

**T. C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ÖZEL HUKUK ANA BİLİM DALI  
ÖZEL HUKUK BİLİM DALI**

**IRAK VE MISIR HUKUKUNDA FRANCHISE  
SÖZLEŞMESİ**

**Ammar Abdulsattar JABBAR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN  
YRD. DOÇ. DR. Sinan Sami AKKURT**

**KONYA- 2018**





Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu

Öğrencinin

Adı Soyadı	Ammar Abdulsattar JABBAR		
Numarası	144233002003		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Özel Hukuk / Özel Hukuk		
Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora	<input type="checkbox"/>
Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Sinan Sami AKKURT		
Tezin Adı	Irak ve Mısır Hukukunda Franchise Sözleşmesi		

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan Irak ve Mısır Hukukunda Franchise Sözleşmesi başlıklı bu çalışma 16/02/2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı  
Yrd. Doç. Dr. Sinan Sami  
AKKURT  
Yrd. Doç. Dr. Ayşe ARAT  
Yrd. Doç. Dr. Mahmut KİZİR

Danışman ve Üyeler  
Danışman  
Üye  
Üye

İmza

*[Handwritten signatures of Sinan Sami Akkurt, Ayşe Arat, and Mahmut Kizir]*



Öğrencinin

Adı Soyadı Ammar Abdulsattar JABBAR

Numarası 144233002003

Ana Bilim / Bilim Dalı Özel Hukuk / Özel Hukuk

Programı Tezli Yüksek Lisans  Doktora

Tez Danışmanı Yrd. Doç. Dr. Sinan Sami AKKURT

Tezin Adı Irak ve Mısır Hukukunda Franchise Sözleşmesi

### ÖZET

Franchise sözleşmesi önemli sözleşmelerden biridir. Zira dünya istatistikleri, başarılı olan projelerin %80'inin franchise projeleri olduğunu ifade etmektedir. Irak kanunu Mısır kanunundan çok etkilenmiştir. Zira her iki kanunda birbirine benzer çok metinler bulunmaktadır. Ayrıca Mısır'ın franchise sistemini uygulamada büyük bir tecrübesi bulunmaktadır.

Çalışmamızda franchise sözleşmesi konusuyla ilgili Arapça ve yabancı araştırmalar, incelemeler ve fıkıh kitapları incelenerek Irak, Mısır ve Türk hukukunda karşılaştırmalı bir araştırma yöntemi takip edilmiştir.

Franchise sözleşmesinin taraflarını franchise veren ve franchise alan oluşturmaktır. Bu sözleşme ile franchise veren, sahibi olduğu teknik bilgi ve marka haklarını franchise alana kullandırmayı ve onu sistemine entegre etmeyi üstlenir. Franchise verenin geliştirdiği sistemi kullanan franchise alan, bunun karşılığı olarak sürümü destekleme ve bir ücret ödemekle yükümlüdür.

Franchise sözleşmesi karma bir sözleşmedir. Onun hukuki niteliği diğer sözleşmelerden farklıdır. Franchise sözleşmesi bağımsız bir sözleşme sistemi olup özel bir yasal sistemine ihtiyaç duymaktadır. Irak, Mısır ve Türk hukuk sisteminde, franchise sözleşmesi ve sona ermesi ile ilgili özel yasal bir düzenleme mevcut değildir.

Sürekli bir borç ilişkisi kuran franchise sözleşmesinin de, her borç ilişkisi gibi bir sonu vardır. Bu sona ermenin gerek franchise alan gerekse franchise veren açısından çeşitli sonuçları bulunmaktadır. Çalışmamızda son olarak, franchise sözleşmesinin sona ermesinin sonuçları değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler: Franchise veren, Franchise alan, Franchise Sözleşmesi, Sona Erme.**



Öğrencinin

Adı Soyadı	Ammar Abdulsattar JABBAR		
Numarası	144233002003		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Özel Hukuk / Özel Hukuk		
Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora	<input type="checkbox"/>
Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Sinan Sami AKKURT		

Tezin İngilizce Adı The Franchise Contract In The Iraqi and Egyptian Law

### SUMMARY

The franchise agreement is one of the important contracts. Because world statistics indicate that 80% of successful projects are franchise projects. The Iraqi law was very influenced by the Egyptian law. There are many similar texts in each of the two lines. There is also a great deal of experience in implementing the Egyptian franchise system. Indeed,

A comparative research method was followed in Iraqi, Egyptian and Turkish law by examining the Arabic and foreign researches, examinations and fiqh books related to the franchise contract in our work.

The franchise contract is to create franchisees and franchisees. With this contract, the franchisor undertakes to use the technical knowledge and trademark rights that he owns in the franchise area and integrate it into his system. The franchisee using the system developed by the franchisee is obliged to support the version as a counterpart and pay a fee.

The franchise contract is an atypical contract. Its legal nature is different from other contracts. The franchise agreement is an independent contracting system and requires a special legal system. In the Iraqi, Egyptian and Turkish legal system, there is no specific legal regulation concerning the franchise agreement and the end-of-term law.

The franchise agreement, which establishes a constant debt relationship, has an ending like every debt relationship. This sona has a variety of consequences for both the franchisee and the franchisee. In our work, the results of the end of the franchise agreement were evaluated.

**Keywords: Franchisor, Franchisee, Franchise Agreement, Expiration of the contract.**



T. C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin

Adı Soyadı Ammar Abdulsattar JABBAR

Numarası 144233002003

Ana Bilim / Bilim Dalı Özel Hukuk / Özel Hukuk

Programı Tezli Yüksek Lisans  Doktora

Tezin Adı Irak ve Mısır Hukukunda Franchise Sözleşmesi

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası  
(İmza)

## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın konusu, Irak ve Mısır hukukunda franchise sözleşmesi. Giriş ve sonuç bölümleri dışında üç bölüm bulunmaktadır.

Tezimiz ile Irak ve mısır hukuklara göre franchise sözleşmesinin bugünkü konumuna nasıl geldiği ve sözleşme taraflarının, sözleşme ile hangi yükümlülükler altına girdiği ve sözleşmenin sonlanması halinde sözleşme taraflarını bekleyen sonuçlar açıklanmaya çalışılmıştır.

Tezimizin hazırlanması aşamasında çok emeği geçen Sayın YRD. DOÇ. DR. Sinan Sami AKKURT 'a teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca "Irak ve Mısır Kanununda Franchise Sözleşmesi" adlı tezimin savunmasında jüri olan hocalarımla YRD. DOÇ. DR. Ayşe ARAT ve YRD. DOÇ. DR. Mahmut KİZİR teşekkür ederim.

Ayrıca, tezimizin hazırlanmasında benden manevi desteğini hiç esirgemeyen eşim Sura AL-GBURI, babam Abdulsattar JABBAR, annem Qismah SHİHAB 'a de ayrıca en içten teşekkürlerimi sunarım.

## ÖZET

### İRAK VE MISIR HUKUKUNDA FRANCHISE SÖZLEŞMESİ

Franchise sözleşmesi önemli sözleşmelerden biridir. Zira dünya istatistikleri, başarılı olan projelerin %80'inin franchise projeleri olduğunu ifade etmektedir.

Irak kanunu Mısır kanunundan çok etkilenmiştir. Zira her iki kanunda birbirine benzer çok metinler bulunmaktadır. Ayrıca Mısır'ın franchise sistemini uygulamada büyük bir tecrübesi bulunmaktadır.

Çalışmamızda franchise sözleşmesi konusuyla ilgili Arapça ve yabancı araştırmalar, incelemeler ve fıkıh kitapları incelenerek Irak, Mısır ve Türk hukukunda karşılaştırmalı bir araştırma yöntemi takip edilmiştir.

Franchise sözleşmesinin taraflarını franchise veren ve franchise alan oluşturmaktır. Bu sözleşme ile franchise veren, sahibi olduğu teknik bilgi ve marka haklarını franchise alana kullandırmayı ve onu sistemine entegre etmeyi üstlenir. Franchise verenin geliştirdiği sistemi kullanan franchise alan, bunun karşılığı olarak sürümü destekleme ve bir ücret ödemekle yükümlüdür.

Franchise sözleşmesi karma bir sözleşmedir. Onun hukuki niteliği diğer sözleşmelerden farklıdır. Franchise sözleşmesi bağımsız bir sözleşme sistemi olup özel bir yasal sistemine ihtiyaç duymaktadır. Irak, Mısır ve Türk hukuk sisteminde, franchise sözleşmesi ve sona ermesi ile ilgili özel yasal bir düzenleme mevcut değildir.

Sürekli bir borç ilişkisi kuran franchise sözleşmesinin de, her borç ilişkisi gibi bir sonu vardır. Bu sona ermenin gerek franchise alan gerekse franchise veren açısından çeşitli sonuçları bulunmaktadır. Çalışmamızda son olarak, franchise sözleşmesinin sona ermesinin sonuçları değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Franchise veren, Franchise alan, Franchise Sözleşmesi, Sona Erme.



## ABSTRACT

### THE FRANCHISE CONTRACT IN THE IRAQI AND EGYPTIAN LAW

The franchise agreement is one of the important contracts. Because world statistics indicate that 80% of successful projects are franchise projects.

The Iraqi law was very influenced by the Egyptian law. There are many similar texts in each of the two lines. There is also a great deal of experience in implementing the Egyptian franchise system. Indeed,

A comparative research method was followed in Iraqi, Egyptian and Turkish law by examining the Arabic and foreign researches, examinations and fiqh books related to the franchise contract in our work.

The franchise contract is to create franchisees and franchisees. With this contract, the franchisor undertakes to use the technical knowledge and trademark rights that he owns in the franchise area and integrate it into his system. The franchisee using the system developed by the franchisee is obliged to support the version as a counterpart and pay a fee.

The franchise contract is an atypical contract. Its legal nature is different from other contracts. The franchise agreement is an independent contracting system and requires a special legal system. In the Iraqi, Egyptian and Turkish legal system, there is no specific legal regulation concerning the franchise agreement and the end-of-term law.

The franchise agreement, which establishes a constant debt relationship, has an ending like every debt relationship. This sona has a variety of consequences for both the franchisee and the franchisor. In our work, the results of the end of the franchise agreement were evaluated.

**Keywords:** Franchisor, Franchisee, Franchise Agreement, Expiration of the contract.

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	II
ÖZET .....	III
ABSTRACT.....	IV
İÇİNDEKİLER .....	V
Kısaltmalar .....	XI
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### FRANCHISE SÖZLEŞMESİ VE BUNA İLİŞKİN

##### MEVZUAT

I. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİ KAVRAMI .....	6
II. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN TANIMI .....	8
A. Uluslararası Franchise Federasyonu'nun Tanımı .....	8
B. Britanya Franchise Federasyonu'nun Tanımı.....	8
C. Fransa Franchise Federasyonu .....	9
D. Amerika Federal Ticaret Komisyonu .....	9
E. Mısır Franchise Geliştirme Derneği .....	10
F. Fransa Yargısı .....	11
G. Lübnan Yargısı .....	11
H. Hukuk Doktrini .....	11
İ. Hukuk Doktrininde Başka Bir Görüş.....	12
J. Türk Hukukunda .....	12
III. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ .....	13
A. Franchise Sözleşmesinin Özellikleri.....	14
1. Bir Sözleşme Olarak Franchise'ın Özellikleri .....	14
a. İsimsiz Bir Sözleşme Olması .....	14
b. İvazlı Sözleşmesi Olması .....	15
c. İki Tarafı Bağlayan Bir Sözleşme Olması .....	15
d. Zamansal Bir Sözleşme Olması .....	16
e. Rızaya Dayalı Bir Sözleşme Olması.....	16
f. Kişisel İtibara Dayalı Bir Sözleşme Olması.....	18
g. Ticari Bir Sözleşme Olması .....	18
h. Eğitim İçeren Bir Sözleşme Olması.....	19

i.	İtaat Sözleşmesi Olması.....	19
j.	Siyasal Sözleşme Olması.....	20
2.	Ticari Bir Proje Olarak Franchise Sistemin Özellikleri.....	21
a.	Franchise Veren Denetlemesi ve Kontrol Etmesi.....	21
b.	Franchise Veren ve Alan Arasında Mali, İdari ve Hukuki Bağımsızlık.....	23
B.	Franchise Sözleşmesi ve Benzeyen Sözleşmelerin Birbirinden Ayırt Edilmesi.....	24
1.	Franchise ve İş Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi.....	24
2.	Franchise ve Şirket Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi.....	26
3.	Franchise ve Ticari İltizam Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi (Concession).....	27
4.	Franchise ve Satış Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi.....	28
5.	Franchise ve Kira Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi.....	30
6.	Franchise ve Lisans Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi.....	31
IV.	<b>TÜRK HUKUKUNDA FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ</b> .....	33
A.	Karma Sözleşme Olarak Franchise Sözleşmesi.....	33
B.	Sürekli bir Borç İlişkisi Olarak Franchise Sözleşmesi.....	36
C.	Bir Çerçeve Sözleşme Olarak Franchise Sözleşmesi.....	36
D.	Franchise Sözleşmesinin Uygulamada Formüler bir Sözleşme Olarak Kullanılması.....	38
V.	<b>TÜRK HUKUKUNDA FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN ŞEKLİ</b> .....	38
VI.	<b>FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN TARİHİ VE GELİŞİMİ</b> .....	39
A.	ABD’de Franchise Sözleşmesi.....	40
B.	Franchise Sözleşmesinin Fransa’da Yayılması.....	42
C.	Arap Devletlerinde Franchise Sözleşmesinin Yayılması.....	44
D.	Türkiye’de Franchise Sözleşmesi.....	47
VII.	<b>FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN ÖNEMİ</b> .....	47
A.	Franchise Sözleşmesinin Ayrıcalıkları.....	47
1.	Franchise Sözleşmesinin Onu Veren Açısından Ayrıcalıkları.....	49
2.	Franchise Sözleşmesinin Onu Alan Açısından Ayrıcalıkları.....	49
B.	Franchise Sözleşmesinin Kusurları.....	50
VIII.	<b>FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN UNSURLARI</b> .....	51
A.	Sözleşme Yapanlar.....	51
B.	Sözleşme İfadesi.....	52

C. Sözleşme Konusu.....	52
1. Franchise Paketi .....	53
a. Teknik Bilgi (Know-How).....	53
a.a. Teknik Bilginin Özellikleri .....	54
a.a.a. Nakledilmeye Elverişli Şeylerden Olması.....	54
a.a.b. Teknik Bilginin Gizli Olması.....	54
a.a.c. Teknik Bilginin Değerli Olması .....	55
a.a.d. Teknik Bilginin Orijinal (Asıl) Olması .....	55
b. Marka .....	56
2. Franchise Ücreti .....	57
D. Sözleşme Şartları .....	58
E. Franchise Sözleşmesinin Süresi .....	58
<b>IX. TÜRK HUKUKUNDA FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN</b>	
<b>UNSURLARI.....</b>	<b>59</b>
A. Franchise Alanın Bağımsız Olması .....	59
B. Franchise Sistemi .....	60
1. Pazarlama Anlayışı .....	60
2. Gayri Maddi Mallar .....	61
3. Franchise Organizasyonu.....	61
C. Dikey İşbirliği .....	61
D. Ücret.....	62
E. Anlaşma .....	62
<b>X. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİ DÜZENLEYEN YASALAR.....</b>	<b>62</b>
<b>XI. FRANCHİSE SÖZLEŞMELERİNİN TÜRLERİ VE YÖNETMENİN</b>	
<b>FARKLI ÖRNEKLERİ .....</b>	<b>64</b>
A. Franchise Sözleşmesinin Türleri.....	64
1. Üretim Franchise'ı .....	64
2. Dağıtım Franchise'ı .....	65
3. Ticari Oluşum Franchise'ı .....	66
4. Hizmetler Franchise'ı .....	67
5. Yatırım Franchise .....	67
B. Franchise Yönetiminin Farklı Örnekleri.....	68
1. Yerel Franchise .....	68
2. Bölgesel Franchise .....	69
a. Geliştiricinin Anlaşması Franchise'ı.....	69

b.	Ana Franchise.....	69
c.	Ortak Franchise .....	69
3.	Lokal Franchise.....	70

## İKİNCİ BÖLÜM

### FRANCHISE SÖZLEŞMESİNİN TARAFLARININ YÜKÜMLÜLÜKLERİ

#### I. IRAK VE MISIR HUKUKUNDA FRANCHİSE TARAFLARININ YÜKÜMLÜLÜKLERİ..... 71

A.	Franchise Verenin Yükümlülükleri .....	71
1.	Sözleşmeden Önceki Dönemde Bilgi Verme Yükümlülüğü .....	72
2.	Teknik Yardımı Sunma Yükümlülüğü .....	75
a.	Teknik Yardım Sunmanın Maddi Araçları .....	76
b.	Teknik Yardım Sunmanın Maddi Olmayan Araçları.....	76
3.	Teknik Bilgi Unsurlarını Aktarma Yükümlülüğü.....	78
4.	Garanti Yükümlülüğü .....	82
a.	Bizzat Franchise Verenin İşe Karışmama Garantisi .....	83
b.	Başkasının Yasal Bir Şekilde İşe Karışmama Garantisi .....	83
c.	Gizli Kusurların Garantisi .....	84
5.	Franchise Alana Markayı Kullanma Hakkını Verme Yükümlülüğü ...	85
6.	İşçileri Eğitim Yükümlülüğü.....	88
B.	Franchise Alanın Yükümlülükleri .....	88
1.	Sözleşme Parasını Ödeme Yükümlülüğü .....	88
a.	Para Olan Karşılık .....	89
a.a.	Paranın Tahmini (Toplu) Olarak Verilmesi .....	89
a.b.	Paranın Periyodik Bir Şekilde Verilmesi.....	91
a.c.	Paranın Bir Kısımının Toplu ve Diğer Kısımının Periyodik Olarak Verilmesi.....	92
b.	Aynî (Mal/Ürün) Olan Karşılık.....	92
2.	Teknik Bilginin Gizliliğini Koruma Yükümlülüğü .....	94
3.	Başkasına Franchise Vermeme ya da Başkasıyla Gizliden Sözleşme Yapmama Yükümlülüğü.....	96
4.	Franchise Verenin Emirlerini Yerine Getirme Yükümlülüğü .....	96
C.	Franchise Veren ve Franchise Alan Arasında Karşılıklı Yükümlülükler ..	99
1.	Sınırlama Şartının Yükümlülüğü .....	99
a.	Bölgesel Sınırlama .....	100
b.	Destek Sınırlaması .....	100
2.	İyileştirmeleri Aktarma Yükümlülüğü.....	101

<b>II. TÜRK HUKUKUNDA TARAFLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ</b> .....	102
A. Franchise Verenin Yükümlülükleri .....	102
1. Üretim, İşletme ve Pazarlama Sistemindeki Fikri ve Sınâî Unsurları Kullandırma Borcu .....	102
2. Franchise Alanı Aydınlatma Borcu .....	103
3. Franchise Alanı Koruma ve Destekleme Borcu .....	105
4. Gerekli Mal ve Malzemeleri Teslim Borcu .....	105
5. Franchise Alana Tanınan Tekel Bölgesinde Başka Franchise Vermeme Borcu	106
B. Franchise Alanın Yükümlülükleri .....	107
1. Franchise Konusu Ürün ve Malzemeleri Franchise Verenden Alma Borcu	107
a. Franchise Sözleşmeleri Açısından Bağlayıcı Kayıt .....	108
b. Dikey Anlaşmalara İlişkin 2002/2 Sayılı Grup Muafiyeti Tebliği:	109
2. Mal ve/veya Hizmetlerin Sürümünü Kendi Nam ve Hesabına Yapma ve Sürümü Destekleme Borcu: .....	110
3. Üretim, İşletme ve Pazarlama, Sistemindeki Fikri ve Sınâî Unsurları Kullanma Borcu:.....	111
4. Sistemin İçerdiği ve Franchise Veren Tarafından Belirlenen Üretim, İşletme, Pazarlama İlkelerine ve Franchise Verenin Talimatlarına Uyuma Borcu	112
5. Ücret Ödeme Borcu: .....	112

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

#### **FRANCHISE SÖZLEŞMESİNİN SONRA ERMESİ VE ONUN ETKİLERİ**

<b>I. IRAK VE MISIR HUKUKUNDA FRANCHISE SÖZLEŞMESİNİN SONRA ERMESİ VE ONUN ETKİLERİ</b> .....	114
A. Sözleşmenin Sona Erme Sebepleri .....	114
1. Sürenin Sona Ermesiyle Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi.....	115
a. Üzerinde Anlaşma Yapılan Sürenin Sona Ermesiyle Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi .....	116
b. Yasada Belirlenen Sürenin Sona Ermesiyle Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi .....	116
c. Franchise Sözleşmesinin Yenilenmesi .....	118
2. Taraflardan Birinin Yasal Kişiliğinin Sona Ermesi .....	119
a. Sözleşme Yapanın Gerçek Kişi Olması .....	121
a.a Sözleşme Yapanın Ölmesi.....	121
a.b. Sözleşme Taraflarından Birinin Ya da İkisinin İflas Etmesi.....	122

b.	Sözleşme Yapanın Tüzel Kişi Olması.....	124
b.a.	Şirketin Tasfiye Edilmesi.....	124
3.	Sözleşmenin Feshedilmesi.....	125
4.	Anlaşmalı Fesih Şartı.....	128
5.	Sözleşmenin Butlanı.....	129
6.	Ekonomik Değerin Yitirilmesi.....	130
7.	Franchise Alanın Başkasına Franchise Vermesi.....	130
B.	Sözleşmenin Sona Ermesi Sonucunda Ortaya Çıkan Etkileri.....	131
1.	Gizliliği Korumak.....	131
2.	Sözleşme Unsurlarını Kullanmamak.....	132
3.	Benzer Faaliyette Bulunmamak (Rekabet Etmemek).....	133
4.	Tüm Vadeli Meblağların Ödenmesi.....	135
5.	Telefon, Faks ve İnternet Hatlarının Tümünün İptal Edilmesi.....	135
6.	Geride Kalan Stok Ürünlerinin Geri Verilmesi Yükümlülüğü.....	135
<b>II.</b>	<b>TÜRK HUKUKUNDA FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN SONA</b>	
	<b>ERMESİ VE ONUN ETKİLERİ.....</b>	<b>136</b>
A.	Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesinin Sebepleri.....	136
1.	Sözleşmenin Taraflarca Kararlaştırılan Sürenin Bitimiyle Sona Ermesi	136
2.	Sözleşmenin Olağan Fesih Yoluyla Sona Erdirilmesi.....	137
a.	Fesih Süresi.....	137
3.	Sözleşmenin Olağanüstü Fesih Yoluyla Sona Erdirilmesi.....	138
4.	Sözleşmenin İflas, Ehliyet Kaybı ve Ölüm Nedeniyle Kendiliğinden Sona Ermesi.....	139
B.	Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesinin Sonuçları.....	140
1.	Franchise Alanın Sözleşme Sonrası Gayri Maddi Malları Kullanmama ve Verilenleri İade Borcu.....	140
2.	Sözleşme Sonrası Rekabet Yasağı.....	141
3.	Müşteri Tazminatı Sorunu.....	142
4.	Franchise Alanın Sözleşme Sonrası Sır Saklama Borcu.....	143
	<b>SONUÇ.....</b>	<b>145</b>
	<b>ÖNERİLER.....</b>	<b>146</b>
	<b>BİBLİYOGRAFYA.....</b>	<b>147</b>

**Kısaltmalar**

ABD.	: Amerika Birleşik Devletleri
b.	: Baskı
Bkz.	: Bakınız
c.	: Cilt
dn.	: dipnot
E.	: Esas
f.	: Fıkra
GATT.	: General Agreement On Tariffs And Trade (Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşması)
H.	: Hicri
HD.	: Hukuk Dairesi
İÇK.	: Irak Çalışma Kanunu
İİK.	: Irak İspat Kanunu
İMK.	: Irak Medeni Kanunu
İMVK.	: Irak Marka ve Veriler Kanunu
İŞK.	: Irak Şirketler Kanunu
İTK.	: Irak Ticaret Kanunu
K.	: Karar
KHK.	: Kanun Hükmünde Kararname
m.	: Madde
MÇK.	: Mısır Çalışma Kanunu
MFMK.	: Mısır Fikri Mülkiyet Kanunu
MMK.	: Mısır Medeni Kanunu
MTK.	: Mısır Ticaret Kanunu



OR.	: Bundesgesetz über das Obligationenrecht (Shweiz)
p.	: Page
RG.	: Resmi Gazete
s.	: Sayfa
sy.	: Sayı
T.	: Tarih
TBK.	: Türk Borçlar Kanunu
TMK.	: Türk Medeni Kanunu
TRKHK.	: Türk Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
TTK.	: Türk Ticaret Kanunu
TUFRAD.	: Türk Ulusal Franchising Derneği
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve devamı
WIPO.	: World Intellectual Property Organization (Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü)
Yarg.	: Yargıtay

## GİRİŞ

XX. asrın yarısında ekonomik ve ticari düşüncedeki dönüşüm çok sayıda yeni kavramı ve düşünceyi ortaya çıkarmaya yol açtı. Onların en önemlisi ticaret ve sanayi özgürlüğü ilkesini işletme ve farklı ticari kurumlar arasındaki rekabet ruhunu teşvik etme zorunluluğudur. Öyle ki bu, ekonomik faaliyet çarkını döndürecek ve farklı devletlerin ilerleyen kervana katılmasına yardım eder<sup>1</sup>.

Gerçekten gelecek asır, evrensel iş ağları asırıdır. Daha şimdiden ondan bahsedilmektedir. Bundan dolayı geniş bir şekilde yayılarak ilerleyen evrensel rekabeti dikkate alan bir politika olması gerekir<sup>2</sup>.

Teknoloji büyük oranda bu olgunun gelişmesine katkıda bulundu. Nitekim hızlı olan teknolojik gelişme ve ilerleme, tüm üretim düzeyleriyle yardımlaşarak devletler ve şirketler arasında uluslararası ticaret hareketinin artmasını etkiledi. Bu dayanışma pazarlama ve dağıtım işlerine kadar uzandı. Bu dayanışma o şirketlerin devasa ekonomik oluşumlarda kutuplaşmasına yol açtı. Bu oluşumlar büyük sermayelere sahiptir. Teknik ve yüksek idari bilgiyi birleştirmektedir<sup>3</sup>. Kendi aralarında birtakım sözleşme, anlaşma ortak ekonomik yararlar yapmaktadırlar. Bu tür anlaşmalara dayanışma anlaşmaları denilmektedir. Bunlar sayesinde ticari, sanayi ve dağıtım kurumları gibi farklı faaliyette bulunan kurumlar arasında entegrasyon gerçekleşmektedir<sup>4</sup>.

Franchise sistemi, mal veya hizmetler üretme alanında başarılı bir ekonomik faaliyetin var olmasına dayanmaktadır. Daha sonra bu faaliyeti satmak için başka bir yatırımcıya (Franchise alan) sunar<sup>5</sup>. Öyle ki müşteri; franchise verenin ticari ismini, işletme ve yönetim yollarını, hizmet standartlarını ve gerekli araçları kullanma

<sup>1</sup> CUMAY'Î Hasan, Tüketiciyi Koruma, Tüketici Sözleşmelerinde Tüketicinin Rızasına Özgü Koruma, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1996, s. 7

<sup>2</sup> MUSTAFA Mustafa, Globalleşme Çağında Evrensel İş Ağları, XXI. Asırda Rekabet Yönetimi ve Piyasalara Egemen Olma, Mısır, Ahrâm Gazetesi, sy. 184, Haziran 2002, ss. 9-10.

<sup>3</sup> SAĞÎR Husâm, Şirketler Entegrasyonu Hukuk Sistemi, b.1, Kahire, el-Fikrû'l-Arabi, 1987, s. 5.

<sup>4</sup> SERADDİN Hânî, Uluslararası Ticaret Sözleşmeleri Müzakereleri, Mısır ve İngiltere Hukukunda Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b.1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1998, s. 7.

<sup>5</sup> KASIM Ali, Ticari Yükümlülük Sözleşmesi, Hukuk ve Ekonomi Araştırmaları Hukuk ve Ekonomi Dergisi, Kahire Üniversitesi, 1986, s. 205.

hakkını elde eder<sup>6</sup>. Aynı şekilde sözleşme süresi boyunca veren tarafından sürekli yardım ve zorunlu olan eğitim hakkını elde eder. Ayrıca franchise alan, franchise verenle üzerinde sözleşme yapılan birim ya da birimlerin inşası için gerekli olan tüm yatırım yüklerini üstlenir. Franchise alan, franchise ağına katılmak için bir miktar para verir. Yıllık toplam gelirinden belli bir oranını; destek, idari yardım ve merkezi pazarlama faaliyet hizmetlerinin bir karşılığı olarak franchise verene verir. Bundan dolayı bu sözleşme kapsamlı ya da tamamlayıcı dağıtım sözleşmelerinden biri sayılmaktadır<sup>7</sup>.

Bu yeni ortaya çıkan şekilden franchise veren ve franchise alan yararlanmaktadır. Franchise veren doğrudan bir yatırım yapmadan kendi faaliyetinin yayılmasını ve gelişmesini sağlıyor. Onun ticari isim mülkiyeti devam eder ve o mali gelir elde eder. Franchise alan, franchise verenin varlığı ve yakınlığından yararlanır. Bu da onun tek başında yeni bir proje yaptığı zaman karşılaştığı finansal yükleri ve pazarlama risklerini azaltır<sup>8</sup>.

Dağıtım sözleşmelerinin bu yeni şekli ABD’de büyük bir başarı kaydetti. Onun ortaya çıktığı yer orasıdır. Daha sonra onda daha başarılı bir metod bulan Avrupa’ya intikal etti. Fransa onu ilk kabul eden ülkelerdendir. Onun küçük tüccarlarının hukuki bağımsızlıktaki istekleri ile kapsamlı dağıtım gereksinimleri arasında uyum sağlamadaki başarısıyla Fransa onda ticari faaliyeti meslek edinenler için çok sayıda teşvikler buldu. Aynı şekilde franchise sözleşmesi tüketiciler için ürün kalitesi ya da ortak ve bilinen isim ve marka altında sunulan hizmetlerin güvencesini sunmaktadır<sup>9</sup>.

Bu başarı sebebiyle Avrupa devletleri ticari başarı için bu yeni örneği araştırmaya önem vermeye başladı. Zira Fransa Franchise Federasyonu 1971’de kuruldu. Yine Avrupa Franchise Federasyonu 1972’de kuruldu. Zira onların her biri

<sup>6</sup> **RİDVAN** Fâyiz, Ticari Lisans Sözleşmesi, b.1, Kahire, el-Huseyin el-İslamiyye Basımevi, 1990, s. 7.

<sup>7</sup> **KAYLÛBÎ** Semîha, Ticari Sözleşmeler Şerhi, b. 2, Kahire, Kahire Üniversitesi ve Üniversite Kitap Basımevi, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1992, s. 193.

<sup>8</sup> **HADÎDÎ** Yasir, Tekelcilik Uygulamalarını Engelleme ve Rekabet Yasaları Işığında Ticari Franchise Sözleşmesi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b.1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 2012, s. 7.

<sup>9</sup> **KAYLÛBÎ**, Sözleşmeler, s. 193.

franchise sistemini, sınırlarını ve kurallarını tanıtmayı üstlendi. Franchise sözleşmesinde tarafların gözetmesi gereken davranışlar için yasa çıkardı<sup>10</sup>.

Bu iki federasyon; hukukçular, ticari faaliyete önem veren meslek sahipleri, franchise veren ve franchise alan kurumlardan bu yeni kavrama önem veren büyük bir topluluğu bir araya getirdi. Durum bu iki federasyonla sınırlı kalmadı. Avrupa devletlerinin çoğu franchise'a özgü federasyonlar inşa etmeye başladı. Bu da bu sözleşmeye önem verenlerin tümü arasında görüş alışverişi ve tartışma yapılması ve onun gelişme yollarının araştırılması içindi<sup>11</sup>.

Arap devletlerinde ise Mısır, gazlı içecekleri ambalajlama ve yakıt istasyonları gibi farklı sektörlerde uluslararası ticari yatırımlar yaparak uzun süreden beri franchise'la iş yapmayı kabul eden en önemli devletlerdendir. Ancak franchise'ın yasal kavramı Mısır'da seksenli yılların sonlarında özellikle de Mısır ekonomik sisteminin; ekonomik kapsamdan özgür ekonomiye, merkezi planlamadan piyasa sistemine ve kamu sektörü egemenliğinden özel sektörün temel rol aldığı konuma geçmesinden sonra ortaya çıktı<sup>12</sup>. Hazır elbise alanında Benetton, Max ve Naf Naf; fastfood alanında Pizza Hut, Kentucky, McDonald's ve Baskin-Robbins; hizmetler alanında Aviz, Budget, Thomas Cook; araba sanayisi alanında Fiat, General Motors ve Hyundai; otel alanında Sheraton, Hilton ve Mövenpick; en son olarak petrol sanayisi alanında Iso Mobil, Total, Caltex gibi isimler görmekteyiz. Buna Mısır piyasasının, Amerika ve Avrupa yabancı şirketlerinin bilinen markalarını taşıyan yeni ürün ve hizmetleri alım gücü ve onlara yönelik nispeten yükselen tüketim eğilimi yardımcı oldu<sup>13</sup>.

Mısır'da Franchise geniş bir şekilde yayılmasına rağmen, Mısır kanun koyucu ona özel bir yasal sistem koymamıştır. Herhalde bunun sebebi onun için yasal bir düzenleme koymayı gerektiren bir yargısal sabıkanın olmamasıdır. Ya da şimdiki uyuşmazlıkların çoğu, onun tarafları ve o tarafların kurumlarının yerlerine nazaran yabancı bir yapıya sahiptir. Aralarında meydana gelen herhangi bir uyuşmazlığı

<sup>10</sup> **AKKÂD** Mâcid, Le Contrat de Franchise en Egypte, Etude Comparee de Droite Francais et egyptien, Theses, Universite de Montpellier, 2003, p. 28.

<sup>11</sup> **HADÎDÎ**, İmtiyaz 2, s. 7.

<sup>12</sup> **HADÎDÎ**, İmtiyaz 2, s. 8.

<sup>13</sup> **AKKÂD**, p. 28.

tahkime götürmede anlaşmaktadırlar. Çünkü onunla uyumsuzluk daha kolay çözülmektedir<sup>14</sup>. Ayrıca Irak'ta Burger King ve Mac Donald gibi fastfoodla ilgili çok sayıda markalar, ZARA gibi elbise markaları, Pata gibi ayakkabı markaları ve çok sayıda Türkiye markaları yaygınlaşmasına rağmen franchise sözleşmesiyle ilgili bir yasa ve yasal düzenleme yoktur. Tüm Arap devletlerinde de durum aynıdır. Nitekim tüm Arap devletlerinde franchise'la ilgili bir yasa yoktur<sup>15</sup>.

Hukuk doktrinini incelediğimizde franchise'la ilgili yazıların az olduğunu görmekteyiz. Nitekim bazı hukuk doktrinleri genel bir şekilde dağıtım sözleşmelerinden bahsederken genel telifler çerçevesinde onu ele almışlardır<sup>16</sup>. Öte yandan diğer bazıları onun teknolojiyi<sup>17</sup> ya da teknik bilgileri taşımadaki rolü yönünden ele almıştır<sup>18</sup>. Müellifler ise azdır<sup>19</sup>.

Hukuk doktrini teliflerinin az olması ve franchise'ın geçek anlamda yayılması sebebiyle franchise sistemini uygulamayı düzenleyen kurallar koyma ihtiyacı ortaya çıktı. Zira franchise sistemiyle çalışan iş adamlarından çok sayıda iş adamı ve uzman bu sisteme önem verenleri bir araya getiren özel bir federasyon oluşturmaya çalıştılar. Bu federasyon Mısır Franchise Derneği'dir. Bu dernek Uluslararası Franchise Meclisi'nin tam üyeliğini elde etme başarısı gösterdi. Dernek, franchise sistemini tanıtmak için yayınlar çıkarmak, sempozyum ve konferanslar düzenlemek ve bölgesel ve uluslararası fuarlar düzenlemek gibi çok sayıda faaliyette bulunmaktadır<sup>20</sup>.

Bu çalışmada franchise sözleşmesi konusuyla ilgili Arapça ve yabancı araştırmalar, incelemeler ve fıkıh kitapları incelenerek Irak ve Mısır kanunlarında karşılaştırmalı bir araştırma yöntemi takip edilecektir.

<sup>14</sup> **SELAME** Ahmed, Uluslararası Özel Hukuk ve Uluslararası Ticaret Hukukunda Uluslararası Serbest Sözleşme Teorisi, Etnolojik ve Eleştirel Bir Araştırma, b.1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1989, s. 13.

<sup>15</sup> **BEŞTÂVÎ** Dua, Franchise Sözleşmesi ve Etkileri, Özel Hukukta Bir Yüksek Lisans Tezi, Nablus, en-Necâh Üniversitesi, 2008, s. 4.

<sup>16</sup> **KAYLÛBÎ**, Sözleşmeler, s. 208.

<sup>17</sup> **RİDVAN**, s. 6; **AMMAR** Mâcid, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1992, s. 13.

<sup>18</sup> **NECCÂR** Muhammed, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, Teknik Bilgi Aktarımıyla İlgili Bir Araştırma, b.1, İskenderiye, el-Cami'atü'l-Cedîd Yayınevi, 2001, s. 10.

<sup>19</sup> **AKKÂD**, s. 8.

<sup>20</sup> **HADÎDÎ**, İmtiyaz 2, s. 10.

Araştırmanın önemi şöyledir:

1. Bu çalışma Irak için önem arz etmektedir. Çünkü Irak kanun koyucunun bu sözleşme için yasal bir sistemi koyması için ona bilgiler sunmaktadır.

2. Sorumlu ve ilgili olanlara bu sözleşmenin oynadığı rol hakkında bilgi vermektir. Bu sayede ekonomik gelişimin çarkı, özellikle de Irak'ta meydana gelen zor ekonomik durumların etkisi altında hareket eder. Bu da franchise sözleşmesinin gelişmekte olan devletlerin ekonomisini canlandıran ve onları gelişmiş devletlerin safına katan en önemli sözleşme olması hasebiyledir.

3. Franchise sözleşmesinin ihtiva ettiği bilgiler açısından araştırmacılar bu araştırmadan yararlanabilir.

Çalışma şunları amaçlamaktadır:

1. Bu araştırma franchise sözleşmesinin hukuki anlamını açıklamayı amaçlamaktadır. Bu da onun tanıtmak ve önemini, onun türlerini ve onu yönetme örneklerini açıklamakla olur.

2. Franchise sözleşmesini ona benzeyen diğer sözleşmelerden ayırt ederek onun özelliklerini ve hukuki yapısını belirlemek.

3. Sözleşme taraflarının yükümlülüklerini belirlemek.

**BİRİNCİ BÖLÜM**  
**FRANCHISE SÖZLEŞMESİ VE BUNA İLİŞKİN**  
**MEVZUAT**

**I. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİ KAVRAMI**

Franchise sözleşmesi kavramı diğer yeni sözleşmeler gibi ekonomik ve teknolojik gelişme, dünyanın birbirine açılması, ekonomik küresel çağın gelmesi ve sermayelerin toplanması neticesinde ortaya çıktı. Dünya küçük bir köy haline geldi. Bunu sağlayan ise yavaş yavaş Evrensel Ticaret Örgütü'nün ortaya çıkmasını hazırlayan Ticaret ve Gümrük Tarifesi Genel Sözleşmesi'dir (GATT). Bu da küçük projelere olumsuz etki yaptı. Onların geri çekilmesine yol açtı. Artık ticaret ve onun evrensel piyasaya sızması, rekabet yasalarının varlığı çerçevesinde genişlemeyi amaçlayan köklü ticari kurumlara büyük derecede dayandı<sup>21</sup>.

İletişim ve yayın organların franchise sözleşmesinin dünyada hızlı bir şekilde yayılmasında büyük bir rol oynadı. Bu gelişimin tüketicilerin dünyadaki kültürü ve onların zevkleri üzerinde büyük bir etkisi oldu. Bu da aynı hizmet ve ürünleri çıkarma ve onların dünyada hızlı bir şekilde yayılmalarını güvenceye almayı yatırımcılar için kolaylaştırdı<sup>22</sup>.

Franchise sözleşmesi ticari proje dairesini genişletmeye çalışan yöntemlerden biridir. Bu sistem markanın teknik bilgisini sunmaya dayanarak dünya devletlerinin çoğunda yayılmaya başladı. Bu sözleşme franchise veren ve franchise alan arasında belli sözleşmeleri gerektiriyor. Burada petrol, araba, ilaç ve bunlar dışındaki sanayiler gibi büyük sanayilerde franchise yoluyla yapılan yatırıma değineceğiz. Aynı şekilde franchise'la iş yapan orta derecede ve çok küçük olan yiyecekler, içecekler, ev eşyaları, elektronik cihazlar, nakliye hizmetleri; bakım, temizlik, yolculuk, turizm hizmetleri, eğitim ve bilgisayar hizmetleri gibi üretim ve hizmet sektörlerini inceleyeceğiz<sup>23</sup>.

<sup>21</sup> BEŞTÂVÎ, s. 8.

<sup>22</sup> MİSKÂVÎ Lübnâ, Franchise Sözleşmesi, Hukuk Doktrini ve İçtihat Işığında Bir Araştırma, b. 1, Beyrut, Yeni Kitap Kurumu, 2012, s. 7.

<sup>23</sup> BEŞTÂVÎ, s. 7.

Bu sözleşme gereği iki taraf arasında ticari ilişki meydana gelir. Birincisi franchise verendir. Diğeri ise onu alandır. Öyle ki üzerinde anlaşılan şartlara göre belli bir bölge ve sürede franchise alan tarafından bir ürün veya hizmetin üretilmesi, onun dağıtılması ve pazarlanmasıyla ilişki meydana gelir. Franchise veren; bilgi, sistemleri, eğitimi ve teknik desteği franchise alana vermesi gerekir. Aynı şekilde onun ticari isim ve marka, idari ve mali plan, pazarlama ve reklam planı gibi bu faaliyetin tüm araç ve gereçlerini kullanmasına izin verir. Bunun yanında üzerinde anlaşıldığı gibi sözleşme süresi boyunca yardım, eğitim ve danışmanlığı ona sunması gerekir<sup>24</sup>.

Franchise kavramının sözlük anlamı, eski Fransızcadaki “Franchir” ya da “Affranchir” sözcüklerine dayanmaktadır. Bu iki sözcüğün anlamı kölelik veya boyunduruktan kurtulup özgür olmaktır<sup>25</sup>.

Bunun yanı sıra bu kavram o çağda hükümdarların belli bir bölgedeki tüm vergileri bir miktar mal ödeme karşılığında devlet içindeki baronlar ve büyük sorumlulara vermeyi alışkanlık haline getirdikleri bu davranışı nitelemek için kullanıldı<sup>26</sup>.

Aynı şekilde bu kavram İngilizcede genel seçimlerde oy kullanma gibi bir nevi siyasi hakları kullanmada kullanıldı. Yine ticari alanda marka ve ticari ismi kullanma hakkını başkasına vermede kullanıldı<sup>27</sup>.

Bu kavramla iş yapma gelişmeye devam etti. Ta ki iki kurum ya da iki taraf arasında ticari sözleşme ilişkisini nitelemek için kullanıldı. Birinci taraf franchise veren, ikinci taraf ise franchise alandır<sup>28</sup>.

Arapçada İngilizce olan franchise kelimesini karşılayan bir kelime yoktur. Bundan dolayı Arapçada aynı kelimeyi kullanmak en uygun olanıdır. Çünkü okuyucunun sıkıntı çekmeden onun anlamını ve içeriğine ulaşması için o yeterlidir. Franchise kelimesi ABD’de kullanıldı. Daha sonra çoğu devlette de kullanılmaya

<sup>24</sup> BESSİS Philippe, Le contrat de fanchisage, Notions Actuelles et apport du droit Europeen, Fransa: La Librairie generale de droit et de jurisprudence, 1992, p. 9.

<sup>25</sup> THOMPSON, D.N., Franchise Operations and Antitrust Heath Lexington: Books D.C. Heath and Company, 1971, p. 5.

<sup>26</sup> ŞAKNAKİRİ Muhammed, Mısır Hukuk Tarihi, b. 1, Kahire, el-Medenî Basımevi, 1986, s. 196.

<sup>27</sup> HADİDİ, İmtiyaz 2, s. 15.

<sup>28</sup> HADİDİ, İmtiyaz 2, s. 15.



başlandı. Bu kelime 3 Kasım 1973’de çıkan kararname gereği Fransızcaya “Franchisage” diye tercüme edilmiştir. Belçika’da ise franchise kelimesi kullanılmaktadır<sup>29</sup>.

## II. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN TANIMI

Franchise sözleşmesi: “*Franchise verenin sahip olduğu markayı ve tüm ticari amblem ve sembolleri, teknik bilgiyi aktarma, teknolojik ve ticari yardımı sunmakla beraber başka bir kişiye-ki oda franchise alandır- vermekle yükümlü olduğu bir sözleşmedir. Başka bir açıdan franchise alan, franchise ağına katılma ücreti ve sözleşmede üzerine anlaşılan aylık taksitleri vermekle yükümlüdür*”<sup>30</sup>.

Franchise alanında uzman olan çok sayıda kurullar bu sistem için bir tanım yapmışlardır. Bazı mahkeme kararları onun için tanımlar içermişlerdir. Yine bazı yasalar kendi metinlerinde onun tanımını içermişlerdir. Hukuk doktrininin franchise sözleşmesi için bir tanım koymadaki katkısını unutmuyoruz. Bundan dolayı bazı uzman kurulların franchise sözleşmesi için yaptığı tanım ve aynı şekilde yasal, yargısal ve doktrinle tanımları inceleyeceğiz. Zira franchise sözleşmesinin çok sayıda tanım vardır. Onlar aşağıda geldiği gibi şunlardır:

### A. Uluslararası Franchise Federasyonu’nun Tanımı

Bu, franchise sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*Franchise, onu veren ve alan arasında bir sözleşme ilişkisidir. Onun gereği franchise veren teknik bilgiyi ve eğitimi franchise alana vermesi gerekir. Franchise alan, onu verenin sahip olduğu belli bir isim, şekil veya işlem altında iş yapar. Bu sözleşmede franchise alan kişi kendi özel mallarını işe yatırır. Öyle ki işin başarı riskleri ona ait olup onları tek başına taşır*”<sup>31</sup>.

### B. Britanya Franchise Federasyonu’nun Tanımı

Bu franchise sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*Aşağıdaki maddelere göre franchise alan ve veren arasında yapılan bir sözleşmedir:*

<sup>29</sup> MUGABGAB Na’îm, Franchise, b. 1, Beyrut, el-Halebî el-Hukukiye Yayınları, 2006, s. 14.

<sup>30</sup> SERÎHÎ Yasir, Suudi ve Karşılaştırmalı Hukukta Franchise Sözleşmesinin Yenilenmeme Sorunu, Riyad, Uluslararası Franchise Kongresi ve Fuarı, 2 Haziran 2008, s. 1.

<sup>31</sup> KÜNDÜRÎ Mahmûd, Ticari İmtiyaz Sözleşmesinin Karşı Karşıya Olduğu Pratik Sorunların En Önemlisi, Kuveyt, Kuveyt Hukuk Dergisinde Yayınlanmış Bir Makale, sy. 4, Aralık 2000, s. 99.

1. *Franchise alana, franchise verenin mülkü olan bir isim altında belli bir süre içinde belli bir iş yapma izni verilir.*

2. *Franchise veren, franchise süresi boyunca franchise alanın yaptığı işleri devamlı kontrol eder.*

3. *Franchise veren, onu alanın kendi işlerini yerine getirmesi için gerekli olan her şeyi ona verir. Özellikle alanın işlerini düzenleme, onun görevlilerini eğitme, idare ve kullanılan malları düzenleme olmak üzere bu konuda ona yardım eder.*

4. *Franchise alan, sözleşme süresi boyunca onun ücretini ve satılan malların parasını ona franchise verene vermesi gerekir”<sup>32</sup>.*

### **C. Fransa Franchise Federasyonu**

Franchise sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*Bir açıdan franchise verenin projesi diğer bir açıdan onu alanın projesi arasında yardımlaşma yoludur. Şunları gerekli kılmaktadır:*

1. *Temel bir merkezin mülkiyeti, ticari isim, amblem, şekiller ve örnekler; sanayi, ticaret ya da hizmet markası, aynı şekilde teknik bilgi ve teknolojik yardım.*

2. *Özgün, tek çeşit, önceden denenmiş ve sabit bir şekilde konulmuş olarak bilinin birtakım ürün ve belli hizmetler.*

*Bu yardımlaşmanın amacı, kişi ve malların birbirini desteklemesiyle projeleri geliştirmek ve canlandırmaktır. Bununla beraber karşılıklı anlaşmalar gereği onların bağımsızlığını korumaktır. Bunun yanında franchise veren ve marka ile teknik bilgi sahibi olanın elde ettiği bir karşılık bulunmaktadır”<sup>33</sup>.*

### **D. Amerika Federal Ticaret Komisyonu**

ABD’de Federal Ticaret Komisyonu 21 Ekim 1979’da franchise sistemini düzenleyen kuralları çıkardı. Onlar 22 Ocak 2007’de değiştirildi. Bu komisyon franchise sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*Devam eden ve şunları içeren her ticari ilişkidir:*

<sup>32</sup> KÜNDÜRİ, ss. 4-5.

<sup>33</sup> HADİDİ Yasir, İmtiyaz 1, s. 19.

1. Franchise alanın, onu verene ait olan markayı taşıyan ya da onunla bağlantılı olan işleri yapma hakkını elde etmesidir. Ya da franchise verene ait olan markayı taşıyan ürün ve hizmetlerin sunulması, satılması ve dağıtılmasıdır.

2. Franchise sahibinin franchise alanın işteki yöntemini takip etme hakkının olmasıdır. Ya da franchise alanın onu yönetmesinde önemli yardımı ona sunma hakkının olmasıdır.

3. Franchise alanın, franchise sistemini elde etmesi ya da ona başlamasının bir şartı olarak franchise verene ya da ona tabi olan kurumlardan birine bir meblağ mal vermesi gerekir<sup>34</sup>.

Franchise kurallarını düzenleyen federal kılavuz franchise ilişkisinde bulunması gereken üç şartı belirlemiştir: Onlar da şunlardır:

1. Markayı ya da başka herhangi bir ticari amblemi sunma sözü.
2. Denetim yapma ya da franchise işlerinin yönetimi için önemli olan yardımı sunma sözü.
3. Franchise sahibinin ilk altı ay boyunca 500 dolardan az olmayacak miktarda para alma hakkı<sup>35</sup>.

Başka bir açıdan Amerika hukuk doktrini franchise sözleşmelerinden herhangi birinin şu üç unsuru bulundurması gerektiği görüşündedir: Birincisi pazarlama planı, ikincisi franchise sahibine ait olan markayla bağlantı ve üçüncüsü de harçlardır. O harçlar franchise ağına katılma karşılığıdır<sup>36</sup>.

Bu tanıma ek olarak hukuk doktrini bu tanımın geniş olduğu görüşündedir. Zira tüm iş ve faaliyetlerin franchise çerçevesine sokulması mümkündür<sup>37</sup>.

### **E. Mısır Franchise Geliştirme Derneği**

Mısır Derneği, franchise sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “Ürün ya da hizmetlerin dağıtılmasının bir aracıdır. En az iki taraf arasında gerçekleşir. Onlardan biri markayı ya da ticari ismi veren franchise sahibidir. Diğeri ise

<sup>34</sup> MERZÛK Muhammed, Franchise Sözleşmesinin Hukuki Yönleri, Hukuk ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi, el-Mensûre Üniversitesi, Kahire, sy. 54, Ekim 2013, s. 251.

<sup>35</sup> U.S. Federal Trade Commission, Compliance Guide of Franchise Rule, Part 436, May, 2008, p. 1.

<sup>36</sup> GRINBLAT (T.), The Unintended franchise and how to avoid it, new matter- the official publication of the intellectual property section law of the state bar of California, Vol. 33, No. 4, 2008, p. 22.

<sup>37</sup> MERZÛK, s. 522.

*franchise sahibinin adı altında ticari işleri yapma hakkını elde ettiği için öncelikli harçları ödeyen ve franchise alan kişidir*”<sup>38</sup>.

#### **F. Fransa Yargısı**

Franchise sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*Gereğiyle franchise alanın kendi markasını franchise alanın yetkisine bıraktığı bir sözleşmedir. Marka, teknik bilgi, birtakım ürün ve hizmetler; ana ve tek bir yolla üretilmektedir. Bu unsurlardan yararlanma daha önce tecrübesi olan teknik ve ticari bir yol takip edilerek olur. Onun deneyimi ve kontrolü devamlı yapılmaktadır. Onların testi ve kontrolü sürekli yapılmaktadır. Bu da franchise verenin bilgisi ve danışmanlığı altında olmaktadır*”<sup>39</sup>.

#### **G. Lübnan Yargısı**

Beyrut’taki birinci dereceli mahkeme, 30.01.1992’de çıkan 28/29 sayılı kararında onu şöyle tanımlamıştır: “*Toptan ticaret yapan tacir ya da sanayici ile bağımsız bir şekilde kendi hesabına perakende ticaret yapan kişi arasında bir anlaşmadır. Şirket, tacirin mülkü olacak bir ticari merkez ya da yer oluşturmayı kolaylaştırır. Ona meşhur bir markanın ürünlerini satma ve bu markayı ve ticari ismi kendi yerinde kullanma hakkını verir. Tacirin bu markayla rekabet eden başka ürünleri satmaması gerekir*”<sup>40</sup>.

Bu tanımın, franchise verenin daha önce elde ettiği tecrübe ve bilgiyle kazandığı teknik bilgi (know-how) unsurunu görmezden geldiği görülmektedir. Aynı şekilde tanım, sözleşme devam ettiği sürece teknik yardım yapılması unsurunu görmezden gelmiştir. Ayrıca tanım franchise sisteminin sadece dağıtımla sınırlı olmasına değinmiştir. Halbuki franchise bundan daha kapsamlıdır. O; yatırım, dağıtım, ticaret, hizmet ya da üretim alanında olabilir.

#### **H. Hukuk Doktrini**

Hukuk doktrini, franchise sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*Franchise sahibi diye bilinen birinci tarafın, franchise alan diye bilinen ikinci tarafa ekonomik faaliyetin birinde birincinin gerçekleştirdiği başarıdan yararlanma iznini vermesidir.*

<sup>38</sup> MERZÛK, s. 523.

<sup>39</sup> KÛNDÛRÎ, s. 5.

<sup>40</sup> BEŞTÂVÎ, s. 21.

*Bu faaliyet ticari, sanayi ya da hizmetle ilgili olabilir. Bu da sanayi mülkiyet haklarını kullanmada yardımlaşma ya da franchise sahibinin başarısında sebep olan teknik bilgi yoluyla olmaktadır*<sup>41</sup>.

### **İ. Hukuk Doktrinde Başka Bir Görüş**

Bu görüş franchise sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “Sözleşmeyle yapılan ve düzenlenen hukuki işler sistemidir. Onun gereği franchise sahibi bazı ürün ve hizmetleri satma hakkını franchise alana satmaktadır. Bu da belli ve üzerine anlaşılmış bir çerçevede yapılmaktadır”<sup>42</sup>.

Bu doktrinle tanımların franchise sözleşmesinin ekonomik yönüne yoğunlaştığı görülmektedir. Aynı şekilde başarmak ve ekonomik yararları elde etmek için sözleşme tarafları arasındaki sözleşme ilişkisine yoğunlaşmaktadır. Daha önce geçen tüm tanımlardan herhangi bir franchise sözleşmesinin şu unsurları içermesi gerektiği anlaşılmaktadır.

1. Franchise ürün ve hizmetleri pazarlama sistemidir.
2. Franchise en az iki taraf, franchise veren ve franchise alan arasında gerçekleşir.
3. Franchise verenin franchise alana ticari amblem, ticari isim ve teknik bilgi gibi bazı franchise unsurlarını kullanma hakkını vermesi.
4. Franchise alanın franchise sahibine mali karşılık ödeme yükümlülüğü.
5. Franchise alanın onu verenin talimatlarına uyma ve onun sistemine göre çalışma yükümlülüğü.
6. Franchise sahibinin izin verdiği kişiye sözleşme boyunca yardım etme ve onu destekleme yükümlülüğü<sup>43</sup>.

### **J. Türk Hukukunda**

Franchise tanımına ilişkin mevzuatta herhangi bir düzenleme bulunmamakla birlikte, 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği<sup>44</sup> ile yürürlükten kaldırılan 1998/7 sayılı Franchise Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti

<sup>41</sup> MERZÛK, ss. 511-512.

<sup>42</sup> MEANEY (J. A.), How to buy a franchise, First ed, Illinois, Sphinx publishing, 2004, p. 11.

<sup>43</sup> BESSİS, franchisage1, s. 13.

Tebliğî'nin 3 üncü maddesinde franchise, “son kullanıcılara malların yeniden satılması veya hizmetlerin sunumu için kullanılacak olan markalar, ticaret unvanları, mağaza işaretleri, faydalı modeller, tasarımlar, telif hakları, know-how veya patentlere ilişkin fikri veya sınai mülkiyet haklarından oluşan bir sistem” şeklinde tanımlanmakta idi.

Ulusal Franchise Derneğın tanımına göre franchise, “bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın, belirli bir süre şart ve sınırlamalar dâhilinde işın yönetim ve 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 bütünüdür”<sup>45</sup>.

Yargıtay da bir kararında franchise sözleşmesini şu şekilde tanımlamıştır: “Franchise sözleşmesi bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın belirli bir süre şart ve sınırlamalar dâhilinde işın 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 bütününe dayanan birbirinden bağımsız iki taraf arasında kurulan bir sözleşmedir. franchise veren sahip olduğu ve kalitesi kanıtlanmış olan başarılı bir markayı isim ve bunların satış dağıtım veya işletme hakkını belirli bir bedel karşılığında franchise alana vermektedir”<sup>46</sup>.

### III. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ

Franchise sözleşmesinin hukuki niteliğini belirlemek, ona uygulanan kuralları ve belli bir sözleşmenin hukuk sistemine girdiğini belirlemedeki önemini ortaya çıkarmaktadır. Onun özel niteliği, kendi kurallarını diğer sözleşmelerden farklı kılmaktadır<sup>47</sup>. Bundan dolayı franchise sözleşmesinin özelliklerini daha sonra onun benzer sözleşmelerden ayırt edilmesini aşağıda geldiği gibi inceleyeceğiz:

<sup>44</sup> 36 RG. T: 14/7/2002 – sy. 24815; YAVUZ Fatma, Franchise Sözleşmelerinde Franchise-Alanın Hak ve Yükümlülükleri, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2015, s. 10.

<sup>45</sup> YAVUZ, s. 10.

<sup>46</sup> Yarg.19. HD.,25.06.2001.E. 2001/819. K. 2001/4917; AYATA Yeşim, Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları, İstanbul, 2015, s. 8.

<sup>47</sup> MERZÜK, s. 534.

## A. Franchise Sözleşmesinin Özellikleri

Franchise sözleşmesinin çok sayıda özellikleri vardır. Bazıları ona özgüdür. Diğer bazısında başka sözleşmelerle ortaktır. Franchise sözleşmesi bir şeyin mülkiyetine dokunmadan onun faydasıyla ilgili kabul sözleşmelerindedir. Bundan dolayı o, markanın mülkiyetini franchise alana nakletmez. Ancak onun üzerinde kişisel bir hak oluşturur. Aynı şekilde kişisel itibara dayalı sözleşmelerdendir. Sözleşmeyi yapma ve yürütmede bu itibarın önemli bir rolü vardır. Hem de devam eden sözleşmelerdendir. Çünkü sözleşmeden yararlanma zaman unsuruyla gerçekleşmektedir<sup>48</sup>.

Ayrıca o ticari sözleşme olma ayrıcalığına sahiptir. Franchise sözleşmesinin özünü oluşturan iki önemli özelliği vardır. Onlar da franchise verenin franchise alanı denetlemesi ve kontrol etmesi ile franchise veren tarafından franchise alana verilen mali, idari ve hukuki bağımsızlıktır<sup>49</sup>. Bundan dolayı bir sözleşme ve bir ticari proje olarak onun özelliklerini inceleyeceğiz.

### 1. Bir Sözleşme Olarak Franchise'ın Özellikleri

Franchise sözleşmesi, teknik bilgi ve fikri mülkiyetin diğer unsurlarından dolayı kiralamanın özel bir türü sayılmaktadır. Bundan dolayı diğer kiralama sözleşmelerinin sahip olduğu ayrıcalıklara sahiptir. Bununla beraber bu sözleşmenin onu diğerlerinden ayıran özellikleri vardır. O rızaya dayalı sözleşmelerdendir. Kişisel itibar sözleşmelerindedir. Yürümesi devam eden ve zamanın kendi içinde temel bir unsur olduğu sözleşmelerdendir. İtaat sözleşmelerindedir. O ivazlı sözleşmesidir. Aynı şekilde o isimsiz ve her iki tarafı bağlayan sözleşmedir. Eğitimi içeren bir sözleşmedir<sup>50</sup>. Aşağıda geldiği gibi peş peşe inceleyeceğimiz özellikler şunlardır:

#### a. İsimsiz Bir Sözleşme Olması

Sözleşmeler iki kısma ayrılır. Birincisi isimli sözleşmelerdir. Onlar; satış, kiralama, şirket, bağış ve diğerleri gibi belli bir isim altında onları düzenleyen özel kuralları olanlardır. İkincisi kendilerini düzenleyen ve belli bir isim altına koyan özel

<sup>48</sup> TAYYİB Bû Hâle, Ticari İmtiyaz Hakkı Sözleşmesi, Sistemi ve Sona Erme Sebepleri, b. 1, el-Mensûre, Fikri ve Hukuk Yayınevi, 2015, s. 76.

<sup>49</sup> MİSKÂVÎ, s. 58.

<sup>50</sup> TAYYİB, s. 77.

kuralları olmayanlardır. Franchise sözleşmesi de bu sözleşmelerdendir<sup>51</sup>. Bundan dolayı bu sözleşme genel olarak sözleşmeleri düzenleyen genel kurallara tabidir. Aynı şekilde onun yapısıyla uyumlu olan isimli sözleşmelerle ilgili hukuk kurallarını tabidir. İsimli sözleşme, isimli sözleşmeye çok yakın olduğu zaman onun kurallarının ona uygulanması mümkündür<sup>52</sup>.

Irak ve Mısır kanun koyucuları franchise sözleşmesini düzenleyen özel kurallar koymamışlardır. Bu da Arap ülkelerinde göre bu sözleşmeyle iş yapmanın yeni olması sebebiyledir. Çünkü şimdiye kadar franchise sözleşmesini düzenleyen ve ona hükümler koyan bir Arap kanunu bulunmamaktadır. Arap ülkeleri, Fransa ve Amerika'da olduğu gibi kanun koyucunun franchise sözleşmesini düzenleyen özel kurallar çıkardığı bazı yabancı ülkelere farklıdır<sup>53</sup>.

#### **b. İvazlı Sözleşmesi Olması**

Bu sözleşme, sözleşme yapanın verdiği şey için bir karşılık aldığı sözleşmedir. Franchise sözleşmesi ivazlı sözleşmesidir. Çünkü her iki taraf verdiğine karşılık bir bedel almaktadır<sup>54</sup>. Franchise veren, franchise alana kendi ismini ve markasını kullanma hakkı ve teknik bilgi vermesine karşılık mali bir bedel almaktadır. Aynı şekilde franchise alan, üzerinde anlaşılan mali bir meblağı franchise verene ödeme karşılığında bu haklardan yararlanmaktadır<sup>55</sup>.

#### **c. İki Tarafı Bağlayan Bir Sözleşme Olması**

Franchise sözleşmesi her iki tarafa karşılıklı yükümlülükler yüklemektedir. Öyle ki franchise veren ve alanın her biri aynı zamanda alacaklı ve borçlu olmaktadır<sup>56</sup>. Franchise sözleşmesi, franchise verenin franchise alana borçlu olacak şekilde teknik bilgi aktarma yükümlülüğü gibi bazı yükümlülükler ona yüklese de aynı zamanda franchise alanın teknik bilgilerin sırrını ifşa etmemesi ve diğer yükümlülükler konusunda franchise alanın alacaklısı sayılmaktadır. Bundan dolayı franchise sözleşmesi iki tarafı bağlayan sözleşmelerden sayılmaktadır. Taraflardan

<sup>51</sup> ADEVÎ Celâl, Yükümlülükler Usulü, b. 1, Kahire, Maarif Yayınevi, 1997, s. 34.

<sup>52</sup> SULTAN Enver, Hukukta Yükümlülük Kaynakları, b. 2, Amman, Hukuk Kitapevi, 1998, s. 23.

<sup>53</sup> MERZÛK, s. 535.

<sup>54</sup> EHVÂNÎ Husâm, Yükümlülük Kaynakları, b. 1, Kahire, Vehbe Hassan Oğulları Basımevi, 1992, ss. 26-27.

<sup>55</sup> TAYYİB, s. 82.

<sup>56</sup> SULTAN, s. 19.



biri kendi yükümlülüğünü yerine getirmezse diğer tarafın da kendi yükümlülüğünü yerine getirmeme hakkı vardır. Bu durumda o yükümlülüğün yerine getirilmemesi gerekçesine tutunur<sup>57</sup>.

#### **d. Zamansal Bir Sözleşme Olması**

Zamansal sözleşmeler; zamanın, sözleşmenin yürümesinde temel bir unsur olduğu sözleşmelerdir<sup>58</sup>. Başka bir ifadeyle bu sözleşmede zaman, tarafların yükümlülük ve haklarını belirlemek için ölçü sayılmaktadır<sup>59</sup>. Franchise sözleşmesi yapısı gereği süre sözleşmesi sayılmaktadır. Onun uygulanması ancak sözleşmede belirtilen süre içinde gerçekleşir. Çünkü onun uygulanması tarafların anlaşmasına göre uzun ya da kısa bir vakit alır. Bazen taraflar franchise sözleşmesinin yürümesi için belli bir süre üzerinde anlaşır. Bazen de sözleşmenin süresi belirtilmez. Bu durumda herhangi bir taraf genel bir kural olarak herhangi bir vakitte sözleşmeyi sona erdirmeye hakkı vardır<sup>60</sup>.

Aynı şekilde franchise sözleşmesi, franchise verene iyileştirmeler sunmak gibi yükümlülükler yüküyor. Ayrıca o teknik bilgi vermeye yükümlüdür. Bu yükümlülükler zaman unsuruna dayanmaktadır. Bir seferde verilemez. Bu yükümlülükler sözleşme süresi boyunca devam eder. Aynı şekilde franchise alan da sözleşme süresi boyunca periyodik olarak franchise verene para ödemesi gerekir. Bu da yine yükümlülüğün yerine getirilmesi için bir süre gerektirmektedir<sup>61</sup>.

#### **e. Rızaya Dayalı Bir Sözleşme Olması**

Sözleşmelerin temel sınıflandırması rızaya dayalı ve biçimsel sözleşmelere ayrılmasıdır. Rızaya dayalı sözleşme, gerçekleşmesi için sadece iki tarafın rızasının yeterli olduğu sözleşmedir. Zira sözleşme sadece iki tarafın iradesinin anlaşılmasıyla gerçekleşmektedir. Biçimsel sözleşmenin gerçekleşebilmesi için rıza göstermek

<sup>57</sup> **SENHÛRÎ** Abdurrezzak, Yeni Medeni Hukuk Şerhi, Genel Bir Şekilde Yükümlülük Teorisi, Yükümlülük Kaynakları, b. 1, Beyrut, el-Halebi el-Hukukiye Yayınları, 2005, s. 17.

<sup>58</sup> **DEVÂS** Emin, Yükümlülük Kaynakları, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Nablus, Şürûk Yayınevi, 2004, s. 29.

<sup>59</sup> **ZENNUN** Hasan, Devam Eden Sözleşmelerde Sürenin Rolü, b. 1, Bağdat, Bağdat Üniversitesi Basımevi, 1988, s. 9.

<sup>60</sup> **EBÛ MELÎH** Musa, Medeni Hukuk Şerhi, b. 1, Nablus, 2003-2004, s. 21.

<sup>61</sup> **SERRAF** Abbas, **HAZBÛN** Corc ve **MÎLKAVÎ** Beşşar, Kişisel Hak Kavramının Genel Teorisi ve Sözleşmelerin Sınıflandırılmasına Giriş, b. 1, Amman, Vâil Yayınevi, 2005, s. 92.

yeterli değildir. Rızanın yanı sıra iradeyi ifade etmek için özel bir şekle uyulması gerekir. Başka bir ifadeyle sözleşmenin belli bir biçim alması gerekir. Bu biçim ya iki tarafın anlaşması ya da yasa metniyle oluşturulur<sup>62</sup>.

Irak ve Mısır kanunlarında sözleşmelerde asıl olan rızayla olmasıdır. Ancak taraflar farklı bir şekilde anlaşır ya da bundan farklı olduğuna dair bir yasa metni varsa durum farklı olur<sup>63</sup>.

Franchise sözleşmesi, daha önce onun özelliklerinde bahsettiğimiz gibi İsimli sözleşmelerdendir. Çünkü kanun koyucu ona ait özel bir yasa düzenlememiştir. Bundan dolayı bu sözleşme Medeni Kanun'da genel kurallara tabidir ve rızaya dayalı sözleşme sayılmaktadır<sup>64</sup>.

İİK'nin 77. maddesi, değeri 5000 dinarı geçen hukuki tasarrufların ispatı için sözleşmenin yazılı olmasını şart koşmuştur<sup>65</sup>. Burada yazmak sözleşmenin bir esası değil, ispat araçlarından bir araçtır. Çünkü yazının bulunmaması sonucunda sözleşme geçersiz olmaz. Lakin onun olmamasından dolayı ispat zorlaşır<sup>66</sup>. İMVK. ise 18. maddenin 2. fıkrasında şunu ifade etmiştir: *“Markanın hukuki ispatı için lisans alana verilen lisansın ya da yetkinin tescil edilmesi gerekmektedir”*<sup>67</sup>. Burada kanun, ticari markanın lisans alan tarafından kullanma lisansının tescil edilmesini şart koşmamaktadır. Kanun, lisans verenin lisans alan tarafından markanın kullanılmasına rıza göstermesi ve onu onaylamasıyla yetinmiştir. Franchise sözleşmesinde franchise verenin marka ve teknik bilgiyi franchise alana aktarmasında aynı hüküm geçerlidir. Zira marka ve teknik bilginin her biri franchise sözleşmesinin konusunu oluşturmaktadırlar. İkisi arasında ayırım yapmak zordur. Hem de franchise sözleşmesinin bir hukuk sistemi yoktur<sup>68</sup>.

<sup>62</sup> ŞEREFÜDDİN Ahmed, Sözleşmelerin Yasal Şeklinin Usulü (Sözleşme Tasarımı), b. 1, Mısır, el-Fikrû'l-Arabî Yayınevi, 2008, s. 266.

<sup>63</sup> TAYYİB, s. 77.

<sup>64</sup> MERZÛK, s. 538.

<sup>65</sup> 107 Sayılı İİK. m. 77, Irak Resmi Gazete, 03.09.1979.

<sup>66</sup> ABD Dır', İmtiyaz Sözleşmesi, Özel Hukukta Bir Araştırma, b. 1, Bağdat, es-Senhûrî Kitabevi, 2011, s. 152.

<sup>67</sup> 21 Sayılı İMVK. (1957), m.18 f. 2.

<sup>68</sup> ABD, İmtiyaz, s. 153.

MTK'nin 74. maddesinin 1. fıkrası şunu ifade etmiştir: “*Teknoloji aktarımı sözleşmesinin yazılı olması gerekir. Yoksa geçersiz kabul edilir*”<sup>69</sup>. Burada kanun koyucu sözleşmenin yazılı olmasını gerekli görmüştür. Sözleşmenin geçerli olabilmesi için onun yazılı olması şarttır. Yazı onun esaslarından biridir. Bilgi aktarımı sözleşmesi yazılı değilse sözleşme geçersiz olur<sup>70</sup>.

Bundan dolayı Irak Hukuku'nda franchise sözleşmesi rızaya dayalı bir sözleşme sayılmaktadır. Mısır Hukuku'nda ise franchise sözleşmesi biçimsel bir sözleşmedir. Çünkü Mısır kanun koyucu açık bir şekilde bilgi aktarımı sözleşmesinde yazının sözleşme esaslarından biri olduğunu ifade etmiştir<sup>71</sup>.

#### **f. Kişisel İtibara Dayalı Bir Sözleşme Olması**

Kişisel itibara dayalı sözleşmelerden maksat, sözleşmenin yapılması ve uygulanmasında sözleşme yapan tarafın kişiliğinin göz önüne alındığı sözleşmelerdir. Sözleşme, onaylanma ve uygulanmada sözleşme yapanın kişiliği, ondaki güven ve onun sözleşmenin uygulanması için istenen özellik ve standartlardan yararlanma miktarına dayanmaktadır<sup>72</sup>.

Franchise sözleşmesi büyük oranda tarafların kişisel itibar kavramına dayanmaktadır. Sözleşme ancak istenen şekilde sözleşmenin yürümesi için gerekli olan kişisel niteliklerden emin olunduktan sonra yapılır. Bunun sebebi franchise sözleşmesinin teknik bilgi sırlarını içermesidir. Bu bilgi ancak onu alan tarafın başkasına söylemeyeceği ve onu en iyi şekilde kullanacağından emin olunduktan sonra verilir<sup>73</sup>.

#### **g. Ticari Bir Sözleşme Olması**

Franchise sözleşmesi ticari bir sözleşme sayılmaktadır. Çünkü franchise veren ve alana verilen nitelik tacir niteliği için istenen gereksinimlerle uyumaktadır. Ayrıca sözleşmenin konusu franchise alanın franchise verene ait olan ticari ismi ve

<sup>69</sup> 17 Sayılı MTK, m. 74. f. 1, Mısır Resmi Gazetesi, 17. 05. 1999.

<sup>70</sup> MERZÛK, s. 542.

<sup>71</sup> MERZÛK, s. 541.

<sup>72</sup> MUGABGAB, s. 152.

<sup>73</sup> FEREC Husâm, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi (Franchise) ve Hükümleri, b. 1, İskenderiye, el-Fikrû'l-Cami'î, 2012, s. 76.

markayı kullanmasıdır. Ayrıca bu sözleşme kar esaslı üzerine kurulmaktadır. Bundan dolayı bu sözleşmeye Ticari Hukuk kuralları uygulanmaktadır<sup>74</sup>.

#### **h. Eğitim İçeren Bir Sözleşme Olması**

Franchise verenin, franchise alanı eğitmek ve onu kendi faaliyetini yapabilecek güçte kılmak zorunda olması franchise sözleşmesini diğer sözleşmelerden ayırmaktadır. Zira franchise verenin, franchise alanı ve onunla çalışanlarını bilgilendirmesi gerekir. Bu da yardımlaşma çerçevesi ve franchise veren ile alanın tam bir hukuki bağımsızlığı içinde olur. Bu bağımsızlık çığnenemez<sup>75</sup>.

#### **i. İtaat Sözleşmesi Olması**

İtaat sözleşmesi, sözleşmeleri yapma şekillerinden bir şekildir. Sözleşmenin bir örneğini kullanmaya dayanmaktadır. Taraflardan biri tek başına onu hazırlar ve onu onaylama ya da reddetme dışında başka bir seçeneği olmayan diğer tarafa sunar. Diğer tarafın şartları ve sözleşme biçiminde geçen ifade ve şartları değiştirme hakkı yoktur. Bundan dolayı bu sözleşmeye “itaat” denilmiştir. Fransa Hukuku bu sözleşmeler için ilk bu ismi verendir<sup>76</sup>.

Ya da bu sözleşme “iki taraf arasında şartların pazarlık konusu olmadığı bir sözleşmedir. Zira taraflardan biri ekonomik açıdan diğerinden güçlü olur. İkinci tarafa kendi iradesini dayatır. Onun tartışma hakkı olmadığı şartları ona dayatır. İkinci taraf da bunu ya kabul eder ya da reddeder”<sup>77</sup>.

İtaat sözleşmesinde en önemli unsur, sözleşmeyi hazırlayan taraf tarafından sözleşmenin sunulması yöntemidir. O, franchise sözleşmesinde franchise verendir. Sanki o franchise alana şöyle diyor: “Olduğu gibi sözleşmeyi kabul et ya da reddet”. İngilizce de ise şöyledir. “Take it or Leave it”.<sup>78</sup>

<sup>74</sup> BEŞTÂVÎ, s. 35.

<sup>75</sup> MUGABGAB, s. 156.

<sup>76</sup> TAYYİB, s. 80.

<sup>77</sup> TAYYİB, s. 81.

<sup>78</sup> KARL Heinz Neumayer, Les contrats d’adhesion dans les pays industrialises, Geneve, Switzerland, Librairie Droz, 1999, pp. 110- 112.

Uluslararası düzeyde hukukçuların çoğu franchise sözleşmesini bir itaat sözleşmesi olduğu şeklinde sınıflandırmıştır. Bu bağlamda Sebil Celûl şöyle diyor: *“Tüketiciye göre franchise sözleşmesi şüphesiz bir itaat sözleşmesidir”*<sup>79</sup>.

Yine bu bağlamda Muhammed en-Neccar şu görüşü savunmuştur: *“Franchise sözleşmesinde itaat unsurunun bulunduğu görülmektedir. Zira güçlü taraf olan franchise veren hukuki ya da fiili tekelcilikten yararlanmaktadır. Bu da franchise alan olan diğer taraf üzerinde sürekli bir egemenlik vermektedir. Güçlü tarafın ekonomik egemenliği olur. İsteddiği şartları koyabilmektedir. Burada kendi tekelciliğine dayanmaktadır. Franchise alan ise başka bir alternatif bulamamaktadır. Zira teknoloji pazarı tekelci bir yapıya sahiptir. Nitekim teknik bilgi olan teknoloji sözleşmede temel bir dayanak sayılmaktadır”*<sup>80</sup>.

Medeni Hukuk'ta Irak ve Mısır kanun koyucuları, haksız şartlar bulunduğu zaman itaat sözleşmesindeki zayıf taraf (itaat eden) için biraz koruma kararlaştırmışlardır. 167. maddenin 2. fıkrası şunu ifade etmiştir: *“Sözleşme itaat yoluyla gerçekleşirse ve haksız şartlar içeriyorsa hakim, adaletin gerektirdiği şekilde bu şartları değiştirebilir. Ya da itaat eden (zayıf) tarafı ondan muaf tutabilir”*<sup>81</sup>.

Bu metinden kanun koyucunun, franchise sözleşmesinde franchise alan kişi olan zayıf tarafa büyük bir hukuki koruma verdiği ortaya çıkmaktadır. Zira bu haksız şartların baskısını hafifletmektedir. Lakin franchise sözleşmesinin gerçeği bu korumanın tatbik edilmesine engel olmaktadır. Çünkü franchise alan, franchise elde etmek için franchise verenle anlaşmak mecburiyetindedir<sup>82</sup>.

#### **j. Siyasal Sözleşme Olması**

Franchise sözleşmesi siyasal ve ekonomik bir sözleşme sayılmaktadır. Çünkü franchise veren devletler için bu sözleşmenin amacı geliştirmekte olan devletlerle ekonomik ve kültürel açıdan savaşmaktır<sup>83</sup>.

<sup>79</sup> **SEBİL** Celûl, Franchise Sözleşmesi, b. 1, Beyrut, Sâdır el-Hukukiye Kitapevi, s. 32.

<sup>80</sup> **NECCÂR**, ss. 35-36.

<sup>81</sup> 40 Sayılı **IMK**, m. 167, f. 2, Irak Resmi Gazetesi, 08. 09. 1951; 131 Sayılı **MMK**, m. 149, Mısır Resmi Gazetesi, 29. 07. 1948.

<sup>82</sup> **NECCÂR**, s. 37.

<sup>83</sup> **BESTÂVÎ**, s. 38.

## 2. Ticari Bir Proje Olarak Franchise Sistemin Özellikleri

Franchise sözleşmesi onu veren ve alan tacirler arasında yapılmaktadır. Genelde franchise veren, tüketicilerin çoğunun güvenini kazanmış meşhur bir markaya sahip büyük bir şirket olmaktadır. Franchise alan ise markanın sahip olduğu iyi bir ticari şöhretle kendi ürünlerini artırma ve iyileştirme ve faaliyet alanını genişletmek isteyen yeni bir şirket olmaktadır. Franchise veren ve alan arasındaki ticari ilişkilerin iki önemli özelliği vardır. Onlar franchise sözleşmesinin dayandığı temel dayanaklardır. Onlar da Franchise alanın franchise verenin ticari şöhretine leke getirmeyecek şekilde kendi yükümlülüklerini yerine getirmesi için franchise verenin onu denetlemesi ve kontrol etmesidir. Aynı şekilde franchise veren ile alan arasındaki mali, idari ve hukuki bağımsızlıktır. Franchise alanın projesi franchise verenin projesine tabi değildir. Onun projesi kendi başına bağımsız bir projedir<sup>84</sup>. Bu iki özelliği aşağıda geldiği gibi inceleyeceğiz:

### a. Franchise Verenin Denetlemesi ve Kontrol Etmesi

Franchise sözleşmesinin özü, franchise verenin onu alanın işlerine egemen olması ve denetlemesidir. Bu egemenlik ve denetimin amacı franchise ağı için tek bir şekil gerçekleştirmektir. Aynı şekilde halka sunulan ürün ya da hizmetlerin kalitesini ve yeterliliğini güvenceye almaktır. Franchise veren de bunu gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Çünkü bu kalite ve yeterlilik güçlü bir şekilde onun markası ve ticari şöhretiyle bağlantılıdır. Bu da franchise ağının tek bir hukuki oluşum gibi tüketici çoğunluğunun karşısına çıkmasıyla olmaktadır. Yani tüketiciler franchise veren tarafla iş yaptıklarını zannetmektedirler. Zira tüketiciler markayla ürünlerin kaynağını ve kalite miktarını öğrenebiliyorlar. Franchise veren ve alanın her birinin yapmaya çalıştığı da budur. Bu intibam sürekli halkın yanında olmasını sağlamaktadırlar<sup>85</sup>.

Bundan dolayı franchise sözleşmesinde franchise verenin, franchise alanın üretim ve dağıtım işinde kullanılması üzerinde anlaşılacak yol ve yöntemlere ne kadar bağlı kaldığını öğrenmesi için onun işlerini denetlemesi doğaldır. Franchise veren taraf, kendi markasının değerine zarar veren ya da onun değerini düşüren veya

<sup>84</sup> TAYYİB, s. 84.

<sup>85</sup> KÜNDÜRİ, s. 124.

franchise alanın halka sunduğu ürün ya da hizmetlerin kalite ve standartlarının sistemini bozan herhangi bir işi engellemek için kendi markasının nasıl kullanıldığını kontrol etmesi ve müşterilere sunulan ürün ve hizmetleri denetlemesi onun hakkıdır<sup>86</sup>.

Franchise sözleşmesi, franchise alana markayı kullanma ve onu kendi ürün ve hizmetleri üzerine koyma hakkını vermekle ona güçlü bir rekabetçi statü vermektedir. Dolayısıyla franchise alan, kalitesiz ürünlere markayı yapıştırmakla franchise veren tarafın namını kötülemeye gücü olacaktır. Bundan dolayı franchise verenin franchise alanın işlerini denetleme ve kontrol etmekle bunu engellemeyi garanti altına alan yeterli güvencelerin ona verilmesi gerekir<sup>87</sup>.

Amerika yargısı Cola meselesinde bunu vurguladı. Zira Mahkeme kalite kontrolü için franchise verene ambalaj aşamalarının tümünü kontrol etme hakkını verdi. Bu da halkın dolandırılmasını ve kandırılmasını engeller<sup>88</sup>. Böylece franchise veren onu alanın işlerini denetlediği sürece halkın kandırılması ya da yanıltılması mümkün değildir. Çünkü tüketici, franchise alan tarafından üretilmiş olmasına rağmen markayla bilinen nitelik ve özelliklerin bulunduğu ürünleri alacaktır. Ürünlerin kalitesi tüketiciyi ilgilendirdiği kadar onların kaynağı onu ilgilendirmez. Bu da ancak franchise verenin onu alanı denetlemesiyle olmaktadır<sup>89</sup>.

Bu anlatılanlardan franchise sözleşmesinin denetimsiz ve kontrolsüz olması düşünülemez. Çünkü franchise veren ve halkın, franchise alanın sunduğu ve üzerlerinde franchise verenin markasının bulunduğu ürün ve hizmetlerin franchise verenin sunduğu ürün ve hizmetlerle aynı kalitede olmasından emin olmalarında bunun büyük bir önemi vardır. Böylece franchise veren ve tüketici halk için gerekli olan koruma eşit derecede sağlanmış olur.

---

<sup>86</sup> MUGABGAB, s. 224.

<sup>87</sup> AMMAR, İmtiyaz, s. 13.

<sup>88</sup> ABD, İmtiyaz, s. 108.

<sup>89</sup> KÜNDÜRİ, s. 117.

## **b. Franchise Veren ve Alan Arasında Mali, İdari ve Hukuki Bağımsızlık**

Franchise veren, franchise alanın işlerini denetlemesi ve kontrol etmesine rağmen franchise alanın mali, idari ve hukuki bağımsızlığı vardır. Franchise alan, franchise verenin mali sorumluluğundan ayrı bir mali sorumluluğu vardır. Aynı şekilde özel bir idari şekle sahiptir. Aslında olan şey franchise verenin belli bir süre franchise alanın onun markasını kullanmasına imkan vermesidir<sup>90</sup>.

Mali açıdan franchise alan, franchise verenin mali sorumluluğundan bağımsız bir mali sorumluluğa sahiptir. Bu da onun yatırımdaki tüm proje maliyetlerini yüklenmesini gerektiriyor. Onlar da proje kurma maliyetleri, orada çalışanların kadroya tayin edilmesi ve franchise ücreti olarak franchise verene ödenmesi gereken taksitlerdir<sup>91</sup>. Bu bağımsızlığın bir neticesi olarak franchise alanın projede karşılaştığı riskleri o taşır. Bunun etkileri franchise verene geçmez<sup>92</sup>. Bu bağımsızlık, franchise alanın kendi faaliyetini düzenleme, dilediği işçi ve hizmetçilerden yararlanma, iş saatlerini belirlemede ona büyük bir özgürlük vermektedir. O, kendi faaliyetini yönetmek için gerekli olan harcamaları tek başına üstlenir. O, franchise sözleşmesiyle çalışmamak şartıyla kendi adına herhangi bir ticari faaliyeti yapabilir. Bunun sonucunda franchise alan kendi işinde bağımsız olduğu sürece ticari nitelik kazanmış olur<sup>93</sup>.

Franchise alanın, franchise verenden bağımsız olduğunu ilan etmesi gerekir. Karışıklığa engel olmak için franchise alanın; tüketiciler, sponsorlar, sigortacılar, bakanlar ve onlar dışındakiler gibi başka kimselere bağımsız olduğunu bildirmesi gerekir. Yoksa onlar franchise veren ve alanın tek oluşum olduğunu sanırlar. Dolayısıyla franchise alanın bu bağımsızlığını bildirmesi gerekir. O, franchise verenin vekili ya da onun adına çalışanı ya da ona bağlı olan biri olarak kendini takdim edemez. 21 Şubat 1991'de çıkan Bakanlık kararının vurguladığı da budur. Bu

<sup>90</sup> KÜNDÜRİ, s. 104.

<sup>91</sup> ABD, İmtiyaz, s. 36.

<sup>92</sup> JOHN Adams, Franchising –Practice and Precedents in Business Format Franchising, 2d Ed, London, Butterworths, 1987, s. 18.

<sup>93</sup> TAHA Mustafa, Ticari Sözleşmeler, b. 1, İskenderiye, el-Fikrû'l-Câmi'î Yayınevi, 2005, s. 130.



karar, franchise alanın açık ve okunur bir şekilde tüm belgelerinde kendi bağımsız projesinin yapısını tüketiciye bildirme zorunluluğuna karar verdi<sup>94</sup>.

Franchise verenin franchise alanın işlerini denetlemesi ve kontrol etmesine rağmen franchise alanın, franchise sözleşmesinde mali, idari ve hukuki bir bağımsızlığa sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Denetim ve kontrol her ne kadar franchise alanın bağımsızlığını sınırlasa da bu bağımsızlığı ortadan kaldırması mümkün değildir<sup>95</sup>.

## **B. Franchise Sözleşmesi ve Benzeyen Sözleşmelerin Birbirinden Ayırt Edilmesi**

Franchise sözleşmesi çok sayıda sözleşmeyi birleştirmektedir. Öyle ki onun her bir unsurunun kendi başına bağımsız bir sözleşme olması mümkündür. Zira o; markayı kullanmayla ilgili lisans sözleşmesi, satış veya belli araç ve gereç sözleşmesi, franchise alanın pazarlamayı üstlendiği belli ürünlerin dağıtım sözleşmesi, franchise verenin ürünlerinin satış sözleşmesi ve franchise ile ortak yayın ve reklamları düzenleme anlaşmalarını kapsamaktadır<sup>96</sup>.

Franchise sözleşmesinin içine giren çok sayıdaki hukuki ilişkiler özellikle de franchise alanın franchise verene ait olan marka ve ticari ismi kullanmayla ilgili olanlar; franchise sözleşmesinin, marka kullanmayla ilgili lisans sözleşmesi ve diğerleri gibi çok sayıdaki diğer sözleşmelere benzemesine yol açtı. Aynı şekilde franchise veren ve alanı birbirine bağlayan hukuki bağlar franchise sözleşmesi ile iş ve şirket sözleşmelerinin birbirine benzemesine yol açtı<sup>97</sup>. Bundan dolayı franchise sözleşmesi ile ona benzeyen diğer sözleşmeler arasındaki farkı aşağıda geldiği gibi açıklamaya çalışacağız:

### **1. Franchise ve İş Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi**

İÇK. iş sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*İşçi ve iş sahibi arasında yapılan bir anlaşmadır. İşçinin iş sahibinin yönlendirmesi ve yönetmesine göre onun için*

<sup>94</sup> TAYYİB, s. 87.

<sup>95</sup> TAYYİB, s. 88.

<sup>96</sup> MERZÛK, s. 550.

<sup>97</sup> NECCÂR, s. 38.

*belli bir işi yerine getirmesi gerekir. İş sahibinin işçi için üzerine anlaşılan ücreti vermesi gerekir”<sup>98</sup>.*

Aynı şekilde MÇK. iş sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “İşçinin ücret karşılığında iş sahibinin idaresi ve kontrolü altında onun yanında çalışmasını gerektiren bir sözleşmedir”<sup>99</sup>.

Bu tanımlardan iş sözleşmesinin ayırıcı temel unsurlarının şunlar olduğu ortaya çıkmaktadır:

- a. Başkasının yararı için iş yapmak,
- b. İşçinin aldığı bir ücretin bulunması,
- c. İşçi ve iş sahibi arasındaki bağıllık ilişkisi<sup>100</sup>.

Hukuk doktrininde bir görüşe göre bir ve ikinci unsurlar franchise sözleşmesinde bulunmaktadır. Zira iki taraf arasındaki anlaşma, franchise alanın ödemesi gereken bir ücret karşılığında franchise verene ait olan markayı taşıyan belli bir ürünün üretimi ya da dağıtımını üzerine olmaktadır.

Üçüncü unsur ise iş sahibinin işçiyi denetleme, kontrol etme ve yönlendirme yetkisini içeren hukuki bağıllık ilişkisidir. Lakin işçinin iş sahibini direktif ve emirlerinden çıkmaması gerekir<sup>101</sup>. Franchise sözleşmesini iş sözleşmesinden ayıran unsur budur. Çünkü bu unsur franchise sözleşmesinde bulunmaz<sup>102</sup>.

Doktrindeki diğer görüşler aşağıdaki gibidir:

a. Birinci unsur, başkasının-iş sahibi- yararı için belli bir faaliyeti yapmak franchise sözleşmesinde bulunmamaktadır. Çünkü franchise alanın yaptıkları franchise verenin yararı için değil, kişisel yararı içindir. Zira franchise alan kendi işini başkasının adına değil kendi adına idare eder. O, mağaza ya da fabrika yönetiminde çaba gösteren bir mağaza ya da fabrika sahibi konumundadır.

b. Ücret ya da karşılık unsurudur. Bu unsur her ne kadar franchise sözleşmesinde bulunsun da ücret daha düşük taraf (franchise alan) tarafından daha

<sup>98</sup> 71 Sayılı İÇK, m. 29, Irak Resmi Gazetesi, 27. 07. 1987.

<sup>99</sup> 12 Sayılı MÇK, m. 31, Mısır Resmi Gazetesi, 07. 04. 2003.

<sup>100</sup> MERZÛK, s. 552.

<sup>101</sup> 40 Sayılı İMK. (1951), m. 150, f. 1.

<sup>102</sup> RIDVAN, s. 38; AMMAR, İmtiyaz, s. 23.

yüksek ekonomik merkez sahibine (iş sahibi) verilmektedir. Bu iş sözleşmesinde olanın tersidir. Zira orada ücret en yüksek ekonomi merkezi sahibinden (iş sahibi) en düşük tarafa (işçi) verilmektedir.

c. Üçüncü unsur bağıllık ilişkisidir. Burada bu görüş yukarıda geçen ilk görüşle aynıdır. O da franchise sözleşmesinde bağıllık ilişkisini olmamasıdır<sup>103</sup>.

Amerika Federal Ticaret Komisyonu'nun 1971'de çıkardığı ve 2007'de değiştirilen franchise'la ilgili kurallar bunu vurguladı. Zira bu yasa hükümlerine göre franchise niteliğinin işçi ve iş sahibi arasındaki ilişkiye uymadığını ifade etti<sup>104</sup>.

## 2. Franchise ve Şirket Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi

İŞK'ye göre şirketin tanımı şöyledir: “Şirket, iki ya da daha fazla kişinin bağlı kaldığı bir sözleşmedir. Onlardan her biri projeden kaynaklanan kar ve zararı paylaşmak için maldan bir hisse veya bir iş sunarak ekonomik projeye ortak olmaktadır”<sup>105</sup>.

MMK. onu şöyle tanımlamıştır: “Şirket sözleşmesi iki ya da daha fazla kişinin bağlı kaldığı bir sözleşmedir. Onlardan her biri projeden kaynaklanan kar ya da zararı paylaşmak için maldan bir hisse ya da bir iş sunarak mali bir projeye ortak olur”<sup>106</sup>.

Yukarıda geçen tanımdan şirket unsurlarını şunlar oldukları ortaya çıktı:

- a. Şirketin meydana gelmesi için en az iki kişinin bulunması.
- b. Her bir kişinin şirket sermayesine bir hisse sunması. Bu hissenin bir mal ya da bir iş olması fark etmez.
- c. Şirket sözleşmesinde ortak olma niyetinin bulunması.
- d. Kar ve zararları bölüşülmesi<sup>107</sup>.

Franchise sözleşmesi bir ve ikinci unsurlarda şirket sözleşmesine benzemektedir. Franchise sözleşmesinde en az iki kişi bulunmaktadır. Onlar da franchise veren ve alandır. Aynı şekilde onlar bir hisse sunmaktadır. Franchise veren

<sup>103</sup> MERZÛK, s. 553.

<sup>104</sup> MERZÛK, s. 555.

<sup>105</sup> 21 Sayılı İŞK, m. 4, Irak Resmi Gazetesi, 01. 01. 1997.

<sup>106</sup> 131 Sayılı MMK. (1948), m. 505.

<sup>107</sup> SALİH Bâsim Muhammed ve AZZÂVÎ Adnan Ahmed, Ticaret Hukuku-Ticari Şirketler, b. 1, Bağdat, Hikmet Yayınevi, 1989, s. 25.

teknik bilgi sunmaktadır. Franchise alan ise teknik bilgi ve markadan yararlanmak için ticari yer ve sermaye sunmaktadır<sup>108</sup>.

Diğer unsurlar ise şirket sözleşmesini franchise sözleşmesinden ayırmaktadır. Zira franchise veren ve alan arasında ortaklık yoktur. Aynı şekilde kar ve zararların paylaşılması franchise sözleşmesinde yoktur. Zararları franchise alan üstlenmektedir. Zararlar franchise alanın satışlarından bir oran olarak franchise verenin aldığı karın düşmesini sadece etkiler. Buna binaen şirket sözleşmesinin niteliği franchise sözleşmesine verilemez. Çünkü ikisinin unsurları farklıdır<sup>109</sup>.

### 3. Franchise ve Ticari İltizam Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi (Concession)

Çoğu araştırmalar franchise sözleşmesini ticari iltizam sözleşmesi ya da ticari imtiyaz sözleşmesiyle isimlendirmektedir. Zira hukuk doktrinine göre franchise, ticari iltizam sözleşmesinin Amerikan modelidir<sup>110</sup>.

Her iki sözleşme arasında farklı belirlemek için ticari iltizam sözleşmesinin tanımını yapmamız ve onu franchise sözleşmesiyle karşılaştırmamız gerekmektedir. Ticari iltizam sözleşmesi şöyle tanımlanmaktadır: *Yükümlü denilen tacirin; kendi faaliyetini, belli bir süre ve belli bir coğrafi alanda imtiyaz veren başka bir tacirin ürettiği belli ürünlerin dağıtımıyla sınırlamasını gerektiren bir sözleşmedir. Yükümlü, üzerinde anlaşma yapılan coğrafi bölgede bu ürünleri tek başına satma hakkına sahiptir*<sup>111</sup>.

Franchise sözleşmesi çoğu unsurda ticari iltizam sözleşmesiyle ortaktır. Zira her iki sözleşme sınırlama şartında ortaktır. Onun gereği franchise alan sözleşmeyle belirlenen yerde faaliyetini yapmak zorundadır. Buna karşılık franchise veren aynı faaliyeti aynı coğrafi dairede yapamaz. Franchise alanın, franchise veren tarafından verilen bilgiye ya da onun belirlediği kaynaklara bağlı kalması gerekir<sup>112</sup>.

<sup>108</sup> ŞEFİK Muhsin, Hukuki Açıdan Teknoloji Aktarımı, b. 1, Kahire, Kahire Üniversitesi Basımevi, 1984, s. 84.

<sup>109</sup> MERZÛK, s. 557.

<sup>110</sup> SAĞİR, Marka, s. 69.

<sup>111</sup> SAĞİR, Marka, s. 70.

<sup>112</sup> ABD, İmtiyaz, s. 92.

Aynı şekilde franchise sözleşmesi ve ticari iltizam sözleşmesi, alanın markayı kullanması hususunda ortaklıklar. Genelde her iki sözleşmede verenin markasının kullanılması; sözleşme gereği o ismin, alışverişi yapılan her maddeye konulmasıyla gerçekleşmektedir. Ancak iki sözleşme arasındaki bu benzerlik onlar arasındaki farkı gizlemez. Zira franchise sözleşmesi, onun bağımsızlığını kesin vurgulayan iki unsurun bulunmasıyla ayrıcalık kazanmaktadır. Onlar:

- a. Teknik bilgi,
- b. Teknik yardımdır<sup>113</sup>.

Franchise alan karşılaştığı zorlukları aşması için franchise verenin, ona teknik bilgi ve teknik yardımı sunması gerekir. Bu iki unsur ticari iltizam sözleşmesinde yoktur. Zira ticari iltizam sözleşmesinin faaliyeti; verenin, alana verdiği ürün ve malların dağıtımıyla sınırlıdır. Teknik bilgi ya da teknik yardım yoktur. Franchise sözleşmesi ise üretim, dağıtım ve hizmetlerin sunumunu kapsamaktadır<sup>114</sup>.

#### 4. Franchise ve Satış Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi

İMK. satış sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*Satı sözleşmesi bir malın bir mal ile değiştirilmesidir*”<sup>115</sup>.

MMK. ise satış sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: “*Para karşılığında bayinin müşteriye bir şeyin mülkiyetini ya da mali bir hakkı aktarmasını gerektiren bir sözleşmedir*”<sup>116</sup>.

Burada satış sözleşmesi ve franchise sözleşmesi arasında benzerlik yönleri bulunmaktadır. Aynı şekilde ikisi arasında farklı yönler de bulunmaktadır. Aşağıda geldiği gibi onlar şunlardır:

**İlk olarak:** Franchise sözleşmesi ile satış sözleşmesi arasındaki benzer yönler:

- a. Satış ve franchise sözleşmelerinin her biri, her bir tarafın verdiği karşılığını aldığı karşılıklı sözleşmesidir. Müşteri ürün karşılığında para verir. Bayi para

<sup>113</sup> AMMAR, İmtiyaz, s. 31.

<sup>114</sup> ABD, İmtiyaz, s. 92.

<sup>115</sup> 40 Sayılı İMK. (1951), m. 506.

<sup>116</sup> 131 Sayılı MMK. (1948), m. 418.

karşılığında ürün verir. Aynı şekilde durum franchise sözleşmesinde de böyledir. Zira franchise veren, mali meblağ karşılığında teknik bilgi ve markayı kullanma hakkını vermektedir. Franchise alan da teknik bilgi ve ticari isim ve markayı kullanma hakkı karşılığında bir meblağ mal vermektedir<sup>117</sup>.

b. Sözleşmelerden her biri iki taraf için bağlayıcı sayılır. Öyle ki iki taraf karşılıklı yükümlülüklerle yükümlüdür. Franchise veren teknik bilgiyi sunma ve markayı kullanma hakkının vermekle yükümlüdür. Buna karşılık franchise alan para ödemekle yükümlüdür. Aynı şekilde satış sözleşmesinde bayi satılan malın mülkiyetini nakletmekle yükümlüdür. Buna karşılık müşteri para ödemekle yükümlüdür<sup>118</sup>.

c. Satış sözleşmesinde bayi, verdiği şeyin başkasına ait olmama ve onda kusur bulunmama garantisini vermekle yükümlüdür. Aynı şekilde franchise sözleşmesinde franchise veren de bu garantileri vermesi gerekir. Zira alanın en ideal bir şekilde franchise unsurlarından yararlanmasına engel olmamaktadır<sup>119</sup>.

**İkinci olarak:** Satış sözleşmesi ile franchise sözleşmesi arasında benzerlik yönleri olmasına rağmen burada önemli farklar vardır. Onlar da şunlardır:

1. Satış sözleşmesi mülkiyeti nakleden bir sözleşmedir. Satılan malın mülkiyetini müşteriye ve paranın mülkiyetini bayiye aktarır. Franchise sözleşmesi franchise unsurlarının mülkiyetini aktarmaz. Geçici bir süre onları kullanma izni vermektedir<sup>120</sup>.

2. Satış sözleşmesi hızlı sözleşmelerdendir. Franchise sözleşmesi ise aşamalı olarak uygulanan süreli sözleşmelerdedir. Zira franchise sözleşmesi tarafları arasındaki ilişki güçlü bir ekonomik ilişkidir. Uzun bir süre iki taraf arasında kalmaya devam etmektedir. Satış sözleşmesinde böyle bir ilişki bulunmamaktadır. Orada bayi ile müşteri arasındaki ilişki, müşterinin sadece ürünü ve bayinin de parayı teslim almasıyla sonra erer<sup>121</sup>.

<sup>117</sup> FEREC, s. 134.

<sup>118</sup> FEREC, s. 134.

<sup>119</sup> UTAYBÎ Hâlid, Ticari İmtiyaz Sözleşmesinden Kaynaklanan Hukuki İlişkiler, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Doktora Tezi, Amman, Amman Üniversitesi, Yüksek Araştırmalar Fakültesi, Özel Hukuk Bölümü, 2008, s. 52.

<sup>120</sup> FEREC, s. 134-135.

<sup>121</sup> ADEVÎ, Yükümlülük Kaynakları, s. 62.

3. Franchise sözleşmesi her iki tarafa satış sözleşmesinin yüklediği yükümlülükler yükler. Örneğin franchise sözleşmesinin sonuna kadar franchise verenin franchise alanı iyileştirmelerle donatması ve franchise alanın franchise verenle rekabet etmeme yükümlülükleri bulunmaktadır<sup>122</sup>.

4. Satış sözleşmesi belirsizliği ortadan kaldıracak şekilde ürün ve parayı belirler. Franchise sözleşmesinde böyle değildir. Zira ham madde ve ürünlerin parasını belirlemek zordur. Çünkü franchise sözleşmesi bazen senelerce devam etmektedir. Bu maddelerden istenen miktar ve onların fiyatlarını bilmek mümkün değildir. Bundan dolayı franchise sözleşmesi satış sözleşmesinden çok farklıdır<sup>123</sup>.

### 5. Franchise ve Kira Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi

IMK. kiralama sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: *“Kiralama; belli bir yararı belli bir bedel karşılığında ve belli bir süre temlik ettirmektir. Kiraya verenin kiralayana belli bir ücret karşılığında belli bir süre belli bir şeyden yararlanmasına imkan vermesidir”*<sup>124</sup>.

MMK. ise kiralama sözleşmesini şöyle tanımlamıştır: *“Kiralama; gereğiyle kira verenin belli bir ücret karşılığında belli bir süre belli bir şeyden yararlanma imkanını kiralayana vermekle yükümlü olduğu bir sözleşmedir”*<sup>125</sup>.

Franchise sözleşmesi ile kira sözleşmesini karşılaştırdığımızda bu iki sözleşme arasında benzer ve farklı yönlerin olduğunu görürüz. Onları şu şekilde özetleyebiliriz:

İlk olarak franchise sözleşmesi ve kira sözleşmesi arasındaki benzer yönler:

a- Franchise sözleşmesi ve kira sözleşmesinin ikisi, her bir tarafın aldığı karşılığında bedel verdiği ivazlı sözleşmelerindendirler<sup>126</sup>.

b- Franchise sözleşmesi ve kira sözleşmesinin her biri iki tarafı bağlayan sözleşmelerdir. İki tarafa karşılıklı yükümlülükler yüklemektedir. Kira sözleşmesinde kiraya veren kiralayana belli bir süre belli bir şeyden yararlanma imkanı vermekle

<sup>122</sup> ADEVÎ, Yükümlülük Kaynakları, s. 53.

<sup>123</sup> FEREC, s. 136.

<sup>124</sup> 40 Sayılı IMK. (1951), m. 722.

<sup>125</sup> 131 Sayılı MMK. (1948), m. 558.

<sup>126</sup> FEREC, s. 138.

yükümlüdür. Kiralayan da ücret ödemekle yükümlüdür. Aynı şekilde franchise sözleşmesinde franchise veren, kendi ticari isim ve markasından yararlanma imkanı ve belli bir süre için teknik bilgiyi franchise alana vermekle yükümlüdür. Franchise alan da ona ücret ödemesi gerekir<sup>127</sup>.

c- Franchise ve kira sözleşmelerinin her biri, bir şeye sahip olmadan ondan yararlanma konusunda yapılan sözleşmelerdendir. Kiralayan kiralanan şeye sahip olmaz. Ancak kira süresi bitinceye kadar belli bir süre ondan yararlanır. Daha sonra onu sahibine geri verir. Bu kiralanan şeyin maddi ya da manevi olması fark etmez. Çünkü o; ziraat arazileri, evler ve arabalar gibi maddi olabilir. Ya da bir icatçının patent kiralaması gibi aynî bir hak da olabilir. Aynı şekilde franchise sözleşmesi; ticari isim, marka ve teknik bilgi gibi birtakım haklarda yapılan bir sözleşmedir. Franchise alan onlara sahip olmaz. Sadece belli bir süre onlardan yararlanır<sup>128</sup>.

d- Franchise ve kira sözleşmesinin her biri, zamanın onda öz ve temel bir unsur sayıldığı zamansal sözleşmelerdendir. Kiralayan, kiralanan şeyden belli bir süre yararlanır. Aynı şekilde franchise sözleşmesinde de franchise alan belli bir süre ticari isim, marka ve teknik bilgiden yararlanır<sup>129</sup>.

İkinci olarak: Kira ve franchise sözleşmesi arasındaki farklı yönler:

Franchise sözleşmesi, franchise vereni ham madde, ürünler, eğitim ve teknik bilgi desteğini franchise alana vermekle yükümlü kılıyor. Bu yükümlülükler kiralama sözleşmesinde bulunmuyor. Bundan dolayı franchise sözleşmesi kira sözleşmesinden ayrılmaktadır<sup>130</sup>.

## 6. Franchise ve Lisans Sözleşmelerinin Birbirinden Ayırt Edilmesi

Lisans sözleşmesinden maksat; *“sözleşme süresi içinde belli miktarda ve belli bölgede markayı taşıyan ürünleri üretme hakkını, lisans alan kişiye veren sözleşmedir. Bununla beraber lisans şartlarına bağlı kalmak gerekir”*<sup>131</sup>.

<sup>127</sup> FEREC, s. 138.

<sup>128</sup> ADEVÎ, Yükümlülük Kaynakları, s. 54.

<sup>129</sup> FEREC, s. 138-139.

<sup>130</sup> FEREC, s. 139.

<sup>131</sup> SAĞİR, Marka, s. 70.



Şöyle de tanımlanmıştır: “*Marka sahibinin onayladığı ve doğal ya da manevi bir veya daha fazla kişiye kendi markasını belli bir coğrafyada ve belli bir süre içinde anlaşılabilir ücret karşılığında ürünlerde kullanmaya izin verdiği bir sözleşmedir*”<sup>132</sup>.

Başkaları onu şöyle tanımlamıştır: “*Marka sahibiyle (lisans veren) başka biri (lisans verilen) arasında yapılan bir anlaşmadır. Onun gereği birinci taraf, lisansı alan tarafın vereceği bir bedel karşılığında ikini tarafa belli bir bölge ve belli bir sürede ticari markayı kullanma iznini verir*”<sup>133</sup>.

Franchise sözleşmesi, sözleşme gereği markayı alan tarafından onun kullanılması ve alanın ürettiği ürünlere konulması hususunda lisans sözleşmesine benzemektedir. Her iki sözleşmede de alan, veren karşısında hukuki bir bağımsızlığa sahiptir. Çünkü o veren adına değil, kendi adına çalışmaktadır. Lakin franchise sözleşmesi lisans sözleşmesinden farklıdır. Franchise sözleşmesi markayı kullanmanın yanı sıra alanın verene sunduğu teknik bilgiyi de içeriyor. Bundan dolayı franchise sözleşmesi lisans sözleşmesinde bulunmayan bir unsur içerir<sup>134</sup>.

Bu anlatılanlardan franchise sözleşmesinin yeni bir sözleşme olduğu ve ona benzeyen çok sayıda sözleşmeden farklı olduğu ortaya çıktı. Onun hükümleri tüm isimli sözleşmelerden farklıdır. Franchise sözleşmesinin Irak ya da Mısır hukukunda isimli bir sözleşmenin sistemine tabi olması mümkün değildir. Bundan dolayı franchise sözleşmesinin bağımsız bir sözleşme sistemi olduğu ve yasal düzenlemeye ihtiyaç duyduğunu söyleyebiliriz. Franchise sözleşmesinin ortaya çıkması, yayılması ve hükümlerinin düzenlenmesinde ekonomik etken ve uluslararası ticari ilişkilerin büyük bir etkisi vardır. Bu sözleşme kamu hukuku ile özel hukuk arasında orta bir bölge oluşturan ekonomik hukuk dallarından bu yeni dalın sözleşmelerinden biri haline geldi<sup>135</sup>.

<sup>132</sup> KAYLÛBÎ, Sanayi Mülkiyeti, s. 148.

<sup>133</sup> HADDÂD Hamza, Lisans Sözleşmesinde Bazı Hukuki Yönler, Lübnan Üniversitesi Hukuk Fakültesinde düzenlenen Lübnan ve Arap Devletlerindeki Lisans Sözleşmesiyle İlgili İlk Kongre’ye sunulmuş bir araştırma, 28-29 Mayıs 1998, s. 1.

<sup>134</sup> MERZÛK, s. 560.

<sup>135</sup> TAYYÂR Salih, Uluslararası Teknoloji Aktarımı Sözleşmesi, b. 2, Paris, Arap-Avrupa Araştırmaları Merkezi, 1999, s.116.

## IV. TÜRK HUKUKUNDA FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ

### A. Karma Sözleşme Olarak Franchise Sözleşmesi

Franchise Sözleşmesinde franchise alanın asli yükümlülüklerinden biri “sürümü yapma ve destekleme borcu” olduğundan hareketle, bazı yazarlar<sup>136</sup> bu unsuru ön plana çıkararak franchise sözleşmesini bir iş görme sözleşmesi olarak nitelendirmektedir. Bazı yazarlar<sup>137</sup> ise, franchise sözleşmesinin konusu bir pazarlama sisteminin ivazlı olarak kullanıma verilmesi olması nedeniyle, bu hususa ağırlık vererek, bu sözleşmeyi lisans sözleşmesi olarak kabul etmektedir.

Her iki görüşün ortak noktası, franchise sözleşmesinde belli bir unsur ön plana çıkararak, söz konusu sözleşmeyi kanunda sayılan sözleşmelerden biri olarak değerlendirmeleridir. Ancak, her iki görüş de franchise sözleşmesinin karşı görüşün savunduğu sözleşmenin unsurlarını taşıdığını kabul etmektedir. Dolayısıyla, franchise sözleşmesinin hem iş görme sözleşmesinin hem de lisans sözleşmesinin unsurlarını taşıdığı hususunda doktrinde oybirliği vardır. Bu nedenle, franchise sözleşmesi tam olarak ne bir iş görme sözleşmesi ne de bir lisans sözleşmesi olarak nitelendirilebilir. Ancak, franchise sözleşmesinde, herhangi bir edim ön plana çıkmamakta; her edim eşit seviyede nitelendirilmelidir. Franchise sözleşmesi, Borçlar Kanunu’nda düzenlenmediği gibi başka bir kanunda da düzenlenmediğinden isimsiz sözleşmeler grubuna dahildir<sup>138</sup>.

Ağırlık görüşün isimsiz sözleşme olarak nitelendirdiği franchise sözleşmesinin, isimsiz sözleşmelerin hangi grubuna dahil olacağı da tartışmalıdır. Bir görüşe göre, karma sözleşme<sup>139</sup> olarak kabul edilen franchise sözleşmesi, diğer görüşe göre sui generis sözleşme<sup>140</sup> olarak kabul edilir. Karma sözleşmeler, birbirinden farklı, kanunda düzenlenmiş veya düzenlenmemiş sözleşme tiplerinin esaslı unsurlarını,

<sup>136</sup> Bkz. **GÜRZÜMAR** Osman Berat, Franchise Sözleşmeleri, İstanbul, 1995, dn. 117’de belirtilen yazarlar; Schulthess, Baudenbacher.

<sup>137</sup> Bkz. **GÜRZÜMAR**, s.19’da belirtilen yazarlar; Schlupe, Forkel.

<sup>138</sup> **DEVELİOĞLU** Murat, Franchising Sözleşmesi, Galatasaray Üniversitesi, İstanbul, 2010-2011, s. 15.

<sup>139</sup> Bkz. **KIRCA** Çiğdem, Franchise Sözleşmesi, Ankara, 1997, dn. 267’de belirtilen yazarlar; Martinek, Skaupy.

<sup>140</sup> Bkz. **KIRCA**, dn. 268’de belirtilen yazarlar; Kramer, Medicus.

kanunun öngörmediği şekilde bir arada içeren sözleşmeler olarak tanımlanabilir<sup>141</sup>. Sui generis sözleşmeler ise, tarafların tamamıyla kanunda düzenlenmemiş olan unsurlardan olan edimlerini, yine kanunda öngörülmemiş, ancak çok daha özgün bir içsel birlik sağlayacak şekilde bir arada bulunduran sözleşmelerdir<sup>142</sup>.

Franchise sözleşmesi kanunda düzenlenmiş ve düzenlenmemiş farklı sözleşmelerde yer alan unsurları bir araya getirmektedir. Franchise-alanın sürümü yapma ve destekleme ve franchise verenin franchise alanın ticari faaliyetinde hizmet ve yardım sunma yükümlülükleri, birer iş görme sözleşmesi olan vekalet sözleşmesinin edimleridir. Uygulanacak hüküm açısından, franchise alanın sürümü yapma ve destekleme borcuna vekalet sözleşmesine ilişkin TBK m. 390/III'ün kıyasen, franchise alanın franchise verene ilişkin sırları saklama yükümlülüğüne de vekalet sözleşmesindeki genel sadakat ve özen borcu hükmü olan TBK m. 390/II'nin kıyasen uygulanacağı kabul edilmektedir<sup>143</sup>. Franchise verenin, kendine ait sistemdeki fikri ve sınai unsurlar üzerinde franchise alana kullanma ve yararlanma olanağı sunması ise lisans sözleşmesinin unsurlarını oluşturmaktadır. Söz konusu kullandırma ve yararlanma borcuna ise lisans sözleşmesine ilişkin hükümler kıyasen uygulanacaktır<sup>144</sup>. Bununla beraber, franchise sözleşmesindeki franchise alanın ücret ödeme borcu ne tam olarak bir vekalet sözleşmesi edimi ne de bir lisans sözleşmesi edimidir. Zira ücret hem franchise verenin franchise alanın ticari faaliyetinde hizmet ve yardım sunma yükümlülüğünün hem de franchise verenin kendine ait sistemdeki fikri ve sınai unsurlar üzerinde franchise alana kullanma ve yararlanma olanağı sunma borcunun karşı edimidir. Dolayısıyla, franchise alanın ücret ödeme borcu ne sadece lisans sözleşmesinin ne de sadece vekalet sözleşmesinin karşı edimini oluşturur<sup>145</sup>. Bu sebeple, kanaatimizce, franchise sözleşmesi, kanunda düzenlenmiş sözleşmelere ilişkin bazı unsurların yanında kanunda düzenlenmiş sözleşmelere ilişkin unsurlarda içerdiğinden ve bu unsurlar kanunun öngörmediği bir şekilde bir

<sup>141</sup> HATEMİ Hüseyin / SEROZAN Rona / ARPACI Abdülkadir, Borçlar Hukuku, İstanbul, 1992, s.44.

<sup>142</sup> HATEMİ/SEROZAN/ARPACI, s.50.

<sup>143</sup> Ancak, franchise alanın sır saklama yükümlülüğü aynı zamanda lisans sözleşmesinin unsuru olarak kabul edilebilir.

<sup>144</sup> GÜRZÜMAR, s.21.

<sup>145</sup> GÜRZÜMAR, s.21.

araya geldiğinden ve bu edimlerin hiçbirinin diğesine göre ön planda olmadığı bir karma sözleşmedir<sup>146</sup>.

Franchise sözleşmesinin bir karma sözleşme olması hasebiyle, bu sözleşmeye uygulanacak hükümler hususunda birçok teori ileri sürülmüştür. Birleştirme teorisine göre, her bir edime, o edimin ait olduğu sözleşme tipine ilişkin hükümler uygulanır. Ancak, bu teori karma sözleşmelerin yapısına uymamaktadır. Çünkü karma sözleşmeler değişik sözleşmelere ilişkin edimlerin basit bir toplamından ibaret değildir. Kanun koyucu, her akit tipi için, her bir akdin yapısına uygun ayrı bir düzenleme getirmiştir. Bu sebeple, her akit tipine uygulanacak hükümler farklılık gösterir. Bu farklı hükümlerin aynı akde uygulanması genellikle bir karışıklık yaratır.<sup>147</sup> Karma sözleşmelere uygulanması öngörülen bir başka teori ise, çeşitli tiplerin birbirini götürmesi teorisidir. Bu teoriye göre, her bir sözleşmenin hükümleri birbirini bertaraf eder, dolayısıyla Borçlar Kanununun genel hükümleri uygulanır. Ancak, bu görüş hakimin karar verme özgürlüğünü aşırı derecede kısıtladığı için eleştirilmektedir. Soğurma teorisine göre ise, hangi sözleşmeye ait unsurlar daha önemliyse o uygulanır.<sup>148</sup> Ancak, bu teorinin franchise sözleşmesine uygulanma imkanı yoktur, zira franchise sözleşmesi, belirttiğimiz üzere, aynı seviyede önemli edimleri içerir, dolayısıyla bir sözleşmeye ilişkin edimin daha önemli olması söz konusu değildir. Kanaatimizce<sup>149</sup>, franchise sözleşmesinin niteliğine en uygun teori, kıyasen uygulama ve yaratma teorisidir. Bu teori, olası bir kanun boşluğunda hakimi serbest bırakmakta ve TMK m. 1 uyarınca hakimin hukuk yaratmasına imkan tanımaktadır. Karma sözleşme, kendisini oluşturan sözleşmelerden bağımsızdır. Bu nedenle, uygulanacak hüküm hakkında kanunda bir boşluk olduğundan, hakimi serbest bırakmak gerekmektedir. Hakim, kanunu doğrudan uygulamayacak, somut olayın gerektirdiği oranda uygulayacaktır. Bu çerçevede, hakim önce sözleşmeyi yorumlamalı ve yorum yaparken dürüstlük kuralını dikkate almalı, tarafların iradelerini güven teorisine göre değerlendirmelidir<sup>150</sup>. Hakim, karma sözleşmeyi tamamlamak için Borçlar Kanunu'nun genel hükümlerine başvurmalı, bunları somut

<sup>146</sup> Belirtmek gerekir ki, **GÜRZÜMAR** ve **KIRCA** da aynı görüştedir.

<sup>147</sup> **KIRCA**, s.55.

<sup>148</sup> **KUNTALP** Erden, Karışık Muhtevalı Akit, Ankara, 1971, s.122 vd.

<sup>149</sup> **GÜRZÜMAR** ve **KIRCA** da aynı kanaattedir.

<sup>150</sup> **KUNTALP**, s.138 vd.

olayın bünyesine uygun düştüğü ölçüde uygulamalıdır. Genel hükümlerin sonuç vermediği halde, hakim, varsa örf ve adet kuralına başvurmalı, yoksa kanunda düzenlenmiş akit tiplerine (Vekalet, Satım) ilişkin hükümleri kıyasen, yine somut olayın elverdiği ölçüde uygulamalıdır. Buna rağmen, somut olaya uygulanacak bir kural bulamayan hakim, TMK m. 1 uyarınca, kanun koyucu gibi hareket ederek bir hukuk normu koymalıdır.

### **B. Sürekli bir Borç İlişkisi Olarak Franchise Sözleşmesi**

Franchise sözleşmesinin bünyesinde barındırdığı asli edimlere bakıldığında sürekli bir borç ilişkisinin söz konusu olduğu görülür. Franchise alanın sürümü yapma ve destekleme borcu, franchise verenin üretim, işletme ve pazarlama sistemini kullandırma borcu ve franchise alana yardımcı olma yükümlülüğü, franchise sözleşmesinin bir sürekli borç ilişki teşkil ettiğine delalet eder<sup>151</sup>. Zira söz konusu yükümlülüklerin hepsinin ifası sözleşme süresince devam eder. Taraflar arasındaki sürekli sözleşme ilişkisi, sözleşmeden beklenen amaca ulaşılması için zorunludur. Sürekli borç ilişkileri için geçerli olan bütün kurallar ve ilkeler franchise sözleşmeleri için de geçerli olacaktır. Franchise sözleşmesinin sürekli bir borç ilişkisi niteliğinde olması, özellikle sözleşmenin sona ermesi bakımından önem taşır. Süresi belirli veya belirsiz olsun franchise sözleşmesi, olağanüstü nedenlerin varlığı halinde, ya kendiliğinden ya da olağanüstü fesih aracılığıyla sona erdirilir. Burada “fesih” terimi özellikle kullanılmıştır zira olağanüstü nedenlerin varlığı halinde sözleşme ileriye etkili olarak sona erecektir<sup>152</sup>.

### **C. Bir Çerçeve Sözleşme Olarak Franchise Sözleşmesi**

Çerçeve sözleşme, taraflar arasında bağımsız temel yükümlülüklerin hukuki çekirdeğini içeren, taraflara daha sonra yapılacak ekonomik anlamda tamamlayıcı diğer sözleşmeleri yapma hakkını veren veya borcunu yükleyen bir sözleşmedir<sup>153</sup>. Franchise sözleşmesinde, sadece sözleşme konusu mal ve hizmetlerin sürümü çerçevesinde franchise alan ve franchise veren arasındaki işbirliğini hedef alan temel hak ve yükümlülükler düzenlendiği için, söz konusu sözleşme ileride taraflar

<sup>151</sup> GÜRZÜMAR, s.26.

<sup>152</sup> OĞUZMAN Kemal / ÖZ Turgut, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, İstanbul, 2006, s. 418.

<sup>153</sup> KIRCA, s.22.

arasında gerçekleştirilecek olan bazı münferit hukuki işlemlere temel teşkil eder<sup>154</sup>. Franchise sözleşmesinde tarafların hak ve yükümlülükleri sadece genel hatlarıyla düzenlenir ve sözleşme süresince malların teslimi, hammaddelerin temini, eğitim esaslarının belirlenmesi gibi konularda birçok tamamlayıcı sözleşme yapılması gerekir<sup>155</sup>. Örneğin, franchise alanın franchise verenin sürümünü desteklemeyi taahhüt ettiği franchise sözleşmesine binaen sözleşme süresi boyunca franchise alan ile franchise veren arasında aralıklarla satım sözleşmesi gerçekleşir. Bu sebeple, franchise alanın sürümü desteklemeye ilişkin yükümlülüğü de “çerçeve yükümlülük” teşkil eder. Önemle belirtmek gerekir ki, Borçlar Kanunu’nun satım sözleşmesi için getirdiği kurallar, ancak franchise veren ile franchise alan arasında, söz konusu malları konu alan münferit satım sözleşmeleri yapıldıktan sonra hüküm ifade etmeye başlayacaktır<sup>156</sup>.

Mal franchise sözleşmesinde, satım sözleşmesi unsurunun yer aldığı ve franchise veren tarafından gelecekte yapılacak mal teslimleri açısından, arda arda teslimli satış sözleşmesi niteliğinin bulunduğu ileri sürülmektedir<sup>157</sup>. Ancak, bu husus doktrinin genelinde kabul edilmemektedir. Zira arda arda teslimli bir satışın söz konusu olması için satım sözleşmesinin temelinde yatan satıcının teslim etme, alıcının ise ödeme ve teslim alma yükümlülüklerinin bulunması gerekir. Ancak, franchise sözleşmesinde franchise alanın, sözleşme konusu malları franchise verenden alma yükümlülüğü, asli edim yükümlülüğü değil, bir yan edim yükümlülüğüdür<sup>158</sup>.

Aynı şekilde, hizmet franchise sözleşmesinde de, tarafların genel hak ve yükümlülükleri ilk önce genel hatlarıyla belirlenir. Daha sonra, eğitim düzenlemeleri, hammaddelerin veya işletmenin donanımı için gerekli malların teslimi konusundaki tamamlayıcı sözleşmeler ayrıca yapılır<sup>159</sup>.

---

<sup>154</sup> GÜRZÜMAR, s.28.

<sup>155</sup> KIRCA, s.22.

<sup>156</sup> DEVELİOĞLU, s. 19.

<sup>157</sup> KIRCA dn.99’da belirtilen yazar; Mack.

<sup>158</sup> DEVELİOĞLU, s. 19.

<sup>159</sup> DEVELİOĞLU, s. 19.

#### **D. Franchise Sözleşmesinin Uygulamada Formüler bir Sözleşme Olarak Kullanılması**

Belli bir franchise zincirinde yer alan bütün franchise alanlarla yapılan her münferit sözleşme çok büyük oranda aynı içeriğe sahiptir. Franchise sistemini kuran ve geliştiren franchise veren, sahip olduğu ekonomik gücün bir sonucu olarak, sözleşmenin şartlarını genellikle tek taraflı olarak belirlemekte; franchise alan ya bu sözleşmeyi olduğu gibi kabul etmekte veya sözleşme yapmaktan kaçınmaktadır<sup>160</sup>. Bu sözleşmeler “genel işlem şartları” olarak nitelendirilmektedir. Franchise sisteminde, “müşteri gözünde birbirinden farksız işletmelerden meydana gelen bir bütün oluşturma gerekliliği” dikkate alınırsa franchise sözleşmesinin genel işlem şartı teşkil etmesi doğaldır<sup>161</sup>. Bu tip sözleşmelerde zayıf olan tarafı korumak için bazı kurallar getirilmiştir<sup>162</sup>. Buna göre, genel işlem şartları, TMK m. 2 gereğince karşı tarafı iyi niyet ve dürüstlük ilkesine aykırı olarak aşırı şekilde zarara uğratmamalıdır<sup>163</sup>. Bu sebeple, franchise alan genel işlem şartını okumadan sözleşmeyi kabul edecek olursa, kendisinin dikkati çekilmeli ve onun okunmasına imkan tanınmalıdır.

Genel işlem şartlarına uygulanan ilkelerin franchise sözleşmelerine de uygulanacağı İsviçre ve Alman hukukunda kabul edilmektedir<sup>164</sup>. Bu sebeple, genel işlem şartlarına uygulanan açık olmayan kayıtlar, onu kaleme alanın aleyhine yorumlanır kuralı, alışılmamış ve beklenmedik kayıtlar yasağı ve bireysel kayıtların genel işlem şartları karşısında önceliğe sahip olduğu ilkesi TMK m. 2 çerçevesinde uygulama alanı bulacaktır. Genel işlem şartları hakimin geçerlilik ve içerik denetimine tabidir<sup>165</sup>.

#### **V. TÜRK HUKUKUNDA FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN ŞEKLİ**

Franchise sözleşmesinin isimsiz bir sözleşme olması yani kanunda düzenlenmemesi dolayısıyla, şekil konusunda herhangi bir kural bulunmaması

<sup>160</sup> KIRCA, s.35.

<sup>161</sup> GÜRZÜMAR, s.28.

<sup>162</sup> TEKİNAY Selahattin Sulhi / AKMAN Sermet / BURCUOĞLU Haluk / ALTOP Atilla, Borçlar Hukuku, Genel Hükümler, İstanbul, 1993. s. 157 vd.; OĞUZMAN /ÖZ, ss. 20,21.

<sup>163</sup> TEKİNAY / AKMAN / BURCUOĞLU / ALTOP, s.162.

<sup>164</sup> GÜRZÜMAR, s.29.

<sup>165</sup> DEVELİOĞLU, s. 20.

doğaldır. Kanunda şekle ilişkin herhangi bir hüküm bulunmaması dolayısıyla, franchise sözleşmeleri açısından TBK m. 11/I uyarınca “şekil serbestisi” geçerlidir.

Ancak, franchise sözleşmesinin karma bir sözleşme olması hasebiyle, sözleşmenin edimlerinden birinin şekle bağlı bir sözleşmenin unsuru ise, franchise sözleşmesinin bütünü söz konusu şekle bağlı olarak yapılmalıdır. Zira karma sözleşmelerde, bu sözleşmeyi oluşturan sözleşmeler bağımsızlıklarını yitirerek bir bütün teşkil etmektedirler. Dolayısıyla, sözleşmeyi oluşturan edimlerden birini ayırarak sadece ona ilişkin sözleşmenin şekle bağlı olarak yapılması mümkün değildir. Franchise sözleşmesinde patent veya marka lisansı sözleşmesinin karşılığında ayrı bir ücret belirlenmemekte, kararlaştırılan ücret franchise verenin diğer yükümlülüklerinin karşılığını oluşturmaktadır. Söz konusu sözleşmede, franchise verenin üretim, işletme ve pazarlama sisteminin içerdiği fikri ve sınai unsurları franchise alanın kullanmasına izin verme borcu, asli bir yükümlülük teşkil etmektedir. Franchise alan markayı kullanmadığı takdirde hem franchise sisteminin birlik görünümü kaybolacak hem de tarafların franchise sözleşmesi yapmaktaki amaçları da gerçekleşmeyecektir.<sup>166</sup> Bu sebeple, franchise sözleşmesinin patent veya marka lisansına ilişkin hükümler içermesi halinde, franchise sözleşmesi yazılı şekilde yapılmalıdır. Çünkü bu unsurlar, sözleşmenin asli unsurudur yani, tarafların iradesi ile o sözleşmenin olmazsa olmaz şartı haline getirilmiştir.<sup>167</sup> Başka bir deyişle, franchise veren marka veya patent üzerindeki kullanma hakkını franchise alana vermezse franchise alan bu sözleşmeyi yapmayacaktır. Dolayısıyla, marka ve patent lisansına ait unsur içeren franchise sözleşmeleri yazılı şekilde yapılmadıkça geçerli değildir.

## VI. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN TARİHİ VE GELİŞİMİ

Franchise sözleşmesinin hukuki anlamını belirlemek için ilk önce onun doğuşunu incelemek gerekir. Çünkü franchise sözleşmesi ikinci dünya savaşından sonra bilfiil Amerika’da uygulandı. İlk deneyim cihaz şirketi Singer’e aittir. Daha

<sup>166</sup> KIRCA, s.35.

<sup>167</sup> KIRCA, s.34.



sonra 1901'de Coca-Cola, Rexall, General Motors ve araç şirketi olan Ford bu sistemi kullandı<sup>168</sup>.

Fransa'da ise franchise sözleşmesinin yasal gelişimi birkaç aşamadan geçti. Birinci aşama ilklerin dönemdir. Zira franchise alan ile franchise veren arasındaki ilişki ortaklık ya da sözleşme şeklinde olmaktadır. İkinci aşamada ise franchise düzenli bir klasik sözleşme sistemi haline geldi. Yves Rocher, Holiday Inn ve bunlardan başka ağlar ortaya çıktı<sup>169</sup>.

Daha sonra bu sözleşme Arap memleketlerine girdi. Bu sözleşmenin tarihsel arka planının apaçık olabilmesi için bu üç aşamayı aşağıda geldiği gibi detaylı bir şekilde ele alacağız.

#### **A. ABD'de Franchise Sözleşmesi**

ABD bu sözleşmenin doğuşunun gerçek vatani sayılmaktadır. Bu da çoğu Amerika menşeli sayılan yeni sözleşmeler gibidir. Gelişen teknik ve teknolojinin onun doğuşu ve ortaya çıkmasında temel bir rolü vardır<sup>170</sup>.

Bu tür sözleşmeler belli bir ülkede ilk defa ortaya çıktığında onun meşruiyeti orada egemen olan hukuk sistemine bağlı olur. Lakin bu tür sorunlar ABD gibi bir ülkede ortaya çıkmaz. Çünkü onun hukuk sistemi esas olarak yargı sabıklarına dayanmaktadır<sup>171</sup>. Bu sözleşmeyi bazı Amerika iş adamları ortaya çıkardı. Onlar ürün ve hizmetler alanında ve onların hacmini artırmada ticari faaliyetlerini geliştirmek için onda uygun bir araç buldular<sup>172</sup>. Bu sözleşmenin ortaya çıkma gerekçeleri şu sebeplere dayanmaktadır:

1. Franchise verenin kendi faaliyetini geliştirme ve ürün pazarlama dairesini genişletmeyi amaçlaması.
2. Bu tür işleme yardımcı olan geniş topraklar.
3. Franchise alanın bağımsızlığının kabul edilmesi. Lakin bu, franchise verenin denetimi altındadır.

<sup>168</sup> BEŞTÂVÎ, s. 10.

<sup>169</sup> SEBÎL, s. 14.

<sup>170</sup> MUGABGAB, s. 7.

<sup>171</sup> ABD, Kira, s. 28.

<sup>172</sup> MUGABGAB, s. 14.

4. Franchise verenin gerekli bilgiyi alana vermesinden sonra ona destek verme yükümlülüğü.

5. Bu tür faaliyetin gelişmesi için yönetimlerin destek vermesi<sup>173</sup>.

İlk pratik deneyim 1860 yılının başında o dönemde büyük şirketlerden biri olan Singer Dikiş Makinası Şirketi'nin franchise sistemini tatbik etmesiyle gerçekleşti. Bu da pazarlamada karşılaşılan sorunları halletmek içindi. Özellikle ABD o dönemde bu makinalar için büyük ve geniş bir pazardı. Lakin onun şubelerini birbirine bağlayan iyi bir sistem yoktu. Bundan dolayı üreticiler makinaların satışı ve bakımını yapan şahısları belirlemek için franchise sistemini icat ettiler<sup>174</sup>.

Daha sonra ikinci deneyim araç sanayi şirketi Ford ve General Motors'la gerçekleşti. Onlar dağıtım birimlerini artırmak için dağıtıcı ağını oluşturarak bir sistem inşa ettiler. Belli bir bölgede dağıtım hakkını onlarla sınırlı kıldılar. Onlar da sadece şirketle iş yapmaya bağlı kaldılar<sup>175</sup>.

Daha sonra franchise sözleşmesi çok sayıda gazlı içecek projelerine geçti. Sıvı oluşumları bir yerden başka bir yere nakletme maliyetleri ve bu sanayi yapısı gereği şişelerin tekrar doldurulabilmesiyle ilgili olan zorluklar bu sistemin burada kullanılmasına yardımcı oldu<sup>176</sup>.

1930'da franchise sözleşmesi fastfood alanında yayıldı. Bu dönemde onların en meşhuru Howard Johnson lokantaları zinciriydi<sup>177</sup>.

Bu yayılmaya rağmen o sınırlı kaldı ve onun çerçevesi genişlemedi. Lakin ikinci dünya savaşından sonra Pazar sadece yerel pazarla sınırlı kalmadı. Artık Pazar evrensel pazara dönüştü. Buna ekonomik gelişme ve nüfus artışı da eşlik etti. Bu da ürün ve hizmetlerin artmasına yol açtı. Proje sahiplerinin yaptığı faaliyetleri genişletmeleri için onların önünü açtı. Bunun yanı sıra marka yaslarının gelişmesi, marka sahibi ya da markayı taşıyan ürün ve hizmetlerin kalite düzeyi gözetlendiği

<sup>173</sup> MUGABGAB, ss. 26-27.

<sup>174</sup> HADİDİ, İmtiyaz 2, s. 6.

<sup>175</sup> FEREC, s. 29.

<sup>176</sup> HADİDİ, İmtiyaz 2, s. 6.

<sup>177</sup> HADİDİ, İmtiyaz 2, ss. 7-8.

sürece marka sahibinin izin verdiği başka kimseler vasıtasıyla onun kullanılmasına yardımcı oldu<sup>178</sup>.

1960'da Amerika'da Uluslararası Franchise Derneği kuruldu. Bu dernek, bu sözleşme alanındaki franchise verenleri ve ithalatçıları birleştirmektedir. 1993'te dernek, franchise alanları da üye olarak kabul ederek kendi üyelerini artırdı. Öyle ki bu dernek franchise toplumunun tüm üyelerini birleştirdi. Dernek franchise'ın dünyada tanınmasına ve onun iyileştirilmesi ve korunması için çalışmaya öncülük eden topluluk sayılmaktadır. Aynı şekilde o, resmi olarak onun adından ilk bahsedendir. Bu dernek kendi üyeleri için yasal ve eğitici hizmetler ağını sağlamaktadır. Devlet kurumları ve toplumla ilişkileri geliştirmek için onun programları vardır. O toplumu ve siyasetçileri bilinçlendirmeyi ve franchise sözleşmesinin gelişmesini tehdit eden yasaları azaltma ya da engellemeyi amaçlamaktadır. Aynı şekilde evrensel franchise toplumunun karşı karşıya olduğu değişikliklerle beraber iş yapmak için gerekli olan bilgileri verir. Bunu da eğitim programları yaparak; yıllık toplantılar, hukuki sempozyumlar, bölgesel ve yerel karşılaşmalar düzenleyerek yapmaktadır<sup>179</sup>.

2000 yılında franchise sözleşmesiyle ilgili olarak ABD'de yapılan istatistiksel bir araştırmada sonuçlar ABD'nin bu alanda öncülük ettiğini ortaya koydu. Çünkü her gün sekiz dakikada bir franchise sözleşmesiyle iş yapan yerler açılmaktadır. ABD'de yıllık perakende satışlarının %40'ı franchise sistemine bağlı iş yeriyile yapılmaktadır. Bu sözleşmeyi kullanan şirketlerin sayısı 75 sanayi alanında yayılarak 320.000'e ulaştı. Hem de franchise sözleşmesi yaklaşık 8 milyon iş görevi sağlamaktadır. 2004'te franchise verenin sayısı 1500'e ulaştı. Öte yandan franchise alanın sayısı 760.000 bine ulaştı. Franchise şirketlerinde çalışanların sayısı 970.000'e ulaştı<sup>180</sup>.

## **B. Franchise Sözleşmesinin Fransa'da Yayılması**

Franchise sözleşmesi 1950'den beri Fransa'da ortaya çıktı. Doğduğu ülke olan ABD'de gerçekleştirdiği başarıdan ve o dönemde var olan yöntem ve yollardan

<sup>178</sup> SAĞİR, Marka, s. 9.

<sup>179</sup> FEREC, ss. 30-31.

<sup>180</sup> FEREC, s. 30.

yararlandı<sup>181</sup>. Bunun neticesinde çok sayıda franchise ağı ortaya çıktı. 1970 yılı bu sözleşmenin Fransa'da patlak verme noktası sayılmaktadır. Bunun sebebi bu alanda uzman bir Fransa kuruluşunun ilk defa oluşturulmasıdır. O da Fransa Franchise Federasyonu'dur. Araştırma ve incelemelerin bu sözleşmeye önem vermesi ve onun tüm taraflarının yararlarını gerçekleştiren şart ve kuralları koymasında onun katkısı vardır. Daha sonra Federasyon, franchise sözleşmesinin taraflarının davranışlarını düzenleyen yönlendirici kuralları koydu. Bu kurallar hukuk doktrini ve yargı tarafından önem gördü. Almanya ve Belçika gibi çok sayıda devlet onu uyguladı<sup>182</sup>.

1975'te Fransa'da apaçık bir düşünce gelişti. O da şudur: ABD'deki kuruluşlar Avrupa pazarında büyük yatırımlar yapacaklardır<sup>183</sup>.

1980 yılı ise Fransa'da franchise sisteminin gelişme aşamasıdır. Zira bu büyük gelişme zirveye ulaştı. Daha sonra Fransa Federasyonu 16 Temmuz 1987'de yasa koymaya kalktı. Bu yasa franchise sözleşmesinin önemli kurallarını ihtiva etti<sup>184</sup>. Daha sonra franchise verenin önceden bilgilendirmesini gerekli kılan 1008/89 sayılı Loi Doubin yasası çıktı. Tüketiciyi koruyan karar 21 Şubat 1991'de çıktı. Bu karar franchise verenin bağımsız bir şart olarak onun niteliğini bildirmesini zorunlu kıldı. 1988'den 1990'a kadar franchise verenlerin sayısı çok sayıda arttı. Her ne kadar bazılarının deneyimleri zor olsa da çoğu başarılı oldu. Zira ağların sayısı 750'yi geçti. Franchise alanların sayısı 50.000'e ulaştı. 1990'da bu sistem gerilemeye başladı. Franchise ile ilgili yasalar çıkmasına rağmen o gerilemeye başladı ve sayısı azaldı<sup>185</sup>.

Bu sözleşme diğer Avrupa ülkelerine de geçti. Orada büyük bir şekilde yayıldı. Ta ki Fransa Franchise Federasyonu'nun yasalarına benzer yasa koyan Avrupa Franchise Federasyonu kuruldu. Ancak bu yasa daha çok detaylıydı<sup>186</sup>.

Franchise sistemi Almanya gibi bazı Avrupa devletlerinde yıllık %20 oranında arttı. Bu sözleşmeyle yapılan ticaret hacmi 20 milyon Mark'a ulaştı. Almanya

<sup>181</sup> HADİDİ, İmtiyaz 1, s. 21.

<sup>182</sup> HADİDİ, İmtiyaz 2, s. 11.

<sup>183</sup> SEBİL, s. 14.

<sup>184</sup> FEREC, s. 32.

<sup>185</sup> MUGABGAB, s. 30.

<sup>186</sup> HADİDİ, İmtiyaz 2, s. 14.

Franchise Derneği'ne göre orada kayıtlı olan 1500 faaliyetin %4,2'si başarısız oldu. Öte yandan diğerleri başarılı oldu. Japonya'da franchise alanındaki ticaret hacmi 119 milyon dolara ulaştı. Franchise sisteminin gelişme oranı yıllık %6-7'ye ulaştı. Avusturalya'da ise franchise alanından yapılan ticaret hacmi 50 milyon Avusturalya dolarına ulaştı<sup>187</sup>.

### C. Arap Devletlerinde Franchise Sözleşmesinin Yayılması

Arap devletlerinde franchise sözleşmesi yayıldı. Bu da Arap yerel piyasasına yansıyan büyük yararlar ve onun uluslararası ticari alışverişlerinden dolayıdır.

Bu sözleşme Lübnan'da KFC, sonra Pepsi-Cola şirketi, Roch Cafe Hard şirketi, Mc Donalds şirketi, Pizza Hut şirketi, petrol şirketleri, yakıt istasyonları ve diğerleriyle beraber 1973'te ortaya çıktı<sup>188</sup>.

Mısır'da ilk franchise işi yetmişli yılların sonlarında başladı. Zira İngiltere Wimpy lokanta zinciri açıldı. Amerikana şirketinin kurulmasının esası olması için ilk şubelerini Mısır'daki el-Mühendis in bölgesinde açtı. Bu şirket Mısır'da franchise sistemiyle çalışan ilk şirket sayılmaktadır. Büyük bir başarı kaydetti. Bu da çoğu yatırımcı ve evrensel şirketleri fastfood lokanta zinciri alanından Mısır'da yatırım yapma konusunda teşvik etti<sup>189</sup>.

Mısır ekonomisi için franchise sözleşmesinin önemine nazaran Sosyal Gelişim Fonu; bu sözleşmeyle iş yapmayı geliştiren, bazı Mısır bankalarıyla onun projelerini finanse eden, franchise veren büyük şirketleri bir araya getiren, onunla iş yapmak isteyen şirketlere danışmanlık yapan, franchise sistemi için yapılan yerel ve uluslararası fuarlara katılan, sempozyum düzenleyen, franchise veren şirketlerle müzakereler yapan, sözleşmelerin ciddiyet ve kalitesinden emin olmak için onları inceleyen bir yönetim kurdu<sup>190</sup>.

Sosyal Gelişim Fonu'nun franchise sisteminin Mısır'daki 2004 yılına ait faaliyetiyle ilgili yaptığı istatistiksek bir araştırmada şu neticeler ortaya çıktı:

<sup>187</sup> BEŞTÂVÎ, s. 13.

<sup>188</sup> TAYYİB, s. 45.

<sup>189</sup> FEREC, s. 35.

<sup>190</sup> TAYYİB, s. 46.

1. Mısır'da tüm franchise sistemlerinden elde edilen yıllık gelirin toplamı yaklaşık olarak 5.216.406.630 Mısır Cüneyhi'dir.
2. Franchise sektöründeki yatırımların toplamı 21.923.575.850 Mısır Cüneyhi'dir.
3. Franchise sisteminin tatbik ettiği tüm faaliyetlerde çalışan işçiler 36.331'dir<sup>191</sup>.

Mısır'da 2008'de franchise sistemiyle çalışan şirketlerin sayısı 310'a ulaştı. Onun yerel şirketlerinin oranı %50'ye ulaştı. Aynı şekilde bu şirketlere yapılan yatırımların hacmi yaklaşık 40 milyar Mısır Cüneyh'ine ulaştı. Yıllık satışların hacmi 9 milyar Cüneyh'e ulaştı<sup>192</sup>.

Suudi Arabistan Krallığında ise franchise sözleşmesi az bir şekilde yetmişli yılların sonları ile seksenli yılların başlarında ortaya çıktı. Zira Suudi şirketlerinden biri olan Bizagr şirketi franchise haklarını iki evrensel şirketten almaya kalktı. Onlardan biri lokantalar şirketi Wimpy diğeri ise kuru temizleme şirketi olan Martinizing'di. Kuveyt'in 1991'de bağımsızlığa ulaştığı körfez savaşından sonra Suudi pazarında franchise alanında çalışan dünya şirketlerinin sayısı 250 şirkete ulaştı<sup>193</sup>.

1994'te Fakieh Şirketler Grubu Mekke'de Al Tazaj lokantaları dizisini açtı. Bu şirket Suudi'de franchise veren ilk şirket sayılmaktadır. Zira doğuda Cakarta'ya (Endonezya) ve batıda Şikago'ya (Amerika) ulaştı<sup>194</sup>.

2008'de franchise veren Suudi şirketlerinin sayısı 22'ye ulaştı. Bu şirketlerden biri Corn in a cup şirkettir. Bu şirket dünyanın birçok ülkesinde 700 franchise alıcısına franchise verdi. Bu ülkelerden bazıları İsveç ve kuzey Avrupa'nın bazı ülkeleridir<sup>195</sup>.

Cidde ili Ticaret ve Sanayi Odası Genel Başkanı Mustafa Ahmed Kemal Sabrî şunu açıkladı: Suudi'nin franchise sistemindeki yatırım hacmi 250 milyon dolardır.

<sup>191</sup> FEREC, s. 26.

<sup>192</sup> TAYYİB, s. 47.

<sup>193</sup> KUŞAYRÎ Muhammed, Suudi Arabistanlılar 15 Bin Franchise Evrensel Şirketler Lisansına Sahipler, Ortadoğu Gazetesi, Suudi, sy. 11881, 9 Haziran 2011, s. 4.

<sup>194</sup> TAYYİB, s. 49.

<sup>195</sup> KUŞAYRÎ, s. 4.

Burada 100 Suudi şirketi tüm alanlarda bu sistemle iş yapmada başarı gösterdi. Onların Suudi'nin içinde ve dışında yayılması mümkündür. Aynı şekilde franchise sistemine geçme gücünde olan ve onunla iş yapabilen 70 Suudi şirketi vardır. Bu da malların dışarıdan içeriye pompalanmasına yardımcı olur<sup>196</sup>.

Irak'ta ise orada meydana gelen Irak-İran ve Körfez savaşları şartlarından dolayı franchise sistemi için gözle görülür bir faaliyet yoktur. O savaşlardan sonra Kuveyt savaşından 2003'e kadar Irak'a uygulanan siyasi ve ekonomik cezalar geldi. Aynı şekilde Irak'ta franchise faaliyetiyle ilgili istatistikler de yoktur. Bu da yeni olduğu içindir. Ancak 2003'ten sonra ZARA adlı elbise yerleri, Burger King ve Mac Donald adlı lokantalar ve elbiseyle ilgili Türkiye mağazaları özellikle Kuzey Irak'ta çok sayıda arttı<sup>197</sup>.

Aynı şekilde Arap devletlerinin çoğunda franchise sistemiyle iş yapma hacmi hakkında detaylı istatistik verileri yoktur. Lakin genel bir şekilde Arap bölgesinde franchise veren şirketlerin sayısının büyük derecede hala sınırlı olduğunu söyleyebiliriz. Halbuki Arap bölgesindeki çoğu şirkette başarılı olan franchise sisteminin; ürünlerdeki sürekli artış, kar, standart ve pratik bilgi oranlarının yükselmesi ve Arap piyasasındaki ürünlerin dünya çapında kabul görmesi gibi tüm unsurları bulunmaktadır<sup>198</sup>.

En sonunda franchise sisteminin tüm dünya ülkelerinde bir temel haline geldi. Bu da evrensel ekonomik değişimler çerçevesinde oldu. Bu değişiklikler; pazarların açılmasını ve ürünler, mallar ve sermayeler önündeki engelleri kaldırmayı amaçlamaktadır. Zira franchise sistemi; pazarlama ve yönetim sistemini, teknoloji ve teknik bilgiyi aktarma ve iş fırsatını icat etti. Bu da hizmet ve üretim sektörlerinin çoğunda gerçekleşti<sup>199</sup>.

<sup>196</sup> HAMEDÂN Ahmed, Suudi'de Franchise, Milyar Riyali Geçen Bir Sermayeye Sahip 25 Şirketle Sınırlı Olduğu İçin Oradaki Franchise'ın Az Olmasının Eleştirisi, Riyâd Gazetesi, Suudi, 15 Haziran 2009, sy. 14966.

<sup>197</sup> FEREC, s. 37.

<sup>198</sup> BEŞTÂVÎ, ss. 13-14.

<sup>199</sup> TAYYİB, s. 50.

#### **D. Türkiye'de Franchise Sözleşmesi**

Franchise sistemi, Türkiye'de 1970 ve 1980 yıllarında bayilik sistemi olarak, otomobil, beyaz eşya ve kozmetik alanlarında kullanılmıştır ve daha sonra yaşanan gelişmelerle, yabancı yatırımcıların Türkiye pazarındaki franchise girişimleri yaygınlaşmıştır<sup>200</sup>. İlk işletme franchise sözleşmesi 1986 yılında McDonald ile Türkiye pazarına girmiş ve bunu Benetton, Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken gibi tanınmış markalar izlemiştir<sup>11</sup>. Son yıllarda Türkiye'de gittikçe yaygınlaşan franchise sistemi ile Türkiye günümüzde, 1800' den fazla yerli-yabancı franchise markası ile sayıca Avrupa ülkelerinin önündedir. 1991 yılında franchise veren firmaların temsilcileri tarafından, franchise' in Türkiye' de doğru öğrenilmesi ve gelişmesi için Türk Ulusal Franchise Derneği kurulmuştur<sup>201</sup>.

#### **VII. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN ÖNEMİ**

Franchise sözleşmesinin ekonomi alanında büyük bir önemi vardır. Bundan ötürü bazıları onu geleceğe geçmenin bir kapısı ve herhangi bir devletin iç ve dış ticaretinin artması için temel bir etken saymıştır<sup>202</sup>. Franchise sözleşmesi sözleşme yapan tarafları birtakım ayrıcalıklar vermektedir. Bu sözleşme her ne kadar bazı ayrıcalıkları gerçekleştirse de onun bazı olumsuzlukları da vardır. Bu sözleşmenin franchise veren ve franchise alanın her biri için gerçekleştirdiği ayrıcalıklar ve aynı şekilde bu sözleşmeden kaynaklanan olumsuzluklar aşağıda geldiği gibi incelenecektir.

#### **A. Franchise Sözleşmesinin Ayrıcalıkları**

Franchise sözleşmesi başarılı bir yatırım aracı sayılmaktadır. Bundan dolayı iş adamları onun gerçekleştirdiği başarıdan dolayı benzersiz bir şekilde ona yönelmişlerdir. Hatta bazıları onu başarının sihirli örneği diye nitelemiştir<sup>203</sup>. Ekonomik istatistikler de bunu teyit ediyor. Zira dünya çapında başarılı olan projelerin %80'i franchise projeleridir<sup>204</sup>.

<sup>200</sup> AYATA, s. 2.

<sup>201</sup> AYATA, s. 2.

<sup>202</sup> KARNÎ Yasir, Franchise ve Geleceğin Ufukları, Ehrâm Gazetesi, Mısır, 15 Temmuz 2009, sy. 44781.

<sup>203</sup> HADÎDÎ, İmtiyaz 2, s. vii.

<sup>204</sup> FEREC, s. 40.



Dünya Franchise Derneği'nin yaptığı bir araştırma franchise yoluyla yapılmaya başlanan işlerin başarısının %95'e ulaştığını vurgulamaktadır. ABD'deki Küçük İşler Kurulu'nun yaptığı başka bir araştırma, franchise sistemi altında çalışmayan tüm küçük ticari işlerin %62'sinin ömürlerinin ilk altı yılında tasfiye edildiklerini açıklamıştır<sup>205</sup>.

Hizmet ya da ürün olsun franchise sözleşmesinin çoğu ekonomik alanda uygulanması mümkündür. Örneğin o; sanayiler, lokantalar, oteller, uçak şirketleri, bilgisayar üretim şirketleri, yakıt şirketleri, bilgi teknolojileri sektörü, yayınevleri, üniversiteler, enstitüler ve okulları... Kapsamaktadır<sup>206</sup>.

Franchise sözleşmesi yerel projeler arasında entegrasyonu sağlayan mekanizmalardan biridir. Zira franchise sözleşmesinin yerel projeler arasında yerel bir şekilde kullanılarak dünya şirketleri karşısında milli sermayeyi biriktirmeye ihtiyaç artmaktadır. Öyle ki büyük sermayelere sahip olan, teknik ve idari yüksek bilgiyi birleştiren, dünya şirketleriyle rekabet edebilen devasa ekonomik oluşumları meydana getirmeye yardımcı olur<sup>207</sup>.

Aynı şekilde franchise sözleşmesi dışarıya sızan akıntıyı azaltır. Küçük ve orta seviyedeki yerel projelere yatırımı artırır. Franchise sözleşmesi gelişen ülkelerde gençleri teşvik eder. Özel sektör alanına girmeleri için güven verir. Bu da dünya projelerinin ticari ayrıcalıklarını kullanarak küçük ve orta seviyede projeler inşa etmekle olur. Bu ise riskleri azaltır ve bu projelerin başarı fırsatını artırır. Aynı şekilde franchise veren tarafından onlara önemli ticari bilgi kazandırılmasını sağlar. Bu sistem işsiz olan binlerce kişiye iş fırsatı verir. Görev oranları ve milli üreticinin gelişme oranlarını artırır. Zira franchise sözleşmesi yıllık olarak Mısır'da 10-20 bin görev üretiyor<sup>208</sup>. Franchise sözleşmesinin onu veren ve alan için gerçekleştirdiği ayrıcalıkları inceleyeceğiz.

<sup>205</sup> **BÂKÛK** Tallâl, Ticari İmtiyaz Hizmetleri Şirketi, Dünya Ekonomi Dergisi, Umman, 01.02.2007, sy. 181. S. 13.

<sup>206</sup> **FEREC**, s. 41.

<sup>207</sup> **HADÎDÎ**, İmtiyaz 2, s. 11.

<sup>208</sup> **BEŞTÂVÎ**, s. 40.

## 1. Franchise Sözleşmesinin Onu Veren Açısından Ayrıcalıkları

Franchise sözleşmesi, onu veren için çok sayıda ayrıcalık gerçekleştirmektedir. Onlar da şunlardır:

a. Franchise, büyük meblağları tahsis etmeye ihtiyaç olmadan onu verenin projeleri açısından yatırımda hızlı bir genişleme gerçekleştirir. Bu da franchise verenin sahip olduğu sanayi ve ticari mülkiyet ve teknik bilgi haklarından yararlanmakla olur. Zira franchise veren, işi genişletmek için para harcamadan kendi üretiminden büyük bir oranı dağıtıp kendi hizmet ve ürünleri için pazarlama alanlarını güvenceye alabilir<sup>209</sup>.

Bunun yanı sıra bu genişlik onun markasının daha meşhur olmasını sağlar. Zira dağıtım yerlerinin artması ve hizmetin sunulması, halkın zihninin hizmet ya da ürünleri sunan markayla irtibat kurmasını sağlar<sup>210</sup>.

b. Franchise verenin, onu alanın ödediği paradan yararlanması. Zira franchise veren, franchise hakkını verme karşılığı olan parayı alarak gelir elde edebilir. Bu gelir gelişi güzel olarak belli bir meblağ ya da satılanların belli bir oranı olabilir. Bunun yanı sıra franchise alanın, franchise veren tarafından franchise sisteminin maddi etkenleriyle donatılması şartıyla aldığı karlar vardır<sup>211</sup>.

c. Ürün ve hizmetlerin belli ve düzenli bir yöntemle dağıtılması<sup>212</sup>.

d. Franchise verene tabi olan birimlerin müdürleri aslında proje sahibidirler. Onun yanında çalışan işçiler değiller. Bundan dolayı projenin başarısı ve işin iyileşmesi için olumlu öneriler sunmada çok istekliler. Böylece franchise veren yeni şube yönetimi işinin sorunları üstesinden gelir. Halbuki bazen onların idaresi büyük bir sermaye, çaba, denetim ve büyük yatırım riski gerektirmektedir<sup>213</sup>.

## 2. Franchise Sözleşmesinin Onu Alan Açısından Ayrıcalıkları

Franchise sözleşmesi onun alan için çok sayıda ayrıcalıklar gerçekleştiriyor. Onlar da şunlardır:

<sup>209</sup> ABD, İmtiyaz, s. 52.

<sup>210</sup> JOHN, p. 9.

<sup>211</sup> ABD, İmtiyaz, s. 54.

<sup>212</sup> BEŞTÂVÎ, s. 38.

<sup>213</sup> HAKÎM Câk, Ticari Lisans Sözleşmesi (Franchising), Avukatlar Dergisi, Suriye Avukatları Sendikası onu çıkarmaktadır. Dımaşk, sy. 5-6, Nisan 1998, s. 220.

- a. Franchise alan kendi faaliyet alanlarının tümünde teknik uzmanlık bilgisi elde etmektedir. Franchise sözleşmesinin önemi, gelişmekte olan ülkelere göre ekonomik gelişmeyi gerçekleştirmek için teknik, tecrübeli ve faydalı bilgiyi elde etme noktasında ortaya çıkmaktadır<sup>214</sup>.
- b. Franchise alan, aynı faaliyette rekabet etmekten korunmayı elde eder. Çünkü franchise veren, franchise alan için özel bir coğrafi bölge belirlemektedir<sup>215</sup>.
- c. Kurum ve bankalardan parasal finansı almak kolaylaşmaktadır. Çünkü daha önce denenmiş olan projenin başarısına güvenmektedirler<sup>216</sup>.
- d. Hata yatırım riskleri azalmaktadır. Franchise alan, onun verenin danışmanlığı altında çalışmaktadır. Bundan dolayı yatırım riskleri çok az olur<sup>217</sup>.
- e. Franchise alan, onun veren tarafından devamlı sunulan kaliteli eğitimi alır. Bu da daha büyük karlar elde etmeye yol açar<sup>218</sup>.
- f. Franchise alan, franchise verenin verdiği maddi değer düşük fiyatlarından yararlanır<sup>219</sup>.
- g. Franchise alan, onu verenin ismi, markası, şöhreti ve tecrübesinden yararlanır. Bu da neredeyse kesin bir başarı fırsatını garanti edecek şekilde müşterilerin franchise alana güvenmelerini destekler<sup>220</sup>.

## B. Franchise Sözleşmesinin Kusurları

Burada franchise sözleşmesinin kusurları olup özellikle de gelişmekte olan ülkelerde halkın ekonomi ve kültürlerini etkilemektedir. Bundan dolayı franchise yasası konulduğu zaman bu olumsuzlukları sınırlamak ya da azaltmak için onların dikkate alınması gerekir<sup>221</sup>. O olumsuzluklar şunlardır:

1. Bu sözleşmelerin bazı türleri diğer halkların kültürlerini, beslenme ve davranışsal tarzlarını aktarmaya bir vesile sayılmaktadır. Bu, özellikle de lokantalar, elbiseler ve gece kulüpleri ve eğlenceler... alanında olmaktadır. Öyle ki bölge

<sup>214</sup> MARTİN Mendelson, The Guide to Franchising, 4th Ed. Oxford, Pergamon Press, 1987, p. 6.

<sup>215</sup> MUHAMMEDİ Adil, Fas'ta Bir Uygulama Olan Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, Yüksek Lisans İçin Yapılmış ve Yayınlanmamış Bir Tez, Fas, VI. Muhammed Üniversitesi, 2006, s. 13.

<sup>216</sup> BEŞTÂVÎ, s. 40.

<sup>217</sup> ABD, İmtiyaz, s. 63.

<sup>218</sup> BEŞTÂVÎ, s. 40.

<sup>219</sup> BEŞTÂVÎ, s. 39.

<sup>220</sup> HAMİD Alâ', Lisans Sözleşmesi, Hukuki Bir Araştırma, Hukuk Fakültesi, en-Nehreyn Üniversitesi, Bağdat, Yayınlanmamış Bir Yüksek Lisans Tezi, 1999, s. 29.

<sup>221</sup> FEREC, s. 43.

halkları için bu bir kültür savaşı sayılabilir. Bundan dolayı bu tür sözleşmelere karşı düzensiz açılımlardan sakınmak gerekir<sup>222</sup>.

2. Bu sözleşme tüketim oranının büyük oranda yükselmesine yardımcı olmaktadır. Bu da aile, bireyler ve gelişim işi üzerinde olumsuz bir şekilde etkili olmaktadır. Çünkü bu sözleşme genelde tüketim alanlarında kullanılmaktadır. Arap bölgesinde iş yapan şirketlerin çoğu; lokantalar, elbiseler, güzellik ürünleri ve kokular gibi tüketim şirketleridir. Buna karşılık teknoloji ayrıcalıkları, bilgi teknikleri ve ilerlemek için gerekli olan gelişmiş sanayi alanında büyük bir eksiklik vardır<sup>223</sup>.

3. Bu sözleşme, franchise sistemiyle yapılan yeni faaliyetler ile onlara benzer olan yerel faaliyetler arasında adil olmayan rekabet sebebiyle milli ekonominin yabancı ekonomiye bağlı olmasına yol açmaktadır. Çünkü her birine sunulan imkanlar arasında denge yoktur<sup>224</sup>.

## VIII. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN UNSURLARI

Franchise sözleşmesi şu unsurlardan oluşmaktadır:

### A. Sözleşme Yapanlar

Sözleşme tarafları franchise veren ve franchise alandır. Franchise sözleşmesi bazen doğal kişiler ya da şirketler, sanayi ve hizmet kuruluşları ve diğerleri gibi manevi kişiler arasında yapılmaktadır<sup>225</sup>.

Bazen sözleşme uluslararası sözleşmelerden biri olacak şekilde sözleşme taraflarından birinin vatandaşlığı diğerinden farklı olmaktadır. Bazen de sözleşme bir devlet içinde ikamet eden iki taraf arasında olmaktadır<sup>226</sup>. Bundan dolayı franchise sözleşmesinin taraflarının belirtilmesi ve onların tanımının yapılması gerekir. Taraflar şunlardır:

1. Franchise veren: Bir ürün ya da hizmetin ticari ismi ve markasına sahip olan kişidir. O markanın ticari şöhreti vardır. Franchise veren yanında teknik bilgi bulunan ve ticari başarı kaydeden bir çalışma sistemi bulunmaktadır<sup>227</sup>.

<sup>222</sup> FEREC, s. 44.

<sup>223</sup> BEŞTÂVÎ, s. 41.

<sup>224</sup> FEREC, s. 43.

<sup>225</sup> HAMÎD, s. 25.

<sup>226</sup> HAMÎD, s. 25.

<sup>227</sup> FEREC, s. 70.

2. Franchise alan: Franchise verenin sahip olduğu marka, teknik bilgi ve çalışma sistemini kullanarak ticari faaliyet yapmayı isteyen taraftır<sup>228</sup>. Bu basit franchise durumunda böyledir. Ama komplike franchise durumunda ise alan ve verenin yanına bir alan daha eklenmektedir. Bu da ikinci alana, marka adını kullanma ve teknik bilgi verme hakkının verilmesiyle birinci alanın yararının olduğu durumda olur<sup>229</sup>.

Franchise sözleşmesi çerçevesinde her grup kendi bağımsızlığını korur. Yani franchise alanın projesi onu verenin projesinden bağımsız olur. Lakin o, franchise verenin adı altında çalışır. Franchise alanın proje çalışmasının franchise verenin temel faaliyetiyle uygun ve onun kontrolünde olması gerekir<sup>230</sup>.

### **B. Sözleşme İfadesi**

Sözleşmenin kendisiyle olduğu ifade şudur: Tarafların sözleşmeye rıza gösterdiklerini ifade etmek için başvurduğu üsluptur. Bu ifade sözlü, yazılı, işaret ya da eylemle olabilir. İfade iki unsurdan oluşmaktadır. Biri icaptır. Bu, taraflardan birinin sözleşme yapma isteğini ifade eder. Diğer kabuldür. Bu ise diğer tarafın onayı ve sözleşmeyi kabul etmesidir<sup>231</sup>.

Franchise sözleşmesinin yapılması için özel bir yol yoktur<sup>232</sup>. Zira sözleşme iki taraf arasında olan rızanın meydana gelmesiyle gerçekleşir. Bu rızanın belli bir şekilde olması gerekmiyor<sup>233</sup>. Lakin uygulamada bu ifade yazılı bir şekilde olmaktadır. Yazı ispat araçlarından biri olması hasebiyle onunla franchise alan ve verenin yükümlülükleri belirlenmektedir<sup>234</sup>.

### **C. Sözleşme Konusu**

Bu Konu şunları içermektedir:

<sup>228</sup> FEREC, s. 70.

<sup>229</sup> BÂRÛD Hamdî, Ticari Lisans Sözleşmesi (Franchise), Gazze, el-Cami'atü'l-İslamiye Dergisi, (İnsan Araştırmaları Dizisi), c. 16, sy. 2, Haziran 2008, s. 811.

<sup>230</sup> TAYYİB, s. 84.

<sup>231</sup> AHMED Sirac, Sözleşme Teorisi ve Hakkı Kullanmada Haksızlık Yapmak, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'ye Yayınevi, 1995, s. 41.

<sup>232</sup> KÂYİDÎ Nâdiye, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, Hukuk Fakültesi, Cidde, Yayınlanmamış tezi, 2005, s. 108.

<sup>233</sup> SÂFÎ Abulhak, Medeni Hukuk Dersleri, Yükümlülük Kaynakları, b. 1, Kazablanka, en-Necâhu'l-Cedîde Basımevi, 2004, s. 15.

<sup>234</sup> MUGABGAB, s. 172.

## 1. Franchise Paketi

Bu paket şunları içermektedir:

### a. Teknik Bilgi (Know-How)

Teknik bilgi kavramı yasa hukukçuları tarafından büyük öneme kavuştu. Onlar teknik bilgi içeriği için bir tanım koymaya çalıştılar. Zira o, üreticinin franchise sözleşmesindeki ürününü ya da hizmetini çıkarmada dayandığı temel unsur sayılmaktadır<sup>235</sup>.

Teknik bilgi kavramı ilk defa 1916'da ABD'de sanayi mülkiyet alanında kullanıldı<sup>236</sup>.

Fransa yargısı teknik bilgiyi şöyle tanımlamıştır: *“Birtakım gizli teknik bilgilerdir. Onlar yaygın sanayinin teknik alanına girmemektedirler. Alışık olmayan yeni özellik içermektedirler”*<sup>237</sup>.

Ortak Avrupa Devletlerine tabi olan Sanayi Mülkiyetini Korumayla İlgili Komisyon teknik bilgiyi şöyle tanımlamıştır: *“Gizli teknik bilgi ve tecrübedir. Bu bilgi teknik yolları gerçekleştirmek ve uygulamak için zorunludur. Onun sanayi amaçları vardır”*<sup>238</sup>.

30 Kasım 1988'de çıkan 89/556 sayılı Avrupa Düzenlemesinin 1. faslının 7. Fıkrasında o şöyle tanımlanmıştır: *“Teknik bilgi birtakım gizli ve özlü bilgilerdir. Beli bir amaç için tayin ve tahsis edilmiştir”*<sup>239</sup>.

Fransa hukuk doktrini teknik bilgiyi şöyle yapmıştır: *“Nakledilmeye elverişli olan teknik bir bilgidir. Herkese verilmemekte ve patent kapsamına girmemektedir”*<sup>240</sup>.

Irak Yasası ve Mısır Yasası teknik bilgi kavramını ya da onun korunmasını ele almamıştır<sup>241</sup>.

<sup>235</sup> MERZÛK, ss. 565-566.

<sup>236</sup> WILLIAM Pissoort, PATRICK Saerens, Initiation au droit commercial international, De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2004, p. 333.

<sup>237</sup> TAYYİB, s. 192.

<sup>238</sup> SA'İD Yahya, Uluslararası Hukuk Projesi ve Mısır Hukuk Projesinde Teknik Bilgi Aktarımı Sistemi, b. 1, Kahire, el-Maarif Yayınları, 1986, ss. 15-18.

<sup>239</sup> OLIVIER Weniger, La Protection des Secrets Economiques et du Savoir-faire (Know-how), Geneve, Librairie Droz, 1994, P16.

<sup>240</sup> TAYYİB, s. 193.

<sup>241</sup> ABD, İmtiyaz, s. 110.

Teknik bilginin en önemli özelliği; onun nakledilmeye elverişli şeylerden olması, gizli olması<sup>242</sup>, değerli olması<sup>243</sup> ve orijinal (asıl) olmasıdır.

### **a.a. Teknik Bilginin Özellikleri**

Teknik bilginin şu dört özelliği vardır:

#### **a.a.a. Nakledilmeye Elverişli Şeylerden Olması**

Franchise verenin bilgiye sahip olması yeterli değildir. Bu bilginin taşınmaya elverişli olması gerekir. Yani başkasına aktarılabilmesi gerekir. İMK'nin 16. maddesinin 1. fıkrası şunu ifade etmiştir: *“Yapısına ve yasa hükmüne göre ticareti tapılan her şey nakledilebilir ve mali bir hak sayılır”*<sup>244</sup>.

İMK'ye göre franchise sözleşmesinde teknik bilginin nakledilmesi mümkündür<sup>245</sup>.

Teknik bilgi birtakım düşüncelerdir. Bundan dolayı onun düşünce özellikleri vardır. Düşünce ise yayılır ve nakledilir<sup>246</sup>.

Almanya yargısı Duesseldorf Mahkemesi'nin 1957'de çıkardığı kararda teknik bilginin nakledilmeye elverişli olduğunu vurgulamıştır. Bu karar teknik bilgiyi kapsayan sözleşmelerin sıhhatini kabul etmiştir<sup>247</sup>.

Teknik bilgi sahibi, teknik bilgiden yararlanma ya da başkasını ondan yararlandırma arasında bir seçim yapmak zorunda değildir. Onun her iki durumu birleştirme hakkı vardır<sup>248</sup>.

#### **a.a.b. Teknik Bilginin Gizli Olması**

Gizlilik, teknik bilgiye sahip olana rekabetçilerine karşı büyük bir rekabet ayrıcalığı veren teknik bilginin en önemli özelliklerindedir. Gizlilik sayesinde teknik

<sup>242</sup> MUHAMMEDİN Celâl, Ticaretle İlgili Yönlerden Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşmasına Göre Fikri Mülkiyetin Hukuki Koruması, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'atü'l-Cedîd Yayınevi, 2000, s. 48.

<sup>243</sup> İSA Husâm, Teknoloji Aktarımı, Uluslararası Bağlılığın Hukuki Önceliklerinde Bir Araştırma, b. 1, Kahire, el-Müstakbelü'l-Arabî Yayınevi, 1987, ss. 131-132.

<sup>244</sup> 40 Sayılı İMK. (1951). Bu kanunun 16. Maddesi 131 sayılı 1948 tarihli MMK'nin 81. maddesinin 1. fıkrasıyla aynıdır.

<sup>245</sup> TEVFİK Hasan, Hukuk Bilimlerine Giriş, İskenderiye, Üniversite Kültür Kuruluşu, 1983, s. 678.

<sup>246</sup> SENHÜRÎ, Medeni Hukuk, s. 279.

<sup>247</sup> ABD, İmtiyaz, s. 130.

<sup>248</sup> DÜVEYDÂR Hânî, Gizlilik Vasıtasıyla Teknik Bilginin Tekelcilik Çerçevesi, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'atü'l-Cedîde Yayınevi, 1996, s. 37.

bilgi korunur. Gizliliğin mutlak (sınırsız) olması şart değildir. Çünkü teknik bilgiler gelişmektedir. Sanayi projeleri büyümektedir. İş artık ince uzmanlık esasına dayanmaktadır. Bu da çoğu kişiye teknik bilgiyi öğrenme fırsatı vermektedir<sup>249</sup>.

Projeler kendi teknik bilgilerini proje içinde koruyarak ve başkalarının onu öğrenmesini engelleyerek onun gizliliğini korumaya çalışırlar. Irak ve Mısır hukuklarında teknik bilginin hukuki koruması vardır. Zira iş hukuku, hukuki bir yükümlülük olarak işçinin çalışma esnasında ulaştığı bilgileri ifşa etmemesini ve iş sözleşmesi sona erdikten sonra iş sahibiyle rekabet etmemesini zorunlu kılmıştır<sup>250</sup>.

71 Sayılı ve 1987 Yılı İÇK. 35. maddesinde şunu ifade etmiştir: “İşçinin çalışma esnasında öğrendiği bilgileri ifşa etmesi yasaktır”<sup>251</sup>.

Aynı şekilde 12 Sayılı ve 2003 Yılı MÇK. 6. maddesinde şunu ifade etmiştir: “İşçinin iş sırlarını koruması gerekir. İşle ilgili bilgiler gizliyse onları ifşa etmemesi gerekir. Ya da iş sahibinin direktiflerine uyar”<sup>252</sup>.

#### **a.a.c. Teknik Bilginin Değerli Olması**

Bundan maksat teknik bilginin kullanılmasının franchise alana belli bir değerli fayda vermesidir. Bu da franchise verene ekonomik ayrıcalık verecek şekilde onun bilfiil kullanılmasıdır<sup>253</sup>.

#### **a.a.d. Teknik Bilginin Orijinal (Asıl) Olması**

Teknik bilgi, başarının kişisel niteliği olduğu için onun yeni icat edilmiş bir bilgi olması gerekir. Yeni icat etme sadece ürünün kendisine yönelik olmaması gerekir. Onun satışı, pazarlama araçları ya da satış noktalarında sunma yollarında yeni icat olması gerekir<sup>254</sup>.

<sup>249</sup> MUHAMMEDİN, Fikri Mülkiyet, s. 46.

<sup>250</sup> MUHAMMEDİN, Fikri Mülkiyet, s. 47.

<sup>251</sup> 71 Sayılı İÇK. (1987), m. 35.

<sup>252</sup> 12 Sayılı MÇK. (2003), m. 6.

<sup>253</sup> MUHAMMEDİN, Teknik Bilgi, ss. 32-34.

<sup>254</sup> MİSKAVÎ, s. 46.



Yeni icattan maksat ürün ve onunla ilgili tüm unsurların mutlak anlamda yeni olması değildir. Nispeten yeni olması gerekir. Franchise alan teknik bilgiyi bilmiyorsa o zaman o yeni sayılır<sup>255</sup>.

#### **b. Marka**

Franchise sözleşmesinin dayandığı ikinci unsur; franchise verenin onu kullanması için franchise alana verdiği markadır. Bundan dolayı başkasına ait olan markanın kullanılmasına izin veren bir hukuk sisteminin olması gerekir<sup>256</sup>.

2002 yılında çıkan 82 sayılı MFMK'nin 63. maddesi markayı şöyle tanımlamıştır: *“Tacirin kendi ürünlerini diğer benzer ürünlerden ayırmak için koyduğu amblem ve semboldür”*<sup>257</sup>.

Markanın şartları şunlardır:

1. Markanın bir dış görünümünün olması,
2. Dışı görünümün ayırıcı ve yeni olması,
3. Markanın meşru olması,
4. Marka kayıtlarında kaydedilmesi<sup>258</sup>.

21 Sayılı ve 1957 Yılı IMVK'nin 1. maddesinin 3. fıkrasında kanun koyucu markayı şöyle tanımlamıştır: *“Markayı oluşturan bir sembol ya da birtakım sembollerdir. Onunla bir proje ürünü ile diğer projelerin ürünleri birbirinden ayrılıyor. Onlar da semboller, özellikle de kelimeler, kişisel isimler, harfler, rakamlar, simgesel semboller ve renklerdir. Aynı şekilde bu sembollerin karışımı da marka olarak tescil edilebilir. Bu semboller, haddi zatında ürün ya da hizmetleri ayıramıyorsa onu tescil etme imkanı kullanımla elde edilen ayırıcı özelliğe bağlı olmaktadır. Bir sembolün marka olarak korunmaya elverişli olabilmesi için onun gözle görülür olması şart değildir”*<sup>259</sup>.

<sup>255</sup> MUHAMMEDİN, Teknik Bilgi, s. 37.

<sup>256</sup> MİSKÂVÎ, s. 579.

<sup>257</sup> 82 Sayılı MFMK, m. 63, Mısır Resmi Gazetesi, 02.06.2002; TAHA, Ticaret Hukuku, s. 249.

<sup>258</sup> NÂHÎ Salahuddîn, Sanayi ve Ticaret Mülkiyeti, b. 1, Amman, el-Fürkan Yayınevi, 1983, s. 242.

<sup>259</sup> 21 Sayılı IMVK, 1957, m. 1.

Marka; ürün ya da malların benzer ürünlerle karışmaması için onların taşıdığı bir simge sayılmaktadır. Bunun yanı sıra marka, ürünlerin taşıdığı kalite ve iyi namın bir belgesi sayılmaktadır<sup>260</sup>.

Bunu teyit olarak Amerika hukuk doktrini, franchise sözleşmeleri alanında markanın, konulduğu ürün ya da hizmetin kalitesini içerdiği görüşündedir. Marka, müşterinin belli bir yerden satın aldığı ürünün başka bir yerden aldığı ürün kalitesiyle aynı olduğunu müşteri için vurguluyor ver garanti ediyor. Tüketicinin markadaki güveni franchise sisteminin başarı desteklerinden biridir<sup>261</sup>.

## 2. Franchise Ücreti

Franchise'ın ücreti şu şekilde tanımlanmıştır: *“Franchise alanın, franchise verenden aldığı hakkın karşılığı olarak ona verdiği maldır. Franchise veren, franchise alanın kendi faaliyetinde dayandığı fikri mülkiyet unsurlarından yararlanma imkanını ona vermektedir”*<sup>262</sup>.

Başkaları onu şöyle tanımlamıştır: *“Franchise alanın, fikri mülkiyet unsurlarından yararlanmaya karşılık franchise veren tarafa vermekle yükümlü olduğu maldır”*<sup>263</sup>.

Franchise ücreti franchise alanın yükümlülüklerinden biridir. Onun mevcut, meşru ve belli olması ya da belirlenmeye elverişli olması gerekir. IMK'nin 126-130<sup>264</sup> maddeleri ve MMK'nin 131-135. maddeleri bu şartı ele almıştır<sup>265</sup>.

Franchise sözleşmesinde ücretin var olması gerekir. Franchise sözleşmesinin ücreti yoksa onun bağış sözleşmesi sayılması mümkündür. Dolayısıyla onun ticari niteliği olmaz<sup>266</sup>.

Bu yönüyle franchise sözleşmesindeki ücret ile kira sözleşmesindeki ücret ortaktır. Zira IMK'nin 736. maddesi ve MMK'nin 561. maddesine göre ücretin para

<sup>260</sup> NEBİL Muhammed, AHMED Sabih, GATT Anlaşması Çerçevesinde Mısır Yasasında Markayı Koruma, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1999 s. 27.

<sup>261</sup> MERZÛK, s. 584.

<sup>262</sup> AMMAR, Lisans, s. 148.

<sup>263</sup> ÂMİRÎ Sa'dûn, İsimli Sözleşmeler, b. 1, c. 3, Bağdat, el-Ânî Basımevi, 1974, s. 341.

<sup>264</sup> 40 Sayılı IMK, 1951.

<sup>265</sup> 131 Sayılı MMK, 1948.

<sup>266</sup> MARKAS, Kira Sözleşmesi, b. 1, Kahire, Hukuk Kitapları Yayınevi, 2000, s. 133.

olması gerekmiyor. Lakin franchise sözleşmesindeki ücret satış sözleşmesindeki mal karşılığında farklıdır. Zira İMK'nin 527. maddesi ve MMK'nin 561. maddesine göre satış sözleşmesindeki bedelin para olması gerekir<sup>267</sup>.

Franchise sözleşmesindeki ücret şunlardan biridir:

- a. Belli toplam tutar,
- b. Satılanların değerinin toplamından bir oran,
- c. Franchise alanın ürettiği ürün ve hizmetlerden belli bir miktar.

Bazen bir miktar mal ve proje sermayesi, satılanlar ya da kardan bir oran birleştirilebilir. Belli bir toplam tutar franchise sözleşmesinde genel şekildedir<sup>268</sup>.

Daha önce geçen üç unsur (Her iki taraf, sözleşme ifadesi ve konusu) franchise sözleşmesinin esaslarını oluşturmaktadır<sup>269</sup>.

#### **D. Sözleşme Şartları**

Franchise sözleşmesi birtakım şartlar içermektedir. Bu şartlarla taraflar sözleşmenin etkilerini ve yükümlülüklerini düzenlemeyi amaçlamaktadırlar. Bu şartlar; rekabet etmeme şartı, sınırlı ikmal şartı gibi şartlardır<sup>270</sup>. Bu şartlar, franchise sözleşme taraflarının yükümlülükleri konusunda incelenecektir.

#### **E. Franchise Sözleşmesinin Süresi**

Franchise sözleşmesi yapısına göre yürümesi devam eden zamansal sözleşmelerdendir. Zaman onun yürümesinde temel bir unsurdur. Franchise alanın franchise unsurlarını kullanabilme ve sözleşmeden amaçlanan yararı gerçekleştirebilmesi için zamandan bir süre geçmesi gerekir<sup>271</sup>.

Sürenin şu şekilde tanımlanması mümkündür: “*Kira ya da franchise sözleşmesi gibi devam eden sözleşmelerdeki yararın ölçüldüğü zaman dönemidir.*”

<sup>267</sup> TAYYİB, s. 199.

<sup>268</sup> BÂRÛD, s. 830.

<sup>269</sup> FEREC, s. 72.

<sup>270</sup> FEREC, s. 72.

<sup>271</sup> TAYYİB, s. 203.

*Süre bu sözleşmede bir esastır. Dolayısıyla o olmadan sözleşme olmaz. Sürenin önemli bir özelliği vardır. O da devamlı ve art arda olmasıdır”<sup>272</sup>.*

Franchise sözleşmesinde süre hakların verilmesi ve yükümlülüklerin yerine getirilmesi için ölçü sayılmaktadır. Sözleşmeden istenen amacın gerçekleştirilmesi ancak zamanın geçmesiyle mümkündür<sup>273</sup>. Bundan dolayı sözleşmenin temel unsurları üzerinde anlaşma gerçekleşmesi için burada belli ya da belirlenmeye elverişli bir sürenin olması gerekir. Süre de o temel unsurlardan biri sayılmaktadır<sup>274</sup>.

Franchise verenin, sözleşmede belirlenen süre boyunca franchise sözleşmesinin unsurlarını kullanma imkanını franchise alana vermesi gerekir. Buna binaen franchise sözleşmesinin amacı zamandan bir sürenin geçmesiyle gerçekleşmektedir<sup>275</sup>. Franchise alanın, kabul veya retle ilgili kararını vermesi için sürenin sözleşmeden önce belirlenmesi gerekir. Bazı Avrupa yasalarında olduğu gibi süre belirtilmeden de sözleşme yapılabilir<sup>276</sup>.

## **IX. TÜRK HUKUKUNDA FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN UNSURLARI**

### **A. Franchise Alanın Bağımsız Olması**

Franchise alan, kendi adına ve hesabına çalıştığı için bağımsız bir işletmecidir. Bu unsur, franchise sözleşmesini vekalet, hizmet, acente, komisyon gibi diğer sözleşmelerden ayırır<sup>277</sup>. Ancak, franchise alanın franchise verenin talimatlarıyla bağlı olması, muhasebesinin franchise veren tarafından tutulması, yani franchise alanın franchise verenin bir şubesiymiş gibi hareket etmesi, franchise alanın bağımsız olup olmadığını doktrinde tartışmalı hale getirmiştir. Bazı yazarlar, franchise alanın ekonomik bağımsızlığına getirilen sınırlamaların, onun sadece görünüşte bağımsız olmasına yol açtığını savunmaktadır<sup>278</sup>. Ağırlıklı görüş ise, franchise alanın

<sup>272</sup> HİCÂZÎ Abdülhay, Süre Sözleşmesi ya da Devam Eden veya Periyodik Sözleşme, b. 1, Kahire, Birinci Fuat Üniversitesi Basımevi, 1950, s. 16.

<sup>273</sup> ZENNUN, s. 136.

<sup>274</sup> MENCİ İbrahim, Teknoloji Aktarımı Sözleşmeleri, b. 1, İskenderiye, Maarif Yayınevi, 2002, s. 136.

<sup>275</sup> TAYYİB, s. 204.

<sup>276</sup> MUGABGAB, ss. 183-184.

<sup>277</sup> KIRCA, s.24

<sup>278</sup> KIRCA, dn. 111’de belirtilen yazarlar; Wank

ekonomik bağımsızlığına sınırlamalar getirilmiş olsa bile, franchise alanın franchise verenden ayrı bir işletmede kendi ad ve hesabına çalıştığı ve işletmenin kurulması için gerekli sermayeyi getirdiği için hukuki açıdan hala bağımsızlığa sahip olduğunu savunmaktadır.<sup>279</sup> Franchise verenin, franchise alanın işletmesinin yönetimine somut talimatlar vererek karışma hakkı yoktur. Ayrıca franchise alan, çalışma saatlerini ve yanında çalıştırdığı kişileri serbestçe belirleyebildiği için franchise verenden bağımsız olduğu ileri sürülebilir. Franchise alanın franchise verenin talimatlarıyla bağlı olması, sözleşme konusu malların satış fiyatının franchise verence belirlenmesi, muhasebenin onun tarafından tutulması, onun bağımsız bir işletmeci olmasını etkilemez. Zira franchise sisteminin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için, franchise alanların sanki bir işletmenin şubesiymiş gibi piyasada yer almalı ve tek bir imaj altında rekabet birliğini sağlayarak sürümü desteklemelidirler. Franchise sisteminin başarılı olabilmesi için franchise veren franchise alanları talimatlarıyla kontrol altında tutmalı ve yeknesaklığı sağlamalıdır.<sup>280</sup>

## **B. Franchise Sistemi**

Franchise sistemi, franchise verenin franchise-alan olarak seçeceği girişimcilerle arasındaki ilişki ve işbirliği esaslarını belirleyen “konsept”tir<sup>281</sup>. Franchise verenin, franchise alana franchise sözleşmesi ile sunduğu, kapsamlı edimler paketidir. Bu pakette, franchise-verenin franchise alanı kendi sürüm ve organizasyonuna entegre etme, onu sistemin bir parçası yapma yükümlülüğünü gerçekleştirmek için gerekli edimlerin bütünü yer almaktadır<sup>282</sup>. Franchise sistemi üç katmandan oluşur:

### **1. Pazarlama Anlayışı**

Franchise veren, öncelikle kendi pazarlama ilkelerini ve politikalarını tespit etmelidir. Bu çerçevede franchise veren, mal ve hizmetlerin türü, standardı ve fiyatı, reklamlar gibi hususlara ilişkin ilkeler oluşturur.

<sup>279</sup> KIRCA, dn. 113’te belirtilen yazarlar; Schulthess, Martinek, Skaupy

<sup>280</sup> KIRCA, s.25

<sup>281</sup> GÜRZÜMAR, s.35

<sup>282</sup> KIRCA, s.26

## 2. Gayri Maddi Mallar

Gayrimaddi malların franchise alan tarafından kullanılmasının sağlanması, franchise verene franchise sözleşmesi ile getirilmiş bir yükümlülüktür<sup>283</sup>. Gayrimaddi mallara örnek olarak, sürümü yapılacak malın veya hizmetin markası, işletmenin adı, işletmenin amblemi, sembolü ve know-how verilebilir.

## 3. Franchise Organizasyonu

Franchise organizasyonu, hem franchise sözleşmesinin ana hatlarını oluşturur hem de üretim, işletme ve pazarlama sisteminin franchise zinciri içerisinde optimal kullanımına yönelik bir konsept oluşturur<sup>284</sup>. Franchise veren ile franchise alan arasındaki, franchise alanda aranılan özellikler ve nitelikler, franchise verenin kontrol ve idare fonksiyonu, franchise alanın eğitimi gibi iç ilişkiler düzenlenir. Bu düzenlemeler, pazarlama anlayışının franchise sözleşmesine uygulanması için yapılır.<sup>285</sup>

### C. Dikey İşbirliği

Franchise sözleşmesinde taraflar, sözleşme konusu mal ve hizmetlerin sürümünü sağlama amacını gerçekleştirmek için bir araya gelirler. Ancak, bu birliktelik bir ortaklık şeklinde olmaz. Franchise alan ile franchise veren farklı ekonomik basamaklarda bulunduğu için dikey bir yapılanma söz konusudur. Dolayısıyla, iki taraflı bir sözleşme ile dikey franchise sistemine katılan franchise alanlar, pazarda rakipleri karşısında pazarlama ve rekabet birliği gerçekleştirerek bir “grup” oluştururlar<sup>286</sup>. Franchise alan ile franchise veren arasında çok sıkı ve sürekli bir işbirliği söz konusudur. Bu işbirliğinin dış dünyaya yansması imaj birliğinin sağlanması suretiyle olur. Franchise sistemi dahilindeki bir işletme, imaj birliği yani aynı markanın, adın, sembolün kullanılması, aynı reklamların uygulanması, belli bir standardın takip edilmesi sayesinde büyük bir işletmenin şubesiymiş gibi görünür<sup>287</sup>.

<sup>283</sup> KIRCA, s.26

<sup>284</sup> GÜRZÜMAR, s.35

<sup>285</sup> KIRCA, s.27

<sup>286</sup> KIRCA, s.29

<sup>287</sup> KIRCA, s.29

### D. Ücret

Franchise alan, franchise verenin kendi kurmuş olduğu franchise sistemine franchise alanı dahil etmesi ve gayrimaddi mallar üzerindeki haklarının franchise alan tarafından kullanılmasına izin vermesi karşılığında franchise verenin mal ve hizmetlerinin sürümünü yapma borcu yanında bir de ücret ödeme borcunu yüklenir. Franchise alan hem başlangıç ücretini hem de genellikle franchise alanın cirosuna göre belirlenen periyodik ücreti ödeme yükümlülüğü altındadır<sup>288</sup>.

### E. Anlaşma

Franchise sözleşmesi tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşmedir. Tarafların edimleri birbirinin karşılığını oluşturur ve sözleşmede bunların mübadele edilmesi hususunda her iki tarafın da rızası bulunur. Özellikle asli edim yükümlülükleri üzerinde karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanlarına ihtiyaç vardır. Karşılıklı irade beyanlarının uygunluğu, sözleşmenin hem objektif hem de sübjektif esaslı noktalarını içermelidir<sup>289</sup>.

## X. FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİ DÜZENLEYEN YASALAR

Irak gerçeğiyle ilgili olarak 30 Sayılı 1984 Yılı ITK. franchise sözleşmesini düzenlememiştir. Lakin o, bu kanunda kuralları belirtilmeyen sözleşmeleri Medeni Kanun'a tabi kılmıştır. ITK. 4. maddenin 2. fıkrasında şunu ifade etmiştir: *“Bu yasada kendileriyle ilgili özel bir hüküm geçmeyen tüm meselelerde Medeni Kanun geçerlidir”*<sup>290</sup>. ITK franchise sözleşmesine değinmediğinden dolayı IMK'nda genel kurallar bu sözleşmeye uygulanır. Franchise sözleşmesine ait bir düzenlemenin çıkarılmasına hala ihtiyaç vardır<sup>291</sup>.

Mısır'da ise franchise sözleşmesi teknolojiyi aktarmayı içeren sözleşmelerden biri olduğu için MTK onu düzenlemiştir<sup>292</sup>. MTK'nin 72. maddesinin 2. fıkrası şunu ifade etmiştir: *“Bu bölümün hükümleri, teknoloji nakli için bağımsız bir sözleşme ya da başka bir sözleşme içinde yapılan her anlaşma için geçerlidir. Franchise*

<sup>288</sup> GÜRZÜMAR, s. 36

<sup>289</sup> KIRCA, s.32

<sup>290</sup> 30 Sayılı ITK, m.4 f. 2, Irak Resmi Gazetesi, 02.04.1984.

<sup>291</sup> HAKİM, s. 420.

<sup>292</sup> BEŞTÂVÎ, s. 17.

*sözleşmesi teknik bilgi unsurunu ihtiva ettiği için o, bu yasa hükümlerinin kapsamı içindedir”<sup>293</sup>.*

Amerika kanun koyucu franchise sözleşmesini ilk düzenleyen kişi sayılmaktadır. Act Full Disclosure Kanunu, franchise verenlerin özellikle franchise alan için zorunlu olan bilgileri vermekle ilgili yükümlülüklerini belirlemek için 21 Ekim 1979’de çıktı<sup>294</sup>.

Fransa’da ise Fransa Federasyonu’nun bağlı kaldığı bir sistemi 1976’da koydu. 1984’te franchise sahasında çalışanlar, açık bir şekilde taraflar arasındaki ilişkiyi belirleyen Davranış Adabı Sistemi’ni koydular. Bu, 1991’de gözden geçirilip değiştirildi<sup>295</sup>.

1986’da Avrupa Mahkemesi, Almanya’daki Fransa amblemiyle ilgili uyumsuzluğu çözdü. Zira 26 Ocakta kararını çıkardı. Bu karar, Fransa ve onun dışındaki diğer Avrupa ülkelerinde franchise sözleşmesine tatbik edilmesi gereken kuralları içermektedir. Bu karar, franchise’i kabul edip başarılı bir ekonomik unsur saydı<sup>296</sup>. Daha sonra franchise sektöründe tüketici bilgilendirmeyle ilgili olan 21 Şubat 1991 kararı çıktı. Bu karar tüketiciyi korumakta ve franchise verene bağımsız bir şirket olarak onun niteliğini bildirme yükümlülüğünü yüklemektedir<sup>297</sup>.

Aynı şekilde Fransa’da 4 Nisan 1991’de bir karar çıktı. Bu karar sözleşmenin ön bilgi belgelerinin içeriğini belirledi. Özellikle de franchise veren kurum, onun kurulma tarihi, gelişmesinin temel aşamaları ve önerilen sözleşmenin niteliğiyle ilgili bilgileri belirledi<sup>298</sup>.

Bu sözleşmeyi düzenleyen özel yasaların olmaması çerçevesinde franchise sözleşmesinin aynı zamanda konusuna göre birden fazla yasaya tabi olduğunu söylemek mümkündür. O, aslında genel bir şekilde sözleşmeleri düzenleyen hukuka tabidir. Çünkü her iki tarafın rızası onda bulunması gerekir. Aynı şekilde o dağıtım sözleşmesi olması hasebiyle dağıtım sözleşmeleriyle ilgili olan yasalara da tabidir.

<sup>293</sup> 17 Sayılı MTK,1999, m.72 f. 2.

<sup>294</sup> TAYYİB, s. 37.

<sup>295</sup> BEŞTÂVÎ, s. 16.

<sup>296</sup> MUGABGAB, ss. 36-37.

<sup>297</sup> SEBİL, s. 16.

<sup>298</sup> MUGABGAB, s.37.



Marka izni vermesi ve onun dışında fikri mülkiyet unsurlarının bulunmasından dolayı fikri mülkiyet yasalarına da tabidir<sup>299</sup>.

## **XI. FRANCHİSE SÖZLEŞMELERİNİN TÜRLERİ VE YÖNETMENİN FARKLI ÖRNEKLERİ**

Franchise sözleşmesi birden fazla şekilde gerçekleşmektedir. Bu şekillerin hepsi; sözleşmenin, franchise alanın, franchise verenin markasından yararlanma şekli ve franchise alanın işlerini denetleme yolları üzerinde anlaşma olduğu yönde ortakır<sup>300</sup>. Bundan dolayı konuyu iki kısma ayıracağız. Birincisi franchise sözleşmelerinin türleri, ikincisi ise franchise'ı yönetmenin farklı örnekleri olacaktır.

### **A. Franchise Sözleşmesinin Türleri**

Herhangi bir iş projesi franchise sistemine tabi olmaya elverişli olabilir. Zira Dünya Franchise Derneği franchise sistemine tabi olabilen işleri 75'ten daha fazla farklı gruba ayırmıştır. Bazıları fastfood lokantaları ya da lokanta hizmetlerinin tek başına franchise sistemine tabi olduğu görüşündedir. Lakin gerçek bundan farklıdır. Çünkü franchise sistemi yaklaşık olarak çoğu iş ve hizmetleri kapsıyor. Bunlar da reklam, yayın ve inşaat işleri; filim satışı ve kiralaması; basım ve yayın hizmetleri; ev hizmetçilerini çalıştırma hizmetler; bilgisayar, otel, ev hizmetleri ve seyahat acenteleri işleridir<sup>301</sup>. Genel olarak franchise türlerini beş temel kısma ayırmak mümkündür. Aşağıda geldiği gibi onları inceleyeceğiz:

#### **1. Üretim Franchise'ı**

Avrupa Adalet Divanı bu kısmın tanımını şöyle yapmıştır: “*Gereğiyle franchise alanın, franchise verenin direktiflerine uyararak ve onun üretilen ürünlere koyduğu markasını kullanarak kendi kendine üretim yaptığı sözleşmedir*”<sup>302</sup>.

Franchise sözleşmesinin bu kısmı temel bir şekilde ürünlerin üretilmesi ya da toplanması için franchise verenden teknik bilginin (know-how) franchise alana aktarılmasıdır. Çünkü franchise alan, markanın taşıdığı ürünlerin tekrar üretimini ve onların dağıtımını yapıyor. Burada franchise alan, gözetlemesi gereken standartları

<sup>299</sup> BEŞTÂVÎ, s. 17.

<sup>300</sup> BEŞTÂVÎ, s. 25.

<sup>301</sup> TAYYİB, s. 68.

<sup>302</sup> HADİDÎ, İmtiyaz 2, s. 30.

ve standart örnekleri belirleyen franchise verenin bilgisinden yararlanır<sup>303</sup>. Franchise alanın, franchise verenin belirlediği standartlara uymasından emin olmak için franchise veren üretimi kontrol eder<sup>304</sup>.

Üretim franchise'ı, franchise veren ve franchise alan taraflara faydalar sağlıyor.

Franchise verene göre bu şekil, çok sayıda dış pazarda bulunmak için zorunlu olan büyük mali yatırımlar yapma yükünü azaltıyor. Zor girilen bölgelere onun girmesini kolaylaştırıyor. Bu zorlukların sebebi de yerel yasalar, taşıma ve üretimin yüksek maliyetleri ya da bu pazarların tabi olduğu ekonomik veya siyasi risklerdir. Bu sistem, ona uzak pazarlara hızlı bir şekilde girme fırsatını veriyor ve rekabetçilerinin önüne geçmesini sağlıyor<sup>305</sup>.

Franchise alana göre ise bu tür franchise sistemi onun sanayi alanındaki gelişme ve araştırmalara harcanan çok vakit ve maldan tasarruf etmesini sağlıyor. Ona üretimle ilgili bilgi ve yetenekleri öğrenme fırsatını veriyor. Bu da teknik sıçramayı gerçekleştiriyor. Franchise alanın intisap ettiği gelişen ülkenin gelişmesine yardımcı olur<sup>306</sup>.

Franchise sisteminin bu türü; gazlı içeceklerin ambalajı, araba şirketleri, ve fastfood şirketleri gibi çok sayıda sanayi alanında yayılmıştır<sup>307</sup>.

## 2. Dağıtım Franchise'ı

Avrupa Adalet Divanı dağıtım franchise'ının tanımını şöyle yapmıştır: *“Franchise alanın gereğiyle franchise sahibine ait marka adını taşıyan bir mağazada belli ürünleri satmaya kalkıştığı anlaşmadır”*<sup>308</sup>.

Franchise sisteminin bu türü, franchise sahibine ait olan ayırıcı marka ya da ticari ismi taşıyan ürünleri dağıtmayı amaçlamaktadır. Zira franchise alan belli bir coğrafi alanda ürünleri satmaktadır. Bu türde yine franchise veren kişi, franchise verenin işlerini kontrol etmektedir. Franchise alanın franchise verenin direktiflerine bağlı kalması gerekir. Buna karşılık franchise veren; ürün reklamı yapmak, koruma

<sup>303</sup> SAĞİR, Marka, s. 64.

<sup>304</sup> MERZÛK, s. 526.

<sup>305</sup> MİSKÂVÎ, s. 20.

<sup>306</sup> MİSKÂVÎ, ss. 20-21.

<sup>307</sup> SAĞİR, Fikri Mülkiye s. 5.

<sup>308</sup> HADÎDÎ, İmtiyaz 2, s. 31.

hizmetleri sunmak ve yedek parça sağlamak gibi pazarlama alanında tüm teknik yardımları sunar<sup>309</sup>.

Yakıt yükleme istasyonları, araç bayileri, hazır elbise mağazaları, çocuk oyun yerleri; mücevherat, aksesuar ve süs yerleri franchise sisteminin bu türünün örnekleridir<sup>310</sup>.

Franchise sisteminin bu türünde franchise verenden franchise alana teknik bilgiyi aktarma unsuru bulunmaktadır. Teknik bilgi ürünleri sunmak ya da rekabet ayrıcalığı olan herhangi bir başka yeni yolla olur<sup>311</sup>.

Burada teknik bilginin tanımını çok genişleten hukuki bir yönelim vardır. Zira ticari ve idari bilgiler, belli bir projenin geliştirdiği ve gizli tuttuğu sistemi kapsayacak şekilde onun tanımı genişletilmiştir. Çünkü bu, diğer projelere karşı rekabet etme ayrıcalığını ona kazandırmaktadır<sup>312</sup>.

### 3. Ticari Oluşum Franchise'ı

Franchise sisteminin bu şeklinin tanımı ikinci dünya savaşında yapılmıştır. Franchise şekillerinden bu şekil halk arasında daha çok yaygındır<sup>313</sup>.

Franchise verenin seçtiği çok sayıdaki projeyle franchise sözleşmelerinin yapılmasıyla franchise sistemin bu türü, markanın meşhur olmasını, işçi ve müşterilerin onu tanımasını amaçlamaktadır. Bazı durumlarda onların sayısı binlere ulaşmaktadır. Öyle ki halkın çoğu bu markayı taşıyan hizmet ya da ürünleri istemeyi alışkanlık haline getirmektedir. Zira franchise alanın projesi, franchise verenin ismi ve markasını kullanan tüm projelerin dizisinde bir halka gibi olmaktadır. Her bir proje; şekil, kalite ve standartlar açısından benzer hizmet ve ürünleri sunmaktadır. Çünkü onlar franchise alanın tüm projelerinin ölçülü olan örnekleri ve tek standartlarını belirleyen franchise verenin denetimine sadece tabidirler<sup>314</sup>.

<sup>309</sup> MUGABGAB, s.47.

<sup>310</sup> SAĞİR, Fikri Mülkiyet, s. 5.

<sup>311</sup> NECCÂR, s. 327.

<sup>312</sup> FEREC, s. 60.

<sup>313</sup> BEŞTÂVÎ, s. 27.

<sup>314</sup> TAYYİB, ss. 69-70.

Franchise sisteminin bu türü marka kullanmayla ilgili lisans sözleşmesine benzeyen en yakın türdür. Bundan dolayı ona da lisans sözleşmesi denilmektedir<sup>315</sup>.

Franchise sisteminin bu türü çok sayıda faaliyetlerde kullanılmaktadır. Onların en önemlisi; oteller, araç kiralama yerleri, kafeteryalar, KFC ve Pizza Hut gibi yemek yerleri ve meşhur bir markaya sahip ürün ve malları sunan yerlerin çoğudur<sup>316</sup>.

#### 4. Hizmetler Franchise'ı

Avrupa Adalet Divanı hizmetler franchise'ı şöyle tanımlamıştır: “*Gereğiyle franchise verenin, franchise alanın onun ismini ve markasını sunacağı hizmetlerin üzerine koyması için onları kullanmasına izin verdiği bir sözleşmedir. Franchise alan, franchise verenin sunduğu örnek ve standartlara bağlı kalması gerekir ve bunda onun denetim ve kontrolüne tabidir*”<sup>317</sup>.

Franchise sisteminin bu türü önceki türlere çok benzemektedir. Hizmet franchise hızlı bir şekilde Amerika otel sektöründe gelişti. Daha sonra dünyaya yayıldı. Çoğu yerde otel ağları bir oldu. Onlara franchise veren tarafından çıkarılan bir sistem uygulanmaktadır. Zira müşteri çekmek için uygulanması gereken sistem üzerine yoğunlaşma olmaktadır. Bu da büyük malların elde edilmesine yol açtı. Ancak kar oranları franchise sistemini yayılma maliyetlerine göre değişmektedir<sup>318</sup>.

Bu teknik gereği franchise alan, franchise verenin amblem ve sorumluluğu altında bazı hizmetleri müşterilere sunması için franchise alan, bunları ona veriyor. Bunun örneği Hilton ve Sheraton dünya otelleri hizmetleridir<sup>319</sup>.

#### 5. Yatırım Franchise

Franchise sisteminin bu türü gereği bizzat bir kurumun yatırımı üzerine anlaşma yapılmaktadır. Bunun içinde onun iş ve reklamlarının yapısıyla ilgili stratejilerde vardır. İş franchise veren tarafından sadece gizli bilgi ve teknik

<sup>315</sup> SAĞİR, Fikri Mülkiyet, s. 68.

<sup>316</sup> BEŞTÂVÎ, s. 28.

<sup>317</sup> HADÎDÎ, İmtiyaz 1, s. 42.

<sup>318</sup> MUGABGAB, ss. 183-184.

<sup>319</sup> TAYYİB, s. 71.

yöntemin sunulmasıyla sınırlı değildir<sup>320</sup>. Bunun örneği yerel bir yatırımcının bir bölgenin tümüyle (Ortadoğu, Körfez ya da Kuzey Afrika'nın tamamı) sınırlı bir sözleşme yapmasıdır. Franchise alanın kendi adına üzerine anlaşılan sayıda şube açması gerekir. Markayı işletmenin yüksek idaresini yapmanın yanı sıra tüm imalat takımını karşılar. Markayı satın almak için büyük mali miktarda yatırım yapar<sup>321</sup>.

Yerel yatırım şirketleri genelde bu yöntemle çalışmaktadır. Onlar, devamlı desteğin yanı sıra daha önce başarısı ispat olunmuş ticari projelerin açılması için franchise sistemini bir yatırım aracı saymaktadırlar<sup>322</sup>.

## **B. Franchise Yönetiminin Farklı Örnekleri**

Dünya devletlerin çoğu franchise'ın zorunlu olarak ona özel bir yasal ya da sistemsel bir şekle ihtiyaç duymadığını kabul etmiştir. O yeni bir sözleşme olup herhangi bir diğer sözleşmeye benzememektedir. Zira franchise anlaşmasında franchise veren ve alanın yapması gereken görev, yükümlülük ve faaliyetler açıklanmaktadır. İki taraf arasındaki ilişkiler düzenlenmektedir. Genel olarak franchise yönetiminin farklı örnekleri olup her bir tarafa ait haklar, görevler, yükümlülükler ve faaliyetler belirlenmektedir<sup>323</sup>. Bu örneklerin en önemlileri şunlardır:

### **1. Yerel Franchise**

Franchise yönetiminin en açık örneklerinden biridir. O, küçük kuruluşlarda uygulanması için en uygun örneklerdendir. Buna "bireysel franchise" de deniliyor. Zira franchise veren ve alan aynı ülkedense franchise yerel olur. Bu franchise gereği franchise alanının bir bölgedeki bir yeri geliştirme ya da belli bir bölgede bir yeri işletme hakkı olur<sup>324</sup>.

Bir yeri geliştirme hakkının yanı sıra franchise verenin belli başka yerlerde başka franchise elde etmesi de mümkündür<sup>325</sup>.

<sup>320</sup> BEŞTÂVÎ, s. 29.

<sup>321</sup> MUGABGAB, s.184.

<sup>322</sup> KAHTÂNÎ Muhammed, Ticari İmtiyaz, b. 1, Riyad, İhsâu'l-Hadîse Basımevi, ss. 7-8.

<sup>323</sup> TAYYİB, s. 73.

<sup>324</sup> ERŞİD Lânâ, Franchise Sözleşmesinin Hukuki Niteliği, Hukuk ve Yargı Dergisi, Adalet Bakanlığı Fetva ve Yasama Divanı, Filistin, sy. 4, Haziran 2001, s. 127.

<sup>325</sup> BEŞTÂVÎ, s. 30.

## 2. Bölgesel Franchise

Bu sözleşmenin amacı; üzerine anlaşılan süre içinde aynı anda ya da peş peşe çok sayıda iş yeri, mağaza ya da satış yerleri oluşturarak büyük bir coğrafi bölgeyi kapsamaktır. Bu örnek belli iki şekle dayanmaktadır. Onlar; “Geliştiricinin Anlaşması Franchise’ı ve Ana Franchise’dır”. Bunların ikisini bir araya getirmek de mümkündür<sup>326</sup>. Onlar şunlardır:

### a. Geliştiricinin Anlaşması Franchise’ı

Bu örnek gereği franchise veren, franchise alanla doğrudan bağlantılıdır. Franchise alanın çok sayıda iş yeri açması ve işletmesi gerekir. Franchise sisteminin Geliştiricinin Anlaşması şekli, franchise alanın doğrudan sahip olduğu franchise’la ilgili çok sayıda iş yeri ve mağaza inşa etme yoluyla kendisine verilen bölgeleri geliştirmesini gerektiriyor. Bu tür durumlarda franchise alan, üçüncü bir tarafla ikincil bir franchise sözleşmesi yapamaz<sup>327</sup>.

### b. Ana Franchise

Bu örnek gereği, franchise veren franchise alana üçüncü tarafa franchise verme hakkını vermektedir. Üçüncü tarafa ikincil franchise alan denilmektedir. Bu da muhtemel yatırım fırsatlarından yararlanmak ve daha büyük coğrafi bölgelere yayılmak içindir<sup>328</sup>.

Bazen anlaşma, ikincil franchise alanların bazısının franchise’ı yönetmesi ya da daha fazla şeyler yapması üzerine olmaktadır<sup>329</sup>.

### c. Ortak Franchise

Bu örnekte franchise veren, franchise alanın şirket sermayesindeki bir hisseye ortak olmaktadır. Franchise verenlerin bazısı bu örneği tercih etmektedir. Çünkü franchise verenin franchise alanın şirketini devamlı denetlemesine izin vermektedir. Aynı şekilde mali riskleri azaltmaktadır. Zira franchise verenin müdahale etme ve mali riskler ortaya çıktığı durumda müdahale etme hakkı vardır. Hem de franchise

<sup>326</sup> TAYYİB, s. 74.

<sup>327</sup> HEDDÂD İmâd, İsim ve Marka Satışı, b. 1, Kahire, el-Faruk Yayınevi, 2003, s. 26.

<sup>328</sup> ERŞİD, s. 127.

<sup>329</sup> HADDÂD, s. 28.

alan bu ortaklıktan yararlanmaktadır. Zira idareyi yönlendirmede franchise verene büyük bir şekilde dayanabilir. Çünkü bu durumda franchise veren de ortak olup sermayeyi koruma ve şirketin başarısı için çalışır<sup>330</sup>. Lakin pratikte bu örneğin uygulaması azdır. Bundan dolayı franchise sözleşmesinin hukuki tanımları onun bu türüne değinmemiştir<sup>331</sup>.

### 3. Lokal Franchise

Franchise sisteminin bu türü esas bakımından klasik franchise sisteminden farklı değildir. O bu sözleşmenin tüm unsurlarını içermektedir. Lakin onun ismi belli bir esasla sınırlıdır. Franchise alan; havaalanları, büyük depolar ve otel salonları gibi büyük yüzölçümüne sahip bir yerin belli bir kısmında kendi faaliyetini yürütür. Klasik franchise sisteminde ise franchise alan kendi faaliyetini tam ve bağımsız bir satış noktasında yürütür. Lokal franchise sözleşmesi, klasik franchise'a kıyasla çerçevesi dar bir sözleşme sayılmaktadır. Franchise alan bir marka ya da amblem kullanabilir. Lakin dar bir çerçevede kullanır. Franchise verenin teknik bilgi aktarma ve belli miktarda teknik destek yapmaya bağlı kalması gerekir<sup>332</sup>.

Franchise sisteminin bu türü her iki tarafa faydalar verir. Franchise alana olan fayda onun franchise elde etmek için büyük yatırımlar yapmamasıdır. Aynı şekilde mali bedelin diğer franchise sözleşmelerinde verilenden daha az olmasıdır. Franchise verene faydası ise onun çok ve çeşitli yerlerde kendi ürünlerini bulundurma imkanı bulmasıdır. Bunun örneği saat, koku, tatlı ve hazır yemek markalarıdır<sup>333</sup>.

---

<sup>330</sup> MUGABGAB, s. 51.

<sup>331</sup> FEREC, s. 63.

<sup>332</sup> MİSKÂVÎ, s. 31.

<sup>333</sup> MİSKÂVÎ, s. 32.

**İKİNCİ BÖLÜM**

**FRANCHISE SÖZLEŞMESİNİN TARAFLARININ**

**YÜKÜMLÜLÜKLERİ**

**I. IRAK VE MİSİR HUKUKUNDA FRANCHİSE**

**TARAFLARININ YÜKÜMLÜLÜKLERİ**

Franchise sözleşmesi iki tarafı bağlayan sözleşmelerden sayılmaktadır. Zira taraflardan her biri verdiği karşılığını almaktadır. Böylece her iki taraf için karşılıklı yükümlülükler doğmaktadır.

Bu sözleşmenin belli bir özellikte ortaya çıkardığı yükümlülükler, klasik sözleşmelerde bilinen yükümlülüklerden farklıdır. Burada hem franchise verenin hem de alanının yükümlülükleri vardır. Bunun yanı sıra iki tarafa yüklenen ortak yükümlülükler vardır<sup>334</sup>. Bundan dolayı bu yükümlülükleri aşağıda geldiği üç başlıkta inceleyeceğiz:

**A. Franchise Verenin Yükümlülükleri**

Franchise sözleşmesinde franchise verene bir takım yükümlülükler yüklenmektedir. Bu yükümlülükleri araştırmadan önce franchise alana karşı onların niteliğini belirlememiz gerekir. Franchise veren kişi sözleşme yapılmasından itibaren teknik bilgiyi aktarmakla yükümlüdür. Franchise veren kişi, yükümlülüğü gerçekleştirmek için sadece ilgi göstermekle yükümlü değildir. Bu yükümlülük neticeyi gerçekleştirme yükümlülüğüdür<sup>335</sup>.

Bu yükümlülükler şunlardır:

1. Sözleşmeden önceki dönemde bilgi verme yükümlülüğü,
2. Teknik yardımı sunma yükümlülüğü,
3. Teknik bilgi unsurlarını aktarma yükümlülüğü,
4. Garanti yükümlülüğü,
5. Franchise alana markayı kullanma hakkını verme yükümlülüğü,
6. İşçileri eğitme yükümlülüğü.

<sup>334</sup> TAYYİB, s. 232.

<sup>335</sup> NECCÂR, s. 216.



Bu yükümlülükleri aşağıda geldiği gibi inceleyeceğiz:

### 1. Sözleşmeden Önceki Dönemde Bilgi Verme Yükümlülüğü

Franchise alan kişinin sözleşmenin tüm unsur ve yönlerini bilebilmesi için Franchise veren kişi, sahip olduğu franchise projesi hakkında detaylı bilgi veren bir belgeyi sözleşmeden önce franchise alan kişiye vermekle yükümlüdür. Franchise alanın korunması için franchise veren kişinin; şirket ismi, onun unvanı, ortakları, franchise'a başlama tarihi ve onun aşamaları gibi kendi şirketiyle ilgili olan tüm veri ve bilgileri franchise alana vermesi gerekir<sup>336</sup>.

Franchise veren kişinin; ticari marka dayanakları ve marka adı gibi sahip olduğu ve franchise ile ilgili olan fikri mülkiyet hakları hakkında franchise alana bilgi vermekle yükümlüdür. Aynı şekilde varsa sanayi mülkiyeti ve telif hakları hakkında da bilgi vermesi gerekir<sup>337</sup>.

Sözleşmeden önce bilgi verme yükümlülüğü, sözleşme yapan kişiyi aydınlatma ve yapılmak istenen sözleşmeyle ilgili tüm detayları ona göstermede önemli bir rol oynamaktadır. Zira bu aşama, bakış açılarını birbirine yaklaştırmakta; franchise alan ve veren arasında ürün alışverişinin daha doğru yapılmasını sağlamaktadır. Hatta iki tarafın çakışan yararları arasında dengeyi de sağlamaktadır<sup>338</sup>.

Daha önce bilgi verme yükümlülüğü şu şekilde tanımlanmıştır: *“Sözleşmeden önceki bir yükümlülüktür. Sözleşme yapıldığı zaman sağlıklı bir rıza oluşturmak için sözleşme yapanlardan birinin diğer tarafa gerekli bilgileri verme yükümlülüğüdür”*<sup>339</sup>.

Başkaları onu şöyle tanımlamıştır: *“Sözleşme yapan kişiyi kendi durumunu bilmesi ve ona uygun kararlar alması için ona belli olay ya da yapılmak istenen*

<sup>336</sup> ABDUSSELAM Sa'îd, Sözleşmeler Hakkında Bilgi Verme Yükümlülüğü, b. 1, Kahire, en-Nahdatü'l-Arabiyye, 2000, s. 217.

<sup>337</sup> MERZÛK, s. 598.

<sup>338</sup> CEVÂD Muhammed, Uluslararası Sözleşmeler, Onların Müzakeresi, Onaylanması ve Yerine Getirilmesi, b. 1, Amman: es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 2010, s. 144.

<sup>339</sup> MEHDÎ Nezih, Sözleşmeden Önce Sözleşmeyle İlgili Bilgi Verme Yükümlülüğü, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1982, s. 15.

*sözleşmenin unsurlarından herhangi bir unsur hakkında bilgi vermek ve onu uyarmaktır*”<sup>340</sup>.

Yukarıda geçen tanımlardan sözleşmeden önce bilgi verme yükümlülüğünün iyi niyet esasına dayandığı ortaya çıkmaktadır. Yani her bir tarafın diğer tarafa karşı olumlu tutum takınması gerekir. Taraflardan her biri yapılmak istenen sözleşmeyle ilgili tüm bilgi ve verileri diğer tarafa vermesi gerekir. Özellikle iki tarafın sahip olduğu bilgilerde eşitlik yoksa bir taraf diğerine bilgi vermesi gerekir. Zira bilgilerdeki eşitsizlik, meslek sahibi ve meslek sahibi olmayan kişiler arasında yapılan yeni sözleşmelerde artan teknik sorunlara yol açmaktadır<sup>341</sup>.

Sözleşme yapan kişinin iyi niyetli olabilmesi için sözleşme yapan diğer tarafa şeffaf bir şekilde yapılacak olan sözleşme hakkında tüm bilgileri vermesi gerekir. Sözleşmeye ait bilgilerle ilgili hiçbir şeyin gizli kalmaması gerekir. Sözleşme yapan taraf hiçbir şeyi gizlemeden ve saptırmadan yanında olan tüm bilgileri diğer tarafa vermesi gerekir. Zira sözleşmede bu bilgilerin önemi büyüktür. İki taraf yanında olan bilgilerin açıklık ilkesi esas alınmalıdır<sup>342</sup>.

Yapılan franchise sözleşmelerinin çoğu bu yükümlülüğü el almışlardır. Yasalar da bu ilkeye vurgu yapmışlardır. Amerika kanun koyucu, Full Disclosure Act-1979 kanununda franchise verenin sözleşme konusuyla ilgili temel bilgileri franchise alana vermesi gerektiğini ele almıştır. Zira franchise veren kişinin temel bilgilerden 20 türü içeren belgeyi sunması gerekir. Bu belge, üzerinde anlaşma yapılan ürün ve ya da hizmetle ilgili tüm bilgileri açıklar. Bu bilgilerin en önemlileri şunlardır:

1. Kurum, kurumun ana merkezi, onun niteliği, onun hukuki şekli, kurumun sahibi normal bir kişiye o kişinin kimliği, tüzel bir kişiye müdürlerin kimliği ve kurumun sermayesiyle ilgili olan bilgiler. Kendisiyle sözleşme yapılmak istenen ağ hakkında tam bilgi vermek gerekir.

<sup>340</sup> MÜNTASIR Süheyr, Sözleşme Hakkında Bilgi Verme Yükümlülüğü, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1990, s. 41.

<sup>341</sup> NÂCÎ Abdulcebâr, Sözleşmeyi Yerine Getirmede İyi Niyet İlkesi, Yüksek Lisans Tezi, Bağdat, Bağdat Üniversitesi Hukuk Fakültesi, 1973, s. 307.

<sup>342</sup> ŞERKÂVÎ Cemil, Yükümlülüğün Genel Teorisi, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1990, s. 135.

2. Ticari sicildeki tescil: Ticari sicildeki tescil ya da kullanılan markanın tescil numarası ya da markanın kullanılma izninin süresiyle ilgili bilgilerin sunulması gerekir.

3. Alışverişte kullanılacak paralar: Kullanılacak paraların zikredilmesi gerekir. Kullanılacak para türü çoksa onlar arasından beş büyük paranın belirlenmesi yeterlidir.

4. Kurumun oluşturulduğu tarih: Kurumun temel gelişme aşamalarının özetlenmesiyle beraber kurumun oluşturulduğu tarihin zikredilmesi gerekir. Bu bilgilerin sözleşmeden önceki beş yıla sınırlı kalması mümkündür. Yıllık envanter, geçmiş iki yılın bütçesi ve elde edilen karlar hakkında bilgi verilmesi gerekir.

5. Yargı kararlarıyla ilgili bilgiler: Sözleşme yapanlar hakkında iflas, iflastan sonra barış, dolandırıcılık, kandırma, hile veya bunlar dışındaki suçlarla ilgili medeni hükümler varsa sözleşme yapanların mali açıdan durumları taraflarca bilinmesi gerekir<sup>343</sup>.

Fransa kanun koyucusu ise Doubin Kanunu'nun 1. maddesinde şunu ifade etmiştir: *“Franchise veren kişinin; marka adı ve ambleminin kiralama değeri, franchise verenin sermaye değeri, onun tecrübesi, ticari faaliyeti, ticari ağı, harcamaları, yatırımları ve bunlar dışındakiler gibi tüm zorunlu bilgileri içeren bir belgeyi diğer tarafa vermesi gerekir. Bu da sözleşme imzalandıktan sonra en az 20 gün önce olması gerekir”*<sup>344</sup>.

MTK. da bu yükümlülüğü ele almıştır. Zira o kanunun 76. maddesi şunu ifade etmiştir: *“Teknoloji veren kişinin, sözleşmede ya da müzakereler esnasında franchise alan şunları açıklaması gerekir:*

1- *Teknolojiyi kullanmaktan kaynaklanan tehlikeler. Özellikle de çevre, kamu sağlığı, can ve malların güvenliğiyle ilgili olanlar. Teknolojiyi veren kişinin, tehlikelerden korunma araçlarını teknolojiyi alana göstermesi gerekir.*

<sup>343</sup> W. Michael Garner, Franchise Desk Book, Selected State Laws, Commentary and Annotations, 2nd edition, USA, American Bar Association, 2001, pp.196-197.

<sup>344</sup> STANISILAS Angrand, Le grand guide pratique pour se mettre a son compte, apprendre a entreprendre, Editions Maxima, Paris, 4eme edition, 2003, p. 84.

2- *Teknolojiyi kullanmada engel teşkil edebilecek yargı davaları ve onlar dışındaki cezalar. Özellikle patentle ilgili olanlar*<sup>345</sup>.

Irak Kanunu'nda önceden bilgi verme yükümlülüğüyle ilgili bir metin bulunmamaktadır<sup>346</sup>.

Daha önce bilgi verme yükümlülüğü yeni yaşam zorunluluklarının gerektirdiği yeni yasal bir şart haline geldi. Dolayısıyla yapılmak istenen sözleşmenin tarafları arasındaki bilgi eşitsizliğine engel olmak için bu yükümlülüğü gerektiren şartlar bulunduğu zaman iyi niyet ilkesinin gereklerine göre o yükümlülüğün tüm sözleşmelere uygulanma çerçevesinin genişletilmesi zorunlu hale geldi<sup>347</sup>.

## 2. Teknik Yardımı Sunma Yükümlülüğü

Franchise alan kişinin kendisine aktarılan teknik bilgiden yararlanabilmesi için teknik yardım sunma yükümlülüğü franchise verenin yapması gereken temel bir yükümlülüktür. Teknik yardım sunma yükümlülüğü olmadan teknik bilgi aktarıldığı zaman franchise alan kişinin teknik bilgiden yararlanması mümkün değildir. Çünkü teknik bilgi yeni bir durumdur. Teknik yardım almadan onu anlamak ve uygulamak zordur. Bundan dolayı franchise alan kişinin en iyi şekilde teknik bilgiyi kullanabilmesi için franchise verenin ona yardım etmesi gerekir<sup>348</sup>.

Teknik yardım, franchise verenin onu alana sunduğu öneri ve görüşlerden oluşmaktadır. Teknik yardım şu şekilde tanımlanabilir: *“Teknolojik bilgiyi gerçek sahada uygulayabilmeye elverişli kılmak için gerekli olan araçtır”*<sup>349</sup>.

Şöyle de tanımlanmıştır: *“Eğitim, öğretim, teknik bilgiyi aktarmak, genel ve özel yeterlilikler ve tecrübeler için bir araçtır. Belli bir teknolojiyi elde etmeye yardımcı olmaktadır”*<sup>350</sup>.

<sup>345</sup> 17 Sayılı MTK. 1999, m. 76.

<sup>346</sup> ABD, İmtiyaz, s. 122.

<sup>347</sup> MUSA Mustafa, Sözleşme İlişkisini Oluşturma Esnasında Verileri Bilmenin Rolü, Mısır, Doktora Tezi, Hukuk Fakültesi, Hilvan Üniversitesi, 2000, s. 3.

<sup>348</sup> ABD, İmtiyaz, s. 122.

<sup>349</sup> MERZÛK, s. 607.

<sup>350</sup> SA'DÎ Nasîr, Uluslararası Alışveriş Alanında Teknolojinin Aktarılması Sözleşmeleri, Doktora Tezi, İskenderiye, Hukuk Fakültesi, İskenderiye Üniversitesi, 1987, s. 212.

Franchise sözleşmesi çerçevesinde teknik yardım şöyle tanımlanmıştır: “Franchise verenin, franchise alanın sözleşme konusu olan teknik bilgiden yararlanmasına yardımcı olmak için franchise alanın ekipmanlarına verdiği eğitimidir”<sup>351</sup>.

Franchise veren kişi, franchise alanın şirketini oluşturması, açması, özel işlerini düzenlemesi; onun teknik, idari ve ticari rehabilitasyon alıştırmalarına katılmasıyla ilgili önerilerde bulunmakla yükümlüdür<sup>352</sup>.

Teknik yardım sunma araçları; faaliyet türü, ağı büyüklüğü, sözleşme konusu olan bilgi niteliğine göre değişmektedir. Bu araçlar bazen maddi olmakta bazen de maddi olmamaktadır<sup>353</sup>.

**a. Teknik Yardım Sunmanın Maddi Araçları**

a- Kullanım kılavuzları

Bunlar, franchise alanın sözleşme dönemi boyunca kullanacağı çalıştırma yöntemlerini ihtiva etmektedir. Bunlar tanıtım kartları şeklinde olup franchise alanın sözleşme boyunca takip etmesi gereken kullanma örneğini içermektedirler.

b- Ağla ilgili dergiler

Bunlar düzenli olan süreli yayınlar şeklinde olmaktadır. Bu süreli yayınlar, franchise verenin aktarmak istediği bilgiyi sunmaktadır. Aynı şekilde franchise ağında diğer üyelerin tecrübelerini yaymaktadır. Bu yayınlar franchise ağı üyelerinin tecrübelerini sunmak için genel ve doğrudan bir kaynak sayılmaktadırlar.

c- Videolar, bilgisayar programları ve bunlar dışındakiler<sup>354</sup>.

**b. Teknik Yardım Sunmanın Maddi Olmayan Araçları**

Bu araçlar; eğitim kursları, ders halkaları, düzenli bir şekilde olan kongreler, kişisel iletişimler ve eğitim kitapçıklarının güncelleştirilmesidir<sup>355</sup>.

<sup>351</sup> SEBÎL, s. 37.

<sup>352</sup> BEŞTÂVÎ, s. 80.

<sup>353</sup> TAYYİB, s. 239.

<sup>354</sup> SELMÂN Enes, Gelişmekte Olan Ülkelere ve Onlara Bağlı Olan Projelere Teknolojiyi Aktarmanın Yasal Güvenceleri, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1996, s. 96.

<sup>355</sup> SELMÂN, s. 96.

Franchise veren kişi bazen bu yükümlülüğe göre franchise alanın tesisini ziyaret etmektedir. Bazen yardım; yasal yardım, yasal işler ve yasal öneriler şeklinde olmaktadır<sup>356</sup>.

Franchise sözleşmesinin detaylı bir şekilde bu yardımı sunma şartlarını açıklaması gerekir. Onlar da eğitimin türü, konusu, yeri, süresi ve onda kullanılacak dildir<sup>357</sup>. Aynı şekilde eğitim verenlerin sayısı, yeterlilikleri, kalma ve ulaşım harcamaları, maaşları, sigortaları, eğitim alacak işçilerin sayısı ve onların teknik yeterlilikleri açısından onlardan talep edilen şartlar da açıklanması gerekir. İşçilerin teknik yeterlilikleri önemli bir meseledir. Çünkü eğitimi kavramaya yardım eden herhangi bir teknik bilgisi olmayan işçiyi eğitime girişimi faydasız kalacaktır. Bu, vaktin, çabanın ve malın boşa gitmesine yol açacaktır<sup>358</sup>.

Normalde sözleşme, gerçekleştirilmek istenen sonuçları açıklamak için üretim çeşidi, hacmi, miktarı ve kalitesi; hammaddeleri seçme ve araçları monte etme şekli; çalışma şartları; fabrika içindeki ısı ve nem oranı; franchise alanın fabrikasında yapılması gereken tadilat ve onarımlar açısından teknik bilgiyi sunmayı içermektedir<sup>359</sup>.

Franchise sözleşmesindeki şartlar incelendiğinde apaçık bir şekilde franchise verenin teknik yardım sunma yükümlülüğünün; franchise alana teknik bilgi aktarma yükümlülüğünü tamamlama ve onu yerine getirme olduğu ortaya çıkmaktadır.<sup>360</sup>

MTK. 1177. maddesinde şunu ifade etmiştir: “İthalatçının teknolojiyi kavraması için satıcının bilgileri, verileri ve onlar dışındaki teknik belgeleri özellikle de tecrübe ve eğitimi ithalatçıya sunması gerekir”<sup>361</sup>.

Bundan dolayı hukuk doktrininden bir görüşe göre teknik yardımı sunma yükümlülüğü franchise sözleşmesindeki kapalı yükümlülüklerden sayılmaktadır. Bu yükümlülük sözleşme maddelerinde açık bir şekilde ifade edilmeye ihtiyaç duymadan sözleşmenin niteliğinin gerektirdiği bir yükümlülüktür. Bundan dolayı

<sup>356</sup> BESSİS, fanchisage 2, p. 77.

<sup>357</sup> CÂBİR Abdurraûf, Teknik Gelişme Sözleşmeleri, b. 1, Beyrut, el-Halebî el-Hukûkiyye Yayınları, 2005, s. 90.

<sup>358</sup> TAYYİB, s. 240.

<sup>359</sup> TAYYİB, s. 240.

<sup>360</sup> İSA, Teknoloji Aktarımı, s. 343.

<sup>361</sup> 17 Sayılı MTK, 1999, m. 1177.

sözleşmenin bu yükümlülüğü içermemesi teknik yardımı sunma yükümlülüğünün olmadığı anlamına gelmez<sup>362</sup>.

IMK. 150. maddesinin 2. fıkrasında şunu ele almıştır: “Sözleşme, sadece sözleşmede geçen yükümlülükle sınırlı kalmamaktadır. Aynı zamanda kanun, örf, adalet ve yükümlülüğün niteliğine göre sözleşmenin gerektirdiği yükümlülükleri de kapsamaktadır”<sup>363</sup>. Bu kanun metinden teknik yardımı sunma yükümlülüğü sözleşmede ele alınmasa dahi franchise verenin o yardımı yapma yükümlülüğünün olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü teknik yardımı sunmak franchise sözleşmesinin gereklerindedir<sup>364</sup>.

Teknik yardımı sunma yükümlülüğü sözleşme yapıldığından beri yani franchise faaliyetine başlamadan önce başlar. Bu yükümlülük, sözleşme yapıldığı andan itibaren başlar ve sözleşme yerine getirildiği süre boyunca devam etme niteliğini kazanır<sup>365</sup>.

### 3. Teknik Bilgi Unsurlarını Aktarma Yükümlülüğü

Franchise veren, teknik bilgi unsurlarını franchise alana aktarmakla yükümlüdür.

Teknik bilgi: “Ürün satışı, hizmet sunumu, ürünleri satışa sunma ve müşterilerin ilişkileriyle... ilgili olan birtakım bilgilerdir”<sup>366</sup>.

Daha önce teknik bilginin özelliklerini inceledik. Teknik bilginin bazı şartları vardır. Onlar da şunlardır:

1. Bilginin gizli olması gerekir. Öyle ki franchise hakkı veren kişiyle olan ilişkilerin çerçevesi dışında başkalarının bilgi unsurlarından hiçbirini bilmeyecek ya da onları elde etmesi mümkün olmayacak şekilde bilginin gizli olması gerekir<sup>367</sup>.

2. Teknik bilginin bilinen ve uyumlu olması gerekir. Yani onun teknik niteliğe sahip tüm belge ve araçları ve bunlar dışında verileri, açıklayıcı bilgileri,

<sup>362</sup> NECCÂR, s. 223.

<sup>363</sup> 40 Sayılı IMK. (1951), m. 150. f. 2.

<sup>364</sup> ABD, İmtiyaz, s. 193.

<sup>365</sup> MUGABGAB, s. 100.

<sup>366</sup> BEŞTÂVÎ, s. 83.

<sup>367</sup> BESSİS, franchisage 2, p. 76.

açıklamaları ve direktifleri içermesi gerekir. Öyle ki o bilgilerin yeterli ve mükemmel bir şekilde olması gerekir<sup>368</sup>. Franchise veren kişinin o bilgileri hazırlaması ve franchise alanın kullanımına sunması gerekir. Franchise veren kişinin daha önce elde ettiği başarı tam bir şekilde gerçekleşecek şekilde franchise verenin, franchise alanın o bilgileri kavramasına yardımcı olması gerekir<sup>369</sup>.

Mısır kanun koyucu teknik bilgi şartı olan “bilinen” kavramını MTK’nin 74/2 maddesinde şöyle ele almıştır: *“Sözleşmenin franchise alana aktarılan bilgi unsurları ve ona tabi olanların açıklamasını kapsamalıdır. Bu açıklamanın; fizibilite çalışması, direktifler, tasarımlar, mühendislik çizimleri, haritalar, şekiller, bilgisayar programları ve bunlar dışında bilgiyi açıklayan belgelerle beraber sözleşme eklerine konulması mümkündür. Böylece bunlar sözleşmenin bir parçası sayılır”*<sup>370</sup>.

“Uyum” kavramı ise aynı kanunun 85/1 maddesinde şöyle geçmiştir: *“Franchise veren kişi, teknoloji ve ona ek olan belgelerin sözleşmede açıklanan şartlarla uyumlu olmasını güvenceye alır. Aynı şekilde sözleşmede belirtilen standartlara göre üzerinde anlaşma yapılan ürünün üretimi ve hizmetin yerine getirilmesini güvenceye alır.”*<sup>371</sup>.

Bu metinler, Aralık 1989 yılında çıkan Fransa Doubin kanununda geçen ilkelerle uyum göstermektedir. Bu kanun sözleşme ilişkilerinde şeffaflığı zorunlu kılmaktadır. Ayrıca bu kanunu franchise alanı sözleşmeyi imzalamadan önce aktarılabilecek teknik bilginin hakikatinden ve içeriğinden emin olmakla yükümlü kılmaktadır<sup>372</sup>.

3. Teknik bilginin değerli olması gerekir. Teknik bilginin değerli olmasından maksat; onun, faaliyet sahipleri karşısında rekabet etme ayrıcalığını franchise alana vererek onun için yeni bir değer katma gücüdür. Bu ayrıcalığa ancak harcamalar yapıldığında ve olağanüstü bir çaba gösterildiğinde ulaşılabilir. Teknik bilginin değerli olması onu alanın istifade etme miktarı, teknik imkanın artması ve

<sup>368</sup> TAYYİB, s. 243.

<sup>369</sup> HADİDİ, Franchise, s. 96.

<sup>370</sup> 17 Sayılı MTK, 1999, m. 74/2.

<sup>371</sup> 17 Sayılı MTK, 1999, m. 85/1.

<sup>372</sup> HADİDİ, İmtiyaz 1, s. 96.



franchise verenin başarısının tekrar etmesiyle ölçülür<sup>373</sup>. Öyle ki bu bilginin franchise alan için önemli ve faydalı olması, istenen neticeleri gerçekleştirmeye yardımcı olması ve piyasada franchise alanın konumunu desteklemesi gerekir<sup>374</sup>.

4087/88 sayılı Avrupa Kurallarının 1. maddesinin f. fıkrası teknik bilginin değerli olması gerektiğini ifade etmiştir. Öyle ki ürünlerin satışı ya da tüketiciye hizmet sunmak için önemli olması gerekir. Sözleşmeyi yapma esnasında Franchise alanın rekabet konumunu iyileştirmede faydalı olması gerekir. Bu bilgi özellikle de onun yeni piyasalara girmesine yardımcı olması gerekir<sup>375</sup>.

Her teknik bilgi değerli değildir. Franchise alanın önceki bilgi ve tecrübelerine bağlı olan göreceli bir meseledir. Bazı basit bilgiler, franchise alanlardan yeterli bilgiye sahip olmayanlar için faydalı olduğu zaman bu bilgiler önemli olmaktadır<sup>376</sup>.

Bazen teknik bilgi ile teknik yardım birbirine karıştırılmaktadır. Ancak teknik bilgi teknik yardımdan daha geniş ve kapsamlıdır. Öyle ki teknik bilgi; yol, yöntem ve araçların yanı sıra franchise veren kişinin kişisel bilgilerine de dayanmaktadır ki franchise veren kişi sadece kişisel olarak aktarılabilen bu gizli bilgiye sahip olan kimsedir<sup>377</sup>.

Teknik bilgi sözleşmesi aşağıdaki şu durumlarda teknik yardım konumundadır:

- 1- Teknik bilgi sözleşmesi gizli olmayan bilgileri sunmayı kapsarsa,
- 2- Teknik bilgi sözleşmesi bir iş yapmayı kapsarsa,
- 3- Sözleşme, sürenin sonunda ya da sözleşme sona erdiğinde teknik yardımın franchise alan kişinin projesi için kazanılmış bir hak olarak kalmaya devam edeceğini belirtirse.

Bunun aksine aşağıdaki durumlarda sözleşme, teknik yardım sözleşmesi değil, teknik bilgi sözleşmesi sayılır:

- 1- Sözleşme; bilinmeyen yöntem ve araçlar üzerinde anlaşmayı ve franchise alanın bu bilgilerin gizliliğini koruması gerektiğini içerirse,

<sup>373</sup> NECCÂR, s. 223.

<sup>374</sup> TAYYİB, s. 243.

<sup>375</sup> NECCÂR, s. 5.

<sup>376</sup> AMMAR, İmtiyaz, s. 234.

<sup>377</sup> MUGABGAB, s. 98.

2- Sözleşme, franchise alanın teknik bilgiyi sözleşme sona erdikten sonra kullanmasını engellemeyi belirtirse<sup>378</sup>.

Sözleşmenin, franchise alana aktarılacak olan bilgi unsurlarını ve ona tabi olanları açıklaması gerekir. Aynı şekilde sözleşmenin teslim yerini, vadesini ve aktarılan bu unsurların niteliğine uygun olan teslim yolunu açıklaması gerekir<sup>379</sup>.

Mısır kanun koyucu teknik bilgi unsurları sayılanları ele almıştır. Bunlar MTK'nın 74. maddesinin 2. fıkrasında şöyle geçmektedir: *“Sözleşmenin teknoloji ithal eden kişiye aktarılan bilgi unsurları ve ona tabi olanların açıklamasını kapsamaması gerekir. Bu açıklama; fizibilite çalışması, direktifler, tasarımlar, mühendislik çizimleri, haritalar, şekiller, bilgisayar programları ve bunlar dışında bilgiyi açıklayan belgelerle beraber sözleşme eklerine konulabilir. Böylece bunlar sözleşmenin bir parçası sayılır”*<sup>380</sup>.

Böylece franchise veren kişi şunları yapmakla yükümlüdür:

- Franchise alanın yeni bilgiyi, çalıştırma için gerekli olan teknik hizmetleri kavraması için bilgileri, verileri ve onlar dışında gerekli olan teknik belgeleri özellikle de tecrübe ve eğitimi ona sunması gerekir.

- Aynı şekilde franchise veren kişinin; teknik bilginin kavranması ve en ideal bir şekilde kullanılması için teknik belgeleri, tasarımları, mühendislik çizimleri ve bunlar dışında gerekli olan belgeleri franchise alana sunması gerekir.

- Franchise veren kişi, franchise alanın istediği teknik hizmetleri sunması gerekir. Teknik bilginin gerektirdiği işçilerin eğitimi için gerekli olan uzmanları sağlaması gerekir<sup>381</sup>.

Bu veriler yazılı oldukları zaman normalde sözleşmeye ek olarak franchise alana aktarılır. Franchise verenin ve ona bağlı olan teknisyenlerin franchise alanın projesini ziyaret etmeleri esnasında sözlü olarak da aktarılabilir. Sözleşmede bu ziyaretlerin detayları açıklanır<sup>382</sup>.

<sup>378</sup> BEŞTÂVÎ, s. 84.

<sup>379</sup> 40 Sayılı İMK, 1951, m. 743 ve 748; ÂMİRÎ, Satış, s. 112.

<sup>380</sup> 17 Sayılı MTK, 1999, m. 74/2.

<sup>381</sup> BEŞTÂVÎ, s. 84.

<sup>382</sup> TAYYİB, s. 245.

- Franchise veren franchise alan kişinin isteğine göre sözleşme boyunca franchise alanın ürettiği ve franchise alanın iş yerini çalıştırmada kullandığı cihaz ve araçların ihtiyaç duyduğu yedek parçalarla onu donatması gerekir. Franchise veren kendi iş yerinde yedek parçaları üretmiyorsa franchise alanın onları elde edeceği kaynakları ona bildirmesi gerekir<sup>383</sup>.

Franchise veren kişi bu yükümlülüğü yerine getirmese franchise alan kişinin sözleşmeyi feshetmesi, tazminatın yanı sıra ödediği bedeli geri alması serbesttir. Franchise veren kişi yükümlülüğü yerine getirmese onun cezası tüm dönem için tazminat ödemektir. Gecikmenin zararı belli bir sınıra ulaştığı zaman bazen sözleşmede franchise alanın sözleşmeyi feshetme hakkı üzerinde anlaşma yapılmaktadır<sup>384</sup>.

#### 4. Garanti Yükümlülüğü

Garanti yükümlülüğü franchise verenin en önemli yükümlülüklerinden biri sayılmaktadır. Onun gereği franchise alan huzurlu bir şekilde teknik bilgiden yararlanmakta ve onunla yatırım yapmaktadır. Bu garanti ticari sözleşmelerdeki miktar ve şartları açısından farklılık göstermektedir. Bu garanti kamu düzeninin bir parçası değildir. Sözleşme taraflarının onu eksiltmeleri ya da artırmaları serbesttir<sup>385</sup>.

Bu garantinin hukuki temeli şudur: Franchise sözleşmesinin hükümleri teknik bilgiyi aktarmayla ilgili konuda teslim hükümlerine tabidir. Dolayısıyla onlar için garanti hükümleri geçerlidir. Karışma garantisi ve gizli kusur garantisi arasında fark yoktur<sup>386</sup>. Ancak bu garanti düşüncesi farklı yasalarda satış sözleşmesinde geçmektedir. Satış sözleşmesinde geçen garanti hükümlerinin franchise sözleşmesine tatbik edilebilmesiyle ilgili bir soru ortaya çıkmaktadır. Çünkü satış sözleşmesi maddi eşyalara yöneliktir. Franchise sözleşmesi ise manevi eşyalara yöneliktir<sup>387</sup>.

<sup>383</sup> TAYYİB, s. 245.

<sup>384</sup> BESSİS, fanchisage 1, p. 76.

<sup>385</sup> MARKAS, Medeni Hukuk1, s. 395.

<sup>386</sup> ABD, İmtiyaz, s. 197.

<sup>387</sup> ABD, İmtiyaz, s. 197.

Mali bir bedel karşılığında patent hakkını vermek bir satış sözleşmesidir. Bundan dolayı garanti hükümlerinin patent hakkını verme sözleşmesine uygulanması mümkündür<sup>388</sup>.

Garanti hükümlerinin patente uygulanması mümkün ise onun teknik bilgiye de uygulanması mümkündür. Çünkü patent ve teknik bilgi nitelik açısından birbirlerine benzemektedirler. Bundan dolayı her biri için satış sözleşmesinde geçen garanti hükümleri geçerli olur<sup>389</sup>.

Aynı şekilde garanti yükümlülüğü tüm (ivazlı) sözleşmelerinde yasal bir görevdir. Garanti hükümlerinin satış sözleşmesinde geçmesi, kanun koyucunun onları sadece satış sözleşmesinde uygulamak istediği anlamına gelmez. Ancak kanun koyucu satış sözleşmesi için garanti hükümlerini koyan Roma Hukuku'ndan gelen tarihsel düşünceden etkilendiği için böyle yapmıştır<sup>390</sup>. Bu konuyu aşağıda geldiği gibi üç başlıkta inceleyeceğiz:

**a. Bizzat Franchise Verenin İşe Karışmama Garantisi**

Franchise veren kişi, franchise alanı sözleşmeden tümüyle ya da kısmi olarak mahrum bırakmaya yol açan herhangi bir eylemi yapmaktan kaçınmakla yükümlüdür. Bu karışmanın doğrudan ya da dolaylı veya maddi ya da yasal olması arasında fark yoktur. Bunun tamamlanabilmesi için franchise verenin franchise alanın korumasında olanlara karışmaması gerekir. Bu karışmanın yasal ya da maddi olması arasında fark yoktur<sup>391</sup>. Örneğin franchise veren kişi franchise alana rekabet eden bir faaliyet yapmakta ve aynı teknik bilgiyi franchise alanın bölgesinde kullanmaktadır<sup>392</sup>.

**b. Başkasının Yasal Bir Şekilde İşe Karışmama Garantisi**

Franchise veren kişi başkasının yasal bir şekilde işe karışmasını engellemesi gerekir. Ama başkasının yaptığı bu karışma maddi ise o zaman bu, kamu gücünün sorumluluğu olur. Başkası franchise paketinin unsurları üzerinde hak iddia ederse o

<sup>388</sup> KAYLÛBÎ, Ticaret Hukuku, s. 233.

<sup>389</sup> ABD, İmtiyaz, s. 198.

<sup>390</sup> MARKAS, Medeni Hukuk s. 36.

<sup>391</sup> İMK, m. 753 ve 549; MMK. m. 439; Ürdün Medeni Kanunu, m. 503; Fransa Medeni Kanunu, m. 1625.

<sup>392</sup> MERZÛK, s. 615.

zaman karışma yasal olur. Bu da franchise alanın bu unsurlardan yararlanmasına engel olur. O zaman franchise veren kişi, başkasının yasal bir şekilde işe karışmasını engellemede başarısız olma sorumluluğunu üstlenir. Dolayısıyla franchise veren kişi franchise alana tazminat vermekle yükümlü olur<sup>393</sup>.

IMK. 549. maddesinde şunu ifade etmiştir: “*Satıcının satılan üründen yararlanmada müşteriye tümüyle ya da kısmi olarak karışmamayı garanti altına alması gerekir. Bu karışmanın satıcının ya da satılan ürün üzerinde hakkı olduğunu iddia eden başka birinin eylemi olması arasında fark yoktur*”<sup>394</sup>. Bu madde MMK’nın 439. maddesiyle uyumludur. Zira her iki yasa aynı kararı almıştır<sup>395</sup>.

### c. Gizli Kusurların Garantisi

Franchise veren kişinin teknik bilginin tüm unsurlarını tahsis edildikleri amaç için elverişsiz kılan kusurlardan arınmış bir şekilde teslim etmesi gerekir. Üzerinde anlaşma yapılmadığı ya da teknik bilgi amaçlarını gerçekleştirmeyecek şekilde teknik bilgi aktarılırsa o zaman teknik bilgideki gizli kusurların garantisi yükümlülüğü ortaya çıkar<sup>396</sup>.

Mısır Temyiz Mahkemesi, kusuru şöyle tanımlamıştır: “*Satılan ürünün sağlam fitratında olmayan olağan dışı bir olaydır*”<sup>397</sup>.

IMK’nın 558. maddesinde kusurun tanımı şöyle geçmektedir: “*1. Satılan üründe eski bir kusur ortaya çıkarsa müşteri onu satıcıya geri verme ve onun belli parasıyla onu kabul etme arasında muhayyerdir. 2. Kusur tüccar ve bilirkişilerin yanında ürünün parasını eksiltendir. Kusur ürünün tesliminden önce gerçekleşirse eski kusur olur*”<sup>398</sup>. Bundan dolayı gizli kusur garantisinin yükümlülüğünü yerine getirmek için kusurun etkili olması yani sözleşme konusu olan üründen yararlanmayı

<sup>393</sup> MERZÛK, s. 616.

<sup>394</sup> 40 Sayılı İMK. 1951, m. 549.

<sup>395</sup> HAMÎD, s. 60.

<sup>396</sup> KEYLÂNÎ Mahmûd, Teknolojiyi Aktarma Alanında Uluslararası Ticaret Sözleşmeleri, Uygulamalı Bir Araştırma, b. 1, Kahire, Abîr Basım ve Yayın, 1988, s. 251.

<sup>397</sup> ABD, İmtiyaz, s. 202.

<sup>398</sup> 40 Sayılı İMK. 1951, m. 558.

engellemesi gerekir. Kusurun eski ve gizli olması ve de franchise alan tarafından bilinmemesi gerekir<sup>399</sup>.

MTK'nin 85. maddesinin 1. fıkrası şunu ifade etmiştir: “Franchise veren kişi teknoloji ve ona ek olan belgelerin sözleşmede açıklanan şartlara uygunluklarını garanti altına alması gerekir. Aynı şekilde franchise veren kişi, yazılı olarak aykırı bir durum belirtilmediği sürece sözleşme açıklanan standartlara göre üzerinde anlaşma yapılan ürünün üretimi ve hizmetin yerine getirilmesini garanti etmesi gerekir”<sup>400</sup>. Bundan dolayı franchise veren kişi sunduğu teknik bilgilerin sözleşmede belirlenen bilgilerle uyumlu olmasını garanti eder. Yani franchise veren kişi dağıtılan ürünlerde gizli kusurun olmamasını garanti eder<sup>401</sup>.

Sözleşme yapanlar yasal garantiden farklı bir şekilde artırma ya da eksiltme yaparak garantiyi değiştirme üzerinde anlaşma yapabilirler. Franchise alan kişiye ve başkasına zarar verilmemesi şarttır. Bunun da Irak ve Mısır medeni kanunlarındaki genel kurallara uygun olması gerekir<sup>402</sup>.

## **5. Franchise Alana Markayı Kullanma Hakkını Verme Yükümlülüğü**

Franchise sözleşmesi marka mülkiyetinin franchise alana nakledilmesi değildir. Bu sözleşme, franchise alana markayı kullanma hakkının verilmesidir. Zira franchise sözleşmesi, franchise alana belli süre içinde franchise verene ait olan markayı; üretim, dağıtım ve hizmet faaliyetlerinde kullanma hakkını vermektedir. Bundan dolayı franchise verenin, franchise alana sözleşmede üzerinde anlaşma yapılan faaliyette markayı kullanma imkanını vermesi gerekir<sup>403</sup>.

Üründen önce markayı araştıran müşterileri çekmede markanın büyük bir rolü olduğu için markanın önemi oraya çıkmaktadır. Zira marka ürünlerin çıktığı kaynağı

<sup>399</sup> ENVER Talebe, Kiralama Sözleşmesi, b. 1, İskenderiye, el-Câmi’iyye el-Hadis Kitapevi, 1999, s. 310.

<sup>400</sup> 17 Sayılı MTK. 1999, m. 85/1.

<sup>401</sup> SEBİL, s. 115.

<sup>402</sup> CÂBİR, s. 124.

<sup>403</sup> ABD, İmtiyaz, s. 187-188.

belirlemektedir. Aynı zamanda da tüketicileri korumanın bir garantisidir. Ürün, mal ve hizmetler hakkında bilgi vermenin bir aracıdır<sup>404</sup>.

Irak ve Mısır kanunlarında daha önce markanın tanımını ele aldık. Bu her iki kanun franchise verene ait olan markanın sözleşme süresi boyunca franchise alan tarafından kullanılmasına olanak vermektedir. Markada bulunması gereken şartları daha önce açıkladık.

MFMK'nin 63. maddesi markayı şöyle tanımlamıştır: “*Tacirin kendi ürünlerini diğer benzer ürünlerden ayırmak için ürünleri üzerine koyduğu her türlü işaret ve belirtidir*”<sup>405</sup>.

69 Sayılı 1959 Yılı Mısır Kanunu 20. maddesinde şunu ifade etmiştir: “*Marka kayıtlarında kayıt yapıldıktan sonra markanın mülkiyetinin aktarılması, ondan yararlanma hakkının başkasına verilmesi ya da onun rehin olarak bırakılması serbesttir*”<sup>406</sup>. Böylece Mısır kanunu markayı kullanma lisansına izin vermiştir.

2002 yılında çıkan MFMK. markayı kullanma lisansının hükümlerini 95-99 maddelerinde ele almıştır. Bundan dolayı bazısı Fikri Mülkiyet Kanunlarını genel olarak franchise sözleşmesini düzenleyen kurallardan saymıştır. Fikri mülkiyet konuları franchise işleri için hayati bir durum sayılmaktadır.<sup>407</sup> MFMK'nin 95. maddesi markayı kullanma lisansına izin verme ilkesini ele almıştır. Bu kanun 96. maddede marka sicilinde lisans sözleşmesinin kaydedilmesini ele almıştır. 97. maddede ise franchise alanın başkası için lisans sözleşmesinden vazgeçmeyeceğini ele almıştır. 98. maddede ise markayı kullanma lisansı sözleşmesinin şartlarını ele almıştır. 99. maddede ise lisansı sonlandırma hükümlerini ele almıştır<sup>408</sup>.

Markanın şartları şunlardır:

- 1- Markanın bir dış görünüşü olması gerekir.
- 2- Markanın dış görünüşü ayırıcı ve yeni olması gerekir.
- 3- Markanın yasal olması gerekir.

<sup>404</sup> ZEYNUDDİN Salah, Sanayi ve Ticaret Mülkiyeti, b. 1, Amman, es-Sakâfe Yayın ve Dağıtım, 2000, ss. 255-256.

<sup>405</sup> 82 Sayılı MFMK. 2002, m. 63.

<sup>406</sup> 69 Sayılı Mısır Kanunu. 1959, m. 20.

<sup>407</sup> MERZÛK, s. 581.

<sup>408</sup> 82 Sayılı MFMK. 2002.

4- Markanın marka kayıtlarında kayıtlı olması gerekir<sup>409</sup>.

1957 yılında çıkan 21 sayılı IMVK. 1. maddesinde markayı şöyle tanımlamıştır: “Marka: Markayı oluşturabilen herhangi bir veya birkaç işarettir. Onlarla bir projenin ürünü ile diğer projelerin ürünleri arasında ayırımı yapmak mümkündür. O işaretler; sözler, özel isimler, harfler, sayılar, simge şekilleri ve renkler olabilir. Aynı şekilde bu işaretlerin karışımı da marka olarak tescil edilebilir”<sup>410</sup>.

Bu kanun 18. maddenin 1. fıkrasında şunu ifade etmiştir: “Markaya sahip olan kişinin markayı kullanma lisansını bir veya daha fazla kişiye vermesi mümkündür”<sup>411</sup>. Böylece Irak kanun koyucu franchise verenin markayı kullanma lisansını başkasına vermesine onay vermiştir.

Marka; ürün ve malların benzer ürün ve mallarla karışmaması için onların taşıdığı bir işaret sayılmaktadır. Bunun yanın sıra marka, ürünlerin taşıdığı kalite ve iyi şöhretin bir belgesi konumundadır<sup>412</sup>. Bunun bir teyidi olarak Amerika hukuk doktrinini franchise sözleşmesi alanında marka konulduğu ürün ya da hizmetin kalitesini garanti altına aldığı görüşündedir. Marka, tüketicinin bu gün belli bir yerden satın aldığı ürün ya da hizmetlerin başka bir yerden satın aldığı ürün ya da hizmetlerin aynısı olduğunu garanti eder. Tüketicinin markaya güvenmesi, franchise sisteminin başarılı olmasının desteklerinden biridir<sup>413</sup>.

Markayı kullanma hakkını aktarma yükümlülüğü franchise sözleşmesinin temelini oluşturan en önemli yükümlülüklerden biri sayılmaktadır. Fransa Federasyonu tarafından çıkarılan Franchise Meslek Ahlakı Kanunu da bunu vurgulamıştır<sup>414</sup>. Bundan dolayı franchise verenin markayı başkaları tarafından onun taklit edilmesinden koruması gerekir. Franchise verenin markayı taklit edene dava açması gerekir. Ayrıca onun, franchise alana markanın taklit edildiğini haber vermesi

<sup>409</sup> NÂHÎ, s. 242.

<sup>410</sup> 21 Sayılı IMVK. 1957, m. 1.

<sup>411</sup> 21 Sayılı IMVK. 1957, m. 18. f. 1.

<sup>412</sup> NEBİL, AHMED, s. 27.

<sup>413</sup> MERZÛK, s. 584.

<sup>414</sup> TAYYİB, s. 258.



gerekir. Franchise alanın markayı taklit edene dava açma hakkı yoktur. Ancak franchise veren ona bu yetkiyi vermişse o zaman o da dava açabilir<sup>415</sup>.

## 6. İşçileri Eğitim Yüklülüğü

Franchise verenin franchise alan yanındaki işçileri eğitmesi gerekir. Eğitimim iki türü vardır: Teorik ve pratik. Teorik eğitim, çalışanlara eğitim merkezinde ders verme şeklinde olmaktadır. Bu eğitim franchise verenin iş yerinde olabilir. Bu da dışarıdan çalışanların bu iş yerine gönderilmesini gerektirmektedir. Franchise alanın iş yerinde eğitim merkezi varsa bu eğitim onun iş yerinde de olabilir. Bu da geliştirmekte olan ülkelerde nadiren olan bir durumdur. Bazen franchise alan kişi eğitim merkezini oluşturmaktadır. Böylece o bu konuda yardım etmiş olur<sup>416</sup>.

Eğitimin teorik derslerle sınırlı olması nadirdir. Bu dersler franchise verenin ya da alanın işyerinde pratik eğitimle beraber olmaktadır. Pratik eğitim, bir kısım işçinin franchise verenin iş yerinde alıştırma dönemini geçirmesi için oraya gönderilmesiyle başlar. Franchise sözleşmesi; alıştırma programları, eğitimi verilen sektörler, eğitim için ayrılan süre, eğitim alanlara ders veren öğretmenlerin sayısı, onların sorularına cevap verme ve onlar hakkında rapor sunmayı açıklar<sup>417</sup>.

## B. Franchise Alanın Yüklülüğü

Franchise alan kişinin franchise sözleşmesinde ikinci bir taraf olarak birtakım yüküllükleri vardır. Bu sözleşme gereği onlarla yüküllü olmaktadır. Onun o yüküllükleri yerine getirmesi gerekir. Yoksa sözleşme yüküllüğünü ihlal etmiş sayılır. Bu yüküllükler de parayı ödemek, teknik bilginin gizliliğini korumak, franchise verenin emirlerini yerine getirmek ya da gizliden başkasıyla franchise sözleşmesini yapmamaktır<sup>418</sup>. Bu yüküllükleri aşağıda geldiği gibi açıklayacağız:

### 1. Sözleşme Parasını Ödeme Yüklülüğü

Franchise sözleşmesi (ivazlı) sözleşmelerinden olduğu için franchise alan kişi, teknik bilgi ve markayı kullanma hakkını almanın parasını franchise verene vermesi

<sup>415</sup> TAYYİB, s. 258.

<sup>416</sup> CÂBİR, s. 124.

<sup>417</sup> CÂBİR, s. 127.

<sup>418</sup> MUGABGAB, s. 206.

gerekir. Zira bu para, ivazlı sözleşmelerinde temel bir unsur sayılmaktadır. Franchise verenin bu sözleşmeyi yaparak ulaşmaya çalıştığı amaç da budur<sup>419</sup>.

Franchise veren için franchise sözleşmesinden iki şekilde yarar meydana gelmektedir: Birincisi onun markasının daha büyük bir şöhrete kavuşması, franchise ağının genişlemesi, küçük yatırımlarla yeni piyasalara girmesidir. Bu, dolaylı olarak maddi yarar getiren manevi bir kazançtır. İkincisi maddi bir karşılıktır. Doğrudan franchise alandan elde edilmektedir<sup>420</sup>.

Franchise alanın vermesi gereken karşılığın geniş anlamda ele alınması gerekir. Parayı verme yolu tek bir şekilde olmamaktadır. Verilen karşılık bazen sözleşmenin başında para olarak franchise verene verilmektedir. Bu para bazen sözleşme boyunca periyodik olarak ödenmektedir. Verilen karşılık bazen de aynî (mal/ürün) olmaktadır. Aşağıda geldiği gibi bunları ele alacağız:<sup>421</sup>

#### **a. Para Olan Karşılık**

Franchise alan kişi, franchise ağına katılmasının karşılığını franchise verene öder. Bu ödenen karşılık genelde sözleşme imzalandığı esnada para olarak verilmektedir. Buna asıl vergi ya da giriş harcı denilmektedir<sup>422</sup>.

Bu para; markanın şöhreti, franchise alanın faaliyetini sürdürdüğü bölgenin önemi ve yüzölçümü, franchise alanların sayısı, franchise faaliyetinin türü, franchise alanın sunacağı hizmet ya da ürüne göre değişmektedir<sup>423</sup>.

Verilen para iki şekilde verilmektedir: Tümüyle ya da periyodik olarak verilir. Bazen de her iki şekilde verilmektedir<sup>424</sup>.

#### **a.a. Paranın Tahmini (Toplu) Olarak Verilmesi**

Teknoloji aktarma sözleşmelerinde genelde para tahmini olarak toplu verilmektedir. Çünkü sözleşme yapanlar tarafından bu paranın belirlenmesinin esasları net değildir. Zira teknik bilgi ve marka manevi bir niteliğe sahiptir<sup>425</sup>.

<sup>419</sup> TAYYİB, s. 127.

<sup>420</sup> MERZÛK, s. 628.

<sup>421</sup> ABD, İmtiyaz, s. 209.

<sup>422</sup> MERZÛK, s. 631.

<sup>423</sup> MUGABGAB, s. 207.

<sup>424</sup> ABD, İmtiyaz, s. 209.

Sözleşme tarafları meblağın miktarını, ödeme zamanını, onun yerini ve masrafını belirlerler. Sözleşme yapan taraflar bunu belirlemezse yasa bunu belirler<sup>426</sup>.

IMK. bunu düzenlemiştir. Zira sözleşme yapılır yapılmaz vade yoksa bu paranın hemen ödenmesi gerekir<sup>427</sup>. Ödeme yeri borçlunun memleketi ya da çalıştığı yerde olur<sup>428</sup>. Ödeme masrafları borçluya aittir. Ancak masrafın borçluya ait olmadığını gerektiren bir anlaşma ya da örf veya metin varsa o zaman masraf ona ait olmaz<sup>429</sup>.

MTK. ise 82. maddenin 2. fıkrasında şunu ifade etmiştir: “Sözleşme parasının toptan verilmesi serbesttir”<sup>430</sup>.

Bundan dolayı Irak ve Mısır kanunlarında paranın toptan verilmesi mümkündür.

Aslında franchise veren kişi, teknik bilgi ve markayı kullanma hakkının parasını belirlemede güçlü bir müzakere statüsüne sahiptir. Genelde franchise veren kişi bu alanda franchise alan tarafından yapılan pazarlığı reddetmektedir. Özellikle franchise alanın başka projelerden aynı teknik bilgiyi elde etmesi mümkün olmadığı durumlarda bunu yapmaktadır. Bundan dolayı franchise veren kişi fazla para istemektedir<sup>431</sup>.

Paranın toplu alınma şekli franchise veren için bir ayrıcalıktır. Bu, onun teknik bilgiyi elde etmek için harcadığı parayı tek seferde ve hızlı bir şekilde geri almasına imkan vermektedir. Bu parayı yeni teknik bilgiler elde etmek için araştırma yapmada bir daha kullanma imkanı olmaktadır<sup>432</sup>.

<sup>425</sup> TAYYİB, s. 273.

<sup>426</sup> ABD, İmtiyaz, s. 210.

<sup>427</sup> 40 Sayılı İMK. 1951, m. 394.

<sup>428</sup> 40 Sayılı İMK. 1951, m. 396.

<sup>429</sup> 40 Sayılı İMK. 1951, m. 398; ABD, İmtiyaz, s. 210.

<sup>430</sup> 17 Sayılı MTK. 1999, m. 82 f. 2.

<sup>431</sup> KEYLÂNÎ, s. 296.

<sup>432</sup> ŞEFİK, Teknoloji, s. 81.

Franchise verenin aktardığı bilgi yeni bilgilerin ortaya çıkmasıyla tehdit altına giriyorsa parayı belirlemede bu yol tercih edilir<sup>433</sup>.

Paranın bu şekilde toplu ve peşin verilmesi; tek seferde büyük bir meblağ vermeye yol açması ve bazen o parayı yatırım işlerinde kullanmak daha yararlı olmasına rağmen franchise alan için bu şekil yararlıdır. Çünkü daha en başta proje kurma harcamalarını ve titiz bir şekilde net karları belirleme imkanını ona vermektedir<sup>434</sup>.

### **a.b. Paranın Periyodik Bir Şekilde Verilmesi**

Bazen franchise alan kişi teknik bilgi ve marka kullanımında beklenen sonuçlardan emin olmamaktadır. Bu da parayı periyodik olarak verme düşüncesini tercih etmesine yol açmaktadır. Franchise veren kişi, teknik bilgi ve markanın başarısına güvendiği zaman normalde bu yöntemle karşı çıkmamaktadır. Yatırımların başarı ihtimalleri yüksekse ve büyük gelirler getirirse franchise veren kişi de bu yöntemi tercih edebilir. Zira bu durumda franchise veren kişinin elde ettiği gelir paranın toplu olarak peşin verildiği şekilden elde edilen gelirden daha fazla olmaktadır<sup>435</sup>.

Taraflar periyodik olarak verilecek paranın miktarı ve devamlı ödenmesi için belli bir süreyi belirleme üzerinde anlaşılır. Sözleşmenin şartlarına göre bu süre bazen uzun ya da kısa olabilmektedir. Ödeme miktarları üretim hacmi ya da satılan ürünlerin hacmi veya net kara göre hesaplanır. Franchise alan kişi sözleşme boyunca bu ödemeleri yapmaya devam eder<sup>436</sup>.

1999 yılında çıkan 17 sayılı MTK'nin 82. maddesine göre “...Aynı şekilde teknolojiyi işletmeye yatırılan sermayeden bir kısım ya da işletmede elde edilen gelirden bir kısım olabilir...”<sup>437</sup>.

<sup>433</sup> MUSA, Ticaret Hukuku, s. 77.

<sup>434</sup> ŞEFİK, Teknoloji, s. 81.

<sup>435</sup> ŞEFİK, Teknoloji, s. 81.

<sup>436</sup> TAYYÂR, s. 208.

<sup>437</sup> 17 Sayılı MTK. 1999, m. 82, f. 2-3.

### **a.c. Paranın Bir Kısımının Toplu ve Diğer Kısımının Periyodik Olarak Verilmesi**

Franchise sözleşmesinde bazen sözleşme karşılığı, toplu ve periyodik paranın karışımı olmaktadır. Zira franchise alan kişi sözleşmenin başında tahmini olarak değerlendirilen nakit parayı vermekle yükümlüdür. Buna giriş harcı ya da franchise ağına katılma parası denilmektedir<sup>438</sup>. Sözleşme yapıldıktan kısa bir süre sonra dursa dahi bu para geri alınamaz. Lakin sözleşmenin durması franchise verenin hatası sebebiyle olursa franchise alana verilen zarardan o sorumlu olur<sup>439</sup>.

Bunun yanı sıra franchise alanın periyodik olarak belli bir miktar para vermesi gerekmektedir. Bu para, bulunan örf ve adetlere göre belirlenir. Daha önce söylediğimiz gibi bu meblağın; üretim, satış ya da karlara göre hesaplanması üzerinde anlaşma yapılabilir. Aynı şekilde en düşük ve en yüksek miktar üzerinde de anlaşma yapılabilir. Öyle ki bu tutarın belli bir sayıdan az ya da daha fazla olmaması gerekir. Periyodik olarak verilen bu para franchise verenin sahip olduğu teknik bilgi ve markanın karşılığıdır. Ayrıca sözleşme boyunca franchise verenin eğitim ve reklam gibi sunduğu hizmetlerin harcama parasıdır<sup>440</sup>.

Franchise alanın para verme yükümlülüğüyle ilgili meselelerden biri verilecek döviz türünü belirleme meselesidir. Zira bu paranın franchise veren ya da alanın ülkesinin dövizini ya da başka bir ülkenin dövizini olabilir<sup>441</sup>. Franchise verenin franchise alanın memleketinde mali güçlerin kararlaştırdığı yabancı döviz dönüşürme sistemine bağlı kalması ve franchise alanın memleketindeki üretim hacmi ya da satış parasına konulan vergilerle ilgili hükümlere saygı göstermesi gerekir. Vergileri ödemekle yükümlü olan taraf belirlenir<sup>442</sup>.

### **b. Aynî (Mal/Ürün) Olan Karşılık**

Bazen franchise verene ödenen karşılık mal olabilmektedir. Örneğin iki taraf, bu karşılığın 1/4 ya da 1/3 gibi üretimden belli bir oran olması üzerinde anlaşma

<sup>438</sup> **HEMŞERÎ** Velîd, Teknoloji Aktarma Sözleşmeleri, Karşılıklı Yükümlülükler ve Klasik Şartlar, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Amman, es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 2009, s. 150.

<sup>439</sup> **MUGABGAB**, s. 278.

<sup>440</sup> **TAYYİB**, s. 278.

<sup>441</sup> **MUHAMMEDİN**, Teknolojiyi s. 67.

<sup>442</sup> **AVFÎ** Sâlih, Uluslararası Ticaret Sözleşmeleri Şeklinde Hukuki İlkeler, Riyad, İdari Araştırmalar ve İncelemeler Merkezi, 1998, s. 49.

yapmaktadırlar. Bazen bu karşılık franchise verenin ihtiyaç duyduğu hammaddeden bir miktar olabilmektedir. Kömür, demir, petrol, dokuma için pamuk, meyve suyu için meyve, dondurmak ya da konserve yapmak için yeşillik ve bunlar dışındaki hammaddeler de franchise alanın memleketinde bulunabilmektedir<sup>443</sup>.

Franchise veren kişi, ürünleri kendi memleketinde üretmemek ve kendi kontrol ve denetimi altında ürünleri üreten projelerden onları elde etmek ve maliyetleri azaltmak için sözleşme parasını almada bazen bu yola başvurmaktadır. Böylece dünya pazarına egemen olma ve rekabet gücünü desteklemeyi sağlamış olur. Çünkü kendi memleketinde işçilerin maaşlarının ve hammaddelerin maliyetlerinin yüksek olması, onun sunduğu ürünlerin üretim maliyetlerinin artması ve diğer projelerle rekabet etme gücünü azaltacak şekilde fiyatların artmasına yol açacaktır. Bundan dolayı franchise veren kişi maliyetleri azaltmak için hammaddeyi elde etmede bu yöntemle başvurmaktadır.<sup>444</sup>

Franchise alan kişi de yöntemi tercih etmektedir. Çünkü bu, franchise veren tarafından franchise alanın faaliyetlerinin önemsenmesine, karşılaştığı zorlukların kolaylaştırılmasına, üretimin gelişmesi için onun ihtiyaç duyduğu her şeyin sunulmasına ve kalitenin yükselmesine yol açmaktadır. Franchise veren kişi franchise alanın sunduğu hammaddelerle belli pazarlara egemen olma isteği olduğu için bunları yapmaktadır. Bundan dolayı franchise veren kişinin üretimi geliştirme ve iyileştirmede ve ürün kalitesinin düzeyini yükseltmede kesin bir yararı vardır. Bu da franchise veren ve alan arasındaki ilişkileri daha çok kaynaştırmaktadır<sup>445</sup>.

1999 yılında çıkan 17 sayılı MTK'nin 82. maddesine göre *“Teknoloji ithal eden kişinin, üzerinde anlaşma yapılan süre ve yerde teknoloji ve ona yapılan iyileştirmelerin karşılığını ödemekle yükümlüdür. Bu karşılık tek seferde ya da birkaç seferde ödenen bir toplam para olabilir. Aynı şekilde teknolojiyi işletmeye yatırılan sermayeden bir kısım ya da işletmede elde edilen gelirden bir kısım olabilir. Verilen karşılık, üretiminde teknolojinin kullanıldığı üründen ya da ithalatçının ürettiği ve üreticiye ihraç etmeyi taahhüt ettiği hammaddeden belli bir miktar olabilir”*<sup>446</sup>.

<sup>443</sup> HAMÎD, s. 128.

<sup>444</sup> TAYYÂR, s. 221.

<sup>445</sup> TAYYİB, s. 280.

<sup>446</sup> 17 Sayılı MTK. 1999, m. 82.

Franchise alanın franchise verene ödemekle yükümlü olduğu karşılığın bir kısmının para ve diğer bir kısmının mal olmasına bir engel yoktur. Franchise alan kişi franchise ağına katılma ücreti olarak iki tarafın üzerinde anlaşma yaptığı belli bir parayı ödemekle yükümlü olur. Daha sonra önceden belirlenen süre içinde bir miktar mal ödenir. Bu mal da franchise alanın ürettiği ürünlerden ya da franchise alanın memleketinde bulunup da franchise verenin üretimde ihtiyaç duyduğu hammaddeden belli bir oranından oluşmaktadır<sup>447</sup>.

Franchise sözleşmesinde para şartı belirlendiği zaman sözleşmenin, fiyatların değişmesi konusuyla ilgili metinleri içermesi tercih edilir. Çünkü fiyatların değişmesi özel bir şekilde franchise sözleşmesinin karşılaştığı en önemli sorunlardan biri sayılmaktadır. Zira bu sözleşme ekonomik ve siyasi krizlerden etkilenmeye maruz kalmaktadır. Fiyat değişimlerinden sakınmak için sözleşmede kullanılan döviz; sabit ve değişmeyen bir dövize ya da istikrarlı borsadaki piyasa fiyatına endeksleme tercih edilmektedir<sup>448</sup>.

## 2. Teknik Bilginin Gizliliğini Koruma Yükümlülüğü

Franchise alanın franchise ile ilgili herhangi bir gizli bilgiyi ifşa etmemesi gerekir. Bunlar; dayanaklar, yollar, yöntemler, kullanma şekliyle ilgili ya da bunlara benzer olanlardan gizli sayılabilecek bilgiler olabilir. Öyle ki o bilgiler açıklandığı zaman kuruma zarar verilebilir. Bu bilgilerin gözlerden uzak gizli bir şekilde korunması gerekir. Yani sadece kurumda çalışan görevlilerin görev ve işleri gereği o bilgileri öğrenme hakları vardır<sup>449</sup>.

Gizli bilgi kavramı geniş bir kavramdır. Sadece teknik bilgiyi kapsamamaktadır. Franchise sözleşmesi çerçevesinde mali, idari ve ticari niteliğe sahip tüm bilgileri kapsamaktadır. Bu da bedavacıların önemli bilgilere ulaşmasını engelleyen önlemlerin alınmasını gerektirmektedir. Aynı şekilde işçilerin bu programla ilgili herhangi bir gizli bilgiyi açıklamama taahhüdünü imzalamaları gerekmektedir. Bu gizlilik sadece sözleşmeden önce ya da sözleşme esnasında değildir. Sözleşme sona erdikten sonra da devam eder. Zira franchise sözleşmesinde

<sup>447</sup> TAYYİB, s. 281.

<sup>448</sup> AVFİ, s. 49.

<sup>449</sup> BEŞTÂVÎ, s. 103.

sözleşme durduktan sonra herhangi bir gizli bilginin ifşa edilmesini yasaklayan ifade bulunmaktadır<sup>450</sup>.

Bu sözleşme yapıldığı zaman gizli sayılan ya da tarafların gizli kalmasını istediği bilgiler belirlenir. Genelde franchise veren kişi bu bilgilerin korunmasını daha çok istemektedir. Öyle ki gizli bilgilerin çerçevesini genişletmeye çalışmaktadır. Franchise veren kişi ise gizli bilgilerin daha dar çerçevede olması için çalışmaktadır<sup>451</sup>.

Irak ve Mısır kanunları iş esnasında ulaşılan bilgilerin gizliliğini korumayla ilgili çalışma kanunlarında genel bir yükümlülük koymuşlardır. İÇK. 35. maddesinde şunu ifade etmiştir: *“Çalışan kişinin işi esnasında öğrendiği bilgileri yayması yasaktır”*<sup>452</sup>.

IMK. 150. maddesinin 2. fıkrasında şunu ele almıştır: *“Sözleşme, sözleşme yapan kişinin onda geçenlerle yükümlü olmasıyla sınırlı değildir. Sözleşme yapan kişi kanun, örf, adalet ve sözleşme niteliğine göre sözleşmenin gerekleriyle de yükümlüdür”*<sup>453</sup>.

Teknik bilgi gizli bir niteliğe sahip olduğu için onun gizliliğinin korunması gerekir. Bundan dolayı sözleşmenin niteliğine göre bu onun gereklerinden sayılmaktadır<sup>454</sup>.

Mısır Kanunu, iş kanununda bu yükümlülüğü vurgulamıştır. Bu kanun 56. maddesinde şunu ele almıştır: *“İşçinin iş sırlarını koruması gerekir. İşle ilgili bilgiler gizli niteliğe sahipse iş sahibinin direktiflerine göre onların ifşa edilmemesi gerekir”*<sup>455</sup>.

Bunun yanı sıra MTK'nın 83. maddesinin 1. fıkrası şunu ifade etmiştir: *“İthalatçı elde ettiği teknoloji ve ona yapılan iyileştirmelerin gizliliğini korumakla yükümlüdür. O, bu gizliliği ifşa etmekten kaynaklanan zararı tazmin etmekten*

<sup>450</sup> FEREC, s. 84.

<sup>451</sup> BEŞTÂVÎ, s. 104.

<sup>452</sup> 71 Sayılı İÇK. 1987, m. 35.

<sup>453</sup> 40 Sayılı İMK. 1951, m. 150. F. 2.

<sup>454</sup> İSA, Teknoloji Aktarımı, s. 367.

<sup>455</sup> 12 Sayılı MÇK. 2003, m. 56.



sorumludur. Onun açıkladığı bu bilgilerin müzakere aşamasında ya da ondan sonra olması arasında fark yoktur”<sup>456</sup>.

### **3. Başkasına Franchise Vermeme ya da Başkasıyla Gizliden Sözleşme Yapmama Yükümlülüğü**

Franchise sözleşmesi kişisel itibara dayanmaktadır. Sözleşme yapanların kişiliği ve onlar arasındaki karşılıklı güven unsuru sözleşmenin yapılmasında esas alınmaktadır. Franchise verenin onayı olmadan başkasına franchise verme ya da gizliden başkasıyla sözleşme yapmak için yapılan herhangi bir girişim bu itibarın yok olmasına yol açar. Franchise veren kişinin sözleşmeyi feshetme ve tazminat talebinde bulunma hakkı olur. Böylece franchise alan kişinin genel bir şekilde franchise hakkından vazgeçmesi ya da onu gizliden başkasına vermesi, sözleşmede açık bir metin olmadığı sürece yasaktır<sup>457</sup>.

Fransa hukuk doktrinindeki bir görüşe göre franchise verenin onayı olmadan başkasına franchise vermek ya da başkasıyla gizliden sözleşme yapmak geçersiz sayılır. Hatta franchise alanın bu işi, taklit etme şekillerinden biri sayılır. Yani sözleşme yaptığı ikinci kişiyle ortak olur. Ancak bunu iyi niyetle yaptığı ortaya çıkarsa böyle değerlendirilmez<sup>458</sup>.

### **4. Franchise Verenin Emirlerini Yerine Getirme Yükümlülüğü**

Franchise alan kişinin franchise verenin emirlerini ve ihtiyaçlarını yerine getirmesi gerekir. Bu yükümlülük sonucu franchise alana birtakım yükümlülükler yüklenmektedir<sup>459</sup>.

Zira franchise veren kişi, franchise alandan bağımsız olduğunu tüketiciler, finansörler, bankalar ve bunlar dışındakilere bildirmekle yükümlüdür. Buna karşılık franchise alan kişi de franchise verenden bağımsız bir şekilde çalıştığını, kendi adına çalıştığını ve franchise ile hiçbir şekilde bağlantılı olmadığını bildirmekle yükümlüdür. Bundan dolayı franchise alan kişinin, kurumdan sadece kendisinin

<sup>456</sup> 17 Sayılı MTK. 1999, m. 83. f. 1.

<sup>457</sup> EKYÂBÎ Yusuf, Uluslararası Özel Hukuk Alanında Teknolojinin Aktarılmasının Hukuki Sistemi, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1989, s. 158.

<sup>458</sup> TAYYİB, s. 284.

<sup>459</sup> TAYYİB, s. 268.

sorumlu olduğunu ifade eden bildirin gözle görülür bir şekilde iş yerinin dışına koyması gerekir<sup>460</sup>.

Fransa da 21 Şubat 1991 yılında bakanlık kararı çıktı. Bu karar şunu ele aldı: *“Franchise alan kişinin, bağımsız kurumunun niteliği hakkında özel bilgilerle ilgili tüm belgelerde ve reklamlarda açık ve okunur bir şekilde tüketiciye bilgi vermesi gerekir. Aynı şekilde kurum içi ve satış noktaları dışında da bu bilgiyi vermesi gerekir”*<sup>461</sup>.

Franchise alanın, franchise verene dilediği vakitte onun kurumunu teftiş etmesine izin vermesi gerekir. Franchise veren, tüketiciler için yerine getirilmek istenen düzeyi korumak için tüm bilgilere bakabilir ve bu faaliyetle ilgili tüm belgeleri inceleyebilir. Franchise veren, franchise alanın iş yerinde müşteri ve görevlilerle konuşabilir<sup>462</sup>.

Franchise alan, ticaret defterini tutarak ve düzenli bir hesap oluşturarak belirlenen sisteme göre iş yerini idare etmesi gerekir. Öyle ki franchise veren kişinin periyodik olarak onları inceleme imkanı olsun. Franchise alanın; ödeme kolaylığını sağlamak gibi hizmetleri müşterilere sunması, resmi giyime bağlı kalması ve otopark ayarlaması gerekir. Franchise alan kişi, fiyatlar ve ürün isimleriyle ilgili yazılı belgeleri kullanmakla yükümlüdür. Onun reklam kalitesi ve uygun pazarlamaya bağlı kalması gerekir. O belli oranda reklamı finanse etmede katkıda bulunur. Bu oranın reklamla ilgili ödenekten nasıl ödeneceği üzerinde anlaşma yapılır. Franchise alan, franchise verenin direktifleri ya da sözleşmede zikredilen maddelere göre hazırlanmış yerde ürünleri satmakla yükümlüdür. Bundan dolayı franchise alanın, franchise verenin onayı olmadan iş yerini bir yerden başka bir yere aktarması yasaktır<sup>463</sup>.

Franchise alanın sözleşme yerine getirildiği esnada yapılan tüm iyileştirmeleri franchise verene bildirmesi gerekir. Bu iyileştirmelerin yatırım için faydası vardır. Franchise alan, franchise sistemini geliştirdiği zaman bu geliştirme için gerekli olan yatırımları finanse etmesi gerekmektedir. Franchise alanın eklediği tüm iyileştirmeler

<sup>460</sup> BEŞTÂVÎ, s. 103.

<sup>461</sup> MUGABGAB, s. 204.

<sup>462</sup> MUGABGAB, s. 217.

<sup>463</sup> BEŞTÂVÎ, s. 105.

onun mülkü olur. Bu geliştirmenin teknik bilgiyle bağlantılı olması ya da olmaması fark etmez<sup>464</sup>.

Başkaları tarafından franchise verenin fikri mülkiyet unsurları taklit edildiği zaman franchise alanın hemen franchise verenin işinde taklit yapıldığını ona haber vermesi gerekir. Böylece o saldırının yapıldığı bölgeye gelir<sup>465</sup>.

Franchise alanın kendi kurumu için sigorta sözleşmesi yapmasını zorunlu kılan bir maddenin franchise sözleşmesine eklenmesi mümkündür. Böylece kurum zarar gördüğü zaman onun araç ve gereçleri güvence altında olur. Bu sigorta; yangın, hırsızlık ve tüm olayların yanı sıra müşterinin yaptığı herhangi bir olayı da kapsar<sup>466</sup>.

Franchise verenin yararı için franchise alanın banka kefaletini vermesini zorunlu kılan bir maddenin sözleşmeye eklenmesi mümkündür. Bu kefaletin miktarı sözleşmede belirtilir<sup>467</sup>.

Franchise alanın franchise verenin ürünlerini pazarlamak için satılan ürünlerin sayısını artırması gerekir. Bundan dolayı franchise veren, ihmal edilmemesi gereken en alt sınırı sözleşmeye koymaktadır. Bazı yazarlar satılan ürünlerin bu sayısını franchise alanın franchise verene bağlılığının bir göstergesi saymışlar<sup>468</sup>.

Genelde franchise veren kişi, franchise alandan en düşük ürün satışını gerçekleştirmesini ister. Bu satış oranı daha önce sözleşme maddesinde belirlenir. Buna kota maddesi denilmektedir. Lakin satış rakamı piyasa ve şartlarla bağlantılıdır<sup>469</sup>.

Franchise alanın sözleşme boyunca franchise verenin ürünleriyle rekabet eden ürünleri piyasaya sürmemesi gerekir. Bazı sözleşmelerde franchise veren, franchise alanı rakip ürünleri satmaktan alıkoymaktadır. Zira franchise verenin kendi ağının şöhretini koruması için önlemler alması gerekmektedir. Çünkü rakip olan herhangi bir ürünü pazarlamak doğrudan ya da dolaylı olarak franchise verenin ürünlerini pazarlama üzerinde etkili olur. Lakin franchise veren bazen rakip olmayan ürünleri

<sup>464</sup> BESSİS, fanchisage2, p. 84.

<sup>465</sup> BESSİS, fanchisage1, p. 75.

<sup>466</sup> MUGABGAB, s. 232.

<sup>467</sup> KEYLÂNÎ, s. 339.

<sup>468</sup> SEBÎL, s. 94.

<sup>469</sup> BEŞTÂVÎ, s. 108.

piyasaya sürme ve satmaya izin vermektedir. Franchise veren kişi bu tür ürünlerin satışının kendi ağına yaramadığını gördüğü zaman bu ürünlerle ilgili izni geri çekebildiği görülmektedir<sup>470</sup>.

Franchise alanın franchise verenin ticari şöhretini ve ürünlerinin kalitesini koruması gerekir. Öte yandan franchise verenin kendi markasını korumak için kesin bir denetim yapması gerekir<sup>471</sup>. Öyle ki ürünleri kontrol etme ya da teknisyen işçileri sınama ya da franchise alanın iş yerine ziyaret etme hakkı vardır<sup>472</sup>.

Bunun yanı sıra franchise alan; franchise verenin yaptığı eğitim, tanıtım ve genel reklam programlarına katılmakla yükümlüdür. Aynı şekilde franchise alanın ilan panoları, franchise verenin yaptığı reklam filmleri, işitsel ve görsel yayın araçlarıyla sunulan programları kendi bölgesinde sunması gerekmektedir. Sözleşme şartlarına göre reklam masrafları franchise veren ya da franchise alana ait olur<sup>473</sup>.

### **C. Franchise Veren ve Franchise Alan Arasında Karşılıklı Yükümlülükler**

Franchise sözleşmesinin tarafları olan franchise veren ve alan bazı yükümlülüklerde ortaklıklar. Bu yükümlülükler sınırlama şartı ve iyileştirmeleri alıp verme yükümlülüğüdür<sup>474</sup>. Bunları aşağıda geldiği gibi inceleyeceğiz:

#### **1. Sınırlama Şartının Yükümlülüğü**

Sınırlama şartı franchise sözleşmesinin temel şartlarından biri sayılmaktadır. Franchise sözleşmesinde sınırlama şartından maksat, franchise alana belli bir bölgede faaliyeti tekeline alma hakkını veren her şarttır. Franchise alanın sözleşmesi devam ettiği sürece franchise verenin aynı faaliyette bulunması ya da aynı bölgede aynı faaliyeti yapma hakkını başkasına vermesi yasaktır<sup>475</sup>.

Sınırlama şartı franchise alanın sadece franchise veren kişi vasıtasıyla kendi faaliyeti için gerekli olan üretim gereçlerini almasını zorunlu kılan her şarttır.

<sup>470</sup> TAYYİB, s. 271.

<sup>471</sup> NECCÂR, s. 101.

<sup>472</sup> CÂBİR, s. 101

<sup>473</sup> TENEM İbrahim, Modern Muamelelerde İmtiyaz, b. 1, ed-Demâm, İbnü'l-Cevzî Yayınevi, H. 1430, s. 308.

<sup>474</sup> TAYYİB, s. 288.

<sup>475</sup> KEYLÂNÎ, s. 302.

Franchise verenin, franchise alanın faaliyeti için belirlenen bölgenin kendisine başkasının üretim gereçlerini ithal etmemesi gerekir.

Yukarıdaki tanımdan iki çeşit sınırlama şartı olduğu ortaya çıkmaktadır. Birincisi: Belli bir bölgede faaliyeti tekele almayla ilgili şarttır. Buna bölgesel sınırlama şartı denilmektedir. İkincisi ise üretim gereçlerinin ithalatını belirlemeyle ilgili şarttır. Buna destek sınırlama şartı denilmektedir<sup>476</sup>.

#### **a. Bölgesel Sınırlama**

Franchise alanın franchise sözleşmesinde üzerinde anlaşma yapılan faaliyeti belli bir bölgede tekeline alma hakkı bulunmaktadır. Öyle ki o bölgede sadece franchise alan kişi olur. Bunun neticesinde franchise veren kişi iki şeyle yükümlü olur:

- a- Sözleşmede belirtilen bölgede aynı faaliyette bulunmaması gerekir.
- b- Franchise alan için belirlenen bölgede sözleşme süresi devam ettiği sürece aynı faaliyeti yapma hakkını başkasına vermemesi gerekir. Lakin franchise veren kişinin kendisi ya da onun izin verdiği başka birinin franchise alanın bölgesinde başka bir faaliyette bulunma hakkı vardır<sup>477</sup>.

Bazı hukuk doktrinlerine göre bölgesel sınırlama şartının franchise sözleşmesinde zikredilmesi gerekmektedir. Sözleşme bu şartı içermezse bu şart iki tarafı bağlamaz<sup>478</sup>.

Başka bir görüşe göre franchise sözleşmesinin niteliğinin bölgesel sınırlama şartını gerektirmesi gerekir. Böylece sözleşmede zikretmeye ihtiyaç duyulmadan bu şart iki tarafı bağlar. Irak ve Mısır kanunları da bunu kabul etmişlerdir<sup>479</sup>.

#### **b. Destek Sınırlaması**

Franchise sözleşmesindeki sınırlama şartlarının ikinci türü destek sınırlamasıdır. Bu şart üretim gereçlerini satın alma ve ithal etmeyle ilgili karşılıklı bir yükümlülük sayılmaktadır. Zira franchise alan kişi sadece franchise veren kişinin

<sup>476</sup> MERZÛK, s. 636

<sup>477</sup> MERZÛK, s. 636

<sup>478</sup> ŞEFİK, Teknoloji, s. 72.

<sup>479</sup> HADİDİ, İmtiyaz 2, s. 235.

vasıtasıyla ürün ve hizmetleri almayı taahhüt eder. Franchise veren kişi franchise alan için gerekli olan ürün ve hizmetleri ithal etmekle yükümlüdür. Franchise veren kişi belirlediği başka bir ithalatçı vasıtasıyla da bunu yapabilir. Tabi bunun sözleşmede belirtilmiş olması gerekmektedir<sup>480</sup>.

Ürün alma yükümlülüğü tam veya bazı ürünlerle sınırlı olmak üzere cüzi olabilir. Örneğin bazen sözleşmede şöyle ifade edilmektedir: “*Franchise alanın kendisine franchise verenden belli ürünlerden bir grup alması gerekmektedir. Diğer ürünleri ise özgür bir şekilde alabilir*”. Buna cüzi ürün alma denilmektedir<sup>481</sup>.

Bölgesel sınırlama şartı destek sınırlama şartından farklıdır. Birincisi franchise sözleşmesinin niteliğinin gerektirdiği bir şarttır. İkincisi anlaşma niteliği daha baskındır. Zira bunun sözleşmede belirtilmesi gerekir. Lakin bu şartın sözleşmede belirtilmemesi franchise alanın dilediği ithalatçıyla alış veriş yapma özgürlüğü olduğu anlamına gelmemektedir. Franchise verenin zorunlu kıldığı kaliteye bağlı kalması gerekir<sup>482</sup>.

## 2. İyileştirmeleri Aktarma Yükümlülüğü

Franchise sözleşmesinde teknik bilgi, franchise verenin ona eklediği iyileştirmeler sebebiyle gelişip değişmektedir. Teknik bilgiye ekleme yapmak sadece franchise verenle sınırlı değildir. Franchise alan da daha fazla rekabet edebilmek için elindeki bilginin gelişmesini istemektedir. Bu da teknik bilginin daha yeterli ve verimli olmasını sağlamaktadır<sup>483</sup>.

Üretim işini yönetmek için iş düşüncesinin yeni yöntemlerini üretmeye devam etme çabaları arttı. Franchise sistemleri üzerinde yapılan iyileştirmelerin çoğu kendilerine franchise verilenlerin sunduğu yeni düşünce ve önerileriyle ortaya çıktı<sup>484</sup>. Bundan dolayı franchise verenin kendi sisteminin teknik içeriğine eklediği peş peşe iyileştirmelerle franchise alanı desteklemesi gerekir. Bu yükümlülük sözleşme yapıldıktan sonra ve sözleşme yerine getirildiği esnada ortaya çıkar. Bu

<sup>480</sup> MERZÛK, s. 638.

<sup>481</sup> BEŞTÂVÎ, s. 101.

<sup>482</sup> MERZÛK, s. 368.

<sup>483</sup> TAYYİB, s. 260.

<sup>484</sup> MERZÛK, s. 251.

yükümlülük ihtimalli bir niteliğe sahiptir. Onun varlığı teknik bilgi verenin durumlarına ve onu geliştirme gücüne dayanmaktadır<sup>485</sup>.

Mısır kanun koyucu iyileştirme konusunu ele almıştır. Çünkü önemli bir konudur. Kanun koyucu sözleşme devam ettiği esnada teknik bilgiyi iyileştirme yükümlülüğünü franchise verene yüklemiştir<sup>486</sup>. Zira 1999 yılında çıkan 17 sayılı MTK'nın 77. maddesinin 2. fıkrasında şöyle geçmektedir: “*Franchise verenin sözleşme süresi boyunca teknolojiye eklediği iyileştirmeleri franchise alana bildirmesi gerekir*”<sup>487</sup>.

İyileştirmeleri bildirme ya da aktarma yükümlülüğüyle ilgili Irak kanununda benzer bir metin geçmemektedir. Bu yükümlülük önemli olduğu için sözleşme taraflarının iki taraf arasında karşılıklı olarak eklenen iyileştirmelerin asıl sözleşmede açık bir şekilde bildirme yükümlülüğünü belirtmelerinin zorunlu olduğunu görmekteyiz<sup>488</sup>.

## II. TÜRK HUKUKUNDA TARAFLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ

### A. Franchise Veren Yükümlülükleri

#### 1. Üretim, İşletme ve Pazarlama Sistemindeki Fikri ve Sinaî Unsurları Kullandırma Borcu

Franchise sözleşmesinde, franchise veren, kendisine ait olan üretim, işletme ve pazarlama sistemini yani bu sistemi oluşturan fikri ve sinaî unsurları ( patent, marka, işletme adı, ticaret unvanı, know-how, mal veya hizmetleri tanıtıcı diğer unsurlar) franchise alana kullandırma borcu altına girdiğini belirtmiştir. Franchise sözleşmesinde tüm bu unsurları kullanma hakkı sözleşme ile franchise alana verilir<sup>489</sup>. Bu kapsamda, örneğin, kuru temizleme ilişkisine yönelik olarak yapılan bir franchise sözleşmesi varsa, franchise veren, patentli kuru temizleme cihazından,

<sup>485</sup> NECCÂR, s. 230.

<sup>486</sup> MEVLÂ Nidâ, Teknoloji Aktarma Sözleşmelerinin Hukuki Etkileri, b. 1, Kahire, Vâil Yayın ve Dağıtım, 2003, s. 220.

<sup>487</sup> 17 Sayılı MTK. 1999, m. 77. f. 2.

<sup>488</sup> MERZÛK, s. 252.

<sup>489</sup> YENİOCAK Umut, Franchise Sözleşmesi, Ankara, 2016, s. 54; EREN Fikret, Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Ankara, 2015, s.909; GÜRZÛMAR, s. 108.

franchise alanı yararlandırmalıdır<sup>490</sup>. Eğer marka ya da patentin kullanımı, franchise alana inhisarı lisans şeklinde bırakılmışsa, franchise veren, patenti üçüncü kişilerin kullanmasına izin vermemeli ve ayrıca kararlaştırılmışsa kendisi de kullanmamalıdır<sup>491</sup>. Bunların dışında, franchise verenin, müşteriye sunulan mal veya hizmeti ayırt eden, amblemler, sloganlar, ilanlar, mal ve ambalaj biçimleri, katalog dizaynı, mekân tasarımlarını yani tanıtıcı unsurları da franchise alana kullandırması, gerekli bilgi ve belgeleri franchise alana vermesi ve franchise alanın kullanımına hazır bulundurması gerekmektedir<sup>492</sup>

Bu borç, franchise verenin, franchise alanın söz konusu unsurları kullanması için gerekli hukuki ve fiili zemini hazırlaması anlamına gelmektedir ve bu durum, franchise alanın, franchise zincirine, yani müşterinin gözünde bir birlik oluşturan işletmeler bütününe, olabilecek en üst düzeyde entegre olmasını sağlar<sup>493</sup>. Franchise sözleşmesinde de tarafların amacı, tek bir görünüm altında faaliyet göstererek en uygun sürümü sağlamaktır<sup>494</sup>. Franchise verenin, sözleşme ilişkisi süresince, franchise alanın kullanımına sunulan söz konusu fikri ve sınaî unsurların devamlılığını, fiili ve hukuki anlamda sağlamak zorundadır ve bu borç ile birlikte, franchise veren, söz konusu gayrimaddi mallar üzerindeki münhasır haklarını, franchise alana karşı ileri sürmekten vazgeçer<sup>495</sup>.

## 2. Franchise Alanı Aydınlatma Borcu

Franchise sözleşmesinde tarafların, sözleşme öncesi yaptıkları görüşmelerde bir güven ilişkisi kurulmaktadır. Franchise sözleşmesi, taraflar arasında yoğun ve sürekli bir işbirliği ilişkisi kurduğu için, sözleşme öncesi güven ilişkisi, tarafların, birbirlerini aydınlatma yükümünü özenle yerine getirmelerini, sözleşmenin kurulmasında etkili olan konularda birbirlerine gerekli bilgiyi vermelerini, aydınlatmalarını gerektirir<sup>496</sup>. Çünkü franchise alan söz konusu görüşmeler sırasında

<sup>490</sup> AYATA, s.46.

<sup>491</sup> AYATA, s.46; YENİOCAK, s.54.

<sup>492</sup> EREN, s. 909; AYATA, s.55.

<sup>493</sup> EREN, s. 910; AYATA, s.42; GÜRZÜMAR, s. 109.

<sup>494</sup> AYATA, s.42.

<sup>495</sup> AYATA, s.43.

<sup>496</sup> EREN, s. 911; AYATA, s.59; YENİOCAK, s. 45; Yarg. da bir kararında; “ ...Ayrıca tescilli tüm marka, logo, sembol ve isimler ile ilgili tüm bilgileri Franchise alana vermesi gereklidir. Eğer herhangi bir hususta bir problem varsa bu yön ayrıca açıklanmalı ve franchise veren o konularda taraf



kendisine aktarılan bilgilere güvenerek büyük bir yatırım yaparken, franchise veren de kurmuş olduğu bu sistemi franchise alana emanet edecektir. Bu kapsamda, franchise veren, sistemin işleyiş tarzı, sermaye miktarı, yapılacak yatırımlar, çalıştıracağı personel, franchise sistemi ile ilgili daha evvel edindiği tecrübeler de dâhil olmak üzere, franchise sistemi ile ilgili eksiksiz ve doğru bilgiler vermekle yükümlüdür. Franchise alan, kendisine sunulan bilgiler dâhilinde, kendisi için önemli konularda doğru kararlar alabildiği, sistemin verimliliği konusunda kabaca bir tahmin yapabildiği sürece franchise veren bu borcu yerine getirmiş sayılacaktır. Franchise veren, franchise sisteminin ekonomik başarısı hakkında genel bir açıklama yapmalı, kar- zarar hesaplarını göstermelidir fakat franchise veren işletmenin ekonomik verimliliğini garanti etmek zorunda değildir çünkü ekonomik verimlilik sistem dışı ekonomik etkenlere de bağlıdır. Franchise sözleşmesine konu mal ve hizmetlere olan talebin az ya da çok olması gibi dış etkenler tahmin edilebilse de kesin bir şekilde belirlenmesi mümkün değildir. Ancak, somut sözleşme ilişkisinde, eğer franchise veren üretim, işletme ya da pazarlama sisteminin ekonomik verimliliğini açıkça ya da zımnen garanti ettiği sonucuna varılıyorsa, o zaman kendisinin bu anlamda bir sorumluluğunun doğduğundan bahsedilebilecektir. Bunun belirlenebilmesi için sözleşmenin tüm hükümleri değerlendirilmelidir, franchise verenin yalnızca, sistemin bazı sürüm ve kazanç hesaplarının franchise alana göstermesi, sistemin ekonomik verimliliğini zımnen garanti etmesi anlamına gelmez<sup>497</sup>.

Bu konuda birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de TUFRAAD bir takım "Açıklık İlkeleri" yayınlamıştır ve burada franchise alana sözleşme kurulmadan önce teslim edilmesi gereken Bilgi Paketi'nin içeriği konusunda ayrıntılı düzenlemelere yer verilmiştir<sup>498</sup>. Franchise veren tarafından verilen bilgiler örneğin; müşteri listeleri, kar- zarar hesapları gizli olabileceği için, franchise alan tarafından yazılı

---

olduğu tüm hukuki davaları franchise alana bildirmelidir" şeklinde bilgilendirme yükümlülüğüne değinmiştir. Yarg. 19. HD., 2001/819 E., 2001/4917 K., 25.06.2001 T., Aynı yönde bkz. Yarg. 19. HD., 25.06.2001 T., 2001/819 E., 2001/4917 K., **AYATA**, s. 60, dn. 241; **YENİOCAK**, s. 52, 163.

<sup>497</sup> **AYATA**, s.61, dn. 247; **YENİOCAK**, s. 53.

<sup>498</sup> **AYATA**, s.62.

sözleşmenin kurulmasından önce başkalarına açıklanmamalı ve kullanılmamalıdır, aksi takdirde bu durum, haksız rekabet teşkil edebilecektir<sup>499</sup>.

### 3. Franchise Alanı Koruma ve Destekleme Borcu

Franchise verenin, franchise alanı sürekli destekleme borcu bulunmaktadır. Bu kapsamda, franchise alana, ilgili üretim, işletme, pazarlama sisteminden en verimli şekilde yararlanabilmesi için ihtiyaç duyduğu yardımı (eğitim, danışmanlık vb.) yapmalı, daha çok müşteri edinebilmek ve bu müşterileri elinde tutabilme konusunda yol göstermelidir<sup>500</sup>. Franchise veren bu borcunu, kurslar, personel eğitimi gibi çeşitli eğitim organizasyonlarıyla yerine getirir ve işletmenin kurulması aşamasında ve sonrasında da pazar araştırması, mali ve teknik yardım, işletme, yönetim ve tanıtım-reklam materyalleri ile yerine getirir<sup>501</sup>. Bu sayede, rekabet gücüne sahip sağlam bir franchise ağı oluşur ve franchise alan sürümü destekleme ve artırma borcunu yerine getirebilir<sup>502</sup>. Franchise alan bu borcun gerektirdiği edimlerin ifasını, her zaman franchise alandan isteyebilir. Franchise sözleşmesinin imzalanmasından sonra, franchise veren, franchise alan ve personelini temel eğitim kursları hazırlayarak tabi tutar ve üretim, satım teknikleri, müşteri reklamları, pazarlama, muhasebe, personel seçimi gibi konularda eğitir<sup>503</sup>. Franchise veren, işletmenin devamı sırasında da franchise alanı ve personelini eğitmekle yükümlüdür.

### 4. Gerekli Mal ve Malzemeleri Teslim Borcu

Mal franchisingi' nde sürümü yapılacak malların, hizmet franchisingi' nde ise hizmetlerin sunumu için gerekli olan malzeme, araç ve gereçlerin franchise veren tarafından sürekli olarak franchise alana teslimi gerekmektedir. Ancak, bu borç şarta bağlı bir yükümlülük olarak karşımıza çıkar. Franchise sözleşmesinde eğer, söz konusu mal, araç, gereç ve malzemelerin franchise verenden satın alınması şartına yer verilmemişse, franchise verenin bu malları teslim borcundan söz edilemez<sup>504</sup>. Bu gibi durumlarda, gerekli malların franchise alana teslimi, güven ve dürüstlük

<sup>499</sup> YENİOCAK, s. 53, 54.

<sup>500</sup> EREN, s. 911; AYATA, s.67; GÜRZÜMAR, s. 109.

<sup>501</sup> AYATA, s.67; YENİOCAK, s. 60, 61.

<sup>502</sup> AYATA, s.68.

<sup>503</sup> EREN, s. 911; AYATA, s.71; YENİOCAK, s. 61.

<sup>504</sup> EREN, s. 911.

kuralından kaynaklanan bir yan yükümlülük olarak kabul edilir. Franchise alanın malların teslimi konusunda bir talep hakkı söz konusu olmazken, franchise verenin bu yükümlülüğüne aykırı davranması durumunda franchise alan, zararının tazmini isteyebilir ve şartları varsa önemli sebeple sözleşmeyi feshedebilir. Franchise sözleşmesinde önemli olan nokta, ürün arzı ve hizmet sunumunun, belirlenen kalite ve standartlara uygun yapılması olduğundan, bu standartları bozmamak, sistemin imajına zarar vermemek kaydıyla, söz konusu mal ve malzemeler franchise alan tarafından üçüncü kişilerden de temin edilebilir<sup>505</sup>.

### **5. Franchise Alana Tanınan Tekel Bölgesinde Başka Franchise Vermeme Borcu**

Sözleşmede açıkça kararlaştırılmışsa, franchise veren franchise alan için tahsis edilen belirli bir yer veya bölgede, üçüncü kişilerle franchise sözleşmesi kurmama borcu altına girebilir. Ayrıca, sürümü yapılacak malları doğrudan bu bölgeye satmamakla yükümlü olur<sup>506</sup>. Franchise sözleşmesinde tekel bölgesi kararlaştırılması ve franchise verenin bu bölgede üçüncü kişilerle franchise sözleşmesi yapmaması, mal göndermemesi yükümü, franchise verenin asli yükümü olmasa da uygulamada franchise sözleşmelerinde genellikle tekel hakkına ilişkin hükümlere yer verilmektedir<sup>507</sup>. Franchise verenin bu yükümlülüğü, ancak sözleşmede kararlaştırılmış ise veya sözleşmenin yorumundan franchise verenin franchise alanı koruma yükümlülüğünün bir gereği olarak, dürüstlük kuralına göre çıkarılabiliyorsa söz konusu olacaktır<sup>508</sup>. Sözleşmede kararlaştırılmış olup da franchise verenin böyle bir yapmama yükümlülüğü doğmasına rağmen üçüncü kişilerle franchise sözleşmesi kurarsa veya bu kişilere doğrudan mal satarsa, sözleşmeye aykırı davranışından dolayı franchise alanın uğramış olduğu zararı tazmin etmekle yükümlü olur ve bu durum sözleşmenin devamını önemli ölçüde zorlaştırıyorsa, franchise alan sözleşmeyi önemli nedenle feshedebilir<sup>509</sup>.

<sup>505</sup> EREN, s. 911.

<sup>506</sup> YENİOCAK, s. 72; AYATA, s.74.

<sup>507</sup> YENİOCAK; s. 72; AYATA, s.75.

<sup>508</sup> YENİOCAK, S. 72; AYATA, s.75.

<sup>509</sup> YENİOCAK, s. 74; AYATA, s.76.

## B. Franchise Alanın Yükümlülükleri

### 1. Franchise Konusu Ürün ve Malzemeleri Franchise Verenden Alma Borcu

Franchise alan, franchise sözleşmesine konu malları ya da hizmetlerin sunumu için gerekli malzemeleri sadece ve sürekli olarak franchise verenden almak zorunda değildir<sup>510</sup>. Söz konusu mallar ve malzemeler, franchise sisteminin gerektirdiği nitelik ve kalitede olmak ve sistemin imajını zedelememek şartıyla franchise verenin belirleyeceği ya da herhangi bir üçüncü kişiden alabilir. Çünkü franchise veren kendisinden alınan mallar dolayısıyla değil, franchise alanın cirosunun belirli bir yüzdesi olan ücretten kazancını sağlar ve bu nedenle de, sistemin imajı korunduğu sürece franchise verenin malların kendisinden alınmasında bir menfaati bulunmamaktadır<sup>511</sup>. Franchise sözleşmesinde önemli olan, belirli bir kalite ve standartta olan malların sürümünü arttırmasıdır ve bu sayede de franchise verenin artan ciroya bağlı olarak elde edeceği ücret de artmış olacaktır<sup>512</sup>. Franchise sistemi uyarınca, işletmede bulunması gerekli malların bir takım özel nitelikleri varsa ve bu nitelikler malların franchise verenden veya onun belirlediği üçüncü bir kişiden alınmasını zorunlu kılıyorsa bu takdirde franchise alan malları bu kişiden almakla yükümlü olacaktır. Rekabet Kurumu da vermiş olduğu bir kararda, “franchise veren, fikri ve sınaî mülkiyet haklarını korumak ve franchise ağının ortak kimliğini ve ününü sürdürmek için gerekli olmaları koşuluyla, franchise alanlara, franchise veren tarafından belirlenmiş asgari nesnel kalite özelliklerini taşıyan malları satma ya da kullanma yükümlülüğü getirebileceği gibi, söz konusu ürünler için, nesnel kalite özelliklerini belirlemenin veya uygulamanın mümkün olmadığı durumlarda sadece franchise veren tarafından ya da onun belirlediği üçüncü kişiler tarafından üretilen malları satma veya kullanma yükümlülüğü getirilebileceğini belirtmiştir<sup>513</sup>.” Franchise verenin getirdiği, sözleşmeye konu malları kendisinden ya da kendisinin belirlediği üçüncü kişilerden rekabetçi olmayan fiyatlarla satın alınması şartı, franchise veren yararına tekeli bir güç sağlayacağından rekabeti engelleyici bir şart

<sup>510</sup> EREN, s. 913; AYATA, s.76; AYATA, s. 64.

<sup>511</sup> EREN, s. 913; AYATA, s.77.

<sup>512</sup> AYATA, s.77.

<sup>513</sup> YENİOCAK, s. 66; AYATA, s.77.

olsa da, yeknesaklığın sağlanması ve sistemin başarısı için zorunlu ise, muafiyet kapsamında değerlendirilecektir<sup>514</sup>. Alım yükümlülüğü söz konusu ise, franchise alan bu yükümlülüğüne aykırı davrandığı takdirde, franchise veren sözleşmeyi önemli sebeple sona erdirebilir ve sözleşmenin gereği gibi ifa edilmemesi dolayısıyla tazminat talep edebilir<sup>515</sup>. Franchise sözleşmelerinde yer verilen münhasır bölge anlaşmalarında ise, franchise alanın kendi bölgesi dışında hiçbir şekilde satış yapamayacağına ilişkin kayıtlar hem bir rekabet sınırlaması teşkil eder ve 4054 s.Kanun' un 4. Maddesine aykırıdır hem de 2002/2 sayılı Tebliğ'e göre; franchise alanın kendi bölgesi dışında aktif satış yapmasının sözleşmeyle engellenmesi kural olarak mümkün olsa da, pasif satış (internet üzerinden satış) yapılmasını da engelleyen sözleşme hükümleri, bu Tebliğ ile sağlanan muafiyet sınırları dışındadır<sup>516</sup>.

#### a. Franchise Sözleşmeleri Açısından Bağlayıcı Kayıt

Rekabet hukuku kurallarının amacı, pazarda rekabeti korumaktır ve bu çağdaş piyasa ekonomisinin temelini oluşturur. Rekabet hukuku kurallarında, bir işletmenin rakiplerinden üstün duruma gelmek için çabalaması ve bunun sonucunda işletmenin hâkim duruma gelmesi doğal bir sonuç olarak kabul edilmekte yasaklanmamaktadır fakat bu işletmenin hâkim gücünü kötüye kullanarak piyasadaki etkin rekabeti engellemesi yasaklanmaktadır<sup>517</sup>. Türk Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ("TRKHK") "Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması" başlıklı 6/2-c maddesine göre "*Bir mal veya hizmetle birlikte, diğer mal veya hizmetin satın alınmasını veya aracı teşebbüsler durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın veya hizmetin, diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da satın alınan bir malın belirli bir fiyatın altında satılmaması gibi tekrar satış halinde alım satım şartlarına ilişkin sınırlamalar getirilmesi*" kötüye kullanmadır. Dolayısıyla, örneğin; hâkim durumda olan bir işletmenin kendisinden buzdolabı satın alacak toptancılara yanında çamaşır makinesi de satın almaları koşulu ile satmayı kabul etmesi, toptancının çamaşır makinesini başka bir yerden alma özgürlüğünü ortadan kaldırdığı

<sup>514</sup> YENİOCAK, s. 65; AYATA, s.78; GÜRZÜMAR, s 114.

<sup>515</sup> AYATA, s.78.

<sup>516</sup> YENİOCAK, s. 74.

<sup>517</sup> AYATA, s.79.

için rekabeti sınırlayıcıdır ve bunun engellenmesi gerekir<sup>518</sup>. Franchise sözleşmeleri açısından, sistemin korunması ve devamı için franchise alanın ihtiyaç duyduğu bir mal ya da hizmeti dilediği kişiden değil de franchise veren ya da onun göstereceği üçüncü bir kişiden satın almasına yönelik kayıtlar da rekabet hukuku açısından bağlayıcı kayıtlardır<sup>519</sup>.

**b. Dikey Anlaşmalara İlişkin 2002/2 Sayılı Grup Muafiyeti Tebliği:**

1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına ilişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamına giren ilişkiler hariç olmak üzere, tüm dikey anlaşmalara 2002/2 sayılı Grup Muafiyeti Tebliği uygulanmaktadır<sup>520</sup>. Tebliğ'in 2. Maddesine göre dikey anlaşma; "Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar" olarak tanımlanmıştır. Bir başka deyişle dikey anlaşma, bir mal ya da hizmetin üretimi ya da sunumundan tüketiciye sunulmasına kadar farklı aşamaları birbirine bağlayan anlaşmalardır<sup>521</sup>. Buradan dikey anlaşmalarla ilgili 3 unsura ulaşabiliriz. Birincisi, iki ya da daha fazla işletme arasında anlaşma ya da uyumlu davranış olmalı, ikinci olarak; anlaşmanın tarafları üretim zincirinin farklı aşamalarında olmalı, üçüncü olarak da; anlaşma taraflar arasındaki bir alış veya satışın koşulları ile ilgili olmalı, sağlayıcı veya alıcı bir mal veya hizmeti satın alıyor, satıyor veya yeniden satıyor olmalıdır<sup>522</sup>. Franchise sözleşmesinin konusuyla yani mal veya hizmetlerin sürümü için bağlantılı olmayan ya da sözleşmenin amacı için zorunlu olmayan bağlayıcı kayıtlar yani ek yükümlülükler, TRKHK m.4 ve m. 6 hükümlerini ihlal edebilecektir. Ancak, yukarıda da belirtildiği üzere, franchise sözleşmeleri dikey sözleşmeler olup, 2002/2 Tebliği ile tanınan grup muafiyetine tabidir ve bu nedenle de franchise sözleşmeleri TRKHK 4. Maddesinin uygulamasından muaf tutulmuştur<sup>523</sup>. Tebliğ' in uygulamasına ilişkin olarak çıkarılan Rekabet Kurulu'nun Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuzu'nun 184. Paragrafında da bu husus; "Franchise alanın satın aldığı mal ve

<sup>518</sup> AYATA, s.80.

<sup>519</sup> AYATA, s.81.

<sup>520</sup> YENİOCAK, s. 65; AYATA, s.90.

<sup>521</sup> AYATA, s.90.

<sup>522</sup> AYATA, s.90.

<sup>523</sup> YENİOCAK, s. 65; AYATA, s.92.

hizmetlerle ilgili olarak kimliğini ve prestijini korumak bakımından gerekli olduğu hallerde Kanun'un 4. Maddesinin kapsamı dışındadır." Şeklinde belirtilmiştir<sup>524</sup>. Bu nedenle, rakip teşebbüsler arasında şart koşulmadıkça, franchise sözleşmelerinin içerdiği bağlayıcı kayıtlar grup muafiyeti kapsamında yer alacaktır<sup>525</sup>. Fakat franchise verenin ilgili pazarda hâkim durumda olması durumunda, sözleşmede yer alan kayıtlar, TRKHK m. 6 uyarınca hâkim durumun kötüye kullanılması teşkil edecek ve hukuka aykırı kabul edilebilecektir<sup>526</sup>. Hâkim durumda olan bir işletmenin, grup muafiyetinden yararlanıp yararlanmayacağı konusu doktrinde tartışılmış ve genel kabul gören görüşe göre; hâkim durumda olan bir işletmenin de, grup muafiyeti şartlarını taşıması ve hâkim durumunu kötüye kullanmaması koşulu ile bu muafiyetten yararlanacağı yönündedir<sup>527</sup>.

## **2. Mal ve/veya Hizmetlerin Sürümünü Kendi Nam ve Hesabına Yapma ve Sürümü Destekleme Borcu:**

Franchise alan, sözleşme konusu mal ve hizmetleri müşteriye ulaştırmak borcu altındadır ve bu borcu yerine getirirken gerekli özeni göstermek ve sürümü arttırmak için çaba sarf etmek durumundadır. Bu kapsamda franchise alan, müşterilerin satın alma arzusunu uyandıracak reklam, promosyon ve pazarlama gibi faaliyetlerde bulunmalıdır. Reklamların nasıl yapılacağı ve franchise alanın cirosunun ne kadarının ayrılacağı genellikle sözleşme ile belirlenmektedir. Franchise sözleşmesinde franchise alanın reklam yapma borcu açıkça belirtilmese bile, franchise alan en azından kendi bölgesine ilişkin reklamları, franchise verenin izni ve onayı ile (yeknesaklığı sağlamak için) kitle iletişim araçları ile yapması zorunludur<sup>528</sup>. Bölgelerden bağımsız genel reklamlar franchise veren tarafından yapılırken, franchise alanın da kendi bölgesine ilişkin reklamları yapmak, müşteri eğilimlerini belirlemek için piyasa araştırması yapmak borcu altındadır<sup>529</sup>. Franchise alan, sürümü yapma ve destekleme faaliyetlerini kendi ad ve hesabına yapar ve gerekli tüm masrafları da kendisi karşılar<sup>530</sup>. Mal franchising' inde, franchise verene

<sup>524</sup> YENİOCAK, s. 65.

<sup>525</sup> AYATA, s.92.

<sup>526</sup> AYATA, s.92.

<sup>527</sup> AYATA, s.92,93

<sup>528</sup> YENİOCAK, s. 75; AYATA, s.95.

<sup>529</sup> AYATA, s.95.

<sup>530</sup> YENİOCAK, s. 77; AYATA, s.95.

mümkün olduğunca çok mal sipariş etme yükümlülüğünü belirten “*genel alım borcu*” bu borcun önemli bir parçasını oluşturduğundan, sözleşmede açıkça kararlaştırılmamış olsa bile mevcut olduğu kabul edilmektedir<sup>531</sup>. Franchise alan kendisine düşen yeterli etkinliği sağlayamaması nedeniyle gerekli olan sürüne ulaşamamışsa, franchise veren, bir ifa davası ile kararlaştırılan asgari miktardaki malın alınmasını talep edebilir ya da sözleşmeyi derhal feshedebilir<sup>532</sup>. Hizmet franchising’ inde ise, genel alım borcundan bahsedilebilmesi için, söz konusu hizmetlere refakat eden, malların söz konusu olması gerekir<sup>533</sup>. Genel alım borcunun her iki tür franchising’ inde de, ilgili malların franchise veren yerine onun belirleyeceği üçüncü bir kişiden alınması yükümlülüğü olarak düzenlendiği de görülmektedir. Bu durumda, franchise verenin, franchise alanın sürüm borcundan kaynaklanan menfaati, cirodan alınacak ücret aracılığıyla sağlanmaktadır<sup>534</sup>. Franchise alanın sürümü sağlamak ve arttırmak borcuna aykırı davranması sözleşmeye aykırılık teşkil eder ve bu durumda franchise veren, uğradığı zararın tazminini talep edebileceği gibi sözleşmeyi haklı nedenle feshedebilir<sup>535</sup>.

### **3. Üretim, İşletme ve Pazarlama, Sistemindeki Fikri ve Sınâî Unsurları Kullanma Borcu:**

Franchise alanın, franchise verene ait marka, işletme adı, know-how vb. unsurlar üzerinde kullanma hakkının yanında ayrıca, sözleşmede açıkça kararlaştırılmamış olsa bile, kullanma zorunluluğu da bulunmaktadır. Zira franchise sisteminin birlik içindeki görünümü, franchise verenin işletme adının, markasının ve ambleminin mal ve hizmetler üzerinde kullanılması ile gerçekleşir ve bunun aksi davranış franchise sisteminin imajını zedeler, sürümün gereği gibi yapılamamasına, franchise verenin zarara uğramasına sebep olur<sup>536</sup>. Franchise alan bu borcunu yerine getirmek için, franchise verenin tanıtıcı işaretlerini, işletmesinin görünür yerlerinde bulundurmalı, sürümünü yaptığı mallarda franchise verenin markasını ve amblemini kullanmalıdır. Uygulamada, franchise alanın, bu sıfatıyla göstereceği etkinliğini,

<sup>531</sup> AYATA, s.96.

<sup>532</sup> AYATA, s.96.

<sup>533</sup> AYATA, s.96.

<sup>534</sup> AYATA, s.96.

<sup>535</sup> AYATA, s.96.

<sup>536</sup> EREN, s. 913; AYATA, s.97; GÜRZÜMAR, s.110.



belli bir bölgeyle sınırlayan kayıtlara, genellikle ona bir tekel bölgesi tanıyan sözleşmelere rastlanmaktadır<sup>537</sup>. Böyle bir durumda, franchise alan, kendi kullanımına açılan üretim, işletme ve pazarlama sisteminin içerdiği fikri ve sınâî unsurları, söz konusu bölge dışında kullanamaz<sup>538</sup>.

#### **4. Sistemin İçerdiği ve Franchise Veren Tarafından Belirlenen Üretim, İşletme, Pazarlama İlkelerine ve Franchise Veren Talimatlarına Uyma Borcu**

Franchise alan, faaliyetini hem kendi kullanıma açılan üretim, işletme, pazarlama sisteminin içerdiği ilkelere, hem de franchise veren tarafından belirlenen ilkelere uyarak gerçekleştirmek yükümlülüğü altındadır<sup>539</sup>. Franchise veren, sistemin birliği ve imaj bütünlüğünü sağlayıcı bu ilkeleri genellikle işletme el kitabında ayrıntılarıyla belirler ve franchise sözleşmesinin kurulmasıyla bu kitabı, franchise alana sunar<sup>540</sup>. Franchise verenin bu kapsamlı talimatları, franchise sisteminin birliği ve devamının sağlanması, franchise alanın menfaatiyle sınırlıdır ve franchise alan bu kapsamda talimatlara uymak ve denetimlere katılmak zorundadır. Bu kapsamda franchise alan franchise verenin, önceden haber vermeksizin kontrol yapmasına, muhasebe kayıtları veya diğer evrakları incelemesine katılmakla yükümlüdür ancak franchise verenin bu hakkı yılın belirli günleri ile de sözleşmede sınırlandırılabilir<sup>541</sup>. Bunun aksine franchise alanın kendisinin doğrudan karar alabileceği temel konularda ise, franchise verenin talimatları geçersiz olur<sup>542</sup>.

#### **5. Ücret Ödeme Borcu:**

Franchise alanın, franchise sistemini kullanma imkânı ve destek paketinden dolayı franchise verene karşı ücret ödeme borcu vardır. Bu ücret, sözleşme yapılırken en başta ödenen giriş ücreti ve/veya sözleşme süresince genellikle ciro üzerinden ödenen sürekli franchise ücretleri (royalty) veya toptan ve sadece bir defaya mahsus olarak yapılan ödeme şeklinde kararlaştırılmaktadır<sup>543</sup>. Başlangıç ücreti, franchise

<sup>537</sup> AYATA, s.98.

<sup>538</sup> AYATA, s.98.

<sup>539</sup> ULAŞ, Dilber, Franchising Sistemi, Ankara, 2013, s. 98; AYATA, s.99; GÜRZÜMAR, s. 111.

<sup>540</sup> ULAŞ, s. 81; AYATA, s.99.

<sup>541</sup> AYATA, s.100.

<sup>542</sup> AYATA, s.101.

<sup>543</sup> ULAŞ, s. 92; AYATA, s.101; EREN, s. 912; YENİOCAK, s. 78; GÜRZÜMAR, s. 112.

alanın işletmesinin kurulmasında yapılan masraflar ve franchise verenin sözleşmenin kurulmasından sonra franchise alana yapacağı deneyim, üretim, işletme, sürüm metodlarını kapsayan know-how karşılığında ödenir ve zorunlu değildir<sup>544</sup>. Franchise vereni, bu ücreti almadan da franchise verebilir, fakat alması durumunda bu ücretin neyin karşılığı olarak ödendiğinin sözleşmede kararlaştırılması yerinde olacaktır. Çünkü sözleşmenin olağanüstü feshi durumunda, bu ücretin kısmen ya da tamamen iade edilmesi sorunun çözümü bu sayede mümkün olacaktır. Başlangıç ücreti, sözleşmenin ilk anında verilen know-how'un karşılığı olarak verildiği kabul edilirse, bu durumda sözleşmenin süresinden önce franchise veren tarafından haklı sebep olmadan feshi halinde kural olarak bu ücretin iadesi gerekmeyecektir. Giriş ücretinin sözleşme süresi boyunca franchise verene ait know-how dâhil tüm fikri ve sınâî unsurların kullanımının karşılığında ödendiği kabul edilirse, sözleşmenin süresinden önce olağanüstü feshi halinde bu ücretin, uyuşmazlık koşullarına göre kısmen ya da tamamen iadesi tartışılabilir<sup>545</sup>.

Sürekli ücret ise, franchise verenin franchise alanı sürekli olarak koruması, gayri maddi malları kullandırması ve yararlandırması karşılığında ödenen, genellikle franchise alanın yıllık cirosunun belirli bir yüzdesi olarak belirlenen ve periyodik olarak ödenen ücrettir<sup>546</sup>. Mal franchise sözleşmelerinde ise, sürekli ücret ve başlangıç ücreti kararlaştırılmaz. Bu tür franchise sözleşmesinde, franchise alan bütün malları alır ve franchise veren dolaylı, gizli ücret olarak nitelendirilen ve franchise alana sattığı mallardan elde ettiği ücretten kazancını sağlar<sup>547</sup>. Hizmet franchise sözleşmelerinde ise sürekli ücret ödenmesi zorunludur. Bunlara ek olarak genel reklam faaliyetlerini, franchise verenin yapacağını belirtmiştir. Bu faaliyetlerin giderlerine katılma ücreti olarak franchise alan, genellikle cirosunun bir oranını öder ya da böyle bir oran kararlaştırılmamış ise, reklamlar için belli bir miktar peşin olarak ödenir<sup>548</sup>.

<sup>544</sup> YENİOCAK, s. 79; EREN, s. 912; AYATA, s.102.

<sup>545</sup> YENİOCAK, s. 80, Yarg. da bir kararında, tarafların giriş ücretinin sonradan iade edilmeyeceği yönünde anlaşmış olmalarının, somut uyuşmazlığın çözümü bakımından dikkate alınması ve somut uyuşmazlıkta ödenen ücretin neyin karşılığı olarak ödenmiş olduğunun tespitinin gerektiğini belirtmiştir. Yarg. 11. HD., 20.06.2013, 7163/12942, YENİOCAK, s. 80.

<sup>546</sup> EREN, s. 912; AYATA, s.102; YENİOCAK, s. 81.

<sup>547</sup> AYATA, s.103.

<sup>548</sup> EREN, s. 912; AYATA, s.103.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### FRANCHISE SÖZLEŞMESİNİN SONRA ERMESİ VE ONUN ETKİLERİ

#### I. IRAK VE MISIR HUKUKUNDA FRANCHISE SÖZLEŞMESİNİN SONRA ERMESİ VE ONUN ETKİLERİ

Franchise sözleşmesi diğer sözleşmeler gibi sözleşme boyunca sözleşme tarafları için karşılıklı yükümlülük ve haklar doğurmaktadır. Her sözleşme oluşması için diğer bir sözleşmeden farklı birtakım şartlar gerektirmektedir. Yükümlülükleri ifade eden sözleşme maddeleri, sözleşme kuralları üzerinde egemendirler. Nitekim sözleşme, tarafların hukukudur. Sözleşme yapıldığı ve şartlarına saygı gösterildiği zaman sözleşme doğru olur ve etkilerini ortaya çıkarır. Artık uygulama aşamasına geçer. Bu durumda sözleşmenin türü ve özelliklerine göre karşılıklı ve karşılıksız yükümlülükler ortaya çıkar<sup>549</sup>.

Her hukuki davranışın bir sonucu vardır. Franchise sözleşmesi de diğer sözleşmeler gibi yapılır ve yerine getirilir. Daha sonra da sözleşmeleri özellikle de özelliklerinde franchise sözleşmesine benzeyenleri sona erdiren genel sebeplerle sözleşme sona erer. Bu son aşamadır. Ortaya çıkardığı etkileri açısından büyük bir önemi vardır. Lakin franchise sözleşmesini diğer sözleşmelerden ayıran şey onun sözleşme sona erdikten sonraki aşamada bazı etkiler ortaya çıkarmaya devam etmesidir<sup>550</sup>. Bunu açıklamak için aşağıda geldiği gibi bu konuyu iki başlıkta inceleyeceğiz:

Birincisi: Sözleşmenin sona erme sebepleri,

İkincisi: Sözleşmenin sona ermesi sonucu ortaya çıkan etkiler.

#### A. Sözleşmenin Sona Erme Sebepleri

Genel olarak kendileriyle sözleşmelerin sona erdiği sebeplerin aynısıyla franchise sözleşmesi de sona erer. İki taraftan birinin sözleşme yükümlülüğünü ihlal etmesi neticesinde fesihle sözleşme sona erer. Aynı şekilde sözleşme feshedici bir şartı içerirse feshedilir. Franchise sözleşmesi kişisel itibara dayanmaktadır. Bu

<sup>549</sup> TAYYİB, s. 301.

<sup>550</sup> MERZÛK, s. 657.

itibarın çökmesi sözleşmenin sona ermesine yol açar. Bu da iki taraftan birinin ölmesi ya da iflas etmesi ya da taraflardan biri tüzel kişiyse onun tasfiye edilmesiyle sözleşme sona erer. Ekonomi değerinin kaybolması sebebiyle ya da gizliden başka biriyle sözleşme yapmakla sözleşme sona erer. Sözleşme için belirlenen sürenin sona ermesiyle de sözleşme biter. Bazen sözleşmenin süresi belirlenmez. Bundan dolayı taraflardan biri ya da her ikisi belli şartlarla sözleşmeyi sona erdirme veya iptal etme talebinde bulunabilir<sup>551</sup>. Bunları aşağıda geldiği gibi peş peşe açıklayacağız:

1. Sürenin sona ermesiyle franchise sözleşmesinin sona ermesi,
2. Taraflardan birinin yasal kişiliğinin sona ermesi,
3. Sözleşmenin feshedilmesi,
4. Anlaşmalı fesih şartı,
5. Sözleşmenin butlanı,
6. Ekonomik değerın yitirilmesi,
7. Sözleşmeden vazgeçme.

### **1. Sürenin Sona Ermesiyle Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi**

Sözleşme tarafları sözleşmenin belli bir süre devam etmesini apaçık iradeleriyle belirledikleri zaman franchise sözleşmesinde sözleşmenin süresi için apaçık şart bulunmuş olur. Örneğin taraflar belli bir süre ya da tarih belirlemektedirler. Bu vakit geldiği zaman sözleşme sona erer. Bundan dolayı süreyi belirlemek iki tarafın anlaşmasına bağlıdır. Sözleşmede bu süreyi belirleyen bir madde bulunmadığı zaman bu süreyi belirlemek için yasadaki genel kurallara başvurmak mümkündür<sup>552</sup>. Bu konuyu aşağıda geldiği gibi şöyle ele alacağız:

1. Üzerinde anlaşma yapılan sürenin sona ermesiyle franchise sözleşmesinin sona ermesi,
2. Yasada belirlenen sürenin sona ermesiyle franchise sözleşmesinin sona ermesi,
3. Franchise sözleşmesinin yenilenmesi.

<sup>551</sup> TAYYİB, s. 301.

<sup>552</sup> MERZÛK, s. 658.

**a. Üzerinde Anlaşma Yapılan Sürenin Sona Ermesiyle Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi**

Bazen franchise sözleşmesi tarafları sözleşmeyi yerine getirmek için belli bir süre üzerinde anlaşılır. Bu süre sözleşmede apaçık bir maddeyle belirtilir. Bu, yükümlülükleri yerine getirmenin süresini belirlemek için sözleşme yapanların kullandığı doğrudan bir yol sayılmaktadır<sup>553</sup>.

Sözleşme için belirlenen sürenin sadece bitmesiyle tarafların sözleşme yükümlülükleri ve karşılıklı yükümlülükleri sona erer. Bu sona erme için tarafların anlaşmasına ihtiyaç yoktur. Zira bu anlaşma sözleşme yapıldığı zaman meydana gelmişti. Lakin bu sona erme tüm yükümlülükleri sona erdirmemektedir. Zira sözleşme sona erdikten sonra da bazı yükümlülükler devam etmektedir. Bunu daha sonra inceleyeceğiz<sup>554</sup>.

Genel olarak iki tarafın süreyi belirlemedeki iradesini iki yolla ortaya çıkarmak mümkündür:

Birincisi: Franchise sözleşmesinin maddeleri ve şartlarıyla,

İkincisi: Sözleşme dışındaki unsurlarda araştırma yapma yoluyla. Bu da süreyi belirlemekle ilgili bu tür sözleşmelerin ticari örf kuralları yoluyla olur<sup>555</sup>.

**b. Yasada Belirlenen Sürenin Sona Ermesiyle Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi**

Bazen franchise sözleşmesinde süre üzerinde bir anlaşma bulunmamakta ya da franchise sözleşmesinin belli bir süre için yapıldığını tespit etmek mümkün olmamaktadır. Bu durumda sözleşmeye uygulanması gereken yasa bu süreyi belirleyen yasa olur. Genelde ölçü paranın ödenme süresidir. Yasaların çoğu bu hükmü kabul etmektedir. İMK. da bunlardan biridir. Zira 741. maddede şunu ifade etmiştir: “Kiralama sözleşmesi bir süre üzerinde anlaşma yapılmadan yapılırsa ya da süreyi ispat etmek mümkün değilse kiralama sözleşmesi ücretin ödenmesi için

<sup>553</sup> SEMÂVÎ Reym, İlaç Sanayisinde Patent-Dünya Ticaret Örgütü Işığında Anlaşmalı Lisansların Yasal Sistemi, b. 1, Amman, es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 2008, s. 322.

<sup>554</sup> MERZÛK, s. 658.

<sup>555</sup> HAMÎD, 105.

*belirlenen süreden itibaren başlar. O sürenin bitmesiyle de sözleşme yapanlardan biri diğer kişiyi uyarırsa bu kişinin talebine binaen sözleşme sona erer*<sup>556</sup>.

Bu genel kuralın bir uygulaması olarak franchise veren ya da alan diğer tarafı uyarırsa franchise sözleşmesi bu sürenin bitmesiyle sona erer. Böylece sözleşme yapanlardan biri belli bir sürede sözleşmeyi sonra erdirme isteğini diğer tarafa bildirinceye kadar sözleşme peş peşe devam eder. Bazen bu süre belirlenmemektedir. Lakin belli dönemlere ayrılmaktadır. Her bir dönem ücretin ödenmesi için belirlenen dönemdir<sup>557</sup>.

Böylece teknolojiyi aktarmanın ticari sözleşmeleri alanında genel olarak daha önceden uyarının yapılmasının büyük bir önemi vardır. Zira bunun sonucunda taraflar arasında devam eden sözleşme sona erer. Normalde bu uyarı belli bir şekil ya da belli bir söylem ve belli bir dönemde yapılır. Taraflar uyarının yapılacağı süreyi belirlerler<sup>558</sup>.

Bu uyarının sebebi, özellikle de franchise alan kişi bu sözleşmede büyük yatırımlar yapmışsa sözleşmenin sona ermesine ek olan sürede yükümlülükleri yerine getirme fırsatını ona vermektir<sup>559</sup>.

Mısır kanun koyucu, sözleşmeyi sona erdirme talebi ya da belli bir süre geçtikten sonra onun şartlarını değiştirme hakkını sözleşme yapanlara vermiştir. MTK'nın 86. maddesi şunu ifade etmiştir: *“Teknoloji aktarma sözleşmesi yapıldıktan 5 sene sonra sözleşmenin her bir tarafının sözleşmeyi sona erdirme ya da onun şartlarını değiştirmesi serbesttir”*. Bundan dolayı açık bir şekilde sözleşmenin süresi belirtilmediği durumda Mısır kanununda iki şart ileri sürülmüştür. Birincisi 5 yıl geçmesidir. İkincisi taraflardan birini sözleşmeyi sona erdirme talebinde bulunmasıdır. Aynı şekilde bu süre geçtikten sonra taraflardan birinin sözleşmeyi değiştirmesi de mümkündür<sup>560</sup>.

<sup>556</sup> 40 Sayılı **IMK**. 1951, m. 741; 131 Sayılı **MMK**. 1948, m. 563.

<sup>557</sup> **MARKAS**, Kira1, ss. 510-511.

<sup>558</sup> **KUDÂH** Abdullah, Franchise Sözleşmesinin Etkileri ve Sona Ermesi, Özel Hukukta Yüksek Lisans Tezi, Amman, Hukuk Fakültesi, Ortadoğu Üniversitesi, 2015, s. 68.

<sup>559</sup> **BESTÂVÎ**, s. 112.

<sup>560</sup> **NECCÂR**, s. 306.

### c. Franchise Sözleşmesinin Yenilenmesi

Sözleşme resen ve zorunlu bir şekilde yenilenmez. Ancak sözleşme yapıldığı zaman önceden iki taraf anlaşma yapmışsa yenilenir. Bu da sözleşme yapıldığı esnada açık bir şekilde yenilemenin detaylandırılmasını gerektirmektedir<sup>561</sup>.

Yenilemekten maksat sözleşmenin süresi sona erdikten sonra sözleşme bağının devam etmesi üzerinde anlaşma yapmaktır. Bu anlaşma açık ve üstü kapalı olabilir. Açık bir şekilde yenileme üzerinde anlaşma yapmak franchise sözleşmesini yenileme şartlarını ve şekillerini açıkladığı sürece onun hiçbir hukuki sorunu yoktur. Üstü kapalı yenileme ise daha önce yapılan anlaşmanın yerine geçen yeni bir sözleşmedir<sup>562</sup>.

IMK'nin 780. maddesinin 1. fıkrası açık bir şekilde bu kavramı ele almıştır. Zira o madde şunu ifade etmiştir: *“Kiralama sözleşmesi sona erince kiracı, kiralayanın itirazı olmadan onun bilgisi dahilinde kiralanan şeyden yararlanmaya devam ederse belirsiz bir süreyle kiralamanın birinci şartlarıyla kiralama yenilenmiş sayılır”*<sup>563</sup>.

Böylece üstü kapalı yenileme; karşılığı ödeme miktarı, yolu, yeri, zamanı ve franchise alanın verdiği kişisel teminatlar açısından eski sözleşme şartlarının aynısıyla yapılan yeni bir sözleşmesidir<sup>564</sup>.

Yukarıda anlatılanlardan yenileme açık veya üstü kapalı ise yenilemenin iki tarafın icap ve kabulüyle (yenileme yaptıklarını ifade etmeleri) olduğu ortaya çıkmaktadır.<sup>565</sup> Sözleşme süresi bittikten sonra franchise alan kişi bilgiden yararlanmaya devam ederse franchise verenin bilgi ve rızası da varsa ve buna itiraz etmezse üstü kapalı yenileme devam eder. Franchise alanın eylemi, sözleşmeyi yenilemeyi istediği anlamına gelmektedir. Franchise verenin yaptığı da yenilemeyi kabul ettiği anlamına gelmektedir. Lakin iki taraftan meydana gelen irade beyanı

<sup>561</sup> NECCÂR, s. 306.

<sup>562</sup> HAMÎD, s. 110.

<sup>563</sup> 40 Sayılı İMK. 1951, m. 780. f. 1.

<sup>564</sup> HAMÎD, s. 110.

<sup>565</sup> 26.02.1977'de çıkan 6 sayılı Birinci Genel Kurul, **Irak Temyiz Mahkemesi Kararı**, Adliye Hükümleri Mecmuası, sy: 1, 1976, ss. 21-22.

kesin olması gerekir<sup>566</sup>. Çünkü bundan farklı bir şey söylemek uyumsuzluğa yol açar. Bu da taklit davası açmaya sebep olur<sup>567</sup>.

Bazen franchise alan kişi sözleşmeyi yenileme niyeti olmadığı halde üzerinde anlaşılan sürenin sona ermesinden sonra teknik bilgi ve markadan yararlanmaya devam eder. Bu da franchise alanın bu unsurları franchise verene iade etmesine engel olan olağanüstü sebepler meydana geldiği zaman olmaktadır. Örneğin franchise alan kişi yolculuk ya da nakliyeden dönme fırsatı bulamamaktadır. Bu durumda franchise sözleşmesini yenilemiş sayılmaz. Mısır Temyiz Mahkemesi franchise sözleşmesiyle ilgili kararlarında açık bir şekilde bunun hakkında karar vermektedir. Lakin sözleşme sona erdikten sonra franchise alanın teknik bilgidan yararlanmaya devam etmesi onun sözleşmeyi yenilemeyi istediğini göstermektedir. Bunun aksini iddia ederse onun bunu ispat etmesi gerekir<sup>568</sup>.

Sözleşmeyi yenilemenin önemi, franchise veren ve alan arasındaki ortak yararı gerçekleştirmede ortaya çıkmaktadır. Zira franchise veren, franchise alanın bölgesinde franchise'dan yararlanmaya devam edilmesini sağlamak ve karların elde edilmesini güvenceye almaktadır. Öte yandan franchise alan kişi, onun başarısının devam etmesini sağlamaktadır<sup>569</sup>.

Sözleşmede açık bir şekilde yenileme üzerinde anlaşma yapıldığı zaman süre bittikten sonra franchise veren yenilemeyi reddederse bu durumda franchise alanın gördüğü zarara karşılık tazminat talebinde bulunma hakkı vardır<sup>570</sup>.

## 2. Taraflardan Birinin Yasal Kişiliğinin Sona Ermesi

Burada hukuk ve yargı, franchise tarafları arasındaki ilişkiye kişisel itibar niteliğini verme üzerinde anlaşma sağlamışlardır<sup>571</sup>.

Franchise sözleşmesi taraflarından birinin yasal kişiliğinin sona ermesi sözleşmenin sona erme sebeplerinden biri sayılmaktadır. Çünkü franchise sözleşmesi

<sup>566</sup> 03.06.1976'de çıkan 234 sayılı, Birinci Medeni Kurul, **Irak Temyiz Mahkemesi Kararı**, Adliye Hükümleri Mecmuası, sy: 1, 1976, s. 18-19.

<sup>567</sup> **HAMİD**, s. 110.

<sup>568</sup> 13.12.1952'de çıkan **Mısır Temyiz Mahkemesi Kararı**, Temyiz Kararları Mecmuası, c. 1, s. 108.

<sup>569</sup> **BEŞTÂVÎ**, s. 112.

<sup>570</sup> **MUGABGAB**, s. 245.

<sup>571</sup> **MÜŞERREF** Abdulalim, İdari Sözleşmeler Alanında Kişisel İtibar Düşüncesi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2003, s. 62.



kişisel itibara dayanan sözleşmelerden sayılmaktadır. Bu itibar sona erince sözleşmede sona erer<sup>572</sup>.

Sözleşmenin yapılması ve yerine getirilmesi, sözleşme ilişkisinde güvenilen kişinin şahsıyla bağlantılı olduğu zaman sözleşme kişisel itibara dayanır. Bağış, inşaat, dayanışma ve franchise sözleşmesinin de içinde olduğu iş sözleşmeleri bunun örneklerindedir<sup>573</sup>.

Bazen kanun açık bir şekilde bazı sözleşmelerin kişisel itibara dayandığını ifade etmektedir. Irak ve Mısır kanun koyucuları mukâvele<sup>574</sup> sözleşmelerinde bunu benimsemişlerdir. Zira İMK. 888. maddesinin 2. fıkrasında şunu ifade etmiştir: *“İnşaat sözleşmesi bir teknisyen ya da bir mimar mühendisle yapıldığı zaman sözleşme yapanın kişiliği her zaman sözleşmede dikkate alınır”*<sup>575</sup>.

Fransa kanun koyucu işçi ya da mühendis ya da sözleşme yapan kişinin ölmesi durumunda iş kiralama sözleşmesinin sona ereceğini kararlaştırmıştır<sup>576</sup>.

Bazı sözleşmelerde kişisel itibarın bulunması gerekir. Lisans ve franchise sözleşmeleri bunun örneklerindedir. Zira sözleşmeyi yapma etkeni kendisiyle sözleşme yapılan kişinin kişiliğidir. Bu kişinin gerçek (kişisel itibarın normal durumu) ya da ticari şirketler gibi tüzel kişi olması arasında fark yoktur. Zira sözleşme yapma etkeni; şirket ya da kurumun mali gücü veya onun sahip olduğu teknik bilgi ve teknolojinin önemi açısından ona olan güvendir. Buna istinaden sözleşme yapan kişi sözleşme etkeni olan kişisel itibar sonucu yükümlülüklerini kendisi yerine getirir. Sözleşme taraflarından birinin onayı olmadan diğerinin sözleşmede başkasını kendi yerine koyması mümkün değildir<sup>577</sup>.

Kişisel itibarın yok olması; ölüm, iflas, tasfiye ya da bunlar dışındaki sebeplerle olmaktadır. Zira franchise veren ya da alan kişiden herhangi birinin ölmesi

<sup>572</sup> **MERZÛK**, s. 662.

<sup>573</sup> **SÂSÂN** Reşid, Marka Kullanma Lisansını Dağıtma Sözleşmesi (Franchise Sözleşmesi), Temellendirme Girişimi, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2013, s. 226.

<sup>574</sup> **Mukâvele** sözleşmesi: Sözleşme taraflarından birinin diğer taraf için bir ücret karşılığında bir şeyi üretmesi ya da bir işi yerine getirmesini gerektiren bir sözleşmedir. 40 Sayılı **İMK**. 1951, m. 864; 131 Sayılı **MMK**. 1948, m. 646, f. 1.

<sup>575</sup> 40 Sayılı **İMK**. 1951, m. 888. f. 2; 131 Sayılı **MMK**. 1948, m. 666.

<sup>576</sup> **SÂSÂN**, s. 227.

<sup>577</sup> **SÂSÂN**, s. 228.

sözleşmenin sona ermesinin en önemli sebeplerinden biridir. Franchise alanın ölmesiyle pratik açıdan bu sebep gerçekleşir. Genelde franchise alan kişi gerçek kişi olmaktadır. Franchise veren kişi ise genelde tüzel kişidir<sup>578</sup>.

Taraflardan biri tüzel bir kişiye onun hukuki kişiliği, franchise veren ya da alanın normalde anonim olan şirketinin tasfiye edilmesiyle sona erer<sup>579</sup>. Bundan dolayı sözleşme yapan kişinin gerçek ya da tüzel kişi olması arasında ayırım yapmak gerekir. Bu konuyu aşağıda geldiği gibi açıklayacağız:

#### **a. Sözleşme Yapanın Gerçek Kişi Olması**

Sözleşme yapan kişi gerçek kişi ise burada onun yükümlülüklerini yerine getirmesini imkansız kılan birtakım sebepler bulunmaktadır. Bu da franchise sözleşmesinin sona ermesine yol açmaktadır. Bu sebepler de ölüm, iflas ve bunlar dışındaki sebeplerdir<sup>580</sup>. Aşağıda geldiği gibi bunların en önemlilerini açıklayacağız.

##### **a.a Sözleşme Yapanın Ölmesi**

Aslında sözleşme yapanın ölmesi sözleşmenin sona ermesine yol açmaz. Zira hak ve yükümlülükler varislere geçmektedir. Onlar, sözleşmeyi yerine getirmede ölenin yerine geçmektedirler. Lakin bu durum franchise sözleşmesinde gerçekleşmez. Çünkü franchise sözleşmesinde franchise veren ya da alan olsun taraflardan birinin ölmesi sözleşmenin sona ermesini gerektirmektedir. Zira franchise sözleşmesi kişisel itibara dayanan bir sözleşmedir. Sözleşme yükümlülüklerini yerine getirmede başkasının ölenin yerine geçmesi mümkün değildir. Böylece ölüm sözleşmenin bitmesine yol açan kişisel itibarı bitiren en önemli sebeplerden biridir<sup>581</sup>. Çünkü franchise verenin franchise alanla sözleşme yapmayı tercih etmesi; franchise alanın, franchise unsurlarını kapsamaması ve franchise veren için ticari başarıyı getirmesindeki kişisel gücüne dayanmaktadır. Buna karşılık franchise alanın franchise verenle sözleşme yapmaya yönelmesi; franchise verenin, ticari başarı

<sup>578</sup> MERZÛK, s. 662.

<sup>579</sup> MERZÛK, s. 662.

<sup>580</sup> SÂSÂN, s. 229.

<sup>581</sup> HADÎDÎ, İmtiyaz 2, s. 248.

sebeplerini özellikle de gizli olan teknik bilgileri franchise alana aktarmasındaki gücüne dayanmaktadır<sup>582</sup>.

Franchise sözleşmesi ve ona benzeyen özellikle de lisans verme ve mukâvele sözleşmeleri arasında sözleşmenin sona ermesiyle ilgili yakınlık olabilir. Lisans sözleşmesi içerik açısından franchise sözleşmesine yakındır. Mukâvele sözleşmesi ise franchise sözleşmesine daha çok yakındır. Zira mukâvele sözleşmesi, franchise sözleşmesi de dahil olmak üzere iş sözleşmeleri alanında kişisel itibar düşüncesini yerleştiren bir sözleşme sayılmaktadır<sup>583</sup>.

IMK'nın 888. maddesinin 1. fıkrası şunu ifade etmektedir: “Sözleşme yapanın kişisel yetenekleri sözleşmede itibar edilmişse sözleşme yapanın ölmesiyle mukâvele sözleşmesi sona erer”<sup>584</sup>.

Franchise sözleşmesinde kişisel itibar niteliğinin olmasıyla ilgili bir yasal metin olmamasına rağmen bu nitelik franchise sözleşmesinin kendisinde kararlaştırılabilir. Bazen kişisel itibar onda açık bir şart olarak geçmektedir. Bazen sözleşme maddelerinde bulunmamaktadır<sup>585</sup>.

#### **a.b. Sözleşme Taraflarından Birinin Ya da İkisinin İflas Etmesi**

Doğal olarak franchise veren ve alan, meslek şeklinde ticari işleri yapmaları sebebiyle tacir niteliğini kazanmaktadırlar. Bundan dolayı iflas kuralları onlar için de uygulanır. İflas sözleşmeyi sona erdiren sebeplerden biri sayılmaktadır. Bunun sonucunda franchise veren ve alan arasındaki yükümlülüklerin yerine getirilmesi mümkün değildir<sup>586</sup>.

1999 yılında çıkan 17 sayılı MTK. 623. maddesinde şunu ifade etmiştir: “Sözleşme kişisel itibarlara dayanıyorsa iki tarafı bağlayan ve iflas eden kişinin taraf olduğu sözleşme, iflas ilanı kararı verilmesi sonucu feshedilir”<sup>587</sup>.

Buna binaen franchise sözleşmesindeki iflasın etkisi ortaya çıkmaktadır. Zira franchise verenin iflas etmesi doğrudan franchise alanın faaliyeti üzerinde etkili

<sup>582</sup> SÂSÂN, s. 230.

<sup>583</sup> SÂSÂN, 232.

<sup>584</sup> 40 Sayılı **IMK**. 1951, m. 888. f. 1; 131 Sayılı **MMK**. 1948, m. 666.

<sup>585</sup> SÂSÂN, s. 232.

<sup>586</sup> **MERZÛK**, s. 663.

<sup>587</sup> 17 Sayılı **MTK**. 1999, m. 623; **Irak İflas Kanunu**, m. 638, f. 1.

olmaktadır. Zira bunun sonucunda sözleşme unsurları engellenir ve durur. Bu unsurlardan biri de teknik bilgi ve onun gelişmesidir. Aynı şekilde franchise verenin diğer bazı yükümlülüklerini yerine getirememesine yol açar. Böylece bu, doğrudan franchise alanı özellikle de mali yükümlülükler konusunda etkiler. Zira franchise verenin iflas etmesi sonucunda o kendi mallarında tasarruf yapma gücünü yitirmektedir<sup>588</sup>.

İflasın tehlikesi şirketlerde daha fazladır. Şirket ticari borçlarını ödemeyi durdurursa iflas ilan edilir<sup>589</sup>. Lakin şirketin iflasının ilan edilebilmesi için şirkette içerik ve biçim şartlarının bulunması gerekmektedir. Bu şartlar da şunlardır:

1. Şirketin tüzel bir kişiliğe sahip olması<sup>590</sup>,
2. Şirketin ticari bir şirket olması<sup>591</sup>,
3. Şirketin ticari borçlarını ödemeyi durdurması<sup>592</sup>,
4. İflas ilanı ile ilgili kararın verilmesi<sup>593</sup>.

Şirketin iflas etmesi genel olarak mal veya şahıs şirketlerin sona erme sebeplerinden sayılmaktadır. Çünkü şirketin iflas etmesi onun ticari yükümlülüğünü yerine getiremediği anlamına gelmektedir<sup>594</sup>.

Franchise sözleşmesi taraflarından birinin iflas etmesi durumunda diğer tarafın sözleşmeyi sona erdirme hakkı bulunmaktadır. Bu hak mahkemenin takdir yetkisine tabidir. Sözleşme kendiliğinden ya da kanun gücüyle sona ermez. Ancak sözleşmede kendiliğinden sözleşmenin feshedilmesini gerektiren feshedici bir şart bulunduğu zaman sözleşme kendiliğinden fesih olur<sup>595</sup>.

<sup>588</sup> **AHMED** Abdulfüdeyl, 1999 yılında çıkan 17 sayılı Mısır Ticaret Kanunu Hükümlerine Göre İflas, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2000, s. 52.

<sup>589</sup> **ŞEMSÂN** Hamûd, Kişilerin Ticari Şirketlerinin Tasfiyesi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Doktora Tezi, Kahire, Kahire Üniversitesi, 1994, s. 114.

<sup>590</sup> **ARAB** Subhî, Ticaret Hukuku ve İflasla İlgili Konferanslar, Cezayir, el-Kâhine Basımevi, 2000, s. 47.

<sup>591</sup> **RAŞÎD** Raşid, Ticaret Hukukunda Ticari Evraklar ve İflas, b. 4, Cezayir, el-Câmi'iyye Basımevi, 2004, s. 222.

<sup>592</sup> **ŞUVÂRBÎ** Abdulhamîd, İflas, b. 1, İskenderiye, el-Ma'ârif Yayınevi, 1995, s. 47.

<sup>593</sup> **UKAYLÎ** Azîz, İflas ve Koruyucu Uzlaşma Hükümleri, c. 1, Amman, Es-Sekâfe Yayınevi, 2005, ss. 19- 20.

<sup>594</sup> **KAYLÛBÎ**, Şirketler, s. 125.

<sup>595</sup> **NECCÂR**, ss. 153-154.

## b. Sözleşme Yapanın Tüzel Kişi Olması

Sözleşme esnasında bazen tüzel kişinin hukuki konumu değişmektedir. Bu da tasfiye yoluyla olmaktadır<sup>596</sup>.

### b.a. Şirketin Tasfiye Edilmesi

Hukukçular tasfiye için farkı tanımlar yapmışlardır. Onların bir kısmı onu şöyle tanımlamışlardır: “*Net malları belirlemek ve ortaklar arasında onları dağıtmak için şirketin ticari işlemlerini sonlandırması ve onun tüm hak ve borçlarını ödemesini amaçlayan tüm işlemlerdir*”<sup>597</sup>.

Tasfiyenin tanımı şöyle de yapılmıştır: “*Şirketin haklarını alması, mal varlığını belirlemesi, borçlarını ödemesi ve kalan malı ortaklar arasında dağıtmasıdır*”<sup>598</sup>.

Bu tanımlardan tasfiyenin, franchise sözleşmesi taraflarından birine tabi olan şirketin faaliyetini sona erdirmeye ilgili işler, önlemler ve işlemlerin toplamıdır. Bu da şirketin hak ve borçlarını belirlemekle olmaktadır. Hakların alınması, borçların ödenmesi ve şirketin menkul ve gayrimenkul mallarının satılmasından sonra şirketin malları belirlenir ve ortaklar arasında bölüştürülür<sup>599</sup>.

Irak kanun koyucu İŞK’da tasfiyeyle ilgili hükümleri 158-180. maddelerde düzenlemiştir<sup>600</sup>. Mısır kanun koyucu MMK’nın 532-537. maddelerinde tasfiye hükümlerini düzenlemiştir<sup>601</sup>.

Tasfiye uzun bir süreyi gerektirmektedir. Bundan dolayı tasfiye dönemi boyunca şirketin tüzel kişiliği kalmaya devam eder. Bu kişiliğin devam etmesi tasfiye için gerekli olan miktara bağlıdır<sup>602</sup>.

<sup>596</sup> RAŞİD, s. 234.

<sup>597</sup> UREYNİ Muhammed, Ticari Şirketler, b. 1, Beyrut, el-Câmi’a Basımevi, 2002, s. 100.

<sup>598</sup> SÂMÎ Fevzi, Ticari Şirketler Genel ve Özel Hükümler, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Amman, es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 2010, s. 58.

<sup>599</sup> ŞAHÂNEBE Abd, Ticari Şirketlerin Tasfiyesinin Hukuk Sistemi, b. 1, Amman, Evlâd-ı Osman Basımevi, 1992, s. 24.

<sup>600</sup> 21 Sayılı İŞK. 1997.

<sup>601</sup> 131 Sayılı MMK. 1948.

<sup>602</sup> HASENÎ Ahmedî, 1931-1989 Yılları Arasında 50 Yıl Boyunca Vergi Temyiz Yargısı ve Mısır Temyiz Mahkemesinin Kararlaştırdığı İlkeler, b. 1, İskenderiye, el-Ma’ârif Yayınevi, 1990, s. 802.

Tasfiye döneminde şirket kesin olarak sona erme yolundadır. Bundan dolayı kendi işleri ve sözleşmenin hesaplarını kapatması gerekir. Yeni işlere başlayamaz<sup>603</sup>.

Tasfiye dönemi boyunca şirketin tüzel kişiliğinin devam etmesi sonucu şunlar ortaya çıkar:

1. Tasfiye dönemi boyunca şirketin ortakların zimmetinden bağımsız bir zimmeti bulunmaktadır<sup>604</sup>.
2. Tasfiye dönemi boyunca şirket konumunu ve türünü korur<sup>605</sup>.
3. Tasfiye dönemi boyunca şirketin dava açma hakkı bulunmaktadır.<sup>606</sup>
4. Tasfiye dönemi boyunca şirket ismini korur. Şirketini adının yanında “tasfiye dönemindeki şirket” ifadesinin yazılması gerekmektedir. Gönderi ve faturalar gibi yaptığı tüm işlemlerde bu ifadenin zikredilmesi gerekir<sup>607</sup>.

Şirketin yaptığı zamana bağlı sözleşmeler tasfiye bitinceye kadar kalmaya devam eder. Buna bağlı olarak franchise sözleşmesi tasfiye dönemi boyunca kalmaya devam edecektir<sup>608</sup>.

Tasfiye dönemi boyunca franchise sözleşmesi sona ermezse şirketin dağılmasıyla o sona erer. Sözleşmenin ayakta olmayan bir oluşumla devam etmesi mümkün değildir. Zira franchise sözleşmesi şirketin sona ermesiyle sona erer<sup>609</sup>.

### 3. Sözleşmenin Feshedilmesi

Sözleşmenin feshedilmesinden maksat, sözleşme taraflarından biri yükümlülüğünü ihlal ettiği zaman sözleşme taraflarından birinin talebine binaen sözleşme bağının çözülmesidir. Bu taraflardan birinin yükümlülüğünü ihlal etmesine bir cezadır. Bunun gereği diğer taraf sözleşme bağını çözebilir ve sözleşmenin koyduğu yükümlülüklerden kurtulabilir. Bunun sonucunda sözleşme tarafları

<sup>603</sup> TAYYİB, s. 326.

<sup>604</sup> SEL'ÛS Muhyiddîn, Mal Şirketlerinin Tasfiyesi, Yüksek Lisans Tezi, Nablus, en-Necâhu'l-Vataniyye Üniversitesi, 2006, s. 28.

<sup>605</sup> ŞAHÂNEBE, s. 255.

<sup>606</sup> TAYYİB, s. 326.

<sup>607</sup> MAHREZ Ahmed, Ticari Şirketler, b. 1, Kahire, en-Nesrû'z-Zehebî, 2000, s. 247.

<sup>608</sup> MISRÎ Hasenî, Ticaret Hukuku ve Özel Sektör Şirketleri, b. 1, Kahire, Vehbe Hassân Basımevi, 1986, s. 135.

<sup>609</sup> HASENÎ, s. 802.

sözleşmeden önceki duruma dönerler. Öyle ki bayi sattığı ürünü, müşteri de ödediği parayı geri alır<sup>610</sup>.

MMK'nin 177. maddesi şunu ifade etmiştir: *“İki tarafı bağlayan sözleşmelerde taraflardan biri sözleşme yükümlülüğünü yerine getirmediği zaman diğer taraf uyarı yaptıktan sonra gerektiği takdirde tazminatla beraber sözleşmeyi feshetme talebinde bulunabilir”*<sup>611</sup>.

MMK. 157. maddesinin 1. fıkrasında buna benzer bir ifadeyi kullanmıştır. Sözleşmenin feshini taraflardan birinin yükümlülüğünü yerine getirmemesine bir ceza kılmıştır<sup>612</sup>. Sözleşme yapanlar fesih sonucu sözleşmeden önceki duruma dönerler<sup>613</sup>.

Ancak yeni yükümlülükler ortaya çıkaran süreli sözleşmelerinde bu kuralın önemli bir istisnası vardır. Çünkü bu sözleşmelerdeki fesih geriye dönük değildir. Onun etkisi sadece yerine getirilmeyen yükümlülüklerle sınırlıdır<sup>614</sup>. Aynı şekilde bu sözleşmelerde feshin etkisi geleceğe yöneliktir. Sözleşme tarafları için geçmişte meydana gelenleri etkilememektedir. Zarar görenlerin tazminat talebinde bulunma hakları vardır<sup>615</sup>.

Sözleşmenin feshedilebilmesi için sözleşme yapan taraflardan birinin tüm ya da bir kısım yükümlülüklerini yerine getirmemesi veya istenen şekilde onları yerine getirmemesi ya da belirlenen sürede onları yerine getirmeye geç kalmasını gerektirmektedir<sup>616</sup>.

Franchise verenin sözleşmeyi feshetme hakkı olduğu durumlar bazen sözleşmede belirlenmektedir. Öyle ki franchise alanın yükümlülüklerini büyük bir

<sup>610</sup> **ABDULBÂKÎ** Abdulfettâh, Sözleşme Teorisi ve Tek Taraflı İrade, b. 1, Kahire, Nehda Basımevi, Mısır Basımevi, 1984, s. 611.

<sup>611</sup> 131 Sayılı **MMK**. 1948, m. 177.

<sup>612</sup> **MMK**. m, 157; f. 1; **SMK**, m. 158; **Lübnan Yükümlülükler Kanunu ve Sözleşmeleri**, m. 172: *“İki tarafı bağlayan sözleşmelerde taraflardan biri sözleşme yükümlülüğünü yerine getirmediği zaman diğer taraf uyarı yaptıktan sonra gerektiği takdirde tazminatla beraber sözleşmeyi feshetme talebinde bulunabilir”*.

<sup>613</sup> 131 Sayılı **MMK**. 1948, m. 160.

<sup>614</sup> **BEŞTÂVÎ**, s. 113.

<sup>615</sup> **KEYLÂNÎ**, s. 486.

<sup>616</sup> **CEMÂL** Mustafa, Yükümlülüklerin Genel Teorisi, b. 1, Beyrut, el-Câmi'iyye, s. 254.

şekilde ihlal ettiği kabul edilen durumlar sözleşmeye eklenir<sup>617</sup>. Sözleşmede bu tür durumlar zikredilmezse genel kurallara başvurulabilir. Bu tür durumlar örneğin:

1. Sözleşme parasının ödenmemesi. Zira sözleşme karşılığının ödenmesi franchise sözleşmesinde temel yükümlülüklerden sayılmaktadır. O karşılık aynı zamanda sözleşmenin ekonomik niteliğidir. Bundan dolayı franchise alan kişi, üzerinde anlaşma yapılan sürede karşılığı vermesi gerekir. Eğer franchise alan; sözleşme parasını ödemezse franchise veren, belli süre içinde onun yükümlülüğünü yerine getirmesi gerektiği uyarısını ona yaptıktan sonra sözleşmeyi feshetme ve tazminat talebinde bulunma hakkı olur<sup>618</sup>.

2. Sözleşme yükümlülüklerini ihlal etmek. Örneğin franchise alan, franchise ağının yararı için gerekli ilanları yapmazsa bu durum franchise verene sözleşmeyi feshetme talebinde bulunma hakkını verir<sup>619</sup>.

3. Kaliteye bağlı kalmamak<sup>620</sup>.

4. Franchise verenin fikri mülkiyet haklarını çiğnemek.<sup>621</sup>

5. Hileli bir bütçe sunmak<sup>622</sup>.

6. Franchise alanın sırları ifşa etmesi<sup>623</sup>.

7. Haksız maddeler. Haksız maddelerin sözleşmede bulunması sözleşmenin feshedilmesi için bir gerekçedir<sup>624</sup>. Haksız madde örneklerinden bazıları şunlardır:

a. Franchise alanın kendisine ait olan tüm haklardan franchise veren için vazgeçmesi. Bu haklar yasa ve yönetmeliklere göre franchise alanın haklarındandır. Bu madde sözleşmeye konulursa bu durum sözleşmeyi feshetmeye gerekçe olan haksız bir madde olur<sup>625</sup>.

b. Örneğin temel ispat kurallarının değiştirilmesi gibi emredici yönetmeliğe aykırı bir şekilde anlaşma yapmak. Diyelim ki ispat yükümlülüğünü

<sup>617</sup> CEMÂL, 1987, s. 254.

<sup>618</sup> HAMÎD, s. 119.

<sup>619</sup> BEŞTÂVÎ, s. 114.

<sup>620</sup> TAYYİB, s. 333.

<sup>621</sup> TAYYİB, s. 333.

<sup>622</sup> BEŞTÂVÎ, s. 114.

<sup>623</sup> ŞEFİK, Maddi Menkullerin, s. 119.

<sup>624</sup> MUGABGAB, s. 249-250.

<sup>625</sup> İMRÂN Muhammed, Sözleşmeyi Oluşturma Esnasında Tüketiciyi Korumak, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'yye Basım ve Yayın, 2003, s. 32.



franchise alana yükleyen bir madde sözleşmede geçmektedir. Hâlbuki ispat kuralları ispat yükünü franchise verene yükler<sup>626</sup>.

c. Sözleşmenin tüm ya da bir kısım maddelerini özellikle para ya da ürün ve hizmetin teslim edilmesiyle ilgili maddeleri değiştirme hakkını sadece franchise veren kişiye veren bir maddenin bulunması<sup>627</sup>. Bundan dolayı taraflardan herhangi biri temel yükümlülüklerini yerine getirmediği durumda sözleşme feshedilir. Çünkü fesih, teknik bilgi aktarma sözleşmeleri alanında istenmeyen cezalardan sayılmaktadır. Zira fesih özellikle de sözleşmenin önemli bir kısmı yerine getirildikten sonra gerçekleştiğinde vahim ekonomik sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Ama sözleşmenin başında fesih gerçekleşirse onda bir beis yoktur<sup>628</sup>.

#### 4. Anlaşmalı Fesih Şartı

Anlaşmaları fesih iki tarafı bağlayan sözleşme taraflarının yararı için yasal olarak kararlaştırılan bir haktır. Öyle ki yargıya başvurmadan her bir tarafın sözleşmeyi feshetme hakkı bulunmaktadır<sup>629</sup>.

Sözleşme yapanlar sözleşme yapıldığı zaman onlardan birinin yükümlülüğünü yerine getirmeyeceğini öngörmektedirler. Dolayısıyla onlardan biri yükümlülüğünü yerine getirmediği zaman yargı kararına ihtiyaç duyulmadan sözleşme kendiliğinden feshedilmiş sayılacağı üzerinde anlaşma yapmaktadırlar. Bu şart doğru bir şarttır. IMK'nın 178. maddesi<sup>630</sup> de buna izin vermiştir<sup>631</sup>.

MMK. 158. maddesinde şunu ifade etmiştir: “Sözleşmeden kaynaklanan yükümlülükler yerine getirilmediği zaman yargı kararına başvurmaya ihtiyaç duyulmadan sözleşmenin kendiliğinden feshedilmiş sayılacağı üzerinde anlaşma yapılabilir”<sup>632</sup>. Bundan dolayı sözleşme yapanlar, franchise sözleşmesinde sözleşme

<sup>626</sup> ŞEHİD Kâde, Üreticinin Medeni Sorumluluğu, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, İskenderiye, el-Câmi’atü’l-Cedîde Yayınevi, 2007, s. 271.

<sup>627</sup> ABDUSSELÂM, İtaat s. 50.

<sup>628</sup> ŞEFİK, Teknoloji, s. 85-98.

<sup>629</sup> SENHÜRÎ, Yükümlülük Kaynakları, s. 693.

<sup>630</sup> 40 Sayılı IMK. 1951, m. 178: “Sözleşmeden kaynaklanan yükümlülükler yerine getirilmediği zaman yargı kararına başvurmaya ihtiyaç duyulmadan sözleşmenin kendiliğinden feshedilmiş sayılacağı üzerinde anlaşma yapılabilir”.

<sup>631</sup> BEKRÎ Abdülbâkî, IMK’da Yükümlülük Teorisi, b. 1, Bağdat, Senhürî, 2015, s. 179.

<sup>632</sup> 131 Sayılı MMK. (1948), m. 158.

süresi sona ermeden önce onlardan biri ya da ikisinin sözleşmeyi fesih edebilmesi üzerinde anlaşılabilir. Bunun açık bir şekilde sözleşmede belirtilmesi gerekir<sup>633</sup>.

Anlaşılmalı fesih şartı sonucu sözleşme sadece geleceğe yönelik fesih olur<sup>634</sup>.

## 5. Sözleşmenin Butlanı

Sözleşmenin düzgün olabilmesi için sözleşmede bulunması gereken şart ve esaslar vardır. Bu esaslardan birinin olmamasıyla sözleşme geçersiz ya da geçersiz olmaya elverişli olur<sup>635</sup>.

Geçersizlik şu şekilde tanımlanmıştır: *“Yasaya aykırı bir şekilde meydana gelen yasal bir davranışa eklenen bir niteliktir. O, davranışın geçersiz olmasına yol açar”*<sup>636</sup>.

Burada sözleşmenin butlanı ve feshedilmesi arasında fark vardır. Sözleşme feshedildiği durumda sözleşme doğru bir şekilde yapılmıştır. Lakin taraflardan birinin iki tarafı bağlayan sözleşmede yükümlülüğü yerine getirmemesi onun sona ermesine yol açmaktadır. Geçersizlik ise sözleşme esaslarından birinin kusurlu olması sebebiyledir<sup>637</sup>.

Aşağıda gelen durumlarda franchise sözleşmesinin butlanı talep edilebilir:

1. Franchise veren dolandırıcılık yapar ve franchise alana sunulan rakamları gerekçelendiremezse.
2. Örneğin franchise veren için gerekli olan şöhret, özgün teknik bilginin gizliliği ve franchise alana sunulması gereken yardım olmadan franchise üzerinde anlaşmanın yapılmasında olduğu gibi sözleşmenin esaslarından biri olarak sebebin olmaması durumu.
3. Franchise veren tarafından franchise alana sunulan bölgenin belirlenmemesi.
4. Sözleşmeyle ilgili detaylı belgelerin sözleşme imzalanmadan önce franchise alana verilmemesi.

<sup>633</sup> 24.04.1977 yılında çıkan 561 sayılı **Irak Temyiz Mahkemesi Kararı**, Dördüncü Medeni Kurul, Adliye Kararları Mecmuası, sy: 1, s. 21.

<sup>634</sup> **HAMİD**, s. 120.

<sup>635</sup> **TAYYİB**, s. 318.

<sup>636</sup> **TAYYİB**, s. 315.

<sup>637</sup> **BEŞTÂVÎ**, s. 115.

5. Franchise konusu olan ürün ve hizmetlerin belirlenmemesi<sup>638</sup>.

## 6. Ekonomik Değerin Yitirilmesi

Sözleşme konusu olan teknik bilginin ekonomik değerinin kaybolması ya da onun gizliliğinin yok olmasıyla franchise sözleşmesi sona erer. Teknik bilgi gizlilikle nitelenmektedir. Gizlilik ise herkes tarafından bilinmemesi anlamına gelmektedir. Ancak aynı faaliyetle meşgul olanlar o bilgileri bilebilirler<sup>639</sup>.

Teknik bilginin gizliliğinin ortaya çıkması onun ekonomik değerinin yok olmasıdır. Bundan dolayı patentin teknik bilgi üzerine kaydedilmemesi gerekir. Zira patentin tescil edilmesi onun gizliliğini ortadan kaldırır ve onda olan hakkın niteliğini değiştirir<sup>640</sup>. Bundan dolayı teknolojiyi uluslararası piyasaya sürmeye çalışan çok uluslu büyük projeler, bu teknolojinin kendi değerini yitirmemesi için bilimsel araştırmayla onun gelişmesi ve yenilenmesi üzerinde çalışmaktadırlar. Ayrıca evrensel çapta kendi ürünlerini artırmak ve piyasasını genişletmek suretiyle teknolojinin izin verdiği ölçüde onun ayrıcalıklarını elde etmek için bu yenileme üzerinde çalışmaktadırlar<sup>641</sup>.

## 7. Franchise Alanın Başkasına Franchise Vermesi

Burada hukuk doktrini ve yargı franchise ilişkisine kişisel itibar niteliğini verme üzerinde anlaşmışlardır. Bu düşüncenin temeli franchise veren ve alan arasındaki özel ilişkidir. Bu ilişki franchise kavramını geliştirmek ve ilerletmek için onlar arasında devam eden bir dayanışma ve franchise'ın başarısı ve büyük sonuçlar gerçekleştirmek için sürekli çalışmaktır. Franchise alanın seçilmesi, ona kişisel itibar vermede büyük bir rol oynamaktadır. Franchise projesini başkasına verme, franchise vereni ve onun tüm ağını etkilemektedir<sup>642</sup>.

Franchise veren ve alan, franchise alanın franchise sözleşmesinden vazgeçme ya da onu başkasına gizliden verme imkanının olduğu üzerinde anlaşma yaparlarsa franchise alan da bu hakkı kullanırsa franchise verenin sözleşmesini feshetme

<sup>638</sup> BEŞTÂVÎ, s. 115-116.

<sup>639</sup> ABBÂS Muhammed, Endüstri Kanunu, b. 1. Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, s. 104.

<sup>640</sup> İSA, Teknoloji Aktarımı, s. 122.

<sup>641</sup> SA'DÎ, s. 38.

<sup>642</sup> MÜŞERREF, s. 62.

talebinde bulunma hakkı yoktur. Lakin bu tür bir sözleşme yoksa franchise alan da sözleşmeden vazgeçerse ya da gizliden onu başkasına verirse franchise alanın sözleşme maddelerini ihlal etmesi sebebiyle franchise verenin franchise sözleşmesini feshetme hakkı vardır. Çünkü sözleşmede franchise alanın kişiliğine itibar edilmektedir<sup>643</sup>.

## **B. Sözleşmenin Sona Ermesi Sonucunda Ortaya Çıkan Etkileri**

Franchise sözleşmesinin özel niteliğinden dolayı sözleşme tarafları arasındaki bazı ilişkiler sözleşmenin sona ermesinden etkilenmemektedir. Zira feshin geriye dönük bir etkisi yoktur. Burada sözleşmenin sona ermesi sonucu bazı etkiler ortaya çıkmaktadır. Onlara bağlı kalmak gerekir. Zira sözleşme, teknik bilgi ve markanın korunmasıyla ilgili etkiler ortaya çıkarmaya devam etmektedir. Onların franchise alan tarafından korunması gerekir. Zira franchise verenin mesleki sırlarını ifşa etmek franchise ağını zarar vermektedir<sup>644</sup>. Bundan dolayı markanın korunması için gizliliğe bağlı kalmak zorunludur. Bundan dolayı franchise alan, sözleşme devam ettiği esnada var olan yükümlülüğe bağlı kalması hatta sözleşme sona erdikten sonra da bu bağlılığa devam etmesi gerekir. Franchise alan sözleşmeden sonraki dönemde rekabet etmemekle yükümlüdür<sup>645</sup>.

Franchise sözleşmesi sona erdikten sonra franchise alana yüklenen en önemli yükümlülükleri inceleyeceğiz:

### **1. Gizliliği Korumak**

Franchise alanın yükümlülüklerinden biri ürettiği ürünlerin teknik, ticari ve endüstriyel sırlarını koruması gerekir. Aynı şekilde iş ve işyeriyle ilgili mesleki sırları tutması gerekir. Çünkü onları ifşa etmek franchise verenin yararına zarar vermektedir. Sözleşmeleri yerine getirmedeki iyi niyet ilkesi ve iş ilişkilerindeki samimiyet ve güven görevi, sırları koruma yükümlülüğünü gerektirmektedir<sup>646</sup>.

Bu sırlar; üretim yöntemi, iş yerindeki işler ve faaliyetler ya da franchise verenin iş yeriyle ilgili tüm bilgilerdir. Yasa ya da örf bu bilgilerin gizli tutulmasını

<sup>643</sup> HAMÎD, s. 119.

<sup>644</sup> TAYYİB, s. 335.

<sup>645</sup> BEŞTÂVÎ, s. 116.

<sup>646</sup> TAYYİB, s. 337.

zorunlu kılmıştır. Öyle ki onların ifşa edilmesi sonucunda franchise verenin iş yerine zarar verilmekte ya da onun güveni sarsılmaktadır. Franchise verenin projesinin rekabet etme gücüyle ilgili her türlü bilgi gizlilik çerçevesine girmektedir. Franchise alanın onları koruması gerekir. Bu bilgilerin projenin manevi malları ya da maddi işleriyle ilgili olması arasında fark yoktur<sup>647</sup>.

İş sırlarını koruma yükümlülüğü sözleşmede ele alınmasa dahi franchise alan kişi bununla yükümlüdür. Çünkü yükümlülük kanunda bulunmaktadır. Bu yükümlülüğün franchise sözleşmesinde ele alınması şart değildir. Bu yükümlülük sözleşmede ele alınırsa bu, sırf o yükümlülüğü hatırlatma olur, onu oluşturan değildir<sup>648</sup>.

Franchise alan kişinin sözleşmeyi sona erdirip öğrendiği bilgileri daha sonra franchise verene rakip olan bir kişinin yararı için kullanmasında olduğu gibi franchise alanın yapabileceği hilelerin engellenmesi için franchise sözleşmesi sona erdikten sonra da franchise alan kişi sırları korumakla yükümlüdür. Aynı şekilde franchise alan kişi sözleşme sona erdikten sonra kendi özel projesi için bu sırları kullanması yasaktır<sup>649</sup>. Bundan dolayı yasaların çoğu, açık bir şekilde franchise alanın sözleşmeden sonra dahi franchise verenin mesleki sırlarını korumakla yükümlü kılmıştır. Bununla ilgili yasal bir metin olmadığı zaman franchise veren, kendi sırlarının korunmasını istediği zaman sözleşme sona erdikten sonra dahi iş sırlarını koruma yükümlülüğünü sözleşmede belirtmesi gerekir<sup>650</sup>.

## 2. Sözleşme Unsurlarını Kullanmamak

Franchise alanın sözleşme sona erdikten sonra teknik bilgi, marka ve teknik yardım gibi sözleşmenin tüm manevi unsurlarını kullanmaktan uzak durması gerekir. Aynı şekilde bu unsurlarla ilgili tüm maddi belgeleri teslim etmesi gerekir. İş yeri panolarında marka ve işaretleri kullanmaması gerekir<sup>651</sup>.

<sup>647</sup> TAYYİB, s. 337.

<sup>648</sup> 71 Sayılı İÇK. 1987, m. 35; 131 Sayılı MMK. 1948, m. 56.

<sup>649</sup> BEŞTÂVÎ, s. 116-117.

<sup>650</sup> DİYÂB Salâh, Bireysel İş İlişkilerinde Çalışanın Güven ve Samimiyet Yükümlülüğü, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2002, s. 98-106.

<sup>651</sup> HADÎDÎ, İmtiyaz 1, s. 279.

Franchise alanın reklam tabelalarını ve ambalaj kutularını geri çekmesi gerekir. Bazı durumlarda üretimde kullanılan bina ve araç gereçleri teslim etmesi gerekir<sup>652</sup>.

Bunun yanı sıra kendisine lisans verilen kişinin projenin dış şekli ve iç tasarımını kullanmaması gerekir. Franchise alanın, tüketicinin onun önceki franchise faaliyetini kullanmaya devam ettiğini sanması gibi bir karışıklığa sebep olan her türlü şeyi ortadan kaldırması gerekir<sup>653</sup>.

Lakin franchise alan, sözleşme boyunca teknik bilgiyle iş yaptığı için teknik bilginin onun zihninden çıkması mümkün değildir. O zaman sözleşme yapanlar bu durumu düzenlemişlerse sözleşmenin maddelerine başvurulması gerekir. Bazen franchise alanın belli bir süre teknik bilgiyi kullanması engellenmektedir. Ama bu konuyla ilgili sözleşmede bir şey geçmezse franchise verenin izni olmadan franchise alanın bu bilgiyi kullanması mümkündür. Lakin franchise alanın bu bilgileri sözleşme dışında üçüncü bir kişiye ulaştırması yasaktır<sup>654</sup>.

Lakin bununla ilgili genel kural franchise alanın bu unsurları kullanmaması ve bu unsurlarla ilgili tüm maddi belgeleri franchise verene teslim etmesidir. Yoksa yasal olmayan rekabet işlerinden birini yapmış sayılır. Bu durumda franchise verenin franchise alana karşı yasa dışı rekabet davası açma hakkı vardır<sup>655</sup>.

### 3. Benzer Faaliyette Bulunmamak (Rekabet Etmemek)

Bazen franchise sözleşmesi, franchise alanın sözleşme sona erdikten sonra franchise verenin faaliyetine benzer bir faaliyette bulunmasını yasaklayan bir şart içermektedir. Yani franchise veren kişi, sözleşme yaptığı zaman franchise alanın tüm bilgileri kullanmamasını, belli bir coğrafi bölgede ve belli bir zamanda franchise alanın rekabet eden bir faaliyeti yapmasına engel olmayı istemektedir. Bu da franchise alanın yararlandığı teknik bilgiyi korumak içindir. Franchise sözleşmelerinin çoğu bu şartı içermektedir<sup>656</sup>.

<sup>652</sup> MERZÛK, s. 665.

<sup>653</sup> MERZÛK, s. 665.

<sup>654</sup> SEMÂVÎ, s. 343.

<sup>655</sup> TAYYİB, s. 341.

<sup>656</sup> HADÎDÎ, İmtiyaz 1, s. 279.

Franchise alanın rekabet etmeme yükümlülüğü iki aşamada olmaktadır. Birinci aşama sözleşme devam ettiği esnada olmaktadır. Bu da rakip ola ürün satışı yapmamak ve bu amacı taşıyan iş yerini açmamaktır. Diğer aşama ise sözleşme sona erdikten sonra olmaktadır. Zira bu aşamadaki rekabetten uzak durmak geçicidir<sup>657</sup>.

Sözleşme sona erdikten sonra genelde daha önce franchise alan kişi, franchise veren tarafından kendisine sunulan tecrübe ve bilgiyle öğrendiği faaliyet alanında iş ve ticarete devam etmeyi istemektedir. Ancak bu istek franchise veren kişi için bazen yasa dışı bir rekabeti oluşturmaktadır. Franchise veren kişi kendini ve sözleşmeden sonra rekabete maruz kalabilecek teknik bilgiyi korumak için birtakım şartlar koymaktadır. Bu şartlar ağin yararını korumayı ve onu savunmayı amaçlamaktadır. Bu şartlar; rekabet etmeme, rekabet eden bir ağa katılmamadır<sup>658</sup>.

Franchise sözleşmesi sona erdikten sonra aynı ticari faaliyete devam etmek isteyen kişi, iki seçenikle karşı karşıyadır. Birincisi aynı faaliyette bulunmasıdır. O zaman sözleşmede belirtilen rekabet etmeme süresi bazı sözleşmelerde uzun olmasına (5 yıl) rağmen o sürenin bitmesini beklemelidir. İkinci seçenek ticari faaliyeti bırakması ve farklı bir faaliyeti araştırmasıdır. Bunun sonucunda ticari aslını ve müşterileri kaybeder ve ticari zarar ortaya çıkar<sup>659</sup>.

Rakip bir ağa katılmama şartı ise franchise alanın sözleşme boyunca franchise verenden aldığı teknik bilgilerin gizliliğini koruma şartının bir uzantısıdır. Bu yasak tüm ticari faaliyetleri kapsamamaktadır. Zira franchise alan kişinin franchise verene rakip olmayan başka bir ağa katılma ve farklı bir faaliyette bulunması mümkündür<sup>660</sup>. Tüm bu durumlarda rekabet etmeme yükümlülüğünün şartı, bu yükümlülüğün şartlarının bulunduğunu teyit eden hakimin takdir yetkisine bağlıdır<sup>661</sup>.

<sup>657</sup> **GANAYİM** Sa'îd, Sistem ve Uygulamada Ticari Lisans Sözleşmesi, İşler Kanununda Bir Yüksek Lisans Tezi, Kazablanka, 1998-1999, s. 51.

<sup>658</sup> **GANAYİM**, s. 51.

<sup>659</sup> **BEKÛRÎ** Hannân, Ticari Lisans Sözleşmesi, Özel Hukuk Alanında Doktora Tezi, Ribât, Hukuk Ekonomi ve Sosyal Bilimler Fakültesi, 2003, s. 223.

<sup>660</sup> **TAYYİB**, s. 244.

<sup>661</sup> **TAYYİB**, s. 344.

#### 4. Tüm Vadeli Meblağların Ödenmesi

Franchise sözleşmesinin sona ermesi ve faaliyetin durmasıyla tüm borçlar franchise alan ve verene ödenir. Onlardan her biri alacağını alır ve borcunu öder. Zira tüm mallar iade edilir. Tüm hak ve yükümlülüklerin hesabı yapılır. Üzerinde anlaşma yapılan tüm süreler sona erer<sup>662</sup>.

#### 5. Telefon, Faks ve İnternet Hatlarının Tümünün İptal Edilmesi

Franchise sözleşmesi sona erdiği zaman telefon, faks ve internet hatlarının tümü iptal edilir. Zira bunlar ticari işleri kolaylaştırmanın temel araçları sayılmaktadır. Lakin franchise alan kişi rakip olmayan başka bir faaliyeti yapmak istediği zaman bu hatları kullanmaya devam etmesi serbesttir. Bu hatların onun adına olması şarttır<sup>663</sup>.

#### 6. Geride Kalan Stok Ürünlerinin Geri Verilmesi Yükümlülüğü

Franchise sözleşmesi sona erdiği durumda genelde franchise alanın yanında franchise verenden satın aldığı stok ürünler bulunmaktadır. Sözleşme sona ermeden önce onları bitirmesi mümkün değildir. Artık var olan markayı kullanma hakkı olmadığı için o ürünleri kullanması zor hale gelmektedir. Eğer sözleşme bittikten sonra o markayı kullanırsa yasa dışı bir yolla franchise verenle rekabet etmiş sayılır. Bu sorun ancak proje, bir hizmet olursa ortaya çıkmamaktadır<sup>664</sup>.

Genelde sözleşmede franchise verenin stok edilen ürünleri geri almasını gerektiren şartı ele alınmaktadır. Bu durumda franchise veren, franchise alanın yanında kalan ürün ve malları geri almakla yükümlüdür. Bu ürünlerin fiyatını belirleme sorunu ortaya çıkmaktadır. Ancak genel piyasadaki fiyat esası ya da sözleşmede geçtiğine göre ya da adli bilirkişiye başvurularak fiyatlar belirlenmektedir<sup>665</sup>.

Franchise veren kişi, franchise alanın ürünleri pazarlamaya devam etmesine izin verebilir. Franchise alan kişinin ürünleri pazarlamada bağlı kalması gereken

<sup>662</sup> MUGABGAB, s. 239.

<sup>663</sup> SEBİL, s. 106.

<sup>664</sup> BEŞTÂVÎ, s. 119.

<sup>665</sup> TAYYİB, s. 346.



sürenin belirlenmesi üzerinde anlaşma yapılı<sup>666</sup>. Ama stok edilen ürünlerin franchise veren tarafından geri alınmasını gerektiren bir şart sözleşmede geçmezse bu durumda zarar gören franchise alan kişinin franchise verenin stoklanmış ürünleri geri almasını talep etmek için yargıya başvurma hakkı olur. Çünkü sözleşme sona erdikten sonra onun franchise ağı dışında onları satma imkanı yoktur<sup>667</sup>.

Geride kalan depo ürünlerinin sorununu çözmek, ekonomik dengeyi gerçekleştirmek ve franchise alana verilen zararı hafifletmek için franchise verenin geride kalan depo ürünlerini geri alması ya da bu ürünleri satma yolunu üretmesi gerekir. Çünkü depo ürünlerinin franchise alanın yanında kalması, rekabet şartını ihlal edecek şekilde onun bu ürünleri satmasına ya da harcamasına ve yasa dışı rekabet suçunu işlemesine yol açacaktır<sup>668</sup>.

## **II. TÜRK HUKUKUNDA FRANCHİSE SÖZLEŞMESİNİN SONA ERMESİ VE ONUN ETKİLERİ**

### **A. Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesinin Sebepleri**

#### **1. Sözleşmenin Taraflarca Kararlaştırılan Sürenin Bitimiyle Sona Ermesi**

Franchise sözleşmesi doğal olarak sözleşme tarihinin dolması ile sona erer<sup>669</sup>. Bu süre sözleşmenin akdedilme tarihinden ya da yürürlüğe girme tarihinden itibaren başlayabilir<sup>670</sup>. Fakat bunun gerçekleşmesi için taraflardan birinin sözleşmede öngörülen sürenin dolmasından önce, sürenin dolumundan sonra artık sözleşme ile bağlı olmayacağına dair irade beyanında bulunması gerekir. Aksi takdir sözleşmesel ilişki belirsiz bir süre için yenilenmiş sayılır<sup>671</sup>.

Uygulamadaki franchise sözleşmeleri, çoğunlukla, bir asgari süre için akdedilmekte ve bir uzatma kaydı içermektedir. Dolayısıyla belirlenen sürenin dolması ile franchise sözleşmesinin sona ermesi uygulamada seyrek rastlanan bir durumdur. Uzatma kaydında, genelde olduğu üzere, belirli bir uzama süresi

<sup>666</sup> BEŞTÂVÎ, s. 119.

<sup>667</sup> TAYYİB, s. 347.

<sup>668</sup> SEBÎL, s. 105.

<sup>669</sup> ŞOĞUR Macide, İşletme Sistemi Olarak Franchising, İstanbul, 1993, s.16.

<sup>670</sup> ENGEL Pierre, Contrats de Droit Suisse, Berne, 2000, s.794.

<sup>671</sup> KIRCA, s.171.

öngörülmüşse, sözleşme belirli bir süre için uzar; eğer bu öngörülmemişse sözleşme belirsiz süreli olarak uzar<sup>672</sup>.

## 2. Sözleşmenin Olağan Fesih Yoluyla Sona Erdirilmesi

Doktrindeki hakim görüş ve Yargıtay'ın yerleşik içtihadına göre franchise sözleşmeleri sürekli borç ilişkisi kurar. Fakat edim yükümlülüklerinin sürekli devam etmesi kişi hürriyetine aykırılık teşkil eder. Olağan fesih imkanının taraflara tanınmasının gerekçesi bunun önüne geçmektir. Böylece karşı tarafa yöneltilecek tek taraflı bozucu bir irade beyanıyla sözleşme ileriye etkili olarak sona erdirilebilir.

Olağan fesih imkanı kural olarak sadece belirsiz süreli sözleşmelerde vardır. Çünkü belirli süreli sözleşmelerde yukarıda belirtilen endişe, yani kişilik haklarının ihlali, yersiz kalacaktır. Bunun iki istisnası olabilir. İlki, sözleşmenin belirli süreli olarak kurulmasıyla beraber öngörülen sürenin kişilik hakları ihlali yaratacak şekilde uzun olmasıdır. İkincisi ve daha çok karşılaşılan istisna ise belirli süreli bir sözleşmede açıkça taraflara olağan fesih imkanı verilmesidir<sup>673</sup>.

Olağan fesih hakkının nasıl kullanılacağı, yani feshi ihbar süresi ve fesih dönemi, sözleşmede belirtilmişse bunlara riayet edilmelidir. Fakat bu hususun sözleşmede belirtilmediği durumlarda ne yapılması gerektiği doktrinde tartışmalıdır.

### a. Fesih Süresi

Olağan fesih hakkının nasıl kullanılacağına sözleşmede belirtilmediği durumlarda bu hakkın nasıl kullanılması gerektiği konusunda İsviçre doktrinindeki hakim görüş adi şirketlerin sona ermesine ilişkin m. 546 OR'nin (TBK m.536) kıyasen uygulanması ve 6 aylık bir fesih süresinin kabulüdür. Buna karşın İsviçre Federal Mahkemesi 26 Mart 1992 tarihli bir kararında, önüne gelen franchise sözleşmesindeki fesih uyuşmazlığını, m. 336 vd. OR'daki hizmet sözleşmesine ilişkin hükümlere kıyasen çözmeyi uygun bulmuştur<sup>674</sup>. Alman doktrinindeyse her iki görüş de destekçi bulmaktadır.

<sup>672</sup> GÜRZÜMAR, s.169.

<sup>673</sup> GÜRZÜMAR, s.169.

<sup>674</sup> GÜRZÜMAR, s.170.

Türk doktrininde ise olağan feshin nasıl olacağı konusunda kayıtlar içermeyen belirsiz süreli franchise sözleşmelerinde, fesih süresi ve döneminin tespiti yapılırken, franchise alanın lehine kullanılması gereken iki husus dikkate alınması gerektiği savunulmuştur: Bunlardan biri, franchise alan tarafından franchise işletmesine yapılan yatırımın amortizasyonu, diğeri ise, sözkonusu işletmenin değiştirilmesi (reorganizasyonu) için gerekli olan hazırlık süresidir<sup>675</sup>. Bu itibarla fesih sürelerinin uzun olması franchise alanın menfaatinedir; öyle ki, bu sürenin franchise alanın yatırımlarını amortize edemeyecek kadar kısa olması, onun ekonomik açıdan çökmesi anlamına gelebilir<sup>676</sup>. Çünkü franchise alan ile franchise veren arasındaki ilişki yoğun bir ekonomik bağımlılığı beraberinde getirir.

Bu bağlamda, hizmet akdinde ve acenteye ilişkin hükümlerde öngörülen sürelerin franchise-alanın menfaatlerine aykırı olacak kadar kısa olduğu anlaşılmaktadır. Ancak franchise işletmesinin reorganizasyonu için gerekli hazırlık süresi somut olayda çok uzun olabileceği, franchise verenden de tahsis ne kadar uzun sürerse sözleşmenin sona erme tarihinin de o kadar ertelenmesine katlanması beklenemeyeceği için, ihbar süresinin somut olarak belirlenmesinde yarar vardır<sup>677</sup>. Bu durumda, iki tarafın da menfaatlerini nazara alan ve TBK m. 536'da öngörülen altı aylık sürenin kıyasen uygulanması isabetli olacaktır.

Altı aylık feshi ihbar süresi franchise sözleşmesinin her iki tarafı için de geçerli olmalıdır. Taraflar için farklı fesih sürelerinin kararlaştırılmayacağı, İsviçre ve Almanya'da acentelik sözleşmesi ile ilgili hükümlerde öngörülmüştür<sup>678</sup>. Türk Ticaret Kanunu'nda yer almasa da altı aylık sürenin her iki taraf için de geçerli olduğu kabul edilmelidir.

### **3. Sözleşmenin Olağanüstü Fesih Yoluyla Sona Erdirilmesi**

Olağanüstü fesih, belirli veya belirsiz süreli sürekli borç ilişkisini vaktinden önce, ileriye etkili olarak ve fesih beyanının muhataba ulaşması ile derhal sona

<sup>675</sup> GÜRZÜMAR, s.171.

<sup>676</sup> KIRCA, s.176.

<sup>677</sup> GÜRZÜMAR, s.171.

<sup>678</sup> KIRCA, s.178.

erdiren bir son erme şeklidir<sup>679</sup>. Bunun için olağan fesihtekin aksine belirli fesih sürelerine veya fesih dönemlerine uyulması gerekmez.

Franchise sözleşmesinin sürekli borç ilişkisi kuran bir sözleşme olması yanında bir iş görme sözleşmesi niteliğinde olması dolayısıyla, kanunda düzenlenmiş hizmet ve acentelik sözleşmesinin haklı nedenle feshine ilişkin kuralların uygun düştüğü ölçüde franchise sözleşmesine kıyasen uygulanması mümkündür<sup>680</sup>.

Hemen belirtmek gerekir ki, sözleşmenin olağanüstü feshine olanak veren bir haklı sebebin somut olaydaki uyumsuzlukta mevcut olup olmadığına, TMK m. 4'teki takdir yetkisi çerçevesinde hakim karar verecektir<sup>681</sup>. Zira sözleşmeyi ihlalin önemli mi yoksa hafif mi olduğu ayrımı yapılmalıdır<sup>682</sup>. Hafif ihlal durumunda sözleşmeye uyan taraf diğerine sözleşme koşullarının yeniden sağlanması için uyarıda bulunmalıdır, bu uyarısı nazara alınmazsa tazminatsız olarak sözleşmeyi sona erdirebilir<sup>683</sup>. Önemli ihlal durumundaysa derhal fesih imkanı mevcuttur. Bunu ikiye ayırarak incelemek mümkündür: somut olaydaki borca aykırı davranışın feshedenin sözleşme amacının gerçekleştirilmesini engelleyecek bir özellikte olması veya sık sık tekrarlanmak suretiyle taraflar arasındaki güven ilişkisinin sarsılması ve böylece sözleşme ilişkisinin devamını fesheden açısından çekilmez hale getirmesidir<sup>684</sup>. Hatırlatmak gerekir ki, franchise sözleşmesinde, diğer sürekli borç ilişkilerindeki gibi, sözleşmenin kurulmasıyla birlikte taraflar arasında sürekli edimlerin yerine getirileceğine dair güven ilişkisi de kurulmaktadır.

#### **4. Sözleşmenin İflas, Ehliyet Kaybı ve Ölüm Nedeniyle Kendiliğinden Sona Ermesi**

Kural olarak taraflardan birinin ölümü, ehliyetini kaybetmesi ve iflası hallerinde sözleşme kendiliğinden sona erer. Doktrindeki eğilim, mevcut pozitif hukuk hükümlerini bu durumlara kıyasen uygulamaktır. Franchise sözleşmesi karşılıklı güvene dayalı bir sözleşme olduğundan ve vekalet sözleşmesini unsurlarını

<sup>679</sup> SELİÇİ Özer, Borçlar Kanununa Göre Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi, İstanbul, 1977, s.156.

<sup>680</sup> KIRCA, s.181.

<sup>681</sup> GÜRZÜMAR, s.172.

<sup>682</sup> ENGEL, s.794.

<sup>683</sup> ENGEL, s.795.

<sup>684</sup> GÜRZÜMAR, s.173.

taşıdığından vekalet sözleşmesine ilişki TBK m. 397 franchise sözleşmesine kıyasen uygulanır.

## **B. Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesinin Sonuçları**

### **1. Franchise Alanın Sözleşme Sonrası Gayri Maddi Malları Kullanmama ve Verilenleri İade Borcu**

Uygulamada franchise alanın sözleşme sonrası gayri maddi malları kullanmama ve verilenleri iade borcu sözleşmede genelde belirtilmektedir. Fakat belirtilmese dahi bu borcun var olduğu franchise sözleşmesinin mahiyetinden anlaşılmaktadır.

Maddi malları iade borcu kapsamına franchise verenin franchise alana işletmesini yürütmek için verdiği reçete, çizim, grafik gibi belgeler, müşteri listeleri, reklam malzemeleri girer. Hemen belirtelim ki, franchise alanın mülkiyetine geçmiş olan makine, teçhizat, döşeme ve dekorasyon malzemesi gibi işletme araçları, kural olarak, franchise alanın iade borcu kapsamına girmez<sup>685</sup>.

Franchise verenin bunları geri satın alma borcu olup olmadığı ise tartışmalıdır. Kural olarak böyle bir borç, sözleşmede öngörülmediği takdirde, bulunmamaktadır. Fakat TMK m. 2'de düzenlenen dürüstlük kuralı bazen bunu gerekli kılmaktadır. Dürüstlük kuralı, sözleşmenin sona ermesinden sonra da bazı hallerde tarafların birbirlerine özen göstermelerini, birbirlerinin menfaatlerini korumalarını gerektirir<sup>686</sup>. Franchise sözleşmesi sona erdikten sonra franchise alanın elinde kalan malları ve işletmenin donanımında kullandığı araç ve malzemeleri başka bir şekilde kullanması mümkün olmadığından, franchise verene geri verme menfaati çok daha fazla olacaktır<sup>687</sup>. Sözleşme franchise alanın kusuru dolayısıyla sona ermişse artık franchise alan geri alımı dürüstlük kuralı uyarınca talep edememelidir. Eğer sözleşmenin sona ermesi franchise verenin kusuruyla gerçekleşmişse, bu onun geri alım borcunu ağırlaştırır. Kırca'nın taraftarı olduğu bu görüşe göre, franchise verenin

<sup>685</sup> GÜRZÜMAR, s.179.

<sup>686</sup> KIRCA, s.189.

<sup>687</sup> KIRCA, s.189. Aynı yönde bkz. ŞOĞUR, s.17.

sözkonu olan bu yükümlülüğünü kusurlu olarak ihlal etmesi halinde, culpa post contrahendum'dan doğan bir tazminat sorumluluğu söz konusu olacaktır<sup>688</sup>.

Franchise alanın üretim, işletme ve pazarlama sistemindeki fikri ve sınai hakları kullanmaya son verme borcunun kapsamına ise örneğin franchise alanın kendi işletme ve belgelerinde yer alan franchise veren firmanın işletme adını, logosunu kaldırmak girer. Franchise alan sözleşme sona erdikten sonra artık franchise verenin markasını kullanamaz. Franchise alanın bu borcuna aykırı davranması, hem culpa post contrahendum anlamında sözleşmeye aykırı davranıştan doğan sorumluluğa, hem de kural olarak ilgili gayrimaddi mal üzerindeki franchise verene ait münhasır hakkın ihlalden doğan sözleşme dışı sorumluluğa neden olacaktır<sup>689</sup>. Ayrıca, markanın kullanılmasına devam edilmesi örneğinde olduğu gibi yapılan bu davranış aynı zamanda haksız rekabet de teşkil edebilir.

## 2. Sözleşme Sonrası Rekabet Yasağı

Dürüstlük kuralını sözleşme sona erdikten sonra dahi geçerli olduğunu yukarıda belirtmiştik. Sözleşme sona erdikten sonra rekabet etmeme yasağının kaynağı da franchise alanın diğer tarafın menfaatlerini dürüstlük kuralı uyarınca koruması gerekliliğinden kaynaklanmaktadır<sup>690</sup>.

Sözleşme ilişkisi sona erdikten sonra yürürlükte olacak bir rekabet yasağının kanuni sınırları TMK m. 23 ve TBK m. 19,20'te belirlenmiştir. Buna göre, sözleşmede kararlaştırılan bu tür bir rekabet yasağı, bu yapmama borcunu üzerine alan sözleşme tarafının ekonomik varlığının temellerini tehlikeye sokarak, onun ekonomik özgürlüğünü kaldırdığı veya büyük oranda kısıtladığı ölçüde batıldır<sup>691</sup>.

Hukukumuzda doktrindeki baskın görüş, franchise alanın sözleşme sonrası rekabet yasağına TBK m. 348-352 arasında düzenlenen hizmet sözleşmesine ilişkin hükümlerin kıyasen uygulanabileceği yönündedir<sup>692</sup>. TBK m. 348'e kıyasen franchise sözleşmesinde rekabet yasağının caiz olan kapsamı şunlardır: Franchise alanın sözleşmenin bitimden sonra franchise verenle rekabet oluşturacak işleri kendi

<sup>688</sup> GÜRZÜMAR, s.179.

<sup>689</sup> GÜRZÜMAR, s.180.

<sup>690</sup> Bkz. KIRCA, s.190.

<sup>691</sup> GÜRZÜMAR, s.175.

<sup>692</sup> Bkz. KIRCA, s.191; GÜRZÜMAR s.176.

adına yapmaması, rakip bir işletmede çalışmaması veya böyle bir işletmeye ortak olarak ya da başka yolla katılmaması. Bunlar, ancak franchise alanın franchise verenin müşterilerini tanimasından veya onun sırlarını bilmesinden doğan tehlikeleri önlemek için kararlaştırılmışsa geçerlidir<sup>693</sup>. Ayrıca, TBK m. 349'a kıyasen, rekabet yasağının geçerliliği franchise alanın ekonomik geleceğini tehlikeye düşürmesini engelleyecek şekilde zaman, yer ve konu olarak sınırlandırılmış olmasına bağlıdır. Rekabet yasağının kalkması için de TBK m. 152 kıyasen uygulanmalıdır. Buna göre franchise veren sözleşmeyi önemsiz, işçinin sorumlu bulunmadığı nedenden sona erdirirse ya da kendi kusuruyla karşı tarafa sözleşmenin sona erdirilmesi için önemli bir sebep veriyse rekabet yasağı nihayet bulur.

### 3. Müşteri Tazminatı Sorunu

Müşteri tazminatı, diğer adlarıyla portföy ya da denkleştirme tazminatı pozitif hukukumuzda yer bulmamıştır. Fakat Yargıtay, acenteler için bu hakkı kabul etmektedir. Tek yetkili satıcılar ve franchise-alan için ise doktrin müşteri tazminatı verilmesi gerektiğini savunmaktadır. Kendi gelen, acenteler için müşteri tazminatı verilmesi gerektiğini şu gerekçelerle açıklamıştır: yıllarca belirli bir bölgede ve/veya ticaret dalı kapsamında somut bir ticari işletmenin adeta fiili bir şubesi gibi faaliyet gösterip, o işletmeye çok sayıda müşteri bağlayan acenteye, müşterilerin kendisi ile müvekkili arasındaki sözleşmenin ortadan kalkmasından sonra dahi, işletmeden mal ya da hizmet almayı sürdürecekleri, yani acentenin sözü edilen müşterileri artık müvekkilinin portföyüne dahil ettiği göz önüne alınarak, acenteye bir portföy tazminatı verilmelidir<sup>694</sup>. Franchise sözleşmesinde franchise alan ile franchise veren arasındaki ilişki acente ile müvekkili arasındaki ilişkiye nazaran çok daha sağlam olduğuna göre kanaatimce franchise sözleşmesinde de müşteri tazminatına evveliyetle cevaz verilmelidir. Zira franchise alan, franchise verenin işletme organizasyonunda ekonomik açıdan maksimum düzeyde entegre olduğuna göre, muhatap olduğu her müşteri, aslında kendine değil, ilgili franchise zincirine ait bir müşteri niteliği taşıyacaktır<sup>695</sup>. Pozitif hukukumuzda kıyasa temel alınabilecek bir

<sup>693</sup> KIRCA, s.192.

<sup>694</sup> ÜLGEN Hüseyin / TEOMAN Ömer / HELVACI Mehmet / KENDİGELEN Abuzer / KAYA Arslan / ERTAN Füsün Nomer, Ticari İşletme Hukuku, İstanbul, 2009, s.655.

<sup>695</sup> GÜRZÜMAR, s.177.

hüküm bulunmadığından önüne gelen olayda hakim TMK 1'den aldığı yetkiye dayanarak müşteri tazminatına hakkaniyet gereği hükmedebilmelidir. Gerçekten, franchise alanın sözleşme ilişkisinin başında hazır bulunduğu müşteri çevresini sözleşme ilişkisi boyunca sürdürdüğü etkinliklerle önemli ölçüde genişletmesi sonucunda, franchise verene kazandırdığı bu değer karşılığında bir tazminat talep edebilmesi hakkaniyet gereğidir<sup>696</sup>.

#### 4. Franchise Alanın Sözleşme Sonrası Sır Saklama Borcu

Sözleşmede açıkça kararlaştırılmışsa sözleşme sona erdikten sonra sır saklama borcuna riayet edilmesi gerektiği şüpheşizdir. Kaldı ki, bu borcun sözleşmede düzenlenmemesine rağmen var olup olmadığı cevaplanması gereken bir sorudur. İsviçre ve Alman doktrininde, sözleşmede kararlaştırılmamış bile olsa, franchise alanın böyle bir borç altında bulunduğu kabul edilmekte ve bu sonuca, çoğunlukla, acenteye ilişkin hükümlere kıyasen ulaşılmaktadır<sup>697</sup>.

Türk Hukukunda ise sözleşmenin sona ermesinden sonra franchise alanın sır saklama borcu olduğuna dair açık bir hüküm olmadığı gibi İsviçre ve Almanya'daki gibi acenteye ilişkin hükümlere kıyasa imkan verecek bir düzenleme de yoktur. Fakat sözleşme sona erdikten sonra sır saklama borcunun olduğu Türk doktrininde de baskın görüştür ve bunun iki dayanağı vardır. Öncelikle, Patent Haklarının korunmasına ilişkin 551 sayılı KHK'nın 89/II maddesi lisans alan kişinin kendisine verilen gizli bilgilerin açıklanmasını önlemek için gerekli tedbirleri alma yükümlülüğünü düzenlemiştir; bu hüküm lisans sözleşmesi unsuru taşıyan franchise sözleşmesine kıyasen uygulanabilir<sup>698</sup>. İkinci dayanak ise TMK 2'de düzenlenen dürüstlük kuralıdır. Buna göre kaynağını sadakat ve karşı tarafın menfaatlerini koruma borcundan alan sır saklama borcu, sözleşme sona erdikten sonra da devam etmelidir.

Bu yükümlülük, söz konusu gizli bilginin sır olmaktan çıktığı ana kadar devam eder. Çünkü bu durumun gerçekleşmesiyle artık franchise verenin korunmaya değer bir menfaati söz konusu olmayacaktır. Sözleşme sona erdikten sonra sır

<sup>696</sup> KIRCA, s.199.

<sup>697</sup> GÜRZÜMAR, s.183.

<sup>698</sup> KIRCA, s.188.



saklama borcuna aykırı davranış bir yandan TBK m. 96 vd.'nda düzenlenen culpa post contrahendum' a yol açacak, diğer yandan TTK m. 56 anlamında haksız rekabet teşkil edecektir. Tazminat açısından, franchise verenin sözleşmeye aykırılık sebebine dayanması hem TBK m. 96'daki kusur karinesi, hem de TBK m. 125'teki on yıllık genel zamanaşımı açısından franchise alanın lehine olacaktır<sup>699</sup>.

---

<sup>699</sup> GÜRZÜMAR, s.184.

## SONUÇ

Franchise sözleşmesi, günümüzde yaygınlığı her geçen gün artmakta olan, kanunlarca düzenlenmemiş bir isimli sözleşme çeşididir. Bağımsız iki taraf arasında imzalanan ve franchise alanın, franchise verene ait sistemden, yine franchise verene ait fikri ve sınaî unsurlar çerçevesinde ve onun talimatları doğrultusunda yararlandığı ve karşılığında franchise verene ücret ödediği, çerçeve niteliği taşıyan bir sözleşmedir. Tarafların hak ve yükümlülüklerini genel hatlarıyla düzenleyen franchise sözleşmesinden sonra tarafların, malların teslimi, eğitim gibi diğer tamamlayıcı sözleşmeleri yapmaları gerekmektedir.

Doktrinde hukuki niteliği konusunda bir görüş birliği bulunmasa da, bizim de katıldığımız görüşe göre, karma nitelikli bir sözleşme olup, kanunda düzenlenmiş ya da düzenlenmemiş sözleşmelere ilişkin unsurları bünyesinde barındırmaktadır.

Franchise sözleşmesi herhangi bir şekilde tabi değildir fakat marka, patent lisansına ilişkin sözleşmelerin yazılı olarak yapılması gerekmektedir.

Franchise sözleşmesinde franchise alanın, malzemeleri teslim alma, mal ve hizmetlerin sürümünü kendi nam ve hesabına yapma, sürümü destekleme, fikri ve sınaî unsurları kullanma, franchise verenin talimatlarına uyma, ücret ödeme, franchise verenin menfaatlerini koruma, sadakat borçları bulunmaktadır. Franchise verenin ise borçları, fikri ve sınaî unsurları franchise alana kullandırma, franchise alanı aydınlatma, koruma, destekleme, tekel bölgesinde başka franchise vermeme ve malzemeleri teslim borcu şeklindedir.

ITK franchise sözleşmesini düzenlememiştir. Bundan dolayı franchise sözleşmesi İMK'ye tabidir. Mısır'da franchise sözleşmesi teknolojiyi aktarmayı içeren sözleşmelerden biri olduğu için MTK onu düzenlemiştir.

Franchise sözleşmesi MTK'nin 74. maddesinin 1. fıkrasına göre teknoloji aktarma sözleşmesinin yazılı olması gerekir. Yoksa geçersiz sayılır. Öte yandan İMK'deki genel kurala göre kanun aksini belirtmediği sürece sözleşmeler rızaya dayalı sözleşmelerdir.

Franchise sözleşmesinde, sözleşme ile bağlantılı olmayan veya amacı olmayan ek yükümlülükler TRKHK m. 4 ve 6 hükümlerini ihlal edecektir. Ancak bir dikey

sözleşme olan franchise sözleşmesi 2002/2 sayılı Tebliğ ile grup muafiyetine tabi tutulmuş ve TRKHK m. 4 uygulamasından muaf tutulmuştur.

Franchise sözleşmesi sona erdiğinde tarafların karşılıklı borçları bulunmaktadır. Franchise veren sözleşmenin sona ermesi halinde, işletmenin tasfiyesinde franchise alana yardımcı olmak ve denkleştirme bedeli ödemek borcu altındayken, franchise alan, rekabet etmeme, sır saklama ve fikri ve sınaî unsurların kullanımına son verme ve bunları iade borcu altındadır.

### ÖNERİLER

Irak'taki yasa koyucunun Franchise sözleşmesini düzenlemesini öneriyoruz. Yasanın şunları belirtmesi gerekmektedir:

1- Yasanın franchise verenin franchise alana yeterli ve sözleşmeyi bilinçli yapmasını sağlayan bilgiyi sunma yükümlülüğünü ele alması ve açıklanması gereken tüm bilgileri yasada belirlemesi gerekir. Bunun Amerika ve Fransa kanun koyucuların tarzında olması gerekir.

2- Franchise verenin franchise alana sunduğu teknik bilgi güvencesine bağlı kalması gerekir. O teknik bilginin medeni hukuktaki teslimatla ilgili hükümlere tabi olması gerekir.

3- Franchise alanın teknik bilgiden yararlanması için franchise verenin teknik yardımı sunuma yükümlülüğünü yasada ele alınması gerekir.

4- Yasanın sözleşme sona erdikten sonra teknik bilginin gizliliğini korumanın yasal yükümlülüğünü ele alması gerekir.

5- Franchise alanın sözleşme devam ettiği sürece franchise sözleşmesi konusu olan faaliyete benzer herhangi bir faaliyette bulunmaması gerekir. Franchise alanın franchise verenden aldığı gizli bilgiyi sözleşme sona erdikten sonra kullanmaktan uzak durması gerekir.

6- Sözleşme sona erdikten sonra franchise alan yanında kalan stok malların geleceği belirlenmesi gerekir.

## BİBLİYOGRAFYA

**ABBÂS** Muhammed, Endüstri Kanunu, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1967.

**ABD** Dır', Kira Satışı, Yüksek Lisans Tezi, Bağdat, Nehreyn Hukuk Fakültesi, Nehreyn Üniversitesi, 2001. (**ABD**, Kira)

**ABD** Dır', İmtiyaz Sözleşmesi, Özel Hukukta Bir Araştırma, b. 1, Bağdat, es-Senhûrî Kitabevi, 2011. (**ABD**, İmtiyaz)

**ABDULBÂKÎ** Abdulfettâh, Sözleşme Teorisi ve Tek Taraflı İrade, b. 1, Kahire, Nehda Basımevi, Mısır Basımevi, 1984.

**ABDUSSELAM** Sa'id, Sözleşmeler Hakkında Bilgi Verme Yükümlülüğü, b. 1, Kahire, en-Nahdatü'l-Arabiyye, 2000. (**ABDUSSELAM**, Bilgi)

**ABDUSSELAM** Sa'id, İtaat Sözleşmeleri Çerçevesinde Sözleşme Dengesi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1. İskenderiye, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1998. (**ABDUSSELAM**, İtaat)

**ADEVÎ** Celâl, Yükümlülük Kaynakları, Mısır ve Lübnan Hukukunda Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Kahire, el-Câmi'iyye Yayınevi, 1994. (**ADEVÎ**, Yükümlülük Kaynakları)

**ADEVÎ** Celâl, Yükümlülükler Usulü, b. 1, Kahire, Maarif Yayınevi, 1997. (**ADEVÎ**, Yükümlülükler Usulü)

**AHMED** Abdulfüdeyl, 1999 yılında çıkan 17 sayılı Mısır Ticaret Kanunu Hükümlerine Göre İflas, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2000. (**AHMED**, Ticaret Kanunu)

**AHMED** Sirac, Sözleşme Teorisi ve Hakkı Kullanmada Haksızlık Yapmak, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'ie Yayınevi, 1995. (**AHMED**, Sözleşme Teorisi)

**AKKÂD** Mâcid, Le Contrat de Franchise en Egypte, Etude Comparee de Droite Francais et egyptien, Theses, Universite de Montpellier, 2003.

**ÂMİRÎ** Sa'dûn, isimli Sözleşmeler, b. 1, c. 3, Bağdat, el-Ânî Basımevi, 1974. (**ÂMİRÎ**, isimli Sözleşmeler)

**ÂMİRÎ** Sa'dûn, Satış ve Kiralamadaki İsimli Sözleşmelerin Şerhi, b. 3, Bağdat, İrşâd Basım ve Yayın, 1974. (**ÂMİRÎ**, Satış)

**AMMAR** Mâcid, Sanayi Lisans Sözleşmesi ve Gelişen Devletlerdeki Önemi, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1987. (**AMMAR**, Lisans)

**AMMAR** Mâcid, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1992. (**AMMAR**, İmtiyaz)

**ARAB** Subhî, Ticaret Hukuku ve İflasla İlgili Konferanslar, Cezayir, el-Kâhine Basımevi, 2000.

**AVFÎ** Sâlih, Uluslararası Ticaret Sözleşmeleri Şeklinde Hukuki İlkeler, Riyad, İdari Araştırmalar ve İncelemeler Merkezi, 1998.

**AYATA**, Yeşim, Franchise Sözleşmesinde Tarafların Borçları, İstanbul, 2015.

**BÂKÛK** Tallâl, Ticari İmtiyaz Hizmetleri Şirketi, Dünya Ekonomi Dergisi, Umman, sy. 181, 01.02.2007.

**BÂRÛD** Hamdî, Ticari Lisans Sözleşmesi (Franchise), Gazze, el-Cami'atü'l-İslamiye Dergisi, (İnsan Araştırmaları Dizisi), c. 16, sy. 2, Haziran 2008.

**BEKRÎ** Abdalbâkî, İMK'da Yükümlülük Teorisi, b. 1, Bağdat, Senhûrî, 2015.

**BEKÛRÎ** Hannân, Ticari Lisans Sözleşmesi, Özel Hukuk Alanında Doktora Tezi, Ribât, Hukuk Ekonomi ve Sosyal Bilimler Fakültesi, 2003.

**BESSÎS** Philippe, Le contrat de fanchisage, Notions Actuelles et apport du droit Europeen, Fransa, La Librairie generale de droit et de jurisprudence, 1992. (**BESSÎS**, fanchisage1)

**BESSÎS**, Philippe, Le contrat de fanchisage, Les Guides, Fransa, Montchrestien, 1986. (**BESSÎS**, fanchisage2)

**BEŞTÂVÎ** Dua, Franchise Sözleşmesi ve Etkileri, Özel Hukukta Bir Yüksek Lisans Tezi, Nablus, en-Necâh Üniversitesi, 2008.

**CÂBİR** Abdurraûf, Teknik Gelişme Sözleşmeleri, b. 1, Beyrut, el-Halebî el-Hukûkiyye Yayınları, 2005.

**CEMÂL** Mustafa, Yükümlülüklerin Genel Teorisi, b. 1, Beyrut, el-Câmi'yye, 1987.

**CEVÂD** Muhammed, Uluslararası Sözleşmeler, Onların Müzakeresi, Onaylanması ve Yerine Getirilmesi, b. 1, Amman, es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 2010.

**CUMAY'Î** Hasan, Tüketiciyi Koruma, Tüketici Sözleşmelerinde Tüketicinin Rızasına Özgü Koruma, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1996.

**DEVÂS** Emin, Yükümlülük Kaynakları, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Nablus, Şürûk Yayınevi, 2004.

**DEVELİOĞLU** Murat, Franchising Sözleşmesi, Galatasaray Üniversitesi, İstanbul, 2010-2011, s. 15.

**DİYÂB** Salâh, Bireysel İş İlişkilerinde Çalışanın Güven ve Samimiyet Yükümlülüğü, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2002.

**DÜVEYDÂR** Hânî, Gizlilik Vasıtasıyla Teknik Bilginin Tekelcilik Çerçevesi, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'atü'l-Cedîde Yayınevi, 1996.

**EBÛ MELÎH** Musa, Medeni Hukuk Şerhi, b. 1, Nablus, 2003-2004.

**EHVÂNÎ** Husâm, Yükümlülük Kaynakları, b. 1, Kahire, Vehbe Hassan Oğulları Basımevi, 1992.

**EKYÂBÎ** Yusuf, Uluslararası Özel Hukuk Alanında Teknolojinin Aktarılmasının Hukuki Sistemi, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1989.

**ENGEL** Pierre, Contrats de Droit Suisse, Berne, 2000.

**ENVER** Talebe, Kiralama Sözleşmesi, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'yye el-Hadîs Kitapevi, 1999.

**EREN**, Fikret, Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Ankara, 2015.

**ERSÎD** Lânâ, Franchise Sözleşmesinin Hukuki Niteliği, Hukuk ve Yargı Dergisi, Adalet Bakanlığı Fetva ve Yasama Divanı, Filistin, sy. 4, Haziran 2001.

**FEREC** Husâm, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi (Franchise) ve Onun Hükümleri, b. 1, İskenderiye, el-Fikrû'l-Cami'î, 2012.

**GANAYİM** Sa'îd, Sistem ve Uygulamada Ticari Lisans Sözleşmesi, İşler Kanununda Bir Yüksek Lisans Tezi, Kazablanka, 1998-1999.

**GRINBLAT** (T.), The Unintended franchise and how to avoid it, new matter-the official publication of the intellectual property section law of the state bar of California, Vol. 33, No. 4, 2008.

**GÜRZÜMAR** Osman Berat, Franchise Sözleşmeleri, İstanbul, 1995.

**OĞUZMAN** Kemal / **ÖZ** Turgut, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, İstanbul, 2006.

**HADDÂD** Hamza, Lisans Sözleşmesinde Bazı Hukuki Yönler, Lübnan Üniversitesi Hukuk Fakültesinde düzenlenen Lübnan ve Arap Devletlerindeki Lisans Sözleşmesiyle İlgili İlk Kongre'ye sunulmuş bir araştırma, 28-29 Mayıs 1998'de.

**HADÎDÎ** Yasir, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, b. 1, Kahire, el-Fikrû'l-Arabi, 2006. (**HADÎDÎ**, İmtiyaz 1)

**HADÎDÎ** Yasir, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi Hukuk Sistemi, b. 1, Kahire, el-Fikrû'l-Arabi, 2007. (**HADÎDÎ**, İmtiyaz 2)

**HADÎDÎ** Yasir, Tekelcilik Uygulamalarını Engelleme ve Rekabet Yasaları Işığında Ticari Franchise Sözleşmesi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 2012. (**HADÎDÎ**, Franchise)

**HAKÎM** Câk, Ticari Lisans Sözleşmesi (Franchising), Avukatlar Dergisi, Suriye Avukatları Sendikası onu çıkarmaktadır. Dımaşk, Nisan 1998.

**HAMEDÂN** Ahmed, Suudi'de Franchise, Milyar Riyali Geçen Bir Sermayeye Sahip 25 Şirketle Sınırlı Olduğu İçin Oradaki Franchise'ın Az Olmasının Eleştirisi, Riyâd Gazetesi, Suudi, sy. 14966, 15 Haziran 2009.

**HAMÎD** Alâ', Lisans Sözleşmesi, Hukuki Bir Araştırma, Hukuk Fakültesi, en-Nehreyn Üniversitesi, Bağdat, Yayınlanmamış Bir Yüksek Lisans Tezi, 1999.

**HASENÎ** Ahmedî, 1931-1989 Yılları Arasında 50 Yıl Boyunca Vergi Temyiz Yargısı ve Mısır Temyiz Mahkemesinin Kararlaştırdığı İlkeler, b. 1, İskenderiye, el-Ma'ârif Yayınevi, 1990.

**HATEMÎ** Hüseyin / **SEROZAN** Rona / **ARPACI** Abdülkadir, Borçlar Hukuku, İstanbul, 1992.

**HEDDÂD** İmâd, İsim ve Marka Satışı, (b. 1). Kahir, el-Faruk Yayınevi, 2003.

**HEMŞERÎ** Velîd, Teknoloji Aktarma Sözleşmeleri, Karşılıklı Yükümlülükler ve Klasik Şartlar, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Amman, es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 2009.

**HİCÂZÎ** Abdülhay, Süre Sözleşmesi ya da Devam Eden veya Periyodik Sözleşme, b. 1, Kahire, Birinci Fuat Üniversitesi Basımevi, 1950.

**İMRÂN** Muhammed, Sözleşmeyi Oluşturma Esnasında Tüketiciyi Korumak, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'yye Basım ve Yayın, 2003.

**İSA** Husâm, Teknoloji Aktarımı, Uluslararası Bağlılığın Hukuki Önceliklerinde Bir Araştırma, b. 1, Kahire, el-Müstakbelü'l-Arabî Yayınevi, 1987.

**JOHN** Adams, Franchising –Practice and Precedents in Business Format Franchising, 2d Ed, London, Butterworths, 1987.

**KAHTÂNÎ** Muhammed, Ticari İmtiyaz, b. 1, Riyad, İhsâu'l-Hadîse Basımevi, 2003.

**KARL** Heinz Neumayer, Les contracts d'adhesion dans les pays industrialises, Geneve, Switzerland, Librairie Droz, 1999.

**KARNÎ** Yasir, Franchise ve Geleceğin Ufukları, Ehrâm Gazetesi, Mısır: sy. 44781, 15 Temmuz 2009.

**KASIM** Ali, Ticari Yükümlülük Sözleşmesi, Hukuk ve Ekonomi Araştırmaları Hukuk ve Ekonomi Dergisi, Kahire Üniversitesi, 1986.

**KÂYİDÎ** Nâdiye, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, Hukuk Fakültesi, Cidd.: Yayınlanmamış tezi, 2005.

**KAYLÛBÎ** Semîha, Ticaret Hukuku, b. 1, c. 1, Kahire: en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1981. (**KAYLÛBÎ**, Ticaret Hukuku)

**KAYLÛBÎ** Semîha, Ticari Şirketler, b. 2, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1988. (**KAYLÛBÎ**, Şirketler)



**KAYLÛBÎ** Semîha, Ticari Sözleşmeler Şerhi, b. 2, Kahire, Kahire Üniversitesi ve Üniversite Kitap Basımevi, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1992. (**KAYLÛBÎ**, Sözleşmeler)

**KAYLÛBÎ** Semîha, Sanayi Mülkiyeti, b. 4, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2003. (**KAYLÛBÎ**, Sanayi Mülkiyeti)

**KEYLÂNÎ** Mahmûd, Teknolojiyi Aktarma Alanında Uluslararası Ticaret Sözleşmeleri, Uygulamalı Bir Araştırma, b. 1, Kahire, Abîr Basım ve Yayın, 1988.

**KEYRE** Hasan, Hukuka Giriş, b. 1, İskenderiye, Maarif Yayınları, 1974.

**KIRCA** Çiğdem, Franchise Sözleşmesi, Ankara, 1997

**KUDÂH** Abdullah, Franchise Sözleşmesinin Etkileri ve Sona Ermesi, Özel Hukukta Yüksek Lisans Tezi, Amman, Hukuk Fakültesi, Ortadoğu Üniversitesi, 2015.

**KUNTALP** Erden, Karışık Muhtevalı Akit, Ankara, 1971.

**KUŞAYRÎ** Muhammed, Suudi Arabistanlılar 15 Bin Franchise Evrensel Şirketler Lisansına Sahipler, Ortadoğu Gazetesi, Suudi, sy. 11881, 9 Haziran 2011.

**KÜNDÜRÎ** Mahmûd, Ticari İmtiyaz Sözleşmesinin Karşı Karşıya Olduğu Pratik Sorunların En Önemlisi, Kuveyt, Kuveyt Hukuk Dergisinde Yayınlanmış Bir Makale, sy. 4, Aralık 2000.

**MAHREZ** Ahmed, Ticari Şirketler, b. 1, Kahire, en-Nesrû'z-Zehebî, 2000.

**MARKAS** Süleyman, Kira sözleşmesinin şerhi, b. 2, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1968. (**MARKAS**, Kira 1)

**MARKAS** Süleyman, Medeni Hukuk Şerhi, b. 1, c. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1980. (**MARKAS**, Medeni Hukuk 1)

**MARKAS** Süleyman, Medeni Hukuk Şerhi, b. 1, c. 3, Kahire, Âlemü'l-Kütüb, 1984. (**MARKAS**, Medeni Hukuk 2)

**MARKAS** Süleyman, Kira Sözleşmesi, b. 1, Kahire, Hukuk Kitapları Yayınevi, 2000. (**MARKAS**, Kira 2)

**MARTİN** Mendelson, The Guide to Franchising, 4th Ed. Oxford, Pergamon Press, 1987.

**MEANEY** (J. A.), How to buy a franchise, First ed., Illinois, Sphinx publishing, 2004.

**MEHDÎ** Neẓîh, Sözleşmeden Önce Sözleşmeyle İlgili Bilgi Verme Yükümlülüğü, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1982.

**MENCÎ** İbrahim, Teknoloji Aktarımı Sözleşmeleri, b. 1, İskenderiye, Maarif Yayınevi, 2002.

**MERZÛK** Muhammed, Franchise Sözleşmesinin Hukuki Yönleri, Hukuk ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi, el-Mensûre Üniversitesi, Kahire, sy. 54, Ekim 2013.

**MEVLÂ** Nidâ, Teknoloji Aktarma Sözleşmelerinin Hukuki Etkileri, (b. 1). Kahire, Vâil Yayın ve Dağıtım, 2003.

**MISRÎ** Hasenî, Ticaret Hukuku ve Özel Sektör Şirketleri, (b. 1). Kahire, Vehbe Hassân Basımevi, 1986.

**MİSKÂVÎ** Lübnâ, Franchise Sözleşmesi, Hukuk Doktrini ve İçtihat Işığında Bir Araştırma, b. 1, Beyrut, Yeni Kitap Kurumu, 2012.

**MUGABGAB** Na'îm, Karşılaştırmalı Hukukta Bir Araştırma Olarak el-Franchise, b. 1, Beyrut, el-Halebî el-Hukukiye Yayınları, 2006.

**MUHAMMEDÎ** Adil, Fas'ta Bir Uygulama Olan Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, Yüksek Lisans İçin Yapılmış ve Yayınlanmamış Bir Tez, Fas, VI. Muhammed Üniversitesi, 2006.

**MUHAMMEDÎN** Celâl, Teknik Bilgi Düşüncesi, Amerika Hukukunda Bir Araştırma, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'atü'l-Cedîde Yayınevi, 1995. (**MUHAMMEDÎN**, Teknik Bilgi)

**MUHAMMEDÎN** Celâl, Ticaretle İlgili Yönlerden Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşmasına Göre Fikri Mülkiyetin Hukuki Koruması, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'atü'l-Cedîd Yayınevi, 2000. (**MUHAMMEDÎN**, Fikri Mülkiyet)

**MUHAMMEDÎN** Celâl, Teknolojiyi Aktarmanın Hukuki Çerçevesi, b. 1, İskenderiye: el-Câmi'a el-Cedîde Yayınevi, 2004. (**MUHAMMEDÎN**, Teknolojiyi)

**MUSA** Mustafa, Sözleşme İlişisini Oluşturma Esnasında Verileri Bilmenin Rolü, Mısır, Doktora Tezi, Hukuk Fakültesi, Hilvan Üniversitesi, 2000. (**MUSA**, Sözleşme)

**MUSA** Tâlib, Uluslararası Ticaret Hukuku, b. 1, Amman, es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 1997. (**MUSA**, Ticaret Hukuku)

**MUSTAFA** Mustafa, Globalleşme Çağında Evrensel İş Ağları, XXI. Asırda Rekabet Yönetimi ve Piyasalara Egemen Olma, Mısır, Ahram Gazetesi, sy. 184, Haziran 2002.

**MÜNTASIR** Süheyr, Sözleşme Hakkında Bilgi Verme Yükümlülüğü, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1990.

**MÜŞERREF** Abdulalim, İdari Sözleşmeler Alanında Kişisel İtibar Düşüncesi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2003.

**NÂCÎ** Abdulcebâr, Sözleşmeyi Yerine Getirmede İyi Niyet İlkesi, Yüksek Lisans Tezi, Bağdat, Bağdat Üniversitesi Hukuk Fakültesi, 1973.

**NÂHÎ** Salahuddîn, Sanayi ve Ticaret Mülkiyeti, b. 1, Amman, el-Fürkan Yayınevi, 1983.

**NEBİL** Muhammed, **AHMED** Sabîh, GATT Anlaşması Çerçevesinde Mısır Yasasında Markayı Koruma, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1999.

**NECCÂR** Muhammed, Ticari İmtiyaz Sözleşmesi, Teknik Bilgi Aktarımıyla İlgili Bir Araştırma, b. 1, İskenderiye, el-Cami'atü'l-Cedîd Yayınevi, 2001.

**OĞUZMAN** Kemal / **ÖZ** Turgut, Borçlar Hukuku Genel Hükümler, İstanbul, 2006.

**OLIVIER** Weniger, La Protection des Secrets Economiques et du Savoir-faire (Know-how), Geneve, Librairie Droz, 1994.

**RAŞÎD** Raşid, Ticaret Hukukunda Ticari Evraklar ve İflas, b. 4, Cezayir, el-Câmi'iyye Basımevi, 2004.

**RIDVAN** Fâyiz, Ticari Lisans Sözleşmesi, b. 1, Kahire, el-Huseyin el-İslamiyye Basımevi, 1990.

**SA'DÎ** Nasîr, Uluslararası Alışveriş Alanında Teknolojinin Aktarılması Sözleşmeleri, Doktora Tezi, İskenderiye, Hukuk Fakültesi, İskenderiye Üniversitesi, 1987.

**SA'İD** Yahya, Uluslararası Hukuk Projesi ve Mısır Hukuk Projesinde Teknik Bilgi Aktarımı Sistemi, b. 1, Kahire, el-Maarif Yayınları, 1986.

**SÂFÎ** Abulhak, Medeni Hukuk Dersleri, Yükümlülük Kaynakları, b. 1, Kazablank, en-Necâhu'l-Cedîde Basımevi, 2004.

**SAĞÎR** Husâm, Markayı Kullanma Lisansı, b. 1, Kahir,: Özel-Husâm Sağîr Yayını, 1993. (**SAĞÎR**, Marka)

**SAĞÎR** Husâm, Fikri Mülkiye ve Teknoloji Aktarımı Lisansı, Umman, Fikri Mülkiyetle İlgili Ulusal WIPO Sempozyumu, 2004. (**SAĞÎR**, Fikri Mülkiye)

**SAĞÎR** Husâm, Şirketler Entegrasyonu Hukuk Sistemi, b. 1, Kahire, el-Fikrû'l-Arabi, 1987. (**SAĞÎR**, Şirketler)

**SALÎH** Bâsim Muhammed ve **AZZÂVÎ** Adnan Ahmed, Ticaret Hukuku-Ticari Şirketler, b. 1, Bağdat, Hikmet Yayınevi, 1989.

**SÂMÎ** Fevzî, Ticari Şirketler Genel ve Özel Hükümler, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Amman, es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 2010.

**SÂSÂN** Reşîd, Marka Kullanma Lisansını Dağıtma Sözleşmesi (Franchise Sözleşmesi), Temellendirme Girişimi, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 2013.

**SEBÎL** Celûl, Franchise Sözleşmesi, b. 1, Beyrut, Sâdır el-Hukukiye Kitapevi, 2001.

**SEL'ÛS** Muhyiddîn, Mal Şirketlerinin Tasfiyesi, Yüksek Lisans Tezi, Nablus, en-Necâhu'l-Vataniyye Üniversitesi, 2006.

**SELAME** Ahmed, Uluslararası Özel Hukuk ve Uluslararası Ticaret Hukukunda Uluslararası Serbest Sözleşme Teorisi, Etnolojik ve Eleştirel Bir Araştırma, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1989.

**SELİÇİ** Özer, Borçlar Kanununa Göre Sürekli Borç İlişkilerinin Sona Ermesi, İstanbul, 1977.

**SELMÂN** Enes, Gelişmekte Olan Ükelere ve Onlara Bağlı Olan Projelere Teknolojiyi Aktarmanın Yasal Güvenceleri, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1996.

**SEMÂVÎ** Reym, İlaç Sanayisinde Patent-Dünya Ticaret Örgütü Işığında Anlaşmalı Lisansların Yasal Sistemi, b. 1, Amman, es-Sekâfe Yayın ve Dağıtım, 2008.

**SENHÛRÎ** Abdurrezzak, Medeni Hukuk Şerhi, b. 1, Kahire, el-Cami'âtü'l-Mısriyye Yayınevi, 1983. (**SENHÛRÎ**, Medeni Hukuk)

**SENHÛRÎ** Abdurrezzak, Yeni Medeni Hukuk Şerhi, Genel Bir Şekilde Yükümlülük Teorisi (Yükümlülük Kaynakları), b. 1, Beyrut, el-Halebi el-Hukukiye Yayınları, 2005. (**SENHÛRÎ**, Yükümlülük Kaynakları)

**SERADDİN** Hânî, Uluslararası Ticaret Sözleşmeleri Müzakereleri, Mısır ve İngiltere Hukukunda Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye Yayınevi, 1998.

**SERÎHÎ** Yasir, Suudi ve Karşılaştırmalı Hukukta Franchise Sözleşmesinin Yenilenmeme Sorunu, Riyad, Uluslararası Franchise Kongresi ve Fuarı, 2 Haziran 2008.

**SERRAF** Abbas, **HAZBÛN** Corc ve **MİLKAVÎ** Beşşar, Kişisel Hak Kavramının Genel Teorisi ve Sözleşmelerin Sınıflandırılmasına Giriş, b. 1, Amman, Vâil Yayınevi, 2005.

**STANISILAS** Angrand, Le grand guide pratique pour se mettre a son compte: apprendre a entreprendre, Editions Maxima, Paris, 4eme edition, 2003.

**SULTAN** Enver, Hukukta Yükümlülük Kaynakları, b. 2, Amman, Hukuk Kitapevi, 1998.

**ŞAHÂNEBE** Abd, Ticari Şirketlerin Tasfiyesinin Hukuk Sistemi, b. 1, Amman, Evlâd-ı Osman Basımevi, 1992.

**ŞAKNAKİRÎ** Muhammed, Mısır Hukuk Tarihi, b. 1, Kahire, el-Medenî Basımevi, 1986.

**ŞEFİK** Muhsin, Maddi Menkullerin Uluslararası Satışıyla İlgili 1964 Yılı Lahey Anlaşması, Kahire, Özel Hukukta Bir Yüksek Lisans Tezi, 1972. (**ŞEFİK**, Maddi Menkullerin)

**ŞEFİK** Muhsin, Hukuki Açından Teknoloji Aktarımı, b. 1, Kahire, Kahire Üniversitesi Basımevi, 1984. (**ŞEFİK**, Teknoloji)

**ŞEHİD** Kâde, Üreticinin Medeni Sorumluluğu, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, b. 1, İskenderiye, el-Câmi'atü'l-Cedîde Yayınevi, 2007.

**ŞEMSÂN** Hamûd, Kişilerin Ticari Şirketlerinin Tasfiyesi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Doktora Tezi, Kahire, Kahire Üniversitesi, 1994.

**ŞEREFÜDDİN** Ahmed, Sözleşmelerin Yasal Şeklinin Usulü (Sözleşme Tasarımı), b. 1, Mısır, el-Fikrû'l-Arabî Yayınevi, 2008.

**ŞERKÂVÎ** Cemil, Yükümlülüğün Genel Teorisi, b. 1, Kahire, en-Nehdatü'l-Arabiyye, 1990.

**ŞOĞUR** Macide, İşletme Sistemi Olarak Franchising, İstanbul, 1993.

**ŞUVÂRBÎ** Abdulhamîd, İflas, b. 1, İskenderiye. el-Ma'ârif Yayınevi, 1995.

**TAHA** Mustafa, Ticaret Hukuku, b. 1, İskenderiy, el-Cami'ü'l-Cedîd Yayınevi, 1996. (**TAHA**, Ticaret Hukuku)

**TAHA** Mustafa, Ticari Sözleşmeler, b. 1, İskenderiye, el-Fikrû'l-Câmi'î Yayınevi, 2005. (**TAHA**, Ticari Sözleşmeler)

**TAYYÂR** Salih, Uluslararası Teknoloji Aktarımı Sözleşmesi, b. 3, Paris, Arap-Avrupa Araştırmaları Merkezi, 1999.

**TAYYİB** Bû Hâle, Ticari İmtiyaz Hakkı Sözleşmesi, Onun Sistemi ve Sona Erme Sebepleri, b. 1, el-Mensûre, Fikri ve Hukuk Yayınevi, 2015.

**TEKİNAY** Selahattin Sulhi / **AKMAN** Sermet / **BURCUOĞLU** Haluk / **ALTOP** Atilla, Borçlar Hukuku, Genel Hükümler, İstanbul, 1993.

**TENEM** İbrahim, Modern Muamelelerde İmtiyaz, b. 1, ed-Demâm, İbnü'l-Cevzî Yayınevi, H. 1430.

**TEVFİK** Hasan, Hukuk Bilimlerine Giriş, İskenderiye, Üniversite Kültür Kuruluşu, 1983.

**THOMPSON**, D.N., Franchise Operations and Antitrust Heath Lexington, Books D.C. Heath and Company, 1971.

**UKAYLÎ** Azîz, İflas ve Koruyucu Uzlaşma Hükümleri, c. 1, Amman, Es-Sekâfe Yayınevi, 2005.

**UREYNÎ** Muhammed, Ticari Şirketler, b. 1, Beyrut, el-Câmi'a Basımevi, 2002.

**UTAYBÎ** Hâlid, Ticari İmtiyaz Sözleşmesinden Kaynaklanan Hukuki İlişkiler, Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Doktora Tezi, Amman, Amman Üniversitesi, Yüksek Araştırmalar Fakültesi, Özel Hukuk Bölümü, 2008.

**ÜLGEN** Hüseyin / **TEOMAN** Ömer / **HELVACI** Mehmet / **KENDİGELEN** Abuzer / **KAYA** Arslan / **ERTAN** Füsün Nomer, Ticari İşletme Hukuku, İstanbul, 2009.

**W. Michael** Garner, Franchise Desk Book, Selected State Laws, Commentary and Annotations, 2nd edition, USA, American Bar Association, 2001.

**WILLIAM** Pissoort, **PATRICK** Saerens, Initiation au droit commercial international, De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2004.

**YAVUZ** Fatma, Franchise Sözleşmelerinde Franchise-Alanın Hak ve Yükümlülükleri, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2015.

**YENİOCAK**, Umut, Franchise Sözleşmesi, Ankara, 2016.

**ZENNUN** Hasan, Devam Eden Sözleşmelerde Sürenin Rolü, b. 1, Bağdat, Bağdat Üniversitesi Basımevi, 1988.

**ZEYNUDDİN** Salah, Sanayi ve Ticaret Mülkiyeti, b. 2, Amman, es-Sakâfe Yayın ve Dağıtım, 2000.

### **Kanunlar**

69 Sayılı **Mısır Kanunu**. (1959). Mısır Resmi Gazetesi, 21. 03. 1959.

131 Sayılı **MMK**. (1948). Mısır Resmi Gazetesi, 29. 07. 1948.

40 Sayılı **IMK**. (1951). Irak Resmi Gazetesi, 08. 09. 1951.

21 Sayılı **IMVK**. (1957). Irak Resmi Gazetesi, 16. 06. 1957.

107 Sayılı **İİK**. (1979). Irak Resmi Gazete, 03.09.1979.

30 Sayılı **ITK**. (1984). Irak Resmi Gazetesi, 02.04.1984.

71 Sayılı **IÇK**. (1987). Irak Resmi Gazetesi, 27. 07. 1987.

21 Sayılı **IŞK**. (1997). Irak Resmi Gazetesi, 01. 01. 1997.

17 Sayılı **MTK**. (1999). Mısır Resmi Gazetesi, 17. 05. 1999.

82 Sayılı **MFMK**. (2002). Mısır Resmi Gazetesi, 02.06.2002.

12 Sayılı **MÇK**. (2003). Mısır Resmi Gazetesi, 07. 04. 2003.

6098 Sayılı **TBK**. (2011). Türk Resmi Gazetesi, 4.2.2011.

8049 Sayılı **TMK** (2001). Türk Resmi Gazetesi, 8.12.2001.

10975 Sayılı **TTK**. (2011). Türk Resmi Gazetesi, 14.2.2011.

4054 Sayılı **TRKHK**. (1994). Türk Resmi Gazetesi. 13.12.1994.

2002/2 sayılı **Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup** Muafiyeti Tebliği ile yürürlükten kaldırılan 1998/7 sayılı, 36 RG. T: 14/7/2002 – sy. 24815.

**U.S. Federal Trade Commission** (2008). Compliance Guide of Franchise Rule, Part 436, May.



**Kararlar**

03.06.1976'de çıkan 234 sayılı, Birinci Medeni Kurul, **Irak Temyiz Mahkemesi Kararı**, Adliye Hükümleri Mecmuası, sy. 1, 1976.

13.12.1952'de çıkan **Mısır Temyiz Mahkemesi Kararı**, Temyiz Kararları Mecmuası.

24.04.1977 yılında çıkan 561 sayılı **Irak Temyiz Mahkemesi Kararı**, Dördüncü Medeni Kurul, Adliye Kararları Mecmuası.

26.02.1977'de çıkan 6 sayılı Birinci Genel Kurul, **Irak Temyiz Mahkemesi Kararı**, Adliye Hükümleri Mecmuası, sy. 1, 1976.

**Türk Yarg.** 19. HD., 25.06.2001.E. 2001/819. K. 2001/4917.

**Türk Yarg.** 19. HD., 2001/819 E., 2001/4917 K., 25.06.2001.

**Türk Yarg.** 11. HD., 20.06.2013, 7163/12942, YENİOCAK, s. 80.