

**İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ PROGRAMLAR ENSTİTÜSÜ**  
**HUKUK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMELERİ VE REKABET HUKUKU**  
**AÇISINDAN BU SÖZLEŞMENİN GEÇERSİZLİĞİ**

Tuğba VURAL  
119615020

Doç. Dr. Kerem Cem SANLI

İSTANBUL  
2022

Seçici Dağıtım Sözleşmeleri ve Rekabet Hukuku Açısından Bu Sözleşmenin  
Geçersizliği  
Selective Distribution Agreements and Invalidity of This Agreement Under  
Competition Law

Tuğba VURAL  
119615020

**Tez Danışmanı :** Doç. Dr. Kerem Cem SANLI  
İstanbul Bilgi Üniversitesi

**Jüri Üyeleri :** Prof. Dr. Mehmet Murat İNCEOĞLU  
İstanbul Bilgi Üniversitesi

**Dr. Öğr. Üyesi Çiçek ERSOY KEKEVİ**  
İstanbul Teknik Üniversitesi

Tezin Onaylandığı Tarih : 21.07.2022

Toplam Sayfa Sayısı : 188

Anahtar Kelimeler (Türkçe)

- 1) Seçici Dağıtım Sistemi
- 2) Seçici Dağıtım Sözleşmesi
- 3) Borçlar Hukuku
- 4) Rekabet Hukuku
- 5) Geçersizlik

Anahtar Kelimeler (İngilizce)

- 1) Selective Distribution System
- 2) Selective Distribution Agreement
- 3) Obligations Law
- 4) Competition Law
- 5) Invalidity

## ÖNSÖZ

Bu çalışma, İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde yüksek lisans tezi olarak yazılmıştır. Teze başlarken, bu süreci deneyimleyen birçok kişiden de duyduğum gibi bu tezi daha kolay bir şekilde yazacağıma inanıyordum. Bunun sebeplerinden birisi, tezi yazmaya oldukça hevesli olmamdı. Üstelik tezin yazılabileceği tüm süreyi disiplinli bir şekilde çalışarak geçirebileceğime güveniyordum. Ancak, teze başlamanın değil, tezi yazmanın da değil, teze son cümleyi yazarak tezi bitirebilmenin en zor şey olduğunu öğrenmiş oldum.

Teze başlamadan önce konumu çoktan seçtiğimi sanıyordum. Fakat, tezi yazmaya devam ettikçe danışmanım Doç. Dr. Kerem Cem Sanlı'nın değerli yorumları ve benim bu konudaki çalışma hevesimle birlikte konunun asıl inceleme alanı büyük ölçüde değişmiş oldu. Elbette her akademik çalışmanın kendine özgü güçlükleri bulunur. Benim çalışmamın en zor yönlerinden birisi, tez konumun çalışma devam ederken şekillenmesi oldu. Bununla birlikte, daha evvel Türk hukukunda seçici dağıtım sözleşmesinin rekabet hukuku alanı dışında incelenmemiş olması da zorlayıcıydı.

Bu tezi, bazı kısa dönemli aralıklar vererek ve avukatlık mesleğime devam ederek toplam bir buçuk senede tamamlayabildim. Dolayısıyla, bu sürede neredeyse işimden uzaklaştığım tüm zamanlarımı bu teze ayırarak geçirmek zorunda kaldım.

Bu süreçte, değerli yorumlarıyla tezin bel kemiğini oluşturmama yardımcı olan, yorumları ve fikirleri ile çalışmayı planladığımdan daha iyi bir şekilde sunmamı sağlayan Doç. Dr. Kerem Cem Sanlı'ya emekleri için teşekkür ediyorum.

Tezimin savunmasına katılarak, tezimle ilgili kıymetli fikirlerini paylaşan ve çalışmamda yön gösterici katkılarda bulunan Prof. Dr. Mehmet Murat İnceoğlu'na ve Dr. Çiçek Ersoy Kekevi'ye teşekkür ediyorum.

Bu tezi çoğunlukla, ailemden aldığım zamanlarda yazdım. Farklı şehirlerde yaşamamın da getirdiği zorluk ile fazlaca sabır gösterdikleri ve bugüne kadar bana sundukları her türlü destek için başta anneme ve babama olmak üzere aileme teşekkür ediyorum.

Bu tezi yazarken bu zorluğa benimle birlikte katlanan İstanbul'daki ailem olan başta Gökberk'e ve her ihtiyacım olduğunda yanımda olan arkadaşlarıma teşekkür ediyorum.

Avukatlık mesleğine başladığım günden itibaren gerek meslek hayatımda gerekse yüksek lisans sürecinde bana yol gösteren ve tezimi okuyarak değerli yorumlarını benimle paylaşan Av. Erdem Balkan'a teşekkür ediyorum.

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER .....	v
KISALTMALAR .....	ix
ÖZET.....	x
ABSTRACT .....	xi
GİRİŞ .....	1
1. BÖLÜM.....	5
SEÇİCİ DAĞITIM SİSTEMİ.....	5
1.1. GENEL.....	5
1.1.1. Dağıtım Kavramı.....	8
1.1.2. Bayi Kavramı .....	10
1.1.3. Seçici Dağıtım Sistemi.....	10
2. BÖLÜM.....	12
SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMELERİ.....	12
2.1. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN TANIMI.....	12
2.2. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN UNSURLARI .....	14
2.2.1. Bayinin Bağımsız Olması .....	14
2.2.2. Dikey İş Birliği.....	16
2.2.3. Seçici Dağıtım Ağı Kurulması.....	17
2.2.4. Bedel .....	19
2.3. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ ....	21
2.3.1. Seçici Dağıtım Sözleşmesinin Kendine Özgü Yapısı .....	21
2.3.2. Seçici Dağıtım Sözleşmesinin Sürekli Bir Borç İlişkisi Doğurması .....	28
2.3.3. Seçici Dağıtım Sözleşmesinin Çerçeve Sözleşme Olması.....	30
2.3.4. Seçici Dağıtım Sözleşmesinin Uygulamada Standart Sözleşme Olarak Kullanılması .....	32
2.4. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN ŞEKLİ .....	35
2.5. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN BENZER SÖZLEŞME TÜRLERİNDEN FARKLARI.....	38

2.5.1. Tek Satıcılık Sözleşmesinden Farkı .....	38
2.5.2. Acentelik Sözleşmesinden Farkı .....	43
2.5.3. Franchise Sözleşmesinden Farkı .....	46
2.6. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNDE TARAFLARIN HAK VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ .....	50
2.6.1. Sağlayıcının Yükümlülükleri .....	50
2.6.1.1. Münferit Satış Sözleşmeleri Akdetme Yükümlülüğü .....	50
2.6.1.2. Kriterleri Sağlamayan Yeniden Satıcıları Ağa Dahil Etmeme Yükümlülüğü .....	54
2.6.1.3. Sadakat Yükümlülüğü .....	55
2.6.1.3.1.Eşit Davranma Yükümlülüğü.....	58
2.6.1.3.2.Ürünlerin Kalitesini Garanti Etme Yükümlülüğü.....	59
2.6.1.4. Destekleme Yükümlülüğü.....	60
2.6.1.4.1.Gerekli Belge ve Malzemeleri Verme Yükümlülüğü ....	61
2.6.1.4.2.Bilgi Verme Yükümlülüğü.....	64
2.6.2. Bayinin Yükümlülükleri .....	67
2.6.2.1. Sözleşme Konusu Ürünleri Satın Alma Yükümlülüğü .....	67
2.6.2.1.1.Ürünleri Yalnızca Sağlayıcı ve Seçici Dağıtım Ağındaki Satıcılardan Satın Alma Yükümlülüğü .....	69
2.6.2.2. Seçici Dağıtım Ağı Dışında Kalan Yeniden Satıcılara Satış Yapmama Yükümlülüğü .....	70
2.6.2.3. Sağlayıcı Tarafından Belirlenen Kriterlere Uyuma Yükümlülüğü .....	73
2.6.2.4. Sürümü Artırıcı Pazarlamacı Faaliyetlerde Bulunma Yükümlülüğü .....	76
2.6.2.5. Sağlayıcının Menfaatlerini Koruma Yükümlülüğü.....	80
2.6.2.5.1.Sağlayıcıya Gerekli Bilgileri Verme Yükümlülüğü.....	81
2.6.2.5.2.Müşteri Hizmetlerini Yerine Getirme Yükümlülüğü.....	83
2.6.2.5.3.Sağlayıcının Talimatlarına Uyuma Yükümlülüğü .....	85
2.6.2.5.4.Sır Saklama Yükümlülüğü .....	89
2.7. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİ.....	90

2.7.1. Kendiliğinden Sona Ermesi.....	91
2.7.1.1. Sürenin Dolması.....	91
2.7.1.2. Ölüm, İflas ve Ehliyet Kaybı.....	93
2.7.1.2.1. Ölüm.....	94
2.7.1.2.2. İflas.....	95
2.7.1.2.3. Ehliyet Kaybı .....	95
2.7.2. Hukuki İşleme Sona Ermesi.....	96
2.7.2.1. İptali .....	96
2.7.2.2. Olağan Fesih.....	97
2.7.2.2.1. Genel .....	97
2.7.2.2.2. Şartları .....	98
2.7.2.2.3. Fesih Bildirim Süresi .....	100
i. Sözleşmede Fesih Bildirim Süresi Düzenlenmiş İse .....	100
ii. Sözleşmede Fesih Bildirim Süresi Düzenlenmemiş İse ....	101
2.7.2.3. Olağanüstü Fesih .....	103
2.7.2.3.1. Haklı Sebep .....	104
<b>3. BÖLÜM.....</b>	<b>108</b>
<b>REKABET HUKUKU MEVZUATININ SÖZLEŞMENİN</b>	
<b>GEÇERLİLİĞİNE ETKİLERİ .....</b>	<b>108</b>
3.1. GENEL.....	109
3.2. SEÇİCİ DAĞITIM ANLAŞMASININ REKABET ÜZERİNDEKİ	
ETKİSİ .....	110
3.2.1. Olumsuz Etkiler .....	110
3.2.1.1. Marka İçi Rekabetin Azalması .....	110
3.2.1.2. Markalar Arası Rekabetin Azalması .....	112
3.2.1.3. Pazarın Kapanması .....	114
3.2.2. Olumlu Etkiler.....	116
3.2.2.1. Bedavacılık Sorununun Çözülmesi .....	117
3.2.2.2. Marka İmajının Korunması .....	118
3.2.2.3. Yatırımların Garanti Altına Alınması ve Vazgeçme	
Probleminin Çözülmesi.....	119

3.2.2.4. Kalitenin Korunması veya Artırılması .....	120
3.3. MUAFİYET REJİMİ .....	121
3.3.1. Grup Muafiyeti.....	121
3.3.1.1. 2002/2 sayılı Tebliğ Kapsamında Seçici Dağıtım Anlaşmalarının İncelenmesi.....	122
3.3.1.1.1.Pazar Payı Eşiği .....	122
3.3.1.1.2.Seçici Dağıtım Anlaşmasını Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar .....	124
i. İnternet Satışı Sınırlamaları .....	129
3.3.1.1.3.Rekabet Etmeme Yükümlülüğü .....	138
3.3.2. Bireysel Muafiyet.....	140
3.3.2.1. Malların Üretim veya Dağıtımını ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması.....	142
3.3.2.2. Tüketicinin Yarar Sağlaması.....	143
3.3.2.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması.....	144
3.3.2.4. Etkinliğin Sağlanması ve Tüketici Faydası Amaçlarının Elde Edilmesi İçin Rekabetin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlandırılmaması 145	
3.4. REKABET HUKUKU MEVZUATININ SÖZLEŞMENİN GEÇERLİLİĞİNE ETKİSİ.....	146
3.4.1. Muafiyet Değerlendirmesi Yapılmayan Anlaşmalar Bakımından İnceleme .....	150
3.4.2. Muafiyet Rejiminin Sözleşmenin Geçerliliğine Etkisi .....	151
3.4.2.1. Muafiyet Süresinin Sona Ermesi.....	154
3.4.2.2. Muafiyetin Geri Alınması .....	155
3.4.2.3. Muafiyet Kararının Şarta Bağlanması.....	156
3.4.3. Kısmi Hükümsüzlüğün Uygulanması .....	156
<b>SONUÇ.....</b>	<b>159</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>165</b>

## KISALTMALAR

<b>2002/2 sayılı Tebliğ</b>	:	2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği
<b>2017/3 sayılı Tebliğ</b>	:	2017/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği
<b>AB</b>	:	Avrupa Birliği
<b>ABAD</b>	:	Avrupa Birliği Adalet Divanı
<b>dn.</b>	:	dipnot
<b>E.</b>	:	Esas
<b>E.T.</b>	:	Erişim Tarihi
<b>FSEK</b>	:	5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
<b>HD.</b>	:	Hukuk Dairesi
<b>HMK</b>	:	6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu
<b>K.</b>	:	Karar
<b>Kılavuz</b>	:	Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz
<b>m.</b>	:	madde
<b>p.</b>	:	paragraf
<b>RKHK</b>	:	4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
<b>s.</b>	:	sayfa
<b>SMK</b>	:	6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu
<b>Taslak Guideline</b>	:	European Commission, Commission Notice Guidelines on vertical restraints
<b>TBK</b>	:	6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu
<b>TKHK</b>	:	6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
<b>TMK</b>	:	4721 sayılı Türk Medeni Kanunu
<b>TTK</b>	:	6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu
<b>vd.</b>	:	ve devamı
<b>Yeni VBER</b>	:	2022/720 sayılı Avrupa Komisyonu Tüzüğü

## ÖZET

Seçici dağıtım sözleşmeleri, Türk hukukunda rekabet hukuku mevzuatında anılan bir sözleşmedir. Sistematik açıdan, dağıtım sözleşmelerinin alt başlığında yer alır. Diğer dağıtım sözleşmeleri gibi seçici dağıtım sözleşmesi de 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu (“TBK”) kapsamında düzenlenmemiş bir atipik sözleşmedir. Bu doğrultuda; tezin amacı, seçici dağıtım sözleşmelerinin özel hukuk açısından incelenmesidir. Seçici dağıtım sözleşmelerinin incelendiği bu çalışma temel olarak üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, seçici dağıtım sisteminden ve çalışma içerisinde anılacak diğer temel kavramlardan kısaca bahsedilecektir.

Tezin ikinci bölümünde, seçici dağıtım sözleşmeleri borçlar hukuku kapsamında incelenecektir. Bu inceleme içerisinde seçici dağıtım sözleşmeleri ile benzer sözleşme tipleri karşılaştırılarak seçici dağıtım sözleşmelerinin diğerleriyle benzerlikleri ve farklılıkları ele alınacaktır. Bununla birlikte, Türk borçlar hukuku çerçevesinde sözleşmeye doğrudan uygulanması gerekli ikincil mevzuat ve kıyasen uygulanması mümkün olan kanun hükümleri çerçevesinde tespitler paylaşılmıştır. Ayrıca, ikinci bölümde tarafların hak ve yükümlülükleri ele alınırken uygulamadaki sözleşme hükümleri ile genellikle karşılaşılan sorunlardan bahsedilmiştir.

Tezin üçüncü ve son bölümünde seçici dağıtım sözleşmeleri rekabet hukuku kapsamında incelenecektir. Üçüncü bölümün altında, sözleşmenin rekabete olumlu ve olumsuz etkileri ve seçici dağıtım sözleşmeleri ile sınırlı olmak üzere Türk rekabet hukukundaki muafiyet rejimi ele alınacaktır. Fakat, bu kısımlar muafiyet rejiminin sözleşmeyi nasıl hukuka uygun hale getirdiği kapsamı ile sınırlıdır. Üçüncü bölümün son kısmında, üçüncü bölümün yazılmasına asıl neden olan sorun ele alınacaktır. Bu doğrultuda, rekabet hukuku mevzuatının sözleşmenin geçerliliğine etkileri analiz edilmiştir.

Anahtar kelimeler: seçici dağıtım sistemi, seçici dağıtım sözleşmesi, borçlar hukuku, rekabet hukuku, geçersizlik.

## **ABSTRACT**

Under Turkish law, selective distribution agreements are mentioned in the competition legislation. Structurally, it is categorized under distribution agreements. As other distribution agreements, selective distribution agreements are innominate contracts, which are not regulated under the Turkish Code of Obligations numbered 6098. Therefore, the aim of this thesis is to examine selective distribution agreements in terms of private law. This study in which selective distribution agreements are analyzed, basically consists of three parts. In the first part, selective distribution systems and basic concepts are introduced briefly.

In the second part of this thesis, selective distribution agreements are examined within the context of obligations law. In this examination, selective distribution agreements are compared with similar agreement types to set forth their similarities and differences. In addition, secondary legislation to be applied directly to the agreement and laws that can be applied by analogy are expressed within the frame of Turkish law of obligations. In addition, the rights and obligations of the parties as well as sample clauses of the agreement and the problems in practice are discussed.

In the third and last part of this thesis, selective distribution agreements are examined within the context of competition law. Limited to the selective distribution agreement, positive and negative effects of this agreement on the competition and the exemption regime in Turkish competition law are explained in this part. However, these subtopics are also limited to the scope of how the exemption regime makes the agreement lawful. In the last title of the third part, which is the main purpose of analyzing this part, how competition law affects the validity of the agreement is discussed.

Key words: Selection distribution system, selective distribution agreement, obligations law, competition law, invalidity.

## GİRİŞ

Geleneksel anlayışa göre, seçici dağıtım sistemlerine konu olan ürünler genellikle marka imajı yüksek, lüks tüketime konu olan ürünlerdir. Bu ürünlerin hedef pazarını oluşturan alıcılar ise ürünleri genellikle ürünün imajı, satıcıların kendilerine sunduğu satış öncesi veya satış sonrası hizmetler nedeniyle tercih ederler. Söz konusu tüketim alışkanlığı nedeniyle, sağlayıcının tüm satış noktalarında tüketicinin beklediği performansı ve standardı sağlaması gerekir. Bu doğrultuda, sağlayıcı kendi standartlarına uyum sağlayabilecek yeniden satıcılardan oluşan bir sistem kurmakta ve ürünlerin bu satıcılar dışında başka satıcılar tarafından satılmasını engellemeye gayret etmektedir. Dolayısıyla, seçici dağıtım sistemlerinde sağlayıcı yalnızca kendi kriterlerini sağlayan yeniden satıcılardan oluşan kapalı bir devre oluşturur. Sağlayıcının böyle bir ağ kurmasındaki en önemli amaçlardan birisi kuşkusuz yeniden satıcıların ticari faaliyetlerini, kriterler aracılığıyla sınırlandırabilmektir.

Yeniden satıcılar ise söz konusu ağa dahil olarak yüksek segmentli diğer markalar ile rekabet etme imkânı bulur. Markanın imajı bu sistemde önemli olduğundan, genellikle aynı seçici dağıtım ağı içerisinde yer alan yeniden satıcıların ortak menfaati, markanın imajının korunmasına ve hatta geliştirilmesine katkı sağlamaktır. Bu ortak menfaat nedeniyle, aynı ağ içerisinde yer alan yeniden satıcılar arasındaki rekabet genellikle daha zayıftır. Bu rekabetin yerini, markalar arası rekabetin alması beklenir.

Seçici dağıtım sistemleri çoğunlukla *niche* yani özelleştirilmiş pazarlarda oluşur. Ürünlerin satışındaki işlem değeri yüksek olduğundan, sürümden değil yüksek kârdan dolayı ticari fayda artmaktadır. Genellikle seçici dağıtım sistemlerinde uygulanan marjlar, yoğun dağıtıma uygulananlara kıyasla daha yüksektir. Seçici dağıtım sistemlerinde, marka içi rekabet de zayıf olduğundan, yeniden satıcılar için sisteme girmek avantajlıdır. Ancak, sağlayıcının kriterlerine uyum sağlayabilmek için yeniden satıcının sisteme girerken genellikle yatırım

yapması gerekir. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sistemleri lüks ve kaliteli birtakım ürünlerin üretimini veya distribütörlüğünü yapan sağlayıcılar ile hukuki ilişkiye girmeden evvel büyük yatırımlar yapmayı göze alabilen yeniden satıcılardan oluşan gruplardır.

Endüstri ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ile özelleştirilmiş pazarların sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu gelişmelerden dolayı seçici dağıtım sistemlerinin kullanılması daha da yaygın hale gelmiştir. Özellikle yüksek değerli ve teknik açıdan karmaşık ürünlerin satışları için seçici dağıtım sisteminin tercih edildiği öğretilerde kabul edilmektedir. Fakat, esasen elektronik ticaretin yaygınlaşması ile farklı ürün pazarlarında da seçici dağıtım sistemini tercih etmek isteyen sağlayıcıların sayısı artmıştır. Zira, sağlayıcı, seçici dağıtım sisteminde uyguladığı kriterler ile yeniden satıcıların hem fiziki hem de internet satışlarını bazı kurallar dahilinde kontrol etme imkânına sahip olabilmektedir.

Seçici dağıtım sözleşmeleri, rekabet hukuku mevzuatında anılan bir sözleşme tipidir. Fakat, tabiatıyla aynı zamanda borçlar hukuku kurallarına tabidir. Yukarıda açıklanan gelişmeler ve nedenler dolayısıyla seçici dağıtım sözleşmeleri uygulamada her ne kadar yaygınlaşsa da özellikle borçlar hukuku kapsamında bu sözleşmelere özgü bir içtihat veya literatür oluşmamıştır. Bununla birlikte, öğretilerde de yaygın olarak dağıtım sözleşmeleri ana bir başlık olarak incelenmiştir. Ayrıca, tek satıcılık ve franchise sözleşmeleri de literatürde ayrı ayrı incelenmiş dağıtım sözleşmeleridir. Oysa seçici dağıtım sözleşmesi, günden güne uygulamada hem tek satıcılık sözleşmesi hem de franchise sözleşmesi gibi kullanımı yaygınlaşmış olmasına karşılık böyle bir inceleme henüz detaylı olarak Türk hukukunda yapılmış değildir. Seçici dağıtım sözleşmesi, dağıtım sözleşmesinin alt başlığında yer alsa dahi kendine özgü özellikleri bulunur. Bu nedenle, bu çalışma ile seçici dağıtım sözleşmelerinin borçlar hukuku çerçevesinde tanımı, unsurları, diğer dağıtım sözleşmeleri ile farklılıkları, tarafların sözleşmesel ilişkideki hak ve yükümlülükleri ile sözleşmenin sona erme şekillerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, TBK çerçevesinde seçici dağıtım sözleşmeleri ile benzer özellikler gösteren

sözleşme tipleri, seçici dağıtım sözleşmesi gibi kanunlarla düzenlenmemiş ancak öğretide incelenmiş diğer atipik sözleşmeler ve elbette TBK'nın genel hükümleri ve ilgili ikincil mevzuat incelenerek seçici dağıtım sözleşmeleri ele alınmıştır. Bu nedenle, incelenen kaynakların bir kısmı tek satıcılık sözleşmeleri ve franchise sözleşmeleri gibi farklı sözleşme tiplerini ele alan kaynaklardan oluşmaktadır.

Sözleşmenin TBK kapsamında incelendiği kısımlarda, tarafların hak ve yükümlülükleri ele alınırken uygulamadaki sözleşme hükümleri ile genellikle karşılaşılan sorunlardan bahsedilmiştir. Dolayısıyla, tez çalışması süresince uygulamada kullanılan seçici dağıtım sözleşmelerinden de faydalanılmıştır. Bununla birlikte, Rekabet Kurulu kararlarında bahsi geçen sözleşme hükümleri de borçlar hukuku sonuçları nedeniyle örneklendirilmiştir.

Diğer taraftan, seçici dağıtım sözleşmesinin tarafları olan sağlayıcı ile bayi arasındaki ilişki dikey bir anlaşma olarak kabul edildiğinden, seçici dağıtım sözleşmeleri rekabet hukukunun da değerlendirme konusudur. Örneğin, ilgili mevzuat kapsamında tarafların sözleşme içerisinde bulunduramayacağı hükümler açıkça sayılmaktadır. Özellikle sağlayıcının bayilerine getireceği kriterler bakımından gerek Türk hukukunda gerekse Avrupa Birliği ("AB") hukukunda önemli bir içtihat oluştuğu söylenebilir. Bu nedenle, rekabet hukuku mevzuatı, sözleşme serbestisini sınırlandıran kuralları barındırır. Tezin temel konusu sözleşmenin borçlar hukuku kapsamında incelenmesi olduğu için tez içerisinde rekabet hukuku mevzuatı sonuçları bakımından kapsamlı bir çalışma yapma amacı güdülmemiştir. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sözleşmelerinin neden rekabet hukukunun konusunu oluşturduğu ve hangi şartlar altında bu sözleşmeye izin verildiği kısaca incelenmiştir. Bu inceleme yapılırken, tarafların hak ve borçlarının rekabet hukuku mevzuatı ile nasıl sınırlandığı ele alınacaktır.

Bilindiği üzere, rekabet hukukunun temel konusunu idare hukuku kapsamındaki sonuçları oluşturmakla birlikte özel hukuk sonuçları da bulunur. Tez içerisindeki borçlar hukuku kapsamındaki incelemeye bir katkı sağlayacağı

düşüncesiyle rekabet hukuku mevzuatının yalnızca bu sözleşmenin geçerliliğine etkisi analiz edilmiştir. Rekabet hukuku mevzuatı kapsamında, gerek 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un ("RKHK") 2020 yılındaki değişikliği gerekse Rekabet Kurulunun uygulaması çerçevesinde kısaca muafiyet rejimi ve uygulanma biçimine göre sözleşmenin geçersizliğinin türü anlatılacaktır. Bu doğrultuda, rekabet hukuku mevzuatının sözleşme serbestisine müdahale ettiği haller örneklendirilecektir.

# 1. BÖLÜM

## SEÇİCİ DAĞITIM SİSTEMİ

### 1.1. GENEL

Bir sağlayıcının, temel amacı mallarını veya hizmetlerini son kullanıcıya ulaştırabilmektir. Sağlayıcı, faaliyetlerini etkin bir şekilde koordine edebilmek ve dolayısıyla ürünlerini son kullanıcılara verimli bir biçimde ulaştırabilmek için bir pazarlama stratejisi kurar<sup>1</sup>. Bu doğrultuda; sağlayıcının temel olarak iki tercihi bulunur. İlk ihtimalde; sağlayıcı üretimden itibaren dağıtım ve perakende satışı üstlenerek “dikey bütünleşme”<sup>2</sup> ile ürünlerinin son kullanıcılara ulaştırılmasını tercih edebilir. Dikey bütünleşme, üretim sürecinin birbirini takip eden aşamalarındaki girdi-çıktı alışverişinin teşebbüsün kendi bünyesinde gerçekleştirilmesidir<sup>3</sup>. Dikey bütünleşmeyi tercih eden bir teşebbüs, ürünlerini kendisi doğrudan son kullanıcıya ulaştıracığı için ürünlerinin tüketici ile ne şekilde buluşacağı hususunda tam kontrol sahibi olur. Ayrıca, bu yöntemle teşebbüsler genellikle işlem maliyetlerini azaltmayı da hedefler<sup>4</sup>.

Sağlayıcı, kimi zaman tercihen kimi zaman ekonomik zorunluluklar nedeniyle ürünlerini kendi eli ile değil bağımsız teşebbüsler aracılığıyla son kullanıcılara ulaştırır. Zira, sağlayıcının ürünlerini kendi eli ile son kullanıcıya ulaştırabilmesi için mali olanakları bulunmayabilir<sup>5</sup>. Örneğin; sağlayıcının ürünleri,

---

<sup>1</sup> Kortunay, *Pazarlamada Uygulanan Rekabet Stratejilerinin Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi*, sayfa ("s.") 3.

<sup>2</sup> Dikey entegrasyon

<sup>3</sup> Rekabet Kurumu, *Terimler Listesi* “Dikey Bütünleşme”, <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozluгу/terimler-listesi?icerik=d5542f9f-4870-40bc-8a6f-b508f1981526>; Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 8.

<sup>4</sup> Çınaroğlu, “Rekabet Hukukunda Dikey Birleşmeler: Etkinlik ve Rekabet”, s. 3; Whish ve Bailey, *Competition Law*, s. 657.

<sup>5</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 167, dipnot ("dn.") 147.

mağaza açıp fiziken pazarlamayı zorunlu kılıyor ise<sup>6</sup> sağlayıcı birden fazla bölgede bu işleri yürütmenin maliyetini karşılayamayabilir. Bu nedenle, sağlayıcı ürünlerini bir yeniden satıcı aracılığıyla satmayı tercih eder.

Diğer taraftan, sağlayıcı fiziki mağazalar açmanın maliyetini karşılayabiliyor olsa dahi birden fazla satış noktasını tek bir merkezden kontrol etmek zorunda kalacağından, satış noktalarını idare etmekte zorluk yaşayabilir. Oysa, sağlayıcı dağıtıcılar aracılığıyla ürünlerini satmayı tercih ederse, her dağıtıcı kendi satış noktasına odaklanabilir. Böylece, ürünlerin pazarlama ve satış faaliyetleri daha etkin yürütülebilir.

Etkinliğin artırılmasındaki diğer unsur ise çoğu zaman uzmanlık gerektiren pazarlama, dağıtım ve reklam gibi alanlara yoğunlaşmaktır<sup>7</sup>. Sağlayıcı eğer bu uzmanlığa sahip değil ise uzmanlaşmak için zaman, emek ve para harcamak yerine hali hazırda uzmanlaşmış dağıtıcılar aracılığıyla satışlarını gerçekleştirmeyi tercih edebilir. Böylece sağlayıcı, işlem maliyetlerini de azaltmış olur.

Ayrıca, sağlayıcı; hukukunu, sosyal yapısını, dilini veya pazar şartlarını bilmediği farklı piyasalarda ürünlerini satmayı istiyor olabilir<sup>8</sup>. Bu durumda sağlayıcı, çoğu zaman ürünlerin satışını yerel bir dağıtıcıyla gerçekleştirmek zorundadır<sup>9</sup>. Nitekim, bu yöntem ile sağlayıcı hem ürününü pazara daha etkin bir şekilde sokabilir hem de pazara giriş engellerini önemli ölçüde aşmış olur<sup>10</sup>.

Eğer sağlayıcı söz konusu gerekçeler ile maliyetlerini azaltabiliyor ve ürünlerinin dağıtımında etkinliğini artırabiliyor ise ürünlerinin son kullanıcılara

---

<sup>6</sup> Bu ürünler genellikle, tüketicinin mağazada deneyerek veya en azından görerek almayı tercih edeceği ürünlerdir. Motorlu araçlar, parfüm, cilt tonuna göre seçilen kozmetik ürünler, gözlük ve karmaşık teknolojik ürünler bunlara örnek olarak verilebilir.

<sup>7</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 167, dn. 147.

<sup>8</sup> Sanlı, s. 167, dn. 147; Goyder, *EU Distribution Law*, s. 198.

<sup>9</sup> Goyder, *EU Distribution Law*, s. 198.

<sup>10</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 167, dn. 147.

üçüncü kişiler eliyle ulaştırılması için bir organizasyon yapısı kurar. Bu durumda, sağlayıcı “dikey ilişki” kurmak suretiyle dağıtım sistemi oluşturmuş olur. Dikey ilişki; üretim zincirinin sağlayıcı, üretici, dağıtıcı gibi farklı aşamalarında bulunan teşebbüsler arasındaki ilişkilere<sup>11</sup>. Örneğin; üreticinin toptancı ile veya toptancının perakendeci ile arasındaki ilişki dikey ilişki olur.

Dikey ilişkiler, ürünün ve pazarın yapısına göre çeşitli sözleşme tipleri ile kurulabilir. Bu sözleşme tipleri, taraflar arasındaki ticari ilişkinin şartlarına göre şekillenir<sup>12</sup>. Örneğin, sağlayıcı perakende dağıtım anlaşması akdediyorsa, son kullanıcı ile arasındaki teması azaltacağından, dağıtım üzerindeki hakimiyeti azalır. Zira, sağlayıcının ürününün son kullanıcıya nasıl ulaşacağı artık dağıtıcının satış stratejisine bağlı olacaktır. Bu doğrultuda; son kullanıcı, ürünü alırken doğrudan dağıtıcı ile muhatap olduğundan, dağıtıcının markanın ve ürünün itibarı üzerindeki etkisi oldukça önemlidir. Bu nedenle, özellikle ürünün marka değeri yüksek bir ürün olduğu hallerde dağıtıcının olumsuz kararlar alması sağlayıcının markasına ve dolayısıyla sağlayıcıya zarar verebilir<sup>13</sup>.

Diğer taraftan, dağıtıcının, sağlayıcıya zarar verecek şekilde kararlar alması çok nadir rastlanacak bir durum değildir. Zira, temelde sağlayıcı ile dağıtıcının menfaatleri birbirlerinden farklıdır. Sağlayıcı, markasının uzun dönem menfaatini dikkate alarak ticari kararlar verirken, dağıtıcı genellikle kısa dönem kâr maksimizasyonunu elde etmek için kararlar verir<sup>14</sup>. Bu nedenle, sağlayıcı markasının ve ürünlerinin hem devamlılığını hem de itibarını düşünerek dağıtıcıya müdahale etmek, onun davranışlarını kontrol etmek ister. Örneğin, sağlayıcı satış politikasına göre, müşterileri veya satış bölgesini sınırlandırabilir.

---

<sup>11</sup> Sanlı ve Ardıyok, *Şirketler İçin Rekabet Hukuku Rehberi*, s. 40.

<sup>12</sup> Hammaddede temin anlaşmaları gibi anlaşmalarda da dikey ilişki kurulmuş olur. Ancak burada, sağlayıcı ürününün son kullanıcıya nasıl ulaştığı ile ilgilenmeyebilir ve dikey ilişki içerisinde olduğu diğer teşebbüs ile sözleşmesini tıpkı bir satış sözleşmesi gibi akdedebilir. Bkz. Sanlı, “*Rekabet Hukukçusu Gözüyle Dağıtım İlişkilerindeki İktisadi Gelişmeler ve Rekabet Kurulu Kararları Işığında Dikey Sınırlamalara Yaklaşım*”, s. 5.

<sup>13</sup> Sanlı, “*Rekabet Hukukçusu Gözüyle Dağıtım İlişkilerindeki İktisadi Gelişmeler ve Rekabet Kurulu Kararları Işığında Dikey Sınırlamalara Yaklaşım*”, s. 7.

<sup>14</sup> Sanlı, s. 7.

İşte dikey ilişkideki teşebbüsler arasında belirli mal ve hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı koşullarının belirlenmesi amacıyla getirilen her türlü sınırlamalar, dikey sınırlamalar olarak adlandırılır<sup>15</sup>. Dikey sınırlamaların genel olarak, belirli bir seviyedeki pazar gücünü artırabileceği, giriş engellerini yükseltebileceği, uyumlu eylemi kolaylaştırabileceği, rakiplerin maliyetini yükseltebileceği ileri sürülmektedir<sup>16</sup>. Söz konusu rekabeti sınırlayıcı etkiler nedeniyle dikey müdahaleler, rekabet hukukunun inceleme konusudur. Zira, RKHK'nın “*Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar*” başlıklı 4. maddesine göre, bir piyasada rekabeti engelleme, bozma veya kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkinliği doğurabilecek her türlü anlaşma hukuka aykırı ve yasaktır.

### 1.1.1. Dağıtım Kavramı

Üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalara dikey anlaşmalar denilmektedir<sup>17</sup>. Dikey anlaşmaların en yaygın türü dağıtım anlaşmalarıdır. Dağıtım kavramı, bir malın üretiminden nihai kullanıcıya erişinceye kadar kat ettiği yolda gerçekleşen tüm ilişkiler, faaliyetler ve yöntemler olarak ifade edilmektedir<sup>18</sup>. Dağıtım anlaşmaları

---

<sup>15</sup> Aşçıoğlu Öz, “Rekabet Hukukunda Dikey Anlaşmalar”, s. 2; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 8; Karaman Coşkun, dikey sınırlamayı “*dikey anlaşma ya da uyumlu eylem ile getirilen ve ilgili pazardaki rekabeti etkileyebilecek; amaç ya da etki olarak rekabeti engelleyici, kısıtlayıcı ya da ızzar edici nitelikte olan kısıtlamalar*” olarak tanımlamıştır. Bkz. Karaman Coşkun, “Rekabetin Dikey Kısıtlanması”, s. 9.

<sup>16</sup> Yavuz, “*Amerikan Antitröst Hukukunda Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi Sorunu: Per Se veya Rule of Reason*”, s. 16.

<sup>17</sup> Resmî Gazete, 2002/2 sayılı *Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği*, madde (“m.”) 2.

<sup>18</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 6; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 3; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 51; Sak, “Bir Üst Kavram Olarak Dağıtım Sözleşmeleri ve Bunlara Özgül Denkleştirme İstemi Sorunu”, s. 5; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 1.

ise bir ürünün üretimden son kullanıcıya ulaşıncaya kadar geçtiği aşamaları birbiriyle birleştiren anlaşmalar olarak anılır<sup>19</sup>.

Dağıtım anlaşmasının tarafları sağlayıcı ve dağıtıcıdır. Sağlayıcı; üretici, toptancı veya ithalatçı olabilir. Dağıtıcı ise, başka bir teşebbüse ait malların sürümünü desteklemeyi üstlenen kişi olarak tanımlanır<sup>20</sup>. Böylelikle, dağıtım anlaşması daha geniş bir ifadeyle; sağlayıcının bağımsız olarak faaliyet gösteren bir dağıtıcıya karşı sürekli olarak yeniden satışı için mal temin etme yükümlülüğünü üstlendiği, dağıtıcının da temin ettiği ürünleri satma riskini üstlendiği sözleşme olarak nitelendirilebilir<sup>21</sup>. Somutlaştırmak gerekirse; bir içecek üreticisi, ürünlerini tüketicilere ulaştırmak amacıyla bir toptancı ile anlaşarak söz konusu pazar içerisinde ürünlerinin dağıtılmasını sağlayabilir. Bu kapsamda, sağlayıcının toptancı ile yaptığı anlaşma, klasik bir dağıtım anlaşmasıdır.

Sağlayıcı, dağıtıcılar ile pazarlama modeline uygun olarak kurduğu dağıtım sistemi kapsamında dağıtım anlaşmaları yapar. Bu nedenle, sağlayıcının kurduğu dağıtım sistemine göre dağıtım sözleşmeleri farklılaşır. Sağlayıcı ürününün niteliğine ve özelliklerine göre, ürününün daha fazla satıcı aracılığıyla son kullanıcılar ile buluşmasını isteyebilir. Aynı şekilde, sağlayıcı ürünün lüks olmasından, marka imajının yüksek olmasından veya ürünün satış sonrası hizmetlere ihtiyaç duymasından dolayı yalnızca belirli standartları sağlayan bir kesim yeniden satıcı tarafından da satılmasını isteyebilir. Örneğin; eğer sağlayıcının ürünü bir teknoloji ürünü ise, sağlayıcı satış öncesi veya satış sonrası hizmetleri

---

<sup>19</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 167, dn. 148; Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 7. Aslan, dağıtım anlaşmalarını, bir ürünün üretimden son tüketiciye ulaşıncaya kadar geçtiği aşamaları birbirleriyle birleştiren ve üretilmiş olan bir ürünün alıcılarına ulaştırılmasında uygulanan pazarlama şekillerini kapsayan anlaşmalar olarak tanımlamaktadır. Bkz. Aslan, *Rekabet Hukuku*, s. 473. Topçuoğlu, dağıtım anlaşmalarını, sağlayıcının, dağıtıcıya karşı, sürekli olarak yeniden satmak amacıyla mal temin etme yükümlülüğünü üstlendiği sözleşme olarak tanımlamaktadır. Bkz. Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 49.

<sup>20</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 6.

<sup>21</sup> Yalçinkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 10.

verebilecek yetkinlikte çalışanları olan dağıtıcılar ile dağıtım anlaşması akdetmek isteyebilir. Bu kapsamda, dağıtım sistemine göre akdedilen sözleşme içerisinde tarafların hak ve yükümlülükleri de değişecektir.

### 1.1.2. Bayi Kavramı

Bayi kelimesinin anlamı, belirli maddeleri satma izni olan kimse, dükkân veya kuruluşur<sup>22</sup>. Türk hukukunda, sağlayıcının ürünlerini düzenli olarak satmaktan ziyade, onun dağıtım sistemine entegre olarak uzun süreli sözleşme temeline dayalı bir ilişki kuran dağıtıcıya bayi denilmektedir<sup>23</sup>. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sistemi kavramı ele alınırken sözleşmelerde dağıtıcı (veya yeniden satıcı) taraf için bayi terimi kullanılacaktır<sup>24</sup>.

### 1.1.3. Seçici Dağıtım Sistemi

Sağlayıcı bazı koşullarda markasının ve ürünün uygunluğuna göre, ürünü satacak yeniden satıcıyı belirli özelliklere göre seçerek belirlemek isteyebilir. Ürün çeşidine göre, bayilerin bilgi ve becerisinin pazarlamadaki rolü, tüketicilerin satış öncesi ve satış sonrası hizmetlere olan ihtiyacı dikkate alınır<sup>25</sup>. Seçici dağıtım sistemi, sağlayıcının markasının imajını ve değerini ön plana koyan, ürünün niteliklerine göre seçilen bayiler tarafından faaliyetlerin yürütüldüğü ve bu bayilerin sağlayıcı tarafından yetkilendirilmemiş satıcılara ürün satmalarını engelleyebilen bir dağıtım sistemidir<sup>26</sup>. Böylece, seçici dağıtım sistemi ile sadece

---

<sup>22</sup> Türk Dil Kurumu, Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi (“E.T.”) 19.02.2022, Sak, “Bir Üst Kavram Olarak Dağıtım Sözleşmeleri ve Bunlara Özgül Denkleştirme İstemi Sorunu”, s. 20.

<sup>23</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 8.

<sup>24</sup> Bayilik sözleşmeleri, öğretide dağıtım sözleşmesinin bir alt kavramı olarak anılır. Bayilik sözleşmesi, dağıtım sözleşmesinin bir türü olmasına karşılık bayilik sözleşmesinde tarafların birbirleri ile ticari entegrasyonunun daha fazla olduğu kabul edilir. Seçici dağıtım sözleşmesini de bu nedenle, bayilik sözleşmesinin bir türü olarak değerlendirmek mümkündür.

<sup>25</sup> Koç, *AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları*, s. 39.

<sup>26</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 22.

sağlayıcı tarafından seçilen bayilerin oluşturduğu kapalı bir ağ tarafından ürünün satılması mümkün hale gelir.

Seçici dağıtım sistemleri nitel ve nicel seçici dağıtım sistemi olarak iki şekilde uygulanabilir. Nitel seçici dağıtım sistemlerinde, bayiler sağlayıcılar tarafından belirlenen objektif niteliksel standartlara göre belirlenir. Bu standartlar; satıcı ve personelinin nitelikleri, satış noktasının konumu ve görünüşü, asgari ciro kapasitesi, satış öncesi ve sonrası servis ve tamir hizmetleri, bazı promosyon faaliyetlerine katılım hakkında olabilir<sup>27</sup>. Nicel seçici dağıtım sistemlerinde ise, bayiler seçilirken asgari ya da azami satış miktarı şartı ya da bayilerin sayısının doğrudan tespit edilmesi gibi bayilerin potansiyel sayısını sınırlayan birtakım nicel kriterler uygulanır<sup>28</sup>.

Bayilere uygulanan kriterler, genellikle ürünün çeşidine göre farklılık gösterir. Geleneksel anlayışa göre, seçici dağıtım sistemlerinin konusu genellikle kozmetik ürünleri, parfüm, çikolata, araba, teknolojik ürünler gibi lüks, marka imajı yüksek, sağlayıcının *know-how*'ına gerek duyulan, müşteri hizmetleri ya da destek hizmetler gerektiren veya özel saklama koşulları gerektiren ürünlerden oluşmaktadır<sup>29</sup>. Ancak, seçici dağıtım sisteminin uygulanması ile sağlayıcı bayi ağını kendisi seçerek oluşturabildiğinden, seçici dağıtım sistemleri gün geçtikçe daha fazla tercih edilmektedir. Bu nedenle, seçici dağıtım sistemlerinde dağıtıma konu ürün çeşidi günden güne artmaktadır.

Sağlayıcının, kriterleri sağlayarak seçici dağıtım ağına dahil olan her bir bayi ile yaptığı sözleşmelere, seçici dağıtım sözleşmeleri denilir. Seçici dağıtım sözleşmesinin tarafı olan bayiler söz konusu ağ içerisinde diğer yetkili satıcılar ile

---

<sup>27</sup> Koç, "AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları", s. 17.

<sup>28</sup> Rekabet Kurumu, *Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz* ("Kılavuz"), paragraf ("p.") 171

<sup>29</sup> Whish ve Bailey, *Competition Law*, s. 680; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 24; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 32; Mihailă, "The Selective Distribution Agreement", s. 92; Yalçınkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", s. 5.

alışveriş yapmakta özgür olmakla birlikte, ağ dışındaki yeniden satıcılara ürünleri satamazlar. Sağlayıcı ise getirdiği standartları karşılamayan yeniden satıcılara ürün satmamayı kabul eder. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sözleşmesi, diğer dağıtım sözleşmelerinden farklı olarak taraflara aşağıdaki hak ve borçları sunar:

- Sağlayıcı, ürünleri yeniden satıcıya satmakla ve seçici dağıtım ağı dışındaki diğer kişilere ürünleri satmamakla yükümlüdür.
- Bayi, ürünleri seçici dağıtım ağı içerisinde bulunan bir teşebbüse veya son kullanıcılara satabilir, bağımsız bir yeniden satıcıya ürün satamaz ve sözleşme süresi boyunca sağlayıcı ile anlaşılan kriterlere uymakla yükümlüdür.

Görüleceği üzere, seçici dağıtım sistemlerinin özellikleri nedeniyle, sağlayıcının ve bayinin seçici dağıtım sözleşmesine özgü yükümlülükleri bulunur. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmeleri borçlar hukuku bakımından standart bir dağıtım sözleşmesine göre daha farklı sonuçlar doğurabilecektir.

Diğer taraftan, seçici dağıtım sözleşmesi içerisinde yer alan dikey kısıtlamalar nedeniyle, rekabeti sınırlayıcı bazı etkiler doğurur. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmelerinin kurulması ve uygulanması hakkında hem borçlar hukuku bakımından hem de rekabet hukuku bakımından değerlendirme yapılmalıdır.

## **2. BÖLÜM**

### **SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMELERİ**

#### **2.1. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN TANIMI**

Tandoğan tek satıcılık sözleşmelerinin; üretim özellikleri olan, belli bir müşteri çevresi bulunan, piyasada tanınmış bir markaya sahip olan yüksek değerli, teknik açıdan karmaşık ve seri halinde imal edilen veya lüks ürünlerin pazarlamasını ve sürümünü artırmayı sağlamak üzere piyasa ekonomisindeki

gelişmeler sonucunda ortaya çıkmış bir sözleşme çeşidi olduğunu belirtmiştir<sup>30</sup>. Benzer bir yorum seçici dağıtım sözleşmeleri için de yapılabilir. Zira, sağlayıcının ürünü açıklandığı gibi belirli bir alıcı grubuna hitap eden marka değeri yüksek bir ürün ise, genellikle tek satıcılık sözleşmesi veya seçici dağıtım sözleşmesi akdedilmektedir.

Seçici dağıtım sözleşmesi, seçilmiş yeniden satıcılardan oluşan bir dağıtım ağı kurmak amacıyla, alıcılara sistem dışına mal vermeme yükümlülüğünün getirildiği, çeşitli seviyedeki yeniden satıcılar ile sağlayıcı arasında düzenlenen dağıtım sözleşmeleridir<sup>31</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinde; sağlayıcı bayiye belirli kriterleri sağladığı için seçer ve bu kriterleri sağlamayan diğer teşebbüsleri ağa dahil etmemeyi taahhüt eder, bayi ise bu kriterleri sözleşme süresi boyunca sağlamayı ve son kullanıcılar dışında yalnızca ağ içerisinde yer alan yeniden satıcılara ürünlerin satışını yapmayı taahhüt eder.

Bayinin kriterlere uyma yükümlülüğünün içeriği somut olaya göre değişkenlik gösterir. Zira, kriterler her seçici dağıtım ağı bakımından değişeceğinden, bayinin sahip olması gereken özellikler, dolayısıyla taahhütleri değişecektir. Örneğin; ürün bir teknoloji ürünü ise satış öncesi ve sonrası hizmetler önemli olacağından, personel nitelikleri önem kazanacaktır. Fakat ürün bir kozmetik ürünü ise mağazanın konumu ve görünüşü; ürün bir mücevher ise bayinin ciro kapasitesi önem kazanabilir. Ancak her durumda, bayinin özellikle kriterlere uyma yükümlülüğü, dolaylı olarak sağlayıcının markasının itibarını koruma yükümlülüğü getirir.

Diğer taraftan, özellikle niteliğe dayalı seçici dağıtım sistemlerinde, sağlayıcı, ürünlerinin bayiler tarafından üst düzeyde pazarlanmasını ve markasının değerinin korunarak dağıtımın yürütülmesini sağlamak amacıyla seçici dağıtım sistemini

---

<sup>30</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 28.

<sup>31</sup> Koç, “*AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları*”, s.15; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 22.

kurar<sup>32</sup>. Dağıtıcının sisteme girmesindeki en önemli nedeni ise sağlayıcı tarafından getirilen kriterleri sağladığı sürece dağıtım faaliyetlerini sağlayıcının desteğini alarak sürdüreceğinden, sisteme girmek için yaptığı yatırımların karşılığını kısa sürede alacağına inanmasıdır<sup>33</sup>. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmelerinde sağlayıcının bayinin menfaatlerini koruma yükümlülüğü bulunurken, bayinin ise sağlayıcıya karşı sadakat yükümlülüğü ve ürünlerin sürümünü artırma yükümlülüğü bulunur.

## **2.2. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN UNSURLARI**

Seçici dağıtım sözleşmesinin meydana gelebilmesi için bazı unsurların bir arada bulunması zorunludur. Bu unsurlar temel olarak dört başlık altında incelenebilir. Bunlar; bayinin bağımsız olması, dikey iş birliği, seçici dağıtım ağının kurulması ve bedeldir.

Seçici dağıtım sözleşmesi, dağıtım sözleşmelerinin alt başlığında yer alan bir sözleşme türü olduğu için diğer dağıtım sözleşmeleri ile ortak unsurları bulunur. Bayinin bağımsız olması, dikey iş birliği ve bedel diğer dağıtım sözleşmeleri için de unsur olarak sayılabilir. Ancak, seçici dağıtım ağının kurulması, seçici dağıtım sözleşmelerine özgü bir unsurdur. Seçici dağıtım sözleşmesinin unsurları, aşağıda kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

### **2.2.1. Bayinin Bağımsız Olması**

Dağıtım sözleşmelerinde bayinin satacağı ürünlerden elde ettiği kâr, bayinin gelirini oluşturur. Eğer bayi giriştiği ticari faaliyette zarara uğrarsa, zarar tamamen kendisine aittir. Başka bir deyişle, bayi ticari faaliyeti bakımından rizikoyu kendisi

---

<sup>32</sup> Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 11.

<sup>33</sup> Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 32.

üstlenmektedir<sup>34</sup>. Dolayısıyla dağıtım sözleşmelerinde, bayi kendi adına ve hesabına çalışan bağımsız bir teşebbüstür<sup>35</sup>. Bayinin bağımsız bir teşebbüs olması, bayiye bir acenteden ve komisyoncudan ayıran en önemli farklılıktır<sup>36</sup>.

Bayinin, ticari faaliyetteki riski üstlenmesi, sağlayıcının ürünlerinin dağıtımından kaynaklanan riski dağıtmasına yardımcı olur<sup>37</sup>. Fakat, diğer dağıtım sistemlerinde de olduğu gibi, seçici dağıtım sistemlerinde sağlayıcı getirdiği dikey sınırlamalar ile bir yandan bayinin bağımsızlığına müdahale etmektedir. Seçici dağıtım sözleşmelerinde, sağlayıcının temel olarak iki bakımından bayinin bağımsızlığına müdahale ettiği söylenebilir. Öncelikle, sağlayıcı tarafından bayiye belirli standartlara uyma yükümlülüğü getirilmektedir. Bayi bu sisteme dahil olabilmek için bu standartları kendi ticari faaliyetine entegre eder. Dolayısıyla, belirlenen standartlara uyma yükümlülüğü bayinin ticari faaliyetinde bağımsız kararlar almasını sınırlandırabilir. Bu nedenle, burada bahsedilen bağımsızlık sağlayıcının getirdiği standartlarla sınırlı bir bağımsızlık olur.

İkinci olarak, sağlayıcı kapalı bir seçici dağıtım ağı kurmak suretiyle bu sistemi inşa eder. Sistemin yapısı gereği, bayinin söz konusu ağındaki yeniden satıcılara ürün satışı yapması da yasak olduğundan, yine ticari faaliyetini bu

---

<sup>34</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 15; Kırca, “Franchise Sözleşmeleri”, s. 24; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 8; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 52; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 20.

<sup>35</sup> Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 59; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 22; Sak, “Bir Üst Kavram Olarak Dağıtım Sözleşmeleri ve Bunlara Özgül Denkleştirme İstemi Sorunu”, s. 71; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 15; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 7. Bayinin kendi adına ve hesabına hareket etmesinin doğal bir sonucu olarak, bayinin sağlayıcıyı temsil hakkı da yoktur ve sağlayıcı adına faaliyette bulunamaz. Bkz. İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 16.

<sup>36</sup> Erdem, “Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Tazminatı (Müşteri Tazminatı)”, s. 95; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 23; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 53; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 15.

<sup>37</sup> Bkz. Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 7; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 25; Genç, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, s. 153; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 53.

kapsamda sınırlandırması gerekir. Bahsi geçen sınırlamalar nedeniyle sağlayıcı bayinin bağımsızlığına müdahale etse de masrafları ve zararı kendisi üstlendiği için bayinin bağımsızlığı zedelenmeyecektir<sup>38</sup>. Ancak, sağlayıcının söz konusu sınırlamalar ile bayinin ticari faaliyetine birçok alanda dahil olduğu kabul edilmelidir. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmelerinde sağlayıcı ile bayi arasında klasik bir dağıtım sözleşmesinden daha fazla bütünleşme ve iş birliği olduğu söylenebilir.

### 2.2.2. Dikey İş Birliği

Sağlayıcının ürünlerini bir satış sözleşmesi ile üçüncü kişilere satmak yerine bayilerine dikey sınırlamalar getirerek bir dağıtım sistemi kurmasının temel sebebi, dikey bir iş birliği elde etmek istemesidir. Zira, sağlayıcının bayilerini iş birliğine dahil etmesi, kimi zaman etkinliğin artırılması ve markaya ilişkin uzun vadeli planların gerçekleştirilebilmesi için zorunludur.

Sağlayıcının diğer dağıtım sistemleri yerine seçici dağıtım sistemini tercih etmesinin en önemli sebeplerinden birisi ise imaj birliği yaratmaktır<sup>39</sup>. İmaj, bir işletmenin toplumda, kamuoyunda sahip olduğu ün, güvenilirlik, görünüş ve müşteri çevresi gibi değerlerin toplamıdır<sup>40</sup>. Sağlayıcının imaj birliğini kurabilmesi için, bayilerinin de iş birliği içerisinde hareket etmesi gerekir. Bu nedenle, sağlayıcı kriterlere uyabilen bayileri seçerek iş birlikçi bir grup oluşturmaya çalışır.

Sağlayıcının talep ettiği iş birliğine dahil olmak bayinin de lehinedir. Zira, seçici dağıtım sistemi üyeleri, sağlayıcı ile iş birliği içerisinde, pazardaki rakipleri karşısında bir “grup” oluşturarak büyük bir çalışma ve rekabet birliği meydana

---

<sup>38</sup> Genç, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, s. 53; Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması*, s. 7; Kırca, “Franchise Sözleşmeleri”, s. 25; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 9; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 20.

<sup>39</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 15.

<sup>40</sup> Eren, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 904; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 12.

getirirler<sup>41</sup>. Böylece, bayiler iş birliğine dahil olarak markalar arasındaki rekabetin artırılmasına katkıda bulunurlar. Diğer taraftan, sistemin her üyesinin olumlu ve olumsuz davranışı sistemi etkileyeceğinden, sistem üyeleri arasında da bir menfaat birliğinden bahsedilir<sup>42</sup>. Bu nedenle, hem sağlayıcı ile bayi arasında dikey iş birliği oluşur hem de sistemdeki diğer bayiler arasında menfaat birliği meydana gelir. Dolayısıyla, dağıtım sistemleri markalar arası rekabeti teşvik ederken, marka içi rekabeti genellikle zayıflatır.

Belirtmek gerekir ki seçici dağıtım sistemine dahil olan bir bayi sözleşmede aksi kararlaştırılmadığı sürece rakip markaların ürünlerini de satabilir<sup>43</sup>. Böyle bir durumda rakip ürünleri satan bir bayi, birbiri ile rakip olan seçici dağıtım sistemlerine eş zamanlı olarak dahil olmuş olur. Rakip ürünleri satan bir bayinin, söz konusu sağlayıcılara sadakatinin zayıf olduğu ileri sürülebilir. Ancak, bayi sözleşmesel yükümlülükleri nedeniyle markanın kriterlerine uymaya devam etmek zorundadır. Diğer yandan, bayinin sözleşmesel ilişkiden dolayı sağlayıcıya bir sadakat yükümlülüğü de bulunur. Bu nedenle, bayinin rakip markaları satması, dikey iş birliğini zedelese dahi ortadan kaldırmaz. Uygulamada böyle bir durumda, her bir sağlayıcıya ait markalı ürünler mağazada ayrı bir alanda veya stantta konumlandırılır ve rakip markalardan ayrıştırılması sağlanır.

### **2.2.3. Seçici Dağıtım Ağı Kurulması**

Seçici dağıtım sözleşmeleri, sağlayıcının kurduğu seçici dağıtım sistemine dahil olacak bayiler ile akdedilen sözleşmelerdir. Dolayısıyla, seçici dağıtım sözleşmesinin söz konusu olabilmesi için sağlayıcının bir seçici dağıtım ağı kurmuş olması gerekir. Bu unsur, seçici dağıtım sözleşmelerini diğer dağıtım sözleşmelerinden ayıran ön önemli unsurdur.

---

<sup>41</sup> Eren, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 904.

<sup>42</sup> Eren, s. 904.

<sup>43</sup> Uygulamada, halihazırda çok markalı ürün satan yeniden satıcılar haricinde genellikle bayiye rekabet etmeme yükümlülüğü getirilir.

Seçici dağıtım ağının kurulabilmesi için, sağlayıcının öncelikle ürünün ve markasının ihtiyaçlarına göre, seçeceği bayilere ilişkin seçim kriterleri belirlemesi beklenir. Daha sonra, sağlayıcı bu kriterlere göre seçeceği teşebbüsleri ağa dahil eder.

Seçim kriterleri nitel kriterler ve nicel kriterler olmak üzere ikiye ayrılır:

- i) **Nitel Kriterler:** Bayinin kendisi, satış noktası ve personeli ile ilgili bazı nitelikleri öngören, yeniden satıcıların sayısını doğrudan sınırlamayan kriterler, nitel kriterlerdir<sup>44</sup>. Bu kriterler; personelin bilgi ve donanımı, satıcının cirosu, mağaza büyüklüğü, mağazanın lokasyonu veya satış sonrası garanti hizmetlerinin sunulması hakkında olabilir.
- ii) **Nicel Kriterler:** Asgari ya da azami satış miktarı öngören veya yeniden satıcıların toplam sayısını sınırlayan kriterler, nicel kriterlerdir<sup>45</sup>.

Sağlayıcı kimi zaman hem nitel hem de nicel kriterleri aynı anda uygulamak isteyebilir. Örneğin, sağlayıcı yeniden satıcıların toplam sayısını belirlemiş ise bu sayı aşıldıktan sonra nitel kriterleri karşılasalar dahi diğer teşebbüsleri ağa dahil etmeyebilir. Borçlar hukuku bakımından, sözleşme yapma serbestisi çerçevesinde genel hükümlere uygun olduğu ölçüde bu kriterler getirilebilir<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 43.

<sup>45</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, s. 43.

<sup>46</sup> Diğer taraftan, seçici dağıtım sisteminin rekabet hukuku riskleri nedeniyle, getirilen kriterlerin rekabet hukuku kapsamında da analiz edilmesi gerektiğinden bahsetmiştik. Rekabeti sınırlayıcı muhtemel etkilerinin değerlendirilmesinde nicel seçici dağıtım ile nitel seçici dağıtım arasında bir ayırım yapılır ve nitel seçici dağıtımın rekabeti daha fazla sınırladığı kabul edilir. Bu nedenle, özellikle nitel kriterlerinin rekabet hukukuna uygun olması için, ürünün etkin dağıtımını ve markanın korunması için gerekli ve ölçülü olması gerekir. Nitel kriterler ile nicel kriterlerin birlikte uygulanması halinde ise söz konusu uygulamanın gerekli ve ölçülü olduğu ve rekabeti olması gerekenden daha fazla sınırlayıcı etkilerinin bulunmadığının analiz edilmesi gerekecektir. Rekabet Kurulu, kozmetik sektöründe akdedilecek bir dağıtım sözleşmesinde, sağlayıcının nitel kriterler ile nicel kriterleri birlikte uygulanabileceğine ilişkin dağıtım sözleşmesi hakkında yaptığı muafiyet başvurusunu incelemiştir. İlgili kararda, ürünlerinin lüks imajına uygun olan ve marka imajına katkı

Genellikle, nicel kriterlerin nitel kriterlere ek olarak getirilen yükümlülükler olduğu kabul edilir. Ancak nitel kriterlerin ve ilave yükümlülükler olarak görülen nicel kriterlerin ayrımı, her zaman net bir şekilde yapılamamaktadır<sup>47</sup>. Örneğin, asgari satış miktarı nicel bir kriter olarak kabul edilirken, bu kriter, satıcının cirosuna bir asgari limit getirilerek dolaylı olarak nitel bir kriter olarak yazılabilir. Bu husus sözleşme şartlarının rekabet hukuku kapsamında incelenmesi halinde sorun teşkil edebilecektir.

#### 2.2.4. Bedel

Dağıtım sözleşmelerinde bedel unsuru farklı şekillerde sözleşmesel ilişki içerisinde bulunabilir. Bedel, genellikle dağıtım sözleşmesinin ifası esnasında bir unsur olarak kendisini gösterir. Ancak, tarafların anlaşmalarına bağlı olarak daha dağıtım sözleşmesi akdedilmeden de sözleşmenin bir unsuru haline gelebilir.

Genellikle tek satıcılık ve seçici dağıtım sistemlerinde bayinin ticari ilişkiye girmek için önemli yatırımlar yapması gerekir. Özellikle, seçici dağıtım sistemlerinde sisteme dahil olmak için nitel standartları yerine getirmeye çalışan yeniden satıcıların her zaman bu harcamayı yapmaya yetecek sermayeleri bulunmayabilir. Böyle durumlarda, sağlayıcı bayiye kendi seçici dağıtım ağına çekmek için bayiye yatırım desteği olarak bir ödeme yapmayı teklif edebilir. Bu

---

sağlayabilecek nitel kriterler ile ürünlerin raf ömrünün kısa olması nedeniyle aynı noktada birden fazla satıcının bulunması halinde satıcıların münferit olarak satış hızının azalması ve süresi dolmaya yakın ürünlerin müşteriye satılması riskini bertaraf etmek için satıcı sayısı sınırlandırdığı nicel kriterlerin bir arada uygulanması Rekabet Kurulu tarafından uygun görülmüştür. Rekabet Kurulu başka bir kararında ise; otomotiv sektöründe akdedilecek bir dağıtım sözleşmesine ilişkin, sağlayıcının; ticari araçlara sunulan satış sonrası hizmetlerde iyileştirme yapılması ve kalite, güvenilirlik ve müşteri memnuniyetinin artırılması amacıyla hâlihazırda uygulanmakta olan nitel kriterlere ek olarak, yetkili servislerin sayılarının kısıtlanması için nicel kriterler uygulamak istemesi üzerine yaptığı muafiyet başvurusunda, sözleşmeye muafiyet tanınmasına karar vermiştir. Bkz. Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 10.; Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, p. 171; Rekabet Kurulu, 08.05.2008 tarihli ve 08-32/401-136 sayılı karar; Rekabet Kurulu, 27.02.2020 tarihli ve 20-12/143-79 sayılı karar.

<sup>47</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 43.

ödeme, sermaye harcaması veya sermaye gideri olarak adlandırılır<sup>48</sup>. Yatırım desteği bayiye bir borç olarak verilebileceği gibi sağlayıcı tarafından bayiye hibe de edilebilir. Özellikle sağlayıcının bu bedeli hibe ettiği hallerde bayinin ticari riski önemli ölçüde azalmış olur. Ancak, her iki ihtimalde de sermaye gideri desteğini sağlayıcıdan almak bayi açısından avantajlıdır. Sağlayıcı da bu bedeli ödeyerek, bayiye sınırlayıcı hükümleri sözleşme içerisine koyabilmek için müzakere gücü elde eder. Yatırım harcaması desteği, yeni kurulan veya gelişmekte olan seçici dağıtım sistemlerinde iş birliğini artırmak için sağlayıcılar tarafından verilebileceği gibi çok fazla yatırım gerektiren bazı piyasalarda da verilebilir. Bununla birlikte, yatırım harcaması ödemesi düzenli teknik ve güvenlik harcamalarının yapılması gereken veya teknolojik gelişmenin önem arz ettiği piyasalarda, hukuki ilişki süresince de devam edebilir.

Seçici dağıtım sistemlerinde, hukuki ilişkinin başında bayinin de sağlayıcıya ödeme yapmayı kabul ettiği haller olabilir. Genellikle, sağlayıcının seçici dağıtım sistemini uzun süredir başarıyla uyguladığı ve ürünlerin kâr marjının yüksek olduğu sistemlerde bayiler söz konusu sisteme girebilmek için sağlayıcıya bedel ödeyebilirler. Böylece, bedel hukuki ilişkinin daha başında sözleşmenin bir unsuru haline gelmiş olur. Bedelin, yukarıda açıklanan şartlarda sözleşmenin bir unsuru haline gelmesi, seçici dağıtım sisteminin bir özelliği olmamakla birlikte, uygulamada sıkça rastlanır.

Diğer yandan, dağıtım sistemlerinde sağlayıcı bayiye markasının kullanımını için çoğu zaman lisans hakkı verir. Özellikle, franchise sözleşmelerinde lisans hakkı sözleşmenin bir unsuru olur. Seçici dağıtım sistemlerinde ise franchise sözleşmelerinde olduğu gibi lisans hakkı sözleşmenin esaslı bir unsuru olarak değerlendirilemeyebilir. Ancak, bayinin markayı reklam ve pazarlama faaliyetlerinde kullanabilmesi için hemen hemen her zaman sağlayıcı tarafından

---

<sup>48</sup> Uygulamada, *capital expenditure* kavramının kısaltması olan CAPEX ifadesi kullanılır. Bkz. Rekabet Kurulu, 11.04.2019 tarihli ve 19-15/203-90 sayılı karar p. 45.

lisans hakkı verilmesi söz konusu olur. Bu nedenle, söz konusu lisans hakkı için bayi tarafından sağlayıcıya bir bedel ödenmesine karar verilebilir.

Her halükârda dağıtım sözleşmelerinde bedel unsuru ilişki devam ederken ortaya çıkar. Diğer dağıtım sözleşmelerinde de olduğu gibi seçici dağıtım sözleşmeleri genellikle çerçeve sözleşme olarak akdedilir. Bu çerçeve sözleşme nedeniyle, sözleşme içerisinde açıkça yazmasa dahi sağlayıcının bayi ile münferit satış sözleşmeleri akdetme yükümlülüğü bulunur<sup>49</sup>. Bu münferit satış sözleşmelerinin bir sonucu olarak, sağlayıcı, bayiye bir ürün sağlayacağından; karşılığında bayi de sağlayıcıya ürünün bedelini öder. Bu şekilde, bedel sözleşmenin bir unsuru olarak değerlendirilebilir. Bu bedel kimi zaman uygulamada “Doğrudan Borçlanma Sistemi” adı verilen bir sistem ile bankalar aracılığıyla ödenebilir. Bu hallerde; sağlayıcı, bayinin ödemelerinin bir teminatı olarak bayinin banka ile anlaşmasını talep eder ve ödemelerini garanti altına alır.

### **2.3. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ**

#### **2.3.1. Seçici Dağıtım Sözleşmesinin Kendine Özgü Yapısı**

Seçici dağıtım sözleşmesi, dağıtım sözleşmelerinin alt başlığında değerlendirilmektedir. Fakat, dağıtım sözleşmeleri genel bir başlık olarak kanunlarla düzenlenmediği gibi herhangi bir alt başlığı da kanunlarla düzenlenmemiştir. Dolayısıyla, seçici dağıtım sözleşmesi de kanunlarla düzenlenmiş bir sözleşme tipi değildir.

Temel olarak, seçici dağıtım sözleşmesinin içerisinde kanunlarda düzenlenmiş veya düzenlenmemiş değişik sözleşmelerde rastlanılan borçlar bir arada yer almaktadır<sup>50</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinin asli yükümlülükleri sağlayıcı

---

<sup>49</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 54.

<sup>50</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukukî Korunması*, s. 20.

için, ürünleri yeniden satıcıya satmak ve seçici dağıtım ağı dışındaki diğer kişilere ürünleri satmamak; bayi için ise ürünleri satın almak, ürünleri seçici dağıtım ağı içerisinde bulunmayan bir teşebbüse satmamak ve sözleşme süresi boyunca sağlayıcı ile anlaşılan standartlara uymaktır.

Bayi tarafından ürünlerin yeniden satımının gerçekleştirilmesi suretiyle dağıtımın yapılması, sürümü artırıcı pazarlamacı faaliyetlerde bulunma yükümlülüğü getirir. Bu yükümlülük nedeniyle, bayinin bir iş görme borcu altında olduğu belirtilir<sup>51</sup>. Bayinin sağlayıcının menfaatlerini korumak amacıyla sağlayıcının talimatlarına uyma ve sır saklama yükümlülükleri de dikkate alındığında, seçici dağıtım sözleşmelerinin iş görme sözleşmeleri arasında en fazla vekâlet sözleşmelerine benzediği söylenebilir. Fakat, vekâlet sözleşmelerinde, vekil hukuki işlemleri vekâlet veren adına olsun veya olmasın vekâlet veren hesabına yapar<sup>52</sup>. Ayrıca vekilin, çoğu zaman vekâlet vereni temsil yetkisi bulunur. Seçici dağıtım sözleşmelerinde ise bayi kendi adına ve hesabına iş yapar ve sağlayıcıyı temsil yetkisi bulunmaz. Diğer taraftan, TBK'nın 502. maddesine göre, vekil teamül veya sözleşme varsa ücrete hak kazanır. Dolayısıyla, vekâlet sözleşmesinde kural olarak, müvekkilin bir borcu bulunmaz<sup>53</sup>. Müvekkil, vekilin iş görme faaliyetini yerine getirirken doğması halinde masraflarını ve zararlarını ödemekle yükümlü olur. Bu nedenle, vekâlet sözleşmesi eksik iki tarafa borç yükleyen bir sözleşmedir. Ancak, seçici dağıtım sözleşmelerinde bayinin yükümlülüklerine karşılık olarak sağlayıcının da yükümlülükleri bulunur. Örneğin bayinin sürümü artırma faaliyetine karşılık sağlayıcının bayi ile münferit satış sözleşmeleri akdetme yükümlülüğü bulunur. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmeleri her halükârda her iki tarafa borç yükleyen sözleşmelerdir. Bahsi geçen başlıca farklılıklar nedeniyle, seçici dağıtım sözleşmesi, vekâlet sözleşmesi olarak değerlendirilemez.

---

<sup>51</sup> Gürzumar, s. 18; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 25; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 20.

<sup>52</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 51; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 634; Gümüş, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 127.

<sup>53</sup> Çoğu zaman müvekkilin ücret ödeme borcu bulunur fakat bunun sözleşmede ayrıca kararlaştırılmış veya teamülün o şekilde yerleşmiş olması gerekir.

Seçici dağıtım sözleşmesi kapsamında, sağlayıcının münferit satış sözleşmeleri akdetme yükümlülüğü bulunur. Bu yükümlülük doğrultusunda, bayi de satış sözleşmesinin tarafı olarak ürünleri satın alır. Ancak, TBK'nın 207. maddesi uyarınca satış sözleşmesi esaslı olarak satıcı açısından mülkiyeti devir, alıcı açısından ise ödeme borcu doğurur. Oysa, seçici dağıtım sözleşmesinin kurulması ile tarafların mülkiyeti devir veya ödeme borcu doğmaz. Seçici dağıtım sözleşmelerinin taraflar arasında kurduğu özel ilişki nedeniyle, çerçeve sözleşmeden sağlayıcının bayi ile satış sözleşmesi akdetme borcu doğar. Diğer taraftan, seçici dağıtım sözleşmelerinde bayinin söz konusu ürünlerin yeniden satışını gerçekleştirmek suretiyle, ürünlerin sürümünü artırma taahhüdü bulunur. Satış sözleşmelerinde ise alıcının böyle bir yükümlülüğü olmadığı gibi satıcı ürünü sattıktan sonra alıcının ticari faaliyeti ile de ilgilenmez. Ayrıca, seçici dağıtım sözleşmesi taraflar arasında sürekli bir borç ilişkisi kurarken, satış sözleşmesi anidimli borç ilişkisi kurar<sup>54</sup>. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sözleşmelerinde, satış sözleşmelerinden farklı olarak daha dinamik bir ilişki kurulmuş olur<sup>55</sup>. Dolayısıyla, seçici dağıtım sözleşmesi bir satış sözleşmesi değildir. Ancak, seçici dağıtım sözleşmesi nedeniyle taraflar arasında birden fazla satış sözleşmesi akdedilir. Bu münferit satış sözleşmelerine, TBK'nın satış sözleşmesi hükümleri uygulanır.

Seçici dağıtım sözleşmelerinin, sağlayıcı açısından satış sözleşmeleri yapma yükümlülüğü getirmesi, satış vaadi sözleşmesi olarak yorumlanabileceği anlamına gelmez. Zira, seçici dağıtım sözleşmesi bir ön sözleşme değildir. Ayrıca, seçici dağıtım sözleşmesi taraflar arasında sürekli bir borç ilişkisi doğurur. Satış vaadi sözleşmesi ise anidimli bir sözleşmedir. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmesi bir satış vaadi sözleşmesi de değildir.

Seçici dağıtım sözleşmelerinde, taraflar sözleşme konusu ürünün sürümünü artırmak ve kâr elde etmek amacıyla iş birliği içinde hareket ederler. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmesinin bazı özellikleri bakımından adi ortaklık sözleşmesine

---

<sup>54</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 38.

<sup>55</sup> İlgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 37.

benzediği ileri sürülebilir. TBK'nın 620. maddesinde “*adi ortaklık sözleşmesi, iki ya da daha fazla kişinin emeklerini ve mallarını ortak bir amaca erişmek üzere birleştirmeyi üstlendikleri sözleşme*” olarak tanımlanır. Seçici dağıtım sözleşmelerinde, taraflar her ne kadar ürünün satışı için bir iş birliği yapsalar dahi bu iş birliği, adi ortaklık sözleşmesi için bahsedilen ortak amaç kapsamında değerlendirilmemelidir<sup>56</sup>. Zira, adi ortaklık sözleşmesinde taraflar ortak bir kâr elde ederek bu kârı kendi payları oranında paylaşırlar. Seçici dağıtım sözleşmesinde taraflar bağımsız olarak faaliyet gösterirler ve ortak bir kâr söz konusu olmaz<sup>57</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinin tarafları kendi başına ve riskleri kendilerine ait olmak üzere kazanç sağlamayı amaçlar<sup>58</sup>. Böylece, taraflar kârdan ve zarardan bizzat sorumlu olurlar. Ayrıca, adi ortaklık sözleşmesinde taraflar emeklerini ve sermayelerini birleştirirler. Seçici dağıtım sözleşmesinde ise tarafların emeklerini ve sermayelerini birleştirmeleri söz konusu değildir<sup>59</sup>. Diğer taraftan, adi ortaklığın üçüncü kişilere karşı borçlarından kural olarak ortaklar müteselsilen sorumludurlar. Seçici dağıtım sözleşmesinde ise taraflar karşılıklı bir hukuki ilişki içerisinde ve üçüncü kişilere karşı bağımsız birer teşebbüs olarak faaliyet gösterirler<sup>60</sup>. Söz konusu açıklamalar kapsamında, adi ortaklıkta tarafların menfaatlerinin ortak; seçici dağıtım sözleşmesinde ise tarafların menfaatlerinin karşılıklı olduğunu söylemek mümkündür. Bu kapsamda, seçici dağıtım sözleşmesi bir adi ortaklık sözleşmesi olarak değerlendirilemez.

Diğer taraftan, seçici dağıtım sözleşmelerinde bayinin ürünlerin yeniden satışını gerçekleştirebilmesi için genellikle sağlayıcı tarafından bayiye markaların kullanımını için lisans verilir. Lisans sözleşmesinin konusu; lisans alanın, lisans

---

<sup>56</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 47; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 38.

<sup>57</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 47; Genç, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, s. 158.

<sup>58</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 46.

<sup>59</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 46.

<sup>60</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 39; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 46.

verenin gayrimaddi mallarından yararlanmasıdır<sup>61</sup>. Seçici dağıtım sözleşmelerinde ise lisans zorunlu bir unsur olmamakla birlikte uygulamada genellikle sözleşmenin içerisinde yer alan konulardan birisidir. Buna karşılık, seçici dağıtım sözleşmelerinde, tarafların lisans hakkının devrinden bağımsız başkaca asli borçları bulunur. Örneğin, sağlayıcının seçici dağıtım ağına kriterleri sağlamayan satıcıları dahil etmeme yükümlülüğü vardır. Bayinin ise seçici dağıtım ağı dışında kalan yeniden satıcılara ürün satmama yükümlülüğü vardır. Bu nedenlerle, seçici dağıtım sözleşmesi bir lisans sözleşmesi de değildir.

Bayinin ürünlerin sürümünü artırma yükümlülüğü ve sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü bakımından, seçici dağıtım sözleşmeleri acentelik sözleşmeleri ile benzerlik göstermektedir. Ancak, acentelik sözleşmelerinde acente kendi adına ve hesabına iş yapmaz, müvekkili adına ve hesabına iş yapar<sup>62</sup>. Ayrıca, acente bu faaliyetleri için müvekkilinden bir ücret veya komisyon alır. Seçici dağıtım sözleşmelerinde ise bayi bir ücret almaz ve ürünleri kendi adına ve hesabına sattığından zarara da kendisi katlanır<sup>63</sup>. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmesi bir acentelik sözleşmesi olarak değerlendirilemez.

Seçici dağıtım sözleşmesinin asli yükümlülükleri kanunda herhangi bir sözleşme tipi içerisinde bir arada düzenlenmemekte ve kanuni bir sözleşme tipinin unsurları içerisine dahil edilememektedir. Unsurları, TBK’da veya özel bir kanunda düzenlenmemiş sözleşmelere isimsiz (atipik) sözleşmeler denilmektedir<sup>64</sup>. Bu doğrultuda söz konusu yükümlülüklerin kanunlarda düzenlenen bir tip sözleşme olmaması, seçici dağıtım sözleşmesinin isimsiz bir sözleşme olarak

---

<sup>61</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması*, s. 23.

<sup>62</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 25; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 43; Hatemi, Serozan, ve Arpacı, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, s. 466.

<sup>63</sup> Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 78.

<sup>64</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 12, Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 13, Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 30.

nitelendirilmesine neden olmaktadır<sup>65</sup>. İsimsiz sözleşmeler öğretilerde çeşitli şekillerde ele alınmaktadır:

- a) **Birleşik Sözleşmeler:** Hukuki nitelik ve vasıfları itibariyle tamamen birbirinden ayrı ve bağımsız olan sözleşmelerin, tarafların serbest iradeleriyle birbirine bağlı duruma sokulması birleşik sözleşme olarak adlandırılmaktadır<sup>66</sup>.
- b) **Karma Sözleşmeler:** Farklı sözleşme tipleri kanunun öngörmediği bir şekilde birleşerek yeni bir sözleşme tipi oluştururlar.
- c) ***Sui Generis***<sup>67</sup>: UNSURLARI ve kendisi kısmen veya tamamen kanunlarda düzenlenmeden, tarafların tamamen irade serbestisine bağlı ortaya çıkan sözleşme tipidir<sup>68</sup>.

Seçici dağıtım sözleşmesi, birden fazla sözleşmeyi birbirinden bağımsız olarak bir araya getiren bir sözleşme değildir. Zira, tarafların hak ve borçları yalnızca seçici dağıtım sözleşmesi kurulması için bir araya getirilmiştir ve birbirleri ile ilişkilidir. Ayrıca, seçici dağıtım sözleşmeleri içerisinde sağlayıcının ve bayinin kanunlarda hiç düzenlenmemiş yükümlülükleri bulunur. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmesinin birleşik sözleşme olarak değerlendirilmemesi gerekir.

Seçici dağıtım sözleşmelerinin unsurlarından ve tarafların temel hak ve borçlarından bahsetmiştik. Söz konusu unsurlar ile hak ve borçlar, kanunda başka sözleşme tipleri için düzenlenmiş değildir. Buradaki hususların bazıları yalnızca seçici dağıtım sözleşmelerine özgüdür. Sözleşmenin kurulmasının unsurlarından biri olan seçici dağıtım ağının kurulması buna bir örnektir. Bu nedenle seçici dağıtım sözleşmeleri, farklı sözleşme tiplerinin kanunun öngörmediği bir biçimde bir araya getirildiği bir karma sözleşme olarak da değerlendirilemez.

---

<sup>65</sup> Seçici dağıtım sözleşmelerinin 2002/2 sayılı Tebliğ'de yer alması seçici dağıtım sözleşmelerini isimli sözleşme yapmaz. Zira, bir sözleşmenin isimli bir sözleşme sayılabilmesi unsurlarının ve esaslı edimlerinin de belirtilmesi gerekir. Bkz. Şenol, s. 30.

<sup>66</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 13.

<sup>67</sup> *Kendine özgü yapısı olan*

<sup>68</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 39.

Tarafların, seçici dağıtım sisteminin kurulmasından kaynaklanan bazı esaslı edimleri bulunur. Bu edimler, sağlayıcının seçici dağıtım ağı dışında kalan yeniden satıcılara ürünleri satmamayı taahhüt etmesi; bayinin ise ürünleri yalnızca sağlayıcıdan ve seçici dağıtım ağındaki diğer yeniden satıcılardan satın almayı taahhüt etmesi ve yalnızca seçici dağıtım ağı içerisinde kalan yeniden satıcılara ve son kullanıcılara satma borcunun bulunmasıdır. Bu yükümlülükler kanunlarda düzenlenen bir sözleşme tipinde yer alan yükümlülükler değildir. Bu nedenle, bazı unsurların ve esaslı edimlerin bir kısmının kanunda yer alan diğer sözleşme tiplerinde düzenlenmemesi nedeniyle seçici dağıtım sözleşmesinin, *sui generis* bir sözleşme tipi olduğu düşünülmelidir<sup>69</sup>. Sözleşmenin *sui generis* bir sözleşme olması, sözleşmeye hangi kuralların uygulanacağı bakımından sorun yaratmaktadır.

Bir görüşe göre, benzer yasal tiplere özgü kurallar bu sözleşmelere kıyas yoluyla uygulanabilecektir<sup>70</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinin iki tarafa borç yükleyen, sürekli bir borç ilişkisi doğuran çerçeve sözleşme niteliği ve bazı unsurlarının satış, acentelik, vekâlet ve lisans sözleşmeleri ile taşıdığı benzerlikler göz önünde tutularak uygulanacak kurallar tercih edilmelidir<sup>71</sup>.

Satış, acentelik, vekâlet ve lisans sözleşmelerine ilişkin kanun hükümleri kıyas yoluyla uygulanarak bir sonuca varılamıyorsa, her halükârda, uyumsuzluk halinde emredici hukuk kuralları geçerli olur. Bu doğrultuda medeni hukuk, borçlar hukuku ve rekabet hukukunun emredici kurallarının sözleşme nezdinde değerlendirilmesi gerekecektir. Buna ek olarak, *sui generis* bir sözleşmeden doğan

---

<sup>69</sup> Sak, “Bir Üst Kavram Olarak Dağıtım Sözleşmeleri ve Bunlara Özgül Denkleştirme İstemi Sorunu”, s. 93; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 34; İsgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 36; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 60; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 18; Genç, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, s. 159.

<sup>70</sup> Hatemi, Serozan, ve Arpacı, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, s. 51; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 16; Zevkliler ve Gökyayla, *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*, s. 11; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 35; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 16.

<sup>71</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 41.

uyuşmazlıklarda yerel örf ve adet hukukunun da uygulanması gerekir. Eğer hâkim, tüm bunları uyguladığı halde yine de uyuşmazlığı çözemiyorsa istisnai hallerde 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nun ("TMK") 1. maddesinin kendisine tanıdığı yetkiye dayanarak hukuk kuralı koymalı ve sorunu çözmelidir<sup>72</sup>.

### 2.3.2. Seçici Dağıtım Sözleşmesinin Sürekli Bir Borç İlişkisi Doğurması

Borçlunun borcunu zaman içinde devamlı ve aralıksız bir davranışla ifa edebildiği hallerde sürekli edim söz konusu olur<sup>73</sup>. Bu durumda, alacaklının ifaya olan çıkarı bir anda gerçekleşmez, bir süre devam eder. Süre, tarafların ortak iradelerine göre, belirli veya belirsiz olabilir. Bir borç ilişkisinde asli borçlardan en az bir tanesi sürekli edimi gerektiriyorsa, o borç ilişkisine sürekli borç ilişkisi adı verilir<sup>74</sup>.

Dağıtım sözleşmelerinde, sağlayıcının bayi ile münferit satış sözleşmeleri akdetme yükümlülüğü, kriterleri sağlamayan yeniden satıcıları ağı dahil etmeme, bayiye destekleme ve sadakat yükümlülüğü vardır. Bayinin ise, ürünleri yalnızca sağlayıcıdan veya seçici dağıtım ağında yer alan diğer yeniden satıcılardan satın alma, seçici dağıtım ağı dışında kalan diğer yeniden satıcılara ürünleri satmama, sağlayıcı tarafından belirlenen kriterlere uyma, sürümü artırıcı pazarlamacı faaliyetlerde bulunma ve sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülükleri bulunur. Tarafların söz konusu yükümlülükleri nedeniyle, diğer tarafın ifalara olan çıkarı sözleşme süresince devam edeceğinden, tarafların yükümlülüklerinin sürekli edimli borçlar olduğunu söylemek mümkündür. Böylece, tüm dağıtım sözleşmelerinde olduğu gibi, seçici dağıtım sözleşmelerinde de tarafların

---

<sup>72</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 16.

<sup>73</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 12; Nomer, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 16; Kocayusufpaşaoğlu, *Borçlar Hukukuna Giriş Hukuki İşlem Sözleşme*, Birinci Cilt:s. 37. Sürekli borç ilişkilerinde sürekli edimin borçlusunu sanki tüm zamanını ifaya ayırmaktadır. Bkz. Hatemi, Serozan, ve Arpacı, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, s. 12.

<sup>74</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 12; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 17.

yükümlülükleri incelendiğinde, tarafların sürekli borç ilişkisi kurdukları görülmektedir<sup>75</sup>.

Seçici dağıtım sözleşmelerinin sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşmeler olmasının bazı sonuçları bulunur. Buna göre sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşmelerde, taraflar arasındaki güven ve bağlılık ilişkisi yoğunlaşır<sup>76</sup>. Zaten, seçici dağıtım sözleşmelerinin unsurlarından biri taraflar arasında bir iş birliği kurulmasıdır. Ayrıca, seçici dağıtım sözleşmeleri dağıtım organizasyonunun devam etmesi ve hatta geliştirilmesi amacıyla akdedilir. Bu nedenle, taraflar arasında güven ve bağlılığın yoğunlaşması oldukça mümkündür.

Diğer taraftan, sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşmelerde, edimlerin değişen koşullara uyarlanma olanağı bulunur<sup>77</sup>. Böylece sözleşme akdedildikten sonra taraflarca öngörülemeyen olağanüstü bir durumun meydana gelmesi halinde, TBK'nın 138. maddesi<sup>78</sup> uygulama alanı bulabilecektir. Özellikle uzun süreli ilişkiler bakımından tarafların edimleri devam ederken, değişen ekonomik ve sosyal koşullarda tarafların menfaatlerini koruyabilmek için mevcut ilişkinin uyarlanması normaldir.

---

<sup>75</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 51; Sak, "Bir Üst Kavram Olarak Dağıtım Sözleşmeleri ve Bunlara Özgül Denkleştirme İstemi Sorunu", s. 68; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 19; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 50; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 15; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 58; Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukuken Korunması*, s. 26; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 20; Genç, "Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri", s. 152.

<sup>76</sup> Hatemi, Serozan, ve Arpacı, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, s. 12; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 78.

<sup>77</sup> Hatemi, Serozan ve Arpacı, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, s. 12.

<sup>78</sup> "Sözleşmenin yapıldığı sırada taraflarca öngörülmesi de beklenmeyen olağanüstü bir durum, borçludan kaynaklanmayan bir sebeple ortaya çıkar ve sözleşmenin yapıldığı sırada mevcut olguları, kendisinden ifanın istenmesini dürüstlük kurallarına aykırı düşecek derecede borçlu aleyhine değiştirir ve borçlu da borcunu henüz ifa etmemiş veya ifanın aşırı ölçüde güçleşmesinden doğan haklarını saklı tutarak ifa etmiş olursa borçlu, hâkimden sözleşmenin yeni koşullara uyarlanmasını isteme, bu mümkün olmadığı takdirde sözleşmeden dönme hakkına sahiptir. Sürekli edimli sözleşmelerde borçlu, kural olarak dönme hakkının yerine fesih hakkını kullanır. Bu madde hükmü yabancı para borçlarında da uygulanır." Bkz. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6098.pdf> E.T.: 08.08.2022

Seçici dağıtım sözleşmesinin sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşme olmasının bir başka sonucu ise sözleşmenin sona erme şeklidir. Zira, sözleşme süresince yerine getirilen edimler için dönme olanaksız hale gelir<sup>79</sup>. Sözleşmenin sona erme şekli ise, sözleşmenin belirli süreli veya belirsiz süreli olmasına göre değişkenlik gösterir. Seçici dağıtım sözleşmesi belirli süreli bir sözleşme ise sürenin dolması ile sözleşme kendiliğinden sona erer. Ancak, seçici dağıtım sözleşmesinin sürekli borç ilişkisi doğurmasının en önemli sonucu sözleşmenin fesih ile sona ermesidir. Bu nedenle, iptal ve dönmeye bu sözleşme türünde pek fazla rastlanmaz. Sözleşme belirsiz süreli ise tarafların her birinin tek taraflı irade beyanı ile sözleşmeyi sona erdirmeye imkânı bulunur<sup>80</sup>. Bu imkân, olağan fesih adı verilir. Diğer taraftan, sözleşme belirli süreli olsun veya olmasın her halükârda, haklı bir sebebin varlığı halinde, taraflardan her biri olağanüstü fesih ile de sözleşmeyi derhal sona erdirebilir<sup>81</sup>. Tarafların sözleşmeyi fesih yolu ile sona erdirmesi halinde, sözleşme ileriye doğru etki doğuracak şekilde sona erdirilir<sup>82</sup>. Böylece, tarafların fesihten önce doğan alacakları devam eder.

Seçici dağıtım sözleşmesinin sürekli borç doğuran sözleşme olmasının bir başka sonucu ise fesih beyanı ile zarara uğrayan tarafın kural olarak yalnızca olumlu zararlarını isteyebilmesidir. Olumlu zarar, alacaklının borcun ifasındaki menfaatinin gerçekleşmemesi yüzünden uğradığı zararı ifade eder<sup>83</sup>. Bu nedenle, alacaklının zarar gerçekleştiği vakit malvarlığı ile zarar gerçekleşmeseydi malvarlığı arasındaki fark olumlu zararı oluşturacaktır.

### 2.3.3. Seçici Dağıtım Sözleşmesinin Çerçeve Sözleşme Olması

---

<sup>79</sup> Hatemi, Serozan, ve Arpacı, s. 12.

<sup>80</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 112; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 77.

<sup>81</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 112.

<sup>82</sup> Tekinay ve devamı ("vd."), *Tekinay Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 965.

<sup>83</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1: s. 396.

Barlas, çerçeve sözleşmeyi ileride aynı türden birden fazla sözleşme akdetmeye niyetli olan tarafların, her bir sözleşmenin kuruluşu esnasında ayrıca kararlaştırılmasına gerek kalmaksızın, belirli birtakım şartların kısmen veya tamamen bu sözleşmelerde yer almasında öncesinde mutabık kalmaları olarak tanımlamaktadır<sup>84</sup>. Böylece taraflar gelecekte akdetmeyi planladıkları münferit sözleşmelere çerçeve sözleşmede mutabık kaldıkları şartları uyguladıklarından, her bir işlem için ayrı ayrı yazılı sözleşmeler akdetme zahmetinden kurtulurlar.

Dağıtım sözleşmelerinde; taraflar, aralarındaki hukuki ilişkinin genel hatlarını çizerek ileride akdedilecek münferit sözleşmelerin kurallarını içerecek şartlarda mutabık kalırlar, bu nedenle dağıtım sözleşmeleri çerçeve sözleşme olarak nitelendirilmektedir<sup>85</sup>. Dağıtım sözleşmelerinde; taraflar akdetmeyi planladıkları münferit satış sözleşmelerine ilişkin ödeme vadesi, varsa cezai şart, teslimat ve iade gibi genel koşulları, sağlayıcının bayiye temin edeceği bilgi ve belgeleri, varsa sağlayıcının marka ve diğer sınai hakları üzerinde bayiye vereceği lisansın koşullarını, sağlayıcının bayiye talimat verme ve bayiye denetleme hakkının koşullarını ve bayi tarafından sürümün artırılması faaliyeti çerçevesinde yapılması gereken tanıtım ve pazarlama çalışmalarını düzenlerler<sup>86</sup>. Seçici dağıtım sözleşmelerinde bunlara ek olarak bayinin seçici dağıtım ağı içerisine dahil

---

<sup>84</sup> Bkz. Barlas, “Çerçeve Sözleşme Kavramı ve Çerçeve Sözleşmelerin Özellikleri”, s. 808; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 48. Demirağ Aktaş, çerçeve sözleşmeleri, süreklilik arz eden bir borç ilişkisinde taraflar arasında akdedilecek olan münferit sözleşmeler için geçerli temel kuralları belirleyen ve işin detaylı düzenlenmesini münferit sözleşmelere bırakan sözleşmeler olarak tanımlamıştır. Bkz. Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 12.

<sup>85</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 5; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 18; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 33; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 19; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 58; Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması*, s. 28; Sak, “Bir Üst Kavram Olarak Dağıtım Sözleşmeleri ve Bunlara Özgül Denkleştirme İstemi Sorunu”, s. 48; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 41; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 49.

<sup>86</sup> Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 49.

olabilmesi ve seçici dağıtım ağında kalabilmesi için uyması gereken kriterlere yer verilir. Bu kriterlerin kapsamına göre genellikle bayinin satış öncesi ve sonrası hizmetlerinin detayları, bayinin çalışanlarının nitelikleri veya bayi çalışanlarının katılması gereken eğitimlerin bilgilerine yer verilebileceğinden bahsetmiştik. Seçici dağıtım sözleşmesi içerisinde düzenlenmeyen konular bakımından, taraflar akdedecekleri münferit satış sözleşmeleri içerisinde anlaşılır. Bu konular çoğunlukla, fiyata ve ödemeye ilişkindir.

Seçici dağıtım sözleşmesinin çerçeve bir sözleşme olarak akdedilmesi nedeniyle, TBK’da yer alan satış sözleşmesine ilişkin malları teslim etme ve bedeli ödeme borcu doğrudan doğmaz. TBK’nın satış sözleşmesi hükümleri, ancak sağlayıcı ile bayi arasında sözleşme konusu ürünlerin satışına ilişkin münferit sözleşmeler akdedilmesi halinde uygulama alanı bulur<sup>87</sup>.

#### **2.3.4. Seçici Dağıtım Sözleşmesinin Uygulamada Standart Sözleşme Olarak Kullanılması**

Uygulamadaki dağıtım sözleşmeleri, her bayi ile imzalanmak üzere genellikle ekonomik olarak güçlü taraf olan sağlayıcılar tarafından standart olarak hazırlanır. Bunun nedeni ise, sağlayıcının tek tip bir sözleşmeyi pratik bir biçimde tüm bayiler ile imzalamayı istemesidir. Böylece, sağlayıcı satış örgütünde bir bütünlük sağlamayı amaçlar<sup>88</sup>. Özellikle, seçici dağıtım sistemlerinde, sağlayıcının sistem bütünlüğünü korumak için bayilere standart sözleşmeyi imzalatmayı tercih etmesi uygulamada oldukça yaygındır. Standart sözleşmelerde, ekonomik olarak güçlü olan tarafın sözleşmenin genel şartlarını, karşı taraf ile müzakere etmeksizin tek taraflı olarak belirleme ve sözleşmeyi formüller bir metin olarak karşı tarafa dikte

---

<sup>87</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması*, s. 28.

<sup>88</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 121.

etme olanağı bulunduğundan, standart sözleşmeler, içerisinde yer alan hükümlerin uygulanması bakımından hukuken farklı sonuçlar doğurabilir<sup>89</sup>.

Öğretide standart sözleşmeler; içeriğini tamamen veya kısmen genel işlem koşullarının<sup>90</sup> oluşturduğu sözleşmeler olarak anılmaktadır<sup>91</sup>. Dolayısıyla, ekonomik açıdan güçlü olan tarafın hazırlayıp diğer tarafa sunduğu standart bir metinde yer alan ve tarafların müzakere etme imkânının bulunmadığı hükümler genel işlem koşullarıdır.

TBK'nın 20. maddesinin 2. fıkrasına göre, aynı amaçla düzenlenen sözleşme metinleri özdeş olmasa dahi bu sözleşme hükümlerinin genel işlem koşulu sayılabilmesi mümkündür. Bu nedenle, somut ilişkinin gerektirdiği bazı farklılıklar nedeniyle sözleşmelerdeki hükümlerin değişmesi halinde dahi söz konusu hükümler genel işlem koşulu sayılabilir.

TBK kapsamında sözleşme akdedilmeden evvel sözleşmeyi sunan tarafın karşı tarafa, genel işlem koşullarının varlığı hakkında açıkça bilgi vermesi, bunların içeriğini öğrenme imkânı sağlaması ve karşı tarafın da genel işlem koşullarını kabul etmesi gereklidir<sup>92</sup>. Aksi halde, genel işlem koşulu, sözleşmeye yazılmamış sayılır. Yazılmamış sayılmanın hukuki niteliği ise öğretide tartışmalıdır. Bazı yazarlara göre, yazılmamış sayılma kendine özgü niteliğe sahip olan bir yaptırım türü olarak kabul edilmektedir<sup>93</sup>. Bu doğrultuda, yazılmamış sayılan genel işlem şartlarının

---

<sup>89</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukuken Korunması*, s. 29.

<sup>90</sup> Genel işlem koşulu, sözleşme taraflarından birinin ileride kuracağı sözleşmelerde sözleşmenin karşı tarafına değiştirilmeden kabul edilmek üzere sunmak niyetiyle, önceden ve tek taraflı olarak hazırladığı sözleşme şartları olarak tanımlanabilir. Bkz. Civan, *Genel İş Koşulları*, s. 16; Ceylan, "Genel İşlem Koşulları", s. 173.

<sup>91</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 121; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 26.

<sup>92</sup> Hatemi ve Gökyayla, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 64; Yelmen, *Türk Borçlar Kanunu'na Göre Genel İşlem Şartları*, s. 39; Küçükgöde, "6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Genel İşlem Koşulları", s. 93; Tığ, "Genel İşlem Şartları", s. 49; Ceylan, "Genel İşlem Koşulları", s. 178.

<sup>93</sup> Yelmen, *Türk Borçlar Kanunu'na Göre Genel İşlem Şartları*, s. 104; Tığ, "Genel İşlem Şartları", s. 61; Oğuzman/Öz ve Nomer, yazılmamış sayılmanın "kısmi yokluk" anlamına gelebileceğini

sözleşmenin içeriğinde hiç yer almadığı düşünüleceğinden; sözleşme, ilgili hükümlerin çıkarılmış versiyonu ile aynen yürürlükte kalmaya devam edecektir.

Diğer taraftan, genel işlem koşulları, yukarıda açıklandığı üzere yazılmamış sayılmasa dahi yine de geçersiz olabilir<sup>94</sup>. Zira, güçlünün karşısında zayıfı koruma ilkesinden hareketle, genel işlem koşulları açık içerik denetimine tabidir<sup>95</sup>. Başka bir deyişle, genel işlem koşulunun içeriği analiz edilerek sözleşmenin diğer tarafını ne ölçüde zor duruma düşürdüğü kontrol edilir. TBK'nın 25. maddesine göre, “genel işlem koşullarına dürüstlük kurallarına aykırı olarak, karşı tarafın aleyhine veya onun durumunu ağırlaştırıcı nitelikte hükümler konulamaz.” Bu doğrultuda, genel işlem koşulunun geçersiz sayılabilmesi için karşı tarafın aleyhine veya onun durumunu ağırlaştıracak nitelikte hükümler olması yeterli değildir. Aynı zamanda, söz konusu koşulun dürüstlük kuralına aykırı olacak şekilde düzenlenmesi gerekir<sup>96</sup>. Bu şekilde düzenlenmiş hükümler geçersiz kabul edilmektedir.

Seçici dağıtım sistemlerinde sağlayıcı, bayiler ile genel işlem koşulları içeren standart sözleşmeler akdetmek isteyeceğinden, sözleşmeye konu hükümlerin uygulama alanı bulabilmesi için bayilerin müzakere sürecine dahil edilmesi gereklidir. Burada, bayinin görüş bildirmesi yeterli olmayıp, karşılıklı görüşmeler ile bayi sözleşmeye dahil edilmeli ve hükümlerin yeniden düzenlenmesinde etkili olmalıdır<sup>97</sup>. Ancak, her halükârda dürüstlük kuralına aykırı olacak şekilde bayi aleyhine getirilen hükümler geçersiz kabul edilebilecektir. Bu nedenle, sağlayıcının

---

söylemektedir. Nomer'e göre, butlandan farklı olarak; sözleşmeyi düzenleyen yazılmamış sayılan koşullar olmasaydı diğer hükümlerle sözleşmeyi yapmayacak olduğunu ileri süremez. Bkz. Nomer, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 87. Karşı görüş: Hatemi/Gökyayla'ya göre, yazılmamış sayılma kısmi hükümsüzlüktür. Bkz. Hatemi ve Gökyayla, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 64.

<sup>94</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 170; Nomer, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 88.

<sup>95</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 28; Yelmen, *Türk Borçlar Kanunu'na Göre Genel İşlem Şartları*, s. 89; Küçükgöde, “6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Genel İşlem Koşulları”, s. 117; Tığ, “Genel İşlem Şartları”, s. 84.

<sup>96</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 170; Yelmen, *Türk Borçlar Kanunu'na Göre Genel İşlem Şartları*, s. 88; Küçükgöde, “6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Genel İşlem Koşulları”, s. 118; Tığ, “Genel İşlem Şartları”, s. 84; Ceylan, “Genel İşlem Koşulları”, s. 182.

<sup>97</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 29; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 123.

dürüstlük kuralına aykırılık teşkil edecek şekilde bayinin aleyhine hükümleri sözleşmeye dahil etmemesi gerekir. Örneğin, münferit satış sözleşmeleri kapsamında sağlayıcının ayıplı ürünlerden sorumlu olmayacağı veya fesih şartına bağlı kılınan ve gerçekçi olmayan bir alım yükümlülüğü bayinin aleyhine dürüstlük kuralına aykırı olarak getirilmiş hükümler arasında sayılabilir<sup>98</sup>.

Diğer taraftan, kimi zaman seçici dağıtım sözleşmelerinde, bayi de güçlü konumda olabilir. Bu noktada, söz konusu hükmün zayıf olan tarafı koruma amacıyla düzenlendiği göz önüne alındığında, sağlayıcının sözleşme hükümlerinin genel işlem koşulu olarak kabul edilmemesi şeklinde bir iddiası bulunabilir. Zira, bayinin butik bir işletme olduğu ihtimal ile bayinin mağazalar zinciri bulunan bir yeniden satıcı olduğu ihtimalde, müzakere güçlerinin farklı olduğu kabul edilmelidir. Bu nedenle, genel işlem koşullarının uygulama alanı subjektif şartlara göre değişkenlik göstermelidir. Dolayısıyla, bayinin de müzakere gücü bulunan bir tacir olarak kabul edildiği durumlarda, hükümler ile ilgili genel işlem koşulu denetimi yapmak her zaman doğru olmayabilecektir.

#### **2.4. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN ŞEKLİ**

TBK'nın 12. maddesine göre, mevzuatta aksi öngörülmedikçe sözleşmelerin geçerliliği herhangi bir şekil şartına tabi değildir. Bu doğrultuda, taraflar kanunda aksi düzenlenmiyorsa sözleşmeyi diledikleri şekilde akdedebilirler. Seçici dağıtım sözleşmeleri, kanun ile düzenlenmiş bir sözleşme tipi olmadığından sözleşmenin belirli bir şekilde yapılması gerekliliği bulunmamaktadır<sup>99</sup>.

Diğer taraftan, medeni usul hukukunda ispat şekli olarak adlandırılan bir şekil şartı bulunur<sup>100</sup>. İspat şeklini düzenleyen HMK'nın 200. maddesine göre; “bir

<sup>98</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 123-124.

<sup>99</sup> Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 68.

<sup>100</sup> Hatemi ve Gökyayla, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 45; Nomer, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 144; Kocayusufoğlu, *Borçlar Hukukuna Giriş Hukuki İşlem Sözleşme*, Birinci Cilt:s. 274; Şen Doğramacı, “Sözleşmelerin Şekli”, s. 143.

*hakkın doğumu, düşürülmesi, devri, değiştirilmesi, yenilenmesi, ertelenmesi, ikrarı ve itfası amacıyla yapılan hukuki işlemlerin, yapıldıkları zamanki miktar veya değerleri ikibinbeşyüz<sup>101</sup> Türk Lirasını geçtiği takdirde senetle ispat olunması gerekir.”* Seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından, neredeyse hemen hemen her somut olayda bu sınır aşılar. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmesinin yazılı yapılması ispat hukuku açısından isabetli olur. Her ne kadar sözleşmenin yazılı yapılmaması sözleşmeyi geçersiz hale getirmese de hak talebinde bulunmak amacıyla mahkemeye başvuran taraf, talebini ispat edememe tehlikesi ile karşı karşıya kalabilir<sup>102</sup>.

Diğer taraftan, seçici dağıtım sözleşmelerinin asli borçları hususunda tarafların iradelerinin uyduğu ispatı bakımından da bu sözleşmelerin yazılı yapılması daha uygun olacaktır. Zira, uygulamada bir seçici dağıtım sözleşmesi akdedilirken, genellikle sağlayıcının tercihi ile yazılı yapılan bazı hususlar bulunur. Örneğin, bayi tarafından seçici dağıtım sistemine ilişkin sağlayıcının koyduğu kriterlere uyum sağlanıp sağlanmadığının kontrolünün yapılabilmesi için bu kriterlerin yazılı olması önemlidir.

---

<sup>101</sup> Bu bedel, 2022 senesi için 6.640 Türk lirasına yükseltilmiştir.

<sup>102</sup> Sözleşmede cezai şart düzenlenmemiş ise zarara uğrayan taraf, TBK hükümleri uyarınca tazminat talep edebilir. Fakat, tazminat tutarının hesaplanması için hem zararın hem de kusurun ispat edilmesi gerekeceğinden, uygulamada zararın tazmin edilmesinde belirsizlikler yaşanmakta; ayrıca zararın belirlenmesi zaman kaybına neden olabilmektedir. Oysa taraflar, sözleşmede cezai şart düzenleyerek tazminatın uygulamada yarattığı sorunları bir nebze de olsa azaltabilirler. Zira cezai şartın, alacaklı tarafından talep edilebilmesi için alacaklının zararını ispat etmesi gerekmediği gibi, herhangi bir zararının olması da gerekli değildir. Dolayısıyla, kararlaştırılmış olan cezai şartın tutarı, somut olaydaki zarardan çok daha fazla olabilir ve alacaklı cezai şartı karşı tarafı ifaya teşvik etmek için bir baskı aracı olarak da kullanılabilir. Bu nedenlerle, uygulamada seçici dağıtım sözleşmelerinde cezai şart düzenlemesine sıklıkla rastlanmaktadır. Cezai şartın kararlaştırılması kural olarak yazılılık esasına tabi değildir. Ancak, cezai şartın fer'i bir borç olması nedeniyle, asıl borcun geçerliliği şekle bağlanmışsa cezai şartın da aynı şekilde yapılması zorunludur. Her halükârda, gerek HMK'da yer alan usul şartı gerekse cezai şartın taraflar arasında sözleşmeye aykırılık meydana gelmeden evvel belirlendiğinin ispatı için taraflar cezai şart anlaşmasını yazılı yapmayı tercih etmelidirler. Cezai şart, ifa yerine veya ifaya ek olarak kararlaştırılabilir. Uygulamada, sıklıkla TBK'nın 179. maddesinin 2. fıkrasına atıf yapılarak sözleşme içerisinde ifaya ek cezai şart düzenlenir. Bkz. İzmirli, "Cezai Şart", s. 35, 51; Nomer, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*; s. 527; Hatemi ve Gökyayla, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 377;

Seçici dağıtım sözleşmeleri kapsamındaki hukuki ilişki nedeniyle, genellikle sağlayıcıya ait veya sağlayıcının lisans hakkı bulunan marka ve logoların kullanımı için bayiye lisans verilebileceğinden bahsetmiştik. Zira, bayinin reklam ve pazarlama faaliyetlerini yürütürken, söz konusu markaları ve logoyu hem mağazada hem de *online* platformlarda kullanması gerekir. Özellikle, otomotiv sektöründe bayinin yetkili servis olduğunu göstermesi için mağazasında sağlayıcının logosunu kullanması yaygındır. 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun ("SMK") 148. maddesinin 4. fıkrasına göre, "*sınai haklar üzerindeki hukuki işlemler yazılı şekle tabidir.*" Aynı şekilde, taraflar sağlayıcının eser niteliğindeki bilgisayar programı, proje, sunum veya katalog gibi ürünlerinin de bayi tarafından sürümü artırma faaliyetleri kapsamında kullanılabilmesini düzenleyebilirler<sup>103</sup>. 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun ("FSEK") 52. maddesi kapsamında, fikir ve sanat eserlerine ilişkin lisansın yazılı olması ve hangi haklara ilişkin lisans verildiğinin ayrı ayrı ve açıkça gösterilmesi gerekir. Bu doğrultuda, sınai veya fikri haklara ilişkin lisansın yazılı olarak düzenlenmesi zorunludur. Sağlayıcı ile bayi sınai ve fikri haklara ilişkin ayrı bir lisans sözleşmesi akdetmeyi tercih edebilecekleri gibi seçici dağıtım sözleşmesi içerisinde de ilgili hükümleri düzenleyebilirler<sup>104</sup>. Eğer taraflar, lisans hakkını sözleşme içerisinde düzenlemeyi tercih ederlerse seçici dağıtım sözleşmesini yazılı yapmaları gerekir.

Uygulamada seçici dağıtım sözleşmeleri genellikle tarafların iradesi ile yazılı olarak akdedilmektedir. Bu şekil, iradi şekil şartı olarak belirlenebileceği gibi yalnızca ispat kolaylığını sağlamak amacıyla da tercih edilmiş olabilir. Her halükârda, tarafların anlaşması gereği bir şekle tabi olarak akdedilmiş bir sözleşmede değişiklik yapılması için aynı şekle uyulması gerekip gerekmediği uygulamada sorun yaratır. TBK'nın yasal yazılı şekil şartını düzenleyen 13. maddesinde, sözleşmenin değiştirilmesinde yazılı şekil şartına uyulması gerektiği

---

<sup>103</sup> Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 69.

<sup>104</sup> Ay, s. 69.

belirtilmiştir. Söz konusu hüküm iradi şekli kapsamamaktadır<sup>105</sup>. Diğer taraftan, borçlar hukukundaki temel prensibin şekil serbestisi olduğu dikkate alındığında, taraflarca öngörülen şekil şartının etki alanının dar yorumlanması gerekir<sup>106</sup>. Bu doğrultuda, iradi olarak yazılı akdedilmiş sözleşmenin şartlarında değişiklik yapmak için akdedilecek yeni sözleşmelerin yazılı olarak yapılmasına gerek yoktur. Fakat uygulamada, genellikle gelecekte sözleşmede yapılması planlanan değişikliklerin yazılı olarak yapılacağına ilişkin sözleşmeye şekil şartı koyulmaktadır. Bu durumda, değişiklik anlaşmasında şekil şartına uyulması gerektiği kabul edilmelidir. Eğer söz konusu şekil şartına rağmen taraflar yazılı bir tadil metni akdetmemiş ise söz konusu şekil şartına uyulmadan yapılan anlaşmanın geçersiz sayılması riski mevcuttur. Ancak tadil taraflarca öngörülen şekilde yapılmamış olmasına rağmen uzun bir zaman uygulanmış ve buna taraflarca ses çıkarılmamışsa, taraflardan birisinin bireysel menfaati gereği tadilin şekil eksikliği nedeniyle geçersizliğini sonradan ileri sürmesi, dürüstlük kuralı ile bağdaşmaz<sup>107</sup>.

## **2.5. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN BENZER SÖZLEŞME TÜRLERİNDEN FARKLARI**

Seçici dağıtım sözleşmesi, bir dağıtım sözleşmesi tipidir. Seçici dağıtım sözleşmesi; diğer dağıtım sözleşmelerinden tek satıcılık sözleşmesi, franchise sözleşmesi ve acentelik sözleşmesi ile benzer özelliklere sahiptir. Ancak, bu sözleşmeleri birbirlerinden ayıran özellikler bulunur. Aşağıda, seçici dağıtım sözleşmesini, anılan sözleşme türlerinden ayıran özelliklerine değinilecektir.

### **2.5.1. Tek Satıcılık Sözleşmesinden Farkı**

Sağlayıcının markalı veya lüks ürünlerin pazarlanmasında satış öncesi tanıtım hizmetleri, satış mekânları, nitelikli personel istihdamı gibi kimi unsurları gözettiği,

---

<sup>105</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 163; Şen Doğramacı, “Sözleşmelerin Şekli”, s. 142.

<sup>106</sup> Özbilen, *Sözleşmelerin Şekli ve Şekil Yönünden Hükümsüzlüğü*, s. 131.

<sup>107</sup> Kavak, *Borçlar Hukukunda Yazılı Şekil*, s. 29.

yeni bir pazara girilirken ürünün tutundurulmasının ve sürümün artırılmasının özel bir önem arz ettiği hallerde tek satıcılık veya seçici dağıtım sisteminin tercih edilmesi yaygındır<sup>108</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesi ve tek satıcılık sözleşmesi, bayilik sözleşmesinin birer alt türleri olup kendilerine özgü unsurları bulunur.

Tek satıcılık sözleşmesi, sağlayıcının ürünlerinin tamamını veya bir kısmını belirli bir bölgede tekele sahip olarak satmak üzere satıcıya bedel karşılığında teslim etmeyi taahhüt ettiği, satıcının ise ürünleri kendi adına ve hesabına satmayı ve ürünlerin sürümünü artırma faaliyetinde bulunmayı üstlendiği bir sözleşme tipidir<sup>109</sup>. Bu doğrultuda, tek satıcılık sözleşmesinin unsurlarını; bayinin bağımsız olması, dikey iş birliği, bayiye belirli bir bölge tanınması ve bedel olarak saymak mümkündür.

Tek satıcılık sözleşmesi de diğer dağıtım sözleşmeleri gibi kanunlarla düzenlenmiş bir sözleşme tipi olmadığından atipik bir sözleşmedir. Ayrıca, tek satıcılık sözleşmesi taraflar arasında sürekli bir borç ilişkisi doğurur ve uygulamada çerçeve nitelikte bir sözleşme olarak akdedilir<sup>110</sup>.

Tek satıcılık sözleşmesinde sağlayıcının ürünleri teslim etme, bayiye destekleme ve bayiye tanınan bölgede doğrudan veya başkaları aracılığıyla ürün satmama yükümlülüğü bulunurken; bayinin ürünleri satın alma, sürümü artırma faaliyetlerinde bulunma, sağlayıcının menfaatlerini koruma ve rekabet etmeme yükümlülüğü bulunur. Tek satıcılık sözleşmelerini diğer dağıtım sözleşmelerinden

---

<sup>108</sup> Sak, “Bir Üst Kavram Olarak Dağıtım Sözleşmeleri ve Bunlara Özgül Denkleştirme İstemi Sorunu”, s. 7; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 28.

<sup>109</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 33; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 19; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 28; Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 363; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 7; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 21; Genç, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, s. 151; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 28; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Hakkı Sebeple Feshi*, s. 36.

<sup>110</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 27; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 19; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Hakkı Sebeple Feshi*, s. 37.

ayır en önemli özelliği, bayinin münhasır satış bölgesinin bulunmasıdır<sup>111</sup>. Bu nedenle sağlayıcı, söz konusu bölge içerisinde başkaca yeniden satıcılara ürün satmama borcu altına girmektedir. Sağlayıcının bir bölgeyi tek satıcıya bırakmasının karşılığı olarak, tek satıcının da genellikle asgari olarak belirlenen bir tutarda ürün alma zorunluluğu bulunur<sup>112</sup>. Ayrıca, bayi bir bölgede sözleşme konusu ürünlerin tekel hakkını elde ettiği için sağlayıcının markası ile rekabet etmemeyi taahhüt etmektedir.

Tek satıcılık sözleşmesi ile seçici dağıtım sözleşmesinin unsurları ele alındığında, sözleşmelerin ekonomik işlevleri bakımından oldukça benzerlik gösterdiği söylenebilir. Ancak, tek satıcılık sözleşmesinde bayiye bir tekel alanı verilirken, seçici dağıtım sözleşmesinde böyle bir alandan bahsedilemez. Seçici dağıtım sözleşmesinde, sağlayıcı seçici dağıtım sistemi kurar ve belirlediği kriterlere uyan yeniden satıcıları bu sisteme dahil eder. Seçici dağıtım sisteminde yer alan yeniden satıcılar, aynı bölgede faaliyet göstermekte özgürdürler. Tek satıcılık sözleşmesi ile seçici dağıtım sözleşmesindeki bu unsur farkı nedeniyle, sözleşmede yer alan asli yükümlülükler de değişkenlik gösterir.

Tek satıcılık sözleşmesinde, bayinin kendi bölgesinde münhasıran satış yapma hakkı bulunduğu için, bayinin söz konusu bölgede ürünlerin satış ve pazarlama faaliyetlerini belirli hedeflerin üzerinde gerçekleştirmesi beklenir. Bu nedenle, tek satıcının asgari alım yükümlülüğüne uyması sözleşmedeki asli borçları arasında sayılır. Bu asgari alım yükümlülüğü, sözleşmenin içerisinde belirlenebileceği gibi piyasada gelişen şartlara göre taraflarca daha sonra da

---

<sup>111</sup> Sağlayıcı, tek satıcılık sözleşmesi kapsamında bayinin bölgesinde yalnızca bizzat satış yapmamayı taahhüt ediyorsa buna basit tekel denilir. Eğer, sağlayıcı kendisinin yanı sıra diğer tek satıcıların da satış yapmayacağını temin ederse, tekel güçlendirilmiş olur. Buna, mutlak tekel hakkı denir. Bkz. Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 365.

<sup>112</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 42; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 20; İşgüzar'a göre, asgari alım yükümlülüğünün belirtilmesi sözleşmenin zorunlu bir unsuru değildir. Burada geniş anlamda, tek satıcının sağlayıcıya mümkün mertebede çok sipariş verme yükümlülüğü bulunur. Bkz. İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 69-70.

anlaşılabilir<sup>113</sup>. Eğer sözleşmede, bir asgari satın alma yükümlülüğü kararlaştırılmamış ise, sağlayıcı tek satıcıdan ileride gerçekleşmesi muhtemel talepleri herhangi bir sorun yaşamadan karşılamaya yetecek kadar asgari bir miktarı satın almasını isteyebilir<sup>114</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinde ise bayinin ürünleri satın alma yükümlülüğü bulunurken, asgari bir tutarda veya sayıda alması zorunluluğu bulunmamaktadır. Zira, sağlayıcının ürünlerini aynı bölgede satan birden fazla satıcı olabildiğinden, belirli bir bölgedeki satış faaliyetleri için sağlayıcı tek bir satıcıya bel bağlamaz. Diğer taraftan, seçici dağıtım sistemlerinde de çoğu zaman sistemin başarı hedeflerine ulaşabilmesi için uygulamada sağlayıcının bayilerine asgari alım koşulu getirdiği görülür. Bu koşul, seçici dağıtım sisteminde bir kriter olarak sözleşmeye yazılabilir. Fakat, bayinin asgari alım yükümlülüğünün, seçici dağıtım sözleşmesinin ayırıcı bir özelliği olduğunu söylemek doğru değildir.

Tek satıcılık sözleşmesinde, bir bayinin faaliyet bölgesinde, diğer yeniden satıcılar sağlayıcının ürününü satamayacağından, marka içi rekabet oldukça zayıftır. Bu nedenle, tek satıcı ile dağıtım faaliyetini sürdüren bir sağlayıcı markalar arası rekabeti artırmayı hedefler. Benzer şekilde, seçici dağıtım sözleşmelerinde sağlayıcının ürünlerini, yalnızca belirli kriterleri sağlayarak sisteme seçilen bir kısım yeniden satıcı satabildiğinden, seçici dağıtım sistemlerinde de marka içi rekabet azalır. Bu doğrultuda, her iki sözleşme tipi yeniden satıcıların sayısını bayi lehine sınırlandırılması bakımından birbirlerine benzemektedir. Fakat, tek satıcılık sisteminde genellikle sağlayıcı faaliyet göstermek istediği coğrafyayı birden fazla bölgeye ayırarak her birinde ayrı ayrı tek satıcılar ile anlaşır. Eğer sağlayıcı bayilerine kendi bölgeleri içinde mutlak tekel hakkı tanıyorsa, sistemi koruyabilmek için bayilerin, kendi bölgeleri dışında satış yapmalarını yasaklayarak bayilerin yeniden satışına müdahale eder<sup>115</sup>. Seçici dağıtım sistemlerinde ise

---

<sup>113</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 42; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 85.

<sup>114</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 110.

<sup>115</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 28. Rekabet hukuku kapsamında, sağlayıcı kendisine münhasır bölge tahsis edilmiş bir satıcının ancak diğer bölgelere aktif satışını sınırlandırabilir, pasif satışlarını sınırlandıramaz. Bkz. Kılavuz, p. 22 vd.

sağlayıcı yalnızca kriterleri sağlayan yeniden satıcılardan oluşan bir grup tarafından ürünlerinin satılmasını ister. Bu sistemde bayilerin bölge sınırlaması yoktur. Fakat, bu durumda sistemin bozulmaması için bayilerin seçici dağıtım sistemi dışında kalan yeniden satıcılara ürün satması yasaklanır. Bu doğrultuda, tek satıcılık sözleşmesinde ve seçici dağıtım sözleşmesinde, sağlayıcı kurduğu dağıtım sistemini koruyabilmek için farklı şekillerde bayinin yeniden satışlarına müdahale eder. Ancak, her iki dağıtım sisteminde de sağlayıcının, yetkiler bayiler arasındaki satışları sınırlandırma hakkı bulunmamaktadır.

Tek satıcılık sözleşmesinde, bayinin kendi bölgesinde münhasır satış hakkının korunması için sağlayıcı üçüncü kişiler aracılığıyla söz konusu bölgede ürün satmayacağını taahhüt ettiği gibi doğrudan kendisinin de ürün satışı yapmayacağını taahhüt eder<sup>116</sup>. Anılan yükümlülük nedeniyle, sağlayıcı kendisi adına bir yapmama taahhüdü altına girmektedir<sup>117</sup>. Diğer taraftan, sağlayıcı diğer tek satıcıların yanı sıra onların müşterilerinin de o bölgede ürün satışını engelleyecek önlemleri almakla yükümlü olacaktır. Bu doğrultuda, tek satıcılık sözleşmesinde sağlayıcı üçüncü kişilerin fiilini de taahhüt eder<sup>118</sup>. Seçici dağıtım sistemlerinde, bir münhasırlık söz konusu olmadığı için diğer bayiler gibi sağlayıcı da ürünlerin satışını uygun gördüğü yerlerde yapabilir. Fakat seçici dağıtım sözleşmesinde, sağlayıcı kriterleri sağlamayan yeniden satıcılara ürün satmayacağını taahhüt etmektedir. Bu yükümlülük kapsamında, sağlayıcının, diğer bayilerin de sistem dışında kalan yeniden satıcılara sözleşme konusu ürünleri satmamaları için gerekli önlemleri almayı taahhüt ettiği şeklinde yorumlanabilir. Zira, bayinin sözleşmesel ilişkisi sağlayıcı ile kurulduğundan, sözleşme ilişkisinin nispiyeti gereğince bayinin diğer bayilerin sistemi bozan faaliyetleri karşısında

---

<sup>116</sup> Tandoğan, Cilt I/1:s. 50; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 72; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 57.

<sup>117</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 50; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 73; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 72.

<sup>118</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 94; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 50; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 22; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 54; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 72.

sağlayıcıya başvurabilmesi gerekir. Dolayısıyla, seçici dağıtım sözleşmesinde de sağlayıcının üçüncü kişinin fiilini taahhüt ettiği kabul edilmelidir.

Tek satıcılık sözleşmesinde, sağlayıcının bayiye münhasır bir alanda satış yapma hakkını vermesinin bir karşılığı olarak, bayinin genellikle rekabet etmeme yükümlülüğü bulunur. Zira, bayi belirlenen bölgedeki tek satıcı olduğundan, bayinin benzer malları satmaktan kaçınarak tüm gücünü tek bir marka üzerinde yoğunlaştırması gerekir<sup>119</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinde ise kimi zaman rekabet etmeme yükümlülüğü bayiye getirebilir fakat bu sözleşmenin ayırt edici bir unsuru değildir.

### 2.5.2. Acentelik Sözleşmesinden Farkı

Seçici dağıtım sözleşmesi ile acentelik sözleşmesi ekonomik işlevleri, taraflarının bağımsız olarak hareket etmeleri ve tarafların iş birliği içerisinde olmaları bakımından birbirlerine oldukça benzerler. Acentelik sözleşmesi, seçici dağıtım sözleşmesinden farklı olarak atipik bir sözleşme değildir. Acentelik sözleşmesi 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun ("TTK") 102 vd. maddelerinde düzenlenmektedir. TTK'nın 102. maddesinde acente; *"ticari mümessil, ticari vekil, satış memuru veya işletmenin çalışanı gibi işletmeye bağlı bir hukuki konuma sahip olmaksızın, bir sözleşmeye dayanarak, belirli bir yer veya bölge içinde sürekli olarak ticari bir işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık etmeyi veya bunları o tacir adına yapmayı meslek edinen kimseye"* denir.

TTK'daki tanımdan da anlaşılacağı üzere iki tip acente bulunur. Bunlardan birincisi, aracılık eden acentedir. Aracılık eden acente, müvekkili için sözleşmenin akdedilmesini kolaylaştırır ve müvekkili için bir müşteri çevresi kurulmasını

---

<sup>119</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 74; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 84; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 161.

sağlar<sup>120</sup>. Fakat, aracılık eden acente doğrudan sözleşme yapmaz. İkinci tip acente ise sözleşme yapan acentedir. Bu kapsamda, seçici dağıtım sözleşmesindeki hukuki ilişkiyi sözleşme yapan acente ile müvekkili arasındaki hukuki ilişki ile karşılaştırmak yerinde olur.

Sözleşme yapan acente, müvekkili için yalnızca müşteri çevresi kurmakla kalmaz aynı zamanda temsil yetkisini kullanarak onun için sözleşme yapar<sup>121</sup>. Bu doğrultuda, sözleşme yapan acente kendi hesabına hareket etmez. Acente, ürünlerin satışını ve sözleşme işlemlerini müvekkili hesabına gerçekleştirir<sup>122</sup>. Acente bu faaliyeti nedeniyle müvekkilinden bir ücret alır. Oysa, seçici dağıtım sözleşmelerinde bayi kendi adına ve hesabına hareket eder. Bu doğrultuda, bayinin satın aldığı ürünler kendi mülkiyetine girer ve bayi satış bedelinin üzerine piyasa koşulları çerçevesinde kâr koyup ürünleri satmayı amaçlar<sup>123</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinde, bayi ürünlerin satışına ilişkin kâr ve zarardan bizzat sorumludur.

Acente sözleşmede kararlaştırılan bölge ve ticaret dalı içerisinde müvekkilinin işlerini yürütür. Sözleşmede aksi kararlaştırılmadıkça, acente söz konusu bölgede müvekkili ile rekabet halindeki faaliyetleri yürütmez ve müvekkili de acentenin bölgesinde doğrudan veya başka bir acente aracılığıyla çalışmama yükümlülüğü altına girer<sup>124</sup>. Başka bir deyişle, kural olarak acente ile müvekkilin

---

<sup>120</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 15.

<sup>121</sup> Hatemi, Serozan, ve Arpacı, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, s. 466; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 16; Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 379; Güvenç, *6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na göre Acente Hukuku*, s. 22; Kayıhan, *Türk Ticaret Kanunu ve Türk Borçlar Kanunu Işığında Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi*, s. 45.

<sup>122</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 39; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 35; Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 380; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 78; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 44; Genç, "Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri", s. 156; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 57.

<sup>123</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 40; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 35; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 78; Kayıhan, *Türk Ticaret Kanunu ve Türk Borçlar Kanunu Işığında Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi*, s. 75.

<sup>124</sup> Hatemi, Serozan, ve Arpacı, *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, s. 471; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 17.

karşılıklı tekel hakkı bulunur<sup>125</sup>. Fakat, seçici dağıtım sözleşmesi içerisinde aksi açıkça kararlaştırılmadığı müddetçe tarafların böyle bir hakkı bulunmaz<sup>126</sup>. Hatta taraflar, seçici dağıtım sözleşmesinde böyle bir yükümlülük düzenlemeyi tercih ederlerse dahi bu husus ancak rekabet hukukuna uygun olduğu ölçüde uygulanabilir.

Diğer taraftan acentenin, müvekkili için sadakat borcu altına girme ve müvekkilinin ürünlerinin sürümünü artırma yükümlülüğü bulunmaktadır. TTK'nın 123. maddesinde acentenin müvekkilinin menfaatini koruma yükümlülüğünden açıkça bahsedilmektedir. Bu doğrultuda, acentelik sözleşmesinde acente ile müvekkil arasında kurulan ilişki, seçici dağıtım sözleşmesinde bayi ile sağlayıcı arasında kurulan ilişkiye benzemektedir. Fakat, acente ticari ilişki içerisinde müvekkilinin aracısı ya da temsilcisi konumundayken, bayi sağlayıcının daha ziyade iş ortağı görünümündedir<sup>127</sup>. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sözleşmesinde sürümü artırma faaliyeti asli bir yükümlülük iken, acentelik sözleşmesinde sadakat yükümlülüğünden doğan bir yan yükümlülük olarak kendini gösterir<sup>128</sup>.

Diğer taraftan; acentenin, kanunen müvekkilinin talimatlarına uyma yükümlülüğünü bulunmaktadır. Dağıtım sözleşmelerinde ise bayinin faaliyetleri iş görme edimi kapsamında değerlendirilir<sup>129</sup>. TBK'nın 502. maddesi uyarınca, kanunda düzenlenmemiş iş görme sözleşmelerine uygun düştüğü ölçüde vekâlete ilişkin hükümler uygulanmaktadır. Bu doğrultuda seçici dağıtım sözleşmesinde de bayinin, sağlayıcının talimatlarına uyma yükümlülüğünün bulunduğunu kabul etmek gerekir. Fakat, acente tüm bu faaliyetleri yerine getirirken müvekkilini temsilen hareket etmekte ve doğrudan kâr ve zarara kendisinin katlanmamaktadır.

---

<sup>125</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 379; Güvenç, *6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na göre Acente Hukuku*, s. 121.

<sup>126</sup> Yalçınkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", 2020, s. 13.

<sup>127</sup> Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 78.

<sup>128</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 41; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 36; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 78.

<sup>129</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 62.

Dolayısıyla, acentenin, müvekkilin talimatlarına uyması hukuki ilişki kapsamında daha sıklıdır. Oysa, seçici dağıtım sözleşmesinde, bayi ticari faaliyetine uygun olduğu ölçüde ve kapsamda talimatları yerine getirebilir<sup>130</sup>. Bu doğrultuda, bir bayinin bağımsızlığının acenteden daha geniş olduğunun kabul edilmesi gerekir<sup>131</sup>.

Yukarıda açıklandığı şekilde, acentenin müvekkili ile arasındaki özel temsil ilişkisi nedeniyle, acentenin ticari faaliyetlerinden kaynaklanan tüm kâr ve zarar müvekkili üzerinde doğar. Bu kapsamda, acente ile müvekkili rekabet hukuku çerçevesinde tek bir teşebbüs olarak değerlendirilir ve kural olarak acentelik sözleşmesi rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma olarak RKHK'nın 4. maddesi kapsamına girmez<sup>132</sup>. Fakat, acentelik sözleşmelerinde sözleşme süresince devam eden karşılıklı tekelin yanı sıra acentenin sözleşme sonrası da rekabet etmeme yükümlülüğü bulunduğuna dair anlaşmalar yapılabilmesi mümkündür. Sözleşme sonrası rekabet yasağı da dâhil olmak üzere rekabet etmeme yükümlülüğü markalar arası rekabet ile ilgilidir ve şayet sözleşme konusu ürünlerin satıldığı ilgili pazarda kapama etkisine yol açıyorsa rekabeti sınırlayıcı etkiler doğurabileceğinden bahsedilir<sup>133</sup>. Acentelik sözleşmenin bu etkileri nedeniyle RKHK'nın 4. maddesi kapsamına girebilmesi mümkündür. Seçici dağıtım sözleşmelerinde ise bayi ticari rizikoyu tamamen kendisi üstlendiğinden, diğer dağıtım sözleşmeleri gibi seçici dağıtım sözleşmelerinin de rekabeti sınırlayıcı etkiler doğurduğu kabul edilir. Bu kapsamda seçici dağıtım sözleşmesi, daima rekabet mevzuatı çerçevesinde değerlendirilmesi gereken bir sözleşme tipidir.

### 2.5.3. Franchise Sözleşmesinden Farkı

---

<sup>130</sup> Yalçinkaya Koraltan'a göre; *sağlayıcı tarafından seçici dağıtım üyesi dağıtıcıya, dağıtıcının bağımsızlığı ile çelişmeksizin yalnızca malın satışı ve sürümünün artırılması ile getirilen seçim kriterlerinin dağıtıcı tarafından sürdürülmesi yönünde sınırlı olarak talimat verilebilmektedir. Dağıtıcı bakımından sağlanan mal ve hizmetlerin yeniden satışındaki riski kendisinin taşıması sebebiyle sağlayıcının talimatlarına uyma zorunluluğu da bulunmamaktadır. Bkz. Yalçinkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", s. 13.*

<sup>131</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 40; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 35; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 44.

<sup>132</sup> Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 128; Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 379.

<sup>133</sup> Rekabet Kurumu, *Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz*, p. 14.

Seçici dağıtım sözleşmelerinin benzerlik gösterdiği bir diğer sözleşme tipi ise franchise sözleşmesidir. Dağıtım sözleşmeleri içerisinde yer alan franchise sözleşmesinde sağlayıcının imaj birliğini korumak amacıyla bayiye müdahale ettiği çok fazla alan bulunur. Bu kapsamda, franchise sözleşmesi ile seçici dağıtım sözleşmesi tarafların hukuki ilişkileri bakımından oldukça benzerdir. Ancak, her iki sözleşme tipinin de ayırt edici özellikleri bulunur<sup>134</sup>.

Franchise sözleşmesi; franchise verenin, kendisine ait üretim, işletme ve pazarlama sistemini oluşturan fikri ve sınai unsurlar üzerinde, franchise alana kullanma (lisans) hakları tanıyarak, onu kendi işletme organizasyonuna entegre etmek ve onu bu sisteme dayanan ticari faaliyeti sırasında devamlı olarak destekleme borcu altına girdiği; franchise alanın ise hem bu sisteme dahil mal ve hizmetlerin sürümünü kendi nam ve hesabına yapmayı ve desteklemeyi, hem de franchise verene belli bir ücret ödemeyi taahhüt ettiği sürekli bir borç ilişkisi kuran kanunda düzenlenmemiş bir sözleşmedir<sup>135</sup>. Bu doğrultuda, franchise sözleşmesinin unsurlarının; franchise alanın bağımsız olması, dikey iş birliği, franchise sisteminin kurulması ve ücret olarak saymak mümkündür.

Franchise sözleşmesini diğer dağıtım sözleşmelerinden ayıran en önemli unsur, franchise sistemidir. Zira, franchise sistemi sağlayıcının üretim, işletme ve pazarlama anlayışını içeren bütün bir konsepttir<sup>136</sup>. Franchise sözleşmelerinde yer alan üretim, işletme ve pazarlama ilkeleri kapsamında; franchise alan franchise verenin bütün pazarlama anlayışını kendi işletmesine entegre etme ve koruma

---

<sup>134</sup> Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 13.

<sup>135</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukukten Korunması*, s. 10; Kırca, “Franchise Sözleşmeleri”, s. 18; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 48; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 26; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 5; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 6; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 63.

<sup>136</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukukten Korunması*, s. 35; Kırca, “Franchise Sözleşmeleri”, s. 267; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 21.

yükümlülüğü altındadır<sup>137</sup>. Seçici dağıtım sisteminde ise sağlayıcı ortak bir pazarlama anlayışı oluşturmak için kriterleri sağlayan bayileri seçerek dağıtım ağını kurmaktadır. Bayinin de sağlayıcı tarafından getirilen kriterlere uyum sağlama yükümlülüğü bulunur. Bu doğrultuda, her iki sözleşme tipi birbirine benzemektedir. Fakat, franchise sözleşmesinde franchise alan pazarlama politikaları kapsamında, ürünü temin etme, ürünün türü, standardı, reklamlar, mağaza yeri, mağazanın donanımı, iş kıyafetleri, dağıtım ve taşımacılık konularında franchise verenin ilkelerine bağlıdır<sup>138</sup>. Bahsi geçen konular bakımından, seçici dağıtım sözleşmelerinde bayi de sağlayıcının iş ilkelerine bağlı olabilir. Ancak, bu bağlılığın kapsamını, sağlayıcının getireceği nitel ve nicel kriterlerden oluşturur ve bu kriterlere uyum sağlayan bayiler, ticari faaliyetlerinde diğer konular bakımından özgürce hareket edebilirler. Bu nedenle, franchise alanın ticari faaliyeti bakımından franchise sistemine çok daha fazla entegre olduğunu söylemek mümkündür.

Diğer taraftan, franchise sözleşmesinde franchise alan, franchise verenin *know-how*'ı da dahil olmak üzere fikri ve sınai ürünlerini kullanır. Bu husus, sözleşme kapsamında franchise alanın bir hakkı olduğu kadar bir yükümlülüğüdür. Dolayısıyla, franchise veren de fikri ve sınai ürünlerini kullandırma borcu altındadır. Başka bir deyişle, bir franchise işletmesinde franchise verenin markasının, işletme adının, logosunun ve sembollerinin kullanılması zorunludur<sup>139</sup>. Franchise alan, işletmesi içerisinde kendi logosunu veya işletme adını kullanamaz. Seçici dağıtım sözleşmesinde ise kimi zaman sağlayıcının fikri ve sınai unsurlarının kullanılması amacıyla sözleşmede lisans hakkı düzenlenebilir ancak bu husus seçici dağıtım sözleşmesinin zorunlu bir unsuru değildir. Ayrıca, çoğu zaman seçici dağıtım sistemi içerisindeki bayi kendi unvanını ve diğer tanıtıcı işaretlerini kullanabilir. Bu kapsamda, franchise sözleşmesinde franchise verenin fikri ve sınai

---

<sup>137</sup> Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 10.

<sup>138</sup> Ayata, s. 10; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 21.

<sup>139</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukuken Korunması*, s. 25; Kırca, "Franchise Sözleşmeleri", s. 29; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 48; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 10; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 28.

unsurları kullandırma, bayinin ise kullanma borcu tarafların asli yükümlülüğünü oluştururken, seçici dağıtım sözleşmesinde böyle bir hak veya borç ayrıca düzenlenmedikçe mevcut olmaz.

Franchise sözleşmesinin ayırt edici unsurlarından bir diğeri ise franchise alanın ücret ödeme borcudur. Franchise veren, franchise alanı kendi kurmuş olduğu sürüm organizasyonuna dahil etmekte, ona reklamlar, işyeri bulma, muhasebe, eğitim gibi konularda yardımcı olmakta ve sistemi ile ilgili fikri ve sınai haklarını kullanmasına izin vermektedir<sup>140</sup>. Bu imkânlar ve haklar karşılığında, franchise alan da franchise verene başlangıçta belli bir miktar ve sonra belli bir oranda ücreti düzenli aralıklarla ödeme borcu altına girmektedir<sup>141</sup>. Franchise alanın periyodik ödeme borcu genellikle ciroya göre belirlenir<sup>142</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinde ise, taraflar arasında sisteme giriş ücreti nadiren de olsa kararlaştırılabilir ancak franchise sözleşmesinde olduğu gibi sözleşmenin bir unsuru değildir. Diğer taraftan, seçici dağıtım sözleşmesinde bayinin sağlayıcıya ödemekle yükümlü olduğu periyodik bir bedelden bahsedilemez. Seçici dağıtım sözleşmesinde, bedel unsuru kural olarak sağlayıcı ile bayi arasında akdedilen münferit satış sözleşmelerinden kaynaklanır.

Yukarıda açıklandığı üzere, her ne kadar seçici dağıtım sözleşmesinde uygulanan kriterler nedeniyle bayi, sağlayıcının ekonomik işletmesine entegre olsa da bu entegrasyon franchise sözleşmesinin gerek sistem paketi gerekse fikri ve sınai hakların kullanılması unsurları nedeniyle franchise sözleşmesindeki kadar yoğun değildir. Zaten, franchise alanın işletmesi, franchise zincirinin bir halkası olarak

---

<sup>140</sup> Kırca, “Franchise Sözleşmeleri”, s. 35; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 12.

<sup>141</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması*, s. 15; Kırca, “Franchise Sözleşmeleri”, s. 35; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 12; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 23.

<sup>142</sup> Kırca, “Franchise Sözleşmeleri”, s. 35; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 13. Ürün franchisingi sözleşmelerinde periyodik ödeme başlangıç ücreti veya periyodik ücret kararlaştırılmayabilir. Ancak, hizmet franchisingi sözleşmelerinde periyodik ücret zorunludur. Bkz. Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 103.

sanki franchise verenin bir şubesiymiş gibi algılanmaktadır<sup>143</sup>. Seçici dağıtım sisteminde ise, bayilerin böyle görünümünden bahsetmek her zaman mümkün olmayabilir. Diğer taraftan, seçici dağıtım sisteminde ürünün, sadece kapalı bir ağı oluşturan bayiler tarafından satışı mümkün iken franchise sisteminde böyle bir özellikten bahsedilemez.

## **2.6. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNDE TARAFLARIN HAK VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ**

### **2.6.1. Sağlayıcının Yükümlülükleri**

Seçici dağıtım sözleşmelerinde sağlayıcının temel olarak; bayi ile münferit satış sözleşmeleri akdetme yükümlülüğü, kriterleri sağlamayan yeniden satıcılara satış yapmama yükümlülüğü, sadakat yükümlülüğü ve bayiye destekleme yükümlülüğü vardır. Sağlayıcının sadakat yükümlülüğü kapsamında bütün bayilere eşit davranma yükümlülüğü ve ürün kalitesini garanti etme yükümlülüğü incelenecektir. Bayiye destekleme yükümlülüğü kapsamında ise bayiye belge ve malzeme temin etme yükümlülüğü ve bilgi verme yükümlülüğü ele alınacaktır.

Sözleşme serbestisi çerçevesinde, sağlayıcının sözleşme içerisinde başkaca borçlarının düzenlenebilmesi mümkündür. Aşağıda, literatürün de benimsediği asli borçlar ile sınırlı bir inceleme yapılmıştır.

#### **2.6.1.1.Münferit Satış Sözleşmeleri Akdetme Yükümlülüğü**

Seçici dağıtım sözleşmesinin uygulamada çerçeve sözleşme olarak akdedildiğinden bahsetmiştik. Bu çerçeve sözleşmede, taraflarca kararlaştırılan

---

<sup>143</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukuken Korunması*, s. 25; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 48; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 34.

koşullar münferit satış sözleşmelerine uygulanır. Çerçeve sözleşmede yer almayan konularda ise münferit satış sözleşmelerinde düzenlemeler yapılabilir.

Çerçeve sözleşme her ne kadar taraflar arasında akdedilmesi planlanan münferit sözleşmelere uygulanacak kuralları belirlemek için yapılsa da öğretilerde çerçeve sözleşmelerin münferit sözleşme akdetme yükümlülüğü doğurmadığından bahsedilir<sup>144</sup>. Ancak, dağıtım sözleşmelerinde taraflar bir iş birliği içerisinde hareket etmek amacıyla hukuki ilişkiye girerler. Zira, sözleşme içerisinde sağlayıcı bayiye sözleşme konusu ürünlerin satış hakkını tanıırken, bayi de ürünlerin sürümünü artırma yükümlülüğü altına girer. Özellikle, seçici dağıtım sözleşmesi gibi bayinin, sağlayıcının organizasyonuna yoğun bir biçimde entegre olduğu ve sağlayıcının bayiye müdahalelerde bulunduğu sistemlerde bu iş birliği daha da kuvvetlidir. Bu kapsamda; dağıtım sözleşmelerinin, diğer çerçeve sözleşmelerden ayrılması gerekir. Ayrıca, seçici dağıtım sisteminde, bayi sağlayıcının kriterlerini yerine getirmek için genellikle büyük yatırımlar yaparak sisteme dahil olur. Bayinin bu yatırımları yapmayı kabul etmesinin en önemli nedeni, sağlayıcının da desteği ile yatırımlarının karşılığını alacağına güvenmesidir. Seçici dağıtım sözleşmesinin taraflar arasında dinamik bir iş birliğine dayanması ve bayinin sağlayıcıya güvenerek bu sisteme girmeyi kabul etmesi nedeniyle, sözleşmede açıkça yazılmasa dahi sağlayıcının bayi ile münferit satış sözleşmeleri akdetme ve bu sözleşmelerden kaynaklanan ürünleri teslim etme yükümlülüğünün bulunduğu kabul edilmesi gerekir<sup>145</sup>.

Sağlayıcının münferit satış sözleşmeleri akdetme yükümlülüğünün, bayilik sözleşmelerinde sözleşmeden doğan asli bir edim yükümlülüğü mü olduğu, yoksa sağlayıcının sadakat borcundan doğan bir yan edim yükümlülüğü mü olduğu öğretilerde tartışmalıdır. Çoğunluk görüşüne göre, sağlayıcının bayisi ile münferit satış

---

<sup>144</sup> Barlas, “Çerçeve Sözleşme Kavramı ve Çerçeve Sözleşmelerin Özellikleri”, s. 814; Kocayusufpaşaoğlu, *Borçlar Hukukuna Giriş Hukuki İşlem Sözleşme*, Birinci Cilt:s. 112; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 18; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 14. Aksi görüş için bkz. İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 33.

<sup>145</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 53.

sözleşmeleri akdetme yükümlülüğü, sözleşmeden kaynaklanan asli edim yükümlülük olarak kabul edilmektedir<sup>146</sup>. Zaten, sağlayıcının bu yükümlülüğünün yan edim yükümlülüğü olarak kabul edilmesi durumunda dahi sağlayıcının söz konusu borcu haklı bir neden olmaksızın reddedemeyeceği belirtilmektedir<sup>147</sup>. Seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından da bayinin, sağlayıcının getirdiği kriterlere uyma ve ürünlerin sürümünü artırma gibi sürekli edimli borçlarının bulunduğu dikkate alındığında, bu yükümlülüklerin karşılığı olarak sağlayıcının münferit satış sözleşmeleri akdetme yükümlülüğünün asli bir yükümlülük olarak değerlendirilmesi uygun olacaktır. Bu doğrultuda, sağlayıcının haklı bir gerekçe göstermeksizin satış sözleşmeleri akdetmemesi veya bu sözleşmelerden kaynaklanan ürünleri teslim etme yükümlülüğüne aykırı davranması halinde, bayi zararının tazminini isteyebileceği gibi haklı nedenle sözleşmeyi de feshedebilir<sup>148</sup>. Sağlayıcının satış sözleşmesi akdetmeyi reddetmesi için sunacağı haklı gerekçenin dürüstlük kuralı esasına göre değerlendirilmesi gerekir<sup>149</sup>.

Uygulamada, sağlayıcı genellikle bayinin siparişi üzerine ürünleri tedarik eder. Bu doğrultuda, bayinin icap niteliğindeki siparişine karşılık olarak sağlayıcının zımni veya açık bir kabulü ile münferit satış sözleşmesi akdedilmiş olur. Sağlayıcının, bayinin siparişini alması üzerine makul bir süre içerisinde bir itirazda bulunmaması halinde zımni kabulün varlığı kabul edilebilir. Zira, sağlayıcının bu yükümlülüğü nedeniyle, susmanın kabul olarak yorumlanabilmesi mümkündür.

---

<sup>146</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 86; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 58; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 55.

<sup>147</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 21; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 55.

<sup>148</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 89; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 21; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 57.

<sup>149</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 88; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 65; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 49; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 59.

Sağlayıcının bayi ile satış sözleşmesi akdetmesinin bir sonucu olarak sağlayıcının ürünleri teslim borcu doğar. Dağıtım sözleşmelerinde, sağlayıcının satış sözleşmesinden doğan ürünleri teslim borcunu tam olarak ve zamanında yerine getirebilmesi için sağlayıcının daima makul bir stok bulundurma yükümlülüğü olduğu kabul edilmektedir<sup>150</sup>. Uygulamada, genellikle sağlayıcının yeterli stoku bulduracağına dair seçici dağıtım sözleşmesinde hüküm bulunur. Ancak, bu husus açıkça düzenlenmemiş olsa dahi yine de sağlayıcının makul bir stok bulundurma yükümlülüğü bulunur.

Sağlayıcı ile bayi arasında akdedilecek münferit satış sözleşmelerine, TBK'daki satış sözleşmesine ilişkin kurallar uygulanmalıdır<sup>151</sup>. Bu doğrultuda; sağlayıcının, münferit satış sözleşmesine konu olan ürünü bayiye teslim etmesi ile kural olarak ürünlerin mülkiyeti de bayiye geçmektedir. Sağlayıcının, ürünleri bayiye teslim etmesinin ardından sağlayıcının TBK'nın satış sözleşmesi hükümleri kapsamında ayıp sorumluluğu devam ederken, ürünlere ilişkin hasar sorumluluğu bayiye geçmiş olur.

Dağıtım sözleşmelerinde genellikle sağlayıcının satış sözleşmelerinden kaynaklanan bazı yükümlülükleri için sorumsuzluk kayıtları yer almaktadır. Özellikle, üretim ve teslim güçlükleri nedeniyle bayi tarafından sipariş edilen ürünlerin teslim edilememesi halinde sağlayıcının sorumlu olmayacağı düzenlenmektedir<sup>152</sup>. Seçici dağıtım sözleşmelerinin standart sözleşme olarak akdedilmesi nedeniyle, genellikle bu tür kayıtlar TBK kapsamında geçersiz kabul edileceğinden, sağlayıcının bayinin siparişlerini keyfi olarak reddedebilmesi mümkün değildir<sup>153</sup>.

---

<sup>150</sup> Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 61; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 86.

<sup>151</sup> Eren, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 961.

<sup>152</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 59; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 57.

<sup>153</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 59; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 57.

### **2.6.1.2.Kriterleri Sağlamayan Yeniden Satıcıları Ağa Dahil Etmeme Yükümlülüğü**

Sağlayıcı, seçici dağıtım ağını kurabilmek için markası için gerekli kriterleri karşılayan yeniden satıcılardan kapalı bir ağ kurar. Seçici dağıtım sistemine dahil olan bayiler, ürünleri yalnızca sağlayıcıdan veya ağa dahil olan diğer bayilerden satın almayı ve ürünleri ağa dahil olmayan yeniden satıcılara satmamayı taahhüt ederler. Bayinin bu yükümlülüğünün karşılığı olarak, sağlayıcının da kriterleri sağlamayan yeniden satıcıları ağa dahil etmeme ve seçici dağıtım ağı dışında kalan diğer yeniden satıcılara ürünlerini satmama yükümlülüğünün bulunduğu kabul edilmesi gerekir<sup>154</sup>.

Sağlayıcı tarafından getirilen kriterlere uyum sağlamak için bayinin çoğu zaman yatırım yaparak sisteme dahil olacağından bahsetmiştik. Bayinin bu yatırımı yapmasının en önemli nedeni, yatırımlarının karşılığını alma ihtimalinin yüksek olmasıdır. Dolayısıyla, bayi hem sisteme hem de sağlayıcıya güvenerek bu ilişkiye girer. Bu güven ilişkisinden dolayı, sağlayıcının da bayiye karşı bir sadakat yükümlülüğü bulunur. Eğer sağlayıcı, kriterleri sağlamayan yeniden satıcıları sisteme dahil ederse, bayinin aralarındaki ilişkiye olan güvenini zedelenebilir. Daha da önemlisi, sağlayıcının bu faaliyeti nedeniyle bayi, sisteme girerken umut ettiği menfaati elde edememe riski ile karşı karşıya kalır. Bu nedenle, sağlayıcının söz konusu yükümlülüğünü ihlal etmesi halinde, bayinin varsa zararının tazmini talep etme ve sözleşmeyi haklı nedenle feshetme hakkının bulunduğu kabul etmek gerekir.

Diğer taraftan, seçici dağıtım ağını kuran ve bayileri seçen taraf zaten sağlayıcı olduğundan sağlayıcının kriterlere uyumlu olması halinde ağa yeni satıcılar eklemesi de mümkündür. Bu durumda, sağlayıcının söz konusu yükümlülüğü ihlal edip etmediğinin tespit edilmesi için kriterler ile uyumlu olan bir

---

<sup>154</sup> Koç, "AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları", s. 16; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 23.

yeniden satıcıya ürünleri satıp satmadığının tespiti gerekir. Elbette seçici dağıtım sistemlerinde, her satıcıya aynı kriterlerin uygulanması ticari ilişki kapsamında beklenemez. Ancak, sağlayıcının özellikle nitel kriterleri bayilerine sadakat yükümlülüğüne uygun olacak şekilde eşit olarak uygulaması gerekir<sup>155</sup>. Kriterlerin eşit uygulanması yükümlülüğünün kapsamı, ayrımcı davranmama veya diğer bayileri daha zor durumda bırakmama şeklinde yorumlamak gerekir.

Seçici dağıtım sisteminin sağlıklı bir biçimde işleyebilmesi için sağlayıcının yanı sıra seçici dağıtım sisteminde yer alan diğer satıcıların da sistem dışında yer alan satıcılara ürünleri satmaması gerekir. Seçici dağıtım sözleşmesi kapsamında, bayiler, sağlayıcıya ürünleri sistem dışındaki yeniden satıcılara satmamayı taahhüt ederler. Fakat, bu taahhüt sağlayıcı ile bayi arasındaki nispi ilişki ile ilgilidir. Ancak, burada sağlayıcının menfaatinin yanı sıra diğer bayilerin de menfaati bulunur. Zira, seçici dağıtım ağına dahil olan bayilerden birinin sistemi bozacak bir faaliyeti diğer bayilere zarar verebilir. Bayiler arasında bir sözleşmesel ilişki bulunmadığından, bu zararın tazmin edilebilmesi oldukça güçtür. Seçici dağıtım ağını kuran ve bayileri bu sisteme dahil ederek güvence sunan taraf sağlayıcı olduğundan, sağlayıcının bayinin menfaatlerini korumak için diğer bayilerin de sistem dışında bulunan satıcılara ürün satmaması için gerekli önlemleri alması beklenir.

### **2.6.1.3.Sadakat Yükümlülüğü**

Bayilik sözleşmelerinde, sağlayıcı ile bayi arasında sürekli borç doğuran bir ilişki vardır. Sağlayıcı ile bayi arasındaki sürekli borç ilişkisinin görünümünün dinamik bir iş birliğine dayandığından bahsetmiştik. Bu iş birliği taraflar arasında özel bir güven ilişkisi kurar ve bu güven ilişkisinden de sağlayıcının bayiye destekleme, bayiye yardım etme ve bayinin faaliyetlerini kolaylaştırma

---

<sup>155</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 551.

yükümlülüğü bulunduğu kabul edilir<sup>156</sup>. Bu yükümlülük öğretide, bazı yazarlar tarafından sadakat yükümlülüğü bazı yazarlar tarafından destekleme yükümlülüğü olarak anılmakta olup kapsamı tartışmalıdır<sup>157</sup>.

Sadakat yükümlülüğü ile destekleme yükümlülüğünün kapsamı bakımından her ne kadar öğretide bir görüş birliği bulunmasa da her iki yükümlülüğün de birbirleri ile bağlantılı farklı yükümlülükler olduğunun ortaya koyulması gerekir. Bu kapsamda, seçici dağıtım sisteminde bir sağlayıcının asli yükümlülüklerinin arasında sadakat ve destekleme yükümlülüğünün bulunup bulunmadığının değerlendirilebilmesi için sistemin özelliklerini incelemek faydalı olur.

Seçici dağıtım sözleşmelerinde, kural olarak bayinin münhasır satış hakkı bulunmamaktadır. Fakat, bayi bazı kriterleri sağladığı için sisteme girme şansı elde eden sınırlı satıcılardan birisidir. Başka bir deyişle, her ne kadar bayinin şahsen münhasır satış hakkı bulunmasa da sağlayıcının ürünlerini kural olarak yalnızca sisteme dahil olan satıcılar satabilir. Dolayısıyla, bayinin sistem içerisinde satış yapma hakkını elde etmesi de özel bir korunma hakkını beraberinde getirmelidir. Bu kapsamda, seçici dağıtım sözleşmesinde sağlayıcının sadakat yükümlülüğünün

---

<sup>156</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 60; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 58.

<sup>157</sup> İşgüzar'a göre, tek satıcılık sözleşmeleri bakımından sağlayıcının bayiye destekleme yükümlülüğü bulunur. Ancak, İşgüzar bu tanıımı yaparken destekleme yükümlülüğünün kapsamını, sağlayıcının sadakat borcuna göre belirlemektedir. Bkz. İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 89. Aynı görüşte Tandoğan, Bkz. Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 49. Demir Gökyayla ise tek satıcılık sözleşmeleri bakımından sağlayıcının asli yükümlülüğünün sadakat yükümlülüğü olduğunu ancak bu sadakat yükümlülüğünün bir destekleme yükümlülüğü doğurduğunu belirlemiştir ve destekleme yükümlülüğünü, sadakat yükümlülüğünün bir alt başlığı olarak incelemiştir. Bkz. Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 63. Şenol ise bayilik sözleşmelerini genel bir sözleşme tipi olarak incelemiş ve sağlayıcının bayiye karşı bir sadakat yükümlülüğünün mü yoksa bir destekleme yükümlülüğünün mü olduğunu bayinin münhasır satış hakkının bulunup bulunmadığına göre değerlendirmiştir. Şenol'a göre, bayinin münhasır bir satış hakkı bulunsun ya da bulunmasın, sağlayıcının daima bayiye destekleme yükümlülüğü bulunur. Eğer bayiye münhasır satış alanı verilmişse, sağlayıcının özel olarak sadakat yükümlülüğünün de bulunduğunu kabul etmek gerekecektir. Zira, bayiye sağlanan münhasır satış hakkı ona karşı daha geniş bir koruma gereksinimini de beraberinde getirir. Eğer bayinin münhasır satış hakkı bulunmuyor ise sağlayıcının bayiye karşı yine sadakat yükümlülüğü bulunur fakat bu yükümlülük dürüstlük kuralından veya taraflar arasındaki güven ilişkisinden doğan bir yan yükümlülük olarak kendisini gösterir. Bkz. Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 58-59.

bulunduğunun kabul edilmesi gerekir. Diğer taraftan, sözleşme içerisinde iş birliği ilişkisinin yoğunluğu ve bayinin sağlayıcıya karşı yüklenmiş olduğu iş görme edimleri nedeniyle sağlayıcının aynı zamanda bayiye destekleme yükümlülüğü de bulunmalıdır. Bu nedenle, bayiye destekleme yükümlülüğü tezin devamında ayrı bir başlık altında incelenecektir.

Sadakat yükümlülüğü, taraflar arasındaki güven ilişki çerçevesinde sağlayıcının, bayilerin de menfaatlerini dikkate alarak ticari faaliyetlerini sürdürmesini ifade eder. Sadakat yükümlülüğü, bayinin sürümü artırma faaliyetinin bir karşılığı olarak sağlayıcının onun kazanç beklentisini karşılama yükümlülüğünün bir sonucu olarak ortaya çıkar<sup>158</sup>. Sadakat yükümlülüğünün kapsamını, bir bayinin dağıtım ağı ne kadar bütünleştiği belirler<sup>159</sup>. Bayinin, dağıtım ağı ile yoğun olarak bütünleşmesi, bayinin sermayesini sağlayıcının hizmetine sunması ve faaliyetlerini sağlayıcının ürünlerinin dağıtımına ve müşteri hizmetlerine yönelttiği anlamına gelir<sup>160</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinde bayi, sağlayıcının getirdiği kriterlere uyumlu olarak sağlayıcının ürünlerinin sürümünü artırma faaliyeti altına girmekte, çoğu zaman kriterleri sağlayabilmek için yatırımlar yapmakta ve seçici dağıtımın sisteminin kurallarına uygun olarak ticari faaliyetini yürütmektedir. Bu nedenle, bayinin sağlayıcının dağıtım sistemi ile yoğun bir biçimde bütünleştiğini ve seçici dağıtım sözleşmesinden karşılıklı bir sadakat borcunun doğduğunu kabul etmek gerekir<sup>161</sup>. Bu doğrultuda sadakat yükümlülüğü, sözleşmede açıkça düzenlenmemiş olsa dahi sağlayıcının asli yükümlülükleri arasında yer almalıdır.

Sağlayıcının bayiye karşı sadakat yükümlülüğü kapsamında, sağlayıcı ticari olarak üstün konumda ise bu konumunu kötüye kullanarak veya anlaşma

---

<sup>158</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 62.

<sup>159</sup> Demir Gökyayla, s. 61; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 59.

<sup>160</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 59.

<sup>161</sup> Şenol, s. 58; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 60; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 89.

koşullarının arkasından dolanarak bayisinin menfaatlerini riske atmamalıdır<sup>162</sup>. Bu husus, TMK'nın 2. maddesinde düzenlenen dürüstlük kuralının bir yansıması gibi görülebilse de çok daha geniş bir yükümlülüktür. Bu doğrultuda, bayinin menfaatlerini koruma yükümlülüğü sağlayıcının kimi zaman ekonomik faaliyetlerinde karar alma özgürlüğünü kısmen de olsa sınırlandırmasına sebep olabilir<sup>163</sup>. Zira, sağlayıcının alacağı kararlarda kendi menfaati ile bayinin menfaati arasında bir denge kurması gerekir.

Sağlayıcının bayiye karşı sadakat yükümlülüğü, özellikle bayinin rakipleri ile sürdürülebilir ve sağlıklı bir rekabet içerisinde ticari faaliyetine devam edebilmesi açısından önemlidir. Sadakat yükümlülüğü, ilişkinin her anında ifa edilmesi gereken soyut bir yükümlülüktür. Genellikle somut olaya göre bu yükümlülüğün içeriği değişkenlik gösterir. Ancak sağlayıcının sadakat yükümlülüğü, başlıca eşit davranma yükümlülüğünü ve ürünlerinin kalitesini garanti etme yükümlülüğünü beraberinde getirdiği kabul edilmektedir. Aşağıda bu konuları ele alıyoruz.

#### **2.6.1.3.1. Eşit Davranma Yükümlülüğü**

Seçici dağıtım ağı içerisinde yer alan bayiler, kendi aralarında bir rekabet içerisinde. Bu bayilerin aynı rekabet koşullarına sahip olması bayilerin menfaatindedir<sup>164</sup>. Bu nedenle, bayilere uygulanan şartların aynı olması bayiler açısından önemlidir.

Bayilere eşit davranma yükümlülüğü, dağıtım ağının düzenlenmesine veya satıcıların rekabet durumuna ilişkin alması gereken tüm önlemleri kapsamaktadır<sup>165</sup>. Bu yükümlülük elbette ki eşit durumdaki bayilere eşit davranma

---

<sup>162</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 60; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 62.

<sup>163</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 61.

<sup>164</sup> Demir Gökyayla, s. 70; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 70.

<sup>165</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 70; Ulmer, *Der Vertragshändler*, s. 437.

yükümlülüğünden ibarettir. Zira, seçici dağıtım ağında farklı konumda bulunan birçok bayi olabilir. Örneğin, bir bayi yalnızca sağlayıcının markasını satan bir işletmeyi işletirken, başka bir bayi sağlayıcının markası ile rakip ürünleri de satan çoklu marka satıcısı olabilir. Bu durumda, sağlayıcının bu iki bayi tipine farklı şartları uygulaması normaldir. Dolayısıyla, sağlayıcının bu yükümlülüğü, ticari koşullara göre değişkenlik gösterebilir. Ticari hayatın gerekliliklerinin günden güne değişebilmesi dahi mümkün olduğundan, bu yükümlülüğüne aykırı bir davranışın pratikte nasıl ispat edileceği hususu sorun yaratır.

#### **2.6.1.3.2. Ürünlerin Kalitesini Garanti Etme Yükümlülüğü**

Bütün bayilik sözleşmelerinde, münferit satış sözleşmelerinden dolayı sağlayıcının ayıp sorumluluğu bulunmaktadır. Fakat, ürünlerin kalitesinin garanti edilmesi ayıp sorumluluğundan daha geniş bir yükümlülüktür. TBK'nın satış sözleşmeleri hükümleri uyarınca ayıp olarak değerlendirilemeyecek bir husus, bu yükümlülüğün ihlali olarak değerlendirilebilir.

Seçici dağıtım sistemlerinde genellikle lüks ve marka imajı yüksek olan ürünlerin satışı yapıldığından, sağlayıcının ürünlerinin kalitesini garanti etme yükümlülüğü pratik açıdan oldukça büyük önem taşımaktadır. Örneğin, ürünün paketlenmesinin düzgün olması, ürünün varsa kılıfı ile temin edilmesi, ürünle ilgili bilgilendirici belgelerin eksiksiz teslim edilmesi gerekir. Sağlayıcının bu yükümlülüğünün kapsamı, ürünün türüne göre değişkenlik gösterir. Ürün bir araba veya motor ise mutlaka yedek anahtarı ile teslim edilmelidir. Eğer ürün bir kozmetik ürünü ise ürünün ambalajının düzgün olması gerekir. Hatta çoğu zaman, tüketiciler hijyen nedeniyle kozmetik ürünlerinin ambalajlarının kapak kısımlarının bir bantla kapatılmış olmasını tercih ederler. Zira, tüketicilerin markalı ürünleri tercih etmesinin nedeni kalite beklentisi içerisinde olmalarıdır<sup>166</sup>. Eğer tüketiciler

---

<sup>166</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 107.

bu bakımdan tatmin edilmezler ise ürünleri satın almayı bırakabilirler. Bu nedenle, bayinin, sağlayıcının ürünlerinin kalitesini garanti etmesini beklemesi normaldir.

Söz konusu yükümlülük nedeniyle, sağlayıcı mümkün olan en yüksek düzeyde markasının kalitesini garanti etmek için her türlü önlemi almalıdır<sup>167</sup>. Bu yükümlülük, ürünlerin kaliteli bir biçimde bayiye ulaştırılmasının yanı sıra satış hizmetleri veya satış sonrası hizmetlerin tüketiciyi memnun edecek şekilde verilebilmesi için bayiyle iş birliği yapma yükümlülüğünü de içermektedir. Örneğin, ürünlerle ilgili yaşanan sorunlara ilişkin gerekli ise bir çağrı hattı kurulması veya taleplerin incelenebilmesi için hızlı ve etkili bir sistemin oluşturulması gerekebilir.

Bahsi geçen yükümlülük, sağlayıcının sadakat yükümlülüğünden doğan bir yan yükümlülük olduğundan, aykırılık halinde bayinin sözleşmeyi feshetme hakkının bulunduğunu söylemek her zaman doğru olmayabilir. Bayi tarafından sözleşmenin feshedilebilmesi için uzun süre veya bayi tarafından hukuki ilişkiye devam edilemeyecek defa sağlayıcının yükümlülüğü ihlal etmesi gerekir.

#### **2.6.1.4. Destekleme Yükümlülüğü**

Yukarıda açıklandığı üzere, seçici dağıtım sözleşmesinde sağlayıcının bayiye destekleme yükümlülüğü bulunur. Destekleme yükümlülüğünün kapsamına, ürünlerin dağıtımında ve garanti hizmetlerinin yerine getirilmesinde bayiye destekleyici ve bayinin muhtaç olduğu her türlü davranış girer<sup>168</sup>.

Seçici dağıtım sistemi, ürünün veya markanın ön planda olduğu bir dağıtım sistemi olduğu için sisteme kriterlere dayalı bayiler seçilmektedir. Bu nedenle, ürünün veya markanın ihtiyaçları nedeniyle sağlayıcının, bayiye destekleme yükümlülüğü değişebilir. Örneğin; ürünün satışı için satış temsilcilerinin yeterli

---

<sup>167</sup> Demir Gökyayla, s.107.

<sup>168</sup> Demir Gökyayla, s. 63.

bilgi ve donanımı gerekli ise sağlayıcı, bayinin çalışanlarına ürünün satışı ve pazarlaması hususunda eğitim vermelidir. Bu eğitimler, hem sağlayıcının pazarlama stratejisine uygun olarak ürünlerin tüketiciye sunulmasını hem de seçici dağıtım sistemine ilişkin *know-how*'ın bayiye aktarılmasını gerçekleştirmek için verilir.

Sağlayıcının bayiye destekleme yükümlülüğü, başlıca bayi tarafından ihtiyaç duyulan belge ve malzemelerin bayiye teslimini ve gerekli bilgilerin bayiye verilmesini içermektedir.

#### **2.6.1.4.1. Gerekli Belge ve Malzemeleri Verme Yükümlülüğü**

Genel olarak dağıtım sözleşmelerinde, bayinin sözleşme konusu ürünlerin sürümünü arttırmasına yardımcı olmak için sağlayıcının bayiye birtakım malzemeler vermesi gerekebilir<sup>169</sup>. Dağıtım sözleşmeleri kapsamında sağlayıcının, ürünlerin sergilenmesi için bir stant veya ürünlere ilişkin tanıtıcı bilgilerin asılması için afiş, broşür çerçeveleri, fiyat listelerinin asılması için etiketler vermesi yaygındır<sup>170</sup>. Ayrıca, sağlayıcı bayi personelinin yalnızca kendisi tarafından temin edilen kıyafetleri giymesini ve yaka kartı takmasını tercih ediyor ise sağlayıcının personel sayısına ve bedenine uygun iş kıyafeti ve yaka kartını verme yükümlülüğü bulunur.

Seçici dağıtım sözleşmelerinde ise anılan malzemelerin yanı sıra ürüne ve getirilen kriterlere göre sağlayıcının yükümlülüğünün kapsamı genellikle genişlemektedir. Örneğin; kozmetik sektörü bakımından sağlayıcı, ürünlerin denenmesi amacıyla *tester* ürünleri, tüketiciye hediye edilmesi için makyaj çantası,

---

<sup>169</sup> Erdem, “Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Tazminatı (Müşteri Tazminatı)”, s. 96; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 64.

<sup>170</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 90; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 49; Erdem, “Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Tazminatı (Müşteri Tazminatı)”, s. 96; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 65; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 62.

satış noktasında uygulama yapılacak ise masa, ışıklı ayna, sandalye ve uygulamanın yapılması için fırça, pamuk gibi gerekli aksesuarları verebilir. Eğer ürün bilgisayar veya telefon gibi teknolojik bir ürün ise ürünün test edilebilmesi için teşhir ürünü veya ürüne ilişkin bilgilendirici yazıları içeren kartlar verilebilir.

Seçici dağıtım sistemlerinde çoğu zaman markanın lüks ve kaliteli olmasından dolayı, bu markaya ilişkin tanınırlığın sürdürülebilmesi için reklam büyük önem taşır<sup>171</sup>. Bu doğrultuda, sağlayıcı bayiye reklam ve tanıtım malzemeleri vermekle yükümlü olabilir. Uygulamada, seçici dağıtım sistemlerinde reklam faaliyetleri çoğu zaman sağlayıcı tarafından yürütülmektedir. Sağlayıcı da reklamlara ilişkin afişleri ve görselleri satış yerinde bulundurması için bayilere gönderilebilir. Diğer taraftan günümüzde, internet platformları ürünün tanınırlığını oldukça etkilemektedir. İnternet satışı yapan bayilerin, ürünlerin imajını koruyabilmesi için sağlayıcılar genellikle ürünlere ilişkin yüksek çözünürlüklü fotoğraf, içerik ve markaya ilişkin logo ve işaretleri kullanmalarını isterler. Hatta bazı hallerde, bayiden tanıtıcı videoları internet platformunda paylaşması talep edilir. Bu durumlarda, sağlayıcının bayi ile söz konusu içerikleri paylaşma yükümlülüğü bulunur.

Seçici dağıtım sözleşmelerinin konusunu kimi zaman hassas ürünler oluşturabilmektedir. Eğer ürünün satış yerinde veya depoda muhafaza edilmesi için özel şartlar gerekiyorsa, sağlayıcının buna ilişkin bilgilendirici yazıları ve bakım özelliklerine ilişkin belgeleri de göndermesi gerekir. Bu hususa ilişkin belgelerin verilmesi, bayinin tüketiciyi bilgilendirmesi açısından da önem arz eder. Örneğin, hassas takı veya kıyafet gibi bazı ürünlerin yıkama ve temizleme koşulları farklılık gösterebilir. Diğer taraftan, ürün bozulabilecek bir gıda ürünü de olabilir. Böyle bir durumda, sağlayıcının ürünün muhafaza edilebilmesi için gerekli malzemeleri de temin etmesi gerekir. Örneğin, ürünün muhafaza edilmesi için soğutucu dolap

---

<sup>171</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 62.

gerekli ise sağlayıcı dolabı temin etme yükümlülüğü altına girebilir. Ancak bunun seçici dağıtım sözleşmesinde açıkça kararlaştırılmış olması gerekir.

Diğer taraftan, sağlayıcının ürünü 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (“TKHK”) mevzuatı kapsamında garanti belgesinin ve kullanma kılavuzunun verilmesi zorunlu ürünlerden de olabilir<sup>172</sup>. Garanti Belgesi Yönetmeliği kapsamında gözlük, bilgisayar, otomobil, televizyon, buzdolabı, kimi müzik aletleri gibi seçici dağıtım sistemlerinin yaygın olarak konusunu oluşturan ürünlerde garanti belgesi verilmesi zorunludur. Söz konusu mevzuat kapsamında, garanti belgesini üreticinin veya ithalatçının düzenlemesi gerekir. Üretici veya ithalatçı çoğu zaman sağlayıcı olacağından, sağlayıcının bayiye garanti belgesi temin etme yükümlülüğü bulunur. Benzer şekilde, Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu Yönetmeliği’ne göre, hemen hemen her üründe tüketiciye kullanma kılavuzunu vermesi gerekir. Kullanma kılavuzu, pratik açıdan seçici dağıtım sisteminin yaygın kullanıldığı teknolojik açıdan karmaşık ürünler için oldukça önemlidir. Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu Yönetmeliği kapsamında, kullanma kılavuzunun da üretici veya ithalatçı tarafından düzenlenmesi gerekir.

Eğer sağlayıcı bir belge veya malzeme temin etme yükümlülüğü altına giriyor ise genellikle sözleşmede bu yükümlülük açıkça yazılır. Fakat, bu yükümlülüğün sözleşmede her zaman açıkça yazılması zorunlu değildir. Zira, bu ürünler bayiye destekleme yükümlülüğünden kaynaklanarak dürüstlük kuralı uyarınca da sağlayıcı tarafından yerine getirilebilir. Eğer sözleşmede aksi kararlaştırılmamışsa, sağlayıcı söz konusu malzemeleri ücretsiz olarak verir<sup>173</sup>.

Sağlayıcının, bayiye destekleme yükümlülüğünden kaynaklanarak teslim ettiği belgeler ve ürünler, taraflar arasında aksi anlaşılmamış ise seçici dağıtım sözleşmesinin sona ermesi halinde bayi tarafından sağlayıcıya geri verilmelidir<sup>174</sup>.

---

<sup>172</sup> Şenol, s. 62.

<sup>173</sup> Erdem, “Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Tazminatı (Müşteri Tazminatı)”, s. 96.

<sup>174</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 91.

#### 2.6.1.4.2. Bilgi Verme Yükümlülüğü

Sağlayıcının, destekleme yükümlülüğü kapsamında bayiye gerekli bilgileri verme yükümlülüğü bulunur. Bilgi verme yükümlülüğü, hem seçici dağıtım sözleşmesinin kurulmasından önce yapılan sözleşme görüşmelerini hem de sözleşme kurulduktan sonraki ticari ilişkiyi kapsamaktadır<sup>175</sup>.

Bayi, seçici dağıtım sistemine girebilmek için sağlayıcıya güvenerek yatırım yapacağından, bayinin sözleşme akdedilmeden önce doğru ve dürüst olarak bilgilendirilmesini beklemesi normaldir. Sağlayıcının, sözleşme öncesi görüşmelerde bayiye, üstleneceği tüm yükümlülükler ve seçici dağıtım sisteminin nasıl işleyeceği konusunda bilgi vermesi gerekir. Bayiye koyacağı sermaye miktarı, yapacağı yatırımlar, çalıştıracağı personel konusunda doğru kararlar alabilmesi için ona gerekli olan tüm veriler açıklanmalıdır<sup>176</sup>. Bu yükümlülüğe aykırı davranması halinde, sağlayıcının sözleşme görüşmeleri sırasındaki kusurlu davranışından dolayı sorumluluğu<sup>177</sup> bulunur. Bu durumda, bayi sözleşme görüşmeleri hiç yapılmıyaydı uğramayacak olduğu tüm (menfi) zararları talep etme hakkına sahip olacaktır<sup>178</sup>.

Diğer taraftan, eğer sağlayıcı ile bayi arasında sözleşme akdedildi ise sağlayıcının, sözleşmede açıkça kararlaştırılmamış olsa bile bayiye bilgi verme yükümlülüğü bulunacaktır<sup>179</sup>. Bilgi verme yükümlülüğünün kapsamı bayinin, dağıtım ağıyla bütünleşmesinin yoğunluğuna bağlıdır<sup>180</sup>. Bayinin dağıtım ağı ile bütünleşmesi ne kadar yoğunsa, sağlayıcının bilgi verme yükümlülüğü de o kadar

---

<sup>175</sup> Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 60.

<sup>176</sup> Ayata, s. 60.

<sup>177</sup> *Culpa in contrahendo*

<sup>178</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 491; Nomer, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 459.

<sup>179</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 92; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 66; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 64.

<sup>180</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 65.

geniş olacaktır. Bu genişlik, bilgi verme sıklığının, bilginin detayının veya bilgi verilen konuların artması şeklinde ortaya çıkabilir.

TTK'nın 120. maddesinin 1. fıkrasının b bendi, acentelik sözleşmelerinde, müvekkilin borçlarını düzenler. Buna göre, müvekkilin "*acentelik sözleşmesinin yerine getirilmesi için gerekli olan hususları ve özellikle iş hacminin acentenin normalde bekleyebileceğinden önemli surette düşük olabileceğini bildirme yükümlülüğü*" bulunur. Seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından bu hükmün kıyasen uygulanması uygun olacaktır. Bu kapsamda sağlayıcının; ürünün özellikleri, kullanımı, pazarlaması ve stokları hakkında bayiye bilgilendirmesi beklenir. Özellikle teslim zorlukları, stoklardaki azalmalar gibi bayinin üçüncü kişilerle satış sözleşmelerini ve sürümünü etkileyebilecek bilgilerin, dürüstlük kuralı uyarınca vakit kaybetmeksizin bayiye bildirilmesi gerekir<sup>181</sup>. Elbette, bu yükümlülük herkes tarafından bilinen ekonomik zorlukları bildirmeyi içermemektedir.

Diğer taraftan, seçici dağıtım sözleşmelerinde sağlayıcı tarafından getirilen kriterler de sağlayıcının bilgi verme yükümlülüğünün kapsamını değiştirir. Sözleşmeye konu ürünler genellikle kaliteli ve lüks ürünler olduğundan, ürünlerin pazarlanmasına ilişkin özel stratejiler bulunabilir. Bu nedenle ürünün ne şekilde sergileneceği, müşteriye nasıl tanıtılacağı, ürünün nasıl paketleneyeceği veya satış sonrası hizmetler önem arz eder. Bu konular bakımından, sağlayıcının bayiye bilgilendirmiş olması ve bayinin ürünle ilgili tüm teknik ve pratik bilgileri edinmiş olması önemlidir. Seçici dağıtım sözleşmelerinde, çoğu zaman sağlayıcının bayi çalışanlarına eğitim verme yükümlülüğü sözleşmede açıkça düzenlenir.

Seçici dağıtım sözleşmesinde bayinin, ürünleri yalnızca sağlayıcıdan ve seçici dağıtım sisteminde bulunan diğer satıcılardan alma ve ürünleri sistem dışında

---

<sup>181</sup> Ulmer, *Der Vertragshändler*, s. 434; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 92; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 50; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 67; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 92.

kalan satıcılara satmama yükümlülüğü bulunur. Bayinin bu yükümlülüğünün karşılığı olarak, sağlayıcının bayilere sisteme dahil olan veya sistemden çıkan satıcılar ile ilgili güncel bilgileri sunması gerekir. Aksi halde, bayinin bu yükümlülüğüne aykırı davranışı, bayinin kusurundan kaynaklanmayabilir. Bu durumda, sağlayıcının bayiden tazminat talep etmesi oldukça güçtür.

Sağlayıcının bayisini bilgilendirme yükümlülüğü bayiyi destekleme borcundan kaynaklandığı için somut olaya göre bilginin konusu değişebilir. Sağlayıcının bilgi verme yükümlülüğünün kapsamını, bayinin menfaatine göre ölçülmesi uygun olur. Örneğin, müşterilerden doğrudan sağlayıcıya gelen şikâyet ve önerilerin bayiyeye bildirilmesi bayinin menfaati açısından önemlidir. Uygulamada, sağlayıcılar marka tanınırlığı ve müşteri memnuniyeti için pazar araştırmaları da yaptırabilir. Buna göre sağlayıcı, araştırma sonuçlarını veya araştırma sonuçlarına göre değiştirilmesi veya geliştirilmesi gereken hususları da bayiyeye bildirebilir.

Ayrıca, sağlayıcının işletmesi ile ilgili tüm yenilikleri ve gelişmeleri bayiyeye bildirmesi gerekir<sup>182</sup>. Bu kapsamda, sağlayıcı satış stratejisini değiştirmeye karar verirse, bu değişiklikleri de bayiyeye bildirmelidir<sup>183</sup>. Özellikle seçici dağıtım sözleşmeleri kapsamında, sağlayıcı, kimi zaman seçici dağıtım ağına ilişkin kriterleri gelişen teknolojiye ve değişen ticari koşullara göre değiştirebilme hakkına sahiptir. Bu doğrultuda, sağlayıcının bayiyeye değişen kriterleri bildirmesi gerekecektir. Bayinin önemli harcamalar yapmasını gereken bir değişiklik söz konusu olabilir. Bayinin, söz konusu bilgileri kendi menfaatine kullanabilmesi ve ticari faaliyetine zarar vermeden hazırlık yapabilmesi için, bu bilgilerin makul zaman içerisinde bayiyeye sunulması da önemlidir<sup>184</sup>.

---

<sup>182</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 66; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 72.

<sup>183</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 67.

<sup>184</sup> Demir Gökyayla'ya göre, üreticinin bir bilginin gizli tutulmasında menfaati varsa, tek satıcının bu bilgiyi daha öncesinde öğrenmesi ile üreticinin bu bilginin sır olarak kalmasındaki menfaati arasında bir değerlendirme yapılması gerekir. Bu nedenle, ne kadar zaman önceden bilgi verilmesi

## 2.6.2. Bayinin Yükümlülükleri

Seçici dağıtım sözleşmelerinde bayinin genel olarak; sözleşme konusu ürünleri satın alma yükümlülüğü, söz konusu yükümlülük içerisinde incelenecek ürünleri yalnızca sağlayıcı ve seçici dağıtım ağındaki satıcılardan alma yükümlülüğü, seçici dağıtım ağı dışında kalan yeniden satıcılara satış yapmama yükümlülüğü, sağlayıcı tarafından belirlenen kriterlere uyma yükümlülüğü, sürümü artırıcı pazarlamacı faaliyetlerde bulunma yükümlülüğü ve sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü bulunur. Ayrıca sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğünden kaynaklanan sağlayıcıya gerekli bilgileri verme yükümlülüğü, müşteri hizmetlerini yerine getirme yükümlülüğü, sağlayıcının talimatlarına uyma yükümlülüğü ve sır saklama yükümlülükleri de bayinin borçlar arasında zikredilmelidir. Aşağıda tüm bu borçlar incelenecektir.

### 2.6.2.1.Sözleşme Konusu Ürünleri Satın Alma Yükümlülüğü

Bütün dağıtım sözleşmelerinde bayinin, yeniden satmak üzere sağlayıcıdan ürünleri satın alması asli yükümlülüklerinden birisi olarak değerlendirilir<sup>185</sup>. Bu yükümlülük, tıpkı sağlayıcının münferit satış sözleşmeleri akdetme ve ürünleri teslim etme yükümlülüğünde olduğu gibi sözleşmede açıkça yazılmasa dahi bayinin yükümlülükleri arasında sayılacaktır<sup>186</sup>.

---

*gerektiği her somut olayın bir özelliğine göre ayrı ayrı değerlendirilmelidir.* Bu değerlendirmenin seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından da yapılması uygun olacaktır. Bkz. Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 68.

<sup>185</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 69; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 61; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 20; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 83; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 76.

<sup>186</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 69; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 42; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 61; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 108; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 83.

Ürünleri satın alma yükümlülüğü, bayinin ürünlerin sürümünü artırma yükümlülüğünün bir yansımasıdır. Uygulamada, taraflar satın alma yükümlülüğünü somutlaştırmak için çoğu zaman asgari satın alma miktarı kararlaştırırlar. Eğer taraflar arasında asgari satın alma yükümlülüğü kararlaştırılıyor ise bu taahhüde çerçeve sözleşme içerisinde açıkça yer verilmektedir. Ancak, miktarın piyasanın durumuna göre dönemsel olarak değişmesi gerekeceğinden, asgari alım miktarı genellikle dönemsel olarak belirlenir. Bayi asgari alım taahhüdüne aykırı davranırsa, sağlayıcı kararlaştırılan asgari miktarda ürünün alınmasını ve bedelin ödenmesini talep edebilir<sup>187</sup>.

Öğretide, asgari satın alma miktarı bayinin aleyhine ise veya onun durumunu zorlaştırıcı nitelikte ise; TBK'nın 27. maddesi uyarınca hukuka, ahlaka veya kamu düzenine aykırılıktan bu hükmün geçersiz kabul edilebileceği belirtilmektedir<sup>188</sup>. Bu yükümlülük her halükârda bayinin aleyhine olacağından, daima geçersiz kabul edilmesi beklenemez. Bu nedenle, ilgili hükümlerin TBK'nın genel işlem koşullarına ilişkin düzenlenmeleri kapsamında incelenmesi uygun olacaktır. Bu doğrultuda, asgari satın alma yükümlülüğüne ilişkin bir sözleşme hükmünün geçersiz kabul edilebilmesi için, hüküm dürüstlük kuralına aykırı olacak şekilde, karşı tarafı zor duruma düşürmelidir. Örneğin, bayinin ticari veya fiziki kapasitesinin çok üzerinde bir satın alma yükümlülüğü getirilmiş ve bu yükümlülüğü yerine getirmek bayinin ticari faaliyetini sona erdirecek kadar bayiyi zorluyor ise söz konusu hüküm geçersiz kabul edilmelidir.

Diğer taraftan, tüm dağıtım sözleşmelerinde olduğu gibi bayinin en önemli borçlarından birisi sözleşme konusu ürünleri satın alma ve ödemeyi sözleşme koşullarına uygun olarak yerine getirmesidir. Sağlayıcının en önemli beklentilerinden birisi, bu ödemeyi sözleşme şartlarına uygun olarak tahsil etmek olabilir. Bu nedenle, bayinin söz konusu yükümlülüğü ihlal etmesi halinde

---

<sup>187</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 71; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 43; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 20.

<sup>188</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 113; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 85.

sözleşmede çoğu zaman bayi aleyhine cezai şart getirilmektedir. Ayrıca uygulamada, bayinin ödeme yükümlülüklerini ihlal etmesi halinde, sonraki siparişlerinin durdurulacağına dair hükümlere de yer verilir.

Seçici dağıtım sözleşmelerinde bayilerin ürünleri satın alma yükümlülüğünün yanı sıra, ürünleri yalnızca sağlayıcıdan veya seçici dağıtım ağındaki diğer yeniden satıcılardan alma borcu bulunmaktadır. Söz konusu yükümlülük seçici dağıtım sözleşmelerine özgü bir yükümlülüktür.

#### **2.6.2.1.1. Ürünleri Yalnızca Sağlayıcı ve Seçici Dağıtım Ağındaki Satıcılardan Satın Alma Yükümlülüğü**

Tüm bayilik sözleşmelerinde, ürünlerin yalnızca sağlayıcıdan veya sağlayıcının göstereceği üçüncü kişilerden satın alınacağı düzenlenebilmesi mümkündür<sup>189</sup>. Fakat seçici dağıtım sözleşmelerinin özelliği gereği, bayinin ürünleri yalnızca sağlayıcıdan ve seçici dağıtım ağındaki satıcılardan satın alma yükümlülüğü bulunur. Bu yükümlülük sözleşmede açıkça yazılmasa dahi bayinin sadece sağlayıcı ve seçici dağıtım ağındaki diğer satıcılardan ürünleri satın alması gerekir. Bayinin kimlerden ürünleri satın alabileceğini bilmesi için, sağlayıcı dürüstlük kuralı uyarınca seçici dağıtım ağına dahil olan kişilerin güncel listesini bayiye temin etmelidir.

Bayinin ürünleri yalnızca sağlayıcıdan veya seçici dağıtım ağındaki satıcılardan satın alma yükümlülüğü, sağlayıcının ürünlerin kalitesini garanti etme yükümlülüğünün de karşılığı sayılabilir. Zira, sağlayıcının seçici dağıtım ağı kurmak istemesinin temel nedeni ürünlerinin kalitesini ve marka imajını korumaktır. Bu nedenle, sağlayıcı ürünlerin kalitesinin garanti edilemediği üçüncü kişilerden bu ürünlerin satın alınmasını yasaklamaktadır.

---

<sup>189</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 87.

Diğer taraftan, bu yükümlülük seçici dağıtım ağına dahil olan tüm bayiler tarafından uyulması gereken bir yükümlülüktür. Bu doğrultuda, bayiler yalnızca sağlayıcıdan ve birbirlerinden ürün alabileceğinden sisteme ait tüm ürünler aslında kapalı bir ağ içerisinde dolaşmaktadır. Bu ağı besleyen tek kaynak da sağlayıcının kendisidir. Başka bir deyişle, sağlayıcı aslında seçici dağıtım ağına dahil tüm bayilerin temin kaynaklarını kendi temin gücü ile sınırlandırmaktadır. Bu nedenle, bayilere söz konusu yükümlülüğün getirilmesi, aslında sağlayıcıya seçici dağıtım ağının tüm ihtiyacını karşılama borcu yüklemektedir.

#### **2.6.2.2. Seçici Dağıtım Ağı Dışında Kalan Yeniden Satıcılara Satış Yapmama Yükümlülüğü**

Bayi bağımsız bir teşebbüs olduğundan gelirini, ürünlerin satışındaki kârdan elde eder. Bu nedenle, bayi mümkün olan en fazla satış yapmak ister. Bayinin satışlarını artırması, sağlayıcı açısından da faydalıdır. Böylece sağlayıcı da bayiyeye daha fazla ürün satabilir. Dağıtım sözleşmelerindeki bu ilişki nedeniyle bayinin ürünlerin sürümünü artırma yükümlülüğü bulunur. Seçici dağıtım sözleşmelerinde ise bu yükümlülüğün bir sınırlaması vardır. Söz konusu sınırlama, bayinin seçici dağıtım ağı dışında kalan diğer yeniden satıcılara satış yapmama yükümlülüğünden kaynaklanır. Bu yükümlülük kapsamında, bayiler kriterleri sağlayarak seçici dağıtım sistemine dahil olmayan diğer satıcılara ürün satamazlar<sup>190</sup>.

Bayinin, seçici dağıtım ağı dışında kalan satıcılara satış yapmama yükümlülüğü hem sağlayıcının hem de seçici dağıtım sistemindeki diğer bayilerin menfaatindedir. Zira, sağlayıcının bu sistemi kurmasının ve yatırım yapmasının en önemli nedeni imaj birliği sağlayabilmektir. Bu nedenle sağlayıcı, ürünleri satacak satıcıları, belirli kriterlere göre seçer. Böylece, teknik bilgi ve donanıma sahip satıcılar tarafından satış öncesi ve satış sonrası hizmetler yüksek standartlarda

---

<sup>190</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 22; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 102; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 33.

verilebilir. İmaj birliğinin oluşturulabilmesi için hem sağlayıcının hem de bayilerin iş birliği içerisinde hareket etmesi gerekir. Bu iş birliği, bayi açısından da faydalıdır. Çünkü, sağlayıcının, belirli kriterlere göre satıcıları seçmesi satıcı sayısını sınırlandıracağından, marka içi rekabet bayilerin lehine sınırlandırılmış olur. Bu nedenle, bayiler arasında da bir menfaat birliğinden bahsedilir.

Bayinin seçici dağıtım ağı dışında kalan yeniden satıcılara satış yapmama yükümlülüğüne uygun hareket edebilmesi için bayinin seçici dağıtım ağı içerisindeki tüm satıcıları bilmesi gerekir. Bu kapsamda, bayinin bu yükümlülüğünün karşılığı olarak sağlayıcının da bayiye seçici dağıtım sistemi hakkında bilgi verme yükümlülüğü bulunur. Uygulamada, sağlayıcılar genellikle bayilere seçici dağıtım sistemi içerisinde yer alan yeniden satıcıların bir listesini gönderirler. Fakat, zaman içerisinde seçici dağıtım ağına yeni satıcılar eklenebileceği gibi seçici dağıtım ağından çıkan satıcılar da olabilir. Bayinin söz konusu yükümlülüğe uygun hareket edebilmesi için sağlayıcının bu değişiklikleri derhal bayiye bildirmesi gerekir. Aksi halde, bayinin bu hususu kendisinin kontrol edebilmesi pek mümkün değildir.

Ticari hayatın olağan akışında, bayinin her satış yapacağı kişiyi sağlayıcıya danışması beklenemez. Bu kapsamda, eğer, bayi seçici dağıtım ağından çıktığını bilmediği ve bilemeyeceği bir satıcıya satış yaparsa burada bayinin kusurundan bahsedilemez. Bu nedenle, böyle bir ihtimalde sağlayıcı bayiden tazminat talebinde bulunamayacaktır. Diğer taraftan, bayi satış yapmayı hedeflediği bir satıcının seçici dağıtım ağında bulunup bulunmadığından kuşku duyuyorsa dürüstlük kuralı uyarınca; bu satışı gerçekleştirmeden önce sağlayıcıdan bilgi talep etmelidir. Bayinin bu davranışı, sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğünün bir gereğidir.

Diğer taraftan bayinin seçici dağıtım ağı dışında kalan diğer satıcılara ürün satışının yasaklanması hem aktif hem de pasif satışlar<sup>191</sup> bakımından geçerlidir<sup>192</sup>. Bu nedenle, bayilerin internet satışlarında da bu kurala uygun hareket etmesi gerekir. Ancak özellikle internet satışları bakımından, bayinin satışı bir tüketiciye mi bir yeniden satıcıya mı yaptığını kontrol edebilmesi her zaman mümkün değildir. Zira genellikle, sisteme dahil olamayan küçük işletmeler, özellikle kozmetik ve teknoloji ürünlerini internetten bir tüketici gibi satın alıp daha sonra kendi işletmelerinde satarlar. Uygulamada, bu problemin önüne geçilebilmesi için bayilere tek seferde satılacak ürün adedi ve bir kişiye toplam satılacak ürün adedi bakımından sınırlama getirilir. Bu sınırlamanın, rekabet hukukuna aykırılık teşkil etmeyecek şekilde uygulanması gerekir. Örneğin, bir parfümün bir satışta en fazla beş adet satılabileceğine ve aynı gün içerisinde bir tüketiciye en fazla on adet satılabileceğine karar verilebilir<sup>193</sup>. Fakat böyle bir durumda dahi bir kişinin her gün ürün almasının veya gün içerisinde farklı bayilerden ürün almasının engellenebilmesi çok güçtür. Eğer bayi, aynı kişinin kişisel kullanımı aşacak şekilde çok defa alışveriş yaptığını tespit edebiliyorsa, sadakat yükümlülüğü kapsamında bu durumu derhal sağlayıcıya bildirmelidir. Otomotiv sektörü gibi aynı anda birden fazla ürünün satın alınmasının olağan olmayacağı piyasalarda bu incelemeyi yapmak daha kolaydır. Bu durumlarda, sağlayıcı bayiden toplu satın almaları raporlamasını bekler. Aynı şekilde, adresini makul olmayacak kadar uzakta bildiren alıcılar için de bu bildirim yapılması gerektiğine sözleşme içerisinde yer verilebilir.

---

<sup>191</sup> Başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabaları neticesi olmayan talepleri karşılamak, alıcı malın teslimatını müşterinin adresine götürerek yapsa dahi, "pasif satış" anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda, internet satışları kural olarak pasif satış olarak değerlendirilir. Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, p. 24.

<sup>192</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 105; Uzunallı, "Rekabet Hukukuna Göre Dağıtım Anlaşmalarında İnternette Satış Sınırlamaları", s. 2946.

<sup>193</sup> Fakat bu durum sağlayıcı ile bayi arasında kolaylıkla anlaşmaya varılabilecek bir konu değildir. Çünkü bayi de özellikle toplu alım yapmak isteyen şirketlere tek seferde toplu ürün satmak isteyecektir. Bu durumlarda, bayinin satış yapacağı kişilere karşı gerekli özeni göstermesi ve sağlayıcıya en azından bir bildirim yapması gerekmektedir.

Bayinin, söz konusu yükümlülüğünü kusuru ile ihlal etmesi halinde sağlayıcı ile arasındaki güven ilişkisi zedelenmiş olur. Bu durumda, sağlayıcının seçici dağıtım sözleşmesini haklı nedenle feshedebileceğini kabul etmek gerekir<sup>194</sup>. Eğer, bayinin bu faaliyeti nedeniyle sağlayıcı bir zarara uğramışsa, sağlayıcı bu zararı da talep edebilmelidir.

Kimi zaman, bu yükümlülüğün ihlalinden dolayı sağlayıcı ispat edilebilir bir zarara uğramamış olabilir. Ancak, sağlayıcının genellikle güçlü bir yatırım ve emekle kurmaya çalıştığı marka imajı tehlikeye atılmış olur. Üstelik, sağlayıcı, tüm bayilere karşı bir sadakat yükümlülüğü nedeniyle seçici dağıtım sistemini koruma borcu altındadır. Bu kapsamda, diğer bayilerin de sisteme karşı güveni zayıflayabilir. Bu nedenle, uygulamada, bayinin bu yükümlülüğünü ihlal etmesine karşılık sözleşme içerisinde genellikle cezai şart düzenlemesine yer verilir.

### **2.6.2.3.Sağlayıcı Tarafından Belirlenen Kriterlere Uyma Yükümlülüğü**

Seçici dağıtım sistemlerinde, sağlayıcının işletme ve pazarlama ilkeleri kapsamındaki kriterleri karşılayan bayileri seçerek, seçici dağıtım sözleşmeleri akdettiğinden bahsetmiştik. Bu kapsamda, bayinin sadece sözleşme kurulurken değil, sözleşme süresi boyunca sağlayıcı tarafından getirilen kriterlere uyma yükümlülüğü bulunur. Kriterlere uyma yükümlülüğü, seçici dağıtım sisteminin bir özelliğinden kaynaklanır ve seçici dağıtım sözleşmelerine özgü bir yükümlülüktür. Söz konusu yükümlülük, sağlayıcının kriterleri sağlamayan satıcıları seçici dağıtım ağına kabul etmemesi taahhüdünün de bir karşılığıdır. Bayinin bu yükümlülüğü, bütün dağıtım sözleşmelerinde yer alan sürümü artırma yükümlülüğü veya sağlayıcının talimatlarına uyma yükümlülüğünden farklı bir asli borçtur.

---

<sup>194</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 547. Sürekli borç ilişkileri bakımından güven ilişkisinin, sağlıklı bir iş birliğini engelleyecek derecede ortadan kalkmasına yol açan nedenlerin de haklı sebep sayılması gerekir. Bkz. Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukuken Korunması*, s. 173.

Bayinin sağlayıcının getirdiği kriterlere uyması, sağlayıcının vereceği talimatlara uyma yükümlülüğünden daha geniş bir yükümlülüktür. Öncelikle, kriterler sözleşme akdedilmeden önce belirlenir ve bu kriterlere uyduğu için bayi seçici dağıtımına dahil edilir. Bu doğrultuda, aslında bayinin söz konusu kriterleri korumaya devam etmesi beklenir. Talimatlar ise sağlayıcının pazarı takip ederek günün koşullarına uygun olarak markasının veya ürünlerinin pazarlaması için gerekli olan veya katkıda bulunan hususları içerir. Bu nedenle, talimatlar sözleşme süresi içerisinde zaman zaman değiştirilen ve kısa vadeli veya uzun vadeli planları içeren yönlendirmelerden ibarettir. Oysa, kriterler işletme ve pazarlama yöntemlerini de kapsayan ve sağlayıcının tüm bayilerini belirli bir standartta tutmayı hedeflediği konulardan oluşmaktadır.

Bayinin sürümü artırma yükümlülüğü ise ürünlere karşı talebi artırmayı, geliştirmeyi veya hızlandırmayı sağlayan bazı edimlerden oluşur. Sürümü artırma yükümlülüğünün içeriği her zaman açıkça belirlenemez. Kriterlere uyma yükümlülüğünün ise kapsamı belirlidir. Kriterler genellikle somut taahhütler içerir ve sözleşme akdedilmeden evvel bayinin bu kriterlere uyum sağladığı sağlayıcı tarafından teyit edilir. Bu nedenle, kriterlere uyum sağlama sürümü artırma yükümlülüğü içerisinde değerlendirilemez.

Sağlayıcı, bayileri seçmek amacıyla nicel veya nitel kriterler koyabilir. Nitel kriterler ile nicel kriterlerin rekabet hukukuna uygun düştüğü ölçüde birlikte uygulanabileceğinden bahsetmiştik. Borçlar hukuku kapsamında ise kriterin nitel veya nicel bir kriter olmasından ziyade içeriği bayinin borcunun kapsamını etkilemektedir.

Nicel kriterler kapsamında, sağlayıcı dağıtım ağındaki bayi sayısını doğrudan sınırlandırabilir<sup>195</sup>. Örneğin, Türkiye’de yalnızca elli tane bayinin faaliyet göstermesine karar verebilir. Bu durumda, seçici dağıtım sistemi içerisindeki bayi

---

<sup>195</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 552.

sayısı söz konusu sayıya ulaştığında, sisteme yeni bayi giremez. Bu kriter bakımından, bayinin sağlayıcıya karşı bir yükümlülüğünün bulunduğunu söylemek oldukça güçtür. Diğer taraftan, sağlayıcı nicel kriterler kapsamında bayinin belirli bir tutarda yatırım yapmasını ya da belirli bir büyüklükte iş yerine sahip olmasını isteyebilir. Eğer bayinin, belirli tutarda yatırım yapması gerekiyorsa, bu ani edimli bir borç doğurur. Ancak, bayinin belirli büyüklükte bir iş yerine sahip olması gerekiyorsa, bu iş yerine sözleşme süresi boyunca sahip olması gerekir. Bu durumda, sürekli edimli bir ifa söz konusu olur.

Nitel kriterler ise bayinin ürünleri satması için sahip olması gereken özelliklerdir. Nitel kriterlerin kapsamı ürünün niteliğine veya markanın imajına göre değişkenlik gösterebilir. Örneğin, satıcının mağazasının cadde üzerinde bulunması, belirli bir cironun üzerinde satış yapması, çalışanlarının ürünlerin pazarlaması için teknik bilgi ve deneyime sahip olması, ürünlerin muhafazası için özel şartlar bulunuyorsa buna uygun depolarının olması, satış sonrası hizmetler için gerekli malzemelere sahip olması veya bu ürünler teknolojik ürünler ise alt yapısının bulunması olabilir. Diğer taraftan, fiziki satışların yanı sıra internet satışları için de kriterler getirilebilir. İnternet satışı yapan bayiler bakımından; fiziki mağazaya sahip olması gibi kriterler getirilebileceği gibi internet sitesinde kullanılan içeriklerin kalitesine, yazı tiplerine veya satış yapabileceği üçüncü taraf internet sitelerinin özelliklerine ilişkin bazı kriterler getirilebilir. Görüleceği üzere, nitel kriterler, bayinin satış faaliyetlerine daha fazla entegre etmesi gereken kriterlerdir. Özellikle, nitel kriterler bakımından, bayinin bu kriterlere uyduğunun kontrol edilebilmesi için, sağlayıcının denetim hakkının bulunduğunu kabul etmek gerekir.

Nitel kriterler çoğu zaman sözleşme süresi boyunca sürekli ifa edilmesi gereken yükümlülüklerdir. Bu nedenle, özellikle nitel kriterlere uyma yükümlülüğünün, tıpkı bayinin sürümü artırma yükümlülüğü gibi iş görmeye benzer bir yükümlülük olduğu kabul edilebilir. Bu kapsamda, bayinin kriterlere uyma yükümlülüğü için TBK'nın 502. maddesi uyarınca uygun düştüğü ölçüde

vekâlet sözleşmesi hükümleri uygulanabilir. Bayinin, söz konusu yükümlülüğünü ifa ederken basiretli bir tacirin göstermesi gereken özeni göstermesi beklenir.

Sağlayıcı, sistemin birliğini ve imaj bütünlüğünü sağlamak için gerekli olan tüm kriterleri öncesinde bayiye bildirmiş olmalıdır<sup>196</sup>. Bu kriterler genellikle sözleşmenin içerisinde yazılır ya da bayiye ayrıca yazılı olarak sunulur. Bayinin, sağlayıcı tarafından getirilen kriterlere uyma yükümlülüğünü ihlal etmesi halinde, sağlayıcının sözleşmeyi feshetme hakkı olmalıdır. Zira, bayi bu yükümlülükleri uymadığında seçici dağıtım ağını bozmuş olur. Bayinin bu kriterleri sağlamaması halinde bayilik faaliyetlerini sürdürmesi, sağlayıcının tüm bayilerine eşit davranma yükümlülüğünü ihlal edeceğinden bayiye ağına dışına çıkarması normaldir.

#### **2.6.2.4.Sürümü Artırıcı Pazarlamacı Faaliyetlerde Bulunma Yükümlülüğü**

Dağıtım sözleşmelerinde, bayinin en önemli yükümlülüklerinden birisi sürümü artırma faaliyetlerinde bulunmasıdır. Sürüm, bir ürünün istenir veya satılır olması durumudur<sup>197</sup>. Bu doğrultuda bayi, ürünlere karşı talebi artırmayı, geliştirmeyi veya hızlandırmayı sağlayacak bazı edimleri üstlenmektedir. Öğretide, bayinin sürümü artırma yükümlülüğünün kapsamının, bayinin rekabetten korunma derecesine veya dağıtım ağı ile bütünleşme ölçüsüne göre belirlenmesi gerektiği kabul edilir<sup>198</sup>. Bu kapsamda, sağlayıcının bayinin ticari faaliyetine müdahale eden çok fazla kriter getirmesi veya seçici dağıtım sistemi içerisinde az sayıda satıcının bulunması hallerinde, bayinin sürümü artırma yükümlülüğünün daha geniş değerlendirilmesi gerekir. Zira, sağlayıcı seçici dağıtım sistemi içerisindeki bayi sayısını ne kadar sınırlandırırorsa, sağlayıcının bu yükümlülüğünden elde edeceği menfaat de o kadar artacaktır.

---

<sup>196</sup> Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 99.

<sup>197</sup> Türk Dil Kurumu, Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/>, E.T. 11.06.2022

<sup>198</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 89; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 125.

Bayi, sürümü artırma faaliyetleri kapsamında temel olarak reklam yapmalı, müşteri ilişkilerini geliştirmeli ve satış sonrası servis ve bakım hizmetlerini sağlamalıdır<sup>199</sup>. Burada iş görme edimi içeren bir yükümlülüğün bahsedilir<sup>200</sup>. Bu nedenle, sürümü artırma faaliyetleri kapsamında uygun düştüğü ölçüden TBK'nın vekâlet sözleşmesine ilişkin hükümleri uygulanmalıdır. Eğer söz konusu yükümlülüğün kapsamı sözleşmede açıkça düzenlenmemişse, basiretli bir tacirin işlerinde göstermesi gereken özen esas alınır<sup>201</sup>.

Bayinin sürümü artırma yükümlülüğünün amacı ürünlerin daha fazla satılmasını sağlamaktır. Ürünlerin daha fazla satılması hem sağlayıcının hem de bayinin lehine bir durumdur. Bayi, ürünlerin yeniden satışını gerçekleştiren kişi olduğu için ne kadar çok ürün satarsa o kadar çok kâr elde eder. Sağlayıcı ise bayinin sürümü artırma faaliyetleri ile orantılı olarak ürünlerinin dağıtımını artırmakla birlikte bayiye daha fazla ürün satmaya devam edeceğinden geliri de artacaktır. Bu doğrultuda, bayi öncelikle müşteri çevresi oluşturmalı ve bununla yetinmeyerek yeni müşterilerin kazanılması için de çaba harcamalıdır<sup>202</sup>.

Seçici dağıtım sistemlerinde, marka piyasada uzun süredir yer alıyor ise çoğu zaman müşteri çevresi oluşmuş olur. Ancak, markanın her ne kadar müşteri çevresi bulunuyorsa da mevcut bayi müşteri çevresini genişletmek için gerekli önlemleri almakla yükümlüdür. Bu amaçla, bayi pazarlama faaliyetlerini doğru bir şekilde yürütmelidir. Dağıtım sözleşmeleri bakımından çoğu zaman bayinin sürümü artırabilmesi için belirli niteliklere sahip olması gerektiği kabul edilir. Örneğin; bayinin, ürünlerin niteliğine uygun büyüklükte ve müşteri çevresinin ihtiyaçlarına

---

<sup>199</sup> Erdem, "Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Tazminatı (Müşteri Tazminatı)", s. 96; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 47.

<sup>200</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 88; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 20; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 72.

<sup>201</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 20; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 72.

<sup>202</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 90; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 43.

cevap verecek tarzda bir satış yerine sahip olması gerektiği kabul edilir<sup>203</sup>. Seçici dağıtım sistemlerinde, sağlayıcının getirdiği nitel kriterlerin birçoğu aslında bayinin sahip olması gereken özelliklere ilişkindir. Bunların kriter olarak ortaya koyulması markanın nasıl tüketiciye sunulacağı ile ilgili olduğundan, bu kriterler ürünün sürümü ile ilgili olabilir. Bu nedenle, standart bir dağıtım sözleşmesine göre seçici dağıtım sözleşmelerinde ürünün sürümü ile ilgili çok daha fazla hüküm yer alır. Örnek olarak, personelin yeterli yetkinlikte olması ve birtakım eğitimlere katılmış olması ürünün sürümü artırmak açısından önemli bir faaliyet olmakla birlikte sözleşmede bir kriter olarak da getirilmiş olabilir. Bu kapsamda, halihazırda sözleşmede kriter olarak getirilmiş bir hususa ilişkin borç, kriterlere uyma yükümlülüğü altında incelenmelidir. Bayinin sürümü artırma yükümlülüğünü ise sağlayıcı tarafından getirilen kriterlere uyma yükümlülüğünün ötesinde düşünmek gerekir. Başka bir deyişle, sağlayıcının kriter olarak getirmediği hususlar bakımından bayinin sürümü artırma borcu nedeniyle bazı edimleri yerine getirmesi beklenebilir.

Bayinin sürümü artırma yükümlülüğüne ilişkin borçları çoğu zaman sözleşmede düzenlenir. Ancak, bu düzenlemelerin sınırlı sayıda yapılabilmesi mümkün değildir. Bu nedenle, sözleşme açıkça düzenlenmese dahi bayinin bu borcu yerine getirecek iş ve işlemleri yapması gerekir. Örneğin; satış yerinin düzenlenmesi, ürünlerin sunum şekli, markanın konumlandırılması, fuar ve kampanyalara katılım gibi faaliyetler bu borcun kapsamında sayılabilir<sup>204</sup>. Diğer taraftan, bayinin sürümü artırabilmesi için müşteri ilişkilerinde etkin olması gerekir. Günümüzde, bunun en yaygın örneği internet satışlarında görülür. İnternet satışı yapan bir bayinin çoğu zaman interaktif olması, sorulara hızlı yanıt vermesi, ürünleri düzgün paketlemesi ve gönderimi hızlı yapması müşteriyi en çok memnun eden özellikler arasında sayılabilir.

---

<sup>203</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 90; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 43; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 73.

<sup>204</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 89.

Sürümü artırma yükümlülüğünün en önemli araçlarından birisi reklam faaliyetleridir<sup>205</sup>. Reklam faaliyetleri, markanın tanıtılması ve markaya ilginin artırılması hususlarını içerir. Kural olarak, ticari faaliyeti kapsamında olağan sayılabilecek reklam harcamalarını bayinin kendisinin ödemesi gerekirken, olağanüstü harcamalarının sağlayıcı tarafından karşılanması gerekir<sup>206</sup>. Örneğin, bayinin ürünlerin tanıtımı için organizasyonlara katılması gerekebilir. Eğer sağlayıcı bayiden yurt dışında bir organizasyona katılmasını talep ederse, masraflarını ödemelidir.

Bayinin sürümü artırma faaliyetlerinin kapsamını açıkça belirlemek oldukça güçtür. Söz konusu yükümlülük, ürüne ve sağlayıcının pazarlama stratejisine göre değişkenlik gösterir. Genellikle, ürünün tanıtımının düzgün bir şekilde yapılabilmesi için müşteriler tarafından ürünün denenmesi gerekir. Bu amaçla, kozmetik ürünlerinde müşterilere uygulama yapılması, teknoloji ürünlerinde ise ürünün açık bir biçimde tüketicinin kullanımına sunulabilmesi önem arz eder. Benzer şekilde, otomotiv sektöründe faaliyet gösteren bir bayinin deneme sürüşü için otomobil bulundurması beklenir<sup>207</sup>.

Bayinin sürümü artırıcı pazarlama faaliyetlerinde bulunma yükümlülüğünü yerine getirmemesi halinde, sağlayıcının sözleşmeyi feshetme hakkı bulunduğunu kabul etmek gerekir<sup>208</sup>. Sağlayıcının sözleşmeyi haklı nedenle feshedebilmesi için bayinin bu yükümlülüğe ne ölçüde aykırı davrandığının somut olaya göre değerlendirilmesi ve artık sağlayıcının sözleşme ilişkisini yürütemeyeceğine kanaat getirilmesi gerekecektir.

---

<sup>205</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 72; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 43; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 21; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 90.

<sup>206</sup> Kimi dağıtım sistemlerinde, bayi ulusal reklam faaliyetlerini tek başına gerçekleştiremediği için sağlayıcı bayiden reklam katkı payı alır ve markanın reklam kampanyalarını bu şekilde yürütür.

<sup>207</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 127.

<sup>208</sup> Demir Gökyayla, s. 128.

### 2.6.2.5.Sağlayıcının Menfaatlerini Koruma Yükümlülüğü

Bayinin seçici dağıtım sözleşmelerinde, sağlayıcı tarafından belirlenen kriterlere uyma ve sürümü artırıcı pazarlama faaliyetlerinde bulunma yükümlülüğü nedeniyle, bir iş görme borcu altında olduğunu belirtmiştik. İş görme faaliyetlerinde, karşı tarafın menfaatlerinin gözetilmesi gerektiği kabul edilir<sup>209</sup>. Bu doğrultuda, bayinin sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü olduğunu söylemek mümkündür. Bu yükümlülük aynı zamanda, sağlayıcının sadakat yükümlülüğünün de karşılığıdır.

Dikey ilişkilerde asıl olan sağlayıcının markası ve ürünleridir. Bunun nedeni hem sağlayıcının hem de bayinin ticari kaderinin aslında markaya bağlı olmasıdır. Marka ile sağlayıcı arasında daha iç içe bir ilişki olduğundan, sağlayıcı tarafından verilen kararların uzun vadede marka lehine olduğu kabul edilir. Bu doğrultuda bayinin, kendi menfaatleri ile sağlayıcının menfaatleri karşı karşıya geldiğinde, bir denge gözetmesi gerekir<sup>210</sup>. Özellikle seçici dağıtım sistemlerinde markanın ihtiyaçları sistemin devamlılığı bakımından önem arz ettiğinden, bayinin sağlayıcının menfaatlerini koruması ticari ilişki bakımından ön planda olmalıdır. Bayinin sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü sağlayıcının markasının da menfaatlerini korumayı içerir. Bu yükümlülük sözleşme süresi boyunca devam eden sürekli bir borçtur<sup>211</sup>. Bayi söz konusu yükümlülüğü yerine getirirken, vekâlet sözleşmelerinde vekilin özen borcuna ilişkin hükümlerin kıyasen uygulanması gerekir. Bu doğrultuda, sorumluluğun kapsamı belirlenirken basiretli bir tacirin göstermesi gereken davranış esas alınmalıdır<sup>212</sup>.

---

<sup>209</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 635; Gümüş, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 154.

<sup>210</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 94; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 79; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 44; Ulmer, *Der Vertragshändler*, s. 410.

<sup>211</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 155.

<sup>212</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 655; Gümüş, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 160.

Bayinin sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü; sağlayıcıya gerekli bilgileri verme, müşteri hizmetlerini yerine getirme, sağlayıcının talimatlarına uyma ve sır saklama yükümlülüklerini içermektedir.

#### **2.6.2.5.1. Sağlayıcıya Gerekli Bilgileri Verme Yükümlülüğü**

Bayinin, sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü içerisinde sağlayıcıya gerekli bilgileri verme yükümlülüğü yer almaktadır. Taraflar, sözleşme içerisinde sağlayıcıya hangi bilgilerin verileceği hususunda düzenleme yapmakta özgürdürler. Ancak bu husus sözleşmede yer almasa dahi dürüstlük kuralı kapsamında bayinin sağlayıcıya gerekli bilgileri vermesi gerekir. Söz konusu yükümlülük, acentelik sözleşmelerinde acentenin bilgi verme yükümlülüğü ile benzerlik gösterir. Bu kapsamda acentelik sözleşmelerine ilişkin hükümler kıyasen uygulanabilir. TTK'nın 110. maddesinin 1. fıkrası kapsamında; *“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.”*

Söz konusu hüküm dikkate alındığında acentenin, piyasa ve müşteri ile ilgili bilgileri müvekkiline sunması gerekir. Ancak, bayilik sözleşmeleri bakımından bu bilgilerin kapsamına müşteri isimlerinin girmediği kabul edilir. Zira, bayi, ticari faaliyetinde bağımsız olarak kendi adına ve hesabına faaliyet gösterdiği için acenteden farklı olarak müşteri bilgilerini sağlayıcıya bildirmek zorunda değildir<sup>213</sup>. Fakat, seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından bayinin özellikle toplu ürün satışı yaptığı müşteriler bulunuyor ise sağlayıcının yetkisiz satıcılara satış yapılıp yapılmadığının kontrol edilebilmesi için müşteri bilgilerini görmesi gerekeceğini kabul etmek gerekir.

---

<sup>213</sup> Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 62; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 96.

Bayilik sözleşmeleri kapsamında sağlayıcının; ne kadar ürün tedarik edeceğini bilmesi için bayiden tüketim miktarı, satış bilgileri, müşterilerin talep ve beklentileri yönünde bilgi alması gerekir<sup>214</sup>. Bu kapsamda bayi, sağlayıcı ile tüketici arasındaki köprü olmalıdır. Ayrıca, bayinin müşterilerin talep ve beklentileri ve hatta müşterilerden gelen şikâyetleri de iletmesi beklenir. Böylece sağlayıcı ürünlerin satış ve pazarlaması hususunda yeni aksiyonlar alabilecektir.

Bilgi verme yükümlülüğünün kapsamı oldukça geniş olabilir. Zira, sağlayıcı pazardaki gelişmeler hakkında doğrudan bilgi sahibi olamayabilir. Dolayısıyla, bayinin sağlayıcıya pazarla ilgili güncel bilgileri vermesi gerekir. Başka bir deyişle, bayinin kendi dağıtım faaliyetleri, genel olarak pazardaki gelişmeler ve özellikle rakipleri hakkında sağlayıcıya bilgi verme yükümlülüğü doğar<sup>215</sup>. Bu bilgiler sağlayıcının toplam sürüm tahmini yapabilmesi için önemlidir<sup>216</sup>. Aksi halde sağlayıcı, markası için yanlış kararlar alabilir<sup>217</sup>. Böyle bir durumda, sağlayıcının bayiden zararlarının tazminini isteyebileceği kabul edilmelidir. Eğer söz konusu yükümlülük uzun bir süre yerine getirilmez ise sağlayıcı derhal sözleşmeyi feshetme hakkına sahip olacaktır<sup>218</sup>.

Sağlayıcı tarafından talep edilen her türlü bilginin kural olarak verilmesi beklenir. Genellikle, seçici dağıtım ağının korunabilmesi sağlayıcı özellikle bazı konularda bilgi talep eder. Örneğin, otomotiv sektöründe bir sağlayıcı, müşterinin tek seferde birden fazla araba satın alması, müşterinin adres bilgilerinin satış noktasından çok uzakta olması veya aracı nakit ödeme yaparak satın alması hallerinden bayinin kendisine bildirimde bulunmasını talep eder. Öte yandan,

---

<sup>214</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 75; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 95.

<sup>215</sup> Erdem, “Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Tazminatı (Müşteri Tazminatı)”, s. 96; Genç, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, s. 154; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 132.

<sup>216</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 134.

<sup>217</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 97.

<sup>218</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 76; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 139; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 45.

sağlayıcı tarafından talep edilmese dahi bayinin sağlayıcı için gerekli olduğunu bildiği bilgileri de vermesi gerekir. Bu husus, seçici dağıtım sisteminin yanı sıra sağlayıcının üretimi veya dağıtım sistemini pazarın gerçeklerine uydurabilmesi için bilmesi gereken gerekli tüm bilgileri kapsamaktadır<sup>219</sup>.

Diğer taraftan, bayinin bilgileri ne zaman vermesi gerektiği de önemli bir husustur. Bazı bilgiler düzenli olarak raporlanabilecektir. Fakat, ani veya ciddi gelişen bazı konularda, sağlayıcının hemen aksiyon alabilmesi için sağlayıcıya derhal bilgi vermek gerekir. Aksi halde, zamanında verilmeyen bir bilgi sağlayıcının menfaatini korumayacağından, bayi söz konusu yükümlülüğünü yerine getirmiş sayılmayacaktır.

#### **2.6.2.5.2. Müşteri Hizmetlerini Yerine Getirme Yükümlülüğü**

Bayinin, sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü kapsamında müşteri hizmetlerini yerine getirme yükümlülüğü yer alır<sup>220</sup>. Müşteri hizmetleri, ürünlerin satışından önceki veya sonraki hizmetleri kapsayabilir. Müşteriyi ürünlerle ilgili doğru bir biçimde bilgilendirmek, müşterilerin ürünlere ilişkin sorularını yanıtlamak, ürünle alakalı bir sorun yaşandığında sorunun çözülmesi için gerekiyorsa sağlayıcı ile iş birliği içerisinde çalışmak, bakım veya muayene hizmetlerinin yerine getirilebilmesi için nitelikli personel çalıştırmak bunun kapsamına dahildir<sup>221</sup>. Seçici dağıtım sözleşmelerinin konusunu genellikle lüks tüketim ürünleri oluşturduğundan bu yükümlülük çoğu zaman seçici dağıtım sözleşmelerinde açıkça düzenlenmektedir.

---

<sup>219</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 134.

<sup>220</sup> Söz konusu yükümlülük müşteri ile akdedilen münferit sözleşmelerden değil, sağlayıcı ile akdedilen çerçeve sözleşmeden kaynaklanır. Bkz. İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 77; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 21.

<sup>221</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 131; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 114; Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 64; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 46.

Müşteri hizmetlerinin düzgün bir şekilde yerine getirilmesi sağlayıcının menfaatine olduğu kadar bayinin de menfaatinedir. Zira, bayi müşteri hizmetlerini kaliteli olarak sağlarsa daha fazla müşteri çekebilir. Müşteri hizmetlerini yerine getirme yükümlüğünün bu etkisi nedeniyle, Demir Gökyayla bu yükümlülüğü, sürümü artırma yükümlülüğünün bir uzantısı olarak kabul etmektedir<sup>222</sup>. Her halükârda, müşteri hizmetlerinin yerine getirilmesi bayinin asli borçları arasında yer alan bir iş görme edimi olarak kabul edilir.

Müşteri hizmetlerini yerine getirme yükümlülüğü uygulamada genellikle, müşterinin ayıplı ürün satın almasından sonra TBK kapsamındaki seçimlik haklarını kullanmak istemesi halinde ortaya çıkar. Müşteri, satın aldığı ürünü iade etmek, değiştirmek veya ücretsiz olarak tamir ettirmek isteyebilir. Bu doğrultuda, bayinin seçici dağıtım sistemi içerisinde yer alan diğer alıcıların satmış olduğu ürünler için de bu işlemleri yerine getirmesi gerekir. Başka bir deyişle, bayi ürünün kendisinden satın alınmadığını ileri sürerek bu talebi reddetmemelidir<sup>223</sup>. Diğer taraftan, ürün ayıplı satılmamış olsa bile müşterinin satın aldığı ürün zaman içerisinde arızalanmış olabilir. Böyle bir durumda dahi bayinin basit tamir işlemlerini bu yükümlülük kapsamında yerine getirmesi gerekir. Örneğin, ürünün saat olması halinde, bayinin saatin basit tamiratını yapabilmesi beklenir. Eğer, bayinin ürünü tamir edebilmesi mümkün değilse, bayi sağlayıcı ile iş birliğinde hareket ederek müşteriye yönlendirmelidir.

Şenol'a göre, bayinin müşteri hizmetlerini yerine getirme yükümlülüğü kapsamında, servis hizmetleri de dahildir<sup>224</sup>. Servis hizmetlerinin yerine getirilebilmesi için çoğu zaman tamir atölyesinin bulunması, gerekli teknik malzemenin ve yedek parçanın bulunması ve alt yapının kurulması zorunludur. Bayinin, tamir atölyesi tesis etme borcunun bu kapsama dahil olup olmayacağı

---

<sup>222</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 129.

<sup>223</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 116.

<sup>224</sup> Şenol, s. 114.

öğretide tartışmalıdır<sup>225</sup>. Özellikle, karmaşık teknolojik aletler ve otomobil bakımından, bu husus ayrı bir yatırım gerektirir. Bu nedenle, bayinin böyle bir borcunun doğması için bu hususun sözleşmede ayrıca düzenlenmesi gerektiği kabul edilmelidir. Seçici dağıtım sözleşmelerinde, çoğu zaman, sağlayıcı bu yükümlülükleri yerine getirebilecek satıcıları ağı dahil etmeyi tercih ettiğinden, bu tür düzenlemeler sözleşmede kriter olarak yer alır.

Bayi müşteri hizmetlerini yerine getirme yükümlülüğünü ihlal ederse, sağlayıcı sözleşmeyi feshedebileceği gibi eğer feshi gerektirecek ağır ihlal değilse yalnızca uğradığı zararın tazminini talep edebilecektir<sup>226</sup>.

#### **2.6.2.5.3. Sağlayıcının Talimatlarına Uyma Yükümlülüğü**

Bayinin sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü nedeniyle, sağlayıcıdan gelen bilgilere ve talimatlara uygun hareket etmesi gerekir. Bu yükümlülük, bayinin edimlerinin iş görme edimi olmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, sözleşmede açıkça düzenlenmese bile bu yükümlülüğün bulunduğu kabul edilmesi gerekir. Vekâlet ve acentelik sözleşmelerinde talimatlara ilişkin hükümlerin kıyas yoluyla bayilik sözleşmelerine uygulanabileceği kabul edilir<sup>227</sup>.

Acentenin müvekkiline karşı talimatlarına uyma yükümlülüğü TTK'nın 110. maddesinin 2. fıkrasında açıkça düzenlenmiştir:

---

<sup>225</sup> İşgüzar, sözleşmede açıkça yazılmadığı sürece bayinin tamir atölyesi kurma borcunun bulunmadığını söylemiştir. Bkz. İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 78. Demir Gökyayla, tamir atölyesi açma borcunu müşteri hizmetlerini yerine getirme yükümlülüğünün kapsamı içerisinde saymıştır. Bkz. Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 30. Ayrıntılı tartışma için bkz. Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 114.

<sup>226</sup> Şenol, s. 117; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 78.

<sup>227</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 45.

*“Acente, müvekkilin açık talimatı olmayan konularda, emir alıncaya kadar işlemi geciktirebilir. Ancak, işin acele nitelik taşıması nedeniyle durum müvekkilinden talimat almaya müsait olmazsa veya acente en yararlı şartlar çerçevesinde harekete yetkiliyse, basiretli bir tacir gibi kendi görüşüne göre işlemi yapar.”*

Acente, müvekkili adına veya hesabına hareket ettiğinden, esas olan acentenin müvekkilinin talimatlarına uygun olarak hareket etmesidir<sup>228</sup>. Seçici dağıtım sözleşmesinde ise bayi kendi adına ve hesabına faaliyet gösterdiğinden, seçici dağıtım sözleşmesinde sağlayıcının talimatının bulunmadığı hallerde bayinin kendi başına hareket edebileceği kabul edilmelidir. Bu nedenle, bayinin talimatlara uyma yükümlülüğünün kapsamı, acentenin söz konusu yükümlülüğüne kıyasla daha sınırlıdır<sup>229</sup>.

Vekâlet sözleşmesinden dolayı vekilin talimatlara uyma yükümlülüğü ise TBK'nın 505. maddesinde düzenlenmektedir:

*“Vekil, vekâlet verenin açık talimatına uymakla yükümlüdür. Ancak, vekâlet verenden izin alma imkânı bulunmadığında, durumu bilseydi onun da izin vereceği açık olan hâllerde, vekil talimattan ayrılabilir.*

*Bunun dışındaki durumlarda vekil, talimattan ayrılırsa, bundan doğan zararı karşılamadıkça işi görmüş olsa bile, vekâlet borcunu ifa etmiş olmaz.”*

Söz konusu hükümden, vekilin kendisine verilen işi vekâlet verenin iradesine uygun olarak yapmakla yükümlü olduğu ortaya çıkmaktadır; söz konusu irade açık talimat şeklinde veya muhtemel irade şeklinde kendisini gösterebilir<sup>230</sup>. Bu doğrultuda, bayinin talimatlara uyma yükümlülüğünün daha ziyade vekilin

<sup>228</sup> Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 27; Güvenç, *6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na göre Acente Hukuku*, s. 50.

<sup>229</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 98.

<sup>230</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 660.

talimatlara uyma yükümlülüğüne benzediği söylenebilir. Zira, bayi sağlayıcının açık talimatı olmayan hallerde sadakat yükümlülüğüne uygun olarak sağlayıcının muhtemel iradesine aykırı olmayacak şekilde özgürce hareket edebilir. Fakat, vekilin işi müvekkili adına yapıyor olması nedeniyle, vekâlet sözleşmelerinde vekilin talimat ile daha çok bağlı olduğu yorumunu yapabilmek mümkün olacaktır. Bu nedenle, bayinin talimatlara uyma yükümlülüğü, vekilin yükümlülüğünden de daha sınırlıdır<sup>231</sup>.

Talimat; sağlayıcının, sözleşme süresince işin nasıl yapılacağını belirten ve bayiye ulaşması gereken tek taraflı bir irade beyanıdır<sup>232</sup>. Başka bir deyişle, talimatların sözleşmenin akdedilmesinden sonra sağlayıcı tarafından bayiye bildirilen taleplerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Talimatların konusu sözleşmesel ilişki ile sınırlı olmalıdır. Bu nedenle, talimatların kapsamı somut olayın özelliklerine bağlı olarak değişkenlik gösterir<sup>233</sup>. Örneğin; otomotiv sektöründe, bayinin bulundurması gereken çok fazla yedek parça olabilir. Bu kapsamda, sağlayıcı bayiye yedek parçaların kolay bir şekilde ayırt edilmesine imkân sağlayan düzenli bir depolama sistemi kurmasını talimat olarak iletebilir. Öğretide, sağlayıcının talimat verme hakkının kapsamına; bayinin satış organizasyonunun kurulması, yapacağı reklâm faaliyetleri, müşteri hizmetlerinin yerine getirilmesi, satış yerinin görünümü ve düzenlenmesi veya yatırımların dağılımı gibi hususların gireceği kabul edilmektedir<sup>234</sup>. Bu hususlarla sınırlı olmamak üzere, sözleşme kapsamındaki konularla ilgili olarak sağlayıcının bayiye talimat verebileceği kabul edilmelidir.

---

<sup>231</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 45.

<sup>232</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 660; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 109; Gümüş, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 156.

<sup>233</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 145.

<sup>234</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 110; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 99; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 46; Ulmer, *Der Vertragshändler*, s. 418.

Talimatların, hukuki ilişki bakımından emredici değil yol gösterici nitelikte olduğu kabul edilir<sup>235</sup>. Ancak, bayinin makul bir sebebi olmaksızın sağlayıcının talimatlarına aykırı hareket etmemesi gerekir. Başka bir deyişle, bayinin mümkün olan tüm talimatları takip ederek ticari faaliyetine uyarlaması beklenir. Bayi sağlayıcının talimatına uymayı tercih etmiyor ise bunun gerekçesini dürüstlük kuralı uyarınca sağlayıcıya bildirmelidir.

Seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından, genellikle sağlayıcının pazarlama ilkelerine ilişkin genel hususlar, sözleşme içerisinde kriter olarak düzenlenmiş konulardır. Bu nedenle çoğu zaman sağlayıcının, pazar koşullarını takip ederek kısa veya uzun vadeli ticari planlarına ilişkin konular genellikle talimat olarak iletilir. Dolayısıyla, talimatların içeriği, günün koşullarına göre değişebilir. Örneğin, sağlayıcının piyasaya yeni bir ürün çıkarmak istemesi halinde, bu ürünün tanıtılması için tüketicilere bilgilendirme yapılmasını veya ürünün rafta ön taraflarda ve göz hizasında sergilenmesini talimat olarak iletmesi mümkündür. Uygulamada sağlayıcı tarafından; yeni ürünlerin müşterilere aktif olarak tanıtılması, bazı ürünler için zaman zaman belirli sayıda teşhir ürünün bulundurulması veya belirli sayıda veya oranda stok bulundurulması, satış yeri içerisinde bazı materyallerin kullanılması veya satış iletişim sistemlerinin kullanılması bayiye talimat olarak iletilir.

Ayrıca, seçici dağıtım sözleşmeleri kapsamında, sağlayıcı tarafından bayiye fikri ve sınai hakların kullanılabilmesi için genellikle lisans hakkı verilir. Lisansa konu ürünlerin bayi tarafından ne şekilde kullanılacağı konusunda sağlayıcı çoğu zaman talimat verir. Örneğin, markanın veya unvanın mağazanın neresinde konumlandırılacağı, hangi belge ve materyallerin üzerinde markanın yer alması gerektiği hususunda, bayi sağlayıcının talimatlarına uymakla yükümlüdür.

---

<sup>235</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 111.

Diğer taraftan, sağlayıcı da her türlü talimatı bayiye verme hususunda serbest değildir. Bu kapsamda, sağlayıcının bayinin kendi adına ve hesabına hareket etmesini engelleyecek talimatlar vermemesi gerekir<sup>236</sup>. Örneğin, sağlayıcı, bayinin tüketiciler ile akdedeceği satış sözleşmelerinde ne şekilde hareket edeceğine ilişkin talimat veremez<sup>237</sup>. Zaten, sağlayıcının bu konuda bayiye müdahalelerde bulunması çoğu zaman rekabet hukuku kapsamında da yasak faaliyetler içerisinde yer alır. Zira, RKHK'nın 4. maddesinin 2. fıkrasına göre, ürünlerin her türlü alım veya satış şartlarının tespit edilmesi hukuka aykırı ve yasak olarak değerlendirilir. Bu yasaklamanın başında yeniden satış fiyatının tespiti gelmektedir. Dolayısıyla, sağlayıcının talimatlarının en önemli sınırını rekabet hukuku kuralları oluşturur.

Bayinin, sağlayıcının talimatlarına uymaması halinde, sağlayıcı uğradığı zararı tazmin edebileceği gibi, bu aykırılığın tekrarlanması sözleşmenin amacını tehlikeye sokması halinde haklı nedenle sözleşmeyi de feshedebilir<sup>238</sup>.

#### 2.6.2.5.4. Sır Saklama Yükümlülüğü

Seçici dağıtım sözleşmesinde bayinin, sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü kapsamında sır saklama yükümlülüğü bulunur. Bayi, sağlayıcıdan öğrendiği sırları sağlayıcıya zarar vermek amacıyla haksız olarak kullanamaz ve üçüncü kişilere açıklayamaz<sup>239</sup>.

Sağlayıcının ticari faaliyetlerine ilişkin özellikle sınırlı bir çevre tarafından bilinen bilgiler, gizli bilgi kapsamında sayılacaktır<sup>240</sup>. Bayilik sözleşmesinin

---

<sup>236</sup> Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 51.

<sup>237</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 146.

<sup>238</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 46.

<sup>239</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 98; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 82; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 157.

<sup>240</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 157.

içerisinde genellikle gizli bilgilerin kapsamına açıkça yer verilir. Ancak, sağlayıcının bilgiyi verirken bilginin gizli bilgi olduğu hususunda uyarıda bulunması da mümkündür. Genellikle, ticari bilgi ve veriler, *know-how* ve teknik bilgiler gizli bilgi olarak değerlendirilmektedir. Ancak, gizli bilginin taraflar arasında açıkça kararlaştırılmış olması veya sağlayıcı tarafından belirtilmiş olması zorunlu değildir. Zira, bayi seçici dağıtım sistemine ilişkin olan ve açıklanmamasında sağlayıcının menfaati bulunan tüm bilgiler gizli tutma yükümlülüğü altındadır<sup>241</sup>. Bayinin gizli tutması gereken bilgilere örnek olarak; imalat yöntemi ve planları, pazarlama yöntemleri, tedarik kaynakları, makinelerin ölçü ve ağırlığına ilişkin rakamlar ile enerji tüketimi hakkındaki bilgileri gösterilebilir<sup>242</sup>.

Sır saklama yükümlülüğünün ne kadar süre devam edeceği genellikle bayilik sözleşmesi içerisinde açıkça yazılır. Bu sürenin sona ermesinin ardından, bayinin bu kapsamdaki sözleşmesel sorumluluğunun devam etmesi beklenmemelidir. Ancak öğretilerdeki çoğunluk görüşüne göre, bayinin sır saklama yükümlülüğünün, bayilik sözleşmesi sona erdikten sonra da devam edeceği kabul edilir<sup>243</sup>. Buradaki sorumluluğun niteliği konusunda bir görüş birliği bulunmamaktadır. Taraflar arasında bir sözleşme bulunmayacağından, bahsi geçen sorumluluğun dürüstlük kuralı kapsamında ele alınması doğru olacaktır.

## 2.7. SEÇİCİ DAĞITIM SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİ

Seçici dağıtım sözleşmeleri, sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşmelerdir. Söz konusu sözleşmelerin her kadar uzun süreli bir ilişki doğurması planlansa da sözleşmelerin sonsuza dek devam etmesi beklenemez. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmelerinin bazı sona erme koşulları bulunur. Genellikle sözleşmenin sona

---

<sup>241</sup> Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 107.

<sup>242</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 47.

<sup>243</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 98; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 164; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 47; Ulmer, *Der Vertragshändler*, s. 425; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 82.

ermesine ilişkin hükümler sözleşmenin içerisinde yer alır. Fakat, sözleşmede açıkça düzenlenmese dahi genel hukuk kurallarına göre sözleşmenin sona ermesi mümkündür. Sözleşmelerin sona ermesi; kendiliğinden sona ermesi ve hukuk işlemle sona ermesi olarak iki ana başlıkta incelenecektir.

### **2.7.1. Kendiliğinden Sona Ermesi**

Sözleşmenin kendiliğinden sona ermesi iki şekilde mümkün olabilir. Sözleşme eğer belirli süreli akdedildi ise sürenin sona ermesi ile veya sözleşmenin belirli süreli veya süresiz akdedilmesine bakılmaksızın taraflardan birinin ölümü, iflası veya ehliyet kaybı halinde mümkün olabilir.

#### **2.7.1.1.Sürenin Dolması**

Seçici dağıtım sözleşmeleri, belirli süreli veya süresiz olarak akdedilebilir. Eğer taraflar sözleşmeyi belirli süreli olarak akdetmişler ise söz konusu sürenin sonunda sözleşme kendiliğinden sona erecektir<sup>244</sup>. Belirli süreli sözleşmelerde; taraflar, sözleşmenin sona ermesi için belirli bir süre kararlaştırabilecekleri gibi sözleşmenin hangi tarihte sona ereceğini de açıkça sözleşmeye yazabilirler. Ayrıca, sözleşmenin sona ermesi için belirli ve kesin bir olayın meydana gelmesini de kararlaştırılabilir<sup>245</sup>.

Sözleşmenin süresinin belirlenmesi hususunda, sözleşmenin taraflarının irade serbestisi bulunur. Bu nedenle, sözleşme bir yıllık akdedilebileceği gibi on yıllık da akdedilebilir. Uygulamada, sözleşmelerin kısa süreli akdedilmesi sözleşmede ticari açıdan daha güçsüz konumda bulunan bayiler için dezavantaj yaratabilmektedir.

---

<sup>244</sup> Eren, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 163; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 139; Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukukten Korunması*, s. 57; Kırcı, "Franchise Sözleşmeleri", s. 171; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 113; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 57; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebeple Feshi*, s. 84.

<sup>245</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 121.

Zira, bayi ticari ilişki için yatırım yapacağından bir yıllık süre söz konusu yatırım için oldukça kısa süre bir sayılabilecektir. Bu nedenle, bayilik sözleşmeleri kapsamında, öğretide bayinin yatırımlarını amorti etmesine imkân tanımayan kısa süreli sözleşmelerdeki süre hükümlerinin geçersiz olabileceği hususunda tartışma bulunmaktadır<sup>246</sup>. Belirtmek gerekir ki bayilik sözleşmeleri içerisinde bayinin belki de en fazla yatırım yaptığı sözleşmeler seçici dağıtım sözleşmeleridir. Fakat seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından her iki taraf da uzun vadeli bir ilişki kurmayı tasarlamaktadır. Bu nedenle, sözleşmede kısa bir süre yazılmış olsa da genellikle bu süre uzatılmaktadır.

Uygulamadaki seçici dağıtım sözleşmeleri, genellikle belirli süreli akdedilmektedir. Belirli süreli akdedilen bir sözleşmenin, olağan fesih bildirim ile süre sona ermeden evvel sona erdirilebilmesi mümkün değildir. Sözleşmenin belirli süreli akdedilmesi, bu bakımdan taraflar için güvence oluşturur. Sürenin sona ermesi halinde ise sözleşme kural olarak tarafların herhangi bir bildirim yapmasına gerek olmaksızın sona erer.

Çoğu zaman seçici dağıtım sözleşmeleri belirli süreli akdedilmekle birlikte taraflar sözleşmeye uzatma hükmü eklerler. Bu hüküm genellikle, sürenin sona ermesinden evvel taraflardan birinin bildirimde bulunmaması halinde sözleşmenin kendiliğinden uzayacağına ilişkindir. Eğer sözleşmede böyle bir hüküm bulunuyorsa, sözleşme sürenin sonunda kendiliğinden sona ermeyecektir<sup>247</sup>. Sözleşmenin sona ermesi için taraflardan birinin mutlaka bildirimde bulunması gerekecektir. Bu husus, belirli süreli akdedilen sözleşmelerin doğasına aykırıdır. Bu nedenle, bu tür sözleşmeler öğretide ismen belirli süreli sözleşme olarak anılır<sup>248</sup>.

Eğer taraflar, sözleşmeye uzatma hükmü koymamışlarsa sözleşmenin kendiliğinden sona ermesi gerekir. Seçici dağıtım sözleşmelerinde çoğu zaman,

---

<sup>246</sup> Bkz. Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 123 vd.

<sup>247</sup> Şenol, s. 153; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 57.

<sup>248</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 140.

sözleşmenin süresi sona erdikten sonra taraflar zımni olarak sözleşmeye devam ederler. Uygulamada genellikle, taraflar akdettikleri sözleşmeye ilişkin her türlü tadilin yazılı olarak yapılacağını sözleşmeye yazarlar. Bu durumda, sözleşmenin uzamasına ilişkin bir tadilin de yazılı yapılması beklenir. Aksi halde, sözleşmenin uzamasına ilişkin zımni sözleşmenin geçersiz olduğu iddiasında bulunulabilmesi mümkündür. Fakat çoğu zaman, sözleşmeye zımni olarak devam eden tarafların geçersizlik iddiasında bulunması dürüstlük kuralına aykırı olur. Bu nedenle, sözleşmenin uzamasına ilişkin anlaşmaların yazılı yapılması gerektiğine ilişkin sözleşme hükümleri uygulama açısından etkili hükümler değildir.

Taraflar, sözleşmenin süresinin sona ermesinden sonra ilişkiyi devam ettiriyorlarsa, kural olarak sözleşmenin belirsiz süreli bir sözleşmeye dönüştüğünün kabul edilmesi gerekir<sup>249</sup>. Fakat, uzatma taraflar arasında yazılı olarak kararlaştırıldıysa genellikle sözleşmenin ne kadar süre uzayacağı taraflarca belirlenir. Diğer taraftan, sözleşme içerisindeki kendiliğinden uzatma hükmüne dayanılarak sözleşme uzatılmışsa, çoğu zaman sözleşmede önceden sürenin ne kadarlığına uzatılacağına ilişkin hüküm düzenlenmiş olur. Bu durumlarda, sözleşme belirli süreli sözleşme olarak devam eder.

### **2.7.1.2.Ölüm, İflas ve Ehliyet Kaybı**

TBK m. 502 kapsamında, vekâlet hükümleri nitelikleri uygun düştüğü ölçüde kanunda düzenlenmemiş iş görme sözleşmelerine de uygulanmaktadır. Seçici dağıtım sözleşmelerinde, bayinin sürümü artırma faaliyeti gibi bazı borçlarının iş görme edimi olarak değerlendirilebileceğinden bahsetmiştik. Buna göre, aksi sözleşmeden anlaşılmadıkça seçici dağıtım sözleşmelerinde de hem sağlayıcının hem de bayinin ölümü, ehliyet kaybı veya iflasının sözleşmeyi sona erdirdiği kabul edilmelidir<sup>250</sup>.

---

<sup>249</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 158.

<sup>250</sup> Şenol, s. 161; Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 22.

### 2.7.1.2.1. Ölüm

Vekâlet sözleşmelerinde tarafların ölümü halinde TBK'nın 513. maddesi uygulanır. Söz konusu kanun maddesine atıf yapan TTK hükmü nedeniyle, ilgili kanun maddesi acentelik sözleşmelerinde müvekkilin veya acentenin ölümü halinde de uygulanmaktadır. Bu kapsamda, ilgili maddenin kıyas yoluyla bayilik sözleşmelerine de uygulanabileceği kabul edilmelidir<sup>251</sup>. TBK'nın 513. maddesi şu şekildedir:

*“Sözleşmeden veya işin niteliğinden aksi anlaşılmadıkça sözleşme, vekilin veya vekâlet verenin ölümü, ehliyetini kaybetmesi ya da iflası ile kendiliğinden sona ermiş olur. Bu hüküm, taraflardan birinin tüzel kişi olması durumunda, bu tüzel kişiliğin sona ermesinde de uygulanır.*

*Vekâletin sona ermesi vekâlet verenin menfaatlerini tehlikeye düşürüyorsa, vekâlet veren veya mirasçısı ya da temsilcisi, işleri kendi başına görebilecek duruma gelinceye kadar, vekil veya mirasçısı ya da temsilcisi, vekâleti ifaya devam etmekle yükümlüdür.”*

Bu doğrultuda, taraflardan birinin ölümü halinde sözleşme kendiliğinden sona erer. Tandoğan'a göre, tek satıcılık sözleşmelerinde sağlayıcının ölümü halinde halefleri aynı ürünlerin sağlayıcılığına devam edebiliyor ve sağlayıcının kişiliği ilişkide önem arz etmiyorsa sözleşme devam edebilir<sup>252</sup>. Aynı yorumu seçici dağıtım sözleşmeleri için de yapmak mümkündür.

Diğer taraftan, seçici dağıtım sözleşmelerinde sözleşmenin tarafları genellikle tüzel kişidir. Bu durumda, tüzel kişiliğin sona ermesi tıpkı gerçek kişinin ölümü gibi bir sonuç doğuracaktır. Ancak genellikle şirketler bakımından, tüzel kişiliğin sona ermesi bir anda gerçekleşmez. Öncelikle, şirketin tasfiyeye girmesi

<sup>251</sup> Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 58.

<sup>252</sup> Tandoğan, Cilt I/1:s. 58.

gerekir. Şirketin tasfiyeye girmesi ile taraflar sözleşmeyi haklı nedenle feshetme hakkına sahip olurlar.

Eğer Şirket bir birleŐme veya devralmaya konu olduğu için tüzel kiŐiliĐini kaybediyor ise bu durumda sözleşme kendiliğinden sona ermez. Zira, birleŐme sonucu ortaya çıkan yeni Şirket veya devralan Şirket, söz konusu Şirketin hak ve borçlarına sahip olacağından sözleşme yeni Şirket ile devam edebilecektir. Fakat, bu durumda dahi taraflar sözleşmeyi haklı nedenle feshetme hakkına sahiptirler<sup>253</sup>. Uygulamada, seçici dağıtım sözleşmelerinde bayinin başka bir Şirket ile birleŐmesi veya devralınması halleri sözleşmede açıkça düzenlenir ve sağlayıcıya bu durumda fesih imkânı tanınır.

#### **2.7.1.2.2. İflas**

Hem TBK'daki vekâlet sözleşmesi hükümleri hem de TTK'daki acentelik sözleşmesi hükümleri kıyasen uygulandığında, taraflardan herhangi birinin iflas etmesi halinde seçici dağıtım sözleşmesi sona erecektir<sup>254</sup>. Bu durumda, sözleşmenin sona ermesi için yazılı bir bildirim gerekli değildir, ilgili kanun hükümlerinin kıyasen uygulanması mümkün olacağından sözleşme kendiliğinden sona erer.

#### **2.7.1.2.3. Ehliyet Kaybı**

Eğer taraflar gerçek kişi ise hem sağlayıcı hem de bayi hakkında kısıtlılık kararı verilmesi halinde bayilik sözleşmesinin kendiliğinden sona ereceğini kabul etmek gerekir<sup>255</sup>.

---

<sup>253</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 164.

<sup>254</sup> Şenol, s. 166.

<sup>255</sup> Şenol, s. 165.

Seçici dağıtım sözleşmesinde taraflar genellikle şirket olduklarından tüzel kişiliği bulunur. Şirketlerin zorunlu iki tane organları bulunur. Bunlar, anonim şirketler için genel kurul ve yönetim kurulu; limited şirketler için genel kurul ve müdürler kuruludur. Eğer şirket zorunlu organlarından birisini kalıcı olarak kaybederse tüzel kişilik sona ereceğinden tasfiye sürecine girilecektir<sup>256</sup>. Bu durumda tarafların haklı sebeple fesih hakkı doğmaktadır.

## 2.7.2. Hukuki İşleme Sona Ermesi

Her sözleşmede olduğu gibi seçici dağıtım sözleşmeleri de her iki tarafın irade beyanı bulunması halinde kendiliğinden daima sona erdirilebilir. Aşağıda, taraflardan birinin irade beyanı ile sözleşmenin sona erdirilme şekillerinden bahsedilecektir. Bu kapsamda, seçici dağıtım sözleşmesinin iptali, olağan fesih suretiyle sözleşmenin sona ermesi ve olağanüstü fesih suretiyle sözleşmenin sona ermesi incelenecektir.

### 2.7.2.1. İptali<sup>257</sup>

TBK'nın genel hükümleri uyarınca, sözleşmenin taraflarından birisi hata, hile veya ikrah nedeniyle sözleşmeyi tek taraflı irade beyanı ile iptal etme hakkına sahiptir. İptal kural olarak geriye etkilidir<sup>258</sup>. Bu nedenle, taraflardan biri iptal hakkını kullandığında sözleşme geçmişe yönelik olarak hükümsüz hale gelir. Bu durumda, taraflar o tarihe kadar ifa ettikleri edimlerin iadesini talep edebilirler. Fakat, işin niteliğine uygun olmayan hallerde iptalin ileri etkili olduğu kabul edilir. Sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşmeler bakımından hükümsüzlüğün, iptal anına

---

<sup>256</sup> Şenol, s. 165.

<sup>257</sup> İptal, hukuki işlemle bir sona erme sebebi değildir, çoğunlukla bir geçersizlik sebebi olarak kabul edilir. Ancak, seçici dağıtım sözleşmelerinin sürekli borç ilişkisi doğurması nedeniyle geçersizlik genellikle ileriye doğru uygulanabilir. Bu bakımdan, iptalin sonuçları feshin sonuçlarına benzeyeceğinden bu başlık altında incelenmiştir.

<sup>258</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 122; Eren, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 374; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 168.

kadar yerine getirilen edimleri etkilemeyeceği belirtilmiştir<sup>259</sup>. Seçici dağıtım sözleşmeleri, sürekli borç ilişkisi doğurmaktadır. Eğer sözleşme kapsamında taraflar borçlarını ifa etmeye başlamış ise iptal bildiriminin ileriye etki doğurması gerekir<sup>260</sup>. Bu durumda, sözleşme sağlayıcı veya bayi tarafından iptal edilerek geçersiz hale getirildi ise bu husus tarafların gelecek ticari ilişkilerini etkileyecektir.

### **2.7.2.2.Olağan Fesih**

#### **2.7.2.2.1. Genel**

Fesih, sözleşme taraflarından birisinin tek taraflı irade beyanı ile sözleşmeyi ileriye doğru sona erdirebilmesini sağlayan bozucu yenilik doğuran bir haktır. Bu doğrultuda, fesih işlemi ifa süresi için sürekli ilişkiyi sona erdirmediği gibi feshin geçerli olacağı ana kadar doğan borçlara da etki yapmamaktadır<sup>261</sup>.

Seçici dağıtım sözleşmesi gibi sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşmelerde süre düzenlenmemiş ise sözleşmenin nasıl sona ereceği hususu önemlidir. Böyle bir sözleşmenin sonsuza kadar devam etmesi beklenemeyeceğinden, tarafların sözleşmeyi tek taraflı olarak feshetme imkânının bulunması gerekir. Bu durumda temel olarak tarafların, diğer tarafa tazminat ödemeksizin sözleşmeyi sona erdirebilmesinin iki seçeneği bulunur. İlk olarak, karşı taraf sözleşmeyi esaslı bir şekilde ihlal ederse diğer taraf olağanüstü fesih ile sözleşmeyi her zaman derhal feshedebilir. Ancak, diğer taraf sözleşmeyi ihlal etmemiş ise karşı tarafın neden göstermeden sözleşmeyi sona erdirebilmesinin tek yöntemi, olağan fesihtir.

Olağanüstü fesih veya olağan fesih fark etmeksizin, fesih karşı tarafa bildirim ile geçerlilik kazanır. Bu nedenle, sözleşmeyi sona erdirmek isteyen kişi mutlaka

---

<sup>259</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 184; Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 123.

<sup>260</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 170.

<sup>261</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 119; Eren, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 1410; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 67.

fesih bildiriminde bulunmalıdır. Fesih bildiriminin ise şekle uygun yapılması gerekir<sup>262</sup>. TTK'nın 18. maddesinin 3. fıkrasına göre, “*tacirler arasında, diğer tarafı temerrüde düşürmeye, sözleşmeyi feshe, sözleşmeden dönmeye ilişkin ihbarlar veya ihtarlar noter aracılığıyla, taahhütlü mektupla, telgrafla veya güvenli elektronik imza kullanılarak kayıtlı elektronik posta sistemi ile yapılır.*” Seçici dağıtım sözleşmesinin tarafları tüzel kişi de olsa gerçek kişi de olsa taraflar tacir olacağından, sözleşmenin feshi için yapılacak bildirimlerin; noter aracılığıyla, taahhütlü mektupla, telgrafla veya güvenli elektronik imza kullanılarak kayıtlı elektronik posta sistemi ile yapılması gerekir. Söz konusu şartın bir şekil şartı mı yoksa ispat şartı mı olduğu öğretide tartışmalıdır. Zira, eğer bildirim şekil şartı olduğu kabul edilirse, şekle uyulmadan yapılan bildirim geçersiz olacaktır<sup>263</sup>.

#### 2.7.2.2.2. Şartları

Sürekli borç ilişkisinin olağan fesih yoluyla sona erdirilebilmesi için sözleşmenin belirsiz süreli akdedilmesi veya belirsiz süreli hale gelmiş olması gerekir<sup>264</sup>. Eğer taraflar, sözleşmenin süresi dolmasına rağmen sözleşmeyi örtülü olarak sürdürmüşler ve sözleşme içerisinde sözleşmenin belirli bir süre ile uzatılmasına ilişkin bir kayıt düzenlenmemiş ise sözleşme belirsiz süreli hale gelir<sup>265</sup>.

---

<sup>262</sup> Sözleşme içerisinde farklı bir şekil kararlaştırılmış ise tarafların söz konusu şekil şartına da uyması gereklidir. Aksi halde, sözleşmeden veya kanundan doğan şekil şartına aykırı olan fesih bildirimini geçersiz kabul edilir. Bkz. Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 48 vd. Bununla birlikte, dürüstlük kuralına aykırı olarak bildirim geçersiz olduğunun ileri sürülmesi de kanun tarafından korunmayacaktır.

<sup>263</sup> Dirikkan, *Tacirler Arası İhbar ve İhtarlar*, s. 39. Yargıtay'ın uygulamasına göre, bu şekil şartı ispat şartı olarak kabul edilmektedir. “*Mahkemece tacirler arasında ayıp ihbarının TTK'nın 18/3 maddesine göre yapılacağı, davalının süresi içerisinde ve usulüne uygun olarak ayıp ihbarında bulunmadığı gerekçesiyle davanın kabulüne karar verilmiş ise de TTK m.18/3'deki tacirler arasındaki bildirim usulleri geçerlilik şartı değil ispat şartıdır.*” Bkz. Yargıtay 11. HD., E. 2020/4077 K. 2021/3351 T. 06.06.4041, Yargıtay Kararı.

<sup>264</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 171; Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 136; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 54; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 151; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 238.

<sup>265</sup> Eren, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 963.

Olağan fesih yönteminde, taraflara haklı bir gerekçe sunmaksızın sözleşmeyi tek taraflı olarak feshetme imkânı verilmektedir. Öğretide, haklı sebep bulunmaksızın sözleşmenin feshedilebilmesi için, fesih hakkının dürüstlük kuralına uygun olarak kullanılması gerektiği kabul edilir<sup>266</sup>. Örneğin, eğer taraflardan biri sözleşmenin devam edeceğine inanarak yoğun yatırım yaparken diğer taraf sözleşmeyi sona erdirmeye niyetini saklıyorsa bu durumda dürüstlük kuralına aykırılıktan bahsedilir<sup>267</sup>. Taraflardan birinin dürüstlük kuralına aykırı olarak fesih hakkını kullanmak istemesi durumunda fesih geçersiz olabileceği gibi fesih bildirimine muhatap olan tarafın tazminat talep etme hakkı da doğabilir.

Diğer taraftan, taraflardan birinin olağan fesih hakkını kullanması halinde, sözleşme fesih beyanı ile kendiliğinden sonra ermez, fesih süresi işlemeye başlar<sup>268</sup>. Fesih süresinin kabulündeki amaç muhatap, borç ilişkisinin birdenbire sona ermesi ile doğacak tehlikelerden korumak, önceden ilişkinin sona ereceğini bilerek durumunu buna göre düzenlemesine imkân vermektir<sup>269</sup>. Özellikle, seçici dağıtım sözleşmeleri gibi tarafların yatırım yapmaları gereken ilişkilerde fesih bildirim süresinin belirlenmesi önemlidir<sup>270</sup>. Zira, bir tarafı sözleşmedeki ilişkiye maruz bırakmamak için ticari ilişkiden çıkma şansı verilirken, diğer tarafı ekonomik olarak olumsuz bir durumda bırakmamak gerekir. Bu doğrultuda, fesih hakkının kullanılabilmesi için fesih bildirim süresine uygun hareket edilmelidir.

---

<sup>266</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 112; Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukuken Korunması*, s. 171; Kırcı, "Franchise Sözleşmeleri", s. 179; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 73; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 93. Hakkın amacından saptırılması, hak sahibinin meşru menfaatinin olmaması, sona erdirmeye hakkının kullanılmayacağına dair güven uyandırılması gibi hallerde sona erdirmeye hakkı kötüye kullanılmış olur. Bkz. Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 40.

<sup>267</sup> Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 117.

<sup>268</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 187; Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 150; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 235.

<sup>269</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 112; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 236.

<sup>270</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 172.

### 2.7.2.2.3. Fesih Bildirim Süresi

Sözleşme içerisinde fesih bildirim süreleri düzenlenmiş olabileceği gibi düzenlenmemiş olması da mümkündür. Bu nedenle, her iki ihtimal ayrı ayrı incelenecektir.

#### i. Sözleşmede Fesih Bildirim Süresi Düzenlenmiş İse

Uygulamada, çoğu zaman seçici dağıtım sözleşmelerinde fesih bildirim süresinin düzenlendiği görülür. Belirsiz süreli bir seçici dağıtım sözleşmesinde, taraflar sözleşmede fesih bildirim süresini belirlemişlerse, kural olarak bu süre uygulanmalıdır. Ancak, eğer söz konusu süre makul kabul edilemiyorsa, hâkimin müdahalesi talep edilebilecektir<sup>271</sup>. Örneğin, sözleşmede bayiye reklam yapma ve mağazasının donanımı ve büyütülmesi bakımından birtakım yükümlülükler öngörülmesine rağmen, alışılmışın altında bir fesih süresi düzenlenmiş ise burada ahlaka aykırı ve geçersiz bir hükümden söz edilebilir<sup>272</sup>. Bu durumda, hâkim söz konusu süreye müdahale edebileceği gibi bir tazminata da hükmedebilir<sup>273</sup>.

Diğer taraftan, uygulamada kimi zaman olağan fesih hakkının sözleşme içerisinde yalnızca sağlayıcı lehine düzenlendiği görülmektedir. Öğretide, olağan fesih hakkına ilişkin hükümlerin geçerli kabul edilebilmesi için, söz konusu hükümlerin çift taraflı düzenlenmesi gerektiği kabul edilir<sup>274</sup>. Başka bir deyişle, olağan fesih hakkının hem sağlayıcı hem de bayi için düzenlenmesi gerekir. Aksi halde, hükmün geçersiz olacağı belirtilir. Ancak, belirsiz süreli seçici dağıtım

---

<sup>271</sup> Şenol, s. 191.

<sup>272</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 190; Ulmer, *Der Vertragshändler*, s. 445.

<sup>273</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 191.

<sup>274</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 184; Bununla birlikte, sözleşme içerisinde taraflara farklı ihbar süreleri öngörülmüş olabilir. Demirsatan'a göre, kanunen bunu engelleyen bir kural olmadığı müddetçe taraflara farklı ihbar süresi tanınmasına bir sakınca yoktur. Bkz. Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 236.

sözleşmeleri bakımından, sözleşme içerisinde düzenlenmemiş olsa dahi tarafların olağan fesih hakkı bulunacağından; tek taraf lehine düzenlenen fesih hakkının yorum yolu ile çift taraflı uygulanmasının kabul edilmesi gerekir.

## ii. Sözleşmede Fesih Bildirim Süresi Düzenlenmemiş İse

Eğer bu kayıt sözleşmede açıkça düzenlenmemişse TBK hükümlerinin uygulanması gerekir. Seçici dağıtım sözleşmeleri atipik bir sözleşme olduğundan, konuya dair mevzuatta doğrudan uygulanabilir bir hüküm yoktur. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sözleşmesine benzer sözleşme tiplerine uygulanan fesih bildirim süreleri değerlendirilerek bir yorum yapılmalıdır.

Seçici dağıtım sözleşmesine benzer ve kanunlarla düzenlenmiş olan sözleşme türlerinden birisi acentelik sözleşmeleridir. TTK'nın 121. maddesine göre, taraflardan herhangi biri üç ay önceden bildirimde bulunmak koşuluyla acentelik sözleşmesini feshetme hakkına sahiptir. Bir görüşe göre, dağıtım sözleşmeleri acentelik hükümlerinin kıyasen uygulanması suretiyle üç aylık bildirim koşulunu yerine getirilerek sona erdirilebilir<sup>275</sup>. Ancak, seçici dağıtım sözleşmelerinde, somut olayda tarafların ticari ilişki nedeniyle yaptığı yatırımlar göz önüne alındığında, bu süre kimi zaman kısa olabilecektir.

Seçici dağıtım sözleşmesine benzer özellikler gösteren ve kanunda düzenlenmemiş sözleşme tipleri arasında tek satıcılık ve franchise sözleşmeleri yer alır. Franchise sözleşmelerinde franchise alan ve franchise veren arasında oldukça yoğun ekonomik bağıllık bulunur<sup>276</sup>. Tek satıcılık sözleşmesinde ise benzer şekilde

---

<sup>275</sup> Topçuoğlu, *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 72; Demirağ Aktaş, franchise sözleşmeleri için acentelik sözleşmelerine ilişkin bildirim sürelerinin kıyasen uygulanabileceğini belirtmiştir. Bkz. Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 70.

<sup>276</sup> Gürzumar, *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan "Sistem"lerin Hukuken Korunması*, s. 170; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 69.

iyiniyet ve sürekli iş birliğine dayanan bir hukuki ilişki vardır<sup>277</sup>. Bu nedenle, her iki sözleşme tipindeki hukuki ilişki seçici dağıtım sözleşmesi ile benzerdir. Genel görüşe göre TBK'daki hizmet sözleşmesine ve TTK'daki acentelik sözleşmesine ilişkin fesih süreleri franchise sözleşmesinin ve tek satıcılık sözleşmesinin taraflarına yeterli gelmeyebileceğinden, TBK'daki adi ortaklık hükümlerinin uygulanması gerektiği belirtilmiştir<sup>278</sup>. Bu görüşe göre, fesih bildirim süresinin altı ay olması gerekir. Seçici dağıtım sözleşmesi bakımından konu değerlendirildiğinde, altı aylık bildirim süresi kimi ilişkiler için uzun bir süre iken, kimi ilişkiler için de kısa bir süre olarak değerlendirilebilir. Örneğin, sağlayıcının fesih bildiriminde bulunduğu bir hukuki ilişkide bayinin rakip ürünleri bir arada satan bir mağazası bulunuyor ise sözleşmenin feshedilmesinden daha az etkilenmesi olağandır. Bu durumda, altı aylık bildirim süresi uzun kabul edilebilir. Elbette somut olayda, bayinin satışını yaptığı markalar arasında gelirinin ne kadarlık bir kısmını söz konusu markadan elde ettiği hususu önemli olacaktır. Aynı şekilde, sağlayıcı açısından da somut olayın değerlendirilmesi önemlidir. Örneğin sağlayıcı, söz konusu bölgede hali hazırda ürünlerini başka bayiler aracılığı ile satabiliyorsa altı aylık süre uzun sayılabilir.

Diğer taraftan, hukuki ilişki içerisinde altı aylık bildirim süresinin de yeterli olmayacağı zamanlar olabilir. Özellikle, yoğun yatırımların söz konusu olduğu ve yatırımların karşılığının uzun sürelerde alındığı sözleşmelerde, uygulamada bir yıllık fesih bildirim süresinin belirlendiği görülmektedir<sup>279</sup>. Bu doğrultuda, bayilik sözleşmelerinde somut durum çok değişken olabileceğinden, belirli bir süreyi

---

<sup>277</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 193.

<sup>278</sup> Gürzumar, s. 171; Ayata, *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*, s. 118; Eren, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 915; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 193.

<sup>279</sup> Otomotiv sektöründe akdedilen sözleşmeler bakımından, 2017/3 sayılı Tebliğ uygulanacağından, feshi ihbar süresinin her iki taraf için de en az iki yıl olması ancak bu sürenin; sağlayıcının anlaşmaya son vermesi durumunda kanundan veya anlaşmadan dolayı uygun bir tazminat ödemek zorunda olduğu veya dağıtım sisteminin önemli bir kısmını ya da tamamını yeniden düzenlemesinin zorunlu olması nedeniyle sağlayıcının anlaşmayı sona erdirmesi hallerinde en az bir yıla indirilmesi mümkün olabilir. Bkz. 2017/3 sayılı Tebliğ, 5. maddesinin 4. fıkrasının b bendi.

öngörmek oldukça güçtür<sup>280</sup>. Bu nedenle, sözleşmede taraflar fesih bildirim süresine karar vermemişler ise burada sözleşmedeki bir boşluktan bahsedilmelidir ve bu boşluk taraflar arasındaki güven ilkesi çerçevesinde doldurulmalıdır. Başka bir deyişle, taraflar arasındaki ilişkinin eskiliği, sözleşme konusu ürünün ve o sektörün özelliklerine göre yapılacak hazırlık çalışmaları, yatırımlar, karşılıklı yükümlülükler farklılık göstereceğinden ihtiyaç duyulan fesih bildirim süresi de farklılık gösterecektir<sup>281</sup>. Seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından bu görüşü kabul etmek gerekir.

Buna ek olarak, somut olayın şartlarına göre hangi tarafın sözleşmeyi feshetmek istediğine göre de fesih bildirim süresi değişebilir. Zira, sağlayıcının dağıtım ağından bir satıcının çıkması kimi zaman sağlayıcıyı çok fazla etkileyebilir. Bu nedenle, aynı sözleşmesel ilişki bakımından sağlayıcıya nazaran bayinin fesih bildirim süresinin daha kısa olması yeterlidir. Sonuç olarak, fesih bildirim süresinin somut olayın şartları değerlendirilerek dürüstlük kuralına uygun olarak belirlenmesi gerekir.

### 2.7.2.3.Olağanüstü Fesih

Belirli süreli veya belirsiz süreli akdedilmiş olan sürekli borç ilişkisi doğuran tüm sözleşmeler haklı bir nedenin varlığı halinde olağanüstü fesih suretiyle sona erdirilebilir<sup>282</sup>. Taraflardan birinin olağanüstü fesih yoluyla sözleşmeyi sona erdirmek istemesi halinde, fesih ihbar süresi olmaksızın sözleşme derhal feshedilebilir. Ancak; somut olayın özellikleri, ihlalin sona erdirilmesi için karşı tarafa bir süre verilmesini gerektiriyorsa, sözleşmeyi feshetmek isteyen taraf karşı

---

<sup>280</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 190.

<sup>281</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 152; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 190.

<sup>282</sup> İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 152; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 254; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 93.

tarafa süre verebilir<sup>283</sup>. Karşı tarafa süre verilmesi halinde fesih, olağan fesih haline dönüşmeyecektir. Fakat, fesih bildiriminde bulunan tarafın açıkça olağanüstü feshin söz konusu olduğunu bildirmesi gerektiği kabul edilir<sup>284</sup>.

Seçici dağıtım sözleşmesi iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme tipi olduğundan, eğer haklı sebep tarafların birinin borcunu ifa etmede temerrüde düşmesinden kaynaklanıyorsa, TBK'nın 123. maddesi uygulanacaktır. Bu durumda, sözleşmeyi feshetmek isteyen tarafın öncelikle temerrüde düşen tarafa kural olarak süre vermesi gerekir. Somut olayda, TBK'nın 124. maddesi kapsamında süre vermeyi gerektirmeyecek hallerin bulunup bulunmadığı değerlendirilmelidir.

Olağanüstü fesihte, sözleşmeyi feshetmek isteyen tarafın haklı bir gerekçesinin bulunması gerektiğini belirtmiştik<sup>285</sup>. Fesih sebebinin haklı olmadığı hallerde olağanüstü fesih bildiriminin geçersiz olduğu kabul edilir<sup>286</sup>. Böyle bir durumda, feshe muhatap olan tarafın tazminat talep edebilme hakkı da bulunabilir. Bu nedenle, haklı sebebin kapsamının belirlenmesi uygulama açısından oldukça önemlidir.

### 2.7.2.3.1. Haklı Sebep

Haklı sebep kavramının mevzuatta belirli bir tanımı bulunmamaktadır. Öğretide ise karşılıklı menfaatler belirlenerek tarafların en az birisinin fesih bildirim süresinin sonuna kadar ya da sözleşme süresinin bitimine kadar

---

<sup>283</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 204; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebeple Feshi*, s. 148.

<sup>284</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 158.

<sup>285</sup> Öğretide bu şekilde feshe, haklı sebeple fesih adı da verilmektedir. Bkz. Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s.194; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 74; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebeple Feshi*, s. 94.

<sup>286</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 158; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 79.

sözleşmeye devam etmesi beklenemiyorsa, ortaya çıkan sebebin sözleşmenin feshi için haklı sebep olduğu kabul edilmektedir<sup>287</sup>.

Diğer sürekli borç ilişkisi doğuran sözleşmelerde de olduğu gibi seçici dağıtım sözleşmesi kapsamında tarafların sözleşmeyi ihlal eden her davranışı haklı sebep değildir<sup>288</sup>. Bir tarafın sözleşmeyi haklı nedenle feshedebilmesi için, taraflar arasındaki ilişkide gelişen bir olayın veya bir değişkenin sözleşmeyi söz konusu taraf için çekilmez hale getirmesi gerekir<sup>289</sup>. Çekilmezlik hallerinin sınırlı bir şekilde sayılabilmesi mümkün değildir. Zira, tarafların ilişkisi ve somut olayın şartlarına göre çekilmezlik de değişebilecektir<sup>290</sup>. Bu nedenle, bir hukuki ilişkide haklı neden sayılan bir hal başka bir hukuki ilişki için haklı neden sayılmayabilir.

Haklı sebebin; taraflardan birisinin kusurlu veya kusursuz bir davranışı nedeniyle<sup>291</sup> ortaya çıkması mümkün ise de mutlaka bu şekilde olması gerekli değildir. Temel olarak hukuki ilişkide taraflar arasındaki güven ilişkisinin sarsılmasına neden olan olguların ilişkinin devamını çekilmez hale getirdiği kabul

---

<sup>287</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 196; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 195; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 75; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 270; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 133.

<sup>288</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 202; Hatemi ve Gökyayla, *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*, s. 196; Eren, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 1410; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 76.

<sup>289</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 196; Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 192; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 56; Tekinay vd., *Tekinay Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 967; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 153; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 271; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 136.

<sup>290</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 197; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 155.

<sup>291</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s.196; Eren, *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*, s. 915; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 155; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 76; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 158.

edilir<sup>292</sup>. Dolayısıyla böyle bir durum, tarafların iradeleri veya davranışları dışında da ortaya çıkmış olabilir. Her halükârda hukuki ilişki içerisinde ortaya çıkan olguların haklı sebep sayılabilmesi için söz konusu ilişkiyi hem objektif olarak hem de sübjektif olarak etkilemesi beklenir.

Haklı sebebin meydana gelmesi halinde diğer taraf, olayın meydana gelmesinden itibaren makul bir süre içerisinde bildirimde bulunarak sözleşmeyi feshetmelidir. Eğer haklı sebebin meydana geldiğini bilmesine rağmen hak sahibi bu hakkını kullanmıyor ise bu durum hakkından feragat ettiği şeklinde yorumlanabilir<sup>293</sup>. Aksi halde bir tarafın, haklı sebebin ortaya çıkmasından uzun bir süre sonra sözleşmeyi feshetmesi hakkın kötüye kullanılması teşkil edebilecektir.

Diğer taraftan, fesih sebebinin karşı tarafa bildirilmesinin gerekli olup olmadığı hususu öğretilerde tartışmalıdır. Fesih bildirimine muhatap tarafın da sebebin, haklı sebep olup olmadığını değerlendirmesine imkân verilmelidir. Bu nedenle, söz konusu fesih bildiriminde dürüstlük kuralı uyarınca haklı sebebin de bildirilmesi gerektiği kabul edilmelidir<sup>294</sup>.

Haklı sebepler, seçici dağıtım sözleşmeleri içerisinde genellikle açıkça düzenlenir. Çoğu zaman bu sebepler sağlayıcı lehine tek taraflı düzenlenmektedir. Örneğin, bayinin; sağlayıcının standartlarına uymaması, sağlayıcının belirlediği

---

<sup>292</sup> Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 197; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 196; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 75; Kırcı, "Franchise Sözleşmeleri", s. 182; Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 272.

<sup>293</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 166; İşgüzar, *Tek Satıcılık Sözleşmesi*, s. 157. Fesih gibi bozucu yenilik doğuran haklar için mevzuatta zamanaşımı veya hak düşürücü süre düzenlenmiş değildir. Bu nedenle, kural olarak hak daima kullanılabilir. Ancak, böyle bir hakkın sonsuza kadar kullanılması riski, muhatap açısından büyük bir belirsizlik yaratacağından muhatabın bu bakımdan korunması gerekir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Demirsatan, *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*, s. 42-43; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 186.

<sup>294</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 160; Şenol, *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları*, s. 198; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 81; Altınok Ormancı, *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*, s. 177.

hedefleri belirli bir süre tutturamaması, sağlayıcının talimatlarına uzun bir süre için riayet etmemesi, ödeme şartlarına uymaması, sağlayıcının düzenli olarak talep ettiği bilgi ve belgeleri paylaşmaması veya lisans sözleşmesine aykırı hareket etmesi genellikle, sağlayıcı lehine fesih hakkı doğuran şartlar olarak düzenlenmektedir. Bu şekilde taraflar, bir ihlalin sözleşmeyi feshetmeye haklı bir sebep oluşturacağına karar vermişlerse; söz konusu sebebin, taraflardan herhangi biri için hukuki ilişkiyi çekilmez hale getirdiğine bakılmaksızın haklı sebep olarak kabul edilmesi gerekir. Elbette tarafların burada dürüstlük kuralına uygun hareket etmesi beklenir.

Seçici dağıtım sözleşmeleri içerisinde açıkça düzenlenmemiş olsa dahi tarafların asli yükümlülüklerine aykırı davranışları sözleşmenin feshi için haklı sebep oluşturabilecektir<sup>295</sup>. Örneğin, bayi seçici dağıtım ağını bozacak şekilde ürünleri ağa dahil olmayan yeniden satıcılara satıyor ise sağlayıcının sözleşmeyi haklı nedenle feshetme hakkı bulunmalıdır. Diğer taraftan, eğer sağlayıcı bayisine münferit satış sözleşmelerine uygun olarak ürünleri sağlamıyorsa ve bayiye ticari bakımdan zor duruma düşürüyorsa bayinin sözleşmeyi feshetme hakkının bulunduğu kabul edilmelidir. Bu örnekler, tarafların kusuru ile ortaya çıkan fesih nedenleridir.

Tarafların kusuru olmaksızın da sözleşmenin olağanüstü fesih ile sona erdirilebileceğinden bahsetmiştik. Sağlayıcının belirli bir ürünü üretmeyi veya tedarik etmeyi durdurması bayi bakımından haklı sebep olarak sayılabilir<sup>296</sup>. Bayinin ise faaliyetlerini yürütmek için aldığı izinleri sonradan kaybetmesi, yerleşim yerini değiştirmesi gibi nedenler ise sağlayıcı bakımından haklı neden sayılabilecektir<sup>297</sup>.

---

<sup>295</sup> 19. Hukuk Dairesi ("HD."), Esas ("E.") 1995/11898 Karar ("K.") 1996/2975 T. 23.03.1996 - Yargıtay Kararı.

<sup>296</sup> Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 196.

<sup>297</sup> Demir Gökyayla, s. 196.

Ayrıca tarafların davranışlarından kaynaklanmayan bazı dış etkenlerin de sözleşmenin olağanüstü fesih yoluyla sona erdirilmesi için haklı neden teşkil edebileceğini belirtmiştik. Örneğin, sağlayıcının distribütör olduğu hallerde sağlayıcı ürünleri üreticiden satın alıyor olabilir. Bu durumda, üreticinin üretim yapmayı bırakması veya sağlayıcının yer aldığı ülke pazarından ürünlerini çekmeye karar vermesi de bir haklı sebep sayılabilir.

Diğer taraftan, haklı neden olarak sayılmayacak bir ihlalin uzun süre devam etmesi, birden fazla kere yaşanması veya haklı neden sayılmayacak birden çok sebebin bir arada bulunması da sözleşmenin haklı nedenle feshine neden olabilir<sup>298</sup>. Örneğin, sağlayıcının münferit bir satış ilişkisinden doğan ürünleri teslim etme borcunda bir defa temerrüde düşmesi sözleşmenin feshi için haklı sebep oluşturmayabilir. Fakat, sağlayıcının ürünleri tedarik etmede sürekli gecikmesi artık bayi için hukuki ilişkiyi sürdürmesi katlanılamaz bir hale getireceğinden haklı sebebin varlığı kabul edilmelidir. Sağlayıcının ne sıklıkla veya kaç defa temerrüde düştüğünde bayi için bu durumun haklı sebep olacağına ilişkin bir genelleme yapılabilmesi mümkün değildir. Her halükârda bu değerlemenin somut olaya göre yapılması gerekir.

Eğer önemli sebep karşı tarafın kusurlu bir davranışından kaynaklanıyorsa, sözleşmeyi haklı nedenle fesheden taraf, sözleşmenin ihlal edilmesinden dolayı uğradığı zararların tazminini talep edebilir<sup>299</sup>.

### 3. BÖLÜM

#### REKABET HUKUKU MEVZUATININ SÖZLEŞMENİN GEÇERLİLİĞİNE ETKİLERİ

---

<sup>298</sup> Demir Gökyayla, s. 197.

<sup>299</sup> Yavuz, *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*, s. 22; Demir Gökyayla, *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*, s. 208; Tandoğan, *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri*, Cilt I/1:s. 209; Tekinay vd., *Tekinay Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 969; Demirağ Aktaş, *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*, s. 80.

### 3.1. GENEL

Seçici dağıtım anlaşmasının<sup>300</sup>, üretim ve dağıtım zincirinin farklı aşamalarında yer alan sağlayıcı ve bayi arasında akdedilmesi nedeniyle rekabet hukuku bakımından dikey anlaşmalar içerisinde değerlendirildiğinden bahsetmiştik. Bir dikey anlaşmanın RKHK'nın 4. maddesi kapsamında incelenmesi için, sağlayıcının, ekonomik açıdan bağımsız olan yeniden satıcının ticari davranışlarına müdahale etmesi gerektiği kabul edilir<sup>301</sup>.

Seçici dağıtım anlaşmasının rekabet hukuku kapsamında inceleme yapılmasını gerektiren temel unsuru, bayilerin yetkisiz satıcılara ürün satışının yasaklanmasıdır<sup>302</sup>. Bununla birlikte, seçici dağıtım anlaşması kapsamında bayi ürünleri yalnızca sağlayıcıdan ve seçici dağıtım ağında yer alan diğer yeniden satıcılardan satın almayı, sağlayıcının getirdiği kriterlere uygun olarak ticari faaliyetini sürdürmeyi ve sağlayıcının bu doğrultudaki talimatlarına uymayı da kabul eder. Dolayısıyla, seçici dağıtım anlaşmasında sağlayıcının, bayinin ticari faaliyetine müdahale ettiği birçok konu bulunur. Seçici dağıtım anlaşması, bu yönde barındırdığı dikey sınırlamalar bakımından rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyabilir veya bu etkiyi doğurabilir.

RKHK'nın 4. maddesi uyarınca; 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, hukuka aykırı ve yasaktır. Bu nedenle, seçici dağıtım anlaşması, RKHK'nın 4. maddesi kapsamında değerlendirilmelidir. Sözleşmenin, bu

---

<sup>300</sup> Rekabet hukuku mevzuatında, borçlar hukuku mevzuatının aksine sözleşme yerine anlaşma terimi kullanılır. Bunun temel nedeni, rekabet hukukunda bahsedilen anlaşma kavramının aslında borçlar hukuku mevzuatındaki sözleşme kavramında daha geniş bir kavram olmasıdır. Bkz. Rekabet Kurulu, 19.03.2020 tarihli ve 20-15/215-107 sayılı karar. Bu doğrultuda, çalışmanın devamında sözleşme yerine zaman zaman anlaşma terimi kullanılacaktır.

<sup>301</sup> Sanlı, “*Rekabet Hukukçusu Gözüyle Dağıtım İlişkilerindeki İktisadi Gelişmeler ve Rekabet Kurulu Kararları Işığında Dikey Sınırlamalara Yaklaşım*”, s. 5.

<sup>302</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 15; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 25.

kapsamda değerlendirilmesi, tarafların sözleşme serbestisini etkileyen en önemli konulardan birisidir.

### **3.2. SEÇİCİ DAĞITIM ANLAŞMASININ REKABET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Seçici dağıtım anlaşmasının, içerdiği dikey sınırlamalar nedeniyle piyasadaki rekabete hem olumsuz ve olumlu yönde etkileri bulunur. Seçici dağıtım anlaşmasının pazardaki rekabete etkileri çeşitli değişkenlere bağlıdır. Ürünün niteliği, seçim kriterleri, anlaşmalarla getirilen diğer ilave yükümlülük ve sınırlamalar, tarafların ve rakiplerinin pazardaki konumu, markalar arası rekabet düzeyi, giriş engelleri, ticaretin seviyesi, pazarın olgunluğu ve pazardaki paralel ağlar gibi faktörler, bu anlaşmaların rekabeti hissedilir derecede kısıtlayıp kısıtlamadığının değerlendirmesinde göz önünde bulundurulması gereken değişkenlerdir<sup>303</sup>. Bu nedenle, her bir sözleşmesel ilişkinin kendine has özellikleri dikkate alındığında, rekabet üzerindeki etkisi de değişebilecektir<sup>304</sup>. Aşağıda seçici dağıtım anlaşmasının piyasa üzerindeki, öğretici tarafından da kabul gören başlıca etkileri incelenecektir.

#### **3.2.1. Olumsuz Etkiler**

Seçici dağıtım anlaşması; pazarda marka içi rekabetin azalmasına, markalar arası rekabetin azalmasına ve pazarın, pazara girmek isteyen diğer yeniden satıcılara kapanmasına neden olabilir.

##### **3.2.1.1. Marka İçi Rekabetin Azalması**

---

<sup>303</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 18.

<sup>304</sup> Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 14.

Marka içi rekabet, aynı markalı ürünün dağıtıcıları veya perakendecileri arasındaki fiyatlara veya fiyat dışı unsurlara ilişkin rekabeti ifade eder<sup>305</sup>. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sistemi üyesi bayinin sistemdeki diğer yetkili satıcılar ile arasındaki anlaşma konusu markaya ilişkin rekabet, marka içi rekabet olarak değerlendirilebilir.

Seçici dağıtım sistemlerinde sağlayıcının, belirli kriterlere sahip satıcıları ağı dahil etmesi ve bayilerin yetkisiz yeniden satıcılara satış yapmalarının engellenmesi, bayilerin sayısını azaltmakta ve ürünün yeniden satış olanaklarını sınırlandırmaktadır<sup>306</sup>. Bu doğrultuda, bayiler markanın satışlarında daha az sayıda rakiple mücadele etme şansını elde ederler.

Markanın sınırlı sayıda bayi tarafından satılması son kullanıcıların alternatifini azalttığından, bayilerin pazarlık gücünü artırmaktadır. Bu nedenle, marka içi rekabetin azalması bayilerin; kaliteli hizmet sunma, kampanyalar yapma veya müşteri memnuniyetini artırma iradesini azaltabilir. Bu hususun son kullanıcılara yansıyan en önemli etkisi ise bayiler arasındaki fiyat rekabetinin azalması nedeniyle fiyatların düşmesinin engellenmesidir<sup>307</sup>. Üstelik, seçici dağıtım sistemlerinde, bayinin kriterlere uymak zorunda olması nedeniyle ürünü tüketiciye ulaştırmada maliyetleri de fazla olabilir<sup>308</sup>. Bayi çoğu zaman bu maliyetleri son kullanıcıya yansıtmayı tercih eder. Bu nedenle, fiyatların artması riski seçici dağıtım sistemlerinde daha fazladır.

---

<sup>305</sup> Rekabet Kurumu, *Terimler Listesi* “Marka İçi Rekabet”, <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlugu/terimler-listesi?icerik=7cc2445b-5340-4060-a1fd-d9bf41b8425d>; Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s.94; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 19.

<sup>306</sup> Rekabet Kurumu, *Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz*, p. 179.

<sup>307</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 19; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 20; Ayber, “Marka içi ve Markalararası Rekabetin Dengelenmesi Gereken Hallerde Rekabet Otoritelerinin Yaklaşımları”, s. 20; Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 39.

<sup>308</sup> Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 39.

Marka içi rekabetin azalmasının olumsuz etkisinin değerlendirilmesinde, sağlayıcının ve bayinin pazardaki konumları özel bir öneme sahiptir<sup>309</sup>. Zira, markanın pazar payının yüksek olması halinde, markalar arası rekabetin de azalması riski artar. Bu nedenle, ürün grubu bakımından son kullanıcıların seçenekleri önemli ölçüde azaldığından, bayinin markanın sürümünü artırmak için çaba gösterme iradesinin daha azalacağı kabul edilmelidir. Dolayısıyla; markanın hizmet kalitesinin azalması, ürün fiyatlarının artması ve pazara giriş engellerinin oluşması gibi çeşitli olumsuz sonuçların ortaya çıkma ihtimali artar.

Rekabet Kurulunun 09-41/987-249 sayılı ve 09.09.2009 tarihli kararında, seçici dağıtım anlaşmaları her ne kadar marka içi rekabeti sınırlandırıyor ise de anılan sınırlamaların ilgili pazarda etkinlik doğurucu yönleri ile rekabete olumlu etkilerinin de olduğunu vurgulanmıştır<sup>310</sup>. Bu doğrultuda, bir seçici dağıtım anlaşması ekonomik etkinliği artırıcı etkiler barındırıyorsa marka içi rekabetin sınırlandırılması göz ardı edilebilecektir. Eğer sağlayıcı tarafından getirilen kriterler, ilgili ürünün dağıtımında etkinliğin artırılmasını sağlıyorsa ve ürünün satışında satış sonrası hizmetleri için önem arz ediyorsa anlaşmanın ekonomik etkinliği artırdığı kabul edilebilir<sup>311</sup>.

### **3.2.1.2. Markalar Arası Rekabetin Azalması**

Aynı pazarda faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabete markalar arası rekabet denir<sup>312</sup>. Rekabet hukuku bakımından esas korunması gereken,

---

<sup>309</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, P. 173; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 19; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 20.

<sup>310</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 31.

<sup>311</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 19; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 21; Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 39.

<sup>312</sup> Rekabet Kurumu, *Terimler Listesi* “Markalar Arası Rekabet”, <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlugu/terimler->

markalar arası rekabettir. Kural olarak dağıtım sistemlerinin, markanın dağıtım ve satışında optimum etkinliğin sağlanması amacı dikkate alındığında markalar arası rekabete olumlu katkısı bulunduğu kabul edilmesi gerekir<sup>313</sup>. Fakat, bazı koşullarda dağıtım anlaşmaları içerdikleri dikey sınırlamalar nedeniyle markalar arası rekabeti olumsuz olarak da etkileyebilirler<sup>314</sup>.

Öğretide, bir ürün pazarında benzer dağıtım sistemlerinin yaygın olarak kullanılması halinde, markalar arasındaki rekabetin azalma riskinin bulunduğu belirtilmektedir<sup>315</sup>. Seçici dağıtım sisteminin yaygın olarak tercih edildiği bir pazarda, sağlayıcılar bayilerini belirli kriterlere göre seçtiğinden ve bayilerin yetkisiz yeniden satıcılara ürün satması da yasak olduğundan pazar diğer yeniden satıcılara kapanır ve bayi sayısı sınırlandırılmış olur. Az sayıda oyuncunun faaliyet gösterdiği bir pazarda, sağlayıcılar ve bayiler arasındaki etkileşimin fazla olması normaldir. Bu nedenle, rakiplerin hem birbirlerinden rekabete hassas bilgileri edinmesi hem de bu doğrultuda aralarındaki iş birliğinin artması riski bulunur<sup>316</sup>.

Diğer taraftan, seçici dağıtım sistemlerinde fiyat dışındaki rekabet unsurları ön plandadır. Fiyat dışındaki rekabet unsurları, en yaygın satış öncesi ve satış sonrası hizmetlerde görülür. Dolayısıyla sağlayıcıların bir pazarda seçici dağıtım sistemini yaygın olarak benimsemeleri halinde, fiyat dışında rekabet edemeyen

---

listesi?icerik=7cc2445b-5340-4060-a1fd-d9bf41b8425d, Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 93; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 22.

<sup>313</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 94.

<sup>314</sup> Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 12.

<sup>315</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 31; Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 39; Genç, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, s. 173, dn. 47; Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 13; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 23.

<sup>316</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 20; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 24.

satıcıların pazar dışına itilmeleri riski bulunur<sup>317</sup>. Bu durum, pazardaki satıcıların fiyatları yükseltmelerine veya yükseltilmiş fiyatları korumalarına neden olabilecektir. Buna öğretide pasif iş birliği (gizli iş birliği) denilir<sup>318</sup>.

Ayrıca, seçici dağıtım sistemlerinde bayilere rekabet etme yasağı getirilmesi halinde, markalar arası rekabetin azalması daha mümkün hale gelir. Zira, pazardaki bayiler rakip malları satamayacağından, mağaza içi markalar arası rekabet ortadan kalkar<sup>319</sup>. Bu durumda, pazara girmek isteyen yeni sağlayıcılar için de bir giriş engeli ortaya çıkar ve pazarın kapanması ihtimali bulunur. Dolayısıyla, markalar arası potansiyel rekabet de sınırlandırılmış olur.

Yukarıda açıklananların yanı sıra, seçici dağıtım anlaşmasının markalar arası rekabeti ne ölçüde sınırlandırdığı farklı etkenlere de bağlıdır. Bu nedenle, seçici dağıtım sisteminin markalar arası rekabete etkisi incelenirken; satıcıların pazar payı, ekonomik güçleri, pazarın genel yapısı, ürünün cinsi ve pazara giriş engelleri gibi faktörler de önem taşımaktadır<sup>320</sup>.

### 3.2.1.3.Pazarın Kapanması

---

<sup>317</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, 174; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 23; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 20; Temple Lang, “Selective Distribution”, s. 329; Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 39; Ritter ve Braun, *European Competition Law: A Practitioner’s Guide*, s. 267; Korah ve O’Sullivan, *Distribution Agreements Under the EC Competition Rules*, s. 25; Favari, “The Assessment of Selective Distribution Systems Post-Pierre Fabre”, s. 166; Köseoğlu, “Avrupa Birliği Rekabet Hukukunda Dağıtım Sözleşmeleri”, s. 74; Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 12; Goyder, *EU Distribution Law*, s. 122; Frenz, *Handbook of EU Competition Law*, s. 595; Ayrıntılı bilgi için bkz: Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 172, dp. 160

<sup>318</sup> Köseoğlu, “Avrupa Birliği Rekabet Hukukunda Dağıtım Sözleşmeleri”, s. 31; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 20; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 23; Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s.17.

<sup>319</sup> Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 40; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 25.

<sup>320</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 105; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 32.

Dağıtım anlaşmalarının bazı hallerde, potansiyel satıcıların pazara giriş engellerini artırması nedeniyle pazarı kapatma etkisi bulunduğu kabul edilir. Seçici dağıtım anlaşmaları da hem sağlayıcı hem de dağıtıcı seviyesinde pazarın rakiplere kapanması için kullanılabilir<sup>321</sup>.

Seçici dağıtım sistemi uygulayan bir sağlayıcının genellikle marka imajı bulunur. Bu nedenle, seçici dağıtım sisteminin yaygın olarak tercih edildiği bir pazara girmeyi planlayan satıcı, pazarda yer alan seçici dağıtım sistemleri ile rekabet edebilmek için kendi marka imajını yaratmalıdır. Marka imajı yaratmak için yoğun reklam harcamaları ve yatırımlar yapmak gerekir. Dolayısıyla, yeni bir marka imajı yaratmanın işlem maliyetleri oldukça yüksektir. Bu nedenle, pazara yeni girmeyi planlayan satıcılar bakımından bu husus önemli bir giriş engeli oluşturur. Elbette çoğu zaman, böyle bir pazara girmeyi planlayan bir satıcının genellikle yatırım yapma gücü bulunur. Ancak, pazardaki başkaca uygulamalar ile pazara giriş koşullarının zorlaştırılmış olması da mümkündür. Örneğin, pazardaki sağlayıcılar tarafından bayilere rekabet etme yasağı getirilmiş ise pazara yeni girecek sağlayıcıların dağıtım sistemi kurması zorlaşır<sup>322</sup>.

Diğer taraftan, pazarda ağırlıklı olarak seçici dağıtım sistemi uygulanması pazara girmek isteyen perakende seviyesindeki satıcılar için de bir giriş engeli teşkil edebilir. Zira, seçici dağıtım sisteminde sistem üyesi bayilerin yetkisiz yeniden satıcılara ürün satması yasaklanmıştır. Bu nedenle, seçici dağıtım sistemi uygulanan pazara girmek isteyen perakende seviyesindeki bir satıcının kriterleri sağlamak kaydıyla bir seçici dağıtım sistemine kabul edilmesi gerekir. Ürüne ve marka imajına bağlı olarak gereken kriterler oldukça değişkenlik göstermesine karşılık çoğu zaman kriterleri karşılamak için görece büyük yatırımlar yapmak gerekir.

---

<sup>321</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 21; Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 41.

<sup>322</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 33.

Dolayısıyla pazara girmek, perakende seviyesindeki satıcılar için de kimi zaman zor olabilir.

Pazarın yeni satıcılara kapanmasının en önemli sonucu pazardaki yoğunlaşmasının artması ve son kullanıcının tercihlerinin sınırlandırılmasıdır. Böylece, markalar arası rekabetin de azalması riski artmaktadır.

Pazarın yeni satıcılara kapanması riski değerlendirilirken; pazarın yapısı, ürün, pazardaki uygulamalar, mevcut satıcıların pazar payı ve pazar gücü gibi çeşitli etkenler göz önünde bulundurulmalıdır<sup>323</sup>. Örneğin, pazar payı yüksek bir sağlayıcının bayilerine kriter olarak yüksek miktarda asgari alım yükümlülüğü getirmesi halinde, söz konusu bayilerin diğer sağlayıcıların ürünlerini satın alabilmesi mümkün olmayabilir. Bu durumda, söz konusu uygulamanın sağlayıcı konumundaki satıcılara pazarı kapatma riskinin bulunduğunu söylemek mümkün olacaktır.

### 3.2.2. Olumlu Etkiler

Dağıtım anlaşmaları; içerdikleri dikey sınırlamalar dolayısıyla, sağlayıcının ve bayilerin menfaatlerini koruduğu gibi, satış sonrası hizmetlerin sağlanması, son kullanıcının ürüne daha rahat ulaşması, ürünün dağıtımında verimliliğin ve standardizasyonun sağlanması gibi nedenlerle, aynı zamanda tüketici ve dolayısıyla ekonomik düzenin de menfaatlerine hizmet ederler<sup>324</sup>.

Aşağıda seçici dağıtım anlaşmasının, yukarıda bahsi geçen olumsuz etkilerinin yanı sıra bedavacılık sorununun çözülmesi, marka imajının kurulması ve/veya korunması, anlaşma taraflarının karşılıklı yatırımlarının garanti altına

---

<sup>323</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 32; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 22; Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 41.

<sup>324</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 171, dn. 155.

alınması ve vazgeçme probleminin çözülmesi ile ürün kalitesinin korunması gibi olumlu etkilerinden bahsedilecektir.

### 3.2.2.1. Bedavacılık Sorununun Çözülmesi

Dağıtım anlaşmasının tarafı olan bayiler ürünün tanınırlığını ve sürümünü artırmak için reklam ve tanıtım faaliyetlerinde bulunabilirler veya ürüne ilişkin satış öncesi hizmetler sunabilirler. Bu faaliyetleri sürdüren bayilerin çabası ile yaratılan tanınırlık ve sürüm yalnızca kendileri için değil, böyle yatırımlara girmemiş bayiler için de faydalı olacaktır<sup>325</sup>. Bu fayda, pozitif dışallık olarak adlandırılır<sup>326</sup>.

Pazardaki pozitif dışallıktan menfaat elde ederek söz konusu maliyetlere katlanmayan bayiler fiyatlarını düşürerek rekabette avantaj elde edebilirler. Rekabet hukuku kapsamında, bir ticari faaliyetin gerektirdiği masraf veya külfete katlanmaksızın bir teşebbüsün diğer bir teşebbüsün faaliyetlerinden yarar sağlaması bedavacılık<sup>327</sup> olarak tanımlanmaktadır<sup>328</sup>. Örneğin, teknolojik bir ürünün satışını yapan bayi bu ürüne ilişkin teknik bilgiye sahip çalışan istihdam edebilir ve mağazalarında ziyaretçilerin ürünü denemelerine imkân sağlayabilir. Söz konusu faaliyetleri sağlamayan satıcılar ise yapmayacakları masraflar karşılığında ürünün

---

<sup>325</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 35.; Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, p. 88.

<sup>326</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, 88; Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 25; Buetrner vd., “Selective Distribution by Luxury Goods Suppliers”, s. 619; Iacobucci ve Winter, “European Law On Selective Distribution And Internet Sales: An Economic Perspective”, s. 53.

<sup>327</sup> *Free-riding*; Bkz. *European Commission, Guidelines on Vertical Restraints*, p. 107

<sup>328</sup> Rekabet Kurumu, *Terimler Listesi*, “Bedavacı/Bedavacılık”, <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozluugu/terimler-listesi?icerik=5a922a8c-a1d5-43a1-a434-3e4b87edfb5e>, E.T.: 20.01.2022, Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 35; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 24; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 16; Karaman Coşgun, “Rekabetin Dikey Kısıtlanması”, s. 22; Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 19; Yaşar, “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”, s. 43; Büyükerem, “Dikey kısıtlamalar”, s. 34; Whish ve Bailey, *Competition Law*, s. 655; Ayber, “Markaîçi ve Markalararası Rekabetin Dengelenmesi Gereken Hallerde Rekabet Otoritelerinin Yaklaşımları”, s. 31; Lorenz, *An Introduction to EU Competition Law*, s. 159; Favari, “The Assessment of Selective Distribution Systems Post-Pierre Fabre”, s. 167.

fiyatını indirebilir. Eğer bir tüketicî ürününü tanımak için birinci mağazaya giderken, satın almak için ikinci mağazaya gidiyor ise ikinci mağazanın bedavacılık yaptığı kabul edilir. Özellikle, son yıllarda internet satışlarının artması ile mağazası bulunmayan satıcıların sayısı artmış ve bedavacılık sorunu yaygınlaşmıştır.

Diğer taraftan, bedavacılık nedeniyle, yetkili bayiler tanınırlık ve sürüm faaliyetlerini yürütme konusunda hevesli olmayacaklarından sağlayıcıların bu konudaki beklentisi karşılanmayabilir. Seçici dağıtım sistemleri, bedavacılık sorununun çözülmesinde uygulanabilir. Zira, sağlayıcı söz konusu etkinsizliği engellemek için bayileri yalnızca tanınırlık ve sürüm faaliyetlerini yürüten satıcılar arasından seçerek sınırlandırma imkânına sahiptir<sup>329</sup>. Bu durumda, her ne kadar marka içi rekabet azalsa da bedavacılık sorunun çözülmesiyle daha büyük bir etkinlik elde edilebilecektir<sup>330</sup>.

### 3.2.2.2.Marka İmajının Korunması

Sağlayıcının, dağıtım sistemi kurmayı tercih etmesinin en önemli nedeni marka imajı oluşturabilmektir. Bir markanın imajı, özellikle ürünün perakende düzeyindeki sunum biçimi tüketicîyi etkiliyorsa daha da önem arz etmektedir<sup>331</sup>. Başka bir deyişle, son kullanıcının perakendeci ile etkileşimi ürünün pazarlaması için önem arz ediyorsa, sağlayıcının marka imajı kurma isteği artabilir.

---

<sup>329</sup> Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 17; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 24; Faveri, “The Assessment of Selective Distribution Systems Post-Pierre Fabre”, s. 167; Ilıcak, “ABD ve Avrupa Birliği Hukuku Işığında Dikey Anlaşmaların İktisadi Analizi”, s. 4; Johansson, “Selective distribution systems in practice, Jönköping International Business School”, s. 16; Petropoulos, “Vertical Restraints and E-Commerce”, s. 11; Witt, “Restrictions on the use of third-party platforms in selective distribution agreements for luxury goods”, s. 441.

<sup>330</sup> Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 17.

<sup>331</sup> Whish ve Bailey, *Competition Law*, s. 666; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 25; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, 2020, s. 15; Faveri, “The Assessment of Selective Distribution Systems Post-Pierre Fabre”, s. 167.

Seçici dağıtım sistemlerinde, sağlayıcının kriterlere dayalı olarak bayileri seçmesinin en önemli nedenlerinden birisi kuşkusuz perakende seviyesinde ürünün sunumu bakımından bir imaj yaratabilmektir. Özellikle niteliğe dayalı seçici dağıtım sistemlerinde bu husus daha fazla öne çıkar. Böylece sağlayıcı, satış öncesi ve satış sonrası hizmetleri sunabilen, benzer imkânlar ile ürünleri satabilen bayiler ile ürünün pazarlamasını gerçekleştirebilir. Satış öncesi ve satış sonrası hizmetler, özellikle tüketicinin bilgilendirilmeye ihtiyaç duyduğu karmaşık mallar ve mücevher, parfüm gibi markalı ürünlerin pazarlanmasında önem arz eder<sup>332</sup>.

Marka imajının oluşturulması ile son kullanıcıya ürünlerin dağıtılması konusunda bir standart elde edilir. Marka imajını oluşturan satıcıların yoğun olduğu bir pazarda, genellikle markalar arasındaki rekabet artar. Dolayısıyla, satıcılar tarafından son kullanıcıya daha etkin ve verimli hizmet sunulabilir. Böylece, seçici dağıtım sistemleri sosyal faydanın artırılmasına katkıda bulunabilir.

### **3.2.2.3.Yatırımların Garanti Altına Alınması ve Vazgeçme Probleminin Çözülmesi**

Bazı dağıtım sistemlerinde, bayinin hukuki ilişki için önemli yatırımlar yapması gerekir. Eğer bir bayi söz konusu yatırımlarının karşılığını alamayacağını düşünüyorsa, hukuki ilişkiye en başından girmeyi tercih etmeyebileceği gibi yatırım yapılması gereken anda da hukuki ilişkiden çıkabilir. Öğretide, buna vazgeçme problemi<sup>333</sup> adı verilir.

Seçici dağıtım sistemlerinde, sağlayıcının, bayileri kriterlere uygun olarak seçtiğinden bahsetmiştik. Örneğin, sağlayıcı yalnızca fiziki mağazası bulunan veya donanımlı personel çalıştıran bayileri sisteme dahil edebilir<sup>334</sup>. Dolayısıyla, bayinin çoğu zaman bir yatırım yapması gerekir. Seçici dağıtım sistemlerinde, sistemin

---

<sup>332</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, 33; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 24.

<sup>333</sup> *Hold-up problem*

<sup>334</sup> Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 19.

kapalı bir ağ kurma özelliği nedeniyle söz konusu yatırımları yapmayan satıcılar ağa dahil olamazlar. Bu durumda, bayi sayısı da azalacağından marka içi rekabet bayi lehine sınırlandırılır. Ayrıca, seçici dağıtım sisteminin uygulanması ile bayiler, bedavacılık yapmaya çalışan diğer yeniden satıcılar karşısında da korunmuş olur<sup>335</sup>. Bu durumda, bayinin yatırımları bir nebze de olsa garanti altına alınmış olur.

Buna ek olarak; bayinin yatırımlarının karşısında, çoğu zaman sistemin devamlılığını sağlayabilmek için sağlayıcı daha büyük yatırımlar yapar. Örneğin, ürünlerin geliştirilmesi için teknolojik alt yapı kurar, AR-GE çalışmaları yapar, bayileri ile koordinasyonu sağlayabilmek için iletişim araçları satın alır ve çoğunlukla reklam harcamaları yapar. Böylece bayinin hukuki ilişkide sağlayıcıya olan güveni artar. Bayi, sağlayıcıya güvenirse yatırım yapmak için teşvik edilmiş olur. Dolayısıyla, sağlayıcı ile bayi arasındaki iş birliği de artabilir. Bu nedenle, seçici dağıtım sistemlerinde sağlayıcının yatırımlarının da korunması mümkün hale gelir.

Yukarıdaki açıklamalar kapsamında; tarafların, yatırımlarının korunacağına olan inancının seçici dağıtım sistemlerinde daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Tarafların, karşılıklı yatırım yaparak uzun vadeli hukuki bir ilişkiye girmesi ve yatırımlarının karşılığının alınacağına inanmaları halinde vazgeçme problemi riskinin kısmen de olsa azaldığını söylemek mümkün olur.

#### **3.2.2.4. Kalitenin Korunması veya Artırılması**

Ürünün tüketici nezdindeki imajının önemli olduğu hallerde sağlayıcı, ürünün kalitesinin belgelenmesi amacıyla ürünü, sadece kaliteli mal satıyor olmakla tanınan perakendecilerde sattırmak isteyebilir<sup>336</sup>. Diğer taraftan, ürüne ilişkin teknik bilginin ve donanımın gerekli olduğu haller de söz konusu olabilir. Böyle bir

---

<sup>335</sup> Faveri, “The Assessment of Selective Distribution Systems Post-Pierre Fabre”, s. 167; Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 26.

<sup>336</sup> Koç, “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, s. 26.

durumda, sağlayıcının seçici dağıtımını tercih ederek yeniden satıcıları seçmesi ve satıcı sayısını sınırlandırması mümkündür. Zira, seçici dağıtım sistemi, dağıtım zincirinin kalitesinin ve etkinliğinin yükseltilmesi için ortaya çıkarılan bir sistemdir<sup>337</sup>. Böylece, kriterlere uyan bayiler kalitenin korunmasına ve artırılmasına katkıda bulunabilirler.

### 3.3. MUAFİYET REJİMİ

Seçici dağıtım anlaşmalarının, rekabeti sınırlandıran etkileri nedeniyle RKHK'nın 4. maddesi kapsamında değerlendirildiğinden bahsetmiştik. Rekabet hukukunda, rekabeti sınırlandıran etkilerine karşılık, yarattıkları ekonomik veya teknolojik gelişmeleri tüketiciye olumlu şekilde yansıtabilen ve rekabeti önemli ölçüde sınırlayıcı etkisi bulunmayan anlaşmaların, muafiyet sistemi ile belirli koşullarla yasak kapsamı dışına çıkarılmaları mümkündür<sup>338</sup>. Rekabet hukukunda yer alan grup muafiyeti ve bireysel muafiyete göre aşağıda kısaca seçici dağıtım sistemleri ile sınırlı olmak üzere hukuka uygun ve hukuka aykırı uygulamalar incelenecektir.

#### 3.3.1. Grup Muafiyeti

Grup muafiyeti, Türk rekabet hukukunda tebliğler ile düzenlenir. Söz konusu tebliğ kapsamında değerlendirme yapılması gereken bir anlaşma tebliğe uygun akdedilmiş ise otomatik olarak RKHK'nın 4. maddesinden muaf olur ve dolayısıyla hukuka uygun ve geçerli olur. Seçici dağıtım anlaşmalarının tabi olduğu iki tane grup muafiyeti tebliği bulunur. Bunlar 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ("2002/2 sayılı Tebliğ") ve 2017/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'dir ("2017/3 sayılı Tebliğ"). 2002/2 sayılı Tebliğ, bütün dikey anlaşmalara ilişkin genel bir grup

<sup>337</sup> Favari, "The Assessment of Selective Distribution Systems Post-Pierre Fabre", s. 164.

<sup>338</sup> Rekabet Kurulu, 09.09.2009 tarihli ve 09-41/987-249 sayılı kararı de p 380; Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 440; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 108.

muafiyet rejimi düzenlerken, 2017/3 sayılı Tebliğ, motorlu taşıtlar sektöründe akdedilen dağıtım anlaşmalarını ele almaktadır. Aşağıda, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında bir değerlendirme yapılacaktır.

### **3.3.1.1.2002/2 sayılı Tebliğ Kapsamında Seçici Dağıtım Anlaşmalarının İncelenmesi**

Seçici dağıtım anlaşmaları, 2002/2 sayılı Tebliğ'in koşullarına uygun olarak akdediliyor ise grup muafiyetinden yararlanabilir. Öncelikle, söz konusu anlaşmanın 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirilebilmesi için, sağlayıcının pazar payının, tebliğde yer alan eşiklere uygun olması gerekir. Aksi halde, diğer koşulları karşılıyor olsa dahi anlaşma grup muafiyetinden yararlanamaz.

Diğer taraftan, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesi çerçevesinde, anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalar açıkça sayılmıştır. Öğretide bu sınırlamalar, ağır sınırlamalar olarak anılmaktadır. Bu kapsamda, bir seçici dağıtım anlaşmasının grup muafiyetinden yararlanabilmesi için 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında aykırılık sayılan şartları barındırmaması gerekir. Ayrıca, eğer bir seçici dağıtım anlaşması rekabet etmeme yükümlülüğü içeriyor ise grup muafiyetinden yararlanabilmesi için 2002/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinde yer alan şartlara da uygun olması gerekir. Bu doğrultuda, sözleşmenin hukuka uygun olup olmadığının değerlendirilmesinde hem sözleşme taraflarının pazardaki konumu hem de sözleşme içerisinde yer alan hükümler kapsamında bir değerlendirme yapılır.

Bu kapsamda, 2002/2 sayılı Tebliğ pazar payı eşiği, ağır sınırlamalar ve rekabet etmeme yükümlülüğü olmak üzere üç alt başlıkta kısaca incelenecektir.

#### **3.3.1.1.1. Pazar Payı Eşiği**

2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında, seçici dağıtım anlaşmasının grup muafiyetinden yararlanabilmesi için sağlayıcının dikey anlaşma konusu ürünleri sağladığı ilgili pazardaki payının %30'u aşmaması gerekir<sup>339</sup>. Söz konusu tebliğin bir pazar payı eşiği düzenlenmesinin temel nedeni, belirli bir pazar payı gücüne sahip sağlayıcının, dikey sınırlamalar ile rekabeti bozucu faaliyetlerinin muafiyetten yararlanabilmesinin engellenmesidir<sup>340</sup>. Zira, yukarıda açıkladığımız üzere seçici dağıtım anlaşmalarının rekabete olumsuz etkileri, sağlayıcının pazar gücünün arttığı hallerde daha fazla hissedilebilecektir.

2002/2 sayılı Tebliğ'de öngörülen pazar payının uygulanması açısından bazı koşullar bulunur. Pazar payı, anlaşma konusu ürünlerle birlikte alıcı tarafından ürünün nitelikleri, fiyatları ve kullanım amaçları bakımından ikame edilebilir veya değiştirilebilir olarak kabul edilen ve yine sağlayıcı tarafından satılan diğer ürünlerin pazar satış değerleri esas alınarak hesaplanır ve bu hesaplama yapılırken bir önceki yılın pazar verileri kullanılır. Eğer grup muafiyetinden yararlanan bir sağlayıcının pazar payı %35'i aşmayacak şekilde eşiğin üzerine çıkarsa muafiyet, pazar payı eşiğinin ilk aşıldığı yılı takip eden sonraki iki yıl boyunca; %35'in

---

<sup>339</sup> Resmî Gazete, Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, m. 3.: Değişik: 2021/4 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği; RG- 05.11.2021, 31650. Söz konusu pazar payı eşiği 2002/2 sayılı Tebliğ'in eski halinde %40 iken 05.11.2021 tarihli ve 31650 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 2021/4 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ ile yapılan değişiklik ile %30'a düşürülmüş ve AB mevzuatı ile uyumlu hale getirilmiştir. European Commission, *Commission Regulation (EU) No. 330/2010 of 20 April 2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices*, p. 8; European Commission, *Guidelines on Vertical Restraints*, p. 23. Dikey anlaşmaların AB mevzuatı kapsamında grup muafiyetinden yararlanabilmesi için sağlayıcının pazar payının %30'u aşmaması gerekirken, münhasır tedarik yükümlülüğü içeren anlaşmalarda alıcının da pazar payının %30'u aşmaması gerekir. Değişikliğin yürürlüğe girdiği tarihte, %40 pazar payı eşiğinin altında kalıp da pazar payı %30'un üzerinde olan sağlayıcılar için ise Geçici Madde 3 eklenmiştir. Buna göre, 2002/2 sayılı Tebliğ ile sağlanan grup muafiyetinden yararlanmakta olan, ancak değişiklik ile öngörülen kapsamın dışında kalan anlaşmaların söz konusu değişikliğin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren altı ay içerisinde RKHK'nın 5. maddesinde düzenlenen bireysel muafiyet şartlarına uygunluğunun sağlanması gerekir. Bu bağlamda, "bireysel muafiyet kararı almak" gibi bir zorunluluk bulunmamakla birlikte, hukuki belirliliğin sağlanabilmesi adına ilgili teşebbüslerin Rekabet Kurumuna bireysel muafiyet başvurusunda bulunarak, dikey anlaşmalarının RKHK'nın 5. maddesindeki muafiyet koşullarını taşıyıp taşımadığını tasdik edebilme imkânları bulunmaktadır. Bkz. Girgin ve Öner Kabadayı, "Bir Gecede Muafiyet Dışı Kaldık: Dikey Anlaşmalardaki Grup Muafiyeti Pazar Payı Eşiği %30'a Çekildi".

<sup>340</sup> Naipoğlu ve Göçen, "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Kapsamının Belirlenmesinde Pazar Payı Eşiği", s. 205.

üzerine çıkarsa muafiyet, pazar payı eşiğinin ilk aşıldığı yılı takip eden bir yıl boyunca geçerli olmaya devam eder. Söz konusu süreler iki takvim yılını aşacak şekilde birleştirilemez.

Bu doğrultuda, yukarıda anılan pazar payı eşikleri sağlanıyor ise anlaşma 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirmeye açık olacaktır. Aksi halde, anlaşmanın bireysel muafiyet açısından incelenmesi gerekir.

### **3.3.1.1.2. Seçici Dağıtım Anlaşmasını Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar**

2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesi, anlaşmaları grup muafiyeti dışına çıkaran sınırlamaları ele alır. Söz konusu sınırlamalardan herhangi birini barındıran bir anlaşmada, yalnızca sınırlama değil anlaşmanın tamamı muafiyetten yararlanamaz<sup>341</sup>.

Söz konusu hükmün a bendine göre, öncelikle dikey anlaşmalarda sağlayıcının, bayinin yeniden satış fiyatını belirlemeye yönelik her türlü sınırlaması yasaktır. Bununla birlikte sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi şartı ile sağlayıcının tavsiye satış fiyatlarını ya da maksimum satış fiyatlarını bildirebilmesi mümkündür. Söz konusu yasak bakımından Rekabet Kurulunun dikey anlaşmalarda, anlamı belirsiz veya şüphe uyandıran sözleşme hükümlerini daima aleyhe olacak şekilde yorumlamak suretiyle, rekabeti ihlal eden bir faaliyet olarak yorumlama eğilimi bulunur<sup>342</sup>. Bu nedenle, dolaylı olarak bayilerin yeniden satış fiyatının tespit edilmeye çalışılması da yasak kapsamına dahildir. Örneğin, sağlayıcının bayinin uygulayacağı indirimlere müdahale eden faaliyetleri ve kâr marjını belirlemesi bu kapsamda değerlendirilir. Böyle bir anlaşma, grup muafiyetinden yararlanamaz. Uygulamada, bayinin sağlayıcının talimatlarına uyma

<sup>341</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 487.

<sup>342</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 354; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 170.

yükümlülüğünü<sup>343</sup> sınırlandıran en önemli konulardan birisi yeniden satış fiyatına müdahale edilememesidir. Bu doğrultuda, sağlayıcının bayiye bu konuda bir talimat vermesi hukuka aykırı sayılacağından, kural olarak bayi bu talimatı yerine getirmekle yükümlü olmayacaktır.

2002/2 sayılı Tebliğ'in b bendi kapsamında alıcının sözleşme konusu ürünleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi kural olarak yasaktır. Ancak, bu yasağın istisnaları bulunur. Söz konusu bentte sayılan istisnalardan birisi toptancı seviyesinde faaliyet gösteren bayilerin doğrudan son kullanıcılara satış yapmasının sınırlandırılmasıdır. Başka bir deyişle, sağlayıcı toptancı seviyesinde satış yapan bayilerinin tüketiciye her türlü satışını yasaklayabilir. Fakat, böyle bir kısıtlamanın getirilmesi için dağıtım ağının etkinliğinin korunabilmesi ve ürünlerin uç noktalarda eşit koşullarda tüketiciye sunulabilmesi bakımından gerekli görülmesi gerektiği kabul edilir<sup>344</sup>. Bu doğrultuda, sağlayıcının toptancılardan oluşan bir bayi grubu var ise ve bu grubu kurmasının temel amacı perakendecilere etkin ve dengeli ürün dağıtmak ise sağlayıcının toptancılarına perakende satışı ve dolayısıyla internet satışlarını yasaklaması hukuka uygun kabul edilir. Her ne kadar tüm bayilerin ürünün sürümünü artırma yükümlülüğü bulursa da toptancı seviyesindeki bayiler için bu yükümlülükte bir istisna bulunabileceğini söylemek gerekir. Bu sınırlamanın amacı, toptancıların toptancılık faaliyetini etkin bir şekilde yürüterek dağıtım sisteminin etkinliğini artırmasına katkıda bulunmalarınıdır. Bu nedenle, seçici dağıtım ağında, sağlayıcı yalnızca toptancılardan oluşan bayilerinin son kullanıcıya doğrudan satışını yasaklayabilecek hükümleri sözleşmeye yazabilir.

2002/2 sayılı Tebliğ'in b bendinde yer alan seçici dağıtım sistemleri özelindeki istisna ise, bir seçici dağıtım sistemi üyesinin yetkili olmayan yeniden satıcılara satış yapması sınırlandırılabilmesidir. Zaten, seçici dağıtım sistemlerinde satıcının kriterleri uygulayabilmesi için bu sınırlamayı getirmesi neredeyse

---

<sup>343</sup> Bkz. 2.6.2.5.3. başlık.

<sup>344</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, p. 32.

zorunludur<sup>345</sup>. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmelerinde bayiye daima seçici dağıtım ağı dışında kalan yeniden satıcılara satış yapmama yükümlülüğü getirilir. Bayinin, seçici dağıtım ağı dışında kalan yeniden satıcılara ürünleri satmama yükümlülüğü bulunduğundan bahsetmiştik<sup>346</sup>. Bu kapsamda, sağlayıcı eli ile bayinin seçici dağıtım ağı dışında kalan diğer satıcılara ürün satışını yasaklaması hem aktif hem de pasif satışlar bakımından geçerli olacaktır. Fakat, buradaki sorun genellikle bayinin, alıcının yeniden satıcı olup olmadığını bilememesinden kaynaklanır. Bu sorunun çözümü için uygulamada çeşitli yöntemler geliştirilmiştir<sup>347</sup>.

2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında ayrıca, seçici dağıtım sistemi üyelerinin kendi aralarında yapacakları tedariklere sınırlama getirilmesi halinde, anlaşma grup muafiyeti kapsamının dışına çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle, sistem üyelerinin ürünleri yalnızca sağlayıcıdan alma zorunlulukları bulunmamaktadır; sistem üyelerinin, ürünleri diğer üye teşebbüslerden alabilmeleri engellenemez<sup>348</sup>. Bayinin, ürünleri satın alma yükümlülüğünün sınırının, ürünleri yalnızca sağlayıcıdan ve seçici dağıtım ağı içerisindeki diğer bayilerden almak olduğundan bahsetmiştik<sup>349</sup>. Bu doğrultuda, sağlayıcı ürünlerin yalnızca kendisinden alınacağına dair bir münhasır alım yükümlülüğünü sözleşme içerisinde getirirse bu hüküm sözleşmeyi grup muafiyetini dışına çıkaracaktır. Uygulamada ise bu hükme bireysel muafiyet tanındığı haller de oldukça sınırlıdır.

2002/2 sayılı Tebliğ'de seçici dağıtım sistemlerine ilişkin başkaca bir sınırlama yer almaktadır. Bu sınırlama kapsamında, bir seçici dağıtım anlaşmasının grup muafiyetinden yararlanabilmesi için perakende seviyesinde faaliyet gösteren

---

<sup>345</sup> Sanlı, “Rekabet Hukukçusu Gözüyle Dağıtım İlişkilerindeki İktisadi Gelişmeler ve Rekabet Kurulu Kararları Işığında Dikey Sınırlamalara Yaklaşım”, s. 14; Yalçınkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 61.

<sup>346</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. 2.6.2.2. başlık.

<sup>347</sup> Uygulamada, bu problemin önüne geçilebilmesi için bayilere tek seferde satılacak ürün adedi ve bir kişiye toplam satılacak ürün adedi bakımından sınırlama getirilir. Ayrıntılı bilgi için bkz. 2.6.2.2. başlık.

<sup>348</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, p. 36.

<sup>349</sup> 2.6.2.1.1. başlık.

bayilerin tüketicilere yapacakları aktif<sup>350</sup> veya pasif satışların sınırlandırılmaması gerekir. Yukarıda bahsedildiği üzere, bu kuralın istisnası ya bayilerin toptancı olması ya da bayilerin satış yaptığı alıcıların yetkisiz yeniden satıcı olmasıdır. Bununla birlikte, seçici dağıtım sistemi uygulanırken bayilere münhasır bölge veya müşteri grubu tahsis edilse dahi bayilerin kendi bölge veya müşteri grupları dışında kalan tüketicilere aktif veya pasif satışların yasaklanabilmesi mümkün değildir<sup>351</sup>. Ancak, sağlayıcı bölgenin bir bölümünde seçici dağıtım uyguluyor, diğer bölümünde münhasır dağıtım uyguluyor ise seçici dağıtım sistemi üyelerinin münhasır dağıtım bölgesinde aktif satış yapmaları sınırlandırılabilir<sup>352</sup>. Sistemin bu şekilde kurulması halinde, sağlayıcının bayinin ürünlerin sürümünü artırma yükümlülüğünü sınırlandırabilmesi bu kapsamda mümkün hale gelebilir.

Bayilerin kendilerinin veya üçüncü kişilerin internet sitesi üzerinden satış yapması, pasif satış kapsamındadır. Uygulamada, en fazla sorun olan hususun sağlayıcının, bayilerin internet satışlarına müdahale etmek istemesi olduğundan bahsetmiştik. Kılavuz kapsamında, bayilerin dolaylı olarak internet satışlarının sınırlandırılması dahi yasaklanmıştır<sup>353</sup>. Örneğin, sağlayıcının bayilerin internet sitesine erişimini sınırlandırması veya bayilerin internet üzerinden tekrar satışa sunacağı ürünler için fiziki satış noktalarında arz edilecek ürünlere kıyasla daha yüksek fiyat ödemesinin kararlaştırılması internet satışı sınırlaması kapsamında değerlendirilmektedir. Diğer taraftan, seçici dağıtım sistemlerinde sağlayıcının bayilerine fiziki satışlar için getireceği kriterleri, bazı kurallar dahilinde internet satışları için de getirebilmesine imkân sağlanmaktadır<sup>354</sup>. Bu nedenle, sağlayıcının

---

<sup>350</sup> Aktif satış, bir alıcının münhasır bölgesindeki veya münhasır müşteri grubundaki münferit müşterilere, başka bir alıcı tarafından, mektup göndererek, ziyaret ederek, diğer bir alıcı bölgesinde satış yeri veya dağıtım deposu kurarak, belirli müşterileri doğrudan hedefleyen reklamlar veya promosyonlar yaparak, kısaca doğrudan pazarlama yöntemleriyle gerçekleştirilen satışlara denir. Rekabet Kurumu, *Terimler Listesi* “Aktif Satışlar”, <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozluгу/terimler-listesi?icerik=320308fc-fb1f-4489-9f8c-9c8804c31676>, E.T.: 12.05.2022

<sup>351</sup> Rekabet Kurumu, *Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz*, p. 36; Karakurt, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar*, s. 198; Yalçinkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 61.

<sup>352</sup> Yalçinkaya Koraltan, “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”, s. 62.

<sup>353</sup> Rekabet Kurumu, *Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz*, p. 25.

<sup>354</sup> Rekabet Kurumu, *Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz*, p. 28.

bazı hallerde seçici dağıtım sistemi ile bayinin internet satışlarına müdahale edebilme ihtimali bulunur. Dolayısıyla, çoğu zaman sözleşme içerisinde bayinin uyması gereken kriterlere internet satışı kriterleri de yazılmaktadır. Örneğin, internet sitesinde kullanılan içeriklerin kalitesine, yazı tiplerine veya satış yapabilecek üçüncü taraf internet sitelerinin özelliklerine ilişkin kriterler sıklıkla sözleşmeye yazılmaktadır<sup>355</sup>. Ancak, bu kriterlerin getirilebilmesi için Türk rekabet hukukuna uygun olması gerekir. Zira, sağlayıcının sözleşme ile bayilerine getirdiği kriterlere bayilerin uyma yükümlülüğü bulursa da yükümlülüğünün en önemli sınırlarından birini rekabet hukuku kuralları oluşturmaktadır.

Özellikle, ticaretin önemli bir kısmının elektronik ticarete dönüşmesi nedeniyle, seçici dağıtım sistemlerinde internet satışı sınırlamaları bakımından gerek AB hukukunda gerekse Türk hukukunda ayrıca içtihat oluşturmak zorunlu hale gelmiştir. Zira, markanın veya ürünün özellikleri uygun düştüğü ölçüde seçici dağıtım sistemlerinde internet satışlarına sınırlama getirilebilmesi mümkündür. Seçici dağıtım sözleşmelerinin gitgide yaygınlaşmasının en önemli nedenlerinden birisi seçici dağıtımın bu özelliğidir. İnternet satışlarına ilişkin sınırlamaların gerek uygulama gerekse öğreti bakımından önemi nedeniyle, bu konu kısaca aşağıda ayrıca bir başlık altında değerlendirilecektir.

Bununla birlikte, 10 Mayıs 2022 tarihinde AB Komisyonu tarafından dikey anlaşmalara ilişkin 2022/720 sayılı Avrupa Komisyonu Tüzüğü<sup>356</sup> (“Yeni VBER”) yayımlanmıştır. Yeni VBER ile dağıtım sistemlerine ilişkin çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Bununla birlikte, AB Komisyonunun, sağlayıcıların bayilerin internet satışlarına ilişkin müdahaleleri ile ilgili bugüne kadar devam eden içtihadı değiştirmesi muhtemel kurallar koyduğu da anlaşılmaktadır. Özellikle Rekabet Kurulunun uygulamasında AB hukuku içtihatlarının takip edilmesi nedeniyle, internet satışları kapsamında Yeni VBER’den de kısaca bahsedilecektir.

---

<sup>355</sup> Bkz. 2.6.2.3. başlık.

<sup>356</sup> Commission Regulation (EU) 2022/720 of 10 May 2022 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices.

## i. İnternet Satışı Sınırlamaları

Seçici dağıtım sisteminde muafiyet kapsamında yapılan değerlendirmede ürünün özellikleri dikkate alınmaktadır<sup>357</sup>. Zira, seçici dağıtımda özellikle niteliğe ilişkin belirlenen kriterler kalitenin korunması amacıyla getirilir ise rekabete aykırı görülmemektedir. Bu konuda, Rekabet Kurulu AB rekabet otoritelerinin kararlarını takip ettiğinden kısaca Avrupa Birliği Adalet Divanı (“ABAD”) uygulamasına da yer verilmesi gerekir.

ABAD’ın 1986 tarihli Metro kararında seçici dağıtım sisteminin uygulanması ile ilgili ilke kriterler belirlenmiştir<sup>358</sup>. Bu karardaki ilkeler, gerek AB üyesi devletlerin rekabet otoriteleri gerekse Rekabet Kurulu tarafından dikkate alınmaktadır. Karara konu olayda, SABA elektronik ürünleri üreten ve ürünleri belirli kriterlere göre seçtiği satıcılar tarafından satmayı hedefleyen bir sağlayıcı iken Metro toptancı seviyesinde satış yapan bir dağıtıcıdır ve SABA’nın dağıtım ağına dahil olmayı hedeflemektedir. Fakat, SABA kendi kriterlerini karşılamadığı gerekçesiyle Metro’nun bayilik talebini geri çevirmiştir. ABAD, söz konusu olayda bir seçici dağıtım anlaşmasının rekabete aykırı kabul edilmemesi için i) ürünün fiyat rekabetine nazaran fiyat dışı rekabeti ön plana çıkaran bir ürün olmasını, ii) kriterlerin tüm bayileri için aynı ve ayrımcılığa yol açmadan uygulanmasını ve iii) sınırlamaların ürünün kalitesinin korunması için gerekli olmasını şart olarak belirlemiştir. Benzer şekilde, Kılavuz’da da aynı koşullar yer almaktadır. Dolayısıyla bir seçici dağıtım sisteminin yasak kapsamında değerlendirilmeden uygulanabilmesi için getirilen kriterlerin, ürünün kalitesinin korunması amacıyla zorunlu olması gerektiği kabul edilmiştir. Aksi halde, söz konusu anlaşmanın muafiyet kapsamında incelenmesi gerekir. Ancak, Yeni VBER kapsamında gerek Metro kriterleri oluşsun gerekse oluşmasın sağlayıcının ve bayinin pazar payı

---

<sup>357</sup> Uzunallı, “Rekabet Hukukuna Göre Dağıtım Anlaşmalarında İnternette Satış Sınırlamaları”, s. 2920.

<sup>358</sup> ABAD, Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG v Commission of the European Communities.

%30'un altında ise bir seçici dağıtım anlaşmasının ağır sınırlamaları içermediği müddetçe Yeni VBER'den yararlanacağı belirtilmektedir<sup>359</sup>. Bunun en önemli karşılığı, artık markanın değerinin seçici dağıtımını uygulamak için gerekli olmamasıdır. Bu doğrultuda, AB hukukunda seçici dağıtım sisteminin uygulanması ticari bir karar haline gelmiştir<sup>360</sup>. Türk rekabet hukukunda da aksine bir mevzuat hükmü bulunmamaktadır. Yeni VBER'de yapılan bu değişiklik ile Rekabet Kurulunun da bu doğrultudaki içtihadı güçlendirebilmesi mümkündür. Bu nedenle, seçici dağıtım sistemlerinin lüks ve kaliteli markalar için uygulanıyor olmasının, geleneksel anlayışın bir parçası haline gelmesi muhtemeldir.

Yeni VBER'in yayımlanmasından önceki dönemde, gerek AB hukukunda gerekse Türk hukukunda internet satışlarının tamamen yasaklanmasının yalnızca istisnai hallerde ve markanın veya ürünün satışının bu sınırlama için gerekli olması halinde mümkün olabileceği belirtmiştir. Örneğin, sağlık veya güvenlik sebepleri nedeniyle internet satışlarının yasaklanabilmesi mümkündür<sup>361</sup>. Bu kapsamda, ABAD'ın Pierre Fabre ile ilgili verdiği kararında bu konu gündeme gelmiştir. Söz konusu olayda, Pierre Fabre reçete ile satışı zorunlu olmayan kozmetik ürünlerin yalnızca fiziki satış noktası bulunan yetkili eczaneler tarafından satılmasını talep ettiği için ürünlerin internet satışlarına sınırlama getirmiştir<sup>362</sup>. ABAD, sınırlamanın sağlık ve güvenlik gerekçesiyle zorunlu olmadığını dile getirmiştir. Bununla birlikte, ürünlerin internet satışlarının sınırlandırılmasının objektif haklı sebeplere dayanmadığını belirttiğinden sınırlamanın hukuka uygun olmadığını kabul etmiştir. Söz konusu karar kapsamında, tüketicilerin ürüne ilişkin danışma ihtiyacı ve ürünün imajı tek başına internet satışlarının yasaklanması için haklı sebep olarak

---

<sup>359</sup> European Commission, Commission Notice Guidelines on vertical restraints ("Taslak Guideline"), 151.

<sup>360</sup> Ünal, *Taslak VBER'in (Vertical Block Exemption Regulation – Dikey Grup Muafiyeti Düzenlemesi) AB Rekabet Hukuku'nda Getirdikleri ve Türk Rekabet Hukuku Üzerindeki Olası Etkileri*.

<sup>361</sup> Uzunallı, "Rekabet Hukukuna Göre Dağıtım Anlaşmalarında İnternette Satış Sınırlamaları", s. 2923.

<sup>362</sup> ABAD, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v Président de l'Autorité de la concurrence and Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi.

görülmemiştir<sup>363</sup>. Zira, sağlayıcının kalite koşulları getirerek internet satışlarına belirli kapsamda sınırlamalar getirebileceği ve internet satışlarının tamamen yasaklanması gerekmez söz konusu kaygılarını giderebileceği belirtilmektedir.

Mevcut Türk rekabet hukuku kapsamında, seçici dağıtım sisteminde sağlayıcının bayinin internet satışları hakkında kriterler getirebilmesinin mümkün olduğundan bahsetmiştik<sup>364</sup>. Bu kriterler; internet sitesinin görünümü, kullanılacak görseller veya bilgilendirme metinleri hakkında olabilir. Ancak, internet satışları için getirilen kriterlerin; her halükârda fiziki satış için getirilen kriterler ile aynı amaca hizmet etmesi, karşılaştırılabilir sonuçları sağlaması ve bu iki dağıtım kanalının doğasından kaynaklanan farklılıkları doğrulayacak niteliğe sahip olması zorunludur<sup>365</sup>. Buna, eşdeğerlilik prensibi denilir. Dolayısıyla, sağlayıcı yalnızca internet satışlarını sınırlandırmak amacıyla olması gerekenden daha fazla internet satışlarına kriterler getiremez. Aksi halde, sınırlama ağır sınırlamalar kapsamında kalacağından anlaşma muafiyet kapsamı dışında kalır. Öğretideki bir görüşe göre, hemen hemen tüm bayiler tarafından katlanılamayacak kadar ağır finansal yükümlülükler getiren kriterlerin, ağır sınırlama olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir<sup>366</sup>. Bu doğrultuda, sağlayıcının yalnızca kendisi tarafından onaylanan şekilde markasının kullanılması gerekli bir kriter olurken, çoğu zaman bayinin kendi internet sitesini açarak satış yapmasının taahhüt edilmesi rekabete aykırı olacaktır.

Rekabet Kurulu Antis Kozmetik'e ilişkin kararında Antis'in internet satışlarına ilişkin kriterlerini inceleyerek bayilik sözleşmelerine muafiyet verilmesine karar vermiştir<sup>367</sup>. Söz konusu kararda, Antis lüks kozmetik ürünlerinin

---

<sup>363</sup> Uzunallı, "Rekabet Hukukuna Göre Dağıtım Anlaşmalarında İnternette Satış Sınırlamaları", s. 2925.

<sup>364</sup> Bkz. 2.6.2.3. başlık. Yaşar, "Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi", s. 95.

<sup>365</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, 29.

<sup>366</sup> Uzunallı, "Rekabet Hukukuna Göre Dağıtım Anlaşmalarında İnternette Satış Sınırlamaları", s. 2927.

<sup>367</sup> Rekabet Kurulu, 08.05.2008 tarihli ve 08-32/401-136 sayılı karar.

sağlayıcısıdır. Antis, Dermalogico markalı ürünlerinin tüketicinin cilt yapısına uygun olması halinde tüketiciye fayda sağlayabileceği ve bu nedenle ürünlerin profesyonel satış temsilcileri tarafından satılmasının gerekli olduğunu belirtmiştir. Buna ek olarak, Antis, internetten alışveriş yapan tüketicilerin yanlış ürünü kullanmaları halinde olumsuz sonuçlar ile karşılaşabileceğini ve marka imajının zedeleneceğini vurgulamıştır. Bununla birlikte, Antis izin verilen hallerde internet satışlarının da yapılabileceğinin mümkün olduğunu bildirdiğinden, Rekabet Kurulu söz konusu anlaşmaya bireysel muafiyet vermiştir.

Rekabet Kurulunun Yatsan'ın bayilik sözleşmelerine ilişkin kararında ise Yatsan tarafından yalnızca Tempur markalı ürünlerin internetten satışını marka imajının bozulması ve tüketicinin yeterince bilgilendirilmemesi gerekçeleri ile tamamen yasaklanmıştır<sup>368</sup>. Rekabet Kurulu söz konusu yasağın grup muafiyetine aykırı olduğu gerekçesiyle bireysel muafiyet değerlendirmesi yapmıştır. Her ne kadar Rekabet Kurulu, söz konusu yasaklamanın markanın korunması amacıyla makul olduğunu kabul etse dahi bireysel muafiyet incelemesi neticesinde, rekabetin gerekli olandan fazla sınırlandırılmaması koşulunun sağlanmadığı gerekçesiyle anlaşmaya muafiyet vermemiştir.

Rekabet Kurulu 2018 yılında seçici dağıtım sistemi uygulayarak bayilerinin internet satışlarını sınırlandırmak isteyen Jotun'un sözleşmelerini incelemiştir<sup>369</sup>. Rekabet Kurulu, Jotun'un ürünlerinin söz konusu sınırlamayı gerektirecek ürünler olmadığını ve rekabeti daha az kısıtlayan bir çözüm ile kalite standartlarını sağlayabileceği gerekçesiyle ilgili sözleşmeye muafiyet vermemiştir.

Diğer taraftan, sağlayıcının bayilerin, kendisine ait internet sitesine entegre olarak satış yapmalarını zorunlu tutması veya belirli bölge veya müşteri gruplarına ilişkin erişimlerinin kapatılması da ağır sınırlamalar arasında sayılmaktadır. Rekabet Kurulunun 2017 tarihli bir kararında, BSH'nin bayilerinin internet

---

<sup>368</sup> Rekabet Kurulu, 23.09.2010 tarihli ve 10-60/1251/469 sayılı karar.

<sup>369</sup> Rekabet Kurulu, 15.02.2018 tarihli ve 18-05/74-40 sayılı karar.

sitelerindeki online satış sekmesinde BSH'nın merkezi web sayfasına yönlendirme yapıldığı değerlendirilmiş ve BSH'nın bayilik sözleşmelerinde verilen grup muafiyetinin geri alınmasına karar verilmiştir<sup>370</sup>. Bununla birlikte, BSH bayilerinin kılavuz incelendiğinde, yetkili satıcının kendi internet sitesinde ürünlerin yer aldığı sayfada; alan adı, renk, çözünürlük, sayfa görünümü, kullanılacak logo, marka görselleri, ürün içerik açıklaması gibi ayrıntılı kriterler getirildiği görülmektedir.

Bununla birlikte, Yeni VBER'e göre, artık AB hukuku kapsamında eşdeğerlilik prensibinin uygulanması zorunlu değildir. Yeni VBER'in 4. maddesinin e bendine göre ise hem seçici dağıtım sisteminde hem diğer dağıtım sistemlerinde bayinin internet üzerinden satış yapmasının sınırlandırılması internetin etkin kullanılmasının engellenmediği hallerde mümkün hale gelmiştir. İnternetin etkin kullanılmasına ilişkin ifade oldukça muğlak olduğundan eleştirilmektedir<sup>371</sup>. Ancak, Yeni VBER kapsamında, internetin etkin kullanılması Taslak Guideline içerisinde anlatılmaktadır. Taslak Guideline' göre, eğer yetkili bir bayi kendi internet sitesi üzerinden satış yapabiliyor ve söz konusu faaliyetlerini geliştirmek için çevrimiçi reklam yapabiliyor ise bayinin pazar yerlerinden satış yapması kısıtlanabilir<sup>372</sup>. Üstelik bu sınırlamanın yalnızca bayilere değil bayilerin alıcılarına da getirilebilmesi mümkündür. Böylece, mevcut Türk hukukundan oldukça farklı bir uygulama Avrupa rekabet hukukunda oluşmaya başlayacaktır. Zira, Türk hukukunda yalnızca seçici dağıtım sistemi ile ve belirli şartlar altında internet satışlarına müdahale edilebilirken, Yeni VBER ile bütün dağıtım sistemleri için sağlayıcıya platformlardan yapılacak internet satışlarına müdahale etme imkânı getirilmiştir. Bununla birlikte, bu müdahalenin tek sınırı internetin etkin kullanılmasını engellemek olmalıdır. Bu nedenle, ABAD'ın Pierre Fabre kararının Yeni VBER kapsamında içtihat olmaktan çıkacağını söylemek mümkündür.

---

<sup>370</sup> Rekabet Kurulu, 22.08.2017 tarihli ve 17-27/454-195 sayılı karar.

<sup>371</sup> Ünal, *Taslak VBER'in (Vertical Block Exemption Regulation – Dikey Grup Muafiyeti Düzenlemesi) AB Rekabet Hukuku'nda Getirdikleri ve Türk Rekabet Hukuku Üzerindeki Olası Etkileri*.

<sup>372</sup> European Commission, Commission Notice Guidelines on vertical restraints, 150.

Bununla birlikte, Türk rekabet hukukunda; sağlayıcının, bayilerin yeniden satış yaptığı alıcıların satışlarına müdahale etme imkânı bulunmazken, AB hukukunda bu sınırlama da mümkün hale getirilmiştir. Böylece, AB hukuku kapsamında sağlayıcının internet satışlarına kısıtlama getirmesinin önü büyük ölçüde açılmıştır.

Yukarıdaki açıklamaların yanı sıra, mevcut Türk rekabet hukuku kapsamında internet satışlarına getirilmesi mümkün olan sınırlamalar da vardır. Özellikle seçici dağıtım sisteminde, sağlayıcının bayinin internet satışının yanı sıra bir fiziki satış noktasına sahip olmasına ilişkin yükümlülük getirebileceği kabul edilmektedir<sup>373</sup>. Fakat, her halükârda getirilen koşulun amacı internet satışını sınırlandırmak olmamalıdır. Bu tür koşulların ürünün ve marka imajının korunması için gerekli ve ölçülü olması gerektiği kabul edilir. Ayrıca, kural olarak internet satışlarının toplam satışlara oranına ilişkin sınırlama getirilmesi de ağır sınırlamalar arasında değerlendirilirken seçici dağıtım sistemlerinde bu sınırlamanın uygulanabilmesi mümkün olabilir<sup>374</sup>. Böyle bir durumda, sağlayıcının fiziki satış noktalarının etkinliğini koruyabilmesi için belirli oranda ürünün fiziken satışının zorunlu olması veya satışların genel dağıtım sistemine uygunluğunun sağlanması bakımından gerekli olmalıdır. Burada getirilen sınırlamanın da internet satışını imkânsız hale getirecek şekilde olmaması gerektiği kabul edilir<sup>375</sup>. Örneğin, fiziki satışların oranının toplam satışların %80'ini oluşturacağı kararlaştırılmamalıdır.

Yeni VBER kapsamında ise bir bayinin kendi fiziksel mağazasından satması gereken miktarın veya cironun sağlayıcı tarafından tespit edilebilmesi mümkündür<sup>376</sup>. Fakat, sağlayıcı bayinin toplam satışlarına belirli bir oranını fiziki

---

<sup>373</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, p. 28. 17.03.2001 tarihinde Avrupa Komisyonu Yves Saint Laurent'ın seçici dağıtım sisteminde bayilerinin internet satışı yapabilmeleri için öncelikle fiziki satış yerinin bulunması koşulunu kabul etmiştir.

<sup>374</sup> Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, p. 25.

<sup>375</sup> Uzunallı, "Rekabet Hukukuna Göre Dağıtım Anlaşmalarında İnternette Satış Sınırlamaları", s. 2931.

<sup>376</sup> European Commission, Commission Notice Guidelines on vertical restraints, p. 208.

mağazasından satmasını içeren bir yükümlülük getiremez. Bu kapsamda, Yeni VBER ile Kılavuz arasında ciddi bir farklılık bulunmaktadır.

2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında, bir bayinin internetten yapacağı satışlar için daha yüksek fiyat talep edilmesi kural olarak ağır bir sınırlama olarak kabul edilir. Öğretideki bir görüşe göre, sağlayıcı bayileriyle böyle bir çifte fiyatlama sistemi kararlaştırmış ve internetten satışlar sağlayıcı için fiziki satış noktalarından satılan ürünlerden daha yüksek maliyete neden oluyorsa, sağlayıcı bu nedenle internetten satılan ürünler için daha yüksek fiyat talep etmişse, çifte fiyatlama haklı olabilir<sup>377</sup>. Bu değerlendirmenin yapılabilmesi için belirlenen farklı fiyatların, fiziki ve internet satışlarında katlanılan maliyetleri gerçekten yansıtmayı yansıtmadığı ve fiyat farkının internet satışını engellemek için yüksek tutarda belirlenmediği tespit edilmelidir<sup>378</sup>. Bununla birlikte, Kılavuz'un 27. paragrafı kapsamında sağlayıcının, bayinin satış çabalarını (internet veya fiziki mağaza satışları) desteklemek amacıyla bayiye, satış geliri ve miktarından bağımsız olarak, sabit bir ödeme yapabileceği kabul edilir. Bu doğrultuda, sağlayıcının fiziki satışları desteklemek amacıyla, internet satışlarını sınırlandırmayacak seviyede bayiye indirim uygulayabileceği kabul edilir.

Yeni VBER kapsamında ise bayiye internet satışları ile fiziki satışlara konu olan ürünler için farklı satış fiyatı da uygulanabilir<sup>379</sup>. Yeni VBER'e göre, her iki satış için farklı fiyat uygulanmasının sebebi bayinin fiziki satışlar için teşvik edilmesini sağlamaktır. Bu nedenle, sınırlamanın getirilebilmesi halinde internet satışlarının sürdürülebilirliğinin etkilenmemesi gerekir. Örneğin, bayi çevrimiçi satışlarından kâr elde edemeyeceği bir duruma düşürülmemelidir<sup>380</sup>. Bu doğrultuda, Taslak Guideline'in 209. paragrafına göre, çifte fiyatlandırmadaki fiyatlar arasındaki farkın bayinin hem fiziki hem internet üzerinden satış yapmak için

---

<sup>377</sup> Uzunallı, "Türk Rekabet Hukukunda İnternette Satış: Dikey Anlaşmalara İlişkin Yeni Kılavuz ve Rekabet Kurulu Kararları", s. 97.

<sup>378</sup> Yüksek, "Seçici Dağıtım Sisteminde İnternette Satış Sınırlamaları", s. 38.

<sup>379</sup> European Commission, Commission Notice Guidelines on vertical restraints, p. 209.

<sup>380</sup> Ünal, *Taslak VBER'in (Vertical Block Exemption Regulation – Dikey Grup Muafiyeti Düzenlemesi) AB Rekabet Hukuku'nda Getirdikleri ve Türk Rekabet Hukuku Üzerindeki Olası Etkileri*.

yaptığı yatırım ve maliyetlerdeki farklılıklarla makul bir şekilde ilişkili olması gerektiği kabul edilmiştir. Çifte fiyatlandırma bakımından, Kılavuz ile Taslak Guideline arasında farklılık olduğunu söylemek mümkündür. Zira, Kılavuz'a göre kural olarak çifte fiyatlandırma yapılamazken, Taslak Guideline'a göre kural olarak çifte fiyatlandırma yapılabilir. Ancak, uygulamada açısından sağlayıcının fiziki satışlarını teşvik etmek amacıyla uygulayacağı menfaatler nedeniyle çifte fiyatlandırma uygulamak her iki hukuk sisteminin de ruhuna uygun düştüğünden, uygulamada bir farklılık olmayacağı ifade edilebilir.

Türk rekabet hukuku kapsamında, bir bayi kendi internet sitesinden satış yapmanın yanı sıra üçüncü taraflara ait internet sitelerinde de satışlarını gerçekleştirebilir. Günümüzde pek çok satıcı birden fazla markanın satış yapma imkânı bulduğu pazar yeri<sup>381</sup> platformlarında satış yapmaktadır. Seçici dağıtım sistemlerinde sağlayıcının; birden fazla ürün grubunun bir arada satıldığı platformlarda gerek diğer ürün grupları ile aynı platformda bulunma gerekse söz konusu platformlarda sahte ürün satışının çok fazla olması nedenleriyle ürünün imajının zedelenebileceği kabul edildiğinden bu tür platformlarda teorik açıdan ürün satışının belirli kriterler ile sınırlandırılabilmesi kabul edilir<sup>382</sup>. Fakat bu sınırlamanın dahi marka imajı veya ürün satışı için gerekli ve ölçülü olması gerekmektedir. Yeni VBER'in kabul edilmesinden evvel, Berlin Eyalet Mahkemesi'nin incelediği bir dosyada, Scout markalı ürünlerin *ebay* platformu üzerinden satışının sınırlandırılmasına ilişkin sağlayıcı bayisinin satışlarını durdurmasını talep etmiştir<sup>383</sup>. Bayinin açtığı dava neticesinde, Berlin Eyalet Mahkemesi, Scout markalı ürünlerin sırt çantası olması nedeniyle söz konusu sınırlamanın markanın veya ürünün korunması ile ilgili olmadığını değerlendirmiş ve sınırlamanın rekabete aykırı olduğunu kabul etmiştir.

---

<sup>381</sup> *Market place*

<sup>382</sup> Uzunallı, "Rekabet Hukukuna Göre Dağıtım Anlaşmalarında İnternette Satış Sınırlamaları", s. 2950.

<sup>383</sup> Berlin Eyalet Mahkemesi, LG Berlin, 21.04.2009 - 16 O 729/07 Kart.

ABAD'ın verdiği bir kararda ise, lüks kozmetik ürünlerin sağlayıcısı olan Coty, bayilerinin fiziki ve internet satışları için çeşitli kriterler getirmiştir<sup>384</sup>. Sözleşme kapsamında, Coty internet satışlarında farklı bir işletme unvanı kullanılmasını ve satışlarda Coty'nin yetkili satıcısı olmayan bir üçüncü taraf teşebbüsün yer almasını yasaklamıştır. Coty'nin bayilerinden Akzente ise ürünleri Amazon platformu üzerinden sattığından, sözleşmeyi imzalamayı reddetmiştir. ABAD, söz konusu sınırlamanın marka imajını korumak için zorunlu ve ölçülü olduğunu kabul etmiş, söz konusu yasağın mutlak bir yasak değil bir kalite sınırlaması olduğunu değerlendirmiştir<sup>385</sup>. Bununla birlikte, Yeni VBER'de yapılan değişiklik ile zaten internetin etkin kullanılması sınırlandırılmadığı müddetçe internet satışlarının sınırlandırılması imkânı getirildiğinden, Avrupa rekabet hukuku kapsamında Scout veya Coty kararları kapsamında bir değerlendirme yapılmasına artık eskisi kadar ihtiyaç bulunmayacaktır. Fakat, Türk rekabet hukuku kapsamında hala sınırlamaların geçerli olabilmesi için gerekli ve ölçülü olduğunun ispatı gerekeceğinden, söz konusu kararlar Türk rekabet hukuku kapsamında etkili olmaya devam edebilir.

Bu doğrultuda, Rekabet Kurulu; 2021 yılında BSH'nin yetkili bayilerinin, çevrim içi pazaryeri olarak adlandırılan N11, Amazon, Trendyol, Morhipo, Hepsiburada gibi platformlarda satış yapmasının yasaklanmasını konu alan uygulamasına ilişkin inceleme yapmıştır<sup>386</sup>. BSH, özellikle pazaryerlerinde yapılan satışlarda BSH ürünleri hakkında yanıltıcı bilgiler ile kurumsal kimlik, marka imajı, kalite ve güvenlik standartlarına uygun olmayan açıklama, resim gibi içeriklerin söz konusu olduğu gerekçesine dayanarak söz konusu sözleşme için muafiyet talebinde bulunmuştur. Rekabet Kurulu; söz konusu uygulamanın marka imajını artırmaya

---

<sup>384</sup> ABAD, Coty Germany GmbH v Parfümerie Akzente GmbH.

<sup>385</sup> Avrupa'da bu hukuki kararın yalnızca lüks ürünler için geçerli olup olmayacağı hususunda bir tartışma yapılmıştır. ABAD'ın yayımladığı bir bilgi notunda, eğer lüks ürünler söz konusu ise muafiyet değerlendirilmesi yapılmasına dair gerek olmadığını bildirmiştir. Eğer lüks ürünler söz konusu değil ise bu durumda, pazar payına bakılması gerektiği söylenmiştir. Eğer pazar payı %30'un altında ise hala muafiyet kapsamındadır. Bkz. Kekevi, Alıcıların İnternette Satışlarına Getirilebilecek Sınırlamalar.

<sup>386</sup> Rekabet Kurulu, 16.12.2021 tarihli ve 21-61/859-423sayılı kararı.

fayda sağlamayacağı, tüketicinin karşılaştırmalı olarak ürünleri değerlendirmesini engelleyeceğinden tüketici faydası sağlamayacağı ve rakiplerinin de benzer faaliyeti takip edeceğinden rekabeti olumsuz etkileyeceği gerekçeleriyle BSH'a bireysel muafiyet vermemiştir.

Yukarıdaki açıklamalar kapsamında, Türk hukukuna göre bazı hallerde seçici dağıtım sistemlerinde sağlayıcı tarafından bayilere internet satışı sınırlaması getirilebilmesi mümkündür. Ancak, bu sınırlamanın hukuka uygun kabul edilebilmesi için muafiyet koşulları çerçevesinde uygulanması gereklidir. Yeni VBER'e göre ise hangi dağıtım sisteminin uygulandığı fark etmeksizin internet satışlarının sınırlandırılabilmesi daha kolay hale gelmiştir. Türk hukukunun da AB hukukunu takip etmesi ihtimali yüksek olduğundan, önümüzdeki dönemlerde 2002/2 sayılı Tebliğ veya Kılavuz kapsamında çeşitli değişiklikler yapılabilmesi mümkündür.

### **3.3.1.1.3. Rekabet Etmeme Yükümlülüğü**

2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında, seçici dağıtım sisteminin rekabet etmeme yükümlülüğü ile bir arada uygulanabilmesi mümkündür<sup>387</sup>. Rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden mal veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını ya da yeniden satmasını engelleyen doğrudan ya da dolaylı yükümlülükler olarak tanımlanır<sup>388</sup>. Ayrıca, sağlayıcının, anlaşma konusu ürünlerin veya onları ikame eden ürünlerin %80'inden fazlasının kendisinden veya kendisinin göstereceği başka bir teşebbüsten satın alınmasına yönelik olarak bayiye bir yükümlülük getirmesi de rekabet etmeme yükümlülüğü olarak kabul edilir.

<sup>387</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 219.

<sup>388</sup> Resmi Gazete, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, m. 4; Rekabet Kurumu, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, 39.; Rekabet Kurumu, *Terimler Listesi* "Rekabet Yasağı Veya Rekabet Etmeme Yükümlülüğü", <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlugu/terimler-listesi?icerik=29b9d6b5-775c-4861-bb73-1d7da9202fe4>, E.T.: 05.03.2022

2002/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesine göre, sağlayıcı tarafından bayiye süresiz veya süresi beş yılı aşan rekabet etmeme yükümlülüğü getirilemez. Eğer sözleşmenin beş yılı aşacak şekilde kendiliğinden uzayacağına ilişkin bir hüküm düzenlenmiş ise rekabet etmeme yükümlülüğü süresiz getirilmiş sayılır ve grup muafiyeti kapsamının dışında kalır<sup>389</sup>. Bu nedenle, uygulamada sözleşmeye kendiliğinden uzama hükmü koyuluyorsa ya beşinci senenin sonunda her halükârda sözleşmenin sona ereceği ya da sürenin beş yılı aşması halinde rekabet etmeme yükümlülüğünün sona ereceği açıkça sözleşmeye yazılır<sup>390</sup>.

Kural olarak, rekabet etmeme yükümlülüğünün anlaşmanın sona ermesinden sonra devam etmesi mümkün değildir. Ancak, yasaklamanın anlaşmaya konu ürünler ile rekabet halindeki ürünlere ilişkin olması, anlaşma süresince bayinin faaliyette bulunduğu tesis ya da arazi ile sınırlı olması ve sağlayıcı tarafından bayiye devredilen *know-how*'ı korumak için zorunlu olması koşullarıyla, rekabet etmeme yükümlülüğü anlaşmanın sona ermesinden sonra en fazla bir yıl süre ile getirilebilir. Buna ek olarak, sağlayıcının kamuya mal olmamış *know-how*'ının kullanılması ve açıklanması süresiz olarak yasaklanabilir.

Rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin bir diğer sınırlama ise seçici dağıtım sistemlerine ilişkindir. Seçici dağıtım sisteminde, sağlayıcı belirli bir rakibin ürünlerinin satışını engelleyemez. Başka bir deyişle seçici dağıtım sözleşmesinde, rekabet etmeme yükümlülüğü her halükârda tüm rakip ürünler için getirilebilir<sup>391</sup>.

---

<sup>389</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 193.

<sup>390</sup> Söz konusu beş yıllık süreye ilişkin mevzuatta bir istisna düzenlenmiştir. Buna göre, bayi anlaşmaya konu faaliyetlerini **i)** mülkiyeti tamamı ile sağlayıcıya ait olan bir tesiste veya **ii)** sağlayıcının bayi ile bağlantısı olmayan üçüncü kişilerden elde ettiği bir ayni veya şahsi kullanım hakkının konusu olan bir tesiste sürdürüyor ise bu sürenin aşılabilmesi mümkündür. Bu durumda bayiye getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresinin beş yılı aşması halinde, süre söz konusu tesisin bayi tarafından kullanıldığı süreye bağlanabilir. Bayiye söz konusu hükümde düzenlenen şartları aşan bir rekabet etmeme yükümlülüğü getirilirse, bu yükümlülüğü içeren sözleşme hükümleri sözleşmenin diğer bölümlerinden ayrılabilir ise, bu hükümler grup muafiyetinden yararlanamaz; sözleşmenin kalan maddeleri grup muafiyetinden yararlanabilir. Rekabet Kurumu, *Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz*, p. 42; Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 504; Karaman Coşgun, "Rekabetin Dikey Kısıtlanması", s. 135; Yalçınkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", s. 62.

<sup>391</sup> Rekabet Kurumu, 46.

Sağlayıcı belirli bir rakip ürünü seçerek, söz konusu ürünün satışını sınırlandıramaz. Bunun sebebi ise, seçici dağıtım sistemi kullanan bazı sağlayıcıların diğer rakipleri dışlamak için yapabilecekleri yatay anlaşmaların önüne geçebilmektir<sup>392</sup>.

### 3.3.2. Bireysel Muafiyet

Grup muafiyeti kapsamı dışında kalan dikey anlaşmalar, kendiliğinden RKHK'nın 4. maddesine aykırı sayılmazlar. Söz konusu anlaşmalar bireysel muafiyetten yararlanabilirler. RKHK'nın 5. maddesinde düzenlenen bireysel muafiyete göre bazı şartların varlığı halinde anlaşmalar RKHK'nın 4. maddesinden muaf sayılacaklarından geçersizlik, idari para cezası ve tazminat gibi yaptırımların uygulanması da engellenmektedir<sup>393</sup>.

Seçici dağıtım sistemine ilişkin ağır sınırlamalar 2002/2 sayılı Tebliğ'de açıkça düzenlenmiştir. Bu sınırlamalar, seçici dağıtım sözleşmesi içerisinde yer almıyor ise anlaşmanın kendiliğinden grup muafiyetinden yararlanabileceğinden bahsetmiştik. Fakat, bu sınırlamalar sözleşme içerisinde yer alıyor ise anlaşmanın kendiliğinden RKHK'nın 4. maddesine aykırı akdedildiğini söylemek doğru olmayacaktır. Aynı şekilde, anlaşmanın tarafı olan sağlayıcının pazar payının 2002/2 sayılı Tebliğ'deki eşiği aşması halinde de anlaşmanın doğrudan rekabete aykırı olduğu anlamına gelmez. Zira, bu durumda bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılabilir. Bir seçici dağıtım sözleşmesinin grup muafiyetinden yararlanamamasının uygulamadaki en yaygın nedenleri; sağlayıcının bayinin yeniden satış fiyatını tespit etmeye yönelik kısıtlamalarda bulunması, aktif ve pasif satışlarına ilişkin sınırlamalar getirmeye çalışması veya münhasır alım hakkı elde

---

<sup>392</sup> Yalçınkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", 2020, s. 64.

<sup>393</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 132; Yalçınkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", s. 67.

etmek istemesidir<sup>394</sup>. Özellikle, ticaretin önemli bir kısmının elektronik ticarete dönüşmesi nedeniyle, seçici dağıtım sistemlerinde internet satışı sınırlamaları bakımından bazı uygulamalar kabul edilmektedir. Zira, markanın veya ürünün özellikleri uygun düştüğü ölçüde seçici dağıtım sistemlerinde internet satışlarına müdahale getirilebilmesi mümkündür. Fakat, belirtmek gerekir ki bu durumda bireysel muafiyet koşullarının uygulanması için genellikle her somut olay bakımından ayrıca bir analiz yapılmasını gerektirir.

Bireysel muafiyeti düzenleyen RKHK'nın 5. maddesine göre, söz konusu hükümdeki şartları haiz bir anlaşma kendiliğinden RKHK'nın 4. maddesinden muaftır. Ancak hukuki belirlilik sağlamak için taraflar muafiyetin tespit edilmesini daima talep edebilirler. İlgili kanun hükmünde söz konusu değerlendirmenin hem Rekabet Kurulu hem de adli mahkemeler tarafından yapılabileceği zımnen belirtilmiştir<sup>395</sup>. Adli mahkemelere verilen yetki, 2020 yılındaki kanun değişikliği ile getirildiğinden bu hususta bir içtihat oluşmuş değildir. Diğer taraftan, Rekabet Kurulu tarafından muafiyet tanınan sözleşmelerin, bir koşul ile birlikte tanınması veya süreye bağlı olarak tanınması mümkün olduğu gibi Rekabet Kurulu tarafından bir muafiyetin geri alınabilmesi de mümkündür.

Bir anlaşmanın bireysel muafiyetten yararlanabilmesi için; anlaşmanın yararlı etkilerinin olması, tüketicinin yarar sağlaması, ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması ve rekabetin bu amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlandırılmamış olması gerekir.

---

<sup>394</sup> Rekabet Kurulu, 23.09.2010 tarihli ve 10-60/1251/469 sayılı karar; Rekabet Kurulu, 08.05.2008 tarihli ve 08-32/401-136 sayılı karar; Rekabet Kurulu, 09.09.2009 tarihli ve 09-41/987-249 sayılı kararı; Rekabet Kurulu, 14.11.2019 tarihli ve 19-40/656-281 sayılı karar; Rekabet Kurulu, 15.02.2018 tarihli ve 18-05/74-40 sayılı karar; Rekabet Kurulu, 16.12.2021 tarihli ve 21-61/859-423 sayılı karar.

<sup>395</sup> RKHK'da 24.06.2020 tarihinde 31165 sayılı Resmî Gazete'de yapılan değişiklik ile Rekabet Kurulunun muafiyet incelemesi için münhasır kabul edilen yetkisinin kaldırıldığı, Rekabet Kurulunun yanı sıra adli mahkemelerin de söz konusu analizi yapmaya yetkili hale getirildiği kabul edilmiştir. Bkz. Sanlı, "7246 Sayılı Kanun ile Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da Yapılan Değişikliklerin Özel Hukuk Açısından Yansımaları ve Özellikle Muafiyet Hükümü Değişikliği", s. 50.

### 3.3.2.1.Malların Üretim veya Dağıtımı ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

Bir anlaşmanın bireysel muafiyetten yararlanabilmesi için ürünlerin üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması, yani etkinlik yaratılması gereklidir. Anlaşmanın yararlı etkilerinin değerlendirilmesinde, tarafların yarar sağlamanın yanı sıra ekonomiye somut ve objektif bir katkısının bulunup bulunmadığı dikkate alınır<sup>396</sup>. Rekabet Kurulu, etkinlik şartını değerlendirirken üretim ve dağıtım maliyetlerinin düşmesini, mal arzının artırılması ve devamlılığın sağlanmasını, piyasalara girişin kolaylaştırılmasını, kalitenin artırılmasını ve yeni ürünlerin ya da üretim tekniklerinin bulunmasını da içeren çeşitli somut faydaları dikkate almaktadır<sup>397</sup>. Seçici dağıtım sistemlerinde, özellikle bayi sayısının sınırlandırılması nedeniyle marka içi rekabet azaltılıyor olsa da uygulanan kriterler nedeniyle bayilerin markaya odaklanarak ürünleri daha iyi şartlarda satışa sunmaları bakımından rekabete olumlu etkiler yaratan etkinliğin bulunduğu kabul edilmektedir.

Bu koşulun uygulamada nasıl değerlendirildiğine dair örnek vermek gerekirse, Bosch Tr, bayileri ile akdettiği seçici dağıtım anlaşmaları kapsamında sözleşmenin geçerlilik ve fesih bildirim sürelerinin 2017/3 sayılı Tebliğ'e aykırı olması nedeniyle Rekabet Kuruluna bireysel muafiyet başvurusunda bulunmuştur. Söz konusu kararda Rekabet Kurulu, sözleşme ve fesih sürelerinin kısa tutulmasının hizmet kalitesinin devamlılığı ve iyileştirilmesi ile bayilerin geçiş maliyetlerinin azaltılması yönünden gerek tüketiciler gerekse de bayiler nezdinde olumlu bir etki yaratacağını; ticari ilişkisinden memnun olmayan servislerin kolaylıkla

---

<sup>396</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 445; Güven, *Rekabet Hukuku*, s. 227; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 115.; Yalçınkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", s. 69.

<sup>397</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 115.; Yalçınkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", s. 69.

sözleşmelerini feshederek başka bir sağlayıcıya geçmesinin önünü açtığı değerlendirilmiştir<sup>398</sup>. Bu kapsamda, Bosch Tr'nin bayilerini sistem içinde tutabilmek için yedek parça dağıtıcıları ve servislere sunacağı hizmetleri geliştirmesinin önünü açabileceği ve bu bağlamda, ücretsiz eğitimler verilmesi, sistem üyesi dağıtıcıların merkez ve bölge depolarına ücretsiz sevkiyat yapılması, müşteri karşılama şekli, iş emri açılması, yedek parça stoklamasında doğru planlama, doğru bakım ve onarım hizmetinin sunumu ve teknik özelliklere ilişkin bilgi aktarımı yapılması gibi katkılarının artacağı tespit edilmiştir. Buna ek olarak, Bosch Tr'nin rakiplerinin de söz konusu bayileri kendi sistemlerine çekebilmek için yatırımlarını artıracığı göz önüne alındığında; pazarda ekonomik veya teknik gelişmelere katkı sağlanacağı değerlendirilmiştir.

### 3.3.2.2. Tüketicinin Yarar Sağlaması

Bir anlaşmanın, bireysel muafiyet kapsamında değerlendirilebilmesi için ortaya çıkan faydanın tüketiciye<sup>399</sup> yansımaları gereklidir. Bireysel muafiyette yer alan bu şartın, rekabet hukukunun sosyal yönünü ortaya koyduğu kabul edilmektedir.

Rekabet Kurulu; fiyat seviyesindeki düşüş, satış sonrası etkin hizmetler, ürün çeşitliliğinin artması, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, malın arzında devamlılığın sağlanması gibi koşulları tüketicinin elde edeceği menfaat kapsamında değerlendirmektedir<sup>400</sup>.

Antis Kozmetik'in Dermalogica markalı ürünlerinin satışı için akdedilen seçici dağıtım anlaşmalarında; güzellik salonları gibi cilt bakımında eğitilmiş kişilerin çalıştığı yerlerde kullanılabilmesi ve daha detaylı bir eğitim gerektirmesi

<sup>398</sup> Rekabet Kurulu, 14.11.2019 tarihli ve 19-40/656-281 sayılı karar.

<sup>399</sup> Tüketici yararı değerlendirilirken, tüketici kavramı anlaşmadan etkilenen ilgili pazarlardaki ürünlerin doğrudan veya dolaylı tüm kullanıcılarını içerecek şekilde geniş yorumlanmalıdır. Bkz. Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 447; Güven, *Rekabet Hukuku*, s. 227; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 118.

<sup>400</sup> Rekabet Kurulu, 14.11.2019 tarihli ve 19-40/656-281 sayılı karar, p. 77.

sebebiyle piyasaya yeni verilecek olan profesyonel ürünlerin ancak o ürüne özel eğitimler alan bayiler tarafından kullanılabilceği, bu sebeple sadece Antis Kozmetik tarafından dağıtıcılara gönderilebileceği hükme bağlanmaktadır. Ayrıca, söz konusu anlaşmada, tüketicinin, cilt yapısına uygun ürün kullanması o üründen en yüksek faydanın alınabilmesi için şart olması nedeniyle, ürünün doğru bir şekilde anlatılarak ve uygulanarak satılması önemli olduğundan internet satışlarına sınırlama getirilmiştir. Bu doğrultuda, anlaşma içerdđiđi iki hüküm bakımından 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamadığından, bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılmıştır. Rekabet Kurulu, seçici dağıtım sistemi içerisinde söz konusu kısıtlamaların, tüketicinin ürün kullanımını bakımından doğru bilgilendirilmesini sađladđını tespit ettiğinden, tüketicinin bu kısıtlamalar çerçevesinde sistemin öngördüğü faydaları elde edebileceğini değerlendirmiş ve tüketicinin yarar sağlaması koşulunun karşılandığına karar vermiştir<sup>401</sup>.

### **3.3.2.3.İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması**

Bir dikey anlaşmanın, bireysel muafiyet kapsamında değerlendirilebilmesi için piyasada önemli ölçüde rekabeti ortadan kaldırmaması gereklidir. Anlaşma sonucunda kısa vadede etkinlik sağlansa dahi uzun vadede fiyat rekabetinin, yeniliklerin ve teknolojik gelişmelerin ortadan kalkması halinde bu şartın sağlanması mümkün olmamaktadır<sup>402</sup>. Bu şartın amacı, rekabetin kısmen sınırlandırılmasına izin verilen piyasalardaki reel ve potansiyel rekabetin devamının teminidir<sup>403</sup>.

Bir anlaşmanın rekabeti ne ölçüde ortadan kaldıracağının tespiti için ilgili pazarda hem mevcut hem de potansiyel rekabete ilişkin gerçekçi bir analizin

---

<sup>401</sup> Rekabet Kurulu, 08.05.2008 tarihli ve 08-32/401-136 sayılı karar.

<sup>402</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 453; Yalçınkaya Koraltan, "Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları", s. 71.

<sup>403</sup> Rekabet Kurulu, 14.11.2019 tarihli ve 19-40/656-281 sayılı karar, p. 82.

yapılabilmesi gerekir<sup>404</sup>. Bu doğrultuda söz konusu şartın değerlendirilmesinde, pazarın yoğunlaşma oranı ve özellikle söz konusu teşebbüslerin pazar payı önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra Rekabet Kurulu; ilgili pazarın yapısını, pazarın doygunluk düzeyi, tüketici tercihlerini ve pazara giriş engellerini değerlendirir<sup>405</sup>.

BSH Ev Aletleri'nin, seçici dağıtım sistemi üyesi bayilerinin internet satışlarına müdahale etmesi, bayilere tek elden satış yükümlülüğü getirerek bayilerin kendi aralarındaki satışları engellenmesi nedeniyle seçici dağıtım anlaşmalarının 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanmadığı için Rekabet Kurulu bireysel muafiyet koşullarını incelemiştir. Söz konusu koşulların, pazarın geneline sirayet etme riski de dikkate alınarak; çevrim içi kanalların yasaklanması neticesinde yetkili satıcıların internet kanalına ve tüketiciye erişiminin önemli ölçüde kısıtlanacağı, piyasadaki rekabeti görece küçük ve zayıf teşebbüsler aleyhine bozabilme riski taşıdığı, tüketicilerce sıklıkla kullanılan mobil uygulamalarına erişimi de kısıtlanacağından çevrim içi kanalda etkin rekabetten daha az satıcının faydalanmasına yol açarak ve tüketicilerin gerek fiyat gerekse kalite bakımından karşılaştırma yapma imkânlarının büyük ölçüde elinden alınması nedeniyle marka içi ve markalar arası rekabeti azaltabileceği değerlendirilmiş ve anlaşmaya bireysel muafiyet tanınmamıştır.

#### **3.3.2.4.Etkinliğin Sağlanması ve Tüketici Faydası Amaçlarının Elde Edilmesi İçin Rekabetin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlandırılmaması**

Bir anlaşmasının bireysel muafiyetten yararlanabilmesi için, anlaşmanın olumlu etkilerinin rekabeti zorunlu olandan fazla sınırlandırmaması gerekir. Başka bir deyişle, rekabet üzerinde meydana gelen sınırlamanın, anlaşmanın ortaya

---

<sup>404</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 123.

<sup>405</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 458.

çıkardığı yararlarla ulaşmak için zorunlu olması gerekir<sup>406</sup>. Söz konusu incelemenin yapılabilmesi için anlaşmadaki faaliyetler ve rekabet sınırlamaları arasındaki ilişki de değerlendirilir<sup>407</sup>. Genellikle, ağır sınırlamalar olarak adlandırılan sınırlamaların bulunması halinde Rekabet Kurulu bu tür anlaşmaların rekabeti beklenen amaçtan daha fazla sınırladığı düşüncesiyle bu anlaşmalara bireysel muafiyet vermemektedir. Seçici dağıtım sistemleri bakımından, bayilerin pasif satışlarının sınırlandırılması bu kapsamda değerlendirilir.

Rekabet Kurulu, Arcon Kozmetik'in Sevil Parfümeri ile aralarında akdetmeyi planladıkları bayilik sözleşmelerine muafiyet verilmesi talebini incelemiştir<sup>408</sup>. Arcon Kozmetik, Christian Dior markalı ürünlerinin satışı bakımından bayilerin satış yeri dışında satış yapmalarını yasaklayarak, aktif ve pasif satışlara müdahale etmiş, tek elden satış hakkı koyarak seçici dağıtım ağı içerisindeki bayilerin aralarında alım ve satımını engellemiş ve bayilerin yeniden satış fiyatını belirlemiştir. Rekabet Kurulu tarafından; anlaşma uyarınca yetkili satıcıların kendi satış fiyatlarını belirleme serbestisinin sınırlandırılmasının ne kurulan dağıtım sistemi ne de ürünün niteliği itibariyle beklenen faydanın temini için gerekli olabilecek rekabetin sınırlandırılmasını makul kılacak objektif gerekçelerle açıklanabilecek nitelikte bulunmadığından, rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlandırılmaması şartını karşılayamadığı kanaatine varılmıştır.

### **3.4. REKABET HUKUKU MEVZUATININ SÖZLEŞMENİN GEÇERLİLİĞİNE ETKİSİ**

RKHK, kamu hukuku ve özel hukuk kapsamında olmak üzere ikili bir yaptırım mekanizması öngörmüştür. Özel hukuk yaptırımları bakımından iki türün

---

<sup>406</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 450; Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 131; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 121.

<sup>407</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 452.

<sup>408</sup> Rekabet Kurulu, 09.09.2009 tarihli ve 09-41/987-249 sayılı kararı.

bulduğunu söylemek mümkündür<sup>409</sup>. Bunlar, haksız fiil sorumluluğu ve geçersizlik yaptırımıdır. Seçici dağıtım sözleşmeleri bakımından, önem arz eden sonuçları bakımından tezin devamında geçersizlik yaptırımını ile sınırlı bir inceleme yapılacaktır.

Yukarıda, grup muafiyeti ve bireysel muafiyet kapsamında sözleşme içerisinde yer alması mümkün veya mümkün olmayan hükümleri de içeren bir inceleme yapılmıştır. Bu incelemenin sebebi, rekabet hukuku kurallarına aykırı akdedilen bir seçici dağıtım sözleşmesinin geçersizlik yaptırımını ile karşı karşıya kalması ihtimalidir. Rekabet hukuku mevzuatı sözleşme serbestini etkileyen özel kuralları barındırdığından, borçlar hukuku mevzuatının yanı sıra rekabet hukuku mevzuatının da seçici dağıtım sözleşmeleri nezdinde özel bir öneme sahip olduğu kabul edilir. Sözleşmenin geçerliliğine ilişkin yaptırımını düzenleyen RKHK'nın 56. maddesi<sup>410</sup> şu şekildedir:

*“Bu Kanun’un 4. Maddesine aykırı olan her türlü anlaşma ile teşebbüs birlikleri kararı geçersizdir. Bu anlaşmalardan ve kararlardan doğan edimlerin ifası istenemez. Daha önce yerine getirilmiş edimlerin geçersizliği nedeniyle geri istenmesi halinde tarafların iade borcu TBK’nın 63 ve 64. Maddelerine tabidir. TBK’nın 65. Maddesi hükmü bu Kanun’dan doğan ihtilaflara uygulanmaz.”*

---

<sup>409</sup> Sanlı, burada özel hukukun tamamını kapsamadığı gerekçesi ile borçlar hukuku alanında ortaya çıkan sonuçlar olarak konuyu daraltmanın uygun olabileceğinden bahsetmiştir. Bkz. Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 387.

<sup>410</sup> Belirtmek gerekir ki RKHK'nın 56. maddesinde ilgili hüküm açıkça bulunmasaydı dahi rekabet hukukuna aykırı akdedilen bir sözleşmenin TBK'nın 27. maddesi kapsamında geçersiz olması gerekirdi. Bkz. Sanlı, “Rekabet Hukukçusu Gözüyle Dağıtım İlişkilerindeki İktisadi Gelişmeler ve Rekabet Kurulu Kararları Işığında Dikey Sınırlamalara Yaklaşım”, s. 393; Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 119. TBK'nın 27. maddesine göre, kanunun emredici hükümlerine aykırı bir sözleşme kesin hükümsüz kabul edilir. Bu doğrultuda, RKHK'ya aykırı akdedilen bir sözleşmenin de kesin hükümsüz olacağı sonucuna ulaşmak gerekirdi. Fakat, TBK'nın 27. maddesine göre, böyle bir sözleşmenin geçersizliğinin türü doğrudan kesin hükümsüz olarak düzenlenmektedir. Oysa, RKHK'ya aykırılık halinde, RKHK'nın 56. maddesinde geçersizliğin türü hakkında bir belirlilik bulunmamaktadır. Bunun temel sebebi, RKHK'daki 4. maddenin muafiyet rejimini düzenleyen 5. maddeyle birlikte incelenmesinin gerekli olması ve dolayısıyla geçersizlik türünün değişebilmesi ihtimalidir.

Her ne kadar söz konusu hükümde RKHK'nın 4. maddesine aykırılık halinde sözleşmenin geçersiz olacağı belirtiliyor ise de 4. maddeyi 5. maddeyle birlikte değerlendirmek gerekir. Zira, RKHK kapsamında düzenlenen muafiyet bir tür hukuka uygunluk sebebi olarak kabul edilmektedir<sup>411</sup>. Bu doğrultuda, geçersizliğin türü de değişebilecektir. Dolayısıyla, RKHK'nın 56. maddesi kapsamında seçici dağıtım sistemlerine ilişkin sözleşmelerin geçersizliği ele alınırken, RKHK'nın 5. maddesinde yer alan bireysel muafiyet ve grup muafiyeti kurallarının da incelenmesi gerekir. Öğretide, söz konusu mevzuatın ne türde bir geçersizlik öngördüğü ve bunun etkileri ile ilgili bir görüş birliği bulunmamaktadır. Bununla birlikte, gerek 2005 yılındaki gerekse 2020 yılındaki kanun değişiklikleri ile bu tartışmanın yön değiştirebilmesi de mümkün hale gelmiştir.

TBK'ya göre, geçersizlik türleri<sup>412</sup> kesin hükümsüzlük, kısmi hükümsüzlük, askıda hükümsüzlük ve iptal edilebilirliktir. RKHK'ya aykırılık halinde, seçici dağıtım sözleşmelerinin geçersizlik türünün belirlenebilmesi için geçersizlik türlerinden aşağıda kısaca bahsedilecektir:

- i) **Kesin Hükümsüzlük:** Kanunun emredici hükümlerine, ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına aykırı veya konusu imkânsız olan sözleşmeler kesin olarak hükümsüzdür. Bir sözleşmenin kesin hükümsüzlüğünü gerektiren sebepler; irade beyanında bulunan kimsenin ehliyetsizliği, sözleşmenin emredici hukuk kurallarına, kamu düzenine, genel ahlaka ve kişilik haklarına aykırı veya imkânsız olması, sözleşmenin geçerliliği için aranan şekle uyulmamasıdır<sup>413</sup>. Kesin hükümsüz bir sözleşme, başlangıçtan

---

<sup>411</sup> Sanlı, "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları: Genel Bakış ve Sorunlar", s. 21; Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 121.

<sup>412</sup> Yokluğun bir geçersizlik türü olup olmadığı öğretide tartışmalıdır. Bu konu, teze esas açıdan etki etmeyeceğinden yokluktan bahsedilmemiştir.

<sup>413</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 180.

itibaren geçersiz bir hukuki işlem olup kural olarak hukuki bir sonuç doğurmaz<sup>414</sup>.

- ii) **Kısmi Hükümsüzlük:** Bir sözleşmenin içerdiği hükümlerin bir kısmının hükümsüz olması halinde, diğer hükümlerin geçerliliği kural olarak etkilenmez, bu durumda sözleşme kısmi hükümsüz kabul edilir. Ancak, bu hükümler olmaksızın sözleşmenin yapılmayacağı açıkça anlaşılırsa, sözleşme tamamen hükümsüz sayılır. Bu nedenle, hükümsüz kısım çıkarıldıktan sonra, geriye kalan metnin tarafların amacına uygun bir sözleşme olarak ayakta kalabilmesi için gerekli içerikleri taşıması gerekir<sup>415</sup>.
- iii) **Askıda Hükümsüz:** Kurucu unsurları bulunduğu için kurulmuş olan bir sözleşmenin hüküm ifade etmesi için bir veya birkaç unsur ile tamamlanması gerekli ise sözleşmenin askıda hükümsüz olduğu kabul edilir<sup>416</sup>. Sözleşme, eksik unsur tamamlanırsa geçerli bir sözleşmenin sonuçlarını doğurur. Eğer eksik unsur tamamlanamazsa, sözleşme kesin hükümsüz sayılır.
- iv) **İptal Edilebilirlik:** Sözleşmenin iptal edilebilir olması halinde, tarafların sözleşmenin geçerliliğini etkileyen sakatlığı gidererek sözleşme ilişkisini geçerli hale getirmek veya sakatlık yüzünden sözleşmeyi kesin olarak hükümsüz hale getirme imkânı bulunur<sup>417</sup>.

Söz konusu açıklamalar ele alındığında, rekabet mevzuatının yasaklayıcı hükümlerine aykırı bir sözleşmenin kesin hükümsüz veya maddi olayın şartlarına

---

<sup>414</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 391; Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 113.

<sup>415</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 392.

<sup>416</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 184.

<sup>417</sup> Oğuzman ve Öz, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, Cilt 1:s. 182; Nomer, *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*, s. 74.

göre kısmi hükümsüz olması beklenir<sup>418</sup>. Fakat, sonuca ulaşmak bakımından muafiyet değerlendirmesinin yapılması zorunludur.

### 3.4.1. Muafiyet Değerlendirmesi Yapılmayan Anlaşmalar Bakımından İnceleme

Rekabet hukukunda, deneyimin ortaya çıkardığı belirli davranışların çoğu zaman ciddi rekabet karşıtı sonuçlara neden olacağı ve iş gerekleri bakımından hemen hemen hiç haklı çıkarılamayacağı durumlarda mutlak ve kesin yasaklardan bahsedilir<sup>419</sup>. Bu yasaklara *per se* yasak denilir. *Per se* yasak olarak kabul edilen bir davranışın rekabeti ne kadar sınırladığının analizi yapılmaksızın davranışa ilişkin doğrudan yaptırım uygulanabilir. Dolayısıyla, *per se* bir kurala aykırı olarak akdedilen bir anlaşmanın muafiyet değerlendirilmesi yapılmadan geçersizliğinden bahsedilecektir. Bu tür bir anlaşmanın kesin hükümsüz olduğunu kabul etmek gerekir<sup>420</sup>. Dikey anlaşmalar bakımından yeniden satış fiyatının tespiti bazı yazarlarca *per se* yasak olarak kabul edilse dahi<sup>421</sup> Rekabet Kurulu, son zamanlardaki kararlarında söz konusu yasak kapsamında da bireysel muafiyet şartlarını incelediğinden, bu yasağın güncel içtihat doğrultusunda *per se* kabul edilmesi doğru olmayacaktır<sup>422</sup>. Eğer, bir yasak *per se* olarak adlandırılabiliriyorsa, bu yasağı içeren anlaşmanın doğrudan kesin hükümsüz kabul edilmesi gerekir.

Diğer dikey anlaşmalarda da olduğu gibi seçici dağıtım sözleşmeleri kapsamında tüm rekabet ihlalleri muafiyet incelemesine tabidir. *Per se* yasak olarak

---

<sup>418</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 398.

<sup>419</sup> Yavuz Şahin, “*Amerikan Antitröst Hukukunda Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi Sorunu: Per Se veya Rule of Reason*”, s. 9.

<sup>420</sup> Yatay anlaşma olan kartel anlaşmaları *per se* yasak kapsamında değerlendirilir. Bkz. Gürzumar, “4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. Maddesine Aykırı Sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi”, s. 36; Sanlı, “Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları: Genel Bakış ve Sorunlar”, s. 20; Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 122.

<sup>421</sup> Bkz. Gürkaynak ve Yaşar, “*Rekabeti Kısıtlayıcı Amaç’ı Yeniden Değerlendirmek: ‘Groupement Des Cartes Bancaires v Commission’ Kararı Işığında Yeni Bir Gün*”, s. 84.

<sup>422</sup> Rekabet Kurulu, 27.09.2017 tarihli ve 17-30/487-211 sayılı karar; Rekabet Kurulu, 08.03.2018 tarihli ve 18-07/112-59 sayılı karar.

değerlendirilmeyen her türlü yasak bakımından muafiyet değerlendirilmesi yapılması gerektiğinden, seçici dağıtım sözleşmesinde yer alan bir koşulun muafiyet incelemesi yapılmadan sözleşmeyi doğrudan geçersiz hale getirebilmesi mümkün görünmemektedir.

### 3.4.2. Muafiyet Rejiminin Sözleşmenin Geçerliliğine Etkisi

Muafiyetin sözleşmenin geçerliliğine olan etkisi grup muafiyeti ve bireysel muafiyet olarak ayrıca incelenmelidir. Bir seçici dağıtım sözleşmesinin, grup muafiyetine uygun akdedilmesi halinde, söz konusu sözleşme kendiliğinden ve herhangi bir Rekabet Kurulu veya mahkeme kararına ihtiyaç bulunmaksızın muafiyetten yararlanabilir<sup>423</sup>. Eğer taraflar, sözleşmenin grup muafiyetine uygun olarak akdedilip akdedilmediği hususunda bir tereddüt yaşarsa, daima Rekabet Kuruluna ve mahkemeye başvurarak değerlendirme talep edebilirler. Bu durumda yapılacak değerlendirme bir tespit kararı olacaktır<sup>424</sup>. Bu nedenle, 2002/2 sayılı Tebliğ veya 2017/3 sayılı Tebliğ'e uygun akdedilen bir sözleşmenin geçerli olması gerektiği kabul edilmelidir<sup>425</sup>. Fakat Aslan'ın görüşüne göre, böyle bir sözleşme askıda geçerli kabul edilmelidir<sup>426</sup>. Zira, sözleşme daima piyasa koşulları kapsamında yeniden gözden geçirilebilir ve yapılacak ekonomik analiz ile ilgili tebliğin kapsamı dışında kalabilir.

Seçici dağıtım sözleşmesinin grup muafiyetine aykırı koşullar içermesi halinde, sözleşmenin daima bireysel muafiyetten yararlanabileceğinden bahsetmiştik. RKHK'nın 2005 yılındaki kanun değişikliğinden evvel tarafların belirli aralıklarda Rekabet Kuruluna bireysel muafiyet başvuru yapması şartı bulunuyordu. Hatta, Rekabet Kurulunun bireysel muafiyet tanımının ardından sonra dahi ancak belirli bir süre ile anlaşma muafiyet kapsamında kalıyordu. Bu

---

<sup>423</sup> Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 125.

<sup>424</sup> Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 125.

<sup>425</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 400.

<sup>426</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 1129.

nedenle, Rekabet Kurulu kararının inşai bir karar olup olmadığı hususunda bir tartışma bulunuyordu. Öğretideki bir görüşe göre Rekabet Kurulu tarafından bireysel muafiyet tanınmamış bir anlaşmanın ise askıda geçersiz olduğu kabul ediliyordu<sup>427</sup>. Fakat, 2005 yılında bir sözleşmenin bireysel muafiyetten yararlanabilmesi için tarafların Rekabet Kuruluna bildirim yapma şartının kaldırılması ile taraflara kendi kendine değerlendirme yapma imkânı tanındığı bazı yazarlarca kabul edilmiştir<sup>428</sup>. Bu nedenle, bireysel muafiyet başvurusu kararının inşai bir karar olma özelliğinin ortadan kalktığı ve yukarıda bahsi geçen tartışmanın bir anlamı kalmadığı belirtilmiştir<sup>429</sup>.

2020 yılında yapılan değişiklik kapsamında ise RHKH'nın 5. maddesinde yer alan Rekabet Kurulunun tekelindeki muafiyet tanıma yetkisi kaldırılmış ve hükümde açıkça belirtilmese dahi adli mahkemelerin de söz konusu tespiti yapabileceği kabul edilmiştir<sup>430</sup>. Bu doğrultuda, bireysel muafiyete ilişkin Rekabet

---

<sup>427</sup> Bkz. Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*.

<sup>428</sup> Sanlı, "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları: Genel Bakış ve Sorunlar", s. 29; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 432. Sanlı'ya göre, Kanun değişikliği ile anlaşmanın başından itibaren ya geçerli ya da geçersiz olduğu kabul edilmekle birlikte, bireysel muafiyet alan bir sözleşmenin piyasa koşulları nedeniyle daima muafiyet kapsamı dışında kalması riski bulunduğundan, söz konusu sözleşmenin askıda geçerli olacağı ifade edilmiştir. Bkz. Sanlı, "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları: Genel Bakış ve Sorunlar", s. 30.

<sup>429</sup> Ancak, bazı yazarlara göre Rekabet Kurulunun tekelinde bulunan bireysel muafiyet tanıma yetkisi nedeniyle kararın inşai özelliği devam ettiği savunuluyordu. Bu nedenle, Rekabet Kurulunun bireysel muafiyet kararına kadar grup muafiyetine aykırı bir seçici dağıtım sözleşmesi askıda hükümsüz kabul edilirdi. Rekabet Kurulunun olumlu veya olumsuz kararı neticesinde sözleşme kesin hükümsüz veya geçerli hale gelebilirdi. Bkz. Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 1130; Güven, *Rekabet Hukuku*, s. 719; Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 126. Aksi görüş için bkz. Aksoy, "Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanuna Aykırılığın Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları", s. 35. "Kanaatimizce Rekabet Kurulu'nun muafiyet kararı, geçersiz olan bir sözleşmeyi geçerli hale getirmemekte, sadece sözleşme, karar veya uyumlu eylemi 4. maddenin yaptırımı olan para cezası ve geçersizliğe ilişkin hükümlerin uygulanmasından muaf tutmaktadır."

<sup>430</sup> Sanlı, "7246 Sayılı Kanun ile Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da Yapılan Değişikliklerin Özel Hukuk Açısından Yansımaları ve Özellikle Muafiyet Hükümü Değişikliği", s. 50; Yiğit, "7246 sayılı Kanun'la Yapılan Değişiklikler", s. 489. Sözleşmenin geçersizliğine ilişkin Rekabet Kurulunun bir tespit yapma yetkisi bulunmuyordu. Zira, Rekabet Kurulu idari bir inceleme yaptığından, sözleşmenin ancak 4. maddeye aykırı olup olmadığı veya muafiyet kapsamında değerlendirilip değerlendirilmediğini tespit ediyordu. Bu doğrultuda, geçersizlik iddialarını incelemesi gereken kurum mahkemeler idi. Dolayısıyla, bireysel muafiyet incelemesi yetkisinin

Kurulunun veya mahkemenin vereceği bir kararın tespit kararı olması gerektiği kabul edilmelidir. Dolayısıyla, bir sözleşme hem grup muafiyetinden hem de bireysel muafiyetten yararlanamıyorsa söz konusu sözleşme kendiliğinden geçersiz kabul edilmelidir.

RKHK'nın 4. maddesine aykırı bir sözleşme muafiyetten yararlanamıyor ise sözleşmenin geçersizliğinin hükümsüzlük olarak kabul edilmesi gerekir<sup>431</sup>. Kesin hükümsüz bir sözleşme baştan itibaren geçersizdir. Kesin hükümsüzlük kamu düzeni ile ilgili olduğundan, hâkim tarafından resen dikkate alınır. Elbette tarafların da hükümsüzlüğü daima ileri sürebilmesi mümkündür; fakat dürüstlük kuralına aykırı hareket ederek hükümsüzlüğü ileri süren kişi hukuken korunmayacaktır<sup>432</sup>.

Kesin hükümsüz sözleşme başlangıçtan itibaren geçersiz kabul edildiğinden, tarafların hiçbir hak ve borcunun doğmadığı ve yerine getirilen ifalar bakımından ise iade borcunun bulunduğu belirtilmektedir<sup>433</sup>. Zaten yerine getirilmiş ifalar bakımından RKHK'nın 56. maddesi TBK'nın 63. ve 64. maddelerine atıf yapmaktadır. Diğer taraftan, öğretide sürekli borç doğuran sözleşmelerin geçersizliği halinde, eğer sözleşmenin icrasına başlanmış ise geçersizliğin geçmiş değil geleceğe yönelik sonuç doğurması gerektiğinden bahsedilir<sup>434</sup>. Bu doğrultuda,

---

münhasıran Rekabet Kurulunda olduğu dönemde, ikili bir inceleme zorunluluğu vardı. Bkz. Rekabet Kurulu, 15.11.2006 tarihli ve 06-84/1059-306 sayılı karar; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 437. 2020 yılındaki değişikliğin ardından, mahkemelere de bireysel muafiyet tespiti yapabilme yetkisi verildiğinden, artık mahkemelerin bir kurul kararına ihtiyaç duymaksızın geçersizlik tespiti yapabilmesi mümkün hale gelmiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Sanlı, "7246 Sayılı Kanun ile Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da Yapılan Değişikliklerin Özel Hukuk Açısından Yansımaları ve Özellikle Muafiyet Hükmü Değişikliği".

<sup>431</sup> Güven, *Rekabet Hukuku*, s. 731; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 434.

<sup>432</sup> Güven, *Rekabet Hukuku*, s. 732.

<sup>433</sup> Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 1127; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 107.

<sup>434</sup> Seliçi, *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*, s. 56; Güven, *Rekabet Hukuku*, s. 733; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 107; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 435.

somut olayın özellikleri uygun olduğu ölçüde, geçersizlik ileriye etkili sonuç doğurabilecektir.

Sözleşmenin muafiyetten yararlanması halinde ise öğretide iki görüş bulunmaktadır. Birinci görüşe göre, muafiyet bir hukuka uygunluk sebebi olduğundan sözleşme muafiyet kapsamında ise geçerlidir<sup>435</sup>. İkinci görüşe göre sözleşme her ne kadar muafiyet kapsamında olsa da hala RKHK'nın 4. maddesi kapsamındadır. İkinci görüşü kabul eden yazarlar tarafından, muafiyetin geçersiz bir sözleşmeyi geçerli hale getirmeyeceği, sözleşmenin hala rekabete aykırı olduğunu ve yalnızca sözleşmenin 4. maddenin yaptırımlarından muaf tutulması sağlandığı kabul edilir<sup>436</sup>. İkinci görüşün kabul edilmesi halinde, kanunun izin verdiği bir sözleşmenin geçersiz olması ve tarafların sözleşmeden doğan haklarını iade borcu bulunacağından, ikinci görüşün kabul edilmesi TBK'nın 27. maddesinin amacına uygun bir yorum olmayacaktır.

### 3.4.2.1. Muafiyet Süresinin Sona Ermesi

RKHK'nın 5. maddesinde, Rekabet Kurulunun muafiyet kararını vermesi halinde kendi takdirine bağlı olarak muafiyeti belirli bir süre ile sınırlı olarak verebileceği düzenlenmiştir. Bu doğrultuda, eğer Rekabet Kurulu tarafından süre ile sınırlı verilen bir muafiyet kararı bulunuyor ise sürenin sona ermesi ile (eğer süre uzatılmazsa) muafiyet de sona ermektedir<sup>437</sup>. Dolayısıyla, süresi içerisinde sözleşme geçerli kabul edilmesine karşılık sürenin sona ermesi halinde sözleşmenin geçersizlik yaptırımı ile karşılaşması mümkün olabilecektir<sup>438</sup>. Bu nedenle, süresi içerisinde sözleşmenin sınırlı süreli geçerli olduğu veya askıda geçerli olduğu kabul

---

<sup>435</sup> Sanlı, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, s. 400.

<sup>436</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 103; Yiğit, "7246 sayılı Kanun'la Yapılan Değişiklikler", s. 497.

<sup>437</sup> Mahkemeler tarafından verilen bir tespit kararında, sözleşmeye süre sınırı ile muafiyet verilemeyeceğinden, bu ihtimalin ancak Rekabet Kurulunun karar verdiği hallerde uygulanabilmesi mümkündür.

<sup>438</sup> Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 129.

edilmektedir. Fakat, piyasanın değişen koşullarına bağlı olarak sözleşmenin bireysel muafiyet kapsamında bahsedilen olumlu etkileri yaratması ihtimali daima mümkün olduğundan, sürenin sona ermesi halinde dahi sözleşmenin muafiyetten yararlandığının tespiti yapılabilirse sözleşmenin geçerliliğini koruduğunu kabul etmek gerekir. Bu doğrultuda, tarafların kendi kendine de bu tespiti yapabileceklerinin kabul edilmesi gerekir.

### **3.4.2.2. Muafiyetin Geri Alınması**

RKHK'nın 13. maddesi kapsamında, Rekabet Kurulunun bir muafiyet kararını; i) kararın alınmasına esas teşkil eden herhangi bir olayda değişiklik olması, ii) karara bağlanan şartların veya yükümlülüklerin yerine getirilmemesi veya iii) kararın söz konusu anlaşma hakkında yanlış veya eksik bilgiye dayanarak verilmiş olması halinde daima geri alınabileceği belirtilmiştir. Dolayısıyla, Rekabet Kurulunun kendi verdiği bir muafiyet kararını geri alabileceğini anlamak gerekir<sup>439</sup>. Fakat, belirtmek gerekir ki bir sözleşme her ne kadar şekil bakımından grup muafiyeti şartlarını karşılıyor olsa da RKHK'nın 5. maddesinin amacına aykırı özellikler barındırıyor ise Rekabet Kurulu tarafından grup muafiyeti de geri alınabilir.

Yukarıda açıkladığı üzere, Rekabet Kurulunun muafiyete ilişkin verdiği karar bir tespit kararı olduğundan, muafiyeti geri almaya ilişkin verdiği kararın da tespit kararı olması gerekir. Anılan hükmün devamında geri alma kararının, kararın alınmasına esas teşkil eden bir olayda değişiklik olması halinde değişiklik tarihinden itibaren geçerli olacağı, diğer hallerde muafiyet kararının verildiği tarihten itibaren geçerli olacağı belirtilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu

---

<sup>439</sup> Sanlı, “7246 Sayılı Kanun ile Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da Yapılan Değişikliklerin Özel Hukuk Açısından Yansımaları ve Özellikle Muafiyet Hükümü Değişikliği”, s. 51.

sözleşmenin bahsi geçen durumlardan itibaren geçersiz olduğu fakat karar ile bunun tespit edildiğini söylemek mümkün olacaktır<sup>440</sup>.

### 3.4.2.3. Muafiyet Kararının Şarta Bağlanması

RKHK'nın 5. maddesi kapsamında, muafiyetin verilmesi belirli koşulların veya yükümlülüklerin yerine getirilmesi şartına bağlanabilir. Böyle bir durumda, muafiyetin verilmesi şarta bağlandığından, sözleşmenin geçerliliği de bir şarta bağlanmış sayılacaktır. Rekabet Kurulunun muafiyet kararını bir şarta bağlaması halinde sözleşmenin şart yerine getirilene kadar askıda hükümsüz olduğunu kabul etmek gerekir. Eğer şart yerine getirilmezse sözleşme baştan itibaren geçersiz hale gelecektir.

Muafiyet kararı bir bozucu şarta da bağlanmış olabilir. Bu durumda, söz konusu şartın gerçekleşmesine kadar anlaşma muafiyetten yararlanacağı için anlaşma şart gerçekleşene kadar geçerli olacaktır. Ancak, bozucu şartın gerçekleşmesi ile anlaşma muafiyet kapsamı dışına çıkar ve kendiliğinden kesin hükümsüz hale gelir<sup>441</sup>.

### 3.4.3. Kısmi Hükümsüzlüğün Uygulanması

TBK'nın 27. maddesinin 2. fıkrasına göre, bir sözleşmenin içerdiği hükümlerin bir kısmının hükümsüz olması halinde, diğer hükümlerin geçerliliği kural olarak etkilenmez, bu durumda sözleşme kısmi hükümsüz kabul edilir. Ancak, bu hükümler olmaksızın sözleşmenin yapılmayacağı açıkça anlaşılırsa, sözleşme tamamen hükümsüz sayılır. Bu doğrultuda, bir seçici dağıtım sözleşmesi rekabet

---

<sup>440</sup> Gürzumar, "4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. Maddesine Aykırı Sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi", 2002, s. 56; Aslan, *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*, s. 1127; Ay, *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*, s. 434.

<sup>441</sup> Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 133.

mevzuatına aykırı hükümler barındırıyor ise yalnızca aykırılık oluşturan hükümlerin geçersiz olabilmesi de mümkündür<sup>442</sup>.

Seçici dağıtım sözleşmesi kapsamında, rekabet mevzuatına aykırı hükümler düzenlenmiş ise öncelikle tarafların iradesini incelemek gerekir. Eğer tarafların ilgili hükümler bulunmasaydı sözleşmeyi hiç akdetmeyecekleri sonucuna varılıyorsa sözleşmenin tamamı kesin hükümsüz sayılabilecektir. Seçici dağıtım sözleşmesi bakımından, sıklıkla sağlayıcının pazarı kapama etkisi bulunan sınırlamaları bayiye getirmesi nedeniyle bu hükümlerin gündeme gelebilmesi mümkündür. Fakat, bu durumda çoğu zaman bayinin bu hükümler olmasaydı sözleşmeyi akdetme iradesinin bulunmayacağını söylemek güçtür. Hatta, böyle bir durumda çoğu zaman bayi hükmün geçersizliğini ileri sürerek taahhüdü yerine getirmekten kaçınmaya çalışır. Bu nedenle, sözleşmenin tamamının geçersiz sayılması istisnai hallerde mümkün olabilir. Örneğin hem seçici dağıtım sistemi hem de münhasır dağıtım sistemi uygulayan bir sağlayıcının, bayiye münhasır bir alan vermesi halinde bu husus gündeme gelebilir. Elbette, bu durumda sözleşmenin bireysel muafiyet şartlarından yararlanmaması gerekir.

Diğer taraftan, rekabet etmeme yükümlülüğünün sözleşmenin diğer kısımlarından ayrılabilirdiği tespit ediliyor ise yalnızca ilgili hükmün muafiyet kapsamı dışında kalacağından bahsetmiştik. Dolayısıyla, bir seçici dağıtım sözleşmesinde, belirli bir rakip markanın ürününü satmayı engelleyen bir rekabet etmeme yükümlülüğü, bireysel muafiyet koşullarından faydalanamıyorsa kural olarak kısmi geçersiz sayılır. Sözleşme içerisinde rekabet etmeme yükümlülüğü beş yıldan fazla süre ile getirilmiş ise bu durumda TTK'nın 1530. maddesinin kıyasen uygulanması gerektiği kabul edilir. Başka bir deyişle, azami hadde indirme ilkesi

---

<sup>442</sup> Gürzumar, “4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. Maddesine Aykırı Sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi”, s. 58; Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 106; Ünal, “Rekabet Hukukunun Sözleşme İçeriğini Belirleme Özgürlüğüne Müdahalesi”, s. 412.

kabul edilerek, yalnızca azami sürenin üzeri için geçersizlik uygulanmalıdır<sup>443</sup>. Bu durumda da sözleşme kısmi hükümsüzlükten faydalanmış sayılacaktır.

Bir sözleşmenin kısmi geçersiz olması halinde, sözleşmenin kalan kısmı geçerli olacağından, taraflar kalan kısmı için hak ve borçlarını yerine getirmekle yükümlü olmaya devam edeceklerdir<sup>444</sup>.

---

<sup>443</sup> Sanlı, “Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları: Genel Bakış ve Sorunlar”, s. 28; Yeşil, *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*, s. 137.

<sup>444</sup> Küçükayhan Aşçıoğlu, *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri*, s. 107.

## SONUÇ

Bu tezin temel araştırma konusu, seçici dağıtım sistemi sözleşmelerinin Türk borçlar hukuku çerçevesinde incelenerek sözleşmeye uygulanacak hukuk kurallarının ve tarafların söz konusu sözleşmeden doğan hak ve borçlarının analiz edilmesidir. Bu kapsamda, temel olarak borçlar hukuku mevzuatı çerçevesinde bir inceleme yapılmış olsa da kimi zaman konu ile ilgili HMK, TTK veya TKHK gibi diğer mevzuat hükümlerinden de yararlanılmıştır.

Rekabete olumsuz etkileri nedeniyle seçici dağıtım sözleşmeleri rekabet hukuku mevzuatının da konusudur. Rekabet hukuku mevzuatının, tarafların sözleşme kapsamındaki yükümlülüklerini sınırlandıran veya şekillendiren önemli kuralları bulunur. Bu nedenle, rekabet hukuku mevzuatı çerçevesinde tarafların hak ve yükümlülüklerine nasıl müdahale edildiği ve rekabet hukukuna aykırı akdedilen sözleşmeye uygulanacak geçersizlik yaptırımını analiz edilmiştir. Bu kapsamda; RKHK ile Kılavuz hükümleri, Rekabet Kurulu kararları ve Avrupa Komisyonu uygulamalarından yararlanılmıştır.

Seçici dağıtım sözleşmesi; sağlayıcının, ürünleri yeniden satıcıya satmayı ve seçici dağıtım ağı dışındaki diğer kişilere satmamayı taahhüt ettiği; bayinin ise ürünleri seçici dağıtım ağı içerisinde bulunan bir teşebbüse veya son kullanıcılara satabildiği, ancak yetkisiz yeniden satıcılara satmamayı taahhüt ettiği ve sözleşme süresi boyunca sağlayıcı ile anlaşılan standartlara uymakla yükümlü olduğu sözleşme olarak tanımlanabilir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere sözleşmenin diğer dağıtım sözleşmelerinden en önemli farkı seçici dağıtım ağının kurulmasıdır. Seçici dağıtım ağının kurulması taraflar arasındaki ticari ilişkinin temelini değiştirdiği gibi tarafların bu sözleşmeye özgü hak ve yükümlülüklerinin oluşmasına da neden olmaktadır. Bu nedenle, seçici dağıtım sözleşmesini diğer dağıtım sözleşmelerinden ayıran yönlerinin bulunduğu ve ayrı bir sözleşme tipi olarak ele alınması gerektiğini söylemek mümkündür.

Seçici dağıtım sözleşmelerinde sağlayıcı bayilere dikey sınırlamalar getirir. Bu dikey sınırlamalar gerek kriterlerin uygulanmasından gerekse talimatlardan kaynaklanabilir. Bu nedenle, her ne kadar seçici dağıtım sözleşmesinde bayi, kendi adına ve hesabına faaliyet gösterse de sağlayıcı tarafından ticari ilişkiye müdahale edilen çok fazla konu bulunur.

Seçici dağıtım sözleşmesi, kanunlar ile düzenlenmemiş atipik bir sözleşme olmasına karşılık kanunlar ile düzenlenen vekâlet, satış, adi ortaklık, lisans ve acentelik sözleşmeleri ile benzerlikleri bulunur. Bu doğrultuda, seçici dağıtım sözleşmesine uygun düştüğü ölçüde bahsi geçen sözleşmelere ilişkin hukuk kuralları uygulanmalıdır.

Seçici dağıtım sözleşmeleri, çerçeve sözleşmeler olarak akdedilmektedir. Hukuki ilişki gereğince, taraflar arasında münferit sözleşmeler akdedileceğinden, seçici dağıtım sözleşmesinin çerçeve kuralları hem tarafların sürekli nitelikteki hukuki ilişkisine hem de münferit satış sözleşmelerine uygulanabilecektir. Kural olarak, çerçeve sözleşmeler münferit sözleşme akdetme yükümlülüğü getirmese de seçici dağıtım sözleşmelerinde iş birliğinin yoğunluğu nedeniyle tarafların münferit sözleşme akdetme yükümlülüğünün bulunduğu kabul edilmelidir.

Seçici dağıtım sözleşmeleri, uygulamada standart sözleşme olarak kullanılır. Bu nedenle, sözleşme hükümlerinin genel işlem koşulu sayılabilmesi mümkündür. Hükümlerin, yazılmamış sayılma veya geçersiz sayılma yaptırımları ile karşı karşıya kalmaması için sağlayıcı ile bayi arasında hükümlerin yalnızca müzakere edilerek sözleşmenin imzaya açılması yeterli değildir. Bu doğrultuda, sağlayıcı tarafından bayiye açıkça bilgi vermesi, bunların içeriğini öğrenme imkânı sağlanması ve karşı tarafın da genel işlem koşullarını kabul etmesi gereklidir. Her halükârda dürüstlük kuralına aykırı olacak şekilde düzenleme yapılmamalıdır.

Seçici dağıtım sözleşmesi, atipik bir sözleşme olduğu için herhangi bir şekil şartına tabi değildir. Ancak gerek HMK'dan doğan ispat şartı nedeniyle gerekse

SMK veya FSEK'ten kaynaklanan hükümlerin çoğu zaman sözleşme içerisinde bulundurulması gerekeceğinden, sözleşmenin yazılı yapılması gerekir.

Seçici dağıtım sözleşmeleri, dağıtım sözleşmeleri arasından tek satıcılık, franchise ve acentelik sözleşmeleri ile benzerlik göstermektedir. Ancak, özellikle seçici dağıtım sözleşmelerinde, tarafların iş birliğinin seçici dağıtım ağından kaynaklanması nedeniyle, ticari ilişkinin dinamikleri ve kurulma şekilleri arasında ciddi farklılıklar bulunur. Bu farklılık, seçici dağıtım sözleşmesini dağıtım sözleşmeleri içerisinde ayrıca başlıklandırma ihtiyacını doğurmaktadır.

Sağlayıcı tarafından getirilen kriterlere uyum sağlamak için bayi çoğu zaman yatırım yaparak sisteme dahil olur. Bayinin bu yatırımı yapmasının en önemli nedeni, yatırımlarının karşılığını alabilme ihtimalinin yüksek olmasıdır. Dolayısıyla, bayi hem sisteme hem de sağlayıcıya güvenerek bu ilişkiye girer. Bu güven ilişkisinden dolayı, sağlayıcının da bayiye karşı bir sadakat yükümlülüğü bulunur. Bu sadakat yükümlülüğü dolayısıyla, sağlayıcının bayilerine eşit ticari koşulları sunma yükümlülüğünün bulunduğu kabul etmek gerekir.

Bununla birlikte, diğer dağıtım sözleşmeleri ile benzer olarak bayinin de sözleşme konusu ürünleri satın alma yükümlülüğü, sürümü artırıcı pazarlama faaliyetlerinde bulunma yükümlülüğü ve sağlayıcının menfaatlerini koruma yükümlülüğü bulunur. Fakat, diğer dağıtım sözleşmelerinden farklı olarak ürünleri yalnızca sağlayıcı ve seçici dağıtım ağındaki satıcılardan alma yükümlülüğü, seçici dağıtım ağı dışında kalan yeniden satıcılara satış yapmama yükümlülüğü ve sağlayıcı tarafından belirlenen kriterlere uyma yükümlülüğü bulunur.

Bayinin ürünleri yalnızca sağlayıcıdan veya seçici dağıtım ağındaki satıcılardan satın alma yükümlülüğü, sağlayıcının ürünlerin kalitesini garanti etme yükümlülüğünün de karşılığı sayılabilir. Bununla birlikte, bayinin bu yükümlülüğe uyabilmesi için sağlayıcı, seçici dağıtım ağında bulunan yetkili bayileri bayisine bildirme külfeti altındadır. Bu bildirim, bayinin yetkisiz satıcılara satış yapmama

yükümlülüğü bakımından da önem arz eder. Ancak özellikle internet satışları bakımından, bayinin satışı bir tüketiciye mi bir yeniden satıcıya mı yaptığını kontrol edebilmesi her zaman mümkün değildir. Uygulamada, bu problemin önüne geçilebilmesi için bayilere tek seferde satılacak ürün adedi ve bir kişiye toplam satılacak ürün adedi bakımından sınırlama getirilir.

Bayinin kriterlere uyma yükümlülüğü ise seçici dağıtım sisteminin bir özelliğinden kaynaklanır. Söz konusu yükümlülük, sağlayıcının kriterleri sağlamayan satıcıları seçici dağıtım ağına kabul etmemesi taahhüdünün de bir karşılığıdır. Sağlayıcı tarafından getirilen kriterler nitel veya nicel kriterler olabilir. Bu kriterlerin uygulanması aynı zamanda rekabet hukuku kurallarına tabidir.

Seçici dağıtım sözleşmeleri, sürekli borç ilişkisi kuran sözleşmelerdir. Bu doğrultuda, sözleşme kendiliğinden sona ermiyor ise yalnızca fesih yolu ile sona erdirilebilir. Eğer sözleşme belirsiz süreli akdedilmiş veya belirsiz süreli hale gelmiş ise bildirim sürelerine uygun olarak sözleşme sona erdirilebilir. Ancak, bildirim süresi taraflar arasındaki ilişkinin somut durumuna göre belirlenebilir. Diğer taraftan, sözleşmenin belirli süreli veya süresiz olması önem arz etmeksizin hukuki ilişkideki bir değişkenin haklı sebep oluşturması halinde, taraflardan her biri sözleşmeyi daima sona erdirebilir. Seçici dağıtım sözleşmeleri karşılıklı güvene dayalı kurulduğundan, tarafların kusurlarından kaynaklanan haklı sebepler genellikle güven ilişkisini ortadan kaldıran sebeplerdir. Taraflardan birinin bu nedenlerle sözleşmeyi feshetmek istemesi halinde çoğu zaman fesheden tarafın tazminat talep etme hakkı da bulunmalıdır.

Seçici dağıtım sözleşmelerinin dikey anlaşma niteliği nedeniyle, bu sözleşmeler RKHK'nın 4. maddesi kapsamındadır. Zira, sözleşmenin rekabete olumsuz etkileri bulunur. Kural olarak, RKHK'nın 4. maddesinde yer alan anlaşmalar hukuka aykırı ve geçersizdir. Bununla birlikte, sözleşmenin etkinliği sağlamaya yönelik rekabete olumlu etkileri de bulunduğundan, sözleşme

RKHK'nın 5. maddesi kapsamında muafiyete tabi olabilir. Muafiyet, bir hukuka uygunluk sebebi olarak kabul edilir.

Sözleşmenin muafiyet kapsamında kalıp kalmadığının değerlendirmesi yapılırken, tarafların pazar payı, pazarın yapısı ve sözleşme hükümleri bakımından bir değerlendirme yapılır. Bu nedenle, rekabet hukuku kuralları tarafların hak ve yükümlülüklerine müdahale etmektedir. Özellikle, sağlayıcının seçici dağıtım ağı kurarken bayilere uyguladığı kriterler ve bayilerin sağlayıcının talimatlarına uyma yükümlülüğü kapsamında sınırlamalar bulunur.

Belirtmek gerekir ki seçici dağıtım sistemleri elektronik ticaretin artması ile daha yaygın olarak tercih edilmektedir. Bunun nedenlerinden biri ise sağlayıcının getirdiği kriterler ile bayinin elektronik ticaretine müdahale edebilme şansı bulmasıdır. Bununla birlikte, AB hukukunda Yeni VBER'in kabul edilmesi ile yalnızca seçici dağıtım sistemleri değil diğer dağıtım sistemlerinde de pazar yerleri üzerinden internet satışlarının sınırlandırılması kolaylaştırılmıştır. Türk hukukunda ise temel olarak, sağlayıcının internet satışlarına müdahale etmesine ya fiziki satışlardaki kriterlerle eşdeğer olarak kriterler getirmesi ya da markanın niteliği ya da imajı gereğince bu sınırlamanın zorunlu olması halinde izin verilir. Ancak, Türk rekabet hukuku, çoğu zaman Avrupa rekabet hukukunu takip ettiğinden gelecekte internet satışı sınırlamalarının esnetilebilmesi mümkündür.

Seçici dağıtım sözleşmesinin muafiyet kapsamında kalmaması sözleşmenin geçersizliği sonucunu doğurabilecektir. RKHK'da 2005 yılında yapılan değişiklik ile taraflara muafiyet analizini kendi kendine yapma imkânı getirilmiştir. Bu nedenle, Rekabet Kurulunun muafiyet kararının yalnızca tespit kararı olacağı ve geçersizliği etkilemeyeceği kabul edilir.

Diğer taraftan, RKHK'da 2020 yılında yapılan değişiklik ile özel mahkemelere muafiyet tespiti yapma yetkisi verildiğinden, bu sözleşmeye ilişkin tarafların mahkemeye başvurma olanağı artmıştır. Zira, bahsi geçen değişiklikten

evvel bu yetki münhasıran Rekabet Kuruluna ait olduğundan, sözleşmenin geçerliliğinin tespiti için ikili bir inceleme zorunlu idi. Bu aşamada, mahkemenin tek başına bu incelemeyi yapabilmesi her ne kadar uygulamada ekonomik analizin ne ölçüde doğru yapılabileceği hususunda kuşku uyandırsa da teorik açıdan süreç kolaylaştırılmıştır.

Seçici dağıtım sözleşmesi, muafiyet kapsamında yer almıyorsa kesin hükümsüz kabul edilmelidir. Ancak, muafiyetin Rekabet Kurulu kararıyla şarta bağlandığı hallerde askıda hükümsüzlük söz konusu olabilir. Diğer taraftan, rekabet mevzuatına göre rekabet hukukuna aykırı bir sözleşmenin tamamının RKHK'nın 4. maddesi kapsamında yasak olduğu belirtilmiştir. Buna rağmen, borçlar hukuku mevzuatına göre, bu hükümler olmaksızın sözleşmenin yapılmayacağı açıkça anlaşılırsa, sözleşme tamamen hükümsüz sayılır. Başka bir deyişle, sözleşme diğer hükümleri ile ayakta kalabiliyorsa kısmi hükümsüzlükten yararlanır ve yalnızca ilgili hükmün geçersizliği söz konusu olur.

Seçici dağıtım sözleşmeleri kapsamında hem borçlar hukuku hem de rekabet hukuku bakımından tarafların hak ve borçlarına müdahale eden kurallar yer almaktadır. Bu nedenle, sözleşmenin akdedilmesi, ifa edilmesi veya sona erdirilmesi esnasında her iki hukuk disiplininin incelenerek değerlendirme yapılması gerekir.

## KAYNAKÇA

**Aksoy, M. Nazlı.** “Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanuna Aykırılığın Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları”. Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu, 2004.

**Altınok Ormancı, Pınar.** *Sürekli Borç İlişkilerinin Haklı Sebep Feshi*. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2011.

**Aslan, İsmail Yılmaz.** *Rekabet Hukuku Teori - Uygulama - Mevzuat*. 5. Baskı. Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2017.

**Aşçıoğlu Öz, Gamze.** “Rekabet Hukukunda Dikey Anlaşmalar” içinde *Rekabet Hukuku ve Dikey Anlaşmalar 2002/2 sayılı Grup Muafiyeti Tebliği'nde Eşik Sistemine Geçiş Olası Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, editör Kerem Cem Sanlı, 1. Baskı. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2009.

**Ay, Özge.** *Otomotiv Sektöründeki Dağıtım Sözleşmelerinden Kaynaklanan Hukuki İlişkilerin Rekabet Hukuku Düzenlemeleri Açısından İncelenmesi*. 1. Baskı. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2017.

**Ayata, Yeşim.** *Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları*. Altın Basım San. Tic. Ltd. Şti. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2015.

**Ayber, Murat.** “Markaiçi ve Markalararası Rekabetin Dengelenmesi Gereken Hallerde Rekabet Otoritelerinin Yaklaşımları”. Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:42, Rekabet Kurumu, 2003.

**Barlas, Nami.** “Prof. Dr. Erdoğan Moroğlu'na 65. Yaş Günü Armağanı" içinde *Çerçeve Sözleşme Kavramı ve Çerçeve Sözleşmelerin Özellikleri*, 2. Tıpkı Bası. İstanbul: Beta Basım, 2001.

**Buetrner, Thomas, Andrea Coscelli, Thibaud Vergé, ve Ralph A. Winter.** “Selective Distribution by Luxury Goods Suppliers: A Response to Kinsella Et Al”. *European Competition Journal* 5, sy 2 (Ağustos 2009): 613-21. <https://doi.org/10.5235/ecj.v5n2.613>.

**Büyükeröglü, Gözde.** “Dikey kısıtlamalar”. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi, 2006.

**Ceylan, Ebru.** "Prof. Dr. İsmet SUNGURBEY’e ARMAĞAN" içinde *Genel İşlem Koşulları*, editör Herdem Belen ve İsmail Altay, Birinci Basım. C. Cilt 1. İstanbul: İstanbul Barosu Yayınları, 2014.

**Civan, Orhan Ersun.** *Genel İş Koşulları*. 1. Baskı. İstanbul: Beta Basım, 2015.

**Çınaroğlu, Serpil.** “Rekabet Hukukunda Dikey Birleşmeler: Etkinlik ve Rekabet”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu, 2003.

**Demir Gökyayla, Cemile.** *Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri)*. 6098 sayılı TBK, 6100 sayılı HMK, 6102 sayılı TK'ya Göre Güncellenmiş 2. Bası. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2013.

**Demirağ Aktaş, Leylan.** *Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi Halinde Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*. 1. Baskı. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021.

**Demirsatan, Barış.** *Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Sözleşmenin Haksız Olarak Sona Erdirilmesi*. 2. Baskı. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Özel Hukuk Doktora Tezleri Dizisi. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2021.

**Dirikkan, Hanife.** *Tacirler Arası İhbar ve İhtarlar*, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 4: 39-75. Sayı 1, 2002.

**Erdem, Ercüment.** “Bilgi Toplumunda Hukuk Ünal Tekinalp’e Armağan” içinde *Tek Satıcılık Sözleşmesinde Denkleştirme Tazminatı (Müşteri Tazminatı)*, C. Cilt 1. İstanbul: Beta Basım, 2003.

**Eren, Fikret.** *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. 21. Baskı. Ankara: Yetkin Basım Yayın, 2017.

**Eren, Fikret.** *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*. 2. Baskı. Ankara: Yetkin Basım Yayın, 2015.

**European Commission.** Communication From the Commission, Commission Notice Guidelines on vertical restraints. C(2022) 4238 Final. Brussels, 28.06.2022.

**Faveri, Cristiana De.** “The Assessment of Selective Distribution Systems Post-Pierre Fabre”. *Global Antitrust Review*, 2014, 35.

**Frenz, Walter.** *Handbook of EU Competition Law*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2016. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-48593-4>.

**Genç, Yasemin.** “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, *Perşembe Konferansları*, 2001. <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/persembe-konferanslari-yayinlari/perskonfyyn39.pdf>

**Girgin, Bulut, ve Merve Öner Kabadayı.** “Bir Gecede Muafiyet Dışı Kaldık: Dikey Anlaşmalardaki Grup Muafiyeti Pazar Payı Eşiği %30’a Çekildi”. *Mondaq*, 11 Kasım 2021. <https://www.mondaq.com/turkey/antitrust-eu-competition-/1130478/bir-gecede-muafiyet-d305351305-kald305k-dikey-anla351malardaki-grup-muafiyeti-pazar-pay305-e351i287i-3039a-ekildi>.

**Goyder, Joanna.** *EU Distribution Law*. Fourth Edition c. North America: Hart

Publishing, 2005.

**Gümüş, Mustafa Alper.** *Borçlar Hukuku Özel Hükümler*. 3. Bası. Cilt II c. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2014.

**Gürkaynak, Gönenç, ve Ayşe Gizem Yaşar.** “Rekabeti Kısıtlayıcı Amaç’ı Yeniden Değerlendirmek: ‘Groupement Des Cartes Bancaires v Commission’ Kararı Işığında Yeni Bir Gün”. *Rekabet Dergisi* 2015.

**Gürzumar, Osman.** “4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. Maddesine Aykırı Sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi”. *Rekabet Dergisi*, sy 4 (2002).

**Gürzumar, Osman Berat.** “4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. Maddesine Aykırı Sözleşmelerin Tabi Olduğu Geçersizlik Rejimi”. *Rekabet Dergisi*, sy. 12 (2002).

**Gürzumar, Osman Berat.** *Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan “Sistem”lerin Hukuken Korunması*. 1. Bası. Hukuk Dizisi 219. İstanbul: Beta, 1995.

**Güven, Pelin.** *Rekabet Hukuku*. Genişletilmiş 2. Baskı. Ankara: Yetkin Basımevi, 2008.

**Güvenç, Muhammed Cihan.** *6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu’na göre Acente Hukuku*. 1. Baskı. Hukuk Yayınları Dizisi 2271. Ankara: Adalet Yayınevi, 2018.

**Hatemi, Hüseyin, ve Emre Gökyayla.** *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*. 4. Bası. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2017.

**Hatemi, Hüseyin, Rona Serozan, ve Abdülkadir Arpacı.** *Borçlar Hukuku Özel*

*Bölüm.* İstanbul: Filiz Kitabevi, 1992.

**Iacobucci, Edward, ve Ralph A Winter.** “European Law On Selective Distribution And Internet Sales: An Economic Perspective”. *ANTITRUST LAW JOURNAL* 81 (t.y.): 18.

**Ilıcak, Ali.** “ABD ve Avrupa Birliği Hukuku Işığında Dikey Anlaşmaların İktisadi Analizi”, t.y., 19.

**İşgüzar, Hasan.** *Tek Satıcılık Sözleşmesi.* Ankara: Dayınlarlı Hukuk Yayınları, 1989.

**İzmirli, Mustafa Kağan.** “Cezai Şart”. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, 2010.

**Johansson, Eva.** “Selective distribution systems in practice, Jönköping International Business School”. Yüksek Lisans Tezi, Jönköping University, 2010.

**Karakurt, Alper.** *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar.* 1. Baskı. Lisansüstü Tez Serisi, No: 11. Ankara: Rekabet Kurumu, 2005.

**Karaman Coşgun, Özlem.** “Rekabetin Dikey Kısıtlanması”. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, 2006.

**Kavak, Yalçın.** "Borçlar Hukukunda Yazılı Şekil". Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2015.

**Kayihan, Şaban.** *Türk Ticaret Kanunu ve Türk Borçlar Kanunu Işığında Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi.* Gözden Geçirilmiş ve 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu ve 6102 sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu-818 sayılı Borçlar Kanunu ve

6098 sayılı Yeni Borçlar Kanunu ile Karşılaştırmalı 5. Baskı. Hukuk Dizisi 21. Kocaeli: Umuttepe Yayınları, 2018.

**Kırca, Çiğdem.** “Franchise Sözleşmeleri”. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, 1996.

**Kocayusufpaşaoğlu, Necip.** *Borçlar Hukukuna Giriş Hukuki İşlem Sözleşme.* 5. Basıdan Tıpkı 6. Bası. C. Birinci Cilt. İstanbul: Filiz Kitabevi, 2014.

**Koç, Fuat.** “AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları”, t.y., 93. <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/uzmanlik-tezleri/68-pdf>

**Korah, Valentine, ve Denis O’Sullivan.** *Distribution Agreements Under the EC Competition Rules.* North America: Hart Publishing, 2002.

**Kortunay, Nevin.** *Pazarlamada Uygulanan Rekabet Stratejilerinin Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi.* Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2013.

**Köseoğlu, Bahar Gizem.** “Avrupa Birliği Rekabet Hukukunda Dağıtım Sözleşmeleri”. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2005.

**Küçükayhan Aşçıoğlu, Meltem.** *Rekabet Hukuku ve Dağıtım Sözleşmeleri.* 1. Baskı. Ankara: Adalet Yayınevi, 2011.

**Küçükgöde, Deniz Uğur.** “6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu Çerçevesinde Genel İşlem Koşulları”. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2019.

**Lorenz, Moritz.** *An Introduction to EU Competition Law.* New York: Cambridge University Press, 2013.

**Mihăilă, Carmen-Oana.** “The Selective Distribution Agreement”. *Fiat Iustitia*, sy

1 (Ocak 2015): 90-101. [https://0-search.ebscohost.com.opac.bilgi.edu.tr/login.aspx?direct=true&db=e5h&AN=111207025&site=eds-live](https://0-search.ebscohost.com/opac.bilgi.edu.tr/login.aspx?direct=true&db=e5h&AN=111207025&site=eds-live).

**Naipoğlu, Sinan, ve Deniz Ulaş Göçen.** “Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Kapsamının Belirlenmesinde Pazar Payı Eşiği”. İçinde *Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu - VI*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Hukuk Fakültesi-Rekabet Kurumu, 2008.

**Nomer, Haluk N.** *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. Onsekizinci Baskı. İstanbul: Beta Basım, 2021.

**Oğuzman, M. Kemal, ve M. Turgut Öz.** *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. Gözden Geçirilmiş 12. Bası. C. Cilt 1. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2014.

**Özbilen, Arif Barış.** *Sözleşmelerin Şekli ve Şekil Yönünden Hükümsüzlüğü*. On İki Levha Yayıncılık, 2016.

**Petropoulos, Georgios.** “Vertical Restraints and E-Commerce”. *Concurrences Review*, sy N° 1-2018 (01 Şubat 2018): 0-0. <https://www.concurrences.com/en/review/issues/no-1-2018/law-economics/vertical-restraints-and-e-commerce-86057-en>.

**Rekabet Kurumu.** Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz (2018). <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/kilavuzlar/dikeykilavuz2018-20180330155908926.pdf>.

**Ritter, Lennart, ve W. David Braun.** *European Competition Law: A Practitioner’s Guide*. Third Edition. Kluwer Law International, 2004.

**Sak, Burak.** “Bir Üst Kavram Olarak Dağıtım Sözleşmeleri ve Bunlara Özgül

Denkleştirme İstemi Sorunu". Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2018.

**Sanlı, Kerem Cem.** "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da Yapılan 2020 Yılı Değişiklikleri: Nedenler, Kapsamı ve Olası Etkileri" içinde *7246 Sayılı Kanun ile Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da Yapılan Değişikliklerin Özel Hukuk Açısından Yansımaları ve Özellikle Muafiyet Hükümü Değişikliği*, editör Kerem Cem Sanlı, 1. Baskı. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2022.

**Sanlı, Kerem Cem.** "Rekabet Hukukunda Dikey Anlaşmaların Son 10 Yılı" içinde *Rekabet Hukukçusu Gözüyle Dağıtım İlişkilerindeki İktisadi Gelişmeler ve Rekabet Kurulu Kararları Işığında Dikey Sınırlamalara Yaklaşım*, editör Kerem Cem Sanlı, 1. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2019.

**Sanlı, Kerem Cem.** *Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*. Yüksek Lisans Tezi, Rekabet Kurumu, 2000.

**Sanlı, Kerem Cem.** "Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları: Sorunlar ve Çözüm Önerileri" içinde *Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları: Genel Bakış ve Sorunlar*" içinde, editör Kerem Cem Sanlı, 1. Baskı. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2013.

**Sanlı, Kerem Cem, ve Şahin Ardiyok.** *Şirketler İçin Rekabet Hukuku Rehberi*. 1. Baskı. İstanbul: ICC Türkiye Milli Komitesi / Yazın Basın Yayın, 2013.

**Seliçi, Özer.** *Borçlar Kanununa Göre Sözleşmeden Doğan Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi*. Fakülteler Matbaası. İstanbul, 1976.

**Şen Doğramacı, Hayriye.** "Prof. Dr. İsmet SUNGURBEY'e ARMAĞAN" içinde *Sözleşmelerin Şekli*. editör Herdem Belen ve İsmail Altay, Birinci Basım. C. Cilt 1.

İstanbul: İstanbul Barosu Yayınları, 2014.

**Şenol, A. Nilay.** *Bayilik Sözleşmesi Sona Ermesi ve Sonuçları.* İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2011.

**Tandoğan, Haluk.** *Borçlar Hukuku: Özel Borç İlişkileri.* Tümü yeniden işlenmiş ve Genişletilmiş beşinci basım'dan altıncı tıpkı basım. C. Cilt I/1. İstanbul: Vedat Kitapçılık, 2008.

**Tekinay, Selâhattin Sulhi, Sermet Akman, Halûk Burcuoğlu, ve Atillâ Altop.** *Tekinay Borçlar Hukuku Genel Hükümler.* Yeniden Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş Yedinci Baskı. İstanbul: Filiz Kitabevi, 1993.

**Temple Lang, John.** "Selective Distribution". *Fordham International Law Journal*, Article 1, Volume 8, sy Issue 3 (1984).

**Tığ, Şerife Göksun.** "Genel İşlem Şartları". Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, 2019.

**Topçuoğlu, Metin.** *Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri.* 1. Baskı. Asil Yayın Dağıtım, 2006.

**Ulmer, Peter.** *Der Vertragshändler.* Münih: C. H. Beck'sche Verlagsbuchhanlung, 1969.

**Uzunallı, Sevilay.** "Rekabet Hukukuna Göre Dağıtım Anlaşmalarında İnternette Satış Sınırlamaları". *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi* 8, sy Özel (01 Haziran 2013): 2915-60.

**Uzunallı, Sevilay.** "Rekabet Hukukunda Dikey Anlaşmaların Son 10 Yılı" içinde *Türk Rekabet Hukukunda İnternette Satış: Dikey Anlaşmalara İlişkin Yeni Kılavuz*

ve Rekabet Kurulu Kararları, editör Kerem Cem Sanlı, 1. Baskı. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2019.

**Ünal, Akın.** “Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu - VII” içinde *Rekabet Hukukunun Sözleşme İçeriğini Belirleme Özgürlüğüne Müdahalesi*, Kayseri: Rekabet Kurumu, 2009.

**Whish, Richard, ve David Bailey.** *Competition Law*. Eighth Edition. United States of America: Oxford University Press, 2015.

**Witt, Anne C.** “Restrictions on the use of third-party platforms in selective distribution agreements for luxury goods”. *European Competition Journal* 12 (01 Ocak 2016): <https://0-search.ebscohost.com.opac.bilgi.edu.tr/login.aspx?direct=true&db=edswst&AN=edswst.2369348&site=eds-live>.

**Yalçınkaya Koraltan, Tuğba.** “Seçici Dağıtım Sistemi Bağlamında Online Satış Sınırlamaları”. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2020.

**Yaşar, İlke.** “Elektronik Ortamda Yer Alan Dağıtım Sistemlerinin Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukları Açısından Değerlendirilmesi”. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi, 2010.

**Yavuz, Cevdet.** *Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)*. 13. Baskı. İstanbul: Beta, 2014.

**Yavuz, Şahin.** “Amerikan Antitröst Hukukunda Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi Sorunu: Per Se veya Rule of Reason”. Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu, 2003.

**Yelmen, Adem.** *Türk Borçlar Kanunu'na Göre Genel İşlem Şartları*. Yetkin

Basımevi. Ankara: Yetkin Basım Yayın, 2014.

**Yeşil, Tuba.** *Rekabet İhlallerinin Özel Hukuk Sonuçları*. 1. Baskı. Ankara: Seçkin Hukuk, 2021.

**Yiğit, İlhan.** “Ticaret Kürsüsü Tartışıyor: Kürsü Seminerleri I" içinde *7246 sayılı Kanun’la Yapılan Değişiklikler*, 1. Bası. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2022.

**Yüksek, Cemile.** “Seçici Dağıtım Sisteminde İnternette Satış Sınırlamaları”. Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:152, Rekabet Kurumu, 2017.

**Zevkliler, Aydın, ve Emre Gökyayla.** *Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri*. 13. Bası. Ankara: Turhan Kitabevi, 2013.

### **Konferanslar**

**Kekevi, Gökşin.** Alıcıların İnternette Satışlarına Getirilebilecek Kısıtlamalar. Uygulamalı Rekabet Hukuku Seminerleri 2019, İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2019.

**Ünal, Orhan.** Taslak VBER’in (Vertical Block Exemption Regulation – Dikey Grup Muafiyeti Düzenlemesi) AB Rekabet Hukuku’nda Getirdikleri ve Türk Rekabet Hukuku Üzerindeki Olası Etkileri. Uygulamalı Rekabet Hukuku Seminerleri 2022, İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2022.

### **Kararlar**

**ABAD.** Coty Germany GmbH v Parfümerie Akzente GmbH, No. Case C-230/16 (ABAD 06 Aralık 2017).

**ABAD.** Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG v Commission of the European Communities, No. Case 75/84. (ABAD 22 Ekim 1986).

**ABAD.** Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v Président de l’Autorité de la

concurrence and Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, No. Case C-439/09 (ABAD 13 Ekim 2011).

**Berlin Eyalet Mahkemesi.** LG Berlin, 21.04.2009 - 16 O 729/07 Kart.

**Rekabet Kurulu.** 08.03.2018 tarihli ve 18-07/112-59 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 08.05.2008 tarihli ve 08-32/401-136 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 09.09.2009 tarihli ve 09-41/987-249 sayılı kararı.

**Rekabet Kurulu.** 11.04.2019 tarihli ve 19-15/203-90 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 14.11.2019 tarihli ve 19-40/656-281 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 15.02.2018 tarihli ve 18-05/74-40 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 15.11.2006 tarihli ve 06-84/1059-306 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 16.12.2021 tarihli ve 21-61/859-423 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 19.03.2020 tarihli ve 20-15/215-107 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 22.08.2017 tarihli ve 17-27/454-195 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 23.09.2010 tarihli ve 10-60/1251/469 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 27.02.2020 tarihli ve 20-12/143-79 sayılı karar.

**Rekabet Kurulu.** 27.09.2017 tarihli ve 17-30/487-211 sayılı karar.

**Yargıtay 11. HD., E. 2020/4077 K. 2021/3351 T. 06.04.2021 – Yargıtay Kararı.**

E.T.: 30.07.2022. <https://lib.kazanci.com.tr/kho3/ibb/files/dsp.php?fn=11hd-2020-4077.htm&kw=`TTK+18/3`&cr=yargitay#fm>

**Yargıtay 19. HD., E. 1995/11898 K. 1996/2975 T. 23.03.1996 – Yargıtay Kararı.**

E.T.: 09 Ocak 2022. <http://www.lexpera.com.tr/ictihat/yargitay/19-hukuk-dairesi-e-1995-11898-k-1996-2975-t-23-03-1996>.

## İnternet Siteleri

<https://bilgimerkezi.yeditepe.edu.tr/>

<https://dergipark.org.tr/>

<https://library.bilgi.edu.tr/en/>

<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

<https://sozluk.gov.tr/>

<https://www.concurrences.com>

<https://www.kazanci.com.tr/>

<https://www.lexpera.com.tr/>

<https://www.mevzuat.gov.tr/>

<https://www.mondaq.com/>

<https://www.rekabet.gov.tr/>