

T.C.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Özel Hukuk Anabilim Dalı

FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK  
HUKUK

SEVGİ TÜRKMEN  
2501151070

TEZ DANIŞMANI  
PROF.DR.B.BAHADIR ERDEM

İstanbul, 2015  
İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	v
GİRİŞ.....	1

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **GENEL OLARAK FRANCHISING SÖZLEŞMELERİ**

I.FRANCHISING KELİMESİNİN AÇIKLANMASI.....	3
II. FRANCHISING SİSTEMİNİN TARİHİ.....	3
A.DÜNYADA FRANCHISING SİSTEMİ.....	3
1.Franchising Sisteminin Oluşmasında İlk Adımlar.....	3
2.Franchising Sisteminin Modern Anlamda Doğuşu.....	4
B.TÜRKİYE’DE FRANCHISING SİSTEMİNİN TARİHİ.....	6
II. FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNDE TARAFLAR.....	7
III. FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN ÖZELLİKLERİ.....	8
IV.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN BENZER SÖZLEŞME TURLERİYLE KARŞILAŞTIRILMASI.....	11
A.Tek Satıcılık Sözleşmeleriyle Karşılaştırılması.....	11
B.Acente Sözleşmeleriyle Karşılaştırılması.....	13
C.Lisans Sözleşmeleriyle Karşılaştırılması.....	13
V.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN SONA ERMESİ.....	15
A.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN SONA ERME SEBEPLERİ.....	15
1.Belirli Süreli Franchising Sözleşmelerinde Sürenin Dolması.....	15
2.Franchising Sözleşmelerinin Olağan Feshi.....	15
3.Franchising Sözleşmelerinin Olağanüstü Feshi.....	16

4.Franchising Sözleşmelerinin Kendiliğinden Sona Ermesi.....	17
B.FRANCHISING SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİNİN SONUÇLARI.....	17

## İKİNCİ BÖLÜM

### FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN TÜRLERİ VE TARAFLAR AÇISINDAN DOĞURDUĞU SONUÇLAR

I.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN TÜRLERİ.....	19
A.UYGULANDIKLARI ÜLKELERE GÖRE FRANCHISING.....	19
1.Ulusal Franchising.....	19
2.Uluslararası Franchising.....	19
B.FRANCHISING İŞLEMLERİNİN İÇERİĞİ VE NİTELİĞİ AÇISINDAN FRANCHISING.....	20
1.Ürün ve Marka Franchise.....	20
2.İşletme Sistemi Franchise.....	20
II.FRANCHISING SİSTEMİNİN TARAFLAR AÇISINDAN MÜSBET VE MENFİ YÖNLERİ.....	21
A.Franchise Veren Açısından Müsbet Yönleri.....	21
B.Franchise Veren Açısından Menfi Yönleri.....	22
C.Franchise Alan Açısından Müsbet Yönleri.....	22
D.Franchise Alan Açısından Menfi Yönleri.....	23
III. FRANCHISING SÖZLEŞMESİNDE TARAFLARIN HAK, BORÇ VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ.....	24
A.TARAFLARIN HAKLARI.....	24
1.Franchise Verenin Hakları.....	24

2.Franchise Alanın Hakları.....	25
<b>B.TARAFLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ.....</b>	<b>25</b>
1.Franchise Verenin Yükümlülükleri.....	25
2.Franchise Alanın Yükümlülükleri.....	25
<b>C.TARAFLARIN BORÇLARI.....</b>	<b>26</b>
1.Franchise Verenin Borçları.....	26
a.Sözleşme Öncesi Açıklama ve Franchise Alanı Aydınlatma Borcu.....	26
b.Üretim, İşletme ve Pazarlama Sistemini Franchise Alana Sunma ve Yararlanmasını Sağlama Borcu.....	26
c.Mal veya Malzemeleri Teslim Borcu.....	27
d.Franchise Alanı Koruma ve Destekleme Borcu.....	27
2.FRANCHISE ALANIN BORÇLARI.....	27
a.Ücret Ödeme Borcu.....	27
b.Kendisine Sunulan Gayri Maddi Malları Kullanma Borcu.....	28
c.Sözleşme Konusu Mal veya Hizmetlerin Sürümünü Yapmak ve Arttırmak İçin Faaliyette Bulunma Borcu.....	28

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK HUKUK**

I.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ VE BU SÖZLEŞMELERE UYGULANACAK BİR KANUN OLUP OLMADIĞI.....	30
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

II.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK HÜKÜMLER BAKIMINDAN SÖZLEŞMENİN NASIL DÜZENLENMESİ GEREKLİLİĞİ.....	31
III.YABANCI UNSURLU FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK HUKUK.....	32
A.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNDE YABANCI UNSUR.....	33
B. FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK HUKUK KONUSUNDA AÇIKLAMALAR.....	33
1.Taraf İradelerine Göre Sözleşmeye Uygulanacak Hukukun Tespiti.....	34
2.Taraflarca Hukuk Seçimi Yapılmamış Olması Halinde Uygulanacak Hukukun Tayini.....	39
SONUÇ.....	45
<b>BİBLİYOGRAFYA.....</b>	<b>47</b>

## KISALTMALAR

a.g.e. : Adı Geçen Eser

a.g.m. : Adı Geçen Makale

A.K.Ü.İ.İ.B.F : Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi

AÜHFD : Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi

bkz. : Bakınız

C. : Cilt

Çev. : Çeviren

D.E.Ü.İ.İ.B.F. : Dokuz Eylül İktisadi İdari Bilimler Fakültesi

E: Esas

H.D. : Hukuk Dairesi

İ.Ü.S.B.E. :İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

K: Karar

m. : Madde

MK : Medeni Kanun

MÖHUK: Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun

MTO: Milletlerarası Ticaret Odası

M.Ü.H.F.H.A : Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları

p.: page

pp.:pages

RG: Resmi Gazete

S. :Sayı

sf. : Sayfa

TBK: Türk Borçlar Kanunu

TTK: Türk Ticaret Kanunu

## GİRİŞ

Sanayi devrimiyle birlikte teknolojinin ilerlemesi, ulaşım imkânlarının gelişmesi, mal ve hizmetlere ulaşabilmenin de kolaylaşmasıyla tüketicilerin tercih edebilecekleri seçenekler de artmıştır<sup>1</sup>. Bunun sonucu olarak, üretimin artmasıyla birlikte tüketici ihtiyaçları daha kaliteli ve tanınmış mallara yönelmiş, bu da mal ve hizmet sahiplerinin bu mal ve hizmetlerini daha geniş kitlelere ulaştırma ihtiyacını doğurmuştur<sup>2</sup>.

Bir üretici malını dış pazarlarda doğrudan endüstriyel kullanıcılara satabilir; ancak birçok tüketim malları için bu tip bir kanal genellikle uygun değildir. Genellikle mallar dış ve bazen ise iç pazarlarda son tüketicilere çeşitli araçlar vasıtasıyla ulaştırılır<sup>3</sup>. İşbu üretilen malların dağıtımını sağlayan en önemli kanallardan biri de franchising sistemidir.

Franchising, tanınmış, kendi alanlarında başarılı olmuş, kaliteli ürün veya hizmet üreten firmaların ürün veya hizmetinin ülke içinde ya da dışında ana firmayla tutarlı olarak, aynı görünümdeki mağazalarda üretilmesini, dağıtılmasını ve belirli standartlar dâhilinde kullandırılmasını sağlayan bir pazarlama ve dağıtım yöntemidir<sup>4</sup>.

Franchising sistemi ile büyük işletme ve markalar, uluslararası pazarlara önemli avantajlar sağlayarak girme imkânı elde ederken, küçük işletmeler ise kendini ispatlamış bir isim ve markanın destek ve güvencesini alma ve büyük işletmelerin sağladığı olanaklardan yararlanma yoluyla piyasada tutunabilme ve büyüyebilme imkânına kavuşmuştur<sup>5</sup>.

İşbu çalışmada esasen franchising sözleşmelerine uygulanacak hukuk üzerine yoğunlaşmıştır ancak franchising sözleşmelerinin kendine özgü yapısı ve yasal olarak düzenlenmemiş-isimsiz- sözleşmeler olmalarından ötürü, ilk bölümde Franchising sözleşmesi kapsamında “franchising” kavramının anlamı sorgulanacak

---

<sup>1</sup>Dilber, ULAŞ, **Franchising Sistemi**, Ankara, Nobel Yayın ve Dağıtım, 1999, sf.1.

<sup>2</sup>Çiğdem, KIRCA, “**Franchise Sözleşmesi**”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Doktora tezi, Ankara, 1996, sf.27.

<sup>3</sup>Murat, ÖZCAN, **Uluslararası Pazarlama**, 3.bası, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 2010, sf.173.

<sup>4</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.2.

<sup>5</sup> Suphi, ASLANOĞLU “**Bir Büyüme Stratejisi Olarak Franchising Sistemi; Firmalar Açısından Önemi, Mevzuat Boyutu ve Muhasebe Uygulaması**”, A.K.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, C.IX, S.1, 2007, sf.(71-94), sf.72.

ve Franchising'in tarihi gelişimi, genel olarak özellikleri, benzer sözleşmelerle karşılaştırılması ve sona ermesi ele alınacaktır. Daha sonraki bölümde ise Franchising sözleşmelerinin türleri ve taraflar açısından etkilerinden bahsedilecektir. nc bölüme geldiğimizde ise, Franchising Sözleşmelerine uygulanacak hukuk konusunu etraflıca ele alıp, bu hususta görüşlerimizi ifade ederek çalışmamızı tamamlayacağız.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### GENEL OLARAK FRANCHISING SÖZLEŞMELERİ

#### I.FRANCHISING KELİMESİNİN AÇIKLANMASI

Türkçe karşılığı “imtiyaz” olan franchising İngilizce bir kelime olup Fransızca “affranchir” –kelime anlamı: “hür, serbest, bağımsız”<sup>6</sup>- kelimesinden türetilmiştir. Türkçe karşılığı “imtiyaz” olan franchise karşısında franchise verme sözcüğünden türetilen franchisor ise “franchising imtiyaz verme” olarak Türkçeye çevrilebilir<sup>7</sup>. Franchising sözleşmelerine ilişkin olarak franchisor ve franchisee gibi taraflardan ise ilerleyen başlıklarda bahsedilecektir.

#### II. FRANCHISING SİSTEMİNİN TARİHİ

##### A.DÜNYADA FRANCHISING SİSTEMİ

###### 1.Franchising Sisteminin Oluşmasında İlk Adımlar

Franchising sisteminin tarihi gelişimi konusunda çeşitli kaynaklarda farklı görüşler ileri sürülmektedir. Bir görüşe göre franchising, “Ortaçağ’da kilise yetkililerinin belirli bir bölgede vergi toplayabilmek için hükümete bir miktar para ödemeleri” anlamında kullanılmış ve vergi toplama yöntemlerine yeni bir düzenleme getirilmesiyle 1562’de son bulmuştur. Diğer bir görüşe göre ise franchising, Ortaçağ krallıklarında serbestlik, imtiyaz verme olarak oldukça dar bir kapsamda kullanılmıştır. Kralın bir ürünü satması ya da bir hizmeti sunması hakkını bir kişiye vermesiyle ürün ya da hizmetin tek olması sağlanmış, imtiyaz alan kişi bunun karşılığında krala vergi ödemiştir<sup>8</sup>. Birçok yazar da sistemin temel haliyle ortaçağ döneminde kullanılmaya başlandığını savunmaktadır<sup>9</sup>.

İşte, belli bir bedel karşılığında, önceden belirlenmiş bir yerde, bir durumu ticari ve ekonomik anlamda değerlendirmek üzere verilen bu hak ve özgürlükler çağlar

<sup>6</sup>Bkz., [www.oxforddictionaries.com/translate/french-english/affranchir](http://www.oxforddictionaries.com/translate/french-english/affranchir) (erişim tarihi:04.12.2015)

<sup>7</sup>Aysan E.,DOĞANER, "Franchising'in ABC'si", (çevrimiçi), erişim tarihi:04.12.2015, [www.ucanbalon.com.tr/dosya/FranchiseABCsi.pdf](http://www.ucanbalon.com.tr/dosya/FranchiseABCsi.pdf) , sf.2.

<sup>8</sup> Ulaş, a.g.e., sf.10.

<sup>9</sup>Bkz., John, STANWORTH/Brian, SMITH, **Franchising-Başarılı Markalar ve Siz**, Çev. Ercan GÜRVİT, İstanbul, Epsilon Yayıncılık, 1995, sf.9.; Harun, KILIÇ "Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Açısından Franchising Sözleşmesi", İ.Ü.S.B.E. Avrupa Topluluğu'nun Hukuki Yapısı yüksek lisans tezi, İstanbul, 2001, sf.21.

boyunca franchising'in temelini oluşturmuştur<sup>10</sup>. 18.yüzyılda gelişen ve günümüzde bira üreticileri ile bar sahipleri arasında yapılan sözleşmeler franchising'in ilk örnekleri olarak kabul edilmiştir. Bira fabrikaları bar sahiplerinden topladıkları kiralardan sağladıkları finansmanla üretim kalitelerini arttırarak geliştirmişler ve kendi satış birimlerini oluşturmuşlardır<sup>11</sup>.

## 2.Franchising Sisteminin Modern Anlamda Doğuşu

Franchising ortaçağda, İngiltere'de ortaya çıkmış olsa da Amerika'da daha hızlı bir gelişme göstermiştir<sup>12</sup>. Franchising sistemi modern anlamda II. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD'de uygulanmaya başlanmış ve oradan tüm Dünyaya yayılmıştır<sup>13</sup>. 1800'lü yılların ortalarında çok ucuz fiyatla mal satmalarını sağlayacak seri üretim ünitesi kuran Singer, dikiş makinesi tamir bakım ve yedek parça hizmetlerini ekonomik bir biçimde, merkezi olarak yürütemediği için bağımsız işletmelere, tanımlanmış bir bölge içinde satış yapma ve satış sonrası hizmet sunma haklarını veren bir franchising sistemi oluşturmuştur<sup>14</sup>. Singer projesinden sonra diğer firmalar da piyasaya nüfuz etme güçlerini arttırmak için, franchising sistemini kullanmaya başlamışlardır. General Motors Şirketi'nin yeni bir yatırıma ihtiyaç duyulmadan, satış noktalarını arttırmak amacıyla, bağımsız işletmeleri kullanmaya başlaması, bunun ilk örneklerinden biridir<sup>15</sup>.General Motors'u "drugstore<sup>16</sup>" tarzındaki mağazalarını yaygınlaştırmada franchising'i kullanan Rexall izlemiştir<sup>17</sup>. İlk franchise'ların içinde başarılı olanlardan biri de meşrubat şişeleme endüstrisiydi. Coca Cola, Pepsi ve 7up ekonomik bir yayılma metodu olarak franchising kullanımını başlattılar<sup>18</sup>. 1930'lara geldiğimizde oluşan ekonomik koşullar<sup>19</sup> nedeniyle ABD'deki petrol şirketleri, istasyonlarını franchise birimleri şeklinde işletme kararı aldılar. 1950'lere kadar franchise kullanım hakkı veren firmaların

<sup>10</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e., sf.9.

<sup>11</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.11.

<sup>12</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.11.

<sup>13</sup> Zerrin, ÂRVASI, "Franchise Sözleşmesi -Contract of Franchising", Ankara Barosu Dergisi, S.4, 2000, sf.(135-151), sf.135.

<sup>14</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e., sf.11.

<sup>15</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.22.

<sup>16</sup> Drugstore, ilaç, yiyecek, kozmetik gibi çeşitli ürünleri satan dükkân anlamına gelmektedir. Bkz: [i.word.com/ictionary/drugstore](http://i.word.com/ictionary/drugstore) (erişim tarihi:04.12.15)

<sup>17</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e., sf.11.

<sup>18</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e.,sf.12.

<sup>19</sup> Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz: [tr.wikipedia.org/wiki/1929\\_Dunya\\_Ekonomik\\_Bunalımı](http://tr.wikipedia.org/wiki/1929_Dunya_Ekonomik_Bunalımı)

çoğunluğu bu yöntemi hâlihazırda mevcut mal ve hizmetlerin dağıtımında kullanılan verimli bir metot olarak gördüler. Araba üreticileri, petrol şirketleri ve meşrubat dağıtıcılarının tümü bu geleneksel veya ilk uşak denilebilecek üretim franchising sistemine birer örnektirler<sup>20</sup>.

Modern ekonomi, II. Dünya Savaşından sonra, tekniğin ilerlemesi, iş bölümünün yaygınlaşması, üretim ve buna bağlı olarak rekabetin artmasıyla daha da belirginleşmiştir. Üretimin artmasıyla mal ve hizmetlerin tüketicilere sunulmasında kullanılan klasik dağıtım metotları modern ekonomide yeterli olmamaya başlamıştır<sup>21</sup>.

1950'lerde franchising'te yaşanan patlama "işletme sistemi franchising"i olarak bilinen ikinci kuşak franchise'a bağlanmaktadır<sup>22</sup>. İşletme sistemi franchising'inde franchise veren ve alan arasında sadece ürün, servis ve marka alanında değil, bir bütün olarak işletme sistemi içerisinde pazarlama ve üretimle ilgili tüm faaliyetleri de içeren bir işbirliği yapılmaktadır. Daha basit bir anlatımla, bu tür franchising "akıl satmak" olarak tanımlanabilir<sup>23</sup>. Oteller, restoranlar, perakende satış mağazaları, kiralama ve danışmanlık hizmetleri, yüzme havuzu satışları bu sınıflandırma içerisinde yer almaktadır<sup>24</sup>.

Bir hamburger restoran zinciri olup 1955'te faaliyete geçen Wimpy İngiltere'de kurulan ilk işletme sistemi franchising'i idi. 1958'de İngiltere'ye ithal edilen bir başka franchise ise halı ve döşeme temizliği konusunda faaliyet gösteren ServiceMaster idi<sup>25</sup>.

---

<sup>20</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e., sf.13.

<sup>21</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.23.

<sup>22</sup> STANWORTH/SMITH, a.g.e., sf.13.

<sup>23</sup> Antony W., DNES, "Franchise Contracts", The Nottingham Trent University, 1999, pp.(1092-1103), p.1092: "Franchise verenin franchise alana kopyalaması için bir marka adı ve model sağladığı işletme sistemi franchising, franchising'in büyüyen sektördür ve araç kiralama ve fast food restaurantları gibi işletmeleri çatısında toplamaktadır. İşletme sistemi franchising ile bayilik arasındaki farkların çoğu(örneğin petrol ve arabalar) üreticilerin satıcıları için geniş bir destekler dizisi sağlaması ile zamanla kaybolmuştur."

<sup>24</sup> DOĞANER, a.g.e., sf.10; **Article Two of the Uniform Commercial Code and Franchise Distribution Agreements**, Duke Law Journal, Vol. 1969:959, pp.(959-1009). <http://scholarship.law.duke.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2243&context=dli> (çevrimiçi), Erişim Tarihi: 20.12.2015.

<sup>25</sup> STANWORTH/SMITH, a.g.e., sf.14.

1960'lara gelindiğinde, hükümet düzenlemelerinin olmaması, franchise alanlara yeterli eğitimi verilmemesi, yer seçiminin kötü yapılması, franchise veren firmanın franchise alan yatırımcıya yönetim desteği sağlamaması ve ABD için 1964'de vuku bulan ekonomik kriz nedenleriyle<sup>26</sup> gelişmekte olan franchising olumsuz etkilenmiş olsa da daha sonra franchising hususunda birliklerin ihdası franchising sistemine parlaklığını yeniden vermiştir.

## B.TÜRKİYE'DE FRANCHISING SİSTEMİNİN TARİHİ

Türkiye'de franchising sistemi yıllardır ilk kuşak veya geleneksel franchising denilen ve bir ürün veya ticari ismin imtiyazı olarak kullanılan şekli ile bayilik, mümesillik olarak varlığını sürdürmüştür<sup>27</sup>. İlk olarak 1960'lı yıllarda şehirlerarası yolcu taşımacılığının gelişimi ile önem kazanmıştır. Buna bağlı olarak benzin istasyonlarının oluşumu, otobüs firmaları ve bu firmalara ait bilet satışı belirli şartlar ve sınırlamalarla diğer şehirlerdeki bağımsız ofislere verilmiştir<sup>28</sup>. 24 Ocak 1980 kararları ile birlikte bürokratik engellerin ortadan kaldırılması ve yabancı yatırımcılara eşit haklar verilmesi, uluslararası franchising firmaları tarafından ilgi ile karşılanmıştır. Uluslararası franchising sistemlerinin pazara girmesi sonucu, pazar sahibi ülke girişimcileri de benzer sistemler kurmak için adım atmışlardır. Ülkemizde hazır yemek (fast food) alanında Mudurnu Chicken, yiyecekte Sagra Special, Giyimde Limon ve Mudo, hizmet alanında Turyap franchising sisteminin kullanımını başlatan firmalar olmuşlardır. 1991 yılında franchising sisteminin yerli ve yabancı temsilcileri tarafından Ulusal Franchise Derneği'nin (UFRAD)<sup>29</sup> kurulması ile ülkemizde bu sistemin gelişimi için yeni bir dönem başlamıştır<sup>30</sup>.

Türkiye'de ikinci kuşak yani işletme sistemi franchising ile ilk gelişen sektörler hazır yemek (fast food), kozmetik, giyim ve taşımacılık olmuştur. 1986 yılında

---

<sup>26</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.13.

<sup>27</sup> Sima, NART, "Türkiye'de Franchising Sisteminin Gelişimi ve Franchise Alan Girişimcilerin İş Memnuniyeti Belirleyicilerinin Analizi Üzerine Bir Araştırma", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S.2, 2005, sf.(123-149), sf.126.

<sup>28</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.140.

<sup>29</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz: [www.ufrad.org.tr](http://www.ufrad.org.tr)

<sup>30</sup> NART, a.g.m., sf.126.

McDonalds'ın<sup>31</sup> ardından Kentucky Fried Chicken ve Wimpy, Türkiye pazarına girmiştir<sup>32</sup>.

Bundan yıllar önce yerli markalar lezzetler, hizmetler ve fiyatlarına bakıldığında müşteri memnuniyetini sağladıkları kısmen söylenebilirdi. İş organizasyonu ve yönetimine bakıldığında yabancı firmaların gerisinde kalınmaktaydı. Ayrıca markasına ve kalitesine özen göstermekte olan azınlık sayıdaki firmalar dışındakiler genellikle ucuzluk yarışına odaklanmaktaydı ve tüketicilere sunulan standartlar gelişmiş ülkelerin çok altındaydı. Fakat son yıllarda bu durum franchising sistemine verilen önem ve destekle kolaylıkla aşılmıştır<sup>33</sup>.

Franchising Derneği (UFRAD) 2011 verilerine göre, bugün Türkiye'de zincir işletmelerin sayısı 1850 civarındadır. Bunların yüzde 24'ü yabancı, yüzde 74'ü Türk kökenli markalardır. Zincirlere bağlı şube sayısı ise, 50.000 civarındadır. Franchise veya bayilik verenlerin sayısı 1471, bunun zincirler içindeki oranı ise yüzde 78'dir. Sadece kendi şubelerini açıp kendileri işleten zincirler yüzde 22 oranındadır. Avrupa Franchise Federasyonu (EFF) istatistiklerine göre, Türkiye franchise zinciri sayısında Avrupa birincisidir. Türkiye'yi 1375 markayla Fransa, 960 markayla Almanya izliyor.

## II. FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNDE TARAFLAR

Franchising, franchisor-franchise veren- ve franchisee-franchise alan- denilen hukuken birbirinden bağımsız iki taraf arasında sözleşme ile yapılır. Franchisor, kendi alanında başarılı olmuş, belirli bir kalite standardını tutturmuş, belirli ayrıcalıkları karşı tarafa veren ve kullandıran, tanınmış bir markadaki ürün ya da hizmetin, işletme sisteminin sahibi, hukuken tamamen bağımsız bir işletmedir.

---

<sup>31</sup>Mc Donalds'ın franchising başarısı hakkında bkz: DOĞANER, a.g.e., sf.7 ve diğerleri; Ayrıca "Göze çarpan işletmelerin başında gelen McDonald's'ın toplam restoran sayısı 2005 yılı itibariyle 31.866'ya ulaşmış olup, bu sayının her yıl 500 daha artırılması planlanmaktadır. Ayrıca, aynı dönemde 20,4 milyar \$'ı geçen satış gelirini yıllık ortalama %3-5 artırmayı hedefleyen McDonald's, 2000 yılında 0,215 \$ olan hisse başına karını da 2005yılı sonunda 0,670 \$'a çıkararak pazarlamada gösterdiği başarıyı finansal açıdan da yakalamıştır." (Banu, KÜLTER /, Kartal, DEMİRGÜNEŞ, "Franchise Değeri ve Franchise Değerinin Tespit Edilmesine Yönelik Bir Uygulama", D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, C.XXI, S.2, 2006, sf.(93-106), sf.94.

<sup>32</sup> NART, a.g.m., sf.126.

<sup>33</sup> Betül KÜÇÜK, "Uluslar arası Giriş Stratejilerinde Franchising Sistemi ve Bir Uygulama", Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S.2, 2011, sf.(17-29), sf.24.

Franchisee ise belirli bir süre ve belirli bir bedel karşılığında franchise verenin ticari markasını, hizmet markasını, know-how'unu<sup>34</sup>, işletme sistemini ve diğer sınaî ve mülkiyet haklarını<sup>35</sup> kullanma hak ve zorunluluğunu üstlenen bağımsız bir işletmecidir<sup>36</sup>.

Franchising sözleşmelerinde çeşitli şekillerde başka taraf sıfatları da doğabilir. Bunlardan biri Bölge Franchise Alan(Area Franchisee)dır. Burada franchise veren, pazarın belli yükümlülüklerini ve haklarını belli bir coğrafi alanda bölge franchise alana devreder. Bölge franchise alan bazı sistemlerde alt franchise alanlara işletme açtırabilir, bazı sistemlerde sadece kendisi işletmeler açabilir. Bölge franchise alan, sistemin gereklerine göre, adeta bir franchise veren gibi alt franchise alanın seçimi, işletme yeri seçimi, eğitim, denetim, mal temini vb. gibi işlevlerin bir veya bir kaçını üstlenebilir. Bir diğer taraf sıfatı ise Alt Franchise Alan (Sub Franchisee) olabilir. Burada bölge franchise alan tarafından sistemi ve markayı kullanma hakkı anlaşma ile verilen kişi veya firmadır. Bazı sistemlerde anlaşma doğrudan bölge franchise alan ile alt franchise alan arasında yapılırken, bazı sistemlerde franchise veren anlaşmaya kendisi taraf olmaktadır. Bir diğer doğabilecek taraf sıfatı ise Masterfranchise Alan (Master Franchisee)dır. Masterfranchise alan yurt dışında geliştirilmiş bir sistem ve markanın belli bir ülkede kullanma haklarını alan kişi veya kurumdur. Bazen sadece masterfranchise alanın işletme açmasına izin verilirken, çoğunlukla kendi altında franchise satış hakkı da verilir. Bazı sistemlerde verilen franchise'lar masterfranchise alana bağlıken, bazılarında doğrudan yurtdışındaki merkeze bağlı olurlar<sup>37</sup>.

### III. FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN ÖZELLİKLERİ

Franchising sisteminin çeşitli şekillerde tanımı yapılmaktadır. Ulusal Franchising Derneği(UFRAD) franchising sistemini “*Bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın, belirli bir süre, şart ve sınırlamalar dahilinde işin yönetim ve*

---

<sup>34</sup> Know-How, *bir işletmenin, üretim yöntemleri ya da teknolojisinin, bir başka firmaya satılması veya kiralanması* anlamına gelmektedir. Bkz: [tr.wikipedia.org/wiki/Know-How](http://tr.wikipedia.org/wiki/Know-How) (Erişim Tarihi: 04.12.2015)

<sup>35</sup> Fikri Haklar hakkında ayrıntılı bilgi için bkz: Bahadır, Bahattin, ERDEM, **Fikri Hukukta Türk Mahkemelerinin Milletlerarası Yetkisi**, 1.bası, İstanbul, Beta Yayınları, 2003, sf.22 ve diğerleri.

<sup>36</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.6-7.

<sup>37</sup> DOĞANER, a.g.e., sf.4.

*organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek(know-how) sağlamak sureti ile imtiyaz hakkını, ticari işler yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği imtiyazdan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir iş ilişkilerinin bütünü”* olarak tanımlamaktadır. En kısa tanımıyla franchising, bir firmanın bir başka firmaya belirli bir ücret karşılığında mal ve hizmetlerini satma iznini diğer bir ifadeyle isim ve formatını kullanma iznini veren bir anlaşmadır<sup>38</sup>. Franchising sözleşmesinin özelliklerini genel olarak şu şekilde sıralayabiliriz:

Franchising bir pazarlama ve dağıtım yöntemidir<sup>39</sup>. Yani franchising sözleşmeye dayalı bütünleşmiş bir sistem olup franchisor'un (franchise verenin) belirli bir marka altında sunduğu ürün ya da hizmetin yine kendi kurmuş olduğu bir iş modeline göre franchisee (franchise alan) tarafından dağıtımına imkân yaratmaktadır<sup>40</sup>. Franchising sisteminin dağıtım ve pazarlama yöntemi olarak kullanıldığı iş alanlarını gıda, tekstil, hazır giyim, mobilya, mutfak, banyo, bilgisayar, büro malzemeleri, inşaat malzemesi, spor, eğitim, emlakçılık, temizlik, araba yıkama ve bakımı, kiralama, otopark hizmetleri, otel ve motel işletmeciliği, baskı, fotokopi, zayıflama, kozmetik, kuru temizleme, otomobil kamyon kiralaması, drugstore, lokantalar, fast-food, çamaşırhane, tamir bakım hizmetleri, alet edevat, eğlence ve turizm, güvenlik sistemleri, sağlık hizmetleri, bahçıvanlık olarak sıralayabiliriz<sup>41</sup>.

Franchising ana firma ile franchise alanın karşılıklı sorumluluk ve yükümlülüklerini belirten, her iki tarafı da kanunen bağlayan bir sözleşme ile yapılır. Anlaşma süresinin ne kadar olacağı, tarafların yükümlülükleri, franchisee'nin faaliyetini sürdüreceği bölgenin sınırları sözleşmede belirtilmelidir. Franchise alan, ana firmanın sisteminin standartlarının korunması için ana firmanın belirlediği sözleşme şartlarına uyarak faaliyetlerini sürdürür<sup>42</sup>.

Franchising sözleşmesinde tarafların üstlendikleri karşılıklı haklar ve yükümlülükler bu sözleşmeye “sui generis”-kendine özgü- niteliği vermektedir. Franchising sözleşmesinde iki ayrı değiş-tokuş ilişkisi, diğer sözleşmelerden farklı

---

<sup>38</sup> ASLANOĞLU a.g.m., sf.74'ten naklen, LEVY, Michael; A. WEITZ Barton, **Retailing Management**, Richard D. Irwin Inc. Homewood Boston, USA, 1992, sf.64

<sup>39</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.7.

<sup>40</sup> ASLANOĞLU, a.g.m., sf.76.

<sup>41</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.9.

<sup>42</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.7.

bir şekilde karşı karşıya bulunmaktadır. Bu iki ayrı değiş-tokuş ilişkisi, iki ayrı edim çiftini içermektedir. Birinci ilişki, tarafların yükümlülüklerini belirten çerçeve niteliğindeki temel ilişkidir. Buna göre imtiyaz veren tescilli ticari bir marka veya hizmet markası ile üretilen ürünlerin veya hizmetlerin üretimi, pazarlanması, kiraya verilmesi hakkını imtiyaz alana devretmekle yükümlüdür. İmtiyaz alan da genellikle belirli bir bölgede ürünlerin ya da hizmetlerin pazarlamasını, üretilmesini, kiraya verilmesini, sürümünün artırılması borcu altına girer. İkinci ilişki ise gerekli ürünlerin, hizmetlerin, araç-gereç ve malzemeleri imtiyaz alana teslimi borcu ile imtiyaz alanın imtiyaz bedeli, royalty<sup>43</sup>(franchise verene gayri maddi hak bedeli olarak yapılan royalty ödemeleri her yıl düzenli olarak yapılır ve bu ödemeler, gayri maddi hakların kullanımı karşılığı yapılan bir tür kira ödemesine benzetilebilir<sup>44</sup>.) ödeme borçları oluşturmaktadır. Bu ilişki çerçeve niteliğindeki franchising sözleşmesinin uygulama aşaması olmaktadır<sup>45</sup>.

Franchising, franchise veren firmanın franchise alan firmaya yönelik işin kurulması, organizasyon ve yönetim modelinin hazırlanması, pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, personelin eğitilmesi ve bu kapsamda değerlendirilecek diğer işletme faaliyetleri ile ilgili olarak yardımcı ve destek olması konusunda zorunluluk getiren bir özellik taşır. Franchise veren firmanın yardımları daha mikro düzeyde değerlendirildiğinde; satış yerinin seçimi ve tasarımı, araç-gereç ve takımların alım ve satımı, işin yürütülmesine yönelik personelin ve yönetimin eğitimi, reklam ve tanıtım yardımı, standart işletme yöntemlerinin kullanımı, mal ve hizmetlerin merkezi alımı ve finansal yardım şeklinde ele alınabilir<sup>46</sup>.

Müşteriler açısından, franchising sistemi birbirlerinden farksız işletmelerden meydana gelmiş bir bütündür. Franchise alan, ana firmanın adı ve sözleşmede belirtilen koşullar altında faaliyetlerini sürdürür, işletme organizasyonunu, ana firmanın oluşturduğu işletme sistemine entegre eder. Sistemin başarısı ürün veya

---

<sup>43</sup> Royalty, yıllık ciro ve kârdan, anlaşmada belirlenen oranlarda yüzde olarak ödenen ücrettir. Bkz: [www.ufrad.org.tr/tr/10sorudafranchise.asp](http://www.ufrad.org.tr/tr/10sorudafranchise.asp) (Erişim tarihi:04.12.2015)

<sup>44</sup> Musa, YILDIRIM, **Gayrimaddi Haklar ve Vergilendirilmesi**, 1.bası, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2011, sf.55.

<sup>45</sup> Halit Nurettin, TOPÇU "**Franchising Sözleşmesi**", İ.Ü.S.B.E. Özel Hukuk Anabilim Dalı yüksek lisans tezi, İstanbul, 1991,sf.155.

<sup>46</sup> ASLANOĞLU, a.g.m., sf.77.



hizmetin markası ve adının, kalite standardının her franchise biriminde aynı olmasına bağlıdır<sup>47</sup>.

Franchise sözleşmelerinde tarafların birbirlerine karşı yükümlülükleri sürekli niteliktedir<sup>48</sup>.

Franchise sözleşmesi iki tarafa borç yükler nitelikte olup franchise verenin sağladığı gayri maddi haklar karşısında franchise alan bir ücret ödemekle yükümlü olur. Bu ücretler, sisteme girebilmek ve marka adını kullanabilmek için ödenen başlangıç ücreti(franchise fee) ile ana firmanın franchise alana verdiği eğitim ve sürekli yardımlar için ödenen royalty, reklam ve ana firmadan alınan malzemelerin ücretlerinden oluşur<sup>49</sup>.

Franchising sözleşmelerinin geçerliliği TBK m.12/1<sup>50</sup>,de öngörülen şekil serbestisi dolayısıyla hiçbir şekil kuralına tabi değildir. Ancak uygulamada istisnasız yazılı yapılmaktadır<sup>51</sup>.

Franchising sözleşmesi tek satıcılık, lisans sözleşmesi, know-how gibi sözleşmelerin unsurlarını bir araya getiren kanuni çerçevesi olmayan karma bir sözleşmedir<sup>52</sup>.

#### IV.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN BENZER SÖZLEŞME TÜRLERİYLE KARŞILAŞTIRILMASI

##### A.Tek Satıcılık Sözleşmeleriyle Karşılaştırılması

“Tek satıcılık sözleşmesi<sup>53</sup>, yapımcı ile tek satıcı arasındaki hukuki ilişkileri düzenleyen çerçeve niteliğinde sürekli öyle bir sözleşmedir ki, bununla yapımcı

---

<sup>47</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.8.

<sup>48</sup> ÂRVASİ, a.g.m., sf.137.

<sup>49</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.87.

<sup>50</sup> RG 04.02.2011/27836. 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu m.12/1 şu şekildedir: “Sözleşmelerin geçerliliği, kanunda aksi öngörülmedikçe, hiçbir şekle bağlı değildir.”

<sup>51</sup> ÂRVASİ, a.g.m., sf.139. Ayrıca patent ve marka hakkını içeren franchising sözleşmeleriyle ilgili olarak yazılı yönde yapılması gerekliliği hakkında tartışmalar için bkz: ÂRVASİ, a.g.m., sf.139-140; Bahar, ŞİMŞEK, "Franchising Sözleşmesi", İ.Ü.S.B.E. Özel Hukuk Anabilim Dalı yüksek lisans tezi, İstanbul, 2015, sf.60-62.

<sup>52</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.8.

<sup>53</sup> Tek satıcılık sözleşmelerinin diğer sözleşme türleriyle karşılaştırılması hakkında bkz: Salih Önder, YEŞİLTEPE, "Tek Satıcılık Sözleşmesinin Öğretide Benzer Olarak Belirtilen Sözleşmelerden Ayırt Edilmesi", M.Ü.H.F.H.A. Dergisi, C.XIII, S.1-2, 2007, sf.169-191.

mamullerinin tamamını veya bir kısmını belirli bir coğrafi bölgede inhisarı olarak satmak üzere sadece tek satıcıya göndermeyi, buna karşılık tek satıcı da, sözleşme konusu malları kendi adına ve kendi hesabına satarak bu malların sürümünü arttırmak için faaliyette bulunmak yükümlülüğünü üstlenir”<sup>54</sup>.

Franchising’in tarihi gelişmesinde üzerinde durduğumuz bira üreticilerinin birahanelerde yaptıkları sözleşmeler, otomobil, buzdolabı, çamaşır makinası, fırın, televizyon, video, bilgisayar, büro makinaları, tarım araçları gibi değeri yüksek ürünlerin pazarlanmasında yapılan sözleşmeler tek satıcılık sözleşmeleridir. ABD’de tek satıcılık sistemi, 19.yüzyılda Willcox Gibbs Sewing Machine Co isimli dikişi makinesi üreticisinin 1874’te sürümü artırma yükümlülüğünü üstlenen bağımsız satıcılarla tek satıcılık sözleşmeleri yapmasıyla gelişmiştir<sup>55</sup>. Tek satıcılık sözleşmesi ile satıcı, belirli malları yılda asgari miktarda ve tek üreticiden alma yükümlülüğünü üstlenirken, üretici satıcıya önemli avantajlar sağlayarak, belirli bir bölgede tek satış hakkını sağlamıştır<sup>56</sup>.

Franchising sözleşmeleri tek satıcılık sözleşmelerine benzemekle birlikte ondan çok daha karmaşık yapıdadır<sup>57</sup>. Şöyle ki tek satıcı, genellikle piyasada tanınan ve satışı konusunda tekel hakkına sahip olduğu belirli bir marka malın satışını yaparken, franchising sisteminde ise franchise veren firma, bir üretim, pazarlama ve işletme sisteminin sahibidir<sup>58</sup>.

Franchising sisteminde ana firmanın tanıtıcı unsurlarını ve markasını kullanmak bir hak olmakla birlikte aynı zaman da yükümlülük iken, tek satıcılık sözleşmesinde tek satıcı sattığı mala ilişkin tanıtıcı unsurlar yanında kendi marka ve diğer tanıtıcı unsurlarını da kullanır.

Franchising sözleşmesinde franchise alan belirli ücretler öderken, tek satıcılık sözleşmesinde tek satıcı yalnızca satmak için aldığı malların bedelini öder<sup>59</sup>.

---

<sup>54</sup> Hasan , İŞGÜZAR, **Tek satıcılık sözleşmesi**, 1.bası, Ankara, Dayınlarlı Yayıncılık, 1989, sf.14.

<sup>55</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.114.

<sup>56</sup> İŞGÜZAR, a.g.e., sf.54.

<sup>57</sup> Sabih, ARKAN, **Ticari İşletme Hukuku**, 18.bası, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü yayınları, 2013, sf.206.

<sup>58</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.114.

<sup>59</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.114.

Franchising sözleşmesinde franchise veren ve alan riski paylaşırlarken, tek satıcılık sözleşmelerinde riske genel olarak tek satıcı katlanır<sup>60</sup>.

## B.Acente Sözleşmeleriyle Karşılaştırılması

Acente, Türk Ticaret Kanunu'nun<sup>61</sup> 102'nci maddesinin birinci fıkrasında şu şekilde tanımlanmıştır: *“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 acente denir.”*

Franchising sözleşmeleri ile acente sözleşmeleri farklıdır. Franchise alan mal ve hizmetleri kendi adına ve hesabına satarken, acente ana firmanın adına ve hesabına sözleşme yaparak faaliyette bulunur. Ana firma acenteyi doğrudan denetleyip, gözetlemez, faaliyeti ve çalışma düzeniyle ilgili şartları belirlemez. Sadece yapılacak sözleşmelerin tür, içerik ve şartları hakkında acenteye talimat verebilir. Acentenin yetkisi dahilinde yapabilecekleri sözleşmede oldukça sınırlandırılmıştır. Oysa franchising sözleşmesinde franchise alan hukuken tamamen bağımsız bir işadamdır<sup>62</sup>.

Kendi adına ve hesabına çalışan franchise alanın geliri, ürün satışından, ödemesi gerekli royalti bedeli çıkarıldıktan sonra kalan gelir iken, acentenin geliri kendisine ödenen komisyondan ibarettir. Ayrıca acente başka firmalarla işbirliğine girerek acentelikleri üstlenebilir. Ancak franchise alan kendisine franchise veren dışında başka bir firmadan franchise alamaz<sup>63</sup>.

## C.Lisans Sözleşmeleriyle Karşılaştırılması

---

<sup>60</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.114.

<sup>61</sup> RG.14.02.2011/27846

<sup>62</sup> ULAŞ,a.g.e., sf.116-117.

<sup>63</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.117-118.

Lisans sözleşmesi<sup>64</sup>, karşılıklı yüklenimleri içeren tam iki taraflı bir sözleşmedir. Lisans Sözleşmeleri, lisans verenin, yani hak sahibinin, kendisine ait patent, marka gibi gayri maddi bir malı ve bir gayri maddi malın işlevini ortaya çıkaracak kendiliğinden kurulan inhisarilik durumunun, lisans alanın kullanımına izin vermesi borcunu ve kural olarak lisans alanın da bunun için bir bedel ödemesi borcunu yükümlendiği sözleşmeler olarak tanımlanabilir<sup>65</sup>.

Franchising ve lisans sözleşmeleri birçok kez birbirinin yerine kullanılmaktadır. Bu bir taraftan makul bir sanrı sayılabilir. Çünkü bu sözleşmelerin birbirleriyle birçok benzerlikleri bulunmaktadır. Bu benzerliklere<sup>66</sup> ikisinin de iki tarafa borç yükleyen sözleşmeler olması, franchise ve lisans verenin royalti hakkı bulunması, tarafların rekabet etmeme ve sır saklama yükümlülüklerinin iki sözleşme açısından da söz konusu olması, franchise ve lisans alanın kendi ad ve hesaplarına hareket etmeleri örnek gösterilebilir.

Kesin çizgilerle ayrılamayan bu sözleşmelerin bazı farklı tarafları ise göze çarpabilmektedir<sup>67</sup>.

Franchising sözleşmesinde franchise alan, franchise verenin sistemini kullanma, ürün veya hizmetinin satışını gerçekleştirmeye hak kazanırken, lisans sözleşmesinde lisans veren bazen satış, bazen kullanma, bazen ise her ikisine birden hak kazanır.

Lisans veren, lisans alan üzerinde çok az kontrole ve denetime sahipken, franchising sisteminde ise franchise verenin sistemin korunması için franchise alan üzerinde çok daha sıkı ve geniş bir kontrol yetkisi vardır.

Lisans sözleşmelerinde lisans alan kendisine verilen lisansı kullanmak zorunda değilken, franchising sözleşmesinde, franchise alanın franchise hakkını kullanması bir borçtur. Ayrıca lisans sözleşmeleri patentten veya markadan doğan hakları kullanma yetkisi vermekteyken, franchising sözleşmesinde tescilli ticari bir marka veya bir hizmet markasına sahip bir ürünün veya hizmetin lisansı verilir.

---

<sup>64</sup> Lisans sözleşmeleri hakkında ayrıntılı bilgi için bkz: Cemil, SAYINER “**Marka Lisansı Sözleşmelerinin İncelenmesi**”, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı uzmanlık tezi, Ankara, 2008; Çağlar, ÖZER, **Marka Lisansı Sözleşmesi**, 2.bası, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2015; Milletlerarası nitelikli lisans sözleşmelerine uygulanacak hukuk hakkında bkz: Fügen, SARGIN, **Milletlerarası Unsurlu Patent ve Ticari Marka Lisansı Sözleşmelerine Uygulanacak Hukuk**, Ankara, Turhan Kitabevi, 2002.

<sup>65</sup> SAYINER, a.g.e., sf.22.

<sup>66</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.119.

<sup>67</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.120-121.

Franchising sözleşmeleri için hâlihazırda bir şekil şartı bulunmamaktayken, marka üzerine lisans sözleşmeleri 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'ye<sup>68</sup> göre yazılı olarak yapılmak durumundadır.

## V.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN SONA ERMESİ

### A.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN SONA ERME SEBEPLERİ

#### 1.Belirli Süreli Franchising Sözleşmelerinde Sürenin Dolması

Franchising sözleşmelerinin belirli süreli yapılması halinde, bu belirli sürenin sonunda kural olarak sözleşme sona erer. Bu aşamada, franchising sözleşmelerine uygulanacak özel nitelikli bir kanun olmaması sebebiyle, Türk Borçlar Kanunu hükümlerinin kıyasen uygulanacağını belirtmek gerekir. Bu bağlamda TBK hükümlerinin kıyasen uygulamasıyla belirli süreli franchising sözleşmesi uygulamasına süre bittikten sonra devam edilirse o sözleşme artık belirsiz süreli hale gelir.

#### 2.Franchising Sözleşmelerinin Olağan Feshi

Olağan fesih, taraflardan herhangi birinin, bir sebebe dayanmasına gerek olmaksızın tek taraflı olarak yönelttikleri bir irade beyanıyla sözleşmeyi ileriye etkili olarak feshetmesi<sup>69</sup> olarak adlandırılmakta ve belirsiz süreli sözleşmeler bakımından mevzu bahis olmaktadır<sup>70</sup>.

Belirsiz süreli sürekli borç ilişkilerinin herhangi bir sebebe dayanmaksızın taraflarca sona erdirilmesi imkânı (olağan fesih), diğer tarafın gerekli hazırlıkları

<sup>68</sup> RG. 27.06.1995/22326. Söz konusu kanunun Markanın hukuki işlemlere konu olması başlıklı 15.maddesi şu şekildedir: "(f.1)Tescilli bir marka, başkasına devir edilebilir, miras yolu ile intikal edebilir, kullanma hakkı lisans konusu olabilir, rehin edilebilir. Rehin hakkı bakımından Medeni Kanunun rehin hakkına ilişkin hükümleri uygulanır. (f.2)Tescilli bir marka üzerindeki sağlararası işlemler yazılı şekle tabidir."

<sup>69</sup> Yargıtay 11. HD., 03.07.2006, E. 5416, K. 7900: "Franchise sözleşmesi sürekli bir borç ilişkisi kuran bir sözleşme türü olup, taraflar arasında sözleşmenin kendiliğinden sona ermesini gerektiren şartlar belirlenmediği takdirde tarafların müdahalesi olmadan sona erdirilemez. İlke olarak belirsiz süreli sözleşmeler, olağan ve olağanüstü fesih yolu ile sonlandırılabilir. Buna göre, sözleşmenin sebepsiz sona erdirilmesi olağan fesih, haklı ve önemli bir sebebe dayandırılarak sona erdirilmesi ise olağanüstü fesih olarak adlandırılır" (www.kazanci.com).

<sup>70</sup> Hasan Levent, YÜKSEL "Franchise Sözleşmesinin Genel Olarak İncelenmesi, İfası ve sona ermesi", İ.Ü.S.B.E. Özel Hukuk Anabilim Dalı yüksek lisans tezi, İstanbul, 2013, sf.92.

yapması ve yeni duruma uyum sağlayabilmesi için sınırlandırılmaktadır. Bu nedenle olağan fesih, irade beyanının karşı tarafa varması ile sonuçlarını doğurmamakta, bunun için belirli bir sürenin geçmesi (fesih süresi) aranmakta veya feshin ancak belirli bir zamanda uygulanması (fesih zamanı) öngörülmektedir<sup>71</sup>.

Fesih zamanı ve fesih süresinin uygun bir şekilde tespit edilmesi için taraflar arasındaki ilişkinin özelliklerine dikkat etmek gerekir. Franchise sözleşmesi sıkı bir güven ve işbirliği ilişkisine dayalıdır. Franchise veren ve franchise alan arasında yoğun bir bağımlılık söz konusudur. İlişkinin aniden veya fesih beyanından çok kısa bir süre sonra sona ermesi özellikle franchise alanı, işletmesini başka bir faaliyete yönlendirmek noktasında büyük zorluklar yaşatacaktır. Ayrıca franchise alan, ilişkiye girerken karşı tarafın işletmesi için yapmış olduğu yatırımı ilişkiden çıkarken amorti edebilmek isteyecektir<sup>72</sup>. Dolayısıyla fesih zamanı ve süresinin bu zaman ve süreye hangi hukuki müessese hükümlerinin uygulanması gerektiği tartışmasından bağımsız; makul, doğruluk ve dürüstlük kuralına yaraşır ve aradaki güven ilişkisini taze tutar boyutta belirlenmesi gerektir.

### 3.Franchising Sözleşmelerinin Olağanüstü Feshi

Haklı ve esaslı bir sözleşmeyi sona erdirme nedeni bulunduğu takdirde, franchise alan ve veren, karşı tarafa varması gerekli tek bir irade beyanında bulunmak suretiyle sözleşmeyi olağanüstü olarak sona erdirebilir. Bu haklı neden her somut olayda ayrıca değerlendirilmelidir.

Franchising sözleşmelerine genellikle sözleşmeyi sona erdirecek haklı sebebin ne olduğu yazılır. Ancak olayın şartlarına göre sözleşmede belirtilmemiş olan ancak haklı olan olağanüstü fesih sebebi doğabilir. Örneğin, sözleşmede belirtilmemesine rağmen, franchise alanın sisteme özgü olan bilgi ve belgeleri sözleşmede belirtilen şartlar dışında kullanması, ücret borcunu ifa etmemesi, franchise alanın işletmeyi franchise verenin talimatlarına uygun yönetmemesi, sır borcunu yerine getirmemesi,

---

<sup>71</sup>Yeşim, AYATA, “**Franchise Sözleşmelerinde Tarafların Borçları**”, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2013, sf.118.

<sup>72</sup> AYATA, a.g.m., sf.118.

rekabet etmesi gibi taraflar arasındaki güven ilişkisine ağır zararlar verecek ve sözleşmenin devamını taraflarca çekilmez kılacak sebepler gibi<sup>73</sup>.

#### 4.Franchising Sözleşmelerinin Kendiliğinden Sona Ermesi

Franchising sözleşmesi güven ilişkisi esas alınarak kurulmuş bir sözleşme olduğu için, vekâlet sözleşmesine ilişkin unsurlar taşımaktadır. Dolayısıyla vekâlet sözleşmesine ilişkin hükümlerin kıyasen uygulanması yoluyla, taraflardan birinin ölümü, iflası veya fiil ehliyeti kaybetmesi hallerinde kendiliğinden sona erer.

### B.FRANCHISING SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİNİN SONUÇLARI<sup>74</sup>

Franchising sözleşmesinin sona ermesinin dinamiği yüksek birçok sonucu vardır. Bunlardan birincisi sözleşmenin sona ermesiyle birlikte, franchise alan sözleşmenin yapılması itibariyle sahip olduğu tüm gayri maddi hakların kullanım haklarını franchise verene iade etmeli ve bu haklar fikri ve sınaî nitelikte olduklarından ötürü iade etmekle kalmayıp bunları bir daha kullanmamalıdır. Bu sonucun karşısında da franchise verenin sözleşmenin sona ermesi itibariyle, sözleşme kurulduktan sonra franchise alana tahsis ettiği gayri maddi mal kullanım haklarını geri alma hakkı bulunmaktadır.

Sözleşmenin sona ermesinden sonra kural olarak bir rekabet etme yasağı bulunmasa da franchising sözleşmelerinin niteliğinin önemine ithafen, sözleşmelere rekabet yasağı şeklinde kayıtlar koymak mümkündür. Bu kayıtların –franchising sözleşmelerine genel hükümlerin kıyasen uygulanması gerekliliğinden ve franchising sözleşmesinin niteliğinin buna uygun olmasından mütevellit- acentelere ilişkin rekabet yasağı hükümlerine<sup>75</sup> uygun olması gerekir.

<sup>73</sup> YÜKSEL, a.g.m., sf.100-101.

<sup>74</sup> Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz: YÜKSEL, a.g.m., sf.103-110; AYATA, a.g.m., sf.123-134.

<sup>75</sup> 6102 sayılı TTK m.123." (1) Acentenin, işletmesine ilişkin faaliyetlerini, sözleşme ilişkisinin sona ermesinden sonrası için sınırlandıran anlaşmanın yazılı şekilde yapılması ve anlaşma hükümlerini içeren ve müvekkil tarafından imzalanmış bulunan bir belgenin acenteye verilmesi gerekir. Anlaşma en çok, ilişkinin bitiminden itibaren iki yıllık süre için yapılabilir ve yalnızca acenteye bırakılmış olan

Franchising sözleşmelerinde sözleşmenin sona ermesiyle beraber, franchise alanın TTK m.122<sup>76</sup> uyarınca müşteri tazminatı talep hakkı olduğunun kabulü gereklidir. Nitekim franchise alanın, franchise sözleşmesi boyunca yapmış olduğu eylemler sonucunda müşteri çevresini geliştirmiş bulunması sebebiyle franchise sistemine katmış olduğu değeri talep edebilmesi hakkaniyet gereğidir<sup>77</sup>. Eski TTK döneminde tek satıcılık ve acentelik sözleşmeleri bakımından yasal bir düzenleme olmamasına rağmen müşteri tazminatı hakkı kabul edilmekteydi<sup>78</sup>. Yeni TTK ile müşteri tazminatı hakkı yasal bir çerçeveye de kavuşmuştur. Bu hüküm, bu bağlamda franchising sözleşmelerine de uygulanabilecektir.

---

*bölgeye veya müşteri çevresine ve kurulmasına aracılık ettiği sözleşmelerin taalluk ettiği konulara ilişkin olabilir. Müvekkilin, rekabet sınırlaması dolayısıyla, acenteye uygun bir tazminat ödemesi şarttır.*

*(2) Müvekkil, sözleşme ilişkisinin sona ermesine kadar, rekabet sınırlamasının uygulanmasından yazılı olarak vazgeçebilir. Bu hâlde müvekkil, vazgeçme beyanından itibaren altı ayın geçmesiyle tazminat ödeme borcundan kurtulur.*

*(3) Taraflardan biri, diğer tarafın kusurlu davranışı nedeniyle haklı sebeplerle sözleşme ilişkisini feshederse, fesihden itibaren bir ay içinde rekabet sözleşmesiyle bağlı olmadığını diğer tarafa yazılı olarak bildirebilir.*

*(4) Bu maddeye aykırı şartlar, acentenin aleyhine olduğu ölçüde geçersizdir.”*

<sup>76</sup> TTK MADDE 122: “(1) Sözleşme ilişkisinin sona ermesinden sonra;

*a) Müvekkil, acentenin bulunduğu yeni müşteriler sayesinde, sözleşme ilişkisinin sona ermesinden sonra da önemli menfaatler elde ediyorsa,*

*b) Acente, sözleşme ilişkisinin sona ermesinin sonucu olarak, onun tarafından işletmeye kazandırılmış müşterilerle yapılmış veya kısa bir süre içinde yapılacak olan işler dolayısıyla sözleşme ilişkisi devam etmiş olsaydı elde edeceği ücret isteme hakkını kaybediyorsa ve*

*c) Somut olayın özellik ve şartları değerlendirildiğinde, ödenmesi hakkaniyete uygun düşüyorsa, acente müvekkilden uygun bir tazminat isteyebilir.*

*(2) Tazminat, acentenin son beş yıllık faaliyeti sonucu aldığı yıllık komisyon veya diğer ödemelerin ortalamasını aşamaz. Sözleşme ilişkisi daha kısa bir süre devam etmişse, faaliyetin devamı sırasındaki ortalama esas alınır.*

*(3) Müvekkilin, feshi haklı gösterecek bir eylemi olmadan, acente sözleşmeyi feshetmişse veya acentenin kusuru sebebiyle sözleşme müvekkil tarafından haklı sebeplerle feshedilmişse, acente denkleştirme isteminde bulunamaz.*

*(4) Denkleştirme isteminden önceden vazgeçilemez. Denkleştirme istem hakkının sözleşme ilişkisinin sona ermesinden itibaren bir yıl içinde ileri sürülmesi gerekir.*

*(5) Bu hüküm, hakkaniyete aykırı düşmedikçe, tek satıcılık ile benzeri diğer tekel hakkı veren süreklî sözleşme ilişkilerinin sona ermesi hâlinde de uygulanır.”*

<sup>77</sup> YÜKSEL, a.g.m., sf.109.

<sup>78</sup> Bkz: Yargıtay 11.H.D. 20.06.1996 Tarih, 1996/2084 Esas, 1996/4544 Karar numaralı kararı; Yargıtay 11.H.D. 10.05.1996 Tarih, 1996/2189 Esas, 1996/3335 Karar numaralı kararı; Yargıtay 19. H.D. 04.05.2000 tarih, 1999/7724 Esas, 2000/3470 Karar numaralı kararı.



## İKİNCİ BÖLÜM

### FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN TÜRLERİ VE TARAFLAR AÇISINDAN DOĞURDUĞU SONUÇLAR

#### I.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN TÜRLERİ

Franchising uygulamalarını, uygulandığı ülkeye göre ve franchise işlemlerinin içeriği ve niteliğine göre sınıflandırmak mümkündür<sup>79</sup>.

#### A.UYGULANDIKLARI ÜLKELERE GÖRE FRANCHISING

##### 1.Ulusal Franchising

Franchising sözleşmesi bir ülke sınırları içerisinde, şehirler ya da bölgeler arasında yapılıyorsa “ulusal franchising” olarak adlandırılır<sup>80</sup>. Burada her iki taraf da ülke içinde kaldığından elde edilen gelirler ülke içinde kalır. Franchise alana şehirlerarasında yapılan franchising’te dar bölge, bölgeler arasında yapılan franchising’te ise geniş bölge imtiyazı verilir<sup>81</sup>.

##### 2.Uluslararası Franchising

Franchising sözleşmesi iki ülke arasında yapılıyorsa “uluslararası franchising” olarak adlandırılmaktadır<sup>82</sup>. Bir girişimci yabancı bir ülkenin pazarına çeşitli stratejilerle girebilir. Hedef ülkede doğrudan yatırım yapmak, doğrudan bireylere franchise vermek, master franchise<sup>83</sup> vermek, Joint Venture<sup>84</sup> oluşturmak, ihracat yapmak stratejilerinden birini seçebilir.

---

<sup>79</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.35-54.

<sup>80</sup> Rıfat, CEBECİ, **Franchising Rehberi**, KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi yayınları, İstanbul,2005, sf.4.

<sup>81</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.46.

<sup>82</sup> CEBECİ, a.g.e., sf.4.

<sup>83</sup>“Ana firma kendi ülkesi dışında bulunan girişimciye doğrudan franchise verebileceği gibi, bir üçüncü taraf aracılığı ile dolaylı olarak da franchise verebilir. Böyle bir durumda master franchise gündeme gelebilir. Ana firma kendi ülkesinde veya yabancı ülkede bulunan bir girişimciyle master franchise anlaşması yapar ve belirli bir bölgede kendi adına franchise verme hakkını girişimciye verir. Ana firmanın sözleşme yaptığı franchise alan bu girişimciye “Master Franchisee” bu özel uygulamaya da

## B.FRANCHISING İŞLEMLERİNİN İÇERİĞİ VE NİTELİĞİ AÇISINDAN FRANCHISING

### 1.Ürün ve Marka Franchise

Ürün ve marka franchising'inin konusu franchise verenin ad ve marka gibi sınaî haklarının kullanılarak, onun mallarının sürümünün yapılmasıdır<sup>85</sup>. Belirli ürünlerin, benzer görünümdeki bağımsız işletmelerde pazarlanması sonucu, üretici ile satıcının aynı imaj altında birleşmesi sağlanmaktadır. Bu tür franchising'de esas olan belirli bir marka ya da ticari unvanın kullanılmasıdır. Ayrıca imtiyazı veren firma karşı taraf üzerinde sevk ve idare dâhil geniş ve sürekli bir denetim hakkına sahiptir. Otomobil ve kamyon satıcıları, benzin istasyonları, alkol­süz içki üreticileri bu tür franchising'in en tipik örneklerini oluşturmaktadırlar<sup>86</sup>.

### 2.İşletme Sistemi Franchise

Bu franchise sistemi franchisee ve franchisor arasında, sadece ürün, servis ve marka alanında değil, bir bütün olarak işletme sistemi için sürekli bir iş ilişkisi ve işbirliği yapılmaktadır. İşletme sistemi franchising'i içerisinde pazarlama ve üretimle ilgili tüm faaliyetler yer alır<sup>87</sup>. Burada franchise alan ana firma tarafından eğitileceğinden tecrübeye ihtiyacı olmaz. Ana firma tarafından belirlenen kuralları takip ederek, işin gelişmesine katkıda bulunmaya çalışır. İşletme sistemi franchising'inde önemli olan bir işin yapılmasında ya da bir hizmetin sunulmasında eşi olmayan, kolay taklit edilemeyecek bir yöntem geliştirmektir. Firmalar ya da girişimci bireyler, bu geliştirdikleri görüşü başkalarının da kullanabilmesi için

---

"Master Franchise" denir." Bkz: <http://wiki.ilkon.com/direktor-egitimleri/Master-Franchise-Nedir.html> (Erişim tarihi: 04.12.2015)

<sup>84</sup> "İki ya da daha fazla tüzel kişinin bir araya gelerek, kararlaştırdıkları belirli bir yatırım projesi için birlikte hareket etmek için oluşturdukları ortak işletme yapısına, *joint venture* denir." Bkz. [http://kobitek.com/joint\\_venture\\_\\_ortak\\_girisim\\_](http://kobitek.com/joint_venture__ortak_girisim_) (Erişim Tarihi: 04.12.15)

<sup>85</sup> ÂRVASİ, a.g.m., sf.140.

<sup>86</sup> Mehveş MUSTAFAOĞLU, "Sorularla Franchising Türkiye Uygulaması", İstanbul Ticaret Odası Yayınları, S.48, İstanbul, 1996, Sf.10-11; Ürün ve marka franchising'in bayilik ve distribütörlük uygulamalarından ayrılan yönleri için bkz. Ulaş, a.g.e., sf.37-39.

<sup>87</sup> MUSTAFAOĞLU, a.g.m., sf.11.

franchise verirler. Böylece bir taraftan gelir elde eder, bir taraftan da yatırım yapmadan kendi işlerinin yayılmasını sağlarlar<sup>88</sup>.

## II.FRANCHISING SİSTEMİNİN TARAFLAR AÇISINDAN MÜSBET VE MENFİ YÖNLERİ

### A.Franchise Veren Açısından Müsbet Yönleri

Franchising, franchise verenin en az sermaye ile organizasyonunun sunduğu mal veya hizmetlerin dağıtımını gerçekleştirebileceği satış noktalarını arttırmasını sağlar. Yaptıkları yatırım yoluyla sermayeyi sağlayanlar franchise alanlar olmaktadır<sup>89</sup>.

Mal veya hizmetlerin sürümünün kısa sürede geniş pazarlara yayılımını sağlaması, franchising sisteminin franchise veren açısından faydalarından bir başkasıdır. Bu şekilde, franchising, sürümün yapıldığı mal veya hizmeti çok hızlı bir şekilde yaygınlaştırmakta ve miktarın artmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, bu sistem etkin bir dağıtım yöntemi olarak franchise verene büyük fayda sağlar<sup>90</sup>.

Franchise verenin personel, idare ve kira giderleri çok düşüktür. Çünkü işin yapısı gereği, franchise alanın kendisi personelini teminle yükümlüdür. Ayrıca ana firmanın, büyük firmalarla rekabet gücü artar. Şöyle ki; franchise veren bu istemle daha kolay ve hızlı ciro elde ederek, malzeme temininde imalatçılarla olan görüşmelerde çok kuvvetli olur. Büyük indirimler ve iyi ödeme koşulları sağlanabilir<sup>91</sup>.

Franchise verenler herhangi bir büyük genişleme programında ortaya çıkabilecek riskleri yaymak için franchising sistemine başvururlar. Bir firma satışını kendi mağazalarında yaparken başarısızlığa uğraması durumunda, ortaya çıkabilecek tüm risklere de katlanmak durumundadır. Oysaki franchising sisteminde, franchise veren riskin büyük bir kısmını franchise veren firmaya kaydırmıştır<sup>92</sup>.

Franchising sistemindeki tek görünüm imajı ve bunun korunması amacı, sıkı bir organizasyon ve idare yapısı oluşumuna neden olacaktır. Bu şekilde, franchise

---

<sup>88</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.41.

<sup>89</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e., sf.47-48.

<sup>90</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.54.

<sup>91</sup> KÜÇÜK, a.g.m., sf.22.

<sup>92</sup> ASLANOĞLU, a.g.m, sf.83.

veren bütünü talimatları kolayca yerine getirebildiği gibi, piyasa bilgilerinin franchise verene sürekli iletilmesi, franchise verenin bu bilgiler dolayısıyla yeni stratejiler belirleyebilmesini kolaylaştıracaktır<sup>93</sup>

## B. Franchise Veren Açısından Menfi Yönleri

Franchise veren için en önemli ve en zor konu, kendisini en iyi ve doğru şekilde temsil edecek bir franchise alan bulmaktır<sup>94</sup>. Ayrıca franchise alanların, hukuken franchise verenden bağımsız olmaları, bazen franchise verenin talimatlarına uyma noktasında problemlere neden olabilmektedir<sup>95</sup>.

Franchise ile oluşturulan satış noktaları, dağıtım sisteminin hızlı ve düşük maliyetli bir şekilde kurulmasını sağlar, fakat franchise veren brüt satıştan yalnızca bir yüzde almakta olduğu için bu satış noktaları aslında firmanın sahip olduğu ve sıradan bir müdür tarafından yönetilen satış noktalarına oranla daha az kârlı olabilir<sup>96</sup>.

Franchise verenin, franchise ile işleyen satış noktasının istenen performansı vermediğine inanıyorsa, franchise alan anlaşma koşullarına uygun davrandığı müddetçe yapabileceği çok az şey vardır. Franchise alan bir kez istediği kâr düzeyine ulaştıktan sonra, başlangıçtaki motivasyonunu kaybedebilir, fakat aslında yetkili olduğu bölgede ulaşılmayı bekleyen çok daha büyük bir müşteri potansiyeli olabilir. Böyle bir durumda franchise alan ve verenin ihtiyaçları çelişebilir, fakat franchise veren basit bir şekilde franchise alanı yerinden alıp daha verimliyle değiştirme şansına sahip değildir<sup>97</sup>.

## C. Franchise Alan Açısından Müsbet Yönleri

Franchising sistemi ile birlikte, franchise alan için, daha önce denenmiş, başarısı kanıtlanmış ve tanınmış bir marka ile birlikte, işletme sistemine ait teknikleri ve prosedürleri kullanmak mümkün olmaktadır<sup>98</sup>.

Franchise verenin sahip olduğu tecrübe, franchise alanın masraflarını azaltmaktadır. Ayrıca, franchise alan, franchise veren tarafından yapılan reklamdan

---

<sup>93</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.54.

<sup>94</sup> KÜÇÜK, a.g.m., sf.23.

<sup>95</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.55.

<sup>96</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e., sf.49.

<sup>97</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e., sf.50.

<sup>98</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.56.

yararlandığı için, reklam ve özendirme harcamalarından kurtulmuş olur. Öte yandan, franchise alan, franchise verenin araştırma ve deneyim sonuçlarından hiçbir para ve zaman harcamaksızın yararlanır<sup>99</sup>.

Franchise alan başka durumlarda ulaşması mümkün olmayan piyasa bilgilerine sahip olur. Birçok franchise alan, piyasanın son durumu hakkında bilgi toplamak amacıyla pazar araştırmaları yaptırır ve buradan elde edilen bilgileri genellikle aylık bültenler halinde franchise alanlara ulaştırır<sup>100</sup>.

Franchising sisteminde, franchise veren ile ortak hareket edilerek, küçük işletmelerin karşılaşacakları risk ve işletmecilik sorunları minimize edilmektedir. Bununla birlikte, franchise verene yapılan ödemeler, başlangıçta, yeni bir işin ön yatırımından daha fazla olmasına rağmen, denenmemiş bir işteki muhtemel zarar yüksekliğinin toplamından azdır ve işletmeler için standart yönetim, muhasebe, satış ve stoklama fonksiyonları mümkün olmaktadır<sup>101</sup>.

#### D.Franchise Alan Açısından Menfi Yönleri

Mal veya hizmetin müşteriye sunulmuş düzeninde franchise veren tarafından uygulanan kontrol mekanizması, franchise alana işe kendi kişiliğinden bir şeyler katma imkânı bırakmamaktadır. Tabii ki ürün kalitesi ve sürekliliğini sağlamak için bir merkezi kontrol mekanizması gerekmektedir, fakat eğer franchise alana kendi fikirlerini ve yaratıcılığını ortaya koyma imkânı verilmezse kendi işine sahip olmanın anlamı üzerine bazı endişeler duymaya başlayacaktır<sup>102</sup>.

Franchising sözleşmesi kapsamında bazı ürünlerin, piyasadan daha ucuza temin edilmesi mümkün olabilmekteyken, anlaşma gereğince, franchise verenden alınması zorunlu olması bu bağlamda zarara neden olabilecektir<sup>103</sup>.

Mevcut franchise veren, tüm sistemi satıp devredebilir. Bu da yeni franchise verenin kontrolü ele alması demektir. Bu durum her zaman franchise alanların

---

<sup>99</sup> ASLANOĞLU, a.g.m., sf.84.

<sup>100</sup> SMITH/STANWORTH, a.g.e., sf.53.

<sup>101</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.57.

<sup>102</sup> SMITH/STANWORTH a.g.e., sf.54.

<sup>103</sup> KILIÇ a.g.m., sf.58.

hoşuna gitmeyebilecek tarzda kökten politika ve yönetim değişiklikleri ile sonuçlanabilir<sup>104</sup>.

Franchise veren işletmelerin, franchise alana güvensizliği, sözleşme ile sağlanan hak ve imkânların sınırlı tutulmasına neden olmaktadır<sup>105</sup>.

Bir franchise genellikle dar alanda özelleşmiş bir mal veya hizmete dayanır. İşletme temelini çeşitlemeye dayalı olmama durumu ise teknolojik değişiklikler, yeni hukuki düzenlemeler veya tüketici tercihlerinde farklılaşmalar gibi faktörler nedeniyle işletmeyi tehdit eder hale gelebilir<sup>106</sup>.

### III. FRANCHISING SÖZLEŞMESİNDE TARAFLARIN HAK, BORÇ VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ

#### A.TARAFLARIN HAKLARI

##### 1.Franchise Verenin Hakları

Franchising sözleşmelerinde franchise verenin hakları<sup>107</sup>; franchise alanın uygulamasını denetlemek, muhasebe kayıtlarını incelemek, işyerini kontrol etmek, belirli dönemlerde franchise alandan raporlar ve bilgiler talep etmek, franchise alana sözleşme süresince ve sözleşme sona erdikten sonra belirli bir süre için rekabet yasağı getirme ve bu bağlamda franchise verene ait know-how ve ticari sırların saklı tutulması, franchise konusu olan marka, isim, know-how ve diğer belirleyici maddi ve gayri maddi hakların sahibi olma veya bunları başkalarına kullandırma hakkı verebilmek için malikin lisans ve onayına sahip olma, franchise alana eğitim hizmetleri ve sözleşme süresince teknik veya ticari yardım hizmetlerinde bulunma ve bunlar dışında franchise alana sağladığı kullanım hakkı dolayısıyla hak kazanacağı ücret hakkı olarak sıralanabilir.

---

<sup>104</sup> STANWORTH/SMITH, a.g.e., sf.55.

<sup>105</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.59.

<sup>106</sup> SMITH/STANWORTH a.g.e., sf.56.

<sup>107</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.101-102.

## 2.Franchise Alanın Hakları

Franchising sözleşmelerinde franchise alanın hakları<sup>108</sup>, franchise verenin sahip olduğu know-how'ı ve buna bağlı ticari sırları kullanma, işletmesinde ana firmaya ait markayı kullanma, belirli bir bölgede satış hakkına sahip olma ve franchise verenden franchising uygulamasıyla ilgili sürekli destek ve hizmet alma olarak sıralanabilir.

## B.TARAFLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ

### 1.Franchise Verenin Yükümlülükleri

Franchising sözleşmelerinde, franchise verenin yükümlülükleri şu şekilde sıralanabilir<sup>109</sup>:

Franchise alan, franchise verenin başarılı olmuş işletme sisteminin imajına sahip olmak için sözleşme yapar. Dolayısıyla müşterilerin gözünde ana firma ile franchise verdiği zincir işletmelerin imajının aynı olması için ana firmanın, marka, işletme adı, mal veya hizmeti tanıtıcı işaretlerini, üretim, pazarlama ve işletme ile ilgili sırlarını - kısaca işletme sistemini- franchise alana kullandırma yükümlülüğü vardır.

Franchise verenin, franchise alana danışmanlık, eğitim, uzmanlık yardımı sağlama ve destekleme yükümü vardır.

Ana firma, franchise alana belirli bir bölgede faaliyette bulunma hakkı verir. Dolayısıyla ana firmanın yapılan anlaşma kapsamında bu bölge içerisinde başka biriyle franchising anlaşması yapmama yükümlülüğü vardır.

### 2.Franchise Alanın Yükümlülükleri

Franchising sözleşmelerinde, franchise alanın yükümlülükleri şu şekilde sıralanabilir<sup>110</sup>:

Franchise alan, sözleşmede belirtilen belirli bir satış hacmine ulaşma yükümlülüğü vardır. Aksi takdirde, franchise veren tarafından hukuki takibe maruz kalabilecektir.

---

<sup>108</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.103.

<sup>109</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.100.

<sup>110</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.102-103.

Franchise alan, kendisine sunulan sistemi kullanarak üretim, pazarlama, işletme sistemindeki fikri ve sınaî değerlerden, know-how'dan yararlanmalıdır. Franchising sistemi bu şekilde anlam kazanacaktır.

Franchise alan, sistemin içerdiği ve ana firmanın sözleşmede belirttiği şartlara uymalıdır. Bu bağlamda ürünlerin ve hizmetin başarılı standart kalitesini sürdürmeli, franchise verenin sağladığı eğitim programlarına ve kurslara katılmalıdır.

Franchise alan, franchise verenin sistemini kullanması ve sağladığı destekten yararlanması karşısında belirli bir ücret ödeme, franchise verene teminat gösterme ve işyerini sigorta ettirmekle yükümlüdür.

Franchise alan sözleşme devam ettiği müddetçe ve sözleşme bittikten sonra dahi belirli bir süre franchise veren firma ile rekabet etmeme yükümlülüğü altındadır.

## C.TARAFLARIN BORÇLARI

### 1.Franchise Verenin Borçları

#### a.Sözleşme Öncesi Açıklama ve Franchise Alanı Aydınlatma Borcu

Franchise veren, franchise alanı sözleşme kurulurken üstleneceği borçlar konusunda aydınlatmalı, franchise sisteminin başarısı hakkında franchise alanın kabaca bir tahminde bulunabileceği ve buna göre kendisini ayarlayabileceği şekilde gerekli bilgileri vermelidir<sup>111</sup>.

#### b.Üretim, İşletme ve Pazarlama Sistemini Franchise Alana Sunma ve Yararlanmasını Sağlama Borcu

Franchise veren, franchising sözleşmesinin konusunu oluşturan, franchise sisteminin işlemesi için gerekli olan, franchise paketini oluşturan gayri maddi malların<sup>112</sup> franchise alan tarafından kullanılmasını sağlamak borcu altındadır. Franchising sözleşmesi ile elde edilmek istenen, müşteri gözünde franchise veren firma ile franchise alan firmaların tek bir işletme altında faaliyet gösteren zincir işletmeler imajı hedefine ulaşmaktır. Bu hedefe, franchise verenin gayri maddi

<sup>111</sup> ÂRVASİ, a.g.m., sf.143.

<sup>112</sup> Bu gayri maddi mallar; patent, marka, işletme adı, know-how, ticaret unvanı ve diğer tanıtıcı unsurlardır.



malların kullanımını sağlaması ve franchise alanın bunları kullanması ile ulaşılabılınacak olması, franchise verenin bu borcunun asli edim niteliği taşımasına sebep olmaktadır<sup>113</sup>.

### c.Mal veya Malzemeleri Teslim Borcu

Franchising’te sürümü yapılacak mal veya hizmetler için gerekli malzemelerin sürekli olarak franchise verenden alınmasına ilişkin veya bunları sürekli olarak franchise verenin göndermesine ilişkin bir asli unsur her franchising sözleşmesinde yoktur. Franchise alanın, malları, franchise verenden almasına ilişkin sözleşmede bir hüküm varsa, franchise veren söz konusu malları teslim etme borcu altındadır<sup>114</sup>.

### d.Franchise Alanı Koruma ve Destekleme Borcu

Franchising sözleşmesinin amacının bir sonucu olarak, franchise veren, franchise alanın faaliyetini desteklemek, kolaylaştırmak ve geliştirmek borcu altında olduğu gibi, koruma borcu kapsamında ise franchise alanın ticari işletmesinin kurulması, donanımı, personel eğitimi, satım tekniği, üretim, satım, pazarlama ve genel olarak sürüme ve verimliliğe etken bütün şartlar bakımından bilgi verme ve tavsiyelerde bulunma borcu altındadır<sup>115</sup>.

## 2.FRANCHISE ALANIN BORÇLARI

### a.Ücret Ödeme Borcu

Franchise alan, franchise verene sistemini kullanması ve sağladığı destekten yararlanması karşılığında genellikle başlangıç ücreti ve sürekli ücretler(royalty)<sup>116</sup> adında belirli bir ücret ödeme yükümlülüğu altındadır<sup>117</sup>.

---

<sup>113</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.44.

<sup>114</sup> ÂRVASI, a.g.m., sf.146.

<sup>115</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.45.

<sup>116</sup> “Franchise alanın, bütün malları franchise verenden almakla yükümlü oldukları mal franchisingi sözleşmesi gibi bir sözleşmede, franchise veren franchise alana sattığı mallardan alacağı ücretle kazancını sağlayacağı için, başlangıç ücreti ve sürekli ücret kararlaştırılmayabilir.”(Bkz. KILIÇ, a.g.m., sf.48.)

<sup>117</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.47.

## b.Kendisine Sunulan Gayri Maddi Malları Kullanma Borcu

Franchise alanın kendisine sunulan gayri maddi malları kullanma borcu franchising sistemine dâhil mal veya hizmetleri kapsamakta olup, bununla sınırlı olmaktadır. Franchise alan bu borcunu franchise verenin adını ve tanıtıcı işaretlerini işletmenin görünür yerlerinde bulundurarak, franchise konusu mal veya hizmetlerde franchise verenin markasını ve amblemini, franchising sisteminin işleyişinde ise know-how'ı kullanarak yerine getirir<sup>118</sup>.

## c.Sözleşme Konusu Mal veya Hizmetlerin Sürümünü Yapmak ve Arttırmak İçin Faaliyette Bulunma Borcu<sup>119</sup>

Franchise alanın sözleşme konusu mal veya hizmetlerin sürümünü yapma ve arttırma için faaliyette bulunma borcu, beraberinde birtakım yan borçlar da doğurmaktadır. Bunlar ise şu şekilde sıralanabilir:

a) Franchise verenin talimatlara uyma ve kontrollere katlanma borcu vardır. Bu franchising sisteminin ana firma ve franchise alan firma arasında yeknesak uygulanması gerekliliğinin bir sonucudur.

b) Franchise alanın, franchise verenin menfaatlerini koruma ve sadakat borcu vardır. Bu borcun ise çeşitli görünüm şekilleri vardır. Bunlar ise şu şekilde sıralanabilir:

b.a)Rekabet etmeme borcu<sup>120</sup>: Franchise alan sözleşme devam ettiği müddetçe, franchise verenle rekabet etmeme borcu altındadır.

b.b)Sır saklama borcu: Franchise alan franchising sistemine ait sırları, gizli bilgileri paylaşmama borcu altındadır. Bu borç sözleşmede açıkça kararlaştırılabileceği gibi, kararlaştırılmadığı takdirde dahi yine de sadakat borcunun bir görünümü olarak varlığı kabul edilmelidir.

---

<sup>118</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.49.

<sup>119</sup> ÂRVASI, a.g.m., sf.147-148.

<sup>120</sup> "Rekabet etmeme borcu; franchise alanın, franchising sistemi dışındaki mal veya hizmetlerin sürümünü yapmaması ve sisteme dâhil olan mal veya hizmetlerin sürümünde bu sistemden bağımsız olarak hareket etmemesidir. Başka bir anlatımla, franchise alanın, doğrudan veya dolaylı olarak, sözleşme konusu mal ve/veya hizmetlerle rekabet içinde bulunan mal ve/veya hizmetlerin sürümünü yapmaması, bu mal veya hizmetlere rakip olanların sürümünü yapan işletme için faaliyet göstermemesi, böyle bir işletme kurmaması veya buna katılmaması anlamına gelir."Bkz.KILIÇ, a.g.m., sf.51-52.

b.c)Franchise alanın sözleşmeden doğan borçlarını bizzat ifa etmesi ve sözleşmeden doğan haklarının devredememesi borcu: Franchising sözleşmelerinin taraflar arasında özel bir güven ilişkisi kurması, franchise alanın, franchise verenin menfaatine hareket etmesini gerekli kılması ve de franchise alanın kişiliğinin ön planda olması franchise alanın sözleşmeden doğan borçlarını bizzat ifa etmesini gerekli kılmaktadır<sup>121</sup>.

c)Franchise alan, malları, franchising sisteminin gerektirdiği nitelik ve kalitede olmak, sistemin imajını ve ününü zedelememek şartıyla, franchise verenden, franchise verenin belirleyeceği veya herhangi bir üçüncü kişiden temin edebilir. Eğer söz konusu malların, franchise verenden temin edileceği kararlaştırılmışsa, franchise alan malları franchise verenden alma yükümlülüğü altında olacaktır<sup>122</sup>.

---

<sup>121</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.52.

<sup>122</sup> KILIÇ, a.g.m., sf.52.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK HUKUK

#### I.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ VE BU SÖZLEŞMELERE UYGULANACAK BİR KANUN OLUP OLMADIĞI

Franchising sözleşmeleri bünyesinde hem satış, hem tek satıcılık, hem de lisans sözleşmesi gibi unsurları barındıran karma bir sözleşmedir<sup>123</sup>. Uygulamada sıkça kullanılan bu sözleşmelere uygulanacak hukuk normları ne yazık ki kanunlarla düzenlenmemiş olup, işbu sözleşmelere ilişkin özel borç ilişkilerinden doğan ihtilaflar genel hükümler doğrultusunda çözüme kavuşturulmaktadır<sup>124</sup>.

Nitekim franchising sözleşmelerinden doğan yükümlülüklerin ihlali halinde, TBK genel hükümlere göre tazminat istenebilecektir. Franchising sözleşmelerinden doğan uyuşmazlıkların çözümü konusunda yasal düzenleme bulunmaması dolayısıyla MK ve TBK uyarınca sözleşme özgürlüğünü kısıtlayan genel hükümler ve MK m.2'de bulunan "doğruluk ve dürüstlük kuralı" uygulama alanı bulabilecektir<sup>125</sup>.

Franchise sözleşmesi, tarafların her ikisinin de birden çok edim yükümü üstlendiği birleşik bir karma sözleşmedir<sup>126</sup>. Zira franchise sözleşmesi ile franchise veren,

---

<sup>123</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.8.

<sup>124</sup> Yargıtay 11.H.D., 2010/921 Esas, 2011/11001 Karar, 27.09.2011 tarihli kararı: "...Franchising sözleşmeleri Borçlar Kanunu hükümlerine tabi özel hukuk sözleşmeleri niteliğinde olup, aksi öngörülmedikçe şekil serbestisi ilkesi gereğince herhangi bir şekle bağlı olmaksızın kurulabilirler."; Yargıtay 17.H.D., 2013/8284 Esas, 2013/11290 Karar, 12.07.2013 tarihli kararı: "...Dava, franchising sözleşmesinin hükümlerinin ihlalden kaynaklanan alacak istemine ilişkindir. Davanın, davacı ile davalı arasında yapılan franchise sözleşmesinin hükümlerinin ihlali iddiasıyla feshinden kaynaklanan alacak taleplerine ilişkin olduğu anlaşıldığından 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında bulunmayan uyuşmazlığın Asliye Ticaret Mahkemesinde görülüp, sonuçlandırılması gerekmektedir..."; Yargıtay 17.H.D., 2013/2344 Esas, 2013/3450 Karar, 14.03.2013 tarihli kararı: "...Dava, franchising sözleşmesinde öngörülen yükümlülükler aykırılıktan kaynaklanan zararın tazmini istemine ilişkindir. Davalı şirket ile franchising sözleşmesi imzalayan davacı, davalının gerekli nitelikte mal temin etmemesi vs. sebeplerle sözleşmedeki yükümlülüklerini yerine getirmemesi nedeniyle uğradığı zararın tazminini talep ettiği anlaşıldığından, genel hükümlerden kaynaklanan ve 556 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamında bulunmayan uyuşmazlığın Asliye Ticaret Mahkemesinde görülüp, sonuçlandırılması gerekmektedir..."(www.kazanci.com)

<sup>125</sup> TOPÇU, a.g.m., sf.156.

<sup>126</sup> Yargıtay 19.H.D., 2001/819 Esas, 2001/4917 Karar, 25.06.2001 Tarihli kararında franchising sözleşmesi şu şekilde tanımlanmaktadır: "...Franchising, bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip

franchise alanına maddi olmayan mallar üzerindeki hakları sağlama ve franchise alanı koruma yükümlerinden oluşan iki sözleşme tipine(lisans sözleşmesi ve vekâlet sözleşmesi) ait edimleri borçlanırken, franchise alan da karşı edim olarak yalnız para ödeme edimini değil, ayrıca hizmet, vekâlet, acentelik gibi iş görme sözleşmelerine ait sürümü arttırma edimini borçlanmaktadır. Bu yönüyle franchise sözleşmesi, bileşik karma sözleşme niteliğindedir<sup>127</sup>. Franchising sözleşmesi her sözleşmeden edimler içerse de hiçbirine tam olarak benzemez. Dolayısıyla edimini içerdiği sözleşmelere ilişkin Türk Borçlar Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu hükümleri tam olarak uygulanamaz<sup>128</sup>.

Türkiye’de, franchising konusunda Avrupa Birliği – Gümrük birliği kapsamında gerekli mevzuat uyumunun gerçekleştirilerek, 13.12.1994 tarihinde “Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun” ve bu kanun uyarınca 1998 yılında Rekabet Kurulu tarafından çıkarılan “Franchise Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği” ihdas edilmiş olsa da, bunlar yalnızca uygulamadaki bazı pürüzleri düzeltmeye yöneliktir.

Bundan başka, franchising sözleşmelerine bünyesinde marka gibi gayrimaddi hakları barındırabilme ihtimali dolayısıyla, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname hükümlerinin uygulanacağı gibi bir yanılısına doğabilir. Ancak 556 sayılı KHK markaların korunması hususunda ihdas edilmiş bir düzenleme olup, franchising sözleşmelerinin esasına uygulanabilecek nitelikte bir düzenleme değildir.

Tüm bu temellendirmeler ışığında, franchising sözleşmelerine uygulanacak hukuk genel hükümler dairesinde tayin edilecektir, diyebiliriz.

## II.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK HÜKÜMLER BAKIMINDAN SÖZLEŞMENİN NASIL DÜZENLENMESİ GEREKLİLİĞİ

---

*tarafın belirli bir süre ile şart ve sınırlamalar dahilinde işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek sağlamak suretiyle imtiyaz hakkına konu ticari işleri yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği imtiyazdan doğan uzun dönemli ve sürekli bir iş ilişkileri bütünü olup, birbirinden bağımsız iki taraf arasında kurulan sözleşmesel ilişkidir...”(www.kazanci.com)*

<sup>127</sup> ÂRVASİ, a.g.m., sf.143.

<sup>128</sup> ULAŞ, a.g.e., sf.99.

Franchise sözleşmelerine uygulanacak hukuk hakkında özel bir kanun olmadığı için, tarafların aralarında yaptıkları sözleşmede önemli hususları sözleşme özgürlüğü prensibine bağlı olarak ve hukuk kuralları çerçevesinde belirtmeleri önemlidir.

Franchising ilişkisinin doğması, bu ilişkiye taraf olan franchise veren ve franchise alanın karşılıklı olarak iradelerini ortaya koymaları, diğer bir ifadeyle franchising sözleşmesi ile gerçekleşmektedir. Bu bağlamda, franchising sözleşmesinin hukuki boyutu, sözleşmenin yarattığı hukuksal sonuçların tespiti açısından önem taşımaktadır. Franchising sözleşmeleri, hem ulusal hem de uluslararası sözleşmeler açısından tarafların yaptıkları yatırımın sonuçlarını alabilecek uzunlukta olmak durumundadır. Genellikle bu süre, ulusal sınırlar içerisinde yapılan sözleşmeler için 15-20 yıl, uluslararası sınırlar içerisinde yapılan sözleşmeler için ise 10-20 yıl arasında değişmektedir. Her sözleşmede faaliyet bölgesi açık ve kesin bir şekilde belirtilir. Coğrafi bölge tayini, taraflar arasında önemli müzakere ve pazarlık konularından birini teşkil eder. Bir taraftan franchising alan geniş bir bölgede tekel hakkı isterken, franchising veren ise faaliyet bölgesini dar tutmak veya aynı bölgede birden fazla franchising alıcısı tayin etme hakkına sahip olmak isteyecektir<sup>129</sup>.

Franchising sözleşmesinde bulunması gereken hükümler; franchise veren ve franchise alana tanınan haklar, franchise alana verilen destek, sözleşme süresi, faaliyet bölgesi, franchise bedeli, sisteme giriş bedeli, telif (royalty) ödemeleri ve franchise alana destek için yapılan ek ödemeler olarak sıralanmakta olup söz konusu hükümler sözleşmede açık bir şekilde ifade edilmelidir.

### III.YABANCI UNSURLU FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK HUKUK

Yabancı unsurlu sözleşmeler bakımından, ilgili sözleşmeden kaynaklanan uyuşmazlıklara hangi devlet hukukunun uygulanacağı milletlerarası özel hukukta önemli bir problematik arz eder. Bu başlık kapsamında çalışmamız yabancı unsurlu franchising sözleşmeleri bakımından, uygulanacak devlet hukukunun tespiti üzerine yoğunlaşmaktadır.

---

<sup>129</sup> ASLANOĞLU, a.g.m., sf.77.

## A.FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNDE YABANCI UNSUR

Bir hukuki ilişkiyi kurmak veya var olan bir hukuki ilişkiyi değiştirmek ya da sona erdirmek amacına yönelik olarak birden çok kişinin karşılıklı ve birbirlerine uygun irade beyanında bulunmalarına “sözleşme” denir<sup>130</sup>. Bir sözleşme yabancı unsur içermesi halinde milletlerarası sözleşme haline gelecektir. Yabancı unsur, hukuki ilişkinin birden çok hukuk sistemi ile ilişki içinde olması demektir<sup>131</sup>. Franchising sözleşmelerinde bu yabancı unsur; franchising’e ilişkin işlemin yabancı ülkede yapılması, uyuşmazlığa konu olan sözleşmenin yabancı ülkede icra edilmesi, uyuşmazlığa konu olan sözleşmeye taraf, franchise veren ile alanın yabancı bir hukukun uygulanmasını kararlaştırmış olmaları şeklinde tezahür edebilir.

## B. FRANCHISING SÖZLEŞMELERİNE UYGULANACAK HUKUK KONUSUNDA AÇIKLAMALAR

Günümüzde, milletlerarası unsur taşıyan sözleşmelerden doğan borç ilişkilerine uygulanacak hukukun tespiti hususunda karşılaştırmalı hukukta ve Türk hukukunda iki ana kural olarak sübjektif bağlama kuralları ile objektif bağlama kuralları kabul edilmektedir<sup>132</sup>. Sübjektif bağlama kuralları, taraf iradelerine göre yetkili kılınmış hukuku ifade ederken, objektif bağlama kuralları, sözleşme taraflarının sözleşmeye uygulanacak hukuku seçmemiş olmaları halinde kanunca uygulanacağı belirtilen hukuku ifade eder.

Yabancılık unsuru taşıyan sözleşmesel borç ilişkilerinin tabi olacağı hukuk konusunda MÖHUK’un 24 ila 33. maddelerinde detaylı düzenlemeye yer verilmiştir. Buna göre MÖHUK’un 24. maddesinde yabancılık unsuru içeren borç akitlerine ilişkin genel kanunlar ihtilafı kurallarına yer verilmiş, ancak bu genel kuralın her akit tipi için yeterli olamayacağı düşünülmüş olsa gerek ki<sup>133</sup>, 25 ila 29.maddelerinde bazı akit tipleri için özel kanunlar ihtilafı kurallarına yer verilmiştir. Bu bağlamda franchise sözleşmeleri 24.maddenin devamında belirtilen özel akit tiplerinden

<sup>130</sup> Ziya, AKINCI, **Tarafların Yetkili Hukuku belirlemeleri Durumunda Sözleşmeye Uygulanacak Hukuk**, S.28, Ankara, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Döner Sermaye İşletmesi Yayınları, 1992, sf.3.

<sup>131</sup> Aysel, ÇELİKEL / Bahadır B., ERDEM, **Milletlerarası Özel Hukuk**, 13.bası, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2014, sf.8.

<sup>132</sup> Vahit, DOĞAN, **Milletlerarası Özel Hukuk**, 1.bası, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2010, sf.288.

<sup>133</sup> ATAMAN/ESEN/ŞANLI, a.g.e., sf.247.

olmayıp, franchising sözleşmelerine uygulanacak hukuk, genel kural olan m.24 çerçevesinde tayin edilecektir.

## 1.Taraf İradelerine Göre Sözleşmeye Uygulanacak Hukukun Tespiti

Milletlerarası nitelikteki sözleşmelerden doğan borç ilişkileri alanında karşılaştırmalı hukukta ve Türk hukukunda ilk derece bağlama kuralı olarak tarafların iradesiyle seçtikleri hukuka yer verildiği görülmektedir<sup>134</sup>.

Bir akdin tarafları, sözleşme özgürlüğü prensibi çerçevesinde sözleşme konusunu ahlaka, kanuna, kamu düzenine, emredici hükümlere ve kişilik haklarına aykırı olmamak şartıyla serbestçe kararlaştırabilirler. Bu sınırlamalar göstermektedir ki, taraflar ancak akdin tamamlayıcı hükümlerinde sözleşme serbestisine sahiptir<sup>135</sup>. Bu bağlamda sözleşmeye uygulanacak hukukun tespiti de akdin tamamlayıcı unsurlarındandır ve taraflara sözleşmeye uygulanacak hukuku seçmek için serbestlik tanınmalıdır.

Taraf iradelerine göre yetkili hukukun tespit edilmesinin, milletlerarası ticari ilişkilerde hukuki güvenlik ve hukuki açıklık ihtiyacını sağladığından dolayı, taraf menfaatlerine de hizmet ettiği kabul edilmektedir. Milletlerarası ticari ilişkilerde ki özellikle franchising sözleşmelerinde, ilişkinin tabi olacağı hukukun taraflarca önceden bilinebilmesi, başka bir deyişle, uygulanacak hukukun kesinleştirilmiş olması, ticari ilişkinin akıbeti açısından da büyük rol oynamaktadır. Şöyle ki, taraflar aralarındaki sözleşmeden doğan borç ilişkisinin tabi olacağı hukuku önceden bilirlerse davranışlarını bu hukuka uygun olarak yerine getirmeye, edimlerini bu hukukun aradığı şartlara uygun olarak ifa etmeye çalışırlar<sup>136</sup>. Nitekim tarafların

---

<sup>134</sup> Bkz. DOĞAN, a.g.e., sf.288; AKINCI, a.g.e.,sf.10;Sema, ÇÖRTOĞLU, KOCA, “Franchise Sözleşmelerinde Esasa Uygulanacak Hukuk ve Mahkemelerin Milletlerarası Yetkisi”, Prof.Dr.Tuğrul Arat’a Armağan, Ankara, Yetkin Yayıncılık, 2012, sf.(749-780), sf.752; Cemal, ŞANLI, /Emre, ESEN /, İnci, FİGANMEŞE, ATAMAN, **Milletlerarası Özel Hukuk**, 2.bası, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2014, sf.248;ERDEM/ÇELİKEL, a.g.e., sf.321; Hatice, ÖZDEMİR, KOCASAKAL, “Sözleşmelere Uygulanacak Hukukun MÖHUK m. 24 Çerçevesinde Tespiti ve Üçüncü Devletin Doğrudan Uygulanan Kuralları”, Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni(MHB), C.30, S.1-2, 2010, sf.27.

<sup>135</sup> ERDEM/ÇELİKEL, a.g.e., sf.324.

<sup>136</sup> DOĞAN, a.g.e., sf.289; Aynı zamanda, “milletlerarası karakterli akitlerin, taraflarca muayyen bir hukuk sistemine tabi kılınması, teorik ve pratik bakımdan bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Zira seçilen hukuk, akdin genel hukuki çerçevesini ve meşruiyetini belirler.”(Bkz. FİGANMEŞE/ESEN/ŞANLI, a.g.e., sf.249.)



yabancı unsurlu franchising sözleşmeleri için hukuk seçimi yapabilmeleri onlar için güven ve öngörülebilirlik sağlar<sup>137</sup>.

Bu kapsamda Türk hukuku dâhil birçok hukuk düzeninde milletlerarası nitelikli sözleşmeler bakımından taraf iradelerine öncelik veren düzenlemeler ihdas edilmiş bulunmaktadır. Bu düzenlemelere örnek verecek olursak, Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun<sup>138</sup> m.24/f.1: “Sözleşmeden doğan borç ilişkileri, tarafların açık olarak seçtikleri hukuka tabidir.” 04.07.2008 tarihli Akdi Borçlara Uygulanacak Hukuka İlişkin Roma Tüzüğü<sup>139</sup> m.3: “Sözleşme taraflarca seçilen hukuka tabidir. Hukuk seçimi, açıkça yapılabileceği gibi, sözleşme hükümlerinden ve halin şartlarından açıkça anlaşılan hukuk seçimi de geçerlidir. Taraflarca yapılan hukuk seçimi ile ilgili hukukun sözleşmenin tamamına veya bir kısmına uygulanacağı da kararlaştırılabilir.” Amerika Birleşik Devletleri II.Restatement paragraf 187(1): “Taraflar tarafından sözleşmesel hak ve görevlerine uygulanmak üzere seçilen hukuk, eğer temel uyumsuzluk, tarafların konuyla ilişkili sözleşmelerinde kararlaştırdıkları açık bir hüküm ile çözülebilecekse uygulanacaktır.” Modern anlamda hukuk seçimi, iradeye, milletlerarası özel hukukta bir bağlama kuralı tesis etme özelliğini tanımaktadır. Bu seçim ile akit bir bütün olarak seçilen hukuka emredici kurallar da dâhil olarak tabi olmaktadır<sup>140</sup>.

Franchise sözleşmesinin tarafları, sözleşmelerine uygulanacak hukuku seçerken çeşitli kriterlere dayanabilirler. Taraflar sözleşmelerine uygulanacak hukuku seçerken akdin yapıldığı yer, ifa yeri, malların bulunduğu yer gibi “yersel” sebepler yanında, tarafların milli hukuku veya önceden bildikleri ya da iyi buldukları hukuk gibi “kişisel” sebepler yahut milletlerarası ilişkilerde genellikle uygulanan, tarafların başka bir akitte uyguladıkları ve ona yakın veya ekonomik açıdan ilişkisi olan söz

---

<sup>137</sup> KOCA, a.g.m., sf.752.

<sup>138</sup> RG 12.12.2007/26728.

<sup>139</sup> Regulation I No:593/2008 of the European Parliament and of the Council of 17 June 2008 on the Law Applicable To Contractual Obligations(ROME I), Official Journal Of The European Union 04.07.2008; Ayrıntılı bilgi için bkz:

Volker: BEHR, “Rome I Regulation a—mostly—Unified Private International Law of Contractual Relationships Within—most—of the European Union”, Journal of Law and Commerce, Vol.29:233, 2011, pp.(233-272); Nuray, EKŞİ, *Sözleşmeden Doğan Borçlara Uygulanacak Hukuk Hakkında Roma Konvansiyonu*, 1.bası, İstanbul, Beta Yayınları, 2004.

<sup>140</sup> ÇELİKEL/ERDEM, a.g.e., sf.328.

konusu akde de uygulamak istedikleri hukuk gibi “muhtevaya ait” özellikleri de, uygulanacak hukuku seçmede göz önünde tutabilirler<sup>141</sup>.

Türk hukukunda sözleşmelere uygulanacak hukukun seçimi bakımından açık hukuk seçimi ile birlikte zımni hukuk seçimi de kabul edilmiştir. Nitekim MÖHUK m.24(f.1), c.2: “...Sözleşme hükümlerinden veya halin şartlarından tereddüde yer vermeyecek biçimde anlaşılabilen hukuk seçimi de geçerlidir.” Aynı yönde düzenleme önceki açıklamalarımızda belirttiğimiz üzere Roma I Tüzüğü’nün 3.maddesinde de bulunmaktadır. Türk hukukunda 2675 sayılı eski tarihli MÖHUK açık hukuk seçimine olanak tanımakla birlikte, zımni hukuk seçiminin geçerliliğine ilişkin bir hüküm barındırmamaktaydı. Ancak doktrinde ve mahkeme kararlarında zımni hukuk seçiminin de geçerli olduğu yönünde görüş birliği bulunmaktaydı. Tarafların zımni bir hukuk seçimi yapıp yapmadığını tespit ederken, dikkat edeceğimiz şey tarafların varsayımsal iradeleri değil, gerçek iradeleridir.

Franchising sözleşmelerinde taraflar hukuk seçimini akdin kuruluşu sırasında veya daha sonra, hatta mahkeme aşamasında dahi yapabilirler. Nitekim MÖHUK m.24(f.3) bunu destekler nitelikte şu hükmü ihtiva etmektedir: “Hukuk seçimi taraflarca her zaman yapılabilir veya değiştirilebilir. Sözleşmenin kurulmasından sonraki hukuk seçimi, üçüncü kişilerin hakları saklı kalmak kaydıyla, geriye etkili olarak geçerlidir.” Benzer yönde Roma I tüzüğü m.3(2)’de de tarafların her zaman sözleşmeyi, önceden yapılan seçim sonucunda veya daha sonra başka bir hukuka tabi tutabilecekleri, sözleşmenin yapılmasından sonra uygulanacak hukukla ilgili olarak taraflarca yapılacak değişikliklerin, sözleşmenin şekli geçerliliğini ve üçüncü kişilerin haklarını ihlal edemeyecekleri yolunda bir düzenleme bulunmaktadır. Taraflarca sözleşmeye uygulanmak üzere seçilen hukuk sisteminde bu seçim tarihinden sonra meydana gelen değişikliklerin sözleşmeye uygulanıp uygulanmayacağı konusunda farklı değerlendirmelerde bulunmak mümkündür. Gerçekten de, bir yandan irade serbestisi prensibine ağırlık verilerek tarafların hukuk seçimi yaptıkları andaki içeriğini dikkate alarak söz konusu hukuku seçtikleri, dolayısıyla bu hukukta sonradan yapılan değişikliklerin dikkate alınmaması gerektiği ileri sürülebilirken; diğer yandan, tarafların bir hukuk sistemini seçmekle o hukuk

---

<sup>141</sup> KOCA, a.g.m., sf.753.

sisteminde zaman içinde meydana gelecek değişiklikleri de kabul etmiş sayılacakları gerekçesiyle, seçilen hukukun, dava tarihindeki hükümleri ile uygulanması gerektiğini ileri sürmek de mümkündür<sup>142</sup>. Kanaatimizce, özellikle franchising sözleşmeleri bakımından, değişebilen ve gelişebilen bir dünyada, ticari hayatında bir gerekliliği olarak, tarafların seçtikleri hukuku değiştirebilmeleri mümkün kabul edilmelidir, bu irade serbestisinin bir gereğidir.

2675 sayılı eski MÖHUK'ta kısmi hukuk seçimine imkân veren veya kısmi hukuk seçimini yasaklayan bir hüküm bulunmama ile birlikte, 5718 sayılı yeni MÖHUK m.24(f.2)'de *tarafların seçilen hukukun sözleşmenin tamamına veya bir kısmına uygulanacağını kararlaştırabilecekleri* düzenlenmiştir(Bkz. Aynı yönde Roma I Tüzüğü m.3(1), son cümle). Bu düzenleme uyarınca tarafların franchising sözleşmeleri bakımından kısmi hukuk seçimi yapabilmeleri mümkündür. Şekil ve ehliyetle ait akit şartları farklı hukuklara tabi olabilirken, akdin meydana gelişi ve hükümleri kendi aralarında ayrılabilirken<sup>143</sup>, franchising sözleşmeleri bakımından kısmi hukuk seçimi imkânı daha önem arz eder hale gelmektedir. Bu görüşümüz *parçalanma teorisini* destekler niteliktedir. Parçalanma teorisi, *sözleşmenin bütünlüğü* ilkesinin karşısında yer alıp, sözleşmenin çeşitli kısımlarına farklı hukukların uygulanabilmesini ifade eder. Parçalanma teorisi, sözleşmeden doğan ilişkinin çeşitli veçheleri itibarıyla birden çok hukuk düzenine tabi tutulması anlamına gelen *büyük parçalanma* ve iki tarafa borç yükleyen sözleşmelerde taraflardan herhangi birine ayrıcalık tanımamak ve her iki taraf için en uygun hukuku belirleyebilmek amacıyla, sözleşmenin sonuçlarına farklı hukukların uygulanmasını öngören *küçük parçalanma* olarak ikiye ayrılmaktadır<sup>144</sup>. Bu bakımdan, içeriğinde fikri haklara ilişkin içerik bulundurma ihtimali yüksek olan franchising sözleşmeleri bakımından, seçilen hukukun sözleşmeden doğan tüm ihtilaflara mı yoksa spesifik uyuşmazlıklara mı uygulanacağı problemi ortaya çıkmaktadır. Genel olarak, seçilen hukukun, franchising sözleşmelerinden kaynaklı uyuşmazlıkların tümüne uygulanacağı kabul edilmelidir. Pek tabii tarafların ehliyeti ve sözleşmelerin şekline

---

<sup>142</sup> KOCASAKAL, a.g.m., sf.35.

<sup>143</sup> KOCA, a.g.m., sf.755.

<sup>144</sup> AKINCI, a.g.e., sf.14-16.

uygulanacak hukukla ilgili MÖHUK'taki bunlara ilişkin tüm sözleşmelere uygulanır nitelikteki genel kuralların uygulanması gereklidir<sup>145</sup>.

Sözleşmelere uygulanacak hukukun tespiti bakımından ilk etapta taraf iradelerine değer atfeden genel kabul gören görüş karşısında, çeşitli sebeplerden dolayı, taraf iradelerine bu kadar değer atfedilmemesi gerektiğini savunan yazarlar da bulunmaktadır. Bu sebeplerden biri, zayıf tarafın korunması gereği düşüncesidir<sup>146</sup>. Franchising sözleşmelerinde franchise alan ve veren tarafın birbirlerine karşı yükümlülükleri ışığında ikisinin de ekonomik konumlarının aynı seviyede olacağı düşünüldüğünde, zayıf tarafın korunmasına yönelik bir mülahazanın franchising sözleşmeleri bakımından gereksiz olduğu kanısındayız. Bir diğer sebep ise, seçilen hukuk ile ilgili sözleşme arasında bir ilgi bağı aranması gerekliliği durumudur<sup>147</sup>. Kanaatimizce sözleşme ile herhangi bir bağlantısı olmasa dahi, tarafların ortak iradesini yansıtır hukuk seçimi geçerli sayılmalıdır. Nitekim eski ve yeni tarihli MÖHUK düzenlemeleri de hukuk seçimi bakımından bir bağlantı şartı aramamaktadırlar. Bu düzenlemeye karşıt Amerikan Hukukunda ise Restatement II 187(2)a *hukuki muamele ve taraflarla seçilen hukuk arasında esaslı bir ilişki veya mantıklı bir seçim nedeni* aramaktadır. Franchising sözleşmeleri bakımından seçimi geniş yer kaplayan Amerikan hukuku bakımından Amerika Birleşik Devletleri'nde

---

<sup>145</sup> Bkz. 5718 sayılı MÖHUK m.7 ve m.9.

<sup>146</sup> AKINCI, a.g.e., sf.11; SARGIN, a.g.e., sf.52.

<sup>147</sup> SARGIN, a.g.e., sf.50; "Sözleşmede objektif olarak hiçbir yabancılık unsuru bulunmamasına, sözleşmenin tüm unsurları Türkiye ile bağlantılı olmasına rağmen, taraflarca sözleşmeye uygulanmak üzere yabancı bir ülke hukukunun seçilmesine nasıl bir etki tanınması gerekecektir? Acaba tarafların bu yöndeki iradesi MÖHUK m. 24 anlamında bir hukuk seçimi midir; yoksa taraflarca kararlaştırılan hukukun ilgili hükümlerinin sözleşme metni haline getirilmesi (incorporation) midir? Bu soruyu cevaplandırabilmek için olası bu iki cevap arasındaki farka değinmek uygun olacaktır. Şöyle ki, tarafların bu iradeleri MÖHUK m. 24 anlamında bir hukuk seçimi olarak kabul edilirse, seçilen hukuk, emredici hükümleri de dâhil olmak üzere taraflar arasındaki sözleşme ilişkisine uygulanacak, böylece Türk Hukukunun konuya ilişkin emredici hükümleri bertaraf edilmiş olacaktır. Eğer bunun bir hukuk seçimi olmadığı, sadece taraflarca kararlaştırılan hukuk sisteminde yer alan hükümlerin sözleşme hükmü haline getirildiği (incorpore edildiği) kabul edilirse, sözleşme Türk Hukukuna tâbi olacak, dolayısıyla, taraflarca sözleşme metnine dâhil edilen yabancı hukuk sisteminde yer alan kurallar, Türk Hukukunun emredici hükümlerine aykırı olmamak kaydıyla uygulanma imkânına kavuşacaktır."(Bkz. KOCASAKAL, a.g.m., ,sf.32-33.); AKINCI, a.g.e., sf.12.

50 k sus eyalet olduğu, bunların ortak bir hukuka sahip olmadıkları, dolayısıyla hukuk seçimi yapılırken hangi eyalet hukukunun seçildiği belirtilmelidir<sup>148</sup>.

## 2.Taraflarca Hukuk Seçimi Yapılmamış Olması Halinde Uygulanacak Hukukun Tayini

Taraflarca bir hukuk seçimi yapılmamış olması halinde, uygulanacak hukukun objektif esaslara göre tayin edilmesi gerekliliği genel kabul gören bir görüştür<sup>149</sup>.

Franchising sözleşmelerinde genel olarak hukuk seçimi yapılmaktadır. Ancak hukuk seçimi yapılmamış olması halinde hangi hukukun uygulanacağı ciddi bir problemdir. Bizim  lkemiz hukukunda franchising sözleşmeleriyle ilgili özel düzenleme bulunmamakla birlikte Rusya, Kanada, Avusturya, in ve Fransa gibi ülkelerde özel olarak düzenlenmiştir.

Taraflarca hukuk seçimi yapılmamış olması halinde, sözleşmeye uygulanacak hukukun objektif esaslara göre tayin edileceğini belirttik. Bu objektif esaslar genel olarak “ tarafların milli hukuku”, “ tarafların ikametg hi hukuku”, “ sözleşmenin yapıldığı yer hukuku”, “ h kimin hukuku”, “ ifa yeri hukuku”, “ en sıkı ilişkili hukuk” olmaktadır<sup>150</sup>.

Objektif esaslara göre uygulanacak hukukun belirlenmesine ilişkin açıklamalarımıza geçmeden evvel değinmemiz gereken bir problem vardır. Franchising sözleşmeleri bakımından milletlerarası özel hukuk düzenlememizde özel bir hüküm olmadığını, dolayısıyla franchising sözleşmelerine uygulanacak hukukla ilgili MÖHUK m.24’ n-sözleşmesel borç ilişkilerine uygulanacak genel kural-uygulanması gerekliliğini belirtmiştik. İçeriğinde fikri hak barındırması oldukça muhtemel franchising sözleşmeleri bakımından, fikri haklara ilişkin sözleşmelerle ilgili düzenlemenin MÖHUK m.28’de özel olarak yapıldığı düşünüldüğünde nasıl bir yol izlenmelidir? MÖHUK m.28 şu şekildedir: “(f.1)Fikri mülkiyet haklarına ilişkin

<sup>148</sup> “An Overview of Franchise Regulation In the United States”, [http://www.franchiselawsource.com/overview\\_franchise\\_regulation.html](http://www.franchiselawsource.com/overview_franchise_regulation.html) (evrimii), erişim Tarihi:20.12.15.

<sup>149</sup> AKINCI, a.g.e., sf.23;DOĞAN, a.g.e., sf.296; ERDEM/ÇELİKEL, a.g.e., sf.331; şanlı/FIGANMEŐE/ESEN, a.g.e., sf.265.

<sup>150</sup> AKINCI, a.g.e., sf.24-28; ÇELİKEL/ERDEM, a.g.e., sf.332; şanlı/ATAMAN/ESEN, a.g.e., sf.265.

sözleşmeler, tarafların seçtikleri hukuka tabidir.(f.2)Tarafların hukuk seçimi yapmamış olmaları halinde sözleşmeden doğan ilişkiye, fikri mülkiyet hakkını veya onun kullanımını devreden tarafın sözleşmenin kuruluşu sırasındaki işyeri, bulunmadığı takdirde, mutad meskeni hukuku uygulanır. Ancak halin bütün şartlarına göre sözleşmeyle daha sıkı ilişkili bir hukukun bulunması halinde sözleşme bu hukuka tabi olur.(f.3)İşçinin, işi kapsamında ve işinin ifası sırasında meydana getirdiği fikri ürünler üzerindeki fikri mülkiyet haklarıyla ilgili işçi ve işveren arasındaki sözleşmelere, iş sözleşmesinin tabi olduğu hukuk uygulanır.” Bu noktada içeriğindeki fikri haklar bakımından, sözleşmenin kendine özgü yapısından da hareketle franchising sözleşmeleri için bu özel hükmün uygulanması gerekliliği yanılıgısına düşülebilir. Ancak franchising sözleşmesinde franchise alana sunulan yalnızca bir gayri maddi hak değil, bir sistemdir. Franchise verenin bir pazarlama, dağıtım, marka, üretim, reklamlar ağını oluşturan sistemler bütünü, franchise alana sunduğu düşünüldüğünde, MÖHUK m.28 özel hükmü uygulanabilirliğini yitirmektedir. Dolayısıyla franchising sözleşmelerine MÖHUK m.24 uygulanacaktır<sup>151</sup>.

Sözleşmelere uygulanacak hukukun objektif esaslara dayanarak tespiti noktasında, iki yöntemden yararlanılması düşünülebilir. Sözleşmenin yakın bağlantılara sahip olduğu hukukun hâkimce somut olaya özgü ölçütler yardımıyla tespiti-“yakın bağlantı kuralı”- ve sözleşme ile en yakın bağlantılı hukuku belirlemeye yönelik önceden belirlenmiş, soyut ve katı bir şekilde uygulanan bağlama kriterleri yardımıyla sözleşmeye uygulanacak hukukun tespitidir<sup>152</sup>. Modern hukuk düzenlerinde genel kabul gören görüş, sözleşmeye uygulanacak hukukun sözleşme ile en yakın bağlantılı hukuku belirlemeye yönelik önceden belirlenmiş, soyut ve katı bir şekilde uygulanan bağlama kriterleri yardımıyla tespitidir. Nitekim Roma Konvansiyonu’nda sözleşmelere uygulanacak hukukun tespitinde objektif kriterin kullanılması esası kabul edilmiş ve objektif kriter olarak “karakteristik edim borçlusunun mutad meskeni” olarak kabul edilmiştir<sup>153</sup>. Nitekim hukuki güvenliği sağlamak bakımından taraflarca hukuk seçimi yapılmamış olması halinde

<sup>151</sup> Karşı görüş için bkz: KOCA, a.g.m., sf.759 ve diğerleri.

<sup>152</sup> KOCASAKAL, a.g.e., sf.52.

<sup>153</sup> KOCASAKAL, a.g.e., sf.53.

uygulanacak hukuku önceden belirlenmiş objektif kriterlere göre tespit etmek hukuk tekniği ve mantığına uygundur.

Eski tarihli MÖHUK m.24 taraflarca hukuk seçimi yapılmamış olması halinde uygulanacak hukuka ilişkin objektif kriter olarak “ifa yeri” ni; tarafların her ikisinin de karşılıklı olarak edim yükümlülüğü altına girdiği, dolayısıyla birden fazla ifa yerinin bulunduğu sözleşmelerde ise “karakteristik edim”in ifa yerini esas almıştı. Karakteristik edimin belirlenemediği sözleşmeler açısından ise uygulanacak hukuk, “en sıkı bağlantı” kriterine göre belirlenmekteydi. Sözleşmeye ifa yeri hukukunun uygulanmasını savunan görüş, Savigny tarafından ileri sürülmüştür<sup>154</sup>. İfa yeri hukuku objektif kriterini, franchising sözleşmelerine uyguladığımızda, bu bakımdan, sözleşmeye, sözleşmenin karakteristik edim borçlusunun ifa yeri hukuku uygulanacağından bahisle, franchise verenin edimini karakteristik kabul ettiğimizde, franchise veren bu borcun ifasını büyük bir ihtimalle franchise alanın bulunduğu yerde yapacağına göre, esasında ödüllendirmek istediğimiz borçluyu cezalandırmış oluyoruz. Bu bakımdan ifa yeri hukukunun uygulanması görüşü hem bu gibi sebepler, hem de pratik yararsızlığı bakımından yerinde değildi. Nitekim yeni MÖHUK m.24 ifa yeri hukuku düzenlemesine son verdi.

5718 sayılı MÖHUK’a göre eğer sözleşmeye uygulanacak hukuk, taraflarca açık veya örtülü olarak belirlenmemişse, bu durumda MÖHUK m.24/(f.4)’e göre düzenlenen objektif bağlama kuralı uygulanacaktır. Buna göre; “*Tarafların hukuk seçimi yapmamış olmaları halinde sözleşmeden doğan ilişkiye, o sözleşmeyle en sıkı ilişkili hukuk uygulanır.*” Madde ilk dördüncü fıkrasına bu hükmü koymakla yetinmemiş, sözleşmeyle en sıkı ilişkili hukukun tayini konusunda emredici mahiyette bazı karinelere yer vermiştir. Bu karineler, akdin ticari veya mesleki faaliyet çerçevesinde kurulmuş olup olmamasına göre farklılık arz etmektedir. Buna göre ticari veya mesleki faaliyet çerçevesinde kurulmuş akitler bakımından, karakteristik edim borçlusunun –akdin kuruluşu sırasında- işyerinin bulunduğu ülke hukuku, akitle en sıkı ilişkili hukuk olarak kabul edilmiştir. Karakteristik edim borçlusunun işyeri bulunmuyorsa, -akdin kuruluşu sırasındaki- yerleşim yeri hukuku, karakteristik edim borçlusunun birden çok işyeri bulunduğu takdirde, o akitle en sıkı

<sup>154</sup> AKINCI, a.g.e., sf.27-28; ERDEM/ÇELİKEL, a.g.e., sf.332.

ilişki içerisinde bulunan işyeri hukuku akitle en sıkı ilişkili hukuk olarak kabul edilmiştir. Ticari veya mesleki faaliyet çerçevesinde kurulmuş olmayan akitler bakımından ise, karakteristik edim borçlusunun akdin kuruluşu sırasında mutad meskeninin bulunduğu ülke hukuku akitle en sıkı ilişkili hukuk olarak kabul edilmiştir.

Sıkı ilişkili hukuk tabirinden salt sıkı ilişkili “ülke”yi mi yoksa sıkı ilişkili “hukuk”u mu dikkate alacağız? Roma I Tüzüğü’nde “ülke hukuku”nun esas alınarak sıkı ilişkinin tespit edileceği belirtilmiştir. Doktrindeki, “sözleşmenin daha sıkı ilişki halinde bulunduğu ülke hukuku” şeklinde kaleme alınmış ifadenin bir şansızlık olduğu, sözleşmeden doğan borç ilişkisinin belirli bir ülke ile bağlantısının araştırılması değil, belirli bir hukuk düzeni ile ilişkisinin araştırılmasının söz konusu olduğu yolundaki görüşe<sup>155</sup> biz de katılmaktayız.

Taraflarca hukuk seçimi yapılmış olmaması halinde, uygulanacak hukuku karakteristik edime göre tesis ettiğimize göre, franchising sözleşmeleri bakımından karakteristik edimi tespit etmemiz gerekir.

Yasal bir tanımı olmayan karakteristik edim kavramı, doktrinde akdi karakterize eden, akde adını ve ağırlığını veren, akde damgasını vuran ve hukuki özelliğini veren, diğerine nazaran daha rizikolu konumda bulunan edim olarak tarif edilmektedir<sup>156</sup>. Ayrıca karakteristik edimin tayininde genel olarak kabul gören en önemli kriterlerden biri de, iki tarafa borç yükleyen sözleşmelerde, para edimi ifa borçlusunun sözleşmeye uygulanacak hukukun tayininde dikkate alınmayacağıdır. Bu çerçevede, para ödemesi sözleşmeyi karakterize eden edim olarak nitelendirilemez<sup>157</sup>. Bu kriteri franchising sözleşmelerine uyarladığımızda nitelik franchise alan, franchise verene bir ücret ödemekle yükümlüdür. Bu kâr üzerinden ödenecek belirli yüzdeler olabileceği gibi yalnızca bir başlangıç ücreti de olabilir. Franchise alanın ücretinin özel nitelikte bir ücret olması onun ediminin para edimi niteliğinde olmasını değiştirmez.

---

<sup>155</sup> DOĞAN, a.g.e., sf.298.

<sup>156</sup> ŞANLI/FİGANMEŞE/ESEN, a.g.e., sf.268; SARGIN, a.g.e., sf.77:“Sözleşmeyi karakterize eden edim, genellikle her sözleşme türünde görülen paranın karşısındaki edime göre belirlenen, eşyanın tabiatına uygun hukuki ilişkinin özü “essence” ve gerçek ağırlık merkezine işaret eden farklı kategorilerdeki sözleşmeleri birbirinden ayırt edebilme niteliğini haiz ve verilen her örnekte mevcut olan edimi ifade eder.”

<sup>157</sup> Figen, , “Karakteristik Edim Teorisine Eleştirel Bir Yaklaşım”,C.L, S.2, AÜHFD, 2001, sf.47.



Franchising sözleşmelerinde karakteristik edim, franchise verenin edimidir. Bunun sebebi, franchise verenin franchising sözleşmesiyle kendi firmasına ait gayri maddi malları –fikri ve sınai hakları-belirli bir sistem dahilinde franchise alana sunma borcu<sup>158</sup> altında olmasıdır. Franchising sözleşmelerine –tıpkı karakteristik edim tanımlamalarında yer aldığı gibi- adını veren de budur.

Franchising sözleşmelerinde karakteristik edimi, franchise verenin edimi olarak kabul etmeyen düzenlemeler olsa da, bu istisnaidir. Nitekim Roma I Tüzüğü m.4/1-e bendine göre franchising sözleşmelerinde franchise alanın mutad meskeni hukuku akde uygulanacak olan hukuktur. Amerikan hukukunda ise genel olarak kanaatimizi destekler nitelikte, franchise verenin edimi karakteristik edim kabul edilmektedir<sup>159</sup>.

Şunu da belirtmek gerekir ki, bazı mahkeme kararlarında, franchising sözleşmelerine ilişkin hukuk seçimi şartının, franchise sözleşmesine konu olan hakları koruma hakkındaki kanunlardan kaynaklanan doğrudan uygulanan kurallar olması gerekçesiyle geçerli kabul edilmemektedir. Örneğin, *Flavors of Greater Delaware Valley, Inc. v. Bresler's 33 Flavors Inc.* davasında Illinois'teki franchising düzenlemesi Delaware mahkemesi tarafından doğrudan uygulanan kural kabul edilmiş ve yapılan hukuk seçimi buna göre değerlendirilmiştir<sup>160</sup>. Bir başka davada<sup>161</sup> franchise veren ve alan taraf aralarında sözleşmeden doğacak uyuşmazlıklar bakımından MTO(ICC)'yu yetkili kılmışlardır. Franchise alan tarafın, verene yapması gereken asgari ödemelerin yapılmaması nedeniyle taraflar arasında bir uyuşmazlık doğmuş, olayda hakem heyeti tarafların ikisinin de yükümlülüklerini aynı ülkede yerine getirdiklerini tespit etmiş, dolayısıyla sözleşmenin ifa yeri ve en sıkı irtibatlı hukuk olarak ilgili ülke hukukunun uygulanacağına karar vermiştir.

Kanaatimiz doğrultusunda, sonuç olarak, taraflarca hukuk seçimi yapılmamış olması halinde, ticari bir faaliyet dolayısıyla kurulmuş bulunan franchising sözleşmelerine, karakteristik edim borçlusu franchise verenin sözleşmenin kuruluşu

<sup>158</sup> Franchise verenin borçları hakkında ayrıntılı bilgi için bkz: AYATA, a.g.m..

<sup>159</sup> Amerika Birleşik Devleti eyaletlerinin franchising düzenlemeleri için bkz: John R. F. BAER, "Overview of Federal and State Laws Regulating Franchises, Distributorships, Dealerships, Business Opportunities and Sales Representatives", Illinois U.S.A, 2012.

<sup>160</sup> KOCA, a.g.m., sf.755-756; Franchising sözleşmelerine ilişkin değişik mahkeme kararları için bkz: George F., CARPINELLO, "Testing the Limits of Choice of Law Clauses:Franchise Contracts as a Case Study", Marquette Law Review, Volume 74, 1990, (çevrimiçi), <http://scholarship.law.marquette.edu/mulr/vol74/iss1/3>

<sup>161</sup> KOCA, a.g.m., sf.757.

anındaki işyeri hukuku, bu bulunmadığı takdirde-ki bu neredeyse imkânsızdır- yerleşim yeri hukuku uygulanacaktır. Franchise verenin birden fazla işyeri varsa sözleşmeyle en sıkı ilişkili işyeri hukuku(örneğin; franchise verilen firmaya yakın olup, ona desteği gerçekleştiren firma) uygulanacaktır. Ancak halin bütün şartlarına göre daha sıkı ilişkili bir hukuk olması halinde sözleşmeye bu hukuk uygulanacaktır.

## SONUÇ

Çoğu sözleşme tipi insanların temel ihtiyaçlarından doğmuşken, franchising sözleşmeleri esasında bir gelişme ve değişimin ürünüdür. Şöyle ki, bundan onlarca sene evvel, öyle bir sözleşme doğacak ki, onunla elle tutulamayan, gözle görülemeyen safi bir fikri başkasına kullandıracaksın deseler, buna kimse inanmazdı. Çeşitlenen, yenilenen ve değişen dünya bize farklı sözleşme tiplerini armağan etmiş, franchising sözleşmeleri de bunlardan biri olmuştur.

Çeşitli aşamalardan geçerek dünyaca uygulanan bir sistem haline gelen franchising sistemi ile tanınmış marka, patent veya sair gayri maddi hak sahibi bu varlığını bir başka firmaya, o firmanın varlık gösterdiği yerde kullandırma ve bu kapsamda imajını ve marka değerini yükseltme amacına girmektedir. Günümüzde bilinen binlerce tescilli marka franchising yöntemiyle alıcılarına ulaşmaktadır. Ve bu bağlamda franchising sözleşmelerinin etraflıca değerlendirilmesi ayrı bir önem kazanmaktadır. Biz de bu kapsamda bu çalışmayı yapmış bulunuyoruz.

Franchising sözleşmeleri niteliği itibariyle içerisinde diğer sözleşme tiplerine özgü nitelikler barındıran karma nitelikli bir sözleşme olup, bu sözleşmeye ilişkin olarak franchise veren esasen sahip olduğu gayri maddi hakları kullandırmayı, franchise alan ise bunları franchise verenin talimat ve yönergeleri doğrultusunda güven ilişkisine uygun bir şekilde kullanmayı üstlenir. Bu sözleşme yapısı gereği, taraflar arasındaki güveni had safhada gerektirir. Dolayısıyla sözleşme tarafları birbirlerinin edim ve alanlarına saygı göstermeli, birbirlerinin ediminin gereği gibi yerine getirilmesi için üzerlerine düşeni yapmalıdırlar.

Taraflar franchising sözleşmelerine ilişkin özel bir kanun bulunmaması dolayısıyla, doğabilecek pürüzleri önlemek amacıyla önemli hususları aralarında yaptıkları sözleşmede kararlaştırmalı, özellikle uygulanacak hukuk doğrultusunda iradelerini ortaya koymalıdırlar. Bu kadar riski büyük bir sözleşmeyi en az riskli olacak duruma indirmek için oluşabilecek asli pürüzleri önceden önleme yoluna gitmelidirler.

Franchising sözleşmelerinde gayri maddi hakkın varlığının korunması ve franchise alanın bu değeri korumak için göstereceği çaba önemlidir. Dolayısıyla niteliğiyle hem biz hukukçuları hem ekonomistleri düşündürmüş bu sözleşmelerin en iyi şekilde uygulanabilmesi için edimler üzerine ayrı bir dikkat göstermek gereklidir. Ben de

bunun için bu çalışmada franchising sözleşmelerinin doğumundan, doğruduklarına ve sona ermesine kadar tüm aşamaları elimden geldiğince aktarmış bulunuyorum.

Franchising sözleşmeleriyle ilgili hukuk camiasını düşündürmüş en önemli husus yabancı unsurlu-milletlerarası nitelikli- franchising sözleşmelerine uygulanacak hukukun ne olduğu ve nasıl tespit edileceği meselesidir. Yabancı unsurlu sözleşmeler bakımından hukuk çevrelerince ve kanaatimizce de kabul edilmiş olan en önemli prensip “irade muhtariyeti”dir. Bu bağlamda franchising sözleşmeleri bakımından taraflar diledikleri hukuku seçmekte özgürdürler. Özel ve kendine özgü nitelikleri olan bir sözleşme bakımından irade muhtariyetini kabul etmek, ayrı bir önemi haizdir. Taraflarca bir hukuk seçimi yapılmamış olması halinde ise, franchising sözleşmelerine uygulanacak hukuk MÖHUK m.24 genel kuralı çerçevesinde tayin edilmelidir. Çünkü MÖHUK m.25 ve devamı maddeler bazı sözleşme tiplerine ilişkin özel düzenlemeler olup, franchising sözleşmeleri bu özel sözleşme tiplerinden biri değildir. Bu bakımdan franchising sözleşmelerinde taraflarca hukuk seçimi yapılmamışsa, karakteristik edimin franchise verenin edimi olmasından mütevellit, ticari bir faaliyet ihtiva eden franchising sözleşmelerine, karakteristik edim borçlusu franchise verenin sözleşmenin kuruluşu anındaki işyeri hukuku, bu bulunmadığı takdirde, yerleşim yeri hukuku uygulanacaktır. Franchise verenin birden fazla işyeri olması durumunda sözleşmeyle en sıkı ilişkili işyeri hukuku uygulanacakken, eğer halin bütün şartlarına göre daha sıkı ilişkili bir hukuk varsa bu halde sözleşmeye bu hukuk uygulanacaktır.

## BİBLİYOGRAFYA

AKINCI, Ziya: **Tarafların Yetkili Hukuku belirlememeleri Durumunda Sözleşmeye Uygulanacak Hukuk**, S.28, Ankara, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Döner Sermaye İşletmesi Yayınları, 1992.

ARKAN, Sabih: **Ticari İşletme Hukuku**, 18.bası, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü yayınları, 2013.

ÂRVASI, Zerrin: "**Franchise Sözleşmesi -Contract of Franchising**", Ankara Barosu Dergisi, S.4, 2000, sf.(135-151).

ASLANOĞLU, Suphi: "**Bir Büyüme Stratejisi Olarak Franchising Sistemi; Firmalar Açısından Önemi, Mevzuat Boyutu ve Muhasebe Uygulaması**", A.K.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, C.IX, S.1, 2007, sf.(71-94).

AYATA, Yeşim: "**Franchise Sözleşmelerinde Tarafların Borçları**", Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2013.

BAER, John R. F: "**Overview of Federal and State Laws Regulating Franchises, Distributorships, Dealerships, Business Opportunities and Sales Representatives**", Illinois U.S.A, 2012.

BEHR, Volker: "**Rome I Regulation a—mostly—Unified Private International Law of Contractual Relationships Within—most—of the European Union**", Journal of Law and Commerce, Volume 29:233, 2011, pp.(233-272).

CARPINELLO, George F.: "**Testing the Limits of Choice of Law Clauses:Franchise Contracts as a Case Study**", Marquette Law Review, Volume 74, 1990, (çevrimiçi), <http://scholarship.law.marquette.edu/mulr/vol74/iss1/3>

CEBECİ, Rıfat: **Franchising Rehberi**, KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi yayınları, İstanbul,2005.

ÇELİKEL, Aysel/ ERDEM, Bahadır, Bahattin: **Milletlerarası Özel Hukuk**, 13.bası, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2014.

ÇÖRTOĞLU, KOCA, Sema: “**Franchise Sözleşmelerinde Esasa Uygulanacak Hukuk ve Mahkemelerin Milletlerarası Yetkisi**”, Prof.Dr.Tuğrul Arat’a Armağan, Ankara, Yetkin Yayıncılık, 2012, sf.(749-780).

DNES, Antony W.:“**Franchise Contracts**”, The Nottingham Trent University, 1999, pp.(1092-1103).

DOĞAN, Vahit: **Milletlerarası Özel Hukuk**, 1.bası, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2010.

DOĞANER, Aysan E.: "**Franchising'in ABC'si**", (Çevrimiçi) (erişim tarihi:04.12.2015), [www.ucanbalon.com.tr/dosya/FranchiseABCsi.pdf](http://www.ucanbalon.com.tr/dosya/FranchiseABCsi.pdf)

EKŞİ, Nuray: **Sözleşmeden Doğan Borçlara Uygulanacak Hukuk Hakkında Roma Konvansiyonu**, 1.bası, İstanbul, Beta Yayınları, 2004.

ERDEM, Bahadır, Bahattin: **Fikri Hukukta Türk Mahkemelerinin Milletlerarası Yetkisi**, 1.bası, İstanbul, Beta Yayınları, 2003.

İŞGÜZAR, Hasan: **Tek satıcılık sözleşmesi**, 1.bası, Ankara, Dayınlarlı Yayıncılık, 1989.

KILIÇ, Harun: "**Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Açısından Franchising Sözleşmesi**", İ.Ü.S.B.E. Avrupa Topluluğu'nun Hukuki Yapısı yüksek lisans tezi, İstanbul, 2001.

KIRCA, Çiğdem: “**Franchise Sözleşmesi**”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Doktora tezi, Ankara, 1996.

KOCASAKAL, Özdemir, Hatice: "**Sözleşmelere Uygulanacak Hukukun MÖHUK m. 24 Çerçevesinde Tespiti ve Üçüncü Devletin Doğrudan Uygulanan Kuralları**", Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni(MHB), C.XXX, S.1-2, 2010.

KÜÇÜK, Betül: “**Uluslar arası Giriş Stratejilerinde Franchising Sistemi ve Bir Uygulama**”, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S.2, 2011, sf.(17-29).

KÜLTER, Banu/DEMİRĞÜNEŞ, Kartal: "**Franchise Değeri ve Franchise Değerinin Tespit Edilmesine Yönelik Bir Uygulama**", D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, C.XXI, S.2, 2006, sf.(93-106).

MUSTAFAOĞLU, Mehveş: "**Sorularla Franchising Türkiye Uygulaması**", İstanbul Ticaret Odası Yayınları, S.48, İstanbul, 1996.

NART, Sima: "**Türkiye’de Franchising Sisteminin Gelişimi ve Franchise Alan Girişimcilerin İş Memnuniyeti Belirleyicilerinin Analizi Üzerine Bir Araştırma**", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S.2, 2005, sf.(123-149).

ÖZCAN, Murat: **Uluslararası Pazarlama**, 3.bası, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 2010.

ÖZER, Çağlar: **Marka Lisansı Sözleşmesi**, 2.bası, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2015.

SARGIN, Figen: "**Karakteristik Edim Teorisine Eleştirel Bir Yaklaşım**", C.L, S.2, AÜHFD, 2001.

SARGIN, Fügen: **Milletlerarası Unsurlu Patent ve Ticari Marka Lisansı Sözleşmelerine Uygulanacak Hukuk**, Ankara, Turhan Kitabevi, 2002.

SAYINER, Cemil: "**Marka Lisansı Sözleşmelerinin İncelenmesi**", Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı uzmanlık tezi, Ankara, 2008.

STANWORTH, John/SMITH, Brian: **Franchising-Başarılı Markalar ve Siz**, Çev. Ercan GÜRVİT, İstanbul, Epsilon Yayıncılık, 1995.

ŞİMŞEK, Bahar: "**Franchising Sözleşmesi**", İ.Ü.S.B.E. Özel Hukuk Anabilim Dalı yüksek lisans tezi, İstanbul, 2015.

ŞANLI, Cemal/ ESEN, Emre/ FİGANMEŞE, ATAMAN, İnci: **Milletlerarası Özel Hukuk**, 2.bası, İstanbul, Vedat Kitapçılık, 2014.

TOPÇU, Halit, Nurettin: "**Franchising Sözleşmesi**", İ.Ü.S.B.E. Özel Hukuk Anabilim Dalı yüksek lisans tezi, İstanbul, 1991.

ULAŞ, Dilber: **Franchising Sistemi**, Ankara, Nobel Yayın ve Dağıtım, 1999.

YEŞİLTEPE, Salih, Önder: "**Tek Satıcılık Sözleşmesinin Öğretide Benzer Olarak Belirtilen Sözleşmelerden Ayırt Edilmesi**", M.Ü.H.F.H.A. Dergisi, C.XIII, S.1-2, 2007, (sf.169-191).

YILDIRIM, Musa: **Gayrimaddi Haklar ve Vergilendirilmesi**, 1.bası, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2011.

YÜKSEL, Levent, Hasan: "**Franchise Sözleşmesinin Genel Olarak İncelenmesi, İfası ve sona ermesi**", İ.Ü.S.B.E. Özel Hukuk Anabilim Dalı yüksek lisans tezi, İstanbul, 2013.

An Overview of Franchise Regulation in the United States, [http://www.franchiselawsource.com/overview\\_franchise\\_regulation.html](http://www.franchiselawsource.com/overview_franchise_regulation.html) (Çevrimiçi), Erişim Tarihi:20.12.15.

Article Two of the Uniform Commercial Code and Franchise Distribution Agreements, Duke Law Journal, Vol. 1969:959, pp.(959-1009). <http://scholarship.law.duke.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2243&context=dlj> (çevrimiçi), Erişim Tarihi: 20.12.2015.

<http://www.columbia.edu/~mr2651/ecommerce3/2nd/statues/Rest2Confl187.doc>

[www.oxforddictionaries.com/translate/french-english/affranchir](http://www.oxforddictionaries.com/translate/french-english/affranchir) (Erişim tarihi:04.12.2015)

[i.word.com/idictionary/drugstore](http://i.word.com/idictionary/drugstore) (Erişim tarihi:04.12.15)

[tr.wikipedia.org/wiki/1929\\_Dunya\\_Ekonomik\\_Bunalımı](http://tr.wikipedia.org/wiki/1929_Dunya_Ekonomik_Bunalımı)

[tr.wikipedia.org/wiki/Know-How](http://tr.wikipedia.org/wiki/Know-How) (Erişim Tarihi: 04.12.2015)

[www.ufrad.org.tr/tr/10sorudafranchise.asp](http://www.ufrad.org.tr/tr/10sorudafranchise.asp) (Erişim tarihi:04.12.2015)

[wiki.ilkon.com/direktor-egitimleri/Master-Franchise-Nedir.html](http://wiki.ilkon.com/direktor-egitimleri/Master-Franchise-Nedir.html) (Erişim tarihi: 04.12.2015)

[kobitek.com/joint\\_venture\\_ortak\\_girisim](http://kobitek.com/joint_venture_ortak_girisim) (Erişim Tarihi: 04.12.15)

[www.kazanci.com](http://www.kazanci.com)