ÜREYHUKUK

ELEKTRONİK TİCARETE İMKÂN SAĞLAYAN ARACI HİZMET SAĞLAYICILARIN MALIN AYIPLI OLMASINDAN KAYNAKLANAN SORUMLULUĞUNUN FARKLI HUKUK SİSTEMLERİNDEKİ GÖRÜNÜMÜ

07.02.2022

Yazarlar: Berfu Yalçın, Serdarhan Güler

E-ticaret platformlarının giderek yaygınlaşması ve pandemi ile birlikte hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi ile birlikte yeni gelişmeler meydana gelmekte, bu gelişmelerin büyüklüğü ile firmalar tarafından yapılan reklamların sayısı ve sıklığı oranınca tüketicilerin e-ticarete olan ilgisi de hızla artmaktadır. Bu çerçevede, e-ticaret sitelerinin kullanım alanı da genişlemekte, yalnızca ev eşyaları, giyim, kozmetik değil mutfak alışverişi de sıklıkla e-ticaret siteleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Tüketicilerin bu yoğun ilgisi uluslararası anlamda Amazon, E-bay gibi teknoloji devlerinin, ülkemizde de ise Trendyol, ÇiçekSepeti, HepsiBurada, Getir gibi önemli teknoloji şirketlerinin oluşabilmesini sağlamıştır. Keza 2021 yılının ilk 6 ayında e-ticaretin genel ticarete oranı %17.6 olarak gerçekleştiğini Ticaret Bakanlığı'nın yayınladığı rapordan[1] görmek mümkündür. Bu doğrultuda, ekonominin çehresi önemli ölçüde değişmekte, biz hukukçulara ve yasa koyucuya da yeni alışveriş düzenine uygun kurallar geliştirme ve konuyu araştırma yükümlülüğü düşmektedir.

Elektronik ticarete imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcılarının malın ayıplı olmasından kaynaklanan sorumluluğuna ilişkin 25 Ocak 2022 tarihli Resmi Gazete'de; Yargıtay 3. Hukuk Dairesi'nin 2021/4000 Esas, 2021/11403 Karar sayılı ve 15.11.2021 tarihli kanun yararına bozma kararı yayınlanmıştır. Bizler de bu konuyu karşılaştırmalı hukuk bağlamında incelemenin faydalı olacağına kanaat getirerek hazırladığımız *"Elektronik Ticarete İmkân Sağlayan Aracı Hizmet Sağlayıcıların Malın Ayıplı Olmasından Kaynaklanan Sorumluluğunun Farklı Hukuk Sistemlerindeki Görünümü"* başlıklı bilgi notunun ilgilerine faydalı olmasını umarız.

---

[1] https://www.eticaret.gov.tr/dnnqthgzvawtdxraybsaacxtymawm/content/FileManager/Dosyalar/E-TI%CC%87CARET%20B%C3%9CLTEN%C4%B0%202021%20%C4%B0lk%206%20ay.pdf.

İlk olarak, Yargıtay 3. Hukuk Dairesi'nin 2021/4000 Esas sayılı kararına bakıldığında görülecektir ki; *"Davalı (Tüketici), ÇiçekSepeti'ne (Davacı) karşı ayıplı mal tesliminden kaynaklı ücret iadesi talebiyle tüketici hakem heyetine başvurmuş ve talebi kabul edilmiş ancak ÇiçekSepeti, kendisinin davalı ile husumeti bulunmadığını zira tedarikçi olmadığını savunarak işlemin iptalini talep etmiştir. Yerel Mahkemece ayıplı maldan Davacının sorumlu olduğu, tedarik eden firmayla rücu ilişkisinin bir iç ilişki olduğu, tüketicinin ÇiçekSepeti markasına güvenerek işlem yapmasında haklılık payı bulunduğu gerekçesiyle davayı reddetmiştir. Adalet Bakanlığı, 6502 sayılı Kanun uyarınca satıcı, üretici ve ithalatçı ayıplı maldan müteselsil sorumlu olduğunu bunlardan birisi olmayan hizmet sağlayıcısının sorumlu tutulmasının usul ve yasaya aykırı olacağı nedeniyle kanun yararına bozulmasını talep etmiştir. Yargıtay'ca; internet ağı üzerinde e-ticarete imkân sağlayan Davacı Şirketin aracı hizmet sağlayıcısı konumunda olduğu ve taraflar arasında mesafeli satış sözleşmesi ön bilgilendirme formuna göre satıcı tarafın "Duman Pastanesi" olarak belirtildiğini, 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 9'uncu maddesi ile Elektronik Ticarette Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmeliğin 6'ıncı maddesi uyarınca Davacının sağlanan içeriği araştırmakla yükümlü olmadığından davanın kabul edilmesi gerektiği belirtilmiş ve hüküm kanun yararına bozulmuştur."* şeklinde hüküm kurulmuştur.

Yukarıdaki Yargıtay kararı ve kanuni düzenlemeler incelendiğinde mevcut şekliyle Türk Hukukunda e-ticarette teslim edilen ayıplı maldan dolayı aracı hizmet sağlayıcıların sorumlu olmadığını söylemek mümkündür. Ancak bazı kişilerce böylesine büyük reklam kampanyaları düzenleyen, sisteminin güvenirliği hususunda taahhüt veren ve bu yönde reklam yapan, platformunda sunulan ürünlerin satın alınması için teşviklerde bulunan hizmet sağlayıcılarının hareketleri incelendiğinde, Tüketicilerin yapmış olduğu alışverişlerde bu reklamların ve güvenin büyük bir rol oynadığı görülmekte, mali güçleri de göz önüne alındığında aracı firmaların sorumlu tutulmasının hakkaniyete daha uygun olacağı kanaatine varılmaktadır. Her ne kadar Türkiye gibi Kara Avrupası hukuk sisteminin bulunduğu ülkelerde yeni davalar ve durumlara verilen reaksiyonlar yavaş olsa da Amerika Birleşik Devletleri gibi Anglo-Sakson hukuk sisteminin mevcut olduğu ülkelerde uyuşmazlıklar *"case by case"* (olay/vaka bazında değerlendirme yapmak) incelenmekte bu da hukukun yeni gelişmelere ayak uydurma hızını arttırmaktadır. Hatta Avrupa Birliği'nin sorumluluğu düzenleyen en temel düzenlemesi olan *"Mal Sorumluluğu Yönetmeliği (The Product Liability Directive 85/374/EEC)"*, ABD'de yargıçlar tarafından uzun yıllar uygulanarak yerleşik içtihat halini alan kararlardan esinlenerek düzenlenmiştir. Bu kapsamda bizler de ilk olarak Amerika Birleşik Devletlerinde konuya ilişkin verilen kararları inceleyeceğiz.

Yukarıdaki bilgiler ışığında Birleşik Devletler Temyiz Mahkemesince verilmiş olan "Oberdof v. Amazon[2]" davasında kısaca; Tüketicinin üçüncü taraf bir satıcıdan satın aldığı bir köpek tasması, köpeğin yaptığı ani hareketiyle birlikte kırılmış, tasmanın bir bölümü fırlayarak Tüketici'nin sol gözüne çarparak ciddi derecede, büyük ve kalıcı bir zarara sebebiyet vermiş, daha sonra Tüketici, Amazon'a dava açmıştır. Amazon ise internet sitelerinin yalnızca iki tarafın bir araya gelip işlemleri kolaylaştırabileceği bir platform sağladığını, bu nedenle firmanın bu zarardan sorumlu tutulamayacağına ilişkin savunmada bulunmuştur.

Ancak Mahkeme, Amazon'a sorumluluk yüklenmesinin Amazon'u üçüncü taraf satıcıları incelemeye ve güvenliği sağlamaya teşvik edeceğini, Amazon'un üçüncü taraf satıcılar üzerinde önemli bir kontrole sahip olduğunu ve güvenli olmayan ürünleri web sitesinden tamamen kaldırabileceğini belirtmiştir. Bu çerçevede, Amazon'un üçüncü tarafla yaptığı sözleşmede tazminata ilişkin madde olduğuna ve buna göre ödeyeceği tazminatı rücu edebileceğine, Amazon'un üçüncü taraf satıcılarla riske dayalı bir komisyon ayarlayabileceğine de dikkat çekilerek, Amazon'un bir satıcı olduğuna ve bu nedenle Pennsylvania'nın kusursuz sorumluluk rejimine tabi olduğuna karar verilmiştir.

[2] Heather R. Oberdorf and Michael A. Oberdorf v. Amazon.com, Inc., No. 18-1041 (03.07.2019)

Diğer bir dava olan "Bolger v. Amazon.com, LLC[3]" davasında ise Davacı Angela Bolger, davalı Amazon tarafından işletilen çevrimiçi alışveriş web sitesinden Lenoge tarafından satılan yedek bir dizüstü bilgisayar pili satın almış, pillerdeki hata nedeniyle Davacı Amazon'un kusursuz sorumlu olduğu yönünde iddiada bulunmuştur. Yüksek Mahkeme Davacı'yı haklı bularak bu işlemde Amazon'un üçüncü taraf olan satıcıyla alıcı arasında bulunduğunu ve Tüketiciye güven verdiğini, Amazon'un yapacağı ticari sözleşmelerle rücu hakkını saklı tutabileceği ve böylece zarar oluşmasından da rahatlıkla kaçınabileceği gözetilerek Amazon'un sorumlu tutulmasına karar vermiştir.

Her ne kadar yukarıdaki kararlarda Amazon sorumlu tutulmuşsa da Birleşik Devletler'de bu kararların tersi yönünde çıkmış kararlar da bulunmakta[4] ve bu konu hala güncelliğini koruyarak tartışılmaya devam etmektedir.

Online platform işletenlerin, Avrupa Birliği hukuku bağlamındaki sorumlulukları incelendiğinde ise yine net bir tespit yapmak mümkün gözükmemektedir. Zira AB hukukunda henüz direkt olarak bu konuya ilişkin bağlayıcı bir düzenleme mevcut değildir. Ancak Dijital Hizmetler Hukuku Araştırma Grubu tarafından hazırlanan Çevrimiçi Aracı Platformlara İlişkin Tartışma Taslağı Yönergesinin[5] 16'ıncı maddesinde ve Avrupa Hukuk Enstitüsü tarafından hazırlanan Çevrimiçi Platformlar İçin Model Kurallarının[6] ("ELI Model Kuralları") ise 20'nci maddesinde bu konunun mercek altına alınmış olduğu anlaşılmaktadır[7].

İlk olarak Çevrimiçi Aracı Platformlara İlişkin Tartışma Taslağı Yönergesini incelediğimizde teklife göre, kendisini müşterilere ve tedarikçilere aracı olarak belirgin bir şekilde sunan bir platform işletmecisi, tedarikçinin müşteri sözleşmeleri kapsamındaki borcunu gereği gibi ifa etmemesinden sorumlu olmayacağı söylenebilecektir. Ancak teklife göre platform işletmecisine yanlış bilgiler içeren içerikler hakkında bilgi verilmesine rağmen bu içeriğin kaldırılması veya düzeltilmesi için uygun önlemleri almayan platform işletmecisi platformda sunulan yanıltıcı bilgilerden kaynaklanan zararlardan sorumlu olabilir. Dahası eğer tüketici, online platformun tedarikçi üzerindeki baskın etkisine *(predominant influence)* makul bir şekilde güvenmişse yine bu Yönergeye göre platform yöneticisinin müştereken sorumlu olabileceğini söylemek mümkündür.

ELI Model Kurallarının 20'ci maddesinin uygulanması varsayımında, eğer ki Müşteri, makul bir biçimde platform operatörünün tedarikçi üzerinde baskın bir etkiye sahip olduğuna güvenirse; bu durumda platform operatörün, tedarikçi ile müşteri arasındaki sözleşmesinin yerine getirilmemesinden/ ayıplı yerine getirilmesinden sorumlu tutulacağı söylenebilir. Bu kural önerisinin Oberdof davası ile hüküm altına alınan koşullara benzer olduğu söylenebilecektir[8].

SONUÇ:

Sonuç olarak bakıldığında, aracı hizmet sağlayıcıların, kendi platformlarından sipariş edilen malların ayıplı ifa edilmesi veya hiç ifa edilmemesinden ne derecede sorumlu olduğu, eğer böylesine bir sorumluluk varsa bu sorumluluk bakımından kusursuz sorumluluk hükümlerine mi yoksa kusura dayalı sorumluluk hükümlerine mi gidilmesi gerektiği yönünde ne Avrupa'da ne de ABD'de net bir içtihat henüz oluşmamıştır. Her yıl üstüne koyarak artan e-ticaretin daha da büyüyeceği düşünüldüğünde, tartışmaların ilerleyen yıllarda da devam edeceği ve bu konuda ülkelerin yeni içtihatlar ve düzenlemeler geliştireceğini söylemek mümkündür. Bu

[3] Bolger v. Amazon.com, LLC., Super. Ct. No. 37-2017-00003009-CU-PL-CTL (13.08.2020)

[4] Tomás Gabriel García-Micó, Platform Economy and Product Liability: Old Rules for New Markets, IDP Iss. 35, 2021 , s. 8

[5] Bknz. Busch, Dannemann, Schulte-Nölke, Wiewiórowska-Domagalska and Zoll (2016). Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms.

[6] Bknz. European Law Institute (2019). Model Rules on Online Platforms.

[7] European Parliamentary Research Service, Liability of online platforms, Brüksel, 2021, s. 67-68.

[8] Tomás Gabriel García-Micó, Platform Economy and Product Liability: Old Rules for New Markets, IDP Iss. 35, 2021, s. 18.

doğrultuda içtihat ve düzenlemeler ile tüketicilerin korunmasına mı yoksa aracı platformların korunmasına mı ağırlık verileceği hususu sorumluluğun tespiti bakımından belirleyici olacaktır. Ancak Türk hukuku açısından, mevcut durumda, aracı hizmet sağlayıcılarının ayıplı maldan sorumlu olmadığını ifade etmek isteriz. Dünya genelinde bu konu tartışılmaya devam ederken biz de konuya ilişkin gelişmeleri takip etmeye ve sizlerle paylaşmaya devam edeceğiz.

ÜREYHUKUK

İsmail Paşa Sok. No: 77
34718 Koşuyolu, Kadıköy/İstanbul
Tel : +90 0216 327 27 00 pbx
Faks : +90 0216 327 27 44
https://www.urey.av.tr

Bu bilgi notu ve varsa ekleri, sadece bilgilendirme amacıyla tarafınızla paylaşılmıştır. Bu bilgi notu, uygun yasal tavsiye olmaksızın herhangi bir özel durumda veya somut olayda uygulanmamalıdır. Bu bilgi notu, diğer internet adreslerinin linklerini içerebilir, ÜreyhukuK kendisine ait olmayan web sitelerinden hiçbir şekilde sorumlu değildir ve herhangi bir web sitesi ile ilgili bilgileri, içeriği, sunumu veya doğruluğu onaylamaz, açık veya zımni herhangi bir garanti vermez. Bu bilgi notunun telif hakları ÜreyhukuK'a ait olup işbu bilgi notu ÜreyhukuK'un önceden yazılı izni olmaksızın çoğaltılamaz, çevrilemez ve değiştirilemez.