargı makamına iletmeli ve kanun uygulayıcının takdiri çerçevesinde sürenin uzatılmasına veya talebin reddine yönelik bir karar kurulması gerektiği, kıyasen uygulamaya konu altı aylık sürenin mutlak bir kayıt olmadığı kanaatindeyiz²⁷⁵.

²⁷²Manfred Mack, **Neuere Vertragssysteme in der Bundesrepublik Deutschland**, Bielefeld, 1975, s.134, aktaran Çiğdem Kırcı, "Franchise Sözleşmesi", Ankara Üniversitesi, s. 199.

²⁷³6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 640.

²⁷⁴Kırcı, a.g.m., s. 199-200, Gürzumar, a.g.e., s. 171.

²⁷⁵Altıntaş, a.g.m., s. 155, Şimşek, a.g.m., s. 265.

(b) Olağanüstü fesih

Süresi belli olan veya olmayan franchise sözleşmelerinin vaktinden önce sonuçlanması olağanüstü fesih mekanizması sayesinde mümkündür²⁷⁶. Olağanüstü fesih ile olağan fesih arasındaki en temel fark; olağanüstü fesih yönünde irade açıklayan tarafın haklı bir sebebinin bulunmasıdır. Olağan fesihte, sözleşmeyi sonlandırma arzusu yeterli iken karşı tarafa bir sebep dahi açıklanmasına lüzum görülmemektedir.

Olağanüstü fesih beyanında bulunan tarafta oluşacak haklı sebep; artık kendisinden sözleşmeyi devam ettirmesinin beklenemeyeceği menfi bir durum şeklinde açıklanabilir. Olağanüstü fesih, dinamiğinde sözleşmede fesih bildirim süresinin belli olup olmaması veya fesih bildirim için öngörülen periyotlara uyulup uyulmamasının, sonucu etkileyen bir kriter şeklinde karşımıza çıkmaz.

Franchise sözleşmesinin en temel yapıtaşının taraflar arasındaki güven ilişkisi olduğunu söyleyebiliriz. Velev ki; bu güven ilişkisi yıpranır, öngörülmeleyen bazı refleksler gözlemlenir, edimlerin yerine getirilmesinde eksik ifa veya ifa etmeme gibi durumlar oluşursa; franchise sözleşmesinin artık amacından saptığı, yozlaştığı, kendisinden bu sözleşmeye devam etmesinin beklenemeyeceği, menfaat kaybı yaşadığını belirten taraf haklı sebep varlığı neticesinde tek taraflı irade açıklaması ile olağanüstü fesih yöntemini aktifleştirir ve sözleşmenin sona ermesini sağlar.

Haklı sebebin varlığı, kanun uygulayıcı tarafından tayin edilir. Her sözleşmeye aykırılık hali mutlak haklı sebep varlığına işaret etmez, kanun uygulayıcı somut olayı franchise sözleşmesi hükümlerine göre değerlendirerek fesih bildiriminde bulunana taraf açısından artık söz konusu akde devam etmesinin beklemez olduğu, güven ilişkisini ortadan kaldıracak nitelikte önemli ve ağır etkiler doğurduğunu tespit ederse, olağanüstü fesih bildirimini sonuç doğurur.

Franchise sözleşmesinin muhteviyatında iş görme edimleri barındığından mütevellit; kanundan tanımlaması yer alan hizmet, tek satıcılık ve acente sözleşmesinin ilgili normatif düzenlemeleri amacına uygun düştüğü oranda

²⁷⁶Kırca, a.g.m., s. 205.

olağanüstü fesih ile franchise sözleşmesinin sona erme hükümlerine kıyasen uygulama alanı bulur²⁷⁷.

Fesih beyanının, tarafların sürekli olarak birbirlerine edim getirme borçları bulunan franchise sözleşmesine yansımalarının geleceğe doğru olacağını bahsetmiştik, bu kural olağanüstü fesihde de aynen geçerliliğini muhafaza etmektedir. Keza fesih beyanının geleceğe etkili olmasındaki asıl etken olağan veya olağanüstü fesih olup olmadığı değil, franchise sözleşmesinin süreklilik niteliğinden kaynaklanmaktadır.

Ayrıca belirtmemiz gerekir ki, olağanüstü fesih bildirimini muhatabı olan sözleşmenin diğer tarafına herhangi bir kusur atfedilmesine lüzum yoktur. Pek tabii karşı tarafın kusuru olmasa dahi beklenmeyen objektif nitelikteki gelişmeler neticesinde olağanüstü fesih yöntemi ile sözleşmenin sona erdirilmesi mümkündür. Örneğin Covid-19 tedbirleri kapsamında ilgili genelge ile kapatılan ve ne zaman açılacağı belli olmayan yalnızca bir sezonluk yapılmış franchise sözleşmesi herkes için objektif nitelikte olan kalıcı imkansızlık hali gösterilerek olağanüstü fesih yöntemi ile sona erdirilebilir²⁷⁸. Örnekten de anlaşılacağı üzere kusur kavramına yer verilmez.

B. Sona Ermenin Taraflar Üzerindeki Etkileri

1. Franchise Veren Söleşme Sonrası Geri Alım Borcu

Uyuşmazlık konusu borç ilişkileri incelenirken kanun uygulayıcının her zaman gözececeği iyi niyet ve dürüstlük kuralları bazı durumlarda taraflar üzerinde bir takım haklar doğurabildiği gibi tarafların menfaatlerinin korunması boyutunda bir takım borçların da ortaya çıkmasına sebep olabilir.

Franchise verenin geri alım borcu, emredici ve mutlak bir nitelikte değildir²⁷⁹. Bu başlık altında inceleyeceğimiz borç taraflar arasındaki menfaat dengesinin sağlanması amacıyla iyi niyet ve dürüstlük kurallarının yorumlanması neticesinde ortaya çıkmıştır.

²⁷⁷Kırca, a.g.m., s. 206.

²⁷⁸Örnek ile ilgili bkz. s. 96.

²⁷⁹Kırca, a.g.m., s. 215.

Franchise sözleşmesinin sona ermesi neticesinde, franchise alanın uhdesinde bulundurmaya devam etmesinin gerek rekabet yasağı gerekse de pratik ve ekonomik sebepler neticesinde beklenmeyen/beklenemeyecek materyaller iyi niyet ve dürüstlük kuralları²⁸⁰ çerçevesinde franchise alanın somut durumu ile birlikte değerlendirilir ve akabinde franchise veren üzerinde geri alım borcu doğurur.

Franchise veren üzerinde sözleşmenin sona ermesi neticesinde söz konusu olan geri alım borcu kaynağını; franchise sözleşmesi kurulurken imtiyaza konu mal ve/veya hizmetlerin sürümünü artırmak gayesi ile hareket eden franchise alana, franchise veren tarafından franchise sisteminin kusursuz işlemesi için zaruri, önemli, hatta zorunlu şekilde gerçekleştirilen nitelendirme neticesinde franchise alanın kullanımına ve mülkiyetine geçirdiği envanterler oluşturur.

Sözleşmenin sona ermesi neticesinde, franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmetin sürümünü gerçekleştirme ve/veya artırma yükümlülüğünden arınan franchise alanın, franchise sisteminin bir parçası şeklinde kendisine franchise veren tarafından aksedilen, tüketici gözünde imaj bütünlüğünü sağlayan materyalleri, tanıtıcı maskot-üç boyutlu yönlendirici, makine, teçhisat şeklinde artırabileceğimiz işletmesinin donanımında bulunan maddi değerleri tasfiye sürecinde bünyesinde barındırmaz ve franchise verenin geri alım borcuna konu eder.

Franchise verenin geri alım borcuna konu malzemeler, franchise veren tarafından pek tabii başka bir franchise alanın mülkiyetine kolaylıkla aktarılabileceği gibi franchise verenin kendi teşebbüsünde de kullanıma konu edilebilir.

Ancak belirtmemiz gerekir ki; franchise sözleşmesi, franchise alan tarafa yüklenebilecek bir sebepten ötürü sona ermişse artık franchise veren nezdinde iyi niyet ve dürüstlük kuralları dinamik kazanmaz ve neticesinde franchise verenin geri alım borcundan da bahsedilemez. Karşılıklı korunan menfaat dengesi sebebiyle, franchise alanın güven yıkıcı ve franchise veren nezdinde itibar kaybına sebep olan davranışı neticesinde franchise verenin de iyi niyet ve

²⁸⁰4721 s. Türk Medeni Kanunu, madde 2-3.

dürüstlük kuralları kapsamında borçları geniş yoruma tabi tutulamaz²⁸¹. Şayet franchise alanın kusuru sebebiyle sona eren bir franchise sözleşmesinde, franchise alan nezdindeki maddi değerlerin franchise veren tarafından geri alınması ceza ve ödül terazisinin dengesini bozar, franchise verenin menfaatleri zedelenir.

Şayet ortada franchise alana yüklenebilecek bir sebep olmadan sona eren franchise sözleşmesi var ise, franchise verenin geri alım borcuna aykırı davranması sözleşme sonrası dürüstlük kuralını ihlal eder ve franchise alanın zararlarının tazmini boyutunda franchise veren nezdinde borç doğurur.

2. Franchise Alanın Sözleşmenin Sona Ermesinden İtibaren Kendisine Sunulan Gayri Maddi Malları Kullanmaya Devam Etmeme Ve Geri İade Borcu

Franchise alan, franchise sözleşmesinin sona ermesi neticesinde kendisine franchise sisteminin kusursuz işlemesi ve tüketici gözündeki imaj bütünlüğünün sağlanması için franchise veren tarafından sunulan marka, işaret, know-how bilgisi, ticari sır, işletme pratiği, üretim formülleri, ürün reçetesi, tecrübeler, logo şeklinde artırılabileceğimiz gayri maddi değerleri kullanmaya son vermelidir.

Zira; franchise sözleşmesinin sona ermesi ile franchise alana tanınan sözleşme konu mal ve/veya hizmetin sürümünü sağlama ve pazar payını artırma yönündeki imtiyaz sona erdiğinde, franchise veren tarafından verilen ayrıcalık geri alınır.

Franchise alanın kendisine sözleşme neticesinde sağlanan imtiyazın geri alınmasından sonraki süreçte, franchise sözleşmesine konu gayri maddi malları kendi kullanımına ve üçüncü kişilere arz etmesi durumunda rekabet kuralları gereği sorumluluğu doğar. Ayrıca, bu noktada franchise alan nezdinde doğan bir başka sorumlulukta sözleşme sonrası dürüstlük kuralına uymamaktan kaynaklanır. Franchise alanın ihlal ettiği normlar neticesinde, franchise verenin uğradığı zararları tazmin etme yükümlülüğü “Borçların ifa edilmemesinin sonuçları”²⁸² başlığı altında yer alır.

²⁸¹Derya Ateş, “Sözleşme Özgürlüğü Yönünden Dürüstlük Kuralı”, **Türkiye Barolar Birliği Dergisi**, cilt 20, sayı 72, 2007, s. 88.

²⁸²6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 112-114.

Taraflar arası güven ilişkisini temel alan her sözleşmede olduğu gibi franchise alana aktarılan gayri maddi nitelikteki bilgi ve tecrübeler, sır saklama yükümlülüğü kapsamında franchise alan nezdinde korumak, aktarmamak ve sözleşmenin sona ermesinden sonra kullanmamak borçlarını doğurur. Sır saklama yükümlülüğü franchise sözleşmesinde ayrı hükümlerle gösterilmesine lüzum görülmemektedir. Franchise sözleşmesinin imzalanması akabinde sır saklama yükümlülüğü sadakat borcu neticesinde hali hazırda franchise alan nezdinde bir yükümlülük şeklinde sözleşme süresince ve sözleşmenin sona ermesini takiben hüküm ve sonuçlarını doğurur.

Franchise alan tarafında sözleşme içerisinde sır saklama yükümlülüğünü ihlal edecek bir davranışta bulunmak, franchise veren ile aralarındaki üçüncü kişilere karşı rekabet birliğinin bozulmasına sebep olur. Franchise alan tarafından sözleşmenin sona ermesinden sonraki süreçte benzer bir davranış gerçekleşir ise; bu sefer ortada üçüncü kişilere karşı bozulan bir rekabet birliği değil, aksine eski franchise alan ile franchise veren arasındaki ikili ilişkide rekabet etmeme yükümlülüğünün ihlali söz konusu olur.

Franchise alanın kendisine franchise veren tarafından aktarılan ticari ve pratik anlamda önem arz eden bilgileri saklamak ve bu bilgilerin üçüncü kişilerce erişimine engellenmesi için gerekli tedbirleri almak konusundaki yükümlülükleri franchise alanın sır saklama borcunun birer sonucudur ve birbirinden ayrı düşünülmemelidir²⁸³. Franchise alanın bu yöndeki sorumluluğunun, sözleşmenin sona ermesinden sonraki sürece sirayet etmesi neticesinde bu başlık altındaki borç konusu incelemeye konu edilmiştir.

Franchise alanın geri verme borcunu ise; sözleşme örnekleri, tüketici profilini tespit eder anketler ve sonuçları, vip ve genel müşteri isim, adres, meslek ve iletişim bilgilerinin bulunduğu listeler, kar ve zarar marjını hesaplamada kullanılan dijital işletim sistemleri şeklinde artırabileceğimiz veriler oluşturur. Franchise alanın geri verme borcuna ilişkin hükümlere, vekalet sözleşmesinde yer alan vekilin geri verme borcuna ilişkin “...vekâletle ilişkili olarak aldıklarını

²⁸³Gürzumar, a.g.e., s. 163.

vekâlet verene vermekle yükümlüdür."²⁸⁴ Şeklindeki normatif düzenleme kıyasen uygulanabilir²⁸⁵.

3. Denkleştirme İstemi (Müşteri Tazminat Sorunu)

Karma nitelikteki franchise sözleşmelerinde; mevcut bir anlaşmazlık hali, sözleşme süresince veya sözleşmenin sona ermesinden sonraki dönemde tarafların hakları veya borçlarının tayini ve neticesinde sözleşmeye uygulanacak hukukun tespiti kıyas ve yaratma teknikleri marifetiyle gerçekleştirilmesi, sözleşmenin nihai amacına ulaşılması için önem arz etmektedir²⁸⁶.

Karma sözleşme niteliğinden cihetle franchise sözleşmesinde mevcut bir anlaşmazlık ve sözleşmenin sona ermesindeki hak ve yükümlülüklerin tespiti sırasında kanun koyucunun yol haritasında; franchise sözleşmesinde vücut bulan ve yasal dayanağa haiz olan sözleşme tiplerine ilişkin hükümler bulunmaktadır. Bu minvalde devam etmek gerekirse, franchise sözleşmesi içerisinde acentelik sözleşmesine ait unsurlar barındırır. Ve muhteviyatında yer alan acentelik sözleşmesine ilişkin dinamikler neticesinde de franchise sözleşmesi birçok noktada acentelik sözleşmesine ait unsurların kıyasen uygulanmasına konu olur. Bahse konu acentelik sözleşmesinin ilgili hükümlerinin franchise sözleşmesinin amacına uygun düştüğü ölçüde kıyasen uygulama alanı bulduğu alanlardan bir tanesi de denkleştirme talebine ilişkindir. Franchise sözleşmesinin sona ermesinin devamındaki süreçte konu edilen denkleştirme talebi normatif kaynağını Türk Ticaret Kanunu madde 122'den sağlar.

Uygulanacak hukukun tayininden sonra denkleştirme talebinin konusuna değinmemiz gerekirse; franchise verenin, sözleşmenin sona ermesi halinde, franchise alan tarafından organize edilmiş ve oluşturulmuş müşteri portföyü için ödediği ücret, franchise alanın denkleştirme talebine konu alacağıdır. Franchise alanın aktif değerlerine yansıtacak denkleştirme ücreti ancak franchise sözleşmesinin franchise alanın kusurlu davranışı neticesinde sona ermemesi halinde mümkündür²⁸⁷.

²⁸⁴6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 508.

²⁸⁵Kırca, a.g.m., s. 214.

²⁸⁶Kırca, a.g.m., s. 61.

²⁸⁷Muhammed Zahid Doğanay, "Franchise Sözleşmesinde Denkleştirme Talebi", Hacettepe Üniversitesi, 2020, s. 88.

Franchise sözleşmesi sona erdikten sonra franchise veren tarafından franchise alana ödenecek denkleştirme ücretinin söz konusu olabilmesi için kanundan kaynaklanan bir takım şartların sağlanmış olması gerekmektedir. Şöyle ki;

- Taraflar arasındaki franchise sözleşmesinin sona ermesi,
- Franchise sözleşmesinin sona ermesine franchise alanın kusuru ile sebep olmaması,
- Franchise verenin, franchise alanın oluşturduğu yeni müşteri kitlesi üzerinden franchise sözleşmesi sona erdikten sonrada önemli kazanımlar sağlıyor olması,
- Franchise alan, franchise sözleşmesinin sona ermesi neticesinde, kendisi tarafından franchise verenin mal ve/veya hizmet sürümüne kazandırdığı müşteriler ile yapmış olduğu veya kısa bir süre içerisinde kuracağı muhtemel gözüyle değerlendirilen ticari ilişkiler dolayısıyla eğer sözleşme devam etseydi elde edeceği ücret isteme hakkını kaybetmiş ise,
- Denkleştirme ücretinin ödenmesi somut olayın özellikleri ve şartları değerlendirildiğinde hakkaniyete uygun düşüyorsa, ancak mümkün olur.

Denkleştirme ücreti isteminden önceden vazgeçilemeyeceği gibi, franchise alan tarafından talep edilen denkleştirme ücreti franchise sözleşmesinin sona ermesinden itibaren bir yıllık süre içerisinde talebe konu edilebilir. Franchise alan tarafından bu süre içerisinde denkleştirme ücretinin hesaplanması ve netleştirilen ücret üzerinden denkleştirme talebinde bulunması baklanmaz; franchise alanın, franchise verene dilediği yöntemde ve iletişim kanalı marifetiyle denkleştirme ücret talebinde bulunması kafidir. Zira denkleştirme talebin öne sürülmesinde herhangi bir şekil şartı öngörülmemiştir²⁸⁸.

Franchise sözleşmesinde denkleştirme ücretinin doğru hesaplanması önem arz eder. Franchise veren nezdinde borç şeklinde doğan denkleştirme ücretinin azami bir üst sınırı bulunur. Buna göre sınırın belirlenmesinde, franchise alanın eğer sözleşmeye devam etseydi kazanacağı tüm gelirler dikkate alınır. Franchise alanın, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü gerçekleştirmek

²⁸⁸Doğanay, a.g.m., s. 148.

amacıyla çalıştırdığı işçilerin masrafı, franchise veren ödemekle yükümlü olduğu ücretler, kira, sigorta, faturalar, reklam gibi kayıtların çıkarılması sonucu söz konusu olan net kazanç denkleştirme ücreti belirlenirken esas alınmaz.

Franchise verenin ödeyeceği denkleştirme ücreti, franchise alanın sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümü neticesinde son beş yıl içerisinde elde ettiği brüt kazancın ortalamasından daha yüksek olamaz. Veleve ki franchise sözleşmesi beş yıldan kısa sürmüş ise, o halde sözleşme süresinin yıl ve ay bazında ortalaması alınır. Taraflar dilediği yöntem ve esasları kriter kabul ederek denkleştirme ücretini kendi aralarında kararlaştırabilirler veya franchise sözleşmesinin sona erme hükümlerine yer verilen bölümünde denkleştirme ücreti için ayrı bir düzenlemeye yer verebilirler. Buradaki önemli husus denkleştirme ücretinin hesaplanması konusunda taraflara serbestiyet tanıyan kanun koyucunun azami sınırı emredici hükümlerle belirtmiş olmasıdır.

Denkleştirme talebinin, franchise alan tarafından organize edilen ve franchise verene kazandırılan müşteri çevresi olduğu yönündeki kabulü yüksek yargı ve ilk derece mahkeme ilamlarında da görmekteyiz. Örneğin; T.C. Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin; 2013/18444E., 2014/10860K. Sayılı ve 06/06/2014 tarihli kararında “...davalının anılan bölgelerde sahip olduğu müşteri çevresinin müvekkilinin özenli faaliyetlerinin bir sonucu olduğunu, franchise verene bırakılan müşteri çevresi dolayısıyla uygun bir tazminat ödenmesinin hakkaniyet gereği olduğunu” şeklinde açıklamaya yer verdiği, bu minvalde franchise alan konumundaki davalıya hakkaniyet kuralları çerçevesinde franchise veren tarafından ödenecek bir denkleştirme ücretinin vuku bulduğu anlaşılmaktadır.

4. Sözleşme Sonrası Rekabet Yasağı

Ticari hayatta var olmak isteyen ticari teşebbüsler kaçınılmaz bir rekabet girdabı içine girerler. Her ticari işletmenin en ilkel güdüsü rakipleri arasından sıyrılmak ve pazarda fark yaratmaktır. Rekabete ilişkin normatif düzenlemeler her tacir açısından adil bir piyasa düzeni oluşturmayı hedeflemektedir.

Franchise sözleşmesinde rekabeti engelleyici hükümler; franchise veren tarafından franchise alana, aralarındaki akde dayanılarak aktarılan gayri maddi unsurların franchise sözleşmesi sona erdiğinde franchise verenin ticari kimliğine, pazar hakimiyetine karşı bir tehdit unsuru haline gelmesini engellemeyi amaçlar.

Franchise sözleşmesi süresince ilgili pazarda üçüncü kişilere karşı rekabet yasağı ve rekabet ihlali boyutunda aynı safta yer alan franchise alan ve franchise veren taraf, franchise sözleşmesinin sona ermesinden sonra piyasada rakip teşebbüslere karşı yollarına tek başlarına devam ederler. Lakin bu süreçte franchise verenin daha önceden franchise alana, franchise sözleşmesi kapsamında aktardığı sisteme ilişkin bilgi ve tecrübeler franchise alanın sözleşme sonrasında muhtemelen rekabeti engelleyici haksız eylemlerine baz oluşturma olasılığı bir hayli yüksektir. Franchise veren tarafından kendisine aktarılan veriler neticesinde franchise alan, franchise verenin tabiri caizse piyasadaki tahtını sallama yetisine sahip olur.

Aksi kararlaştırılmadığı sürece, franchise sözleşmesi sona erdikten sonra kural olarak franchise veren ve franchise alan arasındaki rekabetin engellenmesine dair bir kural öngörülmez, bununla birlikte karşılıklı menfaat dengesinin sağlanması ve dürüstlük kuralları kapsamında gerçekleştirilecek yorum neticesinde de taraflar arası rekabeti engelleyici bir hususa ulaşılamaz²⁸⁹. İşte tam bu sebepten franchise verenin, franchise alan nezdinde sözleşme neticesiyle doğan; sistem kuralları, tecrübe, bilgi, müşteri çevresi, işletim ve üretim tekniği, rakip teşebbüsler karşı refleks geliştirme, hakim durum yönetimi ve sürdürülmesi, satış politikası şeklinde artırabileceğimiz gayri maddi değerlerin kendisine karşı bir tehdit oluşturmaması için sözleşmenin sona ermesinden sonraki süreçte franchise alan tarafta sonuç oluşturan rekabet yasağına ilişkin düzenlemeye, sözleşmede yer vererek kendi imajını markasını ve maddi gayri maddi tasarruflarını korumayı hedefler.

Karşılaştırmalı hukuktan devam edecek olursak Alman ve İsviçre hukuk ekolünde; franchise alan nezdinde sonuç doğuran rekabet yasağına ilişkin hükümler acentelik sözleşmesine ilişkin kanundaki düzenlemelerin kıyasen uygulanması neticesinde somutlaşır²⁹⁰. Buna göre; franchise alanın sözleşme sona erdikten sonra rekabet yasağına dahil edilmesi ancak franchise veren tarafından oluşturulan ve franchise verenin imzasının bulunduğu yazılı bir rekabet yasağı anlaşmasına bağlıdır. Ayrıca franchise alanın, franchise sözleşmesinin sona ermesi akabinde ticari ilişkilerine ket vurulması engellenmesi amacıyla rekabet

²⁸⁹Kırca, a.g.m., s. 216.

²⁹⁰Kırca, a.g.m., s. 217.

yasağı anlamasının ancak sözleşmenin bitiminden sonraki iki yıla ilişkin yapılacağı ve ancak sona eren franchise sözleşmesine konu mal ve/veya hizmete konu olabilir. Ayrıca daha çok franchise alanın rekabet kapsamındaki eylemlerini engellemeyi amaçlayan bu anlaşmaya konu bölge franchise alanın pazarlama alanı ile sınırlıdır. Franchise sözleşmesine oldukça yabancı bir kavram olan ‘bekleme süresi tazminatı’ acentelik sözleşmesinde esaslı bir unsur şeklinde karşımıza çıkar²⁹¹. Bekleme süresi tazminatındaki asıl amaç, franchise alanın ticari münasebetini mümkün olduğunca kısıtlandığı, adeta elinin kolunun bağlandığı bu sürede zararlarını minimumda kalması ve pasif değerlerinin aktif varlığının üzerine geçmemesidir. Sonuçta ideal hukuk düzeninde; sözleşmenin her iki tarafında menfaatleri göz önünde bulundurulmalı, taraflardan herhangi birinin mahfi engellemelidir.

Türk hukukunda ise franchise sözleşmesinin sona ermesinden sonraki süreçte oluşması muhtemel rekabet ihlallerine ilişkin düzenlemeler, hizmet sözleşmesinde belirtilen normatif kaynakların kıyasen uygulanması neticesinde anlam kazanır.

Hizmet sözleşmesine ilişkin hükümler incelendiğinde; *“İşçi, iş gördüğü sırada öğrendiği, özellikle üretim ve iş sırları gibi bilgileri, hizmet ilişkisinin devamı süresince kendi yararına kullanamaz veya başkalarına açıklayamaz. İşverenin haklı menfaatinin korunması için gerekli olduğu ölçüde işçi, hizmet ilişkisinin sona ermesinden sonra da sır saklamakla yükümlüdür”*²⁹² şeklindeki düzenleme ile sır saklama yükümlülüğünün sözleşmenin sona ermesinden sonra da devam ettiğini anlamaktayız. Kanun koyucu sır saklama yükümlülüğüne ilişkin kanunda açık bir düzenlemeye yer vererek sözleşmenin sona ermesinden sonraki süreye de sirayet ettiğini vurgulamakla birlikte, rekabet yasağına ilişkin *“İşçi, hizmet ilişkisi devam ettiği sürece, sadakat borcuna aykırı olarak bir ücret karşılığında üçüncü kişiye hizmette bulunamaz ve özellikle kendi işvereni ile rekabete girişemez”*²⁹³ şeklinde açıklaması ile sözleşme süresinde rekabetin yasak olduğunu vurgulamış ancak sözleşmenin sona ermesinde sonraki süreye rekabet yasağının yansıma alanı bulunduğu veya taraflar üzerinde sonuç doğurmaya devam ettiğine ilişkin bir düzenlemeye yer vermeyi tercih etmemiştir.

²⁹¹6102 s.Türk Ticaret Kanunu, madde 123.

²⁹²6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 396/4.

²⁹³6098 s. Türk Borçlar Kanunu, madde 396/3.

Hizmet sözleşmesine ilişkin normatif kaynakları rekabet yasağı başlığında incelemeye devam edersek “Rekabet Yasağı” başlıklı madde 444’e ulaşırız. Maddenin kıyasen uygulanması akabinde; franchise veren ve franchise alan arasında, sözleşmenin sona ermesinden sonraki süreye ilişkin rekabet yasağı ancak yazılı bir sözleşme yapılması halinde söz konusu olduğu ile geçerli bir rekabet şartı için belirli kriterlerin bulunması şarta bağlanmıştır. Söz konusu kaideler ekonomik durumda franchise verene nazaran zayıf durumda olma franchise vereni korumak maksadı ile yer almaktadır. Bu minvalde, taraflar arasında yazılı şekilde yapılan rekabet yasağına ilişkin kayıt ancak; franchise veren tarafından sözleşme kapsamında kusursuz bir franchise sisteminin işlemesi gayesi ile aktarılan verilerin, franchise sözleşmesi sona erdikten sonra franchise alan tarafından kullanılması halinde franchise veren tarafta önemli bir zarar ve menfaat kaybı gerçekleştirmesi şartına bağlanmıştır.

Rekabet yasağı için; acentelik sözleşmesinde öngörülen iki yıl süre ile hizmet sözleşmesinde de karşılaşmaktayız. Franchise alanın eylemlerinin ancak rekabet yasağı ilkesinde engellenebileceği, franchise alanın bu yasak kapsamı dışında kalan diğer ticari münasebetlerinin engellenmesinin hakkaniyet kurallarına aykırı olacağı kabulü ile birlikte franchise alan nezdinde rekabet yasağının ancak asgari iki yıllık süre için sonuç doğuracağı anlaşılmaktadır. Kanun uygulayıcı somut olayı değerlendirerek franchise alanın ekonomik mevcudiyetini ve geleceğini göz önünde bulundurarak iki yılın altında süre kararlaştırabilir. Ayrıca belirtmemiz gerekir ki; franchise sözleşmesi, franchise alanın kusuruna dayanarak sona ermemiş ise, sona ermede franchise verenin kusurlu davranışları etkin rol oynuyor ise kanun uygulayıcı rekabet yasağı süresine ilişkin düzenlemeyi franchise alanın lehine sonuç doğuracak şekilde değiştirebilir.

Rekabet yasağını ihlal eden franchise alan, franchise verenin zararlarını tazmin ile yükümlüdür.

VII. SONUÇ

Franchise sözleşmesi içerisinde barındırdığı dinamikler ile gerek franchise veren gerekse de franchise alan nezdinde doğurduğu hak ve borçlar gereği uygulamada oldukça önem arz etmektedir.

Franchise Sözleşmesi ve Uygulamadaki Önemi başlıklı çalışmamız, giriş bölümü dışında; toplam beş ana bölümden oluşmaktadır. “Franchise Sözleşmesinin Tarihsel Gelişimi ve Tanımı” başlıklı ilk bölümde, franchise kelimesinin etimolojik olarak incelemesine yer verip franchise sözleşmesinin tanımlamasını doktrin ve ilgili diğer kaynaklara göre tamamlayıp, en nihayetimizde kendi kanaatimize göre çalışma konusunun tanımlamasını gerçekleştirdik. Bize göre; ana dilde bir karşılığı bulunmayan franchise- kelimesi yerine taraf sıfatlarının, yükümlülük ile haklarının somutlaşmasına/netleşmesine sebep olacak “imtiyaz” kelimesinin kullanılması, sözleşmenin uygulanmasında daha ulaşılabilir sonuçlara sebep olacaktır. Şöyle ki; franchise veren ve franchise alan şeklinde gerçekleştirilen taraf tanımlaması; imtiyaz alan ve imtiyaz veren sıfatlarını teşkil ederken, franchise sözleşmesi ise özel hukuk imtiyaz sözleşmesi şeklinde görünüm alır. Lakin bu yöndeki görüşümüzü ilgili bölümde belirtmekle yetinip, öğretide ve literatürde bir karışıklığa sebep olmamak gayesi ile çalışmamızın bütününde franchise veren, franchise alan ve franchise sözleşmesi kavramları ile anlatım gerçekleştirildi.

Franchise sözleşmesinin kanunda tanımlanmadığı için isimsiz sözleşme niteliğine sahip olması ile birlikte ayrıca çerçeve niteliğine haiz olduğunu aktarmaya çalıştığımız “Franchise Sözleşmesinin Unsurları, Hukuki Niteliği, Franchise Sözleşmesine Uygulanacak Hükümler ve Franchise Sözleşmesinin Taraflar Nezdindeki Faydaları ve Sakıncaları” başlıklı bir diğer bölümde ise; kanun uygulayıcının yargılama konusu franchise sözleşmesinde mevcut uyuşmazlık konusunda tarafların menfaatlerini en üst seviyede korumayı hedeflediği kıyas ve yaratma teorilerinden yararlanması gerektiğini savunmakla birlikte franchise sözleşmesinin taraflar nezdindeki olumlu ve olumsuz

sonuçlarına yer verilmiştir. Şöyle ki; çalışmada, franchise sözleşmesinin tarafları üzerinde neden olduğu faydalar ve sakıncalar birbirinden soyutlanamayan, ferdi bir anlam ihtiva etmeyen kavramlar olarak madalyonun iki yüzü biçiminde tabir edilmesi tercih edilmiştir.

Çalışmanın devamında yer alan “Franchise Sözleşmesinin Benzerleri ile Karşılaştırılması, Franchise Sözleşmesinin Türleri ve Franchise Sözleşmesinin Şekli” başlığında ise, franchise sözleşmesinin isimsiz bir sözleşme olmasından cihetle okuyucu nezdinde önemini ve unsurlarını netleştirmek gayesi ile franchise sözleşmesi ile benzer nitelikler taşıyan sözleşmelerin tanımına yer verilip, franchise sözleşmesi ile karşılaştırmaya konu diğer sözleşmelerin ortak ve farklı noktaları üzerinde durulması tercih edilip, bu karşılaştırma ile birlikte franchise sözleşmesinin türlerine ve şekline ilişkin tanımlamalar ilgili tartışmalar ile birlikte aktarılmıştır.

Franchise sözleşmesinde; franchise alan ve franchise veren taraflar arasında, karışıklı bir şekilde hak ve borçların bulunmasından cihetle, bir tarafın borcunun diğer tarafın hakkını oluşturduğu vurgulanarak; “Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları” şeklindeki başlık ile sözleşme taraflarının; hakları ve borçları tek bir başlıkta ele alınmıştır. Bu minvalde; sözleşmenin tarafları nezdinde hak ve borç kavramları için ayrı başlıklar düzenlemekten kaçınılmış ve çalışmanın kendi içerisinde tekrara düşmesi ile okuyucunun dikkatinin dağılması engellenmeye çalışılmıştır.

Nihayetinde “Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Taraflar Nezdinde Doğurduğu Borçlar” başlığı ile franchise sözleşmesinin kendiliğinden sona ermesi ve bir hukuki işlem marifetiyle sona ermesi halleri ayrı alt başlıklarda incelenip, franchise sözleşmesinin sona ermesinin taraflar nezdindeki etkileri/yankıları anlatılmıştır.

Kanaatimizce; franchise sözleşmesinin tarafları arasında sözleşme gerçekleştirme motivasyonlarına konu hedef gayelerine ulaşmaları için literatür taraması şeklinde gerçekleştirilen işbu çalışmada yer verilen yükümlülükler ve kriterler noksansız sir şekilde sağlanması kaffi görülmekle, tarafların franchise sisteminin kusursuz bir şekilde işlemeden sebep kendileri nezdinde doğan haklara sahip olmaları kaçınılmazdır.

VIII. KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- AKYOL Ş. (1997). **Borçlar Hukuku (Özel Borç İlişkileri) Know-How Management Joint Venture ve Büyük Çaplı İnşaat Sözleşmeleri**, İstanbul, Afa Matbaacılık, 1. Baskı.
- ARBEK Ö. (2005). **Fikir ve Sanat Eserlerine İlişkin Lisans Sözleşmesi**, Ankara, Yetkin Yayınları, 1. Baskı.
- ARKAN S. (2018). **Ticari İşletme Hukuku**, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Yirmi Dördüncü Tıpkı Basım.
- ASLAN İ. Y. (2003). **Dikey Anlaşmalara İlişkin Yeni Grup Muafiyeti Tebliği** Bilgi Toplumunda Hukuk Ünal Tekinalp'e Armağan, C.II, İstanbul, Beta Basım.
- DEMİRCİOĞLU H. R. (2009). **Güven Esası Uyarınca Sözleşme Görüşmelerindeki Kusurlu Davranıştan Doğan Sorumluluk (Culpa in Contrahendo Sorumluluğu)**, Ankara, Yetkin Yayınları.
- DOMANIÇ H. (1998). **Ticaret Hukukunun Genel Esasları**, İstanbul, Eskin Matbaası.
- ERBAY İ. (2002). **Know-How Sözleşmesi**, Ankara, Yetkin Yayıncılık, 1. Baskı.
- ERDEM H. E. (2017). **Milletlerarası Ticaret Hukuku**, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık.
- EREN F. (2017). **Borçlar Hukuku Genel Hükümleri**, Ankara, Yetkin Yayınevi, 4. Baskı.
- EREN F. (2008). **İsimsiz Sözleşmeler**, "Prof. Dr. Turgut Akıntürk'e Armağan", İstanbul, Beta Basım.

- ESSER G. (1995). **Franchising, Der Franchise Vertrag im Lichte der Rechtsprechung mit dem Franchise Atlas**, Köln, 2. Aufl.
- GOLDSCHMİDT SCHULTHESS V. (1995). **Der Franchisevertrag nach schweizerischem Recht**, Diss, Zürich.
- GÖKYAYLA C. D. (2005). **Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayiilik Sözleşmeleri)**, Ankara, Seçkin Yayınevi.
- GÜMÜŞ M. A. (2018). **Borçlar Hukuku Özel Hükümler Kısa Ders Kitabı**, İstanbul, Filiz Kitabevi, 3. Baskı.
- GÜRZUMAR O. B. (1995). **Franchise Sözleşmeleri ve Bu sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması**, İstanbul, Beta Basım.
- İRGE ERDOĞAN B. (2016). **Milletlerarası Özel Hukukta Franchise Sözleşmesine Uygulanacak Hukuk**, İstanbul, On İki Levha Yayıncılık.
- İŞGÜZAR H. (1989). **Tek Satıcılık Sözleşmesi**, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- KILIÇOĞLU A. M. (2013). **Borçlar Hukuku Genel Hükümler (Yeni Borçlar Kanununa Göre Hazırlanmış)**, Ankara, Turhan Kitabevi, Genişletilmiş 17. Baskı.
- KUNTALP E. (2013). **Karışık Muhtevalı Akit (Karma Sözleşme)**, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 2. Baskı.
- MACK M. (1975). **Neuere Vertragssysteme in der Bundesrepublik Deutschland**, Bielefeld.
- MARTİNEK M. (1987). **Franchising, Grundlagen der zivil- und Wettbewerbsrechtlichen Behandlung der Vertikalen Gruppenkooperation beim Absatz von Waren und Dienstleistungen**, Heidelberg.
- OĞUZMAN M. K./BARLAS N. (2013). **Medeni Hukuk**, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 19. Baskı.

- ÖZDEMİR OKTAY S. (2002). **Sınai Haklara İlişkin Lisans Sözleşmeleri ve Rekabet Hukuku Düzenlemelerinin Lisans Sözleşmelerine Uygulanması**, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- PEKCANITEZ H./ATALAY O./ÖZEKES M. (2011). **Hukuk Muhakemeleri Kanunu Hükümlerine Göre Medeni Usul Hukuku**, Ankara, Oniki Levha Yayınları, 12. Baskı.
- RUHİ A. C. (2011). **Sözleşmeler Hukuku**, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- SARAÇ T. (2003). **Patentten Doğan Hakka Tecavüz Ve Hakkın Korunması**, Ankara, Seçkin Yayınları.
- SARISOY T. (2011). **Tüm Yönleriyle Franchising, Forfaiting, Factoring, Leasing İşlemleri Vergi Muhasebe Uygulamaları**, Ankara, Maliye ve Hukuk Yayınları.
- ŞENER O. H. (2008). **Adi Ortaklık**, Ankara, Yetkin Yayınları.
- ŞOĞUR M. (1999). **İşletme Sistemi Olarak Franchising**, İstanbul, Der Yayınları.
- TANDOĞAN H. (2008). **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri**, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 6. baskı, cilt I/1.
- TEKİNALP Ü. (2004). **Fikri Mülkiyet Hukuku**, İstanbul, Beta Basım, 3. Baskı.
- ÜLGEN H./HELVACI M./KAYA A./ERTAN N. F. (2019). **Ticari İşletme Hukuku**, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 6. Baskı.
- YAVUZ C. (2016). **Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler**, İstanbul, Beta Basım, Güncellenmiş ve Yenilenmiş 14. Baskı.
- WALK R. (1992). **'Die 'neue' Selbstaendigkeit'**, DB, Heft 2 vom.

MAKALELER

- AKSOY ÇAĞLAYAN P. (2017). "6098 Sayılı Yeni Borçlar Kanunu'nun İrade Sakatlıkları Ve Gabine (Aşırı Yararlanmaya) İlişkin Hükümlerin Değerlendirilmesi", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi 90. Kuruluş Yıldönümü Armağanı, Ankara, **Ankara Üniversitesi Yayınları**, No 560, ss. 489-506.

- ATEŞ D. (2007). “Sözleşme Özgürlüğü Yönünden Dürüstlük Kuralı”, **Türkiye Barolar Birliği Dergisi**, cilt 20, sayı 72, ss. 75-93.
- ÇÖRTOĞLU KOCA S. (2007). “Danışmanlık Sözleşmesinin Esasına Uygulanacak Hukuk”, **Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, cilt 11, sayı 1, ss. 233-258.
- ERTAŞ Ş. (2015). “Sürekli Borç İlişkilerinde (Dauershuldverhaeltnisse) Zamanaşımı”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, cilt 16, özel sayı 2014, ss. 3093-3104.
- İNCE E. (2010). “İkale (Sözleşmeyi Sona Erdirme) Sözleşmesi”, **SİCİL İş Hukuku Dergisi**, cilt 5, sayı 18, ss. 86-96.
- ILGAZ D. (2000). “Know-How ve Ticari Sırlar (Teknoloji Transferi ve Fikri Haklarla İlgili Lisans Anlaşmaları)”, **Avrupa Araştırmaları Dergisi**, cilt 8, sayı 1-2, ss. 155-182.
- KARACA E. C. (2015). “Hukuki Açından Marka ve Marka Hakkı”, **The Journal of Europe-Middle East Social Science Studies**, cilt 1, sayı 1, ss. 39-48.
- OKTAY S. (1996). “İsimsiz Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Boşlukların Tamamlanması”, **Journal Of Istanbul University Law Faculty**, cilt 55, sayı 1-2, ss. 263-269.
- TOPÇUOĞLU M. (2003). “Franchise Sözleşmesinde Bağlayıcı Kayıtlar ve Rekabet Hukuku”, **Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi**, cilt 22, sayı 1, ss. 113-154.
- ULAŞ D. (2004). “Franchising Sisteminin, Franchise Alan Ve Veren Yatırımcılar Açısından Verimliliğinin Değerlendirilmesi”, **Verimlilik Dergisi**, Sayı 2, ss. 29-45.
- YILDIRIM M. M. (2018). “Know How Sözleşmeleri”, **Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi**, cilt 3, sayı 1, ss. 207-257.

TEZLER

- ALTINTAŞ A. T. (2019). ‘Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları’,

- (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Ankara Üniversitesi.
- AYGÜNEŞ M. (2018). ‘Tek Satıcılık Sözleşmesi’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Başkent Üniversitesi.
- ÇAKI M. A. (2021). ‘Hukuksal Açından Franchising Sözleşmeleri’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- DOĞANAY M. Z. (2020). ‘Franchise Sözleşmesinde Denkleştirme Talebi’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Hacettepe Üniversitesi.
- DÖRTTEPE ATILLA Ö. (2004). ‘Türk Rekabet Hukukunda Bireysel Muafiyet’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Galatasaray Üniversitesi.
- ERDOĞAN Y. (2014). ‘Türk İş Hukukunda İbra Sözleşmeleri’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Akdeniz Üniversitesi.
- GÖRÜCÜ F. (1995). ‘Franchising Sistemi ve Sistemde Pazarlama Bileşenlerinin Kullanımı’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, İstanbul Üniversitesi.
- GÜÇLÜ H. A. (2020). ‘Franchise Sözleşmesi’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Başkent Üniversitesi.
- KIRCA Ç. (1996). ‘Franchise Sözleşmesi’, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Ankara Üniversitesi.
- ORUÇOĞLU P. (2007). ‘Patent Verilebilirlik Şartları’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Akdeniz Üniversitesi.

- SARAL O. (2020). ‘Franchise Sözleşmesi’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Sermaye Piyasaları ve Ticaret Hukuku Ana Bilim Dalı, Bahçeşehir Üniversitesi.
- ŞAHAN A. G. (2018). ‘Milletlerarası Özel Hukukta Franchise Sözleşmeleri’, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, İstanbul Üniversitesi.
- ŞİMŞEK B. (2016). ‘Franchising Sözleşmesi’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, İstanbul Üniversitesi.
- ŞİRİN BALCI Ş. (2007). ‘Marka Hakkı ve Korunması’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Akdeniz Üniversitesi.
- TORUN Z. (2012). ‘Rekabet Hukuku Açısından Franchise Sözleşmelerinin İncelenmesi’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Çankaya Üniversitesi.
- TUZLU Z. (2012). ‘Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Sonuçları’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- URAS H. (1997). ‘Türk Ticaret Kanunu Çerçevesinde Ticaret Unvanı Ve İşletme Adının Oluşumu, Devri Ve Korunması’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Marmara Üniversitesi.
- YASSIKAYA K. K. (2019). ‘Adi Ortaklık Sözleşmesi’, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı, Kırıkkale Üniversitesi.

DİĞER KAYNAKLAR

Markaların Korunması Hakkında Düzenlenen Kanun Hükmünde Kararname,
Tarih: 24/06/1995, No:556, Yayınlandığı Resmi Gazete:27/06/1995,
No:22326

Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükümünde Kararname, Tarih: 24.06.1995, Numara: 551, Yayımlandığı Resmi Gazete Tarih: 27.06.1995, Numara: 22326

Rekabet Kurumu, İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz, Kabul Tarihi 10/01/2008, Karar Sayısı: 08-04/56-M

Rekabet Kurulu Kararı, Tarih: 24.01.2008, Dosya Sayısı: : 2007-3-189, Karar Sayısı: 08-08/81-23

T.C. Yargıtay 19. Hukuk Dairesinin, 25/06/2001 tarih, 2001/819 Esas, 2001/819 Karar sayısı ile verdiği kararı

T.C. Yargıtay Hukuk Genel Kurulu, 09/06/1982 tarih, 1979/15-1613 Esas, 1982/565 Karar sayısı ile verdiği kararı

T.C. Yargıtay 11. Hukuk Dairesi, 09/04/2002 tarih, 2001/844 Esas, 2001/3429 Karar sayısı ile verdiği kararı

T.C. İstanbul 8. Asliye Ticaret Mahkemesi, 07/07/2020 tarih, 2017/1105 Esas, 2020/316 Karar sayısı ile verdiği kararı

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

Etimoloji Sözlüğü, <https://www.etimolojiturkce.com> (Erişim Tarihi:25 Mart 2022)

<https://ufrad.org/hakkimizda> (Erişim Tarihi:26 Mart 2022)

<https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Mevzuat/4054-sayili-kanun> (Erişim Tarihi: 01 Nisan 2022)

[https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-\(2021-4-degisiklikleri-islenmis\)-20211108175938391-pdf/](https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-(2021-4-degisiklikleri-islenmis)-20211108175938391-pdf/) (Erişim Tarihi: 02 Nisan 2022)

<https://ufrad.org/hakkimizda> (Erişim Tarihi: 05 Nisan 2022)

[https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-\(2021-4-degisiklikleri-islenmis\)-20211108175938391-pdf/](https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-(2021-4-degisiklikleri-islenmis)-20211108175938391-pdf/) (Erişim Tarihi: 10 Nisan 2022)

https://www.medyatava.com/haber/starbucks-turkiye-demleme-cay-satisina-basladi_252298 (Erişim Tarihi: 12 Nisan 2022)

<https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 12 Nisan 2022)

<https://ufrad.org/aciklik-ilkeleri> (Erişim Tarihi: 06 Mayıs 2022)

<https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 06 Mayıs 2022)

<https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 06 Mayıs 2022)

[https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-\(2021-4-degisiklikleri-islenmis\)-20211108175938391-pdf](https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/tebligler/2002-2-sayili-teblig-(2021-4-degisiklikleri-islenmis)-20211108175938391-pdf) (Erişim Tarihi: 13 Mayıs 2022)

<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.4721.pdf> (Erişim Tarihi 13 Mayıs 2022)

<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6098.pdf> (Erişim Tarihi 13 Mayıs 2022)

<https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi 20 Mayıs 2022)

Model Tax Convention on Income and on Capital 2014.version_9789264239081-en <https://read.oecd-ilibrary.org/taxation/model-tax-convention-on-income-and-on-capital-2015-full-> (Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2022)

“Gelir ve Servet Üzerinden Alınan Vergilere İlişkin Model Anlaşma, Kısaltılmış Basım, 15 Temmuz 2014 Tarihindeki şekliyle”, Gelir İdaresi Başkanlığı, 2015, s. 202-210. https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/Mevzuat_DisIliskiler/OECD_Model_Yorum_Kitabi_2014.pdf (Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2022)

Rekabet Kurulu Kararı, Tarih: 24.01.2008, Dosya Sayısı: : 2007-3-189, Karar Sayısı: 08-08/81-23

<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=d76cb674-8458-4bec-9f20-a7663964bd5d> (Erişim Tarihi: 31 Mayıs 2022)

Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, Türk Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları
Merkezi.

<https://islamansiklopedisi.org.tr/ikale> (Erişim Tarihi: 05 Haziran 2022)

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Buse Naz BÜYÜKKALAY

Öğrenim Durumu

Yüksek Lisans: : İstanbul Aydın Üniversitesi
Özel Hukuk 2021-2022

Lisans: : TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Hukuk Fakültesi 2011-2016

Lise: : Antalya Metin Nuran Çakallıklı Anadolu Lisesi
2008-2011

Mesleki Deneyim

Tekirdağ Malkara Adalet Sarayı : Asliye Ceza Mahkemesi Hakim
Temmuz 2022-

İstanbul Çağlayan Adalet Sarayı : Terör Ağır Ceza Mahkemesi Üye
Hakim
Kasım 2018-Temmuz 2022

Antalya Adalet Sarayı : Stajyer Hakim
Ağustos 2017-Ekim 2018

Ankara Barosu : Stajyer Avukat
Haziran 2016-Haziran 2017

Güngör Hukuk Bürosu : Stajyer Avukat
Haziran 2016-Haziran 2017

Berlin Medical Fly GmbH : Erasmus Stajyer
Eylül 2015-Aralık 2015

Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş. : Stajyer
Aralık 2013-Nisan 2014

