

T.C.
TÜRK PATENT ENST TÜSÜ
MARKALAR DA RES BA KANLI I

MARKA L SANS SÖZLE MES LE FRANCH SE
SÖZLE MES N N NCELENMES VE KAR ILA TIRILMASI

UZMANLIK TEZ
AHMET DEM RC

ANKARA-2016

T.C.
TÜRK PATENT ENST TÜSÜ
MARKALAR DA RES BA KANLI I

MARKA L SANS SÖZLE MES LE FRANCH SE
SÖZLE MES N N NCELENMES VE KAR ILA TIRILMASI

UZMANLIK TEZ
AHMET DEM RC

TEZ DANI MANI
Yrd. Doç. Dr. VEHB UMUT ERKAN

ANKARA-2016

ÖNSÖZ

Marka Lisans Sözleşmesi ile Franchise Sözleşmesinin incelenmesi ve Karşılaştırılması, özellikle tez çalışmasında marka kavramıyla birlikte lisans ve franchise sözleşmeleri ele alınmış olup bu sözleşmeler, marka ile ilgili hususlar başta olmak üzere çeşitli yönleriyle karşılaştırılmış ve bu sözleşmelere uygulanması gereken hükümler tespit edilmiştir. Özellikle lisans ve franchise sözleşmelerinin hukuki nitelikleri ve unsurları, tarafların hak ve yükümlülükleri, diğer sözleşmelerden farkları, sözleşmelere uygulanacak hukuk kuralları, izlenecek yöntem ve marka hakkına tecavüz halleri gibi hususlar detaylı incelenmiş olup özetindeki görülen farklılıklar, üzerinde durulmakla birlikte mevcut kanuni düzenlemelerin yeterli olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmanın konusu ile ilgili bilgi ve kurullara faydalı bir kaynak olması, temenni eder, çalışmanın hazırlanma sürecinde titiz tavır ve yol gösterici yaklaşımlarla değerli katkıları sunan tez danışmanım hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Vehbi Umut ERKAN'a ve çalışmanın her aşamasında yardımlarını esirgemeyen mesai arkadaşlarımla Mutlu KARAMAN, Özhan ÜNAL, Murat DÖNERTA, Fikret DÜZÇEKER ve Hüseyin YILMAZ'a teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Ahmet DEMİR

Ankara, 2016

Ç NDEK LER

ÖNSÖZ.....	i
Ç NDEK LER.....	ii
ÖZET.....	vii
ABSTRACT	ix
G R	1
B R NC BÖLÜM.....	5
MARKA HAKKI VE HUKUK LEMLERE KONU OLMASI.....	5
1.1. Marka Kavram,	5
1.2. Markan,n Unsurlar,	7
1.3. Marka Çe itleri.....	9
1.3.1. Ticaret Markas,.....	9
1.3.2. Hizmet Markas,	9
1.3.3. Bireysel (Ferdî) Markalar.....	10
1.3.4. Ortak Markalar	10
1.3.5. Garanti Markalar,.....	11
1.3.6. Standart (Alelade) Markalar	12
1.3.7. Tan,nm, Markalar.....	12
1.3.8. Tescilli Markalar.....	14
1.3.9. Tescilli Olmayan Markalar.....	14
1.4. Markan,n levleri	14
1.4.1. Kaynak Gösterme levi.....	15
1.4.2. Ay,rt Edicilik levi	15
1.4.3. Kalite levi	16
1.4.4. Reklam ve Tan,t,m levi	17
1.4.5. Al,c,y, Çekme ve tibar levi	17
1.5. Markan,n Ekonomik De eri.....	18
1.6. Markan,n Hukuki lemlere Konu Olmas,.....	19
1.6.1. Markan,n Devri	20
1.6.1.1. Markan,n Sözle me le Devri	21
1.6.1.2. Markan,n Miras Yoluyla ntikali	22
1.6.2. Markan,n Rehini	22
1.6.3. Markan,n Haczi	23

1.7. Marka Lisans Kavramı, Tescili, Marka Lisans Sözleşmesinin Hukuki Niteliği, Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması, Unsurları, Türleri ve Sona Ermesi	23
1.7.1. Marka Lisans Kavramı.....	23
1.7.2. Marka Lisansın Tescili ve Tescilin Etkisi	26
1.7.3. Marka Lisans Sözleşmesinin Hukuki Niteliği	27
1.7.3.1. Sımsız Sözleşmeler.....	27
1.7.3.2. Sımsız Sözleşmelere Uygulanacak Hükümler	29
1.7.3.3. Doktrindeki Görüşler.....	30
1.7.4. Marka Lisans Sözleşmesinin Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması.....	31
1.7.4.1. Marka Lisans Sözleşmesinin Adi Kira ve Ürün (Hâs,lat) Kiras, Sözleşmesiyle Karşılaştırılması.....	31
1.7.4.2. Marka Lisans Sözleşmesinin Satım Sözleşmesiyle Karşılaştırılması.....	33
1.7.4.3. Marka Lisans Sözleşmesinin Adi Ortaklık Sözleşmesiyle Karşılaştırılması.....	34
1.7.5. Marka Lisans Sözleşmesinin Unsurları.....	35
1.7.5.1. Markanın Kullanılması.....	35
1.7.5.2. Lisans Bedeli	35
1.7.5.3. Anlaşma.....	36
1.7.6. Marka Lisans Sözleşmesinin Türleri.....	37
1.7.6.1. Lisansın Doğru Hakkında Çerçeveye Göre Lisans Sözleşmeleri.....	37
1.7.6.1.1. İhtisari Olmayan (Basit) Lisans	37
1.7.6.1.2. İhtisari Lisans	38
1.7.6.2. Kullanım Sahasına Göre Üretim Lisans Sözleşmeleri-Satım Lisans Sözleşmeleri.....	41
1.7.6.3. Yöre ve Süre ile Sınırlı Oluşuna Göre Lisans Sözleşmeleri.....	42
1.7.6.4. Lisans Alanın Niteliğine Göre Kişiyi Başlı, Lisans Sözleşmeleri ve İletmeye Başlı, Lisans Sözleşmeleri.....	42
1.7.6.5. Alt Lisans	42
1.7.7. Marka Lisans Sözleşmesinin Sona Ermesi.....	44
1.7.7.1. Marka Lisans Sözleşmesinin Kendiliğinden Sona Ermesi	44
1.7.7.1.1. Sözleşme Süresinin Sona Ermesi	44
1.7.7.1.2. Ölüm, Ehliyet Kaybı, Felâh Sebebiyle Sona Erme	45
1.7.7.2. Marka Lisans Sözleşmesinin Taraflarca Sona Erdirilmesi	46
1.7.7.2.1. Olağan Fesih	47
1.7.7.2.2. Olağanüstü Fesih	47
K N C BÖLÜM.....	49

FRANCHİSİNG KAVRAMI VE FRANCHİSİNG SÖZLEŞMESİ	49
2.1. Franchising Tanımı, Özellikleri, Gelişimi, Çeşitleri ve Franchising Türlerinin Faydaları, ve Sakıncaları,	49
2.1.1. Franchising Tanımı ve Özellikleri	49
2.1.2. Franchising Gelişimi	53
2.1.3. Franchising Sisteminin Faydaları, ve Sakıncaları,	56
2.1.3.1. Franchise Alan Açısından Faydaları,	56
2.1.3.2. Franchise Veren Açısından Faydaları,	58
2.1.3.3. Tüketici Açısından Faydaları,	59
2.1.3.4. Franchise Alan Açısından Sakıncaları,	60
2.1.3.5. Franchise Veren Açısından Sakıncaları,	61
2.1.4. Franchising Sisteminin Çeşitleri	62
2.1.4.1. Ürün Franchisingi - İletme Franchisingi	62
2.1.4.2. Mal Franchisingi - Hizmet Franchisingi - Üretim Franchisingi	63
2.1.4.3. Master Franchisingi- Yavru Şirket Franchisingi	64
2.1.4.4. Kurucu Franchising - Dönüştürücü Franchising	65
2.1.4.5. Tabiiyet Franchisingi - Ortaklık Franchisingi	65
2.1.4.6. Ulusal Franchising - Uluslararası Franchising	66
2.1.4.7. Açık Franchising - Gizli Franchising	66
2.2. Franchise Sözleşmesinin Tanımı, Unsurları, ve Sona Ermesi	67
2.2.1. Franchise Sözleşmesinin Tanımı,	67
2.2.2. Franchise Sözleşmesinin Hukuki Niteliği ve Doktrindeki Görüşler	69
2.2.3. Franchise Sözleşmesinin Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması,	71
2.2.3.1. Franchise Sözleşmesinin Vekâlet Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,	71
2.2.3.2. Franchise Sözleşmesinin Hizmet Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,	72
2.2.3.3. Franchise Sözleşmesinin Acente Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,	73
2.2.3.4. Franchise Sözleşmesinin Tek Satışlık Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,	74
2.2.4. Franchise Sözleşmesinin Unsurları,	75
2.2.4.1. Sürekli Borçlu Kişi	75
2.2.4.2. Çerçeve Sözleşme	76
2.2.4.3. Franchise Alanın Bağımsız Olması,	77
2.2.4.4. Franchise Sistemi veya Paketi	77
2.2.4.5. Dikey Birliği	79
2.2.4.6. Ücret	80

2.2.4.7. Anla ma.....	80
2.2.5. Franchise Sözle mesinin Sona Ermesi.....	81
2.2.5.1. Franchise Sözle mesinin Kendili inden Sona Ermesi	81
2.2.5.1.1. Sözle me Süresinin Sona Ermesi	81
2.2.5.1.2. Ölüm, Ehliyet Kayb, ve flas	82
2.2.5.2. Franchise Sözle mesinin Taraflarca Sona Erdirilmesi	83
2.2.5.2.1. Ola an Fesih	83
2.2.5.2.2. Ola anüstü Fesih	85
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	87
FRANCH SE SÖZLE MES LE MARKA L SANS SÖZLE MES N N	
KAR ILA TIRILMASI.....	87
3.1. Franchise Sözle mesi ve Marka Lisans Sözle menin Taraflar, Aras,ndaki li kilerin Kar ,la t,r,lmas,	87
3.1.1. Ekonomik li ki	87
3.1.2. Yönetmel li ki.....	89
3.2. Franchise Sözle mesinin ve Marka Lisans Sözle mesinin Hukuki Niteli i, Unsurlar,, eklinin ve Bu Sözle melere Uygulanacak Hükümlerin Kar ,la t,r,lmas,.....	90
3.2.1. Franchise Sözle mesinin ve Marka Lisans Sözle mesinin Hukuki Niteli inin Kar ,la t,r,lmas,	90
3.2.2. Franchise Sözle mesinin ve Lisans Sözle mesinin Unsurlar,n,n Kar ,la t,r,lmas,	92
3.2.3. Franchise Sözle mesinin ve Lisans Sözle mesinin ekil Yönünden Kar ,la t,r,lmas,	94
3.2.4. Franchise Sözle mesine ve Marka Lisans Sözle mesine Uygulanacak Hükümlere li kin Yöntem Yönünden Kar ,la t,r,lmas,	95
3.3. Franchise Sözle mesinin ve Marka Lisans Sözle mesinin Taraflar,n,n Yükümlülüklerinin Kar ,la t,r,lmas,.....	96
3.3.1. Franchise Veren ve Lisans Veren Ortak Yükümlülüklerinin Kar ,la t,r,lmas,	96
3.3.1.1. Fikri ve S,naî Unsurlar, Kulland,rma Yükümlülü ü.....	97
3.3.1.1.1. Marka Hakk,n,n Varl ,na li kin Garanti Yükümlülü ü.....	99
3.3.1.1.2. Marka Hakk,ndan Vazgeçmeme	100
3.3.1.1.3. Markay, Yenileme Yükümlülü ü.....	101
3.3.1.1.4. Üçüncü Ki ilerin Hak ddialar,n,n Önlenmesi ve Tahsis Etti i Tekel Bölgesine Riayet Etme Yükümlülü ü.....	102
3.3.1.2. Sunulan Mal,n veya Hizmetin Kalitesinin Korunmas,n, Sa lama Yükümlülü ü	102

3.3.2. Franchise Veren ve Lisans Veren Farkl, Yüklümlüklerinin Kar ,la t,r,lmas,	103
3.3.2.1. Franchise Alan, Ayd,nlatma Borcu.....	103
3.3.2.2. Franchise Alan, Koruma ve Destekleme Yüklümlü ü.....	104
3.3.2.3. Franchise Alana Gerekli Mal ve Malzemeleri Teslim Yüklümlü ü	105
3.3.3. Franchise Alan,n ve Lisans Alan,n Ortak Yüklümlüklerinin Kar ,la t,r,lmas,	105
3.3.3.1. Ücret Ödeme Yüklümlü ü.....	105
3.3.3.2. Sunulan Mal,n veya Hizmetin Kalitesinin Sa lanmas, Yüklümlü ü	106
3.3.3.3. Fikri ve S,naî Unsur Sahibinin Menfaatlerini Koruma ve Sadakat Yüklümlü ü	106
3.3.3.4. Fikri ve S,naî Unsurlar, Kullanma Yüklümlü ü.....	107
3.3.4. Franchise Alan,n ve Lisans Alan,n Farkl, Yüklümlüklerinin Kar ,la t,r,lmas,	107
3.3.4.1. Sözle me Konusu Mal ve Hizmetlerin Sürümünü Yapma Yüklümlü ü ...	107
3.3.4.2. Franchise Veren Talimat,na Uyuma Yüklümlü ü	108
3.3.4.3. Franchise Konusu Ürün ve Malzemeleri Franchise Verenden Alma Yüklümlü ü	109
3.4. Franchise Sözle mesinde ve Lisans Sözle mesinde Marka Hakk,na Tecavüzü Halinin ve Dava Açma Hakk,n,n Kar ,la t,r,lmas,	109
3.4.1. Franchise Alan,n ve Lisans Alan,n Marka Hakk,na Tecavüzü (Lisans Yoluyla Verilen Haklar,n zinsiz Geni letilmesi ve Bu Haklar,n Üçüncü Ki ilere Devredilmesi)	110
3.4.2. Üçüncü Ki ilerin Marka Hakk,na Tecavüzü	111
3.4.2.1. Marka Hakk,na Tecavüz Halinde Lisans Sözle melerinde Dava Açma Hakk,	111
3.4.2.1.1. nhisari Olmayan (Basit) Lisans Sözle mesinde Dava Hakk,.....	112
3.4.2.1.2. nhisari Lisans Sözle mesinde Dava Hakk,	114
3.4.2.2. Marka Lisans Sözle mesine K,yasla Marka Hakk,na Tecavüz Halinde Franchise Sözle melerinde Dava Açma Hakk,	115
SONUÇ.....	118
KISALTMALAR	129
KAYNAKÇA.....	131

ÖZET

Bu çal, mada, ticari hayatta kanunda düzenlenmi sözleşmelerin bir kısmından daha sık uygulama alan, bulan marka lisans ve franchise sözleşmelerinin taraflar, arasındaki ilişkiler, tarafların borçları,, sözleşmelerle sağlanan markanın kullanımı hakk,, sözleşmelere ait benzerlikler ve farklılıklar hakkında araştırılmalı, incelenmelidir.

Marka, temel olarak bir işletmenin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmek için, zamanla markalı mal veya hizmeti diğer markalı mal veya hizmetten ayırt etmek, mal veya hizmetin kalitesini garanti etmek ve sahip olduğu imajla tüketici tercihlerini etkilemek üzere kullanılmaya başlanmıştır. Artık ürün veya hizmetler sahip oldukları işletmelerden ziyade tamamen markadan dolayı talep edilmekte ve işletmelerin elde ettikleri gelirden, sürümünü gerçekleştirdikleri mal ve/veya hizmetin markası, etkin rol oynamaktadır.

Ekonomik hayatın en önemli unsurlarından biri haline gelen marka, büyük işletmelere pazar payını artırmak, finansman kaynağı sağlamak ve işletme faaliyetlerini ulusal-uluslararası boyutta genişletmek için yeni olanaklar elde etme imkânını sağlamıştır. Aynı zamanda, artan rekabet ortamı, küçük ölçekte faaliyet gösteren işletmeleri etkilemiş ve bu işletmeleri kıyaslayarak rekabet ortamında ayakta kalabilmek için teşvik etmiş, bir markanın himayesinde hareket etmeye yöneltmiştir. Bu nedenle, ulusal-uluslararası ve büyük-küçük firmalar arasında sözleşmeler yoluyla franchising, lisans gibi ticari ilişkilerin boyutunda önemli oranda artış yaşanmıştır.

Marka lisans sözleşmesi ile marka hakkına münhasıran sahip olan marka sahibi (lisans veren), markanın kullanımı hakkını, -kural olarak- bir bedel karşılığında kısmen veya tamamen lisans alanı sağlamaktadır. Markanın devrinden farklı olarak lisans durumunda hakkın özünü lisans sahibinde kalmaya devam edip, marka hakkının diğer bir kişiye kullanıma verildiği söz konusu olmaktadır.

Benzer şekilde franchise sözleşmesi ile franchise veren başta marka olmak üzere kendisine ait üretim, işletme ve pazarlama sistemini oluşturan fikri ve sınai unsurlar üzerinde, franchise alanın kullanma hakkı, tanıtarak, onu kendi işletme organizasyonuna entegre etmek ve onu bu sisteme dayalı, ticari faaliyet sırasında devamlı olarak desteklemek borcu altına girmektedir; buna karşın, franchise alan ise (franchise verenin belirlediği ilkelere uymak ve verilen fikri/sınai unsurlardan yararlanmak kaydıyla) hem söz konusu sisteme dahil mal veya hizmetlerin sürümünü kendi nam ve hesabına yapmay, ve desteklemeyi hem de franchise verene belli bir ücret ödemeyi taahhüt etmektedir.

Franchise sözleşmesi sürekli borç ilişkisi doğurur, kanunda düzenlenmemiş ve tam iki tarafa borç yükleyen çerçevede bir sözleşmedir. Marka lisans sözleşmesi de sürekli borç ilişkisi niteliğindedir. Sahip bir sözleşme olup serbest lisans, söz konusu olduğu durumlarda haricinde tam iki tarafa borç yükleyen sözleşme niteliğindedir. Ayrıca, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'de marka lisans sözleşmesine ilişkin bazı düzenlemelere yer verilmiş ve de marka lisans sözleşmesi tüm unsurları kanunda düzenlenmiş bir sözleşmedir. Kanunda düzenlenmiş sözleşmelere ait unsurları içeren franchise ve lisans sözleşmelerine bu sözleşmelere ait hükümler doğrudan değil mahiyetine uygun olduğu ölçüde uygulanabilmektedir.

Franchise sözleşmesi, lisans sözleşmesine karşın lisans unsurunu da içine alan daha geniş haklar ve yükümlülükler demeti olarak karşın, zamana geçmektedir.

ABSTRACT

In this study, trademark licensing and franchising agreements which are more commonly used than some of the agreements that are regulated by law in business life have been discussed comparatively in terms of the relations between the parties of the agreement, their debts, using the trademark through trademark licensing and franchising agreements and similarities and differences between the agreements.

While the principle function of the trademark is to distinguish the goods and services of one enterprise from that of another, it has evolved into being used as a means which assures the quality of the goods/services and also to affect the customer preferences. Eventually, the goods/services are mostly demanded for their trademark rather than the functions they have. Trademark also affects the companies' revenues drastically.

Branding, which has become one of the most important factors in business, has enabled big enterprises to increase their market shares, to provide alternative financial resources and thus extend their business activities both in national and international markets. Consequently, the competition in the market has forced small-sized companies to work under the name of other big trademark holders for the survival of their businesses. Therefore, there has been a significant rise in the amount of commercial relations such as via franchising or licensing agreements between small and big companies both nationally and internationally.

Trademark owner (who certifies the license) as the party who solely owns all the rights of the trademark, allows the other party to use the trademark rights partly or fully (in principle) at a certain cost. Unlike trademark assignment, in the case of license, core rights still remain in the license owner (licensor) while the trademark rights are given to licensee.

Similarly, in franchising agreement, franchising party (franchisor) gives primarily the rights of trademark usage as well as the usage of the ideas and technologies that form the manufacturing, administrating and marketing system by which they integrate

them to their organization and also assures to support them during their business. On the other hand, (provided that the franchisee sticks to the principles determined by franchiser and uses the intellectual property rights) the franchisee both the marketing of goods/services on his/her own behalf and paying a certain amount to the franchiser in accordance with the franchising agreement.

Franchising agreement is a framework agreement which dictates a continuous debt relation which is not regulated in the law. It makes both parties encumbered with debts. Trademark licensing agreement also has continuous debt relation where it encumbers both parties with debt except for the cases of free license. Additionally, although it has been covered with some regulations in the Decree-Law No: 556 Pertaining To The Protection Of Trademarks, trademark licensing agreement has not been completely resolved in the law to address all consequences. Franchising and license agreements may include some constituents of the agreements resolved in the laws. The provisions of these agreements can not be applied directly to the franchising and license agreements. Instead, the applicability of these provisions to the franchising and license agreements should be taken into account and then decisions can be taken by analogy.

Franchising Agreement, when compared to Licensing Agreement, appears to be a broader collection of rights and responsibilities which also include the licensing issues.

G R

Küreselle me süreciyle birlikte üretim teknolojilerindeki gelişmeler, tüketici tercih ve beklentilerindeki değişimler yönünden bir rekabet ortamını, ortaya çıkarıyor. Yeni rekabet ortamında ayakta kalabilmek, rakiplerle yarışabilmek ancak kaliteden ödün vermeden hareket etmekle birlikte mal ve/veya hizmetin sunumunda kullanılan markaların tüketici nezdinde tanınma, ilgi ve itibar kazanmasıyla gerçekleşmektedir. Temel seviye bir işletmenin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmek olan marka, zamanla markalı mal veya hizmeti diğer markalı mal veya hizmetten ayırt etmek, mal veya hizmetin kalitesini garanti etmek ve sahip olduğu imajla tüketici tercihlerini etkilemek üzere kullanılmaya başlanmıştır. Ekonomik hayatın en önemli unsurlarından biri haline gelen marka, sahibine ve markanın kullanılması hakkını elinde bulunduran kişilere bir takım avantajlar sağlamaktadır.

Markanın tüketici nezdinde tanınma, ilgi düzeyinin artması, ve itibar kazanması, emek, zaman ve maliyet açısından oldukça külfetli bir süreçtir. Bu sürecin başarıyla tamamlanmaması, da söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle yeni bir marka oluşturulma sürecine girilmeksizin, başarıyla bir markanın lisans ve franchise sözleşmeleriyle kullanılması devralınması, tercih edilmektedir. Ancak belirtmek gerekir ki franchisingde genelde tanınma, bir markayla birlikte başarıyla bir işletme ve pazarlama sisteminin varlığı, da söz konusudur. Açıklamalarımızdan anlaşılacağı üzere günümüzde marka kaynağını gösterme seviyesini yitirmiş olup sadece sahibinin mal ve hizmetleri için kullanılmamaktadır.

Latince *ōlicetō* kelimesinden gelen *ōlisansō* terimi etimolojik açıdan *ōizin verilmi ö, ōmüsaade edilmi ö* anlamına gelmekte olup sözlük anlamı, birisini yetkili kılmak veya birisine izin vermektir. Marka lisans sözleşmesi ile marka hakkına münhasıran sahip olan marka sahibi (lisans veren), markanın kullanılması hakkını, -kural olarak- bir bedel karşılığında kısmen veya tamamen lisans alana sağlamaktadır. Markanın devrinden farklı olarak lisans durumunda hakkını özü lisans sahibinde kalmaya

devam edip, marka hakk,n,n di er bir ki iye kulland,r,lmas, söz konusu olmaktadır. Markan,n tescilli oldu u mal veya hizmetlerin tamam,nda faaliyet göstermek istenilmedi i durumlarda faaliyet gösterilmeyen mal ve hizmetlerde markadan bir ekilde faydalan,lmas,, üretmek ve pazarlamak için yeterli kapasitenin bulunmamas,, markan,n üçüncü ki ilerin kullan,m,na sunulmak suretiyle markan,n yayg,nla mas, veya dünya pazar,na aç,lmak için finansman deste ine ihtiyaç olmas, gibi sebeplerden marka hakk,, lisans veren aç,s,ndan lisansa konu olabilir. Lisans alan marka lisans, ile markan,n tan,nm, l, ,ndan, itibar,ndan, reklam,ndan ve i potansiyelinden faydalanmay, ve bu sayede mevcut i potansiyelini art,rmay, amaçlamaktadır.

Öte yandan İngilizce bir kelime olan franchisingin sözlük anlam,; *övergilendirme ve gümrük i lerinde serbestlik verme, imtiyazö* olup, Frans,zcaø da *öserbest b,rakmakö* anlam,na gelen bu kelimenin Türkçe kar ,l, , ise *öimtiyaz/ayr,cal,k vermeö* olarak ifade edilebilir. Franchise sözleşmesi ile franchise veren ba ta marka olmak üzere kendisine ait üretim, i letme ve pazarlama sistemini olu turan fikri ve s,nai unsurlar üzerinde, franchise alana kullanma hakk, tan,yarak, onu kendi i letme organizasyonuna entegre etmek ve onu bu sisteme dayal, ticari faaliyet s,ras,nda devaml, olarak desteklemek borcu alt,na girmektedir; buna kar ,l,k franchise alan ise hem söz konusu sisteme (franchise verenin belirledi i ilkelere uymak ve verilen fikri/s,nai unsurlardan yararlanmak kayd,yla) dahil mal veya hizmetlerin sürümünü kendi nam ve hesab,na yapmay, ve desteklemeyi hem de franchise verene belli bir ücret ödemeyi taahhüt etmektedir.

Modern bir sürüm yöntemi olan franchising, en geni anlam,yla bir sözleşme belirlenmi ticari, ekonomik ve sosyal ili kilerin taraflar aras,nda de i -toku udur. İlk olarak ABDøde ortaya ç,kan franchising, tüketici ihtiyaçlar,n,n daha kaliteli ve tan,nm, mallara yönelmesinin ve her yerde standart hizmeti talep etmesinin neticesidir. Zamanla sistem di er ülkelere de yay,lm, ve öfranchiseö terimi uluslararası, ticaret hayat,nda aynen benimsenmi tir.

Bayilik, acentelik ve distribütörlük gibi klasik sürüm yöntemleri, kitlesel üretim sonucu ortaya çıkan da, t, m problemine çözüm olarak kullanılmakla beraber işletmeler günümüzde mahiyetinde yeni fırsatlar, barındıran franchisingi de yaygın olarak kullanmaktadırlar. Franchising ile kisi, pazarın, genişletmek isteyen işletmelere önemli avantajlar sağlayarak büyüme imkânları, sunarken girişimcilere de büyük bir organizasyonun ve markanın desteği ve güvencesiyle yatırım yapma ve piyasada tutunabilme olanağı sunmaktadır.

Her ne kadar 556 sayılı, Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'de marka lisans sözleşmesine ilişkin bazı düzenlemelere yer verilmişse de marka lisans sözleşmesi tüm unsurlarıyla kanunda düzenlenmiş bir sözleşme değildir. Aynı şekilde franchise sözleşmesi de kanunda düzenlenmiş bir sözleşme değildir. Her iki sözleşme de kanunda düzenlenmiş sözleşmelere ait bazı unsurları taşıyarak, ancak birlikte hiçbirine tam olarak benzememektedir.

Ticari hayatta kanunda düzenlenmiş sözleşmelerin bir kapsamından daha sık uygulama alanı bulan marka lisans ve franchise sözleşmelerinde taraflar arasındaki ilişkiler, tarafların borçları, sözleşmelerle sağlanan markanın kullanımı hakkındaki sözleşmelere ait benzerliklerin ve farklılıkların ortaya konması için sözleşmelerin karşılaştırılması, incelenmesi gereken konular olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmamızın birinci bölümünde marka kavramı, markanın tanımlanması, markanın seviyeleri, markanın unsurları, markanın hukuki işlemlere konu olması, marka lisans kavramı, marka lisansının tescili, marka lisansının hukuki niteliği, marka lisansının benzer sözleşmelerle karşılaştırılması, marka lisans sözleşmesinin unsurları, türleri ve sona ermesi konuları incelenecektir.

İkinci bölümde ise franchisingin tanımı, franchisingin özellikleri, franchisingin çeşitleri, franchising ile kişinin fayda ve sakıncaları, franchise sözleşmesinin tanımı, franchise sözleşmesinin hukuki niteliği, franchise sözleşmesinin benzer sözleşmelerle karşılaştırılması, franchise sözleşmesinin unsurları ve franchise sözleşmesinin sona ermesi konuları incelenecektir.

Üçüncü bölümde ise lisans sözleşmesi ile franchise sözleşmesi ve sözleşmelerin tarafları arasındaki ilişkiler çeşitli yönleriyle karşılaştırılacaktır. Özellikle her iki sözleşmede tarafların hak ve sorumlulukları, sözleşmelerin unsurları, sözleşmelere uygulanacak hukuk kurallarının tespiti ve marka hakkına tecavüz halinde dava açma hakkı gibi hususlar karşılaştırılmalı, incelenecektir.

Çalışmamızın sonuç bölümünde ise çıkarılan sonuçlara yer verilmekle birlikte mevcut kanuni düzenlemelerin yeterli olup olmadığı tespit edilmeye çalışılacaktır.

Kararname (MarkaKHK) ile yürürlükten kaldırılm, t.r. 551 sayılı, Markalar Kanunu'ndan kalan maddelerin de KHK'ya 61/A maddesinin eklenmesi suretiyle yürürlükten kaldırılması, gerçekleş mi tir.⁵

MarkaKHK'da markanın tanımlan, doğrudan yapan bir ifadeye yer verilmemi tir.⁶ MarkaKHK'nın *ÖTanımlar* bölümü, 2. maddesinde, markanın ortak markalar ve garanti markalar, dâhil ticaret markalar, veya hizmet markaları, ifade ettiğini belirtirmi tir.

MarkaKHK'nın *ÖMarkanın Çerece İretler* bölümü, 5. maddesinde, *ÖMarka*, bir tebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka tebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlamasıyla, ki i adlar, dâhil, özellikle sözcükler, ekiler, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajlar, gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayımlanabilen ve çoaltılabilen her türlü i retleri içerir.ö hükmüne yer verilmirmi tir. Bu dolayla, marka tanımına göre marka, bir tebbüsünün mal veya hizmetlerini bir başka tebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlamasıyla ki i adlar, dâhil, özellikle sözcükler, ekiler, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajlar, gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayımlanabilen ve çoaltılabilen her türlü i rettir.

Sınâî Mülkiyet Kanunu Tasarısı, m. 4'de marka, *ÖBir tebbüsün malların veya hizmetlerinin diğer tebbüslerin mallarından veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlaması*, ve marka sahibine sağlanan korumanın konusunun açık ve kesin olarak anlaşılmasıyla, sıraya gelebilecek şekilde sicilde gösterilebilir olmasıyla ki i adlar, dahil sözcükler, ekiler, renkler, harfler, sayılar, sesler ve malların veya ambalajların biçimi olmak üzere her tür i retten oluşabilir.ö olarak tanımlanm, t.r.⁷

⁵ Dirikkan, Hanife: **Tanım, Markanın Korunması**, Ankara 2003, s. 6; Noyan, Erdal: **Marka Hukuku**, Ankara 2006, s. 64; Arkan, s. 19620; Yasaman, s. 3; Çolak, s. 3.

⁶ Çolak, s. 8.

⁷ Markanın başka özelliklerini de dikkate alan marka tanımları da mevcuttur. Örneğin, dünya çapında ünlü bir marka derleme şirketi olan Brand Finance'nin olumuna yardımcı oldu u Marka Derleme Standardı, ISO 10668'de marka, *ÖÜrünler, servisler veya kurumlar, tanımlama*,

Buraya kadar anlatılanlardan yola çıkarak marka ile ilgili yeni bir tanım yapmak gerekirse marka, mal veya hizmetin ticari kaynağına, gösteren ve sahibinin mal veya hizmetini piyasadaki diğer emsallerinden ayırt etmeye yarayan isim, sembol, tasarım veya bunların çeşitli kombinasyonları, şeklindeki iştir.

1.2. Markanın Unsurları,

MarkaHKK m. 5 hükmünde yer alan marka tanımı, markanın iki ana unsurunun varlığından bahsedilmektedir. Bu unsurlardan ilki *özellik* ikincisi ise işaretin *ayrıştırıcı* niteliğine sahip olmasıdır. Bir markanın ortaya çıkması, için bir işaret seçilmesi ve seçilen bu işaretin ayrıştırıcı niteliğine sahip olması gerekmektedir.

MarkaHKK'da markanın her türlü işareti içerebileceği zikredilmiş olmakla beraber işaretin tanıma yer verilmemiştir. İşaret, bir mal veya hizmeti ifade eden, onu tanıtmaya, diğerlerinden ayırt etmeye yarayan simgedir.⁸ Tekinalp, marka örneğindeki işaretin tescil gerçekleştiği sonra marka olarak değerlendirilmesi gerektiğini görüşünü savunmaktadır.⁹

MarkaHKK'da işaretler sayı, itibarıyla sınırlı olmayıp, işaret sözcüğü geniş anlamda kullanılmaktadır. Buna göre grafikler, tasarımlar, kelimeler, sözcükler, harfler, logolar ve ambalajların biçimi, sloganlar, sözcük ve şekil birleşimleri, üç boyutlu biçimler, jenerikte ve bir programın takdimi esnasında kullanılan ses melodileri, renkler, renk kombinasyonları, kokular, tatlar da *özellik* olarak kabul edilmiştir. Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere işaretin mutlaka elle tutulabilir veya gözle görülebilir olması şart değildir. Duyu organlarından biriyle algılanabilmesi yeterlidir.¹⁰ MarkaHKK'da

amaçlayan ve hissedarların akıllarında ayırt edici imaj ve çağrışımların oluşturduğu, böylece ekonomik değer/fayda sağlayan, pazarlama ile ilgili isim, tanım, logo, sembol, işaret ve dizayn gibi fiziki olmayan varlıklar olarak tanımlanmaktadır. (Brand Finance: **Ölçülebilirliğin En Değerli Markaları, 2015 Yılı Raporu**, Haziran 2015, s. 8.) Uztu ise, markayı, tüketicinin zihninde diğer markalardan ayrı, farklı bir izlenim bırakmak için özetlenmiş bir algılanan değer ifadesi olarak tanımlamaktadır. Ayrıca, ürünün, işlevsel bir yarar sunan somut bir niteliğe; markanın ise bu işlevsellik ötesinde ürünün değerini artıran bir isim, sembol, tasarım ya da işaretin oluşturduğu anlam ile soyut bir niteliğe sahip olduğunu iddia etmektedir. (Uztu, s. 22.)

⁸ Çağlar, s. 12; Tekinalp, s. 344.

⁹ Tekinalp, s. 344.

¹⁰ Kaya, Arslan: **Marka Hukuku**, İstanbul 2006, s. 12.

tescil edilebilecek i aretlerin tahdidi olarak say,lmad, ,ndan yeni marka kullan,m ekillerinin önü aç,lm, t,r.¹¹ MarkaKHKda i aretin çizimle görüntülenebilmesi veya benzer biçimde ifade edilebilmesi, bask, yoluyla yay,nlanabilmesi veya ço alt,labilmesi art, aranmaktadır.¹² Bu hükümde, i aretin kâ ,t üzerine aktar,larak, tescil edilecek markan,n tam olarak tespit edilmesi hedeflenmektedir. Böylelikle ileride ortaya ç,kabilecek uyu mazl,klar,n önüne geçilebilecektir.

Ay,rt edicilik unsuru i aretin marka olarak tescili için aranan bir art, olarak MarkaKHKda zikredilmekle beraber aç,k bir tan,m,na yer verilmemi tir. Bir i aret, mal veya hizmetleri birbirinden ay,rabildi i ve ilgili tüketici nezdinde o mal veya hizmetlerin ticari kökenlerine yönelik alg, olu turabildi i ölçüde ay,rt edicidir.¹³

aret, ay,rt edicili e ya en ba tan sahiptir ya da zamanla kullan,larak, yat,r,m yap,larak ilanlar, reklamlar, tan,t,c, kampanyalar ile ay,rt edicilik kazan,labilmektedir.¹⁴

Ay,rt edicili i soyut ve somut olarak dü ünebilece imize dair ö retide görü ler mevcuttur. Bu görü e göre soyut ay,rt edicilikten anla ,mas, gereken i aretin herhangi bir mal veya hizmetle ilgisi olmaks,z,n marka olabilmek için ay,rt edicili i olmamas,d,r.¹⁵ *õeuro, süper, mükemmel, ultra, kaliteö* gibi baz, kelimeler veya kavramlar bu kapsamda de erlendirilebilir.¹⁶ Somut ay,rt edicili e gelince i aretin belli mal veya hizmetler için ay,rt edici olup olmamas, söz konusudur. Mesela zeytin resmi soyut ay,rt edicili e sahipken, zeytin ürünleri için somut ay,rt edicili i söz konusu de ildir. Kullan,m sonucu kazan,lan ay,rt edicili in somut ay,rt edicilikte olabilece i bu görü kapsam,ndad,r. Yukar,da anlatt, ,m,z soyut-somit ay,rt edicilik görü üne göre soyut ay,rt edicilik marka olabilirli in bir ko ulu iken, somut ay,rt edicilik ise tescil edilebilmenin bir ko uludur.¹⁷

¹¹ Tekinalp, s. 344.

¹² Bu husus S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s,ında m. 4de i aretin sicilde gösterilebilir olmas, art, olarak ifade edilmi tir.

¹³ Meran, Necati: **Marka Haklar, ve Korumas,,** Ankara 2014, s. 31; Çolak, s. 23.

¹⁴ Tekinalp, s. 348.

¹⁵ Ça lar, s. 12; Çolak, s. 24.

¹⁶ Fezer, Karl-Heinz; **Markenrecht**, 4. Aufl., München 2009, s. 3 (naklen Ça lar, s. 12)

¹⁷ Ça lar, s. 13.

1.3. Marka Çe itleri

1.3.1. Ticaret Markas,

Marka kavramı, ilk defa ticaret sahasında mal ve ambalaj, üzerinde kullanılmı buldu u klasik marka türü ticaret markasıdır.¹⁸ Ticaret markası, MarkaKHK'nın Uygulama eklini Gösterir Yönetmelik (MarkaYön)¹⁹ m. 8'de *öbir i letmenin imalatı, ve/veya ticaretini yaptı, mallar, ba ka bir i letmenin mallarından ayrılmeye yarayan i aretö* olarak tanımlanmıştır. Türk Patent Enstitüsü (TPE) tarafından çıkarılan 3501 sayılı Temyiz Kanunu'nun 1'den 35'e kadar sayılarda tescilli olan markalar ticaret markası niteliindedir.²⁰

Ticaret markası, malın üreticisi tarafından doğrudan kullanılmı, gibi üretici olmadığı halde mal, kendi markasıyla piyasaya sunanlar tarafından da kullanabilmektedir. Migros veya B M gibi bazı büyük mağazalar istedikleri özellikte ürünleri bazı üreticilerden temin ettikten sonra kendi markaları ile satılmaya sunmaktadır.²¹ Ayrıca para ve kıymetli evrak gibi bazı istisnalar hariç olmak üzere, menkul malların hemen hemen tamamı, ticaret markasına konu olabilebilir.²²

1.3.2. Hizmet Markas,

Hizmet markası, MarkaYön m. 9'da *öbir ticari i letmenin hizmetlerini, di er i letmenin hizmetlerinden ayrılmı aretö* olarak tanımlanmıştır. Bankalar, turizm acenteleri, hastaneler, oteller, eğitimi hizmeti veren her türlü müesseseler, danışmanlık şirketleri ve güvenlik firmaları, gibi çe itli sektörlerde faaliyet gösteren kuruluşlar mü terilerine ürettikleri mal, de il hizmeti sunarlar.²³ TPE tarafından çıkarılan 3501 sayılı Temyiz Kanunu'nun 35'den itibaren 45'e dâhil olmak üzere son 11

¹⁸ Tekinalp, s. 351; Çalın, s. 25.

¹⁹ RG: T. 05.11.1995 S. 22454.

²⁰ Çolak, s. 15.

²¹ Tekinalp, s. 351; Meran, s. 34; Gutterman, Alan S./Erlich, Jacob N.: **Technology Development and Transfer, The Transactional and Legal Environment**, London 1997 s. 56 (naklen Ölmez, Hande: **Marka Lisans Sözleşmeleri**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2012, s. 13).

²² Sert, Selin: **Markanın Kullanılması, Yükümlülü ü**, Ankara 2007, s. 19; Meran, s. 33; Tekinalp, s. 351.

²³ Meran, s. 34; Tekinalp, s. 352; Yasaman, s.22; Arkan, s. 43.

s,n,f, hizmet markalar,na konu te kil etmektedir. 551 say,l, Markalar Kanunuında korunmamas,na kar ,l,k, MarkaKHK ile koruma alt,na al,nan²⁴ hizmet markalar,nda, markan,n mal,n veya ambalaj,n üzerinde bulundurulmas, zorunlulu u olmay,p, i letmenin i evrak,nda veya reklamlar,nda kullan,lmas, yeterli görölmektedir.²⁵

1.3.3. Bireysel (Ferdî) Markalar

Bireysel (Ferdî) marka, garanti ve ortak markadan farklı olarak sadece ad,na tescilli oldu u ki i/ki ilere hak sa lamaktadır.²⁶ Bir gerçek veya tüzel ki iye ait olan bireysel marka üzerindeki hakk,n bir ya da i tirak halinde veya mü terek mülkiyet durumunda birkaç ki i taraf,ndan kullan,lmas, söz konusudur.²⁷

1.3.4. Ortak Markalar

Ortak marka, MarkaKHKıda m. 55/Iıde *öüretim veya ticaret veya hizmet i letmelerinden olu an bir grup*²⁸ taraf,ndan kullan,lan i aretö olarak tan,mıanm, ve m. 55/IIıde *öOrtak marka, gruptaki i letmelerin mal veya hizmetlerini di er i letmelerin mal veya hizmetlerinden ay,rt etmeye yarar.ö* hükmü mevcuttur. Ortak marka, S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s,ında *öüretim veya ticaret ya da hizmet i letmelerinden olu an bir grup taraf,ndan kullan,lan i aretö* olarak tan,mıanm, t,r.

MarkaKHKıda belirtildi i üzere ortak marka sahipleri ortak markan,n tescili için birlikte hareket etmeleri gerekmektedir (MarkaKHK m. 56/3). Yine MarkaKHKıda

²⁴ Hizmet markalar,n,n ticaret markalar, gibi koruma alt,na al,nmas, zorunlulu u TRIPS Anla mas,n,n 15. Maddesine dayanmaktadır. (Ayr,nt,l, bilgi için bkz. Özhan, Ünal: **Markan,n Ekonomik De eri ve De erleme Metotlar,** Marka Uzmanl,k Tezi, Ankara 2005, s. 12)

²⁵ Arkan, s. 23; Meran, s. 34.

²⁶ Yasaman, s. 22.

²⁷ Tekinalp, s. 352; Meran, s. 35; Ça lar, s. 26; Yasaman, s. 22.

²⁸ Burada geçen *ögrupö* sözcü ü, üretim, ticaret veya hizmet i letmelerinden olu an toplulu un tüzel ki ili e sahip olmad, na dikkat çekmek için kullan,lm, t,r. Arkan, s.45, dn. 48; Arkan, Sabih (Ticari): **Ticari i letme Hukuku,** Ankara 2011, s. 275; Taylan Çaml,el, Esin: **Marka Hakk,n,n Kullan,m,yla Paralel thalat,n Engellenmesi,** Ankara 2001, s. 38; Özarma an, Müge: **Marka Hakk,n,n Kullanmama Nedeniyle Sona Ermesi,** İstanbul 2008, s. 71.

düzenlendi i üzere ortak markan,n kullan,m,n,n usul ve eklini gösterir bir teknik yönetmeli i sunmalar, gerekmektedir.²⁹

Ortak markalarda, markan,n her bir sahibinin, markan,n tümü üzerinde, markan,n di er sahiplerinin ayn, nitelikteki haklar, ile s,n,rl, ekilde, ancak ba ,ms,z olarak hak sahipli i söz konusudur.³⁰ Ortak markay, grup markas,ndan farklı, k,lan hususiyet birden fazla ki i ad,na tescilli olmas,d,r. Grup markas,nda ise tescil birden çok i letme ad,na olmay,p, do rudan veya dolayl, olarak i letmelerden herhangi biri veya i letmelerin ba , konumunda bulunan *öholdingö* ad,nad,r.³¹ Ortak markaya 41. s,n,fta yap,lan ve yeni bir ba vuru olan *öÇINAR MUTFAK SANATLARI ATÖLYES ö* örnek verilebilece i gibi³², grup markas,na da Koç grubuna giren i letmelerinin varsa markalar, yan,nda kulland,klar, k,rm,z, renkli koçboynuzu ile alt,ndaki siyah *öKoçö* ibaresinden olu an marka örnek olarak verilebilir.³³ MarkaKHK m. 60'da ve S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s, m. 148'de düzenlendi i üzere, sicile kayd, halinde ortak markan,n devri ve lisans sözleşmelerine konu olmas, mümkündür.

1.3.5. Garanti Markalar,

MarkaKHK m. 54/I'de yer alan *öMarka sahibinin kontrolü alt,nda birçok i letme taraf,ndan o i letmelerin ortak özelliklerini, üretim usullerini, co rafî men elerini ve kalitesini garanti etmeye yarayan i arettir.ö* ifadesi garanti markas,n, tan,mlamaktad,r. Doktrinde bu tan,mlama kabul görmemekte olup as,l garanti edilen hususun i letmelerin ortak özelliklerinin olmad, ,, onlar taraf,ndan üretilen mal veya hizmetlerin ortak özelliklerinin oldu u vurgulamaktad,r.³⁴ Garanti markas, bir ki i ad,na tescilli olmakla beraber teknik yönetmelikte³⁵ belirtilen hususlara riayet

²⁹ MarkaKHK m. 56/1, S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s,nda öteknik yönetmelikö yerine öteknik artnameö ifadesi kullan,lm, t,r.

³⁰ Tekinalp, s. 353; Arkan, s.45; Çolak, s. 16-17.

³¹ Meran, s.35; Tekinalp, s. 353.

³² Ça lar, s. 27.

³³ Tekinalp, s. 353.

³⁴ Ça lar, s. 31; Arkan, s. 46; Tekinalp, s. 353; S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s,nda m. 31'de, garanti markas,, *ömarka sahibinin kontrolü alt,nda birçok i letme taraf,ndan o i letmelerin ortak özelliklerini, üretim usullerini, co rafî men elerini ve kalitesini garanti etmeye yarayan i aretö* olarak düzenlenmi tir. Tasar,da da düzeltilmeyen bu husus doktrindeki endi enin hakl, oldu u ortaya konulmu tur.

³⁵ Ortak markada oldu u gibi garanti markas,nda da bir teknik yönetmelik zorunlulu u mevcuttur.

edilmesi ve izin alınması, durumunda kullanılmasıdır.³⁶ Garanti markası, bizzat markanın sahibi tarafından kullanılmamaktadır. Garanti markası, sahibine markayı, kullananların mal ve hizmetlerini denetleme yetkisi sağlamaktadır.³⁷

Marka KHK m.60'da ve Sınai Mülkiyet Kanunu Tasarısı, m. 148'de düzenlendiği üzere garanti markasının devrinin mümkün olması, kararlaştırılan lisans sözleşmesine konu olması mümkündür.

1.3.6. Standart (Alelade) Markalar

Standart (Alelade) marka, korumayı, tescil yoluyla kazanır ve tanımayan markadır. Marka KHK hükümleri gereğince, standart (alelade) marka için sağlanan korumanın kapsamı, aynı veya benzer mal ve/veya hizmetler içindir.³⁸

1.3.7. Tanınmış Markalar

Tanınmış markalarla ilgili ne ulusal ne de uluslararası kaynaklarda bir tanım rastlamak mümkün olmamakla birlikte doktrinde ve içtihatlarda farklı görüşlere yer verilmiştir.³⁹ Tanınmış, ancak deyim bir olgu olması,⁴⁰ ve her somut olayda farklı değerlendirilmesi gerekebileceği ve önceden belirlenen kriterlere uymaması,⁴¹ gibi sebeplerle tanım, ancak zorla tanımlanmaktadır.

Marka KHK'da tanım, markaya ait bir tanım bulunmamaktadır. Fakat Marka KHK'nın 7/I-bendinde⁴² öParis Sözleşmesinin 10'uncü mükerrer 6'ncü

³⁶ Çolak, s. 18.

³⁷ Uluslararası, yün birliği adıyla tescilli *WOOLMARK* markası, garanti markası, örnek olarak verilebilir. Bu markayı kullanmak isteyen kişilerin ürettiği ürünlerin marka sahibi tarafından konulan artılar, yerine getirmesi durumunda kullanılması, izin verilmektedir. *TSE* markası, da ulusal garanti markası, örnek verilebilir.

³⁸ Yasaman, s. 23; Çolak, s. 16.

³⁹ Çolak, s. 27.

⁴⁰ www.uspto.gov. Henderson, C.; *Protection of Well-Known Marks*, s.27.(Erişim tarihi: 19.12.2015)

⁴¹ Yasaman, s. 24.

⁴² Anayasa Mahkemesi'nin 27.05.2015 tarihli, 2015/33 E. ve 2015/50 K. sayılı karar, ile 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin marka tescilinde red için mutlak nedenlere ilişkin 7. maddesinin 1. fıkrasının (a) bendini, Anayasa'nın 91. maddesine aykırı olduğu

maddesine göre tan, nm, markalarö⁴³, 8/IV maddesinde ise ömarkalar, n toplumda ula t, , tan, nm, l, k düzeyiö ifadeleri geçmektedir. Bu maddede Paris Sözle mesiönden yararlanma hakk, bulunan bir ki iye ait oldu unun ve ayn, ve/veya benzer ürünlerde kullan, ld, , n, n herkesçe bilindi i mütalaa edilen markalar, n tan, nm, oldu u dolayl, olarak kabul edilmektedir.⁴⁴

Paris Sözle mesiyle tan, nm, markalara sa lanan koruman, n kapsam, ilgili mallar için sonraki tarihli ba vuruyu tescil etmeme, tescil edilmi ise hükümsüz k, lma ve kullanmay, yasaklama ekinde ortaya ç, kar.⁴⁵ Koruman, n kapsam,, TRIPS⁴⁶ anla mas, n, n 16önc, maddesinin 3. f, kras, nda tan, nm, markan, n farklı mal veya hizmetler için korunmas, n, n, bu markan, n tan, nm, markan, n sahibi ile ili kilendirilmesinin varl, , ve tan, nm, markan, n bundan zarar görmesinin muhtemel olmas, halinde söz konusu olabilece i halinde geni letilmi tir.⁴⁷

Paris Sözle mesinde markan, n tan, nm, l, k düzeyi tespiti hakk, nda bir ölçüt verilmemi tir. Bununla birlikte Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü taraf, ndan tan, nm, marka tespitinde esas al, nabilecek baz, kriterler yay, nlanm, t, r.⁴⁸ Bahsi geçen kriterler TPE taraf, ndan da kabul görmü olup detayland, r, larak yay, nlanm, t, r.⁴⁹

gerekesiyle iptal edilmi ve karar 02.06.2015 tarihli ve 29374 say, l, Resmi Gazeteöde yay, mlanm, t, r.

⁴³ Paris Sözle mesi, ilk olarak 1883 y, l, nda Parisöte 11 öлке taraf, ndan imzalanm, t, r. Bugün itibariyle 184 öлке taraf, ndan imzalanan Paris Sözle mesi Türkiyeöde 10.10.1925 tarihinde yürürlü e girmi tir. Paris Sözle mesiönin öTaklit Markalarö ba l, , n, ta , yan lönü mükerrer 6önc,, öBirlik ölkeleri tescilin talep edildi i ölkenin yetkili makamlar, taraf, ndan söz konusu ölkede bu Sözle meden yararlanaca , kabul olunan bir ahsa ait oldu u ayn, veya benzeri ürünlerde kullan, ld, , herkesçe bilindi i mütalaa edilen bir markan, n kar, , kl, a meydan verilecek surette örne ini, taklidini veya tercümesini yapan bir fabrika veya ticaret markas, n, n tescilini gerek öлке mevzuat, müsait oldu u takdirde do rudan do ruya, gerekse ilgilinin iste i üzerine ret veya hükümsüz k, lmay, taahhüt ederlerö hükmü yer almaktad, r.

⁴⁴ Ayhan, R, za/ Özdamar, Mehmet/ Ça lar, Hayrettin: **6102 Say, l, Ticaret Kanunu Hükümlerine Göre Ticari letme Hukuku Genel Esaslar**, Ankara 2011, s. 179.

⁴⁵ Ça lar, s. 27.

⁴⁶ Anla man, n tam ismi öThe Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rightsö eklindedir. Ticaretle Ba lant, l, Fikri Mülkiyet Anla mas, (TRIPS), Dünya Ticaret Örgütünü kuran anla man, n ekidir. Anla ma uluslararası, ticaret sistemine ticaretle ba lant, l, fikri mülkiyet haklar, n, düzenleyen bir anla ma olarak 1995 y, l, nda eklenmi tir. Ölkemizde 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlü e girmi tir. Anla ma tam metni için bkz. <https://www.wto.org/english/tratop e/trips e/t agm0 e.htm> (Eri im tarihi: 21.12.2015)

⁴⁷ Ça lar, s. 28.

⁴⁸ Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü çal, ma program, çerçevesinde olu turulan uzmanlar komitesi taraf, ndan, bir markan, n tan, nm, l, , n, n belirlenmesinde dikkate al, nmas, gereken kriterler u ekinde belirlenmi tir: (i) markan, n toplumun ilgili kesiminde bilinme ve tan, nma derecesi; (ii) markan, n

1.3.8. Tescilli Markalar

Türk hukukunda MarkaKHK m.6'da belirtildi ki üzere marka koruması, esas itibarıyla tescil ile kazanılır. Bundan da anlaşılacağı gibi, tescil kurucu etkiye sahiptir.⁵⁰ Ayrıca, MarkaKHK m.15/1 uyarınca marka tescilinden doğan hakların devir, lisans, rehin ve haciz gibi hukuki işlemlere konu olması da mümkündür. Tescil konusunda tek yetkili mevki Türk Patent Enstitüsüdür. Tescil başvurusu kabul edilen marka, tescil başvuru tarihinden itibaren on yıl süreyle korunur. Bu süre onar yıllık dönemler halinde yenilebilir.

1.3.9. Tescilli Olmayan Markalar

MarkaKHK tescilli markaların yanı sıra bazı durumlarda tescilsiz markalar için de koruma sağlanmaktadır. Bu durumlar, kullanılmı suretiyle ayrıntı edicilik kazanma ve Paris Sözleşmesi kapsamına giren tanınmış marka olarak sayılabilir. Bunların dışında kalan tescilsiz markalara ise ancak 6102 sayılı TTK m.54 vd. yer alan haksız rekabet hükümlerine göre koruma sağlanabilir.⁵¹

1.4. Markanın İlevleri

Marka olgusu tarih içinde gelişim göstermekle beraber markanın sahip olduğu işlevlerde de değişim ve zenginleşme söz konusu olmuştur. Marka, mal veya hizmetin kökeni hakkında bilgi vermekle beraber, bir işletmenin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayırır, mal veya hizmetin

kullanıldığı, ticari alan, kullanım süresi ve kullanım derecesi; (iii) marka promosyonların kapsadığı, ticari alan, promosyon süresi ve derecesi; (iv) markanın tanınmışlığı, yani da kullanım derecesini yansıtabilecek derecedeki tescillerin ya da tescil başvurularının kapsadığı, ticari alan; markanın yetkili makamlar tarafından tanınmış marka olarak kabulüne dair bazı uygulamalar örnekleri ile markaya atfedilen diğer işlevler. Enstitü ise, markanın üzerinde kullanım, mal veya hizmetin özellikleri ve kapsamı, piyasada yaygınlığı, pazar payı, yıllık satış miktarı gibi hususlar üzerinde durarak, kriterleri daha detaylı bir şekilde belirlemiştir. Karahan, Sami: **Ticari İşletme Hukuku**, Konya 2011, s. 163.

⁴⁹ <http://www.tpe.gov.tr> (Erişim tarihi: 22.15.2015).

⁵⁰ Arkan (Ticari), s. 286; Ayhan/Özdamar/Çağlar, s. 192.

⁵¹ Çağlar, s. 25.

kalitesini garanti eder, pazarda mal veya hizmetin reklam, olarak pazar, etkiler ve mü teri çevresinin geni lemesinde rol oynar.⁵²

1.4.1. Kaynak Gösterme İlevi

Öncelikle belirtilmesi gereken bir husus, burada bahsi geçen kaynak co rafi kaynak de ildir. Kaynak belirtme i levinden maksat, marka sahibinin ad, veya unvan, ya da mal veya hizmetin hangi i letme taraf,ndan üretildi i ya da pazarland, ,n, göstermektir.⁵³

Doktrinde, markan,n ilk kullan,m amaçlar,n,n ba ,nda gelen kayna ,n, gösterme i levinin zamanla etkisini yitirdi ine dair ve bizim de kat,ld, ,m,z görü ler bulunmaktad,r.⁵⁴ Kitle üretimin ortaya ç,kmas,, mallar,n tüketildi i piyasalar,n ülke s,n,rlar,n, a mas,, lisans yoluyla üretim yap,lmaz,, ortak markalar,n kullan,lmaya ba lanmas,, pazarlama stratejilerinin de i mesi ve geli mesi ile marka, kaynak gösterme i levini yitirmeye ba lam, t,r. Tüketicilerin art,k markalar vas,tas,yla mal veya hizmet ile üretici i letme aras,nda ba lant, kuramaz hale gelmi olmalar, gibi geli meler markan,n kayna ,n, gösterme i levinin azalmas,na sebep olmu tur.⁵⁵

1.4.2. Ay,rt Edicilik İlevi

Markan,n tan,m,nda yer alan bu husus sayesinde bir i letmenin üretti i veya sundu u mal veya hizmet di er i letmelerin sundu u mal veya hizmetten ayr,l,r. Markan,n bu i levi, tüketiciye bir ürünü di erlerinden ay,rt etme imkân,n, verir ve ürüne olan talebi sürekli k,lar.⁵⁶ Jenerik (tür) isimlerde ya da markan,n üzerinde kullan,laca , mal,n kendisine i aret etti i durumlarda ay,rt edicilik söz konusu de ildir.⁵⁷ Ürünün

⁵² Ayhan/Özdamar/Ça lar, s. 175; Keskin, Serap: **Fikri Mülkiyet Haklar,nda Patent ve Markan,n Ceza Normlar, ile Korunmas,,** Ankara 2003, s. 48.

⁵³ Borchard, William M.: **Trademark Basics, A Guide for Business,** New York 1995, s. 45.

⁵⁴ Tekinalp, s. 356; Çolak s. 13-14; aksi yönde görü için bkz. Kaya, s. 59.

⁵⁵ Arkan, s. 38.

⁵⁶ McNeil, James U.: **An Introduction to Consumer Behavior,** New York 1973, s. 5-6.

⁵⁷ Örne in üç ba l, tra makinesi resminin marka olarak tescil edilemeyece i, zira ticari men eini göstermekten ziyade mal,n fonksiyonuna ve kendisine i aret etti i söylenmi tir. Philips Electronics NV Remington Consumer Products LTD, (1998). Bkz Bainbridge, **Intellectual Propety,** s. 552, 561-563.(naklen Yasaman, s. 18.)

ambalaj, üzerinde ürünün cinsi ve kalitesi ile ilgili ibareler de ayrırt edicilik hususiyetinden mahrumdur.

Zaman içerisinde malların üretim ve piyasaya sürüm tekniklerinde meydana gelen yenilikler, lisansa dayalı, üretim modelinin ve franchise usulünün yaygınlaşması, ortak markaların yaygınlaşması, gibi gelişmeler sonucunda, markaların mal veya hizmetin kaynağını gösterme işlevinin önemi azalırken, bir işletmenin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal veya hizmetlerinden ayrırt etme fonksiyonu önem kazanmıştır.⁵⁸

Taylan, markaların malın kaynağını gösterdiği ölçüde ayrırt ediciliğe sahip olduğunu ve malın kaynağını gösterme işlevini kaybettiğinde ayrırt ediciliğine de kaybedeceğini savunmaktadır.⁵⁹ Bu fikre katılmayan Arkan, markaların malın kaynağını göstermeden ayrırt edicilik sağlayabildiği ve malın kaynağı olan işletmeden tamamen bağımsız bir sınaî mülkiyet hakkı olduğunu görülmektedir.⁶⁰ Çalın, markaların konusunu oluşturan lisans ve franchise sözleşmelerinin gün geçtikçe yaygınlaşması, ve tüketicilerin malın üreticisinden çok daha fazla tanınmalarını, gibi nedenlerle Arkan'ın görüşünü isabetli bulmaktadır.

1.4.3. Kalite İlevi

Markaların kalite işlevi, aynı marka altında üretilen her ürünün her zamanki kalitesinde olduğunu garanti etmesidir.⁶¹ Belli bir kalite çizgisinde devam eden marka, tüketicileri nezdinde bir güven kazanacaktır. Kazanılan bu güven tüketicinin o markayı tercih etmesini sağlayacaktır. Rekabetin hızla artması, günümüzde, mal veya hizmetin kalitesinin garanti edilme işlevi ekonomik açıdan oldukça önemlidir. Piyasaya yeni giren bir ürün veya hizmet markasının müteeriler nazarında belli bir kaliteyi garanti etmesi zamanla olmaktadır. Bu nedenle yeni markayı, ilk defa tercih edenler tereddüt yaşamaktadır.

⁵⁸ Arkan, s. 38; Kaya, s. 59; Ünal, Mücahit: **Marka Tescilinden Do an Haklarla İlgili Hukuki İlemler**, Ankara 2007, s. 26.

⁵⁹ Taylan Çamlıbel, s. 52.

⁶⁰ Arkan, s. 2.

⁶¹ Çalın, s. 34.

Hukuken marka sahibinin markal, mallar,n kalitesini bozmamak gibi bir yükümlülü ü mevcut de ildir.⁶² Yaln,z do rudan olmasa da baz, durumlar için bu hukuki yükümlülü ün mevcut oldu undan bahsedilebilir. MarkaKHK m. 21/VIII hükmünde, öMarka sahibi, lisans alt,nda üretilen veya sunulan hizmetin kalitesini garanti edecek önlemleri alma hakk,na sahiptirö ibareleri mevcuttur. Buradan hareketle lisans alan markan,n kalite garanti i levini yerine getirmekle sorumlu oldu u savunulabilir.

1.4.4. Reklam ve Tan,t,m levi

letmeler, mal ve hizmetlerinin daha çok ki ilere ula t,rabilmek amac,yla bu mal ve hizmetlerde kulland,klar, markalar için önemli reklam ve tan,t,m harcamalar, gerçekle tirmektedirler. Bu harcamalar markaya yap,lan bir yat,r,m olarak dü ünülebilir.⁶³ Marka tan,t,ld,ktan sonra mü teri çevresi ile marka aras,nda güçlü bir ba kurulmas, sat,n alma karar,n, etkilemektedir.⁶⁴ Hatta sat,n alma karar,nda marka, i letmenin isminden ve mal,n ya da hizmetin niteliklerinden daha etkilidir. Zamanla markan,n tercih edilmesi art,k mü teri için bir refleks olabilir.⁶⁵ Markan,n bilinirli inin artmas,yla marka reklam etkisini netice verir ve bu markal, ürünlere olan talep artmaktadır.⁶⁶

1.4.5. Al,c,y, Çekme ve tibar levi

Markan,n mü terileri çekmeye yönelik bir gücü söz konusudur. Çünkü mal veya hizmeti talep edenler belli bir markay, ta ,yan mal veya hizmete ba land,ktan sonra, bu markal, mal veya hizmetleri talep etmektedirler. Böylelikle marka, al,c, çevresini mal veya hizmetlere ba lamaktadır.⁶⁷

⁶² Arkan, s. 38; Tekinalp, s. 356; Yasaman, s. 19.

⁶³ Çolak, s. 14.

⁶⁴ Yasaman, s. 20; Çolak, s. 14; Arkan, s. 39-40.

⁶⁵ Chavanne/Burst, **Droit de la Propriete ndustrielle**, s. 491. (naklen Yasaman, s. 20.)

⁶⁶ Tekinalp, s. 356.

⁶⁷ Bu durum , Amerikan Hukukunda ö*goodwill*ö, Frans,z Hukukunda da ö*pouvoir de ralliement des clients*ö olarak ifade edilmektedir. Betrand, *La Propriete Intellectuelle*, s. 305. (naklen Yasaman, s. 20. dn. 18.)

Markal, ürünler mü terilere güven sa layarak, endi e ve korkular,n, azaltarak al,c, çevresi nazar,nda bir itibar kazanmaktad,r. Markas, itibar kazanan ürünü kullanan tüketiciler marka sayesinde kimli i belli olan ürünün, kötü olmayaca ,n, ve problem ç,kt, , takdirde kiminle muhatap olabileceklerini bilmektedirler. letmeler ise kalite standard, dü tü ünde ürünlerine duyulan güvenin sars,laca ,n, ve itibar,n zedeleneci ini bildikleri için bu itibar ve güveni sarsmamaya çal, ,rlar ve bu sayede sat, gelirlerinde dü me tehlikesinden kurtulurlar.⁶⁸ Ayr,ca yine markan,n al,c, çevresinde kazand, , itibar dolay,s,yla, markan,n benzer ya da tamamlay,c, mal veya hizmetlerde kullan,lmas, durumunda; marka, al,c, çevresini bu benzer mal veya hizmetlere de çekmektedir.⁶⁹

1.5. Markan,n Ekonomik De eri

Marka de eri kavram,, ilk kez 1988øde Ranks Hovis McDougallø, sat,n almak isteyen Goodman Fielder Wattieønin (ngiliz g,da firmas,), de er tespitinde sadece fiziki varl,klar,n göz önünde bulundurulmas, suretiyle irketlerine dü ük bedel verdi ini savunan Ranks Hovis McDougall yönetiminin tepkisinde ortaya konulmu tur. Firma yetkilileri, çok say,da güçlü markaya sahip olduklar,n, ancak kendilerine verilen teklifin marka de erlerini yans,tmad, ,n, ifade etmi lerdir. Bu olaydan sonra sadece fiziki varl,klar,n de il, i letmelerin tüm maddi ve maddi olmayan duran varl,klar,n de erlemesinin gereklili i ortaya ç,km, t,r.⁷⁰

Günümüzde rekabetin gere i olarak firmalar, bir yandan ürünler için Ar-Ge faaliyetleri yürütürken di er yandan da markalar için reklam ve tan,t,m faaliyetleri yürütmelidir. Markaya yap,lan her türlü yat,r,m marka sahibine rekabet avantaj, sa layarak, tüketicinin ürüne veya i letmeye kar, olan tutumunu olumlu ekilde

⁶⁸ Erdil, Sabri T./ Uzun Ye im: **Marka Olmak**, stanbul 2009, s. 31-32.

⁶⁹ Chavanne/Burst, **Droit de la Propriete ndustrielle**, s. 491. (naklen Yasaman, s. 20.)

⁷⁰ Hauser, Ulrich:**Erfolgreiches Markenmanagement**, Gabler 1997(naklen Kara, Ay en: **Markalama Strajilerinden Ortak Markalama ve ntel nside Örne i**, Marka Uzmanl,k Tezi, Ankara 2015, s.31.)

etkiler. Ba ar,l, bir marka, kullan,ld, , mal veya hizmetlerden ayr, bir ekonomik de er olarak kar ,m,za ç,kmaktadır.⁷¹

Marka de eri tan,m, için de i ik görü ler beyan edilmi tir. Mesela Aaker marka de erini, *öBir markayla, marka ad,yla veya simgesiyle ba lant,l, olan ve bir ürün ya da hizmetin bir firmaya ve/veya firman,n mü terilerine sa lad, , de eri artt,ran ya da azaltan bir varl,klar ya da sorumluluklar kümesidir.ö* ekinde tan,mlamaktadır.⁷²

Keller ise marka de erini, *öTüketicilerin bir markan,n pazarlanmas,na verdikleri tepkiler üzerindeki, marka bilgisine ba l, fark etkisi.ö* olarak tan,mlamaktadır.⁷³

Marka de er tespiti ba lang,çta irket sat,n alma ve birle meleri amac,yla yap,l,rken giderek çok farklı amaçlarla da yap,lmaya ba lam, t,r. Günümüzde marka de erleme, irket birle me ve sat,n almalar, ba ta olmak üzere marka al,m-sat,mlar,, franchising ve lisans anla malar,, finansal yönetim politikalar,n,n belirlenmesi, firma politikalar,n,n belirlenmesi ve hukuki ihtilaflar,n çözümü amac,yla kullan,lmaktadır.

1.6. Markan,n Hukuki lemlere Konu Olmas,

Tescilli bir marka veya marka ba vurusu hukuki i lemlere konu olabilir. Tescilli bir markan,n, devir, miras yoluyla intikal, lisans ve rehin sözleşmelerine konu olabilece i MarkaKHK m. 15 hükmünde aç,kça zikredilmektedir. Marka, i letmeden ayr, bir varl,k oldu undan, hukuki i lemlere i letmeden ba ,ms,z olarak konu olmaktadır.⁷⁴

⁷¹ Birçok sermaye piyasas,nda irket de erlerinin, fiziki varl,klar kadar fiziki olmayan varl,klardan olu tu u görülmektedir. Marka gibi varl,klar irket de erleri içerisinde önemli pay tutmaktadır. irket de erlerinin %57'sini fiziki olmayan varl,klar %43'ünü fiziki varl,klar olu turmaktadır. En yüksek fiziki olmayan varl,klar oran, A.B.D.øye ait olup %73'tür. Di er bir deyi le, A.B.D.øde irket de erlerinin sadece %27'si fiziki varl,klardan olu maktadır. Bu rakamlar, bir bak,ma, ülkenin çok say,da güçlü markaya sahip olmas, anlam,na gelmektedir. Türkiye için bu oranlar; %68 fiziki, %32 fiziki olmayan varl,klar olarak tespit edilmi tir. (2015 Brand Finance Global Intangible Finance Tracker; GIFT.)

⁷² Aaker, D.: **Strategic Market Management**, New York, NY, John Wiley /Sons, Inc., 2001, s. 165 .

⁷³ Keller, L.:**öConceptualizing, Measuring ang Managing Customer Based Brand Equityö**, Journal of Marketing Vol.57, No:1, 1993, s.1-2.

⁷⁴ Berzek, Ay e Nur: **ö556 Say,l, Kanun Hükmünde Kararnameøde Markalar,n Düzenlenmesi, O uz mregünø Arma anö**, stanbul 1998, s. 84; Meran, s. 359.

Bir mal varlı, , olarak marka, MarkaKHK'de sayılan hukuki i lemler d, ,nda sözleşme serbestîsi ilkesi gereince ba ka hukuki i lemlere de konu olabilir.⁷⁵ Örne in, MarkaKHK'da aç,kça düzenlenmemi olmas,na ra men marka üzerinde intifa hakk, kurulabilir. Ayr,ca marka ticari i letmenin malvarlı, , içinde yer alarak i letme rehinine ve hâs,lat kiras,na konu olabilir.⁷⁶ MarkaKHK m. 22'de devir (k,smi devir veya tam devir), lisans, intikal, haciz, rehin ve marka sahibi hakk,ndaki de i ikliklere ili kin hukuki i lemlerin marka ba vurular,na da uygulanaca , düzenlenmi tir. Bu nedenle geçerli ba vuruya da önemli sonuçlar yüklenmektedir.⁷⁷

1.6.1. Markan,n Devri

Tescilli bir marka, bir i letmeyle birlikte veya ba ,ms,z olarak, tescilli oldu u mal ve/veya hizmetlerin tamam, için veya bir k,smi için devrolunabilir. Mesela tekstil sektöründe faaliyet gösteren bir firman,n 25. mal ve 35. hizmet s,n,f, için tescilli bir markas,n, tüm s,n,flar için tamamen veya tek bir s,n,f veya bir s,n,f,n alt grubu için k,smen devretmesi mümkündür.⁷⁸ Markan,n devriyle birlikte, marka hakk, tüm kapsam, ile devralana geçer ve devreden marka hakk,n, ve tasarruf yetkisini kaybeder. Zira hakk,n kayb,, hakk,n, sahibinin ah,s varlı, , veya malvarlı, ,ndan ayr,lmas,d,r.⁷⁹

Ayr,ca MarkaKHK m. 16'da *öMarkan,n devri, mal veya hizmetlerin co rafi kayna , kalitesi veya markan,n kendisi ile ilgili olarak halk, yan,lg,ya dü ürebilecek nitelikte ise, yeni marka sahibi halk, yan,lg,ya dü ürmeyecek ekilde mal veya hizmetlerde marka tescilinin s,n,rl, bir hale getirilmesini kabul etmedi i takdirde devir i lemi Enstitü taraf,ndan yap,lmaz.ö* hükmü de mevcuttur.

Ayn, maddede marka devri s,ras,nda ayn, markan,n veya ay,rt edilemeyecek benzerinin, ayn, veya halk, yan,lg,ya dü ürecektir benzeri mallar için ba ka marka

⁷⁵ Kaya, s. 206, Ça lar, s. 99.

⁷⁶ Arkan, s. 174; Tekinalp, s. 430; Meran, s. 359.

⁷⁷ Ça lar, s. 99.

⁷⁸ Kaya, s. 208,

⁷⁹ Ayan, Mehmet: **Medeni Hukuka Giri** , Konya 2003, s.103; Özsunay, Ergun: **Medeni Hukuka Giri** , stanbul 1986, s. 286.

tescillerinin de bulunmas, durumunda bu markalar,n da devredilmesi arttı,r hükmü bulursa da bu hüküm Anayasa Mahkemesi taraf,ndan iptal edilmi tir.⁸⁰

Lisanstan farklı olarak markan,n devrinde marka, sahibinin mal varl, ,ndan ç,karak devralan,n mal varl, ,na geçti i için devir sözleşmeleri lisans sözleşmeleri kadar ekonomik getiriye sahip değildir.⁸¹

1.6.1.1. Markan,n Sözleşme ile Devri

MarkaKHK m. 16/III'e göre, bir işletmenin aktif ve pasifleriyle birlikte devri neticesinde olan marka devri ile mahkeme karar,n,n sonucu olan marka devri hâriç olmak üzere, bir markan,n devri yazılı, bir sözleşmeyle yapılır⁸² ve devir sözleşmesi taraflarca imzalanır. Aksine sözleşmeler hükümsüzdür.

MarkaKHK m. 15'de tescilli bir marka üzerindeki sa lararas, i lemler yazılı, ekle tabi olduğu hükmü mevcuttur. MarkaYön m. 19/1-a'da devrin sicil kayd, için noter tasdikli devir sözleşmesi istenen belgeler aras,ndadır.

MarkaKHK'da ve MarkaYön'de devir sözleşmesinin içeri ine ve özellikle sözleşmede bulunmas, zorunlu kayıtlara ilişkin bir hükme yer verilmemi tir. Devredilen marka mutlaka sözleşmede belirtilmelidir.⁸³ Buna ek olarak, devir sözleşmesinde devredilen markan,n türünün, hangi mal ve hizmetler için tescil edilmi oldu unun⁸⁴, tescil numaras,n,n, markayla ilgili lisans sözleşmelerinin tür ve say,s,n,n, rehin, haciz gibi durumlar söz konusu ise bunlar,n, marka kayd,n,n iptali için aç,lm, dava var ise bu hususun ve devir bedelinin belirtilmesi uygun olur.⁸⁵

⁸⁰ Anayasa Mahkemesi, 13 Mayıs 2015 tarihli 2015/49 sayılı karar, ile 556 sayılı Markalar,n Korunmas, Hakk,nda Kanun Hükmünde Kararname'nin 16. maddesinin be inci fıkras,n, Anayasa'nın 91. maddesinin birinci fıkras,na aykırılık gerekçesiyle iptal etmi tir.

⁸¹ Henn, Günter, **Patent und Know-How öLizenzvertrag**, Heidelberg 1999, s. 12 (naklen Özel, Ça lar: **Marka Lisans, Sözleşmesi**, Ankara 2015, s. 39)

⁸² Tekinalp, s. 431.

⁸³ Yasaman, s. 684.

⁸⁴ Marka tescil edildi i mal/hizmetlerin bir k,sm, için devrediliyorsa, bu mal/hizmetlerin de açıklanmas,da gösterilmesi lazımdır.

⁸⁵ Belek, Veysel: **Markan,n Devrinin, Haczinin ve Bu lemler Aç,s,ndan Marka De erlemesinin İncelenmesi**, Marka Uzmanlık Tezi, Ankara 2011, s. 17.

1.6.1.2. Markanın Miras Yoluyla İntikali

MarkaKHK m. 15'de tescilli bir marka, miras yoluyla intikal edebileceği hükmü düzenlenmiştir. Türk Medeni Kanununun (TMK) m. 599'da "Miras bırakılan, ölmesiyle malvarlığına dâhil ve intikale elverişli hak ve borçlar, bir bütün olarak kendiliğinden mirasçılara geçer. Önceki hüküm yer almaktadır. Bu durumda devir doğrudan doğruya kanundan kaynaklandığı için malvarlığına dâhil unsurların mirasçılara geçmesi herhangi bir ekte⁸⁶ bağlı değildir.⁸⁷ Bu durum marka bırakılması için de geçerlidir. (MarkaKHK m.22)

1.6.2. Markanın Rehini

Tescilli bir marka, izninizlemeden başkası tarafından olarak rehin edilebilir. (MarkaKHK m. 15/I) Bu durumda marka rehinine TMK'nın rehin hakkına ilişkin hükümlerinin uygulanacağı düzenlenmiştir. (MarkaKHK m. 15/II) Eğer markanın ticari izninizle ile birlikte rehin edilirse Ticari İzninizle Rehni Kanunu (TİRK) hükümleri uygulama alanı bulacaktır. TMK m. 954/I'de hak ve alacakların rehin edilebileceği, II. fıkra da ise aksine düzenleme bulunmadığına göre teslim başlı, rehin hükümlerinin uygulama alanı bulacağına düzenleme altına alınmıştır, tır. Böylece markanın rehininde de taşınmaz (menkul) rehin hükümleri uygulanabilecektir.

Markanın üzerindeki yenileme ve adres değişikliğinin dışında lisans dâhil diğer değişikliklerin gerçekleşmesi, rehin alanın onayına bırakılmadığı tır. (MarkaYön m.27/I) Rehinli alacakların alacağından vazgeçmesi; rehinin bir artış veya süreye bağlanmaması, halinde artışın gerçekleşmesi ya da sürenin dolması, ve markanın icra yoluyla satılması, durumlarında, marka rehini sona erecektir. (MarkaYön m. 27/II)

⁸⁶ Kural olarak miras bırakılan ölmesiyle birlikte marka, mirasçılarının malvarlığına intikal etse de bu intikalin iyiniyetli üçüncü kişilere karşı ileri sürülebilmesi için sicile tescil edilmesi gerekir. (Ünal, s. 60.)

⁸⁷ Ayan, s. 16; Ünal, s. 60.

1.6.3. Markanın Haczi

Tescilli bir marka veya bavyuru, i letmeyle birlikte veya bavyur,ms,z olarak haciz i lemne konu olabilir. (MarkaKHK m. 19) Rehin i leminde TMKya at,f yap,lm, sa da hacizle ilgili olarak herhangi bir at,f mevcut de ildir. Niteli i gere i menkul bir mal,n haczine ili kin htkümlerin uygulanmas, dü ünülebilirse de hak marka siciline kay,tl, oldu undan sahibin adresine gidip tutanak haz,rlanmas,na gerek yoktur. Bunun yerine K m. 94 ve 121 htkümleri çerçevesinde marka siciline dü ülecek bir kay,t ile haciz i lemi gerçekte tirilir.⁸⁸ Ortak markanın sahibi, sözleşme çerçevesinde bir araya gelen i letmelerden olu an grup de il, gruba dâhil ki iler oldu undan⁸⁹ ve garanti markasının kullan,c,s,n,na da sahibi haricinde ve kontrolünde i letmeler oldu undan di er markalar gibi haciz edilemeyece ini dü ünlemek daha do rudur.⁹⁰

Marka haczi ile di er bir husus da haczin k,smi gerçekte ip gerçekte memesidir. Devir i leminde, TPE tarafından halk, yan,lt,c, olup olmamas, vb. hususlar için bir denetim yap,lmaktad,r. Oysa icra müdürlü ü marifetiyle yap,lacak bir k,smi haciz uygulanmas, ve k,smi haciz edilen markanın sat, ,n,n gerçekte mesi beraberinde baz, sorunlara neden olabilir. Anlat,lan gerekçeden dolayı, markanın veya bavyurunun bir bütün halinde haczi daha uygun olacakt,r.⁹¹

1.7. Marka Lisans Kavramı, Tescili, Marka Lisans Sözleşmesinin Hukuki Niteliği, Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması, Unsurları, Türleri ve Sonuçları

1.7.1. Marka Lisans Kavramı,

Latince *ōlicetō* kelimesinden gelen lisans terimi etimolojik açıdan *ōizin verilmi ö, ōmüsaade edilmi ö* anlam,na gelmekte olup sözlük anlam, birisini yetkili k,lmak

⁸⁸ Çal,lar, s. 105; Ayr,nt,l, bilgi için bkz. Kaya, s. 222.

⁸⁹ Arkan, s. 45.

⁹⁰ Meran, s. 369; Karahan, s. 162; Bkz. Kar, görü için Oytaç, Kutlu: **Endüstriyel Tasarımlar Çerikli Karşılaştırmalı Markalar Hukuku**, Ankara 2002, s. 83.

⁹¹ Çolak, s. 639, Çal,lar, s. 106; Yasaman, s. 712.

veya birisine izin vermektir.⁹² Yabancı, dillerde birbirine çok yakın kullanılmakta olan lisans kelimesi⁹³, genel anlamda bir fikri mülkiyet hakkının kullanılması söz konusu olduğu durumlar, anlatılmaktadır.⁹⁴

Tescilli bir marka⁹⁵ veya marka başvurusu⁹⁶, tescilli olduğu veya tescil için başvurunun yapıldığı, mal ve/veya hizmetlerin tamamı veya bir kısmı için lisans sözleşmelerine konu olabilir. Bu durum MarkaKHK m. 20'de tescilli markanın kullanılması hakkındaki lisans sözleşmesine konu olabileceğinin belirtilmesi ile açıklığa kavuşturulmuştur. Diğer hususlar ise MarkaKHK'nın 21, 22 ve 73. maddelerinde düzenlenmektedir. Bu maddelerde düzenlenmeyen hususlarla kararlaştırılmamış kira, hâsulat kirası, satım ve intifa sözleşmelerine ilişkin hükümlere müracaat edilir.⁹⁷ Ayrıca lisans sözleşmesi ile verilen kullanım hakkının belli bir coğrafi bölge ile sınırlı olarak verilmesi de mümkündür.⁹⁸ Lisans sözleşmesinde coğrafi bölgeyle ilgili bir tahdit söz konusu değilse lisansın Türkiye'nin tamamını kapsadığı kabul edilmelidir.⁹⁹

Lisans sözleşmesi ile kurulan ilişki neticesinde markanın sahibi, tekel niteliğindeki tasarruf hakkından lisans alan adına feragat etmekte ve/veya ona kullanma hakkı tanınmakta ve kararlaştırılmamış bir bedel talep etmektedir.¹⁰⁰ Markanın koruma süresi boyunca lisans alan, markanın kullanma hakkını elde etmektedir. MarkaKHK'da belirtildiği üzere, lisans alan marka sahibi tarafından sözleşmeye dayalı lisans yoluyla verilmiş hakları izinsiz genişletmemekte, alt lisans vermeye ilgili

⁹² Arbek, Ömer: **Fikir ve Sanat Eserlerine İlişkin Lisans Sözleşmesi**, Ankara 2005, s. 52; Özel, s. 43; Ongan, Burak: **Sınai Haklara İlişkin Lisans Sözleşmelerinde Tarafların Hukuki Durumu**, Ankara 2007, s. 17.

⁹³ Kelime Fransızca ve İngilizcede *licence*, Amerikan İngilizcesinde *license*, Almandada *lizenz*, İtalyancada *licenza*, İspanyolcada *licencia*, Rusçada *licensili* olarak kullanılmaktadır.

⁹⁴ Özel, s. 43.

⁹⁵ Tescilli olmayan markalar ve tanınmış markalar açısından borçlar hukuku anlamında bir sözleşme yapmasıyla engel bulunmamaktadır. Bu halde marka siciline tescili mümkün olmayacaktır. (Çağlar, s. 102.)

⁹⁶ Yasaman, s. 737; Dağcı, Aksu/ Arslanolu, M.An.l: **Ölçülebilir Lisans**, Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi, 2007, Sayı:10, s. 361.

⁹⁷ Kaya, s. 225; Çolak, s. 644.

⁹⁸ Çağlar, Yusuf: **Ölçülebilir Lisans Sözleşmesinin Konusu, Özellikleri ve Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması**, Yargıtay Dergisi, Ekim 2012, s. 131.

⁹⁹ Arkan, s. 195; Çolak, s. 644.

¹⁰⁰ Yasaman, s. 435.

sözle mede izin verilmedi i takdirde yetkisi bulunmamaktadır.¹⁰¹ Lisans alana sözle mede verilen haklar sözle me içeri ine göre farklıla abilir. Fakat genel hukuk ilkeleri kapsam,nda hiçbir zaman lisans alana verilen hak, hak sahibinin hakk,ndan fazla olmaz.¹⁰² Ayr,ca marka sahipleri birden fazlaysa lisans sözleşmesi, marka sahipleri taraf,ndan ya da onlar,n verecekleri yetki ile imzalanmas, gereklidir.¹⁰³

Markan,n devri veya miras yoluyla ba kas,na intikalinden farklı olarak lisans durumunda hakk,n özü lisans sahibinde kalmaya devam edip, marka hakk,n,n di er bir ki iye kulland,r,lmas,¹⁰⁴ söz konusu olmaktadır.¹⁰⁵ Buna dair bir Yarg,tay karar,nda *öKural olarak bir hak devredilmeyip, yaln,zca kullan,m, için ba kas,na ko ullu veya ko ulsuz izin verilmi se, artlar, olu tu unda, as,l hak sahibinin bu izni geri almak hak ve yetkisi vard,r. Çünkü hakk,n özü kendine aittir.*ö demekle, markan,n lisansa verilmekle tamamen üçüncü ki iye devredilmi olmayaca ,n, belirtmi tir.¹⁰⁶

Marka siciline kay,t olmak ko uluyla ortak markalarda da lisans verilmesi mümkündür. (MarkaKHK m. 60) Di er bir marka türü olan garanti markas, teknik yönetmelikte belirtilen artlar, yerine getirmek ve marka sahibinden izin almak art,yla herkesin kullan,m,na aç,k oldu undan lisansa konu olmamaktadır.¹⁰⁷

Ö retide, uygulamada lisans verilmesinin de i ik ekillerde kar ,m,za ç,kt, , görüşü ü mevcuttur. Uygulamada görülen lisans hakk,n,n de i ik ekillerine çal, mam,z,n da konusunu olu turan franchising örnek verilmektedir.¹⁰⁸ Çal, mam,z,n ikinci bölümünde anlat,laca , üzere franchisingin temeli, marka gibi s,naî mülkiyet haklar,n,n kullan,m,n,n ba kas,na tan,nmas, oldu undan, biz de bu görüşe kat,lmaktay,z.

¹⁰¹ Ülgen, Hüseyin/Teoman, Ömer/Helvac,, Mehmet /Kendigelen, Abuzer/Kaya, Arslan/Nomer, N.Fusun: **Ticari İletme Hukuku**, stanbul 2009, s. 412.

¹⁰² Ongan, s. 26; Ba lar, s. 132.

¹⁰³ Çolak, s. 643.

¹⁰⁴ Tekinalp, s. 435.

¹⁰⁵ Poroy, Reha: **Ticari İletme Hukuku**, stanbul 1994, s. 244.

¹⁰⁶ Yarg.11.HD., T.03.04.2001, E.2001/752,K.2001/3930, (www.kazanci.com Eri im Tarihi: 23.12.2015)

¹⁰⁷ Arkan, s. 48; Yasaman, s. 737.

¹⁰⁸ Çal, lar, s. 102.

Markanın tescilli olduğu mal veya hizmetin tamamında faaliyet göstermek istenmemekle birlikte markadan bir şekilde faydalanmak istenmesi, üretmek ve pazarlamak için yeterli kapasitenin bulunmaması, markanın üçüncü kişilerin kullanımına sunulması suretiyle markanın yaygınlaşmasını istenmesi veya dünya pazarına açılmak için finansman desteğine ihtiyaç olması gibi sebeplerden marka hakkı, lisans veren açısından lisansa konu olabilir.¹⁰⁹ Lisans alan açısından marka lisansında, markanın tanınması, itibarından, reklamından ve kapasitesinden faydalanması, ve bu sayede mevcut kapasitesinin artırılması amaçlanmaktadır.

1.7.2. Marka Lisansının Tescili ve Tescilin Etkisi

Marka lisans sözleşmesi marka siciline kaydedilebilir. Ancak marka lisans sözleşmesinin marka siciline kaydı, kurucu devletin açılış, mahiyettedir. Marka lisans sözleşmesinin sicile kaydedilmesi MarkaKHK'nın 21. maddesinin 10. fıkrasında düzenlenmiştir. Bu hükme göre marka lisans sözleşmesi marka siciline kaydedilmedikçe iyiniyetli üçüncü kişilere karşı ileri sürülemez. Sicile kaydedilmediği takdirde kurucu devletin bildirimci etkiye sahip olmaktan ve hiçbir şekilde sözleşmenin geçerliliğini etkilememektedir.¹¹⁰ Ortak marka için aynı durum söz konusu değildir. Ancak marka siciline kaydedilmekle birlikte ortak markalarda lisans verilmesi mümkündür. (MarkaKHK m. 60) MarkaKHK m. 15/II'de düzenlendiği üzere marka lisans sözleşmelerinin yazılı olarak yapılması gerekmektedir.

Lisans sözleşmesinin sicile kaydedilmesinin tarafların hangisi tarafından istenebileceğine dair bir düzenleme MarkaKHK veya MarkaYön'de mevcut değildir. Doktrindeki tartışılabilir görüş ise tescilin sicile kaydedilme talebinin her iki tarafa da tanınması gerektiği yönündedir.¹¹¹

¹⁰⁹ Çiçekçi, Çidem: **Marka Lisans, Sözleşmeleri**, Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2001, s. 11.

¹¹⁰ Arkan, s. 198; Yasaman, s. 746; Ongan, s. 68.

¹¹¹ Arkan, s. 197; Yasaman, s. 746; Ongan, s. 69.

1.7.3. Marka Lisans Sözleşmesinin Hukuki Niteliği

Marka lisans sözleşmesinin hukuki niteliğini belirlemek için, bir şekilde incelemeyen ve doktrindeki görüşlere yer vermeden önce, ilk olarak isimsiz sözleşme kavramına, ardından kendine özgü (*sui generis*), karma sözleşme ve bileşik sözleşme ayrımına ve isimsiz sözleşmelere uygulanacak hükümlere kısaca değinmek gerekmektedir.

1.7.3.1. İsimli Sözleşmeler

Türk Borçlar Kanununda veya özel bir kanun tarafından düzenlenmiş isimli/tipik sözleşmeler akdedilebilir gibi kanunda düzenlenmemiş isimsiz/atipik sözleşmeler de akdedilebilmektedir. Kanun tarafından düzenlenmemiş akitler, bunlar, tekil eden unsurlardan tamamı veya bir kısmı, yahut bu unsurlardan bir araya gelmeleri tarzında (sentezleri biçimi) kanunen öngörülmemiş olan akitlerdir.¹¹² Taraflar sözleşme özgürlüğü çerçevesinde özgür iradeleri bu tip sözleşmelerle ilgili olarak, kanunda düzenlenmemiş bir sözleşme de yapabilirler.¹¹³ İsimli sözleşmeler kendine özgü sözleşmeler, karma sözleşmeler ve bileşik sözleşmeler olarak üçe ayrılmaktadır.

İsimli sözleşmelerin bir kısmı, kanun koyucu tarafından düzenlenmemiş olmakla birlikte, günlük hayatta neredeyse isimli sözleşmeler kadar sık yapılmaktadır. Hayatında kabul edilmiş, yoğun bir uygulama alanı bulmuş isimsiz sözleşmeler, tipik hale gelmiş isimsiz sözleşmeler olarak kabul edilmektedir. Bazı isimsiz sözleşmeler ise, hayatında pek nadir olarak karşılaşılan, belki de ilk defa yapıldığı, atipik sözleşmelerdir. Bu açıdan, marka lisans sözleşmesi için ise doktrindeki ayrıntılı görüşün ötipikleşmiş isimsiz sözleşme olduğu da dikkatli olarak değerlendirilmelidir.¹¹⁴

Taraflardan, kanunun belirlediği sözleşme türlerinde öngörülen unsurları, kanunun öngörmediği bir tarzda bir araya getirmeleri mümkündür. Bu durumda karma

¹¹² Tandoğan, Haluk (Borçlar Hukuku): **Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri**, C. I/1, İstanbul 2008, s. 12; Saban, Nihal: **Franchising ve Vergilendirme**, İstanbul 1997, s. 3.

¹¹³ Oktay, Saibe: **İsimli Sözleşmelerin Geçerliliği, Yorumu ve Bölümlerinin Tamamlanması**, ÜHFM C. LV (1996), s. 1; Yavuz, Cevdet: **Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)**, İstanbul 2001, s. 4.

¹¹⁴ Eren, Fikret (Özel Hükümler): **Borçlar Hukuku, Özel Hükümler**, Ankara 2014, s. 19; Kıratlı, Metin: **İsimli Sözleşmeler**, TAAD, Y.1:6, S:23 (Ekim 2015), s. 209.

sözle melerden söz edilir. Ayn, ekilde, taraflar unsurlar, kanunda düzenlenmi sözle melerin içerdi i unsurlardan tamamen ba ,ms,z yeni sözle meler de kurabilirler. Bu durumda da kendine özgü (*sui generis*) sözle melerden bahsedilmektedir.¹¹⁵ Fakat kanunda düzenlenmi sözle melere ait unsurlarla, kanunda düzenlenmemi bir sözle menin unsurlar,n,n bir araya getirildi i sözle melerin hangi kapsamda de erlendirilece ine dair görü birli i bulunmamaktadır.¹¹⁶

Doktrinde, karma sözle meden bahsedilebilmesi için kanunun de i ik sözle me tiplerinde öngördü ü unsurlar,n haricinde kanunda düzenlenmemi bir sözle meye ait herhangi bir unsuru içermemesi gerekti ine dair bir görü bulunmaktadır. Bu görü e göre, bir sözle menin tamamen ya da k,smen kanunda düzenlenmemi sözle melere ait bir unsuru içermesi halinde, o sözle me bir karma sözle me olmaktan ç,kacak ve kendine özgü (*sui generis*) bir sözle me olacaktır.¹¹⁷ Buna kar ,l,k, sözle menin unsurlar,ndan birinin veya birkaç,n,n kanunda düzenlenmi sözle me tiplerine ait unsurlardan olmas, o sözle menin karma sözle me olmas, için yeterli oldu una dair bir görü de bulunmaktadır. Buna göre, kendine özgü sözle me, tipik yani kanunda düzenlenmi sözle melere ait herhangi bir unsuru içermeyen ve bu yönüyle de tamamen yeni olan sözle medir.¹¹⁸

Kanaatimizce ikinci görü isabetli olup karma sözle me, kanunda düzenlenmi ve düzenlenmemi sözle me unsurlar,n,n kanunun öngörmedi i bir tarzda bir araya getirildi i ve kendi içinde bir bütünlü ü olan sözle medir. Kendine özgü sözle me ise kanunda düzenlenmi sözle melerden uzak ve bunlara ili kin herhangi bir unsuru içermeyen sözle medir. Zira ancak bu görü kabul edilirse karma sözle me ve kendine özgü sözle me ayr,m, bir anlam ifade etmektedir.¹¹⁹

¹¹⁵ Tando an (Borçlar Hukuku), s. 12; Saban, s. 3; Boso, Burcu: **Rekabet Hukuku Aç,s,ndan Franchise Sözle meleri**, Yay,nlanm, Yüksek Lisans Tezi, stanbul 2006, s. 19.

¹¹⁶ Boso, s.19.

¹¹⁷ Yavuz, s. 9.

¹¹⁸ Kuntalp, Erden: **Kar, ,k Muhteval, Akit**, Ankara 1971, s. 82; Ayn, görü te: Akyol, ener, **Borçlar Hukuku, Özel Borç li kileri**, 1. Fasikül, Fakülteler Matbaas,, stanbul, 1984, s. 8; K,rca, Çi dem: **Franchise Sözle mesi**, Ankara 1997, s. 53.

¹¹⁹ K,rca, s. 53-54.

Doktrinde isimsiz sözleşme melere ait üçüncü bir ayrım ise bile ik sözleşme olarak yer almaktadır. Buna göre bile ik sözleşme, iki veya daha çok taraflı sözleşme menin tarafların anlaşmalarıyla bu niteliklerini koruyarak kanunun öngörmediği bir biçimde aynı sözleşme içinde varlık ve geçerlilikleri birbirine bağlı olacak şekilde bir araya getirilmesiyle meydana gelen sözleşme dir.¹²⁰

1.7.3.2. İsimsiz Sözleşme Melere Uygulanacak Hükümler

Bir sözleşme menin hukuki niteliğinin belirlenmesi, sözleşmeye uygulanacak hükümlerin tespiti açısından önemlidir. Kendine özgü sözleşmelerde çakabilecek uyuşmazlıklarda öncelikle, tarafların iradeleri doğruluk ve güven kurallarına göre yorumlanmalı, ve tarafların özgün iradeleriyle koydukları kurallar uygulanmalıdır. Yorum faaliyeti neticesinde, tarafların gerçek iradeleri tespit edilemezse veya tarafların özgün kuralları koymaması, bu durumda Türk Borçlar Kanununun genel hükümlerine başvurulmalıdır. Ancak, bu tür sözleşmeler hakkında Türk Borçlar Kanununun özel hükümlerinde düzenlenmiş yasal sözleşme tiplerinin içerdiği herhangi bir unsur mevcut olmadıkça, için, bu durumda uygulanacak bir hükümden söz etmek mümkün değildir. Eğer sorun genel hükümlerle çözülemiyorsa bu konuda bir örf ve adet kuralı varsa olaya uygulanmalıdır. Ancak böyle bir örf ve adet kuralının da olmadığı durumda, hâkim, kendisi kanun koyucuyu gibi davranıp, kural koyarak boşluğu doldurur.¹²¹

Karma sözleşme melere uygulanması gereken hükümler konusunda ise doktrinde farklı teoriler yer almaktadır. Bunlar soruma teorisi, birleştirme teorisi ve kıyas teorisidir. Bu görüşlerden soruma teorisinde, karma sözleşme menin içerdiği üstün ve önemli unsur hangi tipe ait ise, o tipe dair hükümler karma sözleşmeye doğrudan uygulanır. Bu teori, tarafların sözleşme menin muhtevassının belirleme özgürlüğüne müdahale edilmesinden dolayı eleştirilmektedir.¹²²

¹²⁰ Eren, (Özel Hükümler), s. 35.

¹²¹ Eren (Özel Hükümler), s. 35; Koca, s. 54.

¹²² Kuntalp, s. 130; Tandoğan (Borçlar Hukuku), s. 73; Yavuz, s. 23; Koca, s. 55

Birle tirme teorisine göre ise, karma sözleşle medeki her unsura, kendisine ili kin sözleşle me tipine ait hükümler uygulanmal,d,r. Öncelikle karma sözleşle mede çe itli tiplere ait unsurlar önce birbirinden ayr,lmal,, sonra her birine ait hukuki sonuçlar birbirine ba lanmal,d,r.¹²³ Kanun koyucu taraf,ndan her sözleşle me tipine uygulanacak hükümler sözleşle menin yap,s,na göre belirlendi inden ve bu farklı, hükümlerin tek bir sözleşle meye uygulanmas, çat, ma do uraca ,ndan bu teori de ele tirilmektedir.¹²⁴

Ço unluk taraf,ndan kabul edilen ve bizim de kat,ld, ,m,z k,yas teorisine göre ise, karma sözleşle meler kanunen düzenlenmemi olduklar, için, bu sözleşle melere herhangi bir kanun hükmü do rudan do ruya de il ancak k,yasen uygulanabilir.¹²⁵ Çünkü kanunda yer alan sözleşle meler somut bir bütün te kil etti inden bunlara ili kin hükümlerin do rudan do ruya uygulanmas, ancak bu sözleşle melerin kanundaki tan,m,n,n tamamen gerçekte mesine ba l,d,r.¹²⁶

K,yas teorisi kabul edildi i takdirde kendine özgü sözleşle me ile karma sözleşle melere uygulanacak hükümlerin belirlenmesindeki yöntem ayn, olmaktadır. Fakat so urma ve birle tirme teorileri kabul edildi i takdirde, uygulanacak hükümlerin belirlenmesindeki yöntem aç,s,ndan karma sözleşle me ile kendine özgü sözleşle me farklı,l,k göstermektedir.¹²⁷

1.7.3.3. Doktrinindeki Görü ler

Tekinalp, genel anlamda lisans sözleşle melerini özel anlamda ise marka lisans sözleşle melerini sat,m, hâs,lat kira ve adi ortaklık sözleşle melerine ait unsurlar, ta ,d, ,ndan karma sözleşle me olarak nitelendirmektedir.¹²⁸

¹²³ Tando an (Borçlar Hukuku), s. 73; Yavuz, s. 23; K,rca, s. 55.

¹²⁴ Kuntalp, s. 131; K,rca, s.55.

¹²⁵ Kuntalp, s. 126; K,rca s. 57; Tando an (Borçlar Hukuku), s. 73; Yavuz, s. 23.

¹²⁶ Kuntalp, s. 126; Zevkliler, Ayd,n: **Özel Borç lı kileri**, Ankara 2004, s. 45; K,rca, s. 57.

¹²⁷ K,rca, s. 60; Ayn, görü için bkz: Gürzumar, Osman Berat, **Franchise Sözle meleri ve Bu Sözle melerin Temelini Olu turan Sistemlerin Hukuken Korunmas,,** stanbul 1995, s. 20,dn: 126.

¹²⁸ Tekinalp, s. 435; Y,lmaz, Canan: **Marka Lisans Sözle meleri, Yay,nlanmam, Yüksek Lisans Tezi,** stanbul 2001,s. 50; Özye il, Bengü: **Marka Lisans Sözle mesi, Yay,nlanmam, Yüksek Lisans Sözle mesi,** stanbul 2010, s. 16.

Ongan ise, s,naî haklara ili kin lisans sözleşmesinin esaslı unsurların, k,smen ya da tamamen kanunun öngördüğü sözleşmelerin hiçbirisinde bulunmamasından, marka lisans sözleşmelerini kendine özgü sözleşme olarak kabul etmektedir. Ancak satış, hâs,lat kiras, ve ortaklık sözleşmelerine ait unsurların lisans sözleşmelerinde bir bütün halinde birleştirildiği durumlarda marka lisans sözleşmelerinin karma sözleşme niteliğini kazanacağı, fikrini savunmaktadır.¹²⁹

Özel ise, fikri mülkiyet hakkının kullanılması devri ya da bunun gibi nispi ya da mutlak bir hakkın tanınması dair bir unsurun kanunda düzenlenmiş sözleşmelere ait bir unsur olmadığında, markalı lisans sözleşmelerini kendine özgü sözleşme olarak nitelendirmektedir.¹³⁰

Aydınık ise, lisans sözleşmelerinin kanunda düzenlenmiş sözleşmelerden birine girmediği gibi, bu sözleşmelerin unsurların birleşmesinden de meydana gelmiş olmadığı, fikrini savunmaktadır. Bu nedenle lisans sözleşmelerini kendine özgü sözleşme olarak kabul etmektedir.¹³¹

Kanaatimizce de marka lisans sözleşmesinin esaslı unsuru olan markanın kullanılması hakkı, gibi herhangi bir s,naî hakkının kullanılması devri kanunda düzenlenen sözleşmelerin unsurlarında bulunmadığında, markalı lisans sözleşmesini kendine özgü yapıyla, olan (sui generis) nitelikte bir sözleşme olarak kabul etmek gerekmektedir.

1.7.4. Marka Lisans Sözleşmesinin Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması,

1.7.4.1. Marka Lisans Sözleşmesinin Adi Kira ve Ürün (Hâs,lat) Kiras, Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,

Kira sözleşmesi TBK m. 299'da "Kiraya verenin bir şeyi kullanması, veya kullanmayla birlikte ondan yararlanması, kiracıya bırakması, kiracının da buna karşılık kararlaştırılan kira bedelini ödemeyi üstlendiği sözleşme" olarak

¹²⁹ Ongan, s. 39.

¹³⁰ Özel, s. 113.

¹³¹ Aydınık, s. 113; Fikri Haklara İlişkin Lisans Sözleşmeleri, İstanbul 2006, s. 73.

tanımlanmış, t.r. Ürün kirası, sözleşmesi ise TBK m. 357'de "Ürün kirası, kiraya verenin, kiracıya, ürün veren bir şeyin veya hakkını kullanmasını, ve ürünlerin devir edilmesini bedel karşılığında bırakmayı üstlendiği sözleşme olarak tanımlanmış, t.r.¹³² Kira sözleşmesinden farklı olarak, maddi varlık olan eşyanın dışında maddi varlık olmayan haklar da ürün (hâslat) kirası, sözleşmesine konu olabilmektedir.

Adi kira ve ürün (hâslat) kirası, sözleşmeleri bir şeyin bir başkasına kullanıldığını, konu edinen ve sürekli borçlusu kiranın sözleşme olmaması, itibarıyla markanın bir başkasına kullanıldığını, konu edinen ve sürekli borçlusu kiranın marka lisansı, sözleşmesine benzemektedir.¹³³ Marka lisansı, sözleşmesi, hak kirasına konu olmanın niteliğinde olduğu için hâslat kirası, sözleşmesine benzetilmekte, hatta bazı yazarlar tarafından lisans sözleşmesinin hâslat kirası olduğu fikri kabul görmektedir.¹³⁴

Kira sözleşmesinin konusunu sadece maddi varlıklar oluşturmaktadır.¹³⁵ Oysa marka lisansı sözleşmesinin konusunu gayri maddi bir varlık olan marka hakkı oluşturmaktadır. Hakların da konu olabileceği hâslat kirasına esasen zirai taşınmazlar veya işletmelerin kiralanması ve bunların semerelerinden faydalanılması gibi hususların konu olacağı öngörülmektedir. Marka lisansı sözleşmesinin konusunu oluşturmayan gayri maddi bir hak olan marka unsurunun hâslat kirasına yabancı olduğu görülmektedir. Diğer bir fark da sözleşmenin karşılığını açışından ortaya çıkmaktadır. Uygulamada nadir de görülse marka lisansı sözleşmesinde marka herhangi bir bedel talep edilmeksizin kullanılabilmektedir.¹³⁶ Kira sözleşmesinde ücret esaslı unsurlar arasında olup yokluğu halinde kira sözleşmesinden değil ödünç sözleşmesinden söz edilir (TBK m. 379).¹³⁷ TBK'da konut ve çatlı yeri kira sözleşmeleri hariç olmak üzere (TBK m. 322/2) diğer aksine düzenleme yoksa alt

¹³² Tandoğan (Borçlar Hukuku), C.I/2, s. 3.

¹³³ Ölmez, s. 55; Başlar, s. 136; Özel, s. 119.

¹³⁴ Ölmez, s. 55; Başlar, s. 138; Özel, s. 119-120; Ongan, s. 49.

¹³⁵ Tunçomağ, Kenan: **Borçlar Hukuku, Özel Borçlulukları**, C.II, İstanbul 1977, s. 439; Zevkliler, s. 175; Başlar, s. 136.

¹³⁶ Yılmaz, s. 96; Yüksel, Ali Sait: **Patent ve Lisans Sözleşmesi Hukuku**, 1989, s. 96; Başlar, s. 137; Özel, s. 119

¹³⁷ Tunçomağ, s. 442; Zevkliler, s.274; Aydın, s. 89; Başlar, s. 137.

kirac, atanmas, mümkün iken, böyle bir hak kural olarak lisans sözleşme mesinde tanınmamaktadır.¹³⁸

Ürün kirasında kiralamaya konu olan ürün veren şeyin veya hakkın, sözleşme menin tarafların, her ikisi tarafından kullanılması, veya birden fazla kişiye kiralanması, sözleşme konusu değildir. Oysaki marka lisans sözleşme mesinde lisans verenin markayı, kullanma hakkı, bulunmakta, hatta inhisari olan lisans sözleşme mesinde dahi, lisans verenin sözleşme mede hakkın, saklı tutulması, durumunda markayı, kullanma hakkı, bulunmaktadır.¹³⁹ Aynı zamanda basit lisansla, marka sahibi çok sayıda lisans verebilmektedir. Diğer taraftan ürün kirasında ekile art, yok iken marka lisans sözleşme mesini yazılı yapılmaktadır (MarkaKHK m. 15/II).¹⁴⁰

1.7.4.2. Marka Lisans Sözleşmesinin Satım Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,

Türk Borçlar Kanunu m. 207’de satış sözleşmesi, örneğin, satışlanın zilyetlik ve mülkiyetini alıcıya devretme, alıcının ise buna karşılık bir bedel ödeme borcunu üstlendiği sözleşme olarak tanımlanmıştır. Hem marka lisans sözleşmesi hem de satım sözleşmesi iki tarafa borç yükleyen sözleşme niteliğine sahiptir. Ayrıca inhisari lisansla marka sahibi hakkın, açıkça saklı tutulmadıkça markayı, kullanamaması, ve satım sözleşmesinde olduğu gibi hak sahibinin, sözleşme konusuna ilişkin tüm kullanma ve yararlanma hakkın, elde etmesi gibi özellikleri sebebiyle marka lisans sözleşmesi satım sözleşmesine¹⁴¹ ve hatta hak satımına benzetilmektedir.¹⁴² Fakat satım sözleşmesine ilişkin hükümlerin marka lisans sözleşmesine uygulanması, ürün (hâsıl) kira sözleşmesine göre daha zordur.¹⁴³

Marka lisans sözleşmesinde markanın kullanılması hakkının verilmesi sözleşme süresince veya süresiz olabileceğinden sürekli borç ilişkisi niteliğindedir. Buna karşın satım sözleşmesinde belirlenen süre içerisinde her iki tarafın edimini yerine

¹³⁸ Başlar, s. 137.

¹³⁹ Çiçekçi, s.19; Başlar, s. 139.

¹⁴⁰ Ongan, s. 67; Çiçekçi, s. 36; Özel, s. 63; Ünal, s. 139; Başlar, s. 139.

¹⁴¹ Yılmaz, s. 64; Ünal, s.172, Özel, s. 122-123, Aydın, s. 90; Başlar, s. 149.

¹⁴² Başlar, s. 140; Karşın, görüşü için bkz. Aydın, s. 90; Oktay Özdemir, Saibe: **Saî Haklara İlişkin Lisans Sözleşmeleri ve Rekabet Hukuku Düzenlemelerinin Lisans Sözleşmelerine Uygulanması**, İstanbul 2002, s. 57.

¹⁴³ Çamlıbel Taylan, s. 2208, dn.245; Ongan, s. 50.

getirdi i bir ani edimli borç ili kisi söz konusudur.¹⁴⁴ Ayn, zamanda sürekli borç ili kisi özelli ine sahip marka lisans sözleşme mesinin temelinde yer alan sadakat borcu, sat,m sözleşme mesinde ancak TMK m. 20de yer alan dürüstlük kural, anlam,nda söz konusu olabilmektedir.¹⁴⁵ Fakat sat,m sözleşme mesinde, sat,m konusu üzerinde sahip olunan hak tamamen devredilmekte iken¹⁴⁶, marka lisans, sözleşme mesinde sözleşme konusu markan,n özü devredende kalmakta ve sadece kullanma ve yararlanma haklar, belirli bir süre için lisans alana devredilmektedir.¹⁴⁷

1.7.4.3. Marka Lisans Sözleşme mesinin Adi Ortaklık Sözleşme mesiyile Karşılama,

Türk Borçlar Kanunu m. 620de adi ortaklık sözleşme mesisi, ö ki ya da daha fazla kişinin emeklerini ve mallar,n, ortak bir amaca erişmek üzere birleştirmeyi üstlendikleri sözleşme mesisi olarak tanımlanmaktadır. Adi ortaklık sözleşme mesinden bahsedebilmek için ortak bir amaç ve ortak amaç doğrultusunda taraflar,n i birliğin içinde faaliyetlere katılması, gerekmektedir.¹⁴⁸ Adi ortaklık sözleşme mesilerinde görülen bu unsur, lisans sözleşme mesilerinde de karşın görülmektedir. Zira sürekli borç ili kisine sahip marka lisans sözleşme mesisi, taraflar için bir güven ili kisi ve amaç birlikteliği gerektirmektedir.¹⁴⁹

Marka lisans sözleşme mesinin iki tarafa borç yüklemesi niteliği adi ortaklık sözleşme mesinde bulunmamaktadır. Ayrıca adi ortaklık sözleşme mesinde taraflar, çal, malar,n,n sonucunda ortaya çıkan kar ve zarar, paylaşmaktadır. Oysa lisans sözleşme mesinde taraflar kendi çıkarlar, doğrultusunda hareket etmekte ve taraflar arasında kar, lık, edimlerin niteliğinden doğan bir gerilim ili kisi bulunmaktadır.¹⁵⁰ Bu sebeple, marka lisans, sözleşme mesini, tipik bir adi ortaklık sözleşme mesisi olarak nitelendirmek zordur.¹⁵¹

¹⁴⁴ Ayd,nc,k, s. 90; Yılmaz, s. 65; Oktay Özdemir, s. 55-57; Başlar, s. 140.

¹⁴⁵ Başlar, s. 141; Ölmez, s. 57.

¹⁴⁶ Yavuz, s. 44; Zevkliler, s. 51; Başlar, s. 141.

¹⁴⁷ Ongan, s. 50; Oktay Özdemir, s. 57; Çiçekçi, s. 19; Başlar, s. 141; Ölmez, s. 57.

¹⁴⁸ Ongan, s. 51; Başlar, s. 141.

¹⁴⁹ Ayd,nc,k, s. 91; Başlar, s. 142.

¹⁵⁰ Akyol, s. 4.

¹⁵¹ Ayd,nc,k, s. 92; Ongan, s. 51; Oktay Özdemir, s. 59; Başlar, s. 142; Özel, s. 124.

1.7.5. Marka Lisans Sözleşmesinin Unsurları,

1.7.5.1. Markanın Kullanılması ve Sınırlandırılması,

Marka lisans sözleşmesinin en belirgin özelliği olan markanın kullanılması ve sınırlandırılması, lisans verenin en temel yükümlülüğüdür. Buradan hareketle lisans veren lisans alanın markayı, kullandığı markanın yükümlülüğü; markayı, yenileme, markanın üçüncü kişilerin tecavüzlerine karşı, korunmasını, markayı, kullanmaya bizzat veya başkası aracılığıyla engel olmama, lisans alanın üçüncü kişilerin hak iddialarından da kurtarma gibi hususları kapsamaktadır.¹⁵²

Marka kullanımı çerçevesi sözleşme ile belirlenmelidir. Sözleşmeyle, marka veya marka başkası vurusu tescilli oldu mu veya tescil için başkası vurunun yapıldığı, mal ve/veya hizmetlerin tamamı, veya bir kısım için lisans sözleşmelerine konu olabileceği gibi lisans sözleşmesi ile verilen kullanım hakkının belli bir coğrafi bölge ile sınırlanması da mümkündür.¹⁵³

1.7.5.2. Lisans Bedeli

Marka lisans sözleşmelerinin diğer bir unsuru lisans bedelidir. Lisans alanın lisans karşılığında lisans verene bir bedel ödeme yükümlülüğü altına girmektedir. Marka lisans sözleşmesinin önemli bir edimi¹⁵⁴ olan lisans bedeli uygulamada genelde karşılıklı olarak olan parasal edim olabildiği gibi başkası bir edim de olabilmektedir. Örneğin, karşılıklı olarak edim olarak yine bir lisans verilmesi söz konusu olabilmektedir.¹⁵⁵

Lisans bedelinin miktarı, lisans sözleşmesinde kararlaştırılır. Sözleşmenin önemli unsurlarından biri lisans bedeli olduğundan, tarafların lisans bedeli veya en azından lisans bedelinin saptanması, sağlayacak ölçüler üzerinde uzlaşmaya varmaları,

¹⁵² Tekinalp, s. 436.

¹⁵³ Başlar, s. 131.

¹⁵⁴ Doktrinde lisans sözleşmelerinde bedel ödeme yükümlülüğü zorunlu bir unsur olmadıkça, buna dair görüşler de mevcuttur. (Aydın, s. 166)

¹⁵⁵ Lisans verene bir başkası konuda lisans vererek lisans alanın edimini yerine getirmesi cross-licence olarak adlandırılmaktadır. (Arkan, s. 199)

gerekmekte; aksi takdirde sözleşmenin kurulmaması, sözleşme kabul edilmektedir.¹⁵⁶ Doktrinde, lisans bedeli ile ilgili bir ölçütün sözleşme medeni kararlarla belirlenmesi, takdirde, lisans verenin TTK m. 22 hükmüne dayanarak münasip bir ücret istemek suretiyle lisans sözleşmesini ayakta tutabileceği ileri sürülmektedir.¹⁵⁷

Lisansın herhangi bir edim talep edilmeden verildiğine de rastlanmaktadır. Uygulamada çok istisnai olan bu durum serbest lisans olarak adlandırılmaktadır.¹⁵⁸ Lisans bedeli sözleşme medeni hiçbir kararlarla belirlenmemesi ve sözleşme medeni bedel ödeneceğine ilişkin açık bir kayıt konulmaması, serbest lisansın varlığına kabul edilmeyip, zımni olarak bedel ödeneceği kabul edilmelidir.¹⁵⁹

Lisans bedelinin ödenmesi sözleşme medeni anlamaya göre de iki şekillerde yapılabilmektedir. Uygulamada götürü bir bedel belirlenmesi yöntemi yanında, parça başı bedel, ciroya endeksli bedel veya kara endeksli model yöntemleri de mevcuttur.¹⁶⁰ Bu iki bedel saptama türünün karma şekliyle de kullanılabilir.¹⁶¹ Lisans sözleşmesinde tarafların bazı hususlar, açıkça kararlar alınmaması, halinde çakışıklı hükümler yedek hukuk kurallarına göre çözülecektir. Mesela, sözleşme medeni lisans bedelinin ödeme zamanı, kararlarla belirlenmemesi olabilir. Buna ilişkin olarak özel bir düzenleme bulunmadığından TBK'nın genel hükümleri uygulama alanı bulacaktır.

1.7.5.3. Anlaşılabilirlik

Lisansla marka kullanılması hakkına sahip olmak için tek taraflı bir beyan veya bir muvafakat yeterli olmamaktadır. Rekabet kanunları içinde yer alan marka lisans sözleşmeleri karşılıklı ve birbirlerine uyumlu irade beyanıyla kurulur.¹⁶² Borçlar

¹⁵⁶ Taylan Çamlıbel, s. 215; Ongan, s. 102; Ortan, Ali Necip: **Patent Lisans, Sözleşmesi**, Ankara 1979, s. 243.

¹⁵⁷ Arkan, s. 199; Ünal, s. 187; Taylan Çamlıbel, s. 215; Ortan, s. 244.

¹⁵⁸ Ongan, s. 104.

¹⁵⁹ Özyeşil, s. 46; Ongan, s. 104.

¹⁶⁰ Ströbele, Paul/Hacker, Franz: **Markengesetz Kommentar**, Köln 2012 (naklen Çamlıbel, s. 103).

¹⁶¹ Özel, s. 161.

¹⁶² Yargıtay 11. HD, 03.05.2001 tarihli bir kararda lisans alanın markayı kullanma hakkına sahip olması için MarkaKHK hükümleri uyarınca taraflar arasında düzenlenmiş bir lisans sözleşmesinin bulunması gerektiği yönünde karar vermiştir. Ö... 556 sayılı Kararıyla, Kararıyla, markanın veya kullanılması hakkının ne şekilde devredileceği düzenlenmiş olup, tek taraflı bir muvafakat ile marka kullanılması, müsaade edilip edilemeyeceği hususundan bahsedilmemiştir. Anılan Kararın 16. maddesinde marka korumasının tescil yolu ile elde edileceği, 16. maddesinde tescilli bir markanın başkasına yazılı,

hukukuna hâkim olan irade serbestîsi ilkesi, sözleşmeler alan,nda sözleşme serbestîsi ilkesi olarak belirir.¹⁶³ Sözleşme serbestîsi için de taraflar sözleşmenin muhtevan, diledikleri biçimde ekilendirebilirler. TBK'nın 19 ve 20. maddelerinde düzenlenen sözleşme serbestîsinin sınırları; tarafların fiil ehliyetine sahip olmaları, yapılacak olan sözleşmenin ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına aykır olmaması, ve konusunun imkânsız olmaması gibi marka lisans sözleşmesi için de geçerlidir.¹⁶⁴

1.7.6. Marka Lisans Sözleşmelerinin Türleri

1.7.6.1. Lisansın Doğru Anlaşılmasına Göre Lisans Sözleşmeleri

Lisans sözleşmesinde marka hakkına dair inhisari yetkiler verilmesi durumunda inhisari lisans, aksi halde inhisari olmayan lisans söz konusudur. Bir marka lisans sözleşmesi, inhisari lisans veya inhisari olmayan lisans sözleşmelerinden birine dâhil olmak zorundadır.

1.7.6.1.1. Inhisari Olmayan (Basit) Lisans

Inhisari olmayan lisans, marka sahibi tarafından markayı kullanma hakkının lisans alanına münhasır olmadan verildiği lisans türüdür.¹⁶⁵ Marka lisans sözleşmeleri, aksi sözleşmede kararlaştırılmadıkça, takdirde inhisari olmayan lisans türüdür. Yani kanun koyucu inhisari olmayan (basit) lisans, olağan lisans türü olarak öngörmüştür.¹⁶⁶ Inhisari lisans için adi lisans ve basit lisans tabirleri de kullanılmaktadır. Genel

bir devir sözleşmesi ile devir edilebileceği ve bunun koşulları, 20. maddesinde ise, marka kullanma hakkının lisans sözleşmesi konusu yapılabileceği ve bu sözleşmenin asli ve ekli kısımları, belirtilmiştir. Somut olayda, anılan KHK'nın 16. maddesine uygun biçimde kararlaştırılarak yazılıp, imzalanmış bir sözleşmeye dayalı, marka devri bahis konusu değildir. Keza taraflar arasında KHK'nın 20. ve müteakip maddelerde yazılı şekilde marka kullanma hakkının devrini içeren bir lisans sözleşmesi de yapılmamıştır. Bu bakımdan ihtilafın aynı zamanda genel hükümler çerçevesinde değerlendirilip, çözülmesi gereklidir.ö, Y. 11. HD, 03.05.2001 tarih, 2001/752 E. 2001/3930 K. , www.kazanci.com (Erişim tarihi: 27.12.2015).

¹⁶³ Ouzmani, M.Kemal/ Öz, Turgut: **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, İstanbul 2005, s. 19; Zevkliler, s. 42, Başaran, Sıla: **Ölüm Marka Lisans Sözleşmeleri**, Baro Dergisi,2012/2, s. 173.

¹⁶⁴ Özyeşil, s. 47.

¹⁶⁵ Çalın, s. 103.

¹⁶⁶ Çolak, s. 646; Meran, s. 371; Tekinalp, s. 461. (Marka KHK m.21/II ve Sınai Mülkiyet Kanunu Tasarısı, m.24/II)

olarak inhisari olmayan lisansta lisans, alan hiçbir ekilde inhisari yetkiye sahip de ildir.¹⁶⁷ Lisans veren markay, kendi kullanabilir ve üçüncü ki ilere markay, lisans verebilir.

nhisari olmayan lisansta, lisans alana sa lanan rekabet ve pazarlık gücü s,n,rl,d,r.¹⁶⁸ Lisans alan ayn, markan,n ba kalar, taraf,ndan ve marka sahibi taraf,ndan kullan,m, ba tan kabul etmek zorundadır.¹⁶⁹ Lisans sözleşme sine konulan *öen fazla korunma art,ö* ile lisans alan kendini bir derece avantajlı hale getirmek dü üncesindedir. Lisans alan, sözleşme sine konulan bu art sayesinde lisans verene sonraki verece i lisans sözleşme sinde daha elverişli artlar sunmas,n, k,s,tlamaktadır veya lisans verenin yeni yapacağı , daha elverişli sözleşme artlar,n, önceki lisans al,c,s,na da sa lamas,n, garanti etmektedir.¹⁷⁰ Böylelikle lisans alan sonraki lisans alana tan,nan haklar nedeniyle kötü duruma dü mek durumundan kurtulmuş olmaktadır.¹⁷¹ Ancak bahsi geçen kay,t, lisans,n basit lisans olma özelli ini ortadan kald,rmamaktadır.¹⁷²

nhisari olmayan lisans vas,tas,yla ayn, markan,n birden fazla ki i taraf,ndan kullan,lmaz,, ayn, markay, ta ,mas,na ra men farklı kalitede mallar,n üretilerek piyasaya sunulmas,na imkân vermektedir. Bunun önlenmesine yönelik olarak lisans alana, MarkaKHK m. 21/VIII ve S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s, m. 24/IV'de lisans veren taraf,ndan mal,n kalitesini sa lamaya yönelik alınacak tedbirlere uyma zorunlulu u düzenlenmektedir. Bu sayede marka garanti i levini yerine getirmi olur.¹⁷³

1.7.6.1.2. nhisari Lisans

nhisari lisans, marka sahibi taraf,ndan markay, kullanma hakk,n,n münhas,ran lisans alana verildi i lisanst,r. nhisari lisansta, lisans alan sözleşme sine belirtilen co rafi

¹⁶⁷ Meran, s. 371; Ongan, s. 52.

¹⁶⁸ Yüksel, s. 85; Ongan, s. 53.

¹⁶⁹ Aydın, s. 61.

¹⁷⁰ Ongan, s. 53; Oktay Özdemir, s. 113.

¹⁷¹ Meran, s. 371.

¹⁷² Berkhan, Lisans (Marka): *öMarka Lisans, Sözleşme Sesiö* (www.berkhan.av.tr); Bak,rc,, Mehmet Enes: *Teknoloji Transferinde öPatent ve Know-How Lisans,ö Sözleşme meleri*, İstanbul 2001, s. 59.

¹⁷³ Arkan, s. 195.

bölgede markayı, kullanma hakkından çok kuvvetlidir.¹⁷⁴ İhissari lisansla, marka sahibinin aynı, coğrafi bölge, aynı, zaman ve aynı, mal veya hizmetler için bağımsız olarak lisans vermesi mümkün değildir. Ayrıca sözleşme medeni açıdan saklı tutulmamış, marka sahibi lisansın verildiği bölgede lisans müddetince aynı, mal ve/veya hizmetler için markayı kullanamaz. İhissari lisans sahibi marka sahibine ait olan marka hakkına tecavüz durumunda dava açmak gibi bir takım yetkileri tek başına kullanabilmektedir. Bu yetkileri kullanmak için marka sahibinden izin almaya gerek yoktur.

İhissari lisansla, tarafların yaptıkları sözleşmeyi ihissari lisans sözleşmesi olarak adlandırmaları gerekmektedir. Aksi takdirde ihissari olmayan lisans sözleşmesi olarak kabul edilecektir. İhissari olarak adlandırılmaya razı olan lisans verenin bağımsızlığı veya bağımsızlığına lisans vermesi halinin öngörülmesi durumunda, artık tarafların kanunun düzenlediği anlamda bir ihissar, lisans sözleşmesi yapma yönünde iradelerinin birleşmesi sonucuna varılmalı, bu halde sözleşmenin ihissari lisans sözleşmesi olarak adlandırılması yahut lisansın ihissari olarak verildiğinin belirtilmesinin önemi olmalıdır.¹⁷⁵

Lisans veren, ülkenin tamamı için ihissari lisans vereceği gibi bir bölge için de ihissari lisans verebilir.¹⁷⁶ Bu durumda marka sahibi tarafından bağımsızlığına lisansın verildiği bölgede bulunmakla birlikte ayrıca gerek ihissari gerekse ihissari olmayan lisans verilebilir.¹⁷⁷

Türk hukukunda bahsi geçmemekle birlikte Alman örneğinde tek lisans adı verilen üçüncü bir lisans türünden bahsedilmektedir. Bu lisans türünde lisans veren markayı, kullanma hakkını, elinde tutmakla beraber bağımsızlığına bir kimseye lisans vermemeyi taahhüt etmektedir. Yani marka lisans alan ve veren olmak üzere sadece iki kişi

¹⁷⁴ Çolak, s. 646.

¹⁷⁵ Ongan, s. 54; Aksi görüş için bkz. Suluk, Cahit: **Tasarım Hukuku**, Ankara 2003, s. 409; Yazara göre; sözleşme medeni ihissar, olarak verildiğinin belirtildiği hallerde, lisans verenin diğer bağımsızlığına lisans verebileceği yönünde bir hükmün bulunması halinde, lisansın ihissari olma özelliğini korunmalı, ve fakat diğer bağımsızlığına lisans verebileceği yönünde hüküm geçersiz kabul edilmelidir.

¹⁷⁶ Aydın, s. 60; Yasaman, s. 741; Yılmaz, s. 38. (Sözleşme belli bir coğrafi alan belirtilmediği takdirde lisansın ülkenin genelinde verildiğinin varsayılması, çalınmamışta belirtilmiştir.)

¹⁷⁷ Ünal, s. 176.

taraf,ndan kullanabilecektir.¹⁷⁸ inhisari lisanslar aç,s,ndan Avrupa Birli i Adalet Divan, (ABAD) taraf,ndan kullan,lan benzer bir di er ayr,m öcu aç,k lisansö, öcu kapalı, lisansö biçiminde kar ,m,za ç,kmaktadır.¹⁷⁹ Buna göre ucu aç,k inhisari lisansta, lisans veren inhisar bölgesinde lisans vermemeyi ve bizzat rekabet etmemeyi taahhüt eder. Fakat ucu kapalı, lisansta bunlara ek olarak ba ka bölgelerde verdi i lisans alanlar,n da ucu kapalı, lisans alanla rekabet etmemeleri taahhüt edilmi tir.

sminden de anla ,ld, , üzere inhisari lisans, lisans hakk,n,n kullan,m,n,n belirli bir kimseye b,rakmaktadır. Bu noktadan hareketle lisans alan,n bu hakk,n, ba kas,na tan,mas, (alt lisans vermesi) inhisari lisans,n niteli ine ters dü mektedir. Doktrinde inhisari lisans sözleşmesinde di er kimselere de lisans hakk, verilebilece i kararla t,r,ld, , takdirde bu art,n geçersiz olaca ,n, ileri süren bir görüş bulunmaktadır.¹⁸⁰ Ayr,ca taraflar,n sözleşmeyi inhisari lisans sözleşmesi olarak isimlendirmesine kar ,n sözleşmede lisans alandan ba ka bir veya birden çok kimseye de lisans verilebilece inin kararla t,r,lmas, halinde taraf iradelerinin inhisari lisans sözleşmesi yapma yönünde birle medi i sonucuna var,lmas, gerekti ine dair bir görüş de mevcuttur.¹⁸¹

Kanaatimizce de inhisari lisans,n ba ka bir kimseye de tan,nmas, halinde lisans sözleşmesi inhisari olma niteli ini kaybedecektir. Sözleşmede lisans alandan ba ka bir ahsa lisans verilmeyece ine ili kin bir kayıt olmas,na ra men yalnız belirlenmi bir ki iye lisans verilebilece i kararla t,r,lmas, halinde inhisari olmayan lisans sözleşmesinin varl, , kabul edilecek, lisans veren sözleşmede belirlenen ahsa lisans verebilecek ancak bunun d ,ndaki kimselere lisans vermesi halinde sözleşmeye ayk,r,l,ktan sorumlu olacaktır.¹⁸²

¹⁷⁸ Özel, s. 50-51.

¹⁷⁹ Özel, s. 52; Ayr,ca bkz. Feyzan, Hayal: **öPatent Lisans Sözleşmelerinin Roma Antlaşması'nın 85. Maddesi Aç,s,ndan De erlendirilmesi**, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi (BAT DER), Y.1: 1998, Cilt: XIX, Say,: 3, s. 177.

¹⁸⁰ Suluk, s. 409.

¹⁸¹ Ongan, s. 54.

¹⁸² Ongan, s. 54.

1.7.6.2. Kullanım Sahasına Göre Üretim Lisans Sözleşmeleri-Sat, Lisans Sözleşmeleri

Kullanım sahasına göre lisans, üretim ve sat, lisans, olarak ikiye ayrılabilir. Herhangi bir kısıtlamanın olmadığı, bir lisans sözleşmesinin lisans hakkının hem üretim hem de sat, hakkında olduğu kabul edilir.¹⁸³ Ancak bazı durumlarda taraflar, arasında lisans, sadece üretim veya sadece sat, ile sınırlandırılabilir.

Üretim lisansında lisans alanı sadece lisansa konu malın üretim hakkı verilirken, ilgili malın sat, veya kullanma hakkı verilmemektedir.¹⁸⁴ Lisans alanı, üzerine lisans verenin markasının konulacağı malların üretilmesi için yüklenilmiştir. Bu durum, hizmet markaları söz konusu olduğunda lisans alanın bir mal, hizmetin bir parçası olarak tüketiciye sunulduğunda da geçerlidir.¹⁸⁵ Üretim lisansında, lisans veren lisans alanı tarafından üretilen mallar, kendisi veya tayin ettiği üçüncü bir kişi vasıtasıyla sat, almak yükümlülüğü altına girer.¹⁸⁶ Ancak lisans veren bunu yerine getirmeyip sat, almada temerrüde düşerse, lisans alanı TBK m. 92 uyarınca bizzat sat, yapma yetkisinin tanınması gerekmektedir.¹⁸⁷

Sat, lisansında, lisansa konu olan malın piyasaya sürülmesi ve bu amaçla elinde bulundurulması, söz konusudur.¹⁸⁸ Diğer bir ifadeyle lisans alanı, marka sahibinin stokundan veya onun uygun gördüğü üçüncü kişilerden sağlanan malların üzerine marka sahibine ait markanın konularak piyasaya sunulmasıdır. Lisans alanın, sat, açılacak ürünleri mülkiyetine geçirdikten sonra piyasaya sürmesi durumunda lisans sözleşmesinden bahsedilemez.¹⁸⁹ Bu durumda MarkaKHK'nın m. 13/I hükümleri gereği marka hakkı tüketilmi olacaktır.¹⁹⁰ Sat, lisans, doğrudan veya dolaylı olarak sat,ma ile ilgili olabilir. Bu takdirde lisansın özel bir türü

¹⁸³ Özel, s. 49; Ongan, s. 57.

¹⁸⁴ Ongan, s. 56; Gürzumar, s. 94. Örneğin, Pizza Hut franchise sisteminde, franchise sözleşmesi dâhilindeki lisans sözleşmelerinin üretim lisans, niteliğinde olduğu söylenebilir.

¹⁸⁵ Özel, s. 49.

¹⁸⁶ Ortan, s. 135; Yüksel, s. 86.

¹⁸⁷ Yüksel, s. 86; Bakırcı, s. 55; Erdem, B. Bahattin: **Patent Hakkının Korunması, ve Patent Hakkına İlişkin Sözleşmelere Uygulanacak Hukuk**, İstanbul 2000, s. 132.

¹⁸⁸ Ongan, s. 56.

¹⁸⁹ Gürzumar, s. 94; Ongan, s. 56.

¹⁹⁰ Arkan, s. 194.

olarak d, al,m (ithal) ya da d, sat,m (ihraç) olarak ikili bir ayr,m ortaya ç,kacakt,r.¹⁹¹

1.7.6.3. Yöre ve Süre ile S,n,rl, Olu una Göre Lisans Sözle meleri

Lisans sözleşmesi, markanın koruma altında olduğu yerlerin tamamına veya belli bir bölgesine belli bir süre için konu olabilir. Lisans alan lisansla konu markayı, ancak lisans sözleşmesinde belirtilen alanda kararlarla t,r,lan süre boyunca kullanma hakkını, elde etmektedir. Eğer lisans alan kendine tahsis edilen bölgenin haricinde markayı, kullanırsa marka sahibinin mutlak hakkını ihlal etmiş olacaktır.¹⁹² Eğer sözleşme yöre ile ilgili herhangi bir düzenleme bulunmazsa markanın kullanımı hakkını, ülkenin tamamında geçerli olduğu kabul edilmelidir.

1.7.6.4. Lisans Alanın Niteliğine Göre Kişiyi Bağı, Lisans Sözleşmeleri ve İletmeye Bağlı Lisans Sözleşmeleri

Kişiyi bağı, lisans sözleşmelerinde şahsın kişiliği ön planda tutulmaktadır. Kişiyi iletmesini üçüncü bir kişiyi devrederse lisans hakkı, iletmeyle birlikte devralana geçmez, kişinin şahsıyla bağıdır. Aynı zamanda lisans bir iletmeyle s,n,rlanır, lisan alan yeni iletmeler açtıkça, durumda lisansın, buralarda de erlendirebilmektedir.¹⁹³ İletme lisansında kişiyi bağı, lisanstan farklı olarak lisans hakkı, iletmeye tanınmış, t,r. üpheye dönüşmesi halinde inhisari olmayan lisansın iletme lisansı olduğu düşünülmelidir.¹⁹⁴

1.7.6.5. Alt Lisans

Uygulamada görülen marka lisans türlerinden biri de alt lisanstır. Alt lisansla lisans alan kendisine tanınan haklarla s,n,rl, olmak üzere başka bir kişiyi lisans

¹⁹¹ Özel, s. 49.

¹⁹² Ongan, s. 59.

¹⁹³ Yüksel, s. 88.

¹⁹⁴ Oktay Özdemir, s. 51; Yüksel, s. 88.

vermektedir.¹⁹⁵ Alt lisansla kurulan ili kide lisans alan ayn, zamanda lisans veren olmaktadır.¹⁹⁶ MarkaKHK m. 21/IV ve S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s, m. 24/IIIte belirtildi i üzere lisans sözleşmesiyle lisans alan,n ba ka bir sözleşmeyle ba kas,na lisans vermesi mümkün de ildir. Bunun istisnas, lisans sözleşmesinde alt lisans verme yetkisinin lisans alana tan,nm, olmas,d,r.

Her ne kadar lisans verme yetkisi bulunsa da lisans alan kendi sahip oldu u haklardan daha fazlas,n, alt lisans sözleşmesiyle ba ka birisine veremeyecektir. Alt lisans sözleşmesinin çerçevesini as,l lisans sözleşmeleri belirleyecektir. Yani lisans veren ve lisans alan aras,ndaki as,l lisans sözleşmesinin maddi ve bölgesel s,n,rlar,, alt lisans sözleşmesinin üst s,n,rlar,n, belirlemekte; di er bir ifadeyle alt lisans sözleşmesi, lisans sözleşmesindeki süre, kapsam ve bölge ile s,n,rl, olmaktadır.¹⁹⁷

Alt lisansa ili kin bir kayıt,n bulunmamas,na ra men alt lisans verilir ve as,l lisans veren de bu duruma sessiz kal,rsa as,l lisans veren alt lisans ili kisini z,mnen kabul etmi say,lamaz. Zira MarkaKHKda sözleşme aç,kça alt lisans ili kisinin kararla t,r,lmas, hükmü mevcuttur. Bu nedenle sözleşme kay,t yer alm,yor ya da içeri inden alt lisans,n varl, , anla ,lam,yorsa lisans verenin alt lisans sözleşmesini kabul etmi say,labilmesi için yaz,l, muvafakati gerekmektedir.¹⁹⁸ Ayn, zamanda alt lisans,n geçerlili i de as,l lisans sözleşmesiyle ba l, olacaktır. Yani as,l lisans sözleşmesinin sona ermesiyle alt lisans sözleşmesi de kendili inden sona erecektir.

Alt lisans, inhisari olmayan lisanslar için söz konusudur. Alt lisans verilmesi suretiyle bir ba kas,na sa lanan kullanma hakk, inhisari lisans alan,n tek ba ,na kullanma hakk,na engel te kil edecektir. Bu nedenle inhisari lisans alan,n lisans verme hakk,n,n varl, , halinde alt lisans yerine hakk,n, elinden ç,karmak anlam,nda lisans,n devrinden bahsetmek gerekmektedir.¹⁹⁹

¹⁹⁵ Arkan, s. 200; Oktay Özdemir, s. 16.

¹⁹⁶ Meran, s. 371.

¹⁹⁷ Ongan, s. 61; Arkan, s. 200.

¹⁹⁸ Ayd,nc,k, s. 69.

¹⁹⁹ Ortan, s. 107; Suluk, s. 407.

1.7.7. Marka Lisans Sözle mesinin Sona Ermesi

Marka lisans sözle mesinin sona ermesi taraflar,n iradeleri ile olabilece i gibi kendili inden de gerçekte ebilmektedir. Mesela sözle mede öbelli artlar,n gerçekte mesi halinde taraflardan birine fesih hakk,n,n tan,naca ,naö ilikin özel bir düzenleme bulunmas, halinde sözle me taraflarca sona erdirilebilir. Yine sözle me, kararla t,r,lan sürenin dolmas, veya ölüm, ehliyet kayb,, iflas gibi sebeplerden ötürü kendili inden de sona erebilmektedir.

1.7.7.1. Marka Lisans Sözle mesinin Kendili inden Sona Ermesi

1.7.7.1.1. Sözle me Süresinin Sona Ermesi

Marka lisans sözle mesi süresiz yap,labilece i gibi belli bir süre ile s,n,rl, olarak da yap,labilir. Sözle mede süre ile ilgili kayd,n aç,kça konulmas, gerekmektedir. Bu durumda süreli lisans söz konusudur ve sürenin dolmas,yla lisans sözle mesi kendili inden sona ermektedir. Sözle menin sona ermesiyle lisans alan, markadan faydalanma hakk,n, kaybeder.

S,naî haklara ilikin sözle mede taraflar,n aç,kça beyan ettikleri bir süre kayd, yer almad, , durumda, kural alarak lisans konusu olan ve kanun ile korunan s,naî hakk,n koruma süresi lisans süresi olacaktır,r.²⁰⁰ Koruma süresinden fazla bir süre belirlemek de mümkün de ildir. Çünkü bu halde sona ermi bir hakka dayanan bir sözle me söz konusu olacaktır,r.²⁰¹ Her ne kadar genel kural böyle olsa da bu görüş marka lisans sözle meleri için isabetli de ildir. Çünkü patent hakk,ndan farklı olarak marka hakk, için, belirlenmi bir maksimum koruma süresi mevcut de ildir. Koruma süresi sona eren markan,n kolayca yenilenmesi de mümkündür. Ayr,ca lisans veren, markan,n kullan,m,n, sa lama ve lisans sözle mesi süresince bu kullan,m, devam ettirme borcu alt,na girdi i için lisans veren, markan,n yenilenmesini sa lamal,d,r. Bu nedenle sözle mede herhangi bir süre kayd, yoksa yap,lan marka lisans, sözle melerinin markan,n koruma süresi için yap,ld, , söylenmemelidir.²⁰²

²⁰⁰ Özel, s. 201; Ongan, s. 133.

²⁰¹ Ongan, s. 133.

²⁰² Ünal, s. 209-210; Özel, s. 200-201; Y,lmaz, s. 127; Arkan, s. 197.

Baz, durumlarda sözleşme süresine kayıtlı, bulunmamasıyla birlikte genel yorum kuralları, muvacehesinde tarafların iradelerinden süre tespiti yapılır.²⁰³ Mesela lisans bedelinin belli bir meblağa ulaşmaya kadar kullanılmaya hakkına konu olduğu lisans sözleşmesinde, lisansın süresi lisans bedelinin belirlenen meblağa ulaşmaya kadar geçen süredir.²⁰⁴

Doktrinde yer alan bir görüşte, kişinin ölçsüz risk altına girmesi sebebiyle ekonomik özgürlüğünün artırılması, engellenen TMK m. 23 hükmünce lisans sözleşmesinin süresiz veya çok uzun süreli tanzim edildiği durumda zarar gören kişi süre arttırılması geçersizliği iddia edebilir.²⁰⁵ Bu durumda sözleşmesinin tamamı geçersiz olmaz ve sözleşme sona erme düzeni bakımından tamamlanmaya muhtaç bir sözleşme haline gelmektedir. Kanuni olarak fesihle sözleşmenin tamamlanması, gerçekleştirilir.²⁰⁶

1.7.7.1.2. Ölüm, Ehliyet Kaybı, Haksız Sebepiyle Sona Erme

Ölüm durumunda öncelikle sözleşmenin inhisari ya da inhisari olmayan lisans sözleşmesi olduğu tespit edilmelidir. inhisari olmayan lisansla, lisans alanın ölümü durumunda, sözleşme lisans alanın ahsı, ön planda tutularak lisans hakkı verildiği tespit edilebiliyorsa ölümle birlikte lisans da sona erecek ve lisans hakkı mirasçılara geçmeyecektir. Eğer iradeyle lisans, söz konusuysa lisans, iradenin varlığıyla lisans devam ettiği için lisans alanın ölümünden etkilenmeyecektir.²⁰⁷

Lisans verenin ölümü durumunda ise lisans kendiliğinden sona ermez. Çünkü marka bir mal varlığı olarak, MarkaKHK m. 15 hükmünce miras bırakılabildiği ve devredilebildiği için lisans hakkı mirasçılara, tarafından sağlanmaya devam edecektir. Ancak lisans alanın ahsının ön planda tutulduğu inhisari lisans sözleşmelerinde, lisans alanın marka sahibinin onay olmaksızın kullanma hakkına, bir başka ahsı

²⁰³ Özel, s. 200-201; Yılmaz, s. 126-127; Gürzumar, s. 169.

²⁰⁴ Ortan, s. 293.

²⁰⁵ Oktay, s. 93; Ongan, s. 134; Özsoy, Saadet Hande: **Türk Hukukunda Patent Lisans, Sözleşme**, Ankara 2001, s. 160.

²⁰⁶ Oktay, s. 93; Ongan, s. 134; Özsoy, s. 160.

²⁰⁷ Ortan, s. 298; Yüksel, s. 116; Gürzumar, s. 174.

devredemeyece i için inhisari lisans alan,n ölümü halinde lisans hakk,n,n kural olarak mirasç,lara intikal etmeyece i kabul edilmelidir.²⁰⁸ Bu sonucun kabulü, lisans sözleşmelerinin taraflar,n,n iradelerine uygunluk tekil edecektir. Aynı sonuçlara ehliyetin kayb, halinde de ula ,labilmelidir.²⁰⁹

Kural olarak hukukumuzda ve Karda taraflardan birinin iflas,n,n sözleşmeyi bitirece ine dair sözleşme hüküm olmad, , takdirde, iflas sözleşmeyi kendili inden sona erdirmemektedir.²¹⁰ Lisans sözleşmelerinde iflas,n sözleşmeyi sona erdirece ine ilişkin özel bir düzenleme de bulunmamaktadır. İflas lisans veren için söz konusu oldu unda, ilk olarak sözleşme iflasa ilişkin bir hususun düzenlenip düzenlenmedi i incelenmelidir. Bu şekilde bir düzenlemeye yer verilmemesi K m. 198 gere i konusu para olmayan alacaklar,n paraya çevrilece i hükme bağlandı, ,ndan lisans alan lisans verenin borcunu para alacağına çevirerek iflas masas,ndan talep edebilecektir.²¹¹ İflas idaresi aynen ifay, da üstlenme hakk,na sahiptir. İflas lisans alan için söz konusu oldu unda, lisans veren yine alacağına, iflas masas,na kaydettirebilecektir.

1.7.7.2. Marka Lisans Sözleşmelerinin Taraflarca Sona Erdirilmesi

Bir borç ilişkisinde, asli borçlulardan en az biri sürekli edimi gerektiriyorsa, o borç ilişkisine ösürekli borç ilişkisi denir.²¹² Marka lisans sözleşmelerinde marka hakk,n,n kullanımı, sözleşme devam ettiği müddetçe süreklilik arz ettiği inden, marka lisans sözleşmeleri ani edimli bir sözleşme olmayıp sürekli borç ilişkisine sahip bir sözleşmedir.²¹³ Sürekli borç ilişkisine sahip sözleşmelerin fesih²¹⁴ yoluyla sona erdirilebilece i hükmü TBK m. 126da düzenlenmiştir. Süresi belirsiz marka lisans

²⁰⁸ Yılmaz, s. 133.

²⁰⁹ Ortan, s. 298.

²¹⁰ Özel, s. 215.

²¹¹ Çiçekçi, s. 104.

²¹² Özman/Öz, s. 10.

²¹³ Altınok Orman, P.nar: **ösürekli Borç ilişkilerinin Hakkı, Sebep Feshi**, Doktora Tezi, İstanbul 2011, s. 64; Oktay Oktay Özdemir, s. 30; Gürzumar, s. 91; Baş, Mustafa: **Teknik Bilgi (Know-How) Lisans Sözleşmesi**, Ankara 2000, s. 56.

²¹⁴ Fesih, sürekli bir akit ilişkisini sona erdirmeye, ortadan kaldırmaya yönelik bozucu yenilik doğuran bir haktır; hüküm ve sonuçlar,n, muhatab,n hâkimiyet alan,na ula t, , anda gelece e etkili olarak meydana getirir. (Eren, Fikret: **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, C.III, İstanbul 1994, s. 457; Özman/Öz, s. 383; Özel, s. 205-206).

sözle melerinin ola an fesihle ve süresi belirli veya belirsiz olmas,na bak,lmaks,z,n marka lisans sözle melerinin hakl, sebeplerin varl, , halinde ola anüstü fesih yoluyla sona erdirilmesi mümkündür.

1.7.7.2.1. Ola an Fesih

Ola an fesih, taraflardan her birinin süresi belirsiz sürekli bir borç ili kisini, bir sebebe dayanmaya gerek olmaks,z,n, varmas, gerekli tek tarafl, bir irade beyan, ile ileriye etkili olarak sona erdirmesidir.²¹⁵ Ola an fesih yoluna ba vurabilmek için lisans süresinin belirsiz olmas, gerekmele beraber herhangi bir ifa güçlülü ü veya borç ihlali vb. art yoktur. Kanun koyucu taraflar,n sözle meyle sonsuza dek ba l, olmamas, için taraflara fesih hakk, tan,nm, t,r. Ola an fesihte, ola anüstü fesihten farkl, olarak taraflara yeni do acak duruma haz,rl,k yapmalar, için belli bir süre verilerek sözle me hemen sona ermemektedir.²¹⁶

Lisans sözle meleriyle ilgili özel düzenlemeler mevcut olmad, ,ndan, sürekli borç ili kisi özelli ine sahip sözle melere uygulanan yasal fesih hükümleri k,yasen uygulanabilecektir.²¹⁷

1.7.7.2.2. Ola anüstü Fesih

Belirli veya belirsiz süreli olmas,na bak,lmaks,z,n tüm sürekli borç ili kilerine uygulanabilen tek tarafl, bir hukuki i lem olan ola anüstü fesih, sözle menin taraflar,ndan birinin sözle me akdedildikten sonra ortaya ç,kan hukuken geçerli bir sebebe dayanarak yapt, , irade beyan,n,n kar , tarafa ula mas,yla sözle meyi sona erdirmesidir.²¹⁸ Fesihten netice elde edilebilmesi, kanun koyucunun feshe sebep gösterilen hakl, sebebin geçerlili ini tan,mas,na ba l,d,r.²¹⁹

²¹⁵ Seliçi, Özer: **Borçlar Kanunu'na Göre Sözle meden Do an Sürekli Borç li kilerinin Sona Ermesi**, stanbul 1977, s. 132; Gürzumar, s. 170; K,rca, s. 173.

²¹⁶ Ongan, s. 136; Bu nedenle ola an feshe ösürelili fesihö de denilmektedir. (Eren, s. 457.)

²¹⁷ Ongan, s. 136. Örne in: Sözle menin taraflar,nca fesih süresi kararla t,r,lmam, ise, TBKø da düzenlenmi sürekli borç ili kisi özelli ine sahip sözle melerin fesih süreleri k,yasen uygulanabilir.

²¹⁸ Ortan, s. 294; Bak,rc,, s. 96; Ongan, s. 136; K,l,ço lu, Ahmet M.: **Borçlar Kanunu Genel Hükümler**, Ankara 2007, s. 30; Eren, s. 457.

²¹⁹ Ongan, s. 136; Öz, Turgut: **Yönetim (Management) Sözle mesi**, stanbul 1997, s. 146.

Sürekli borç ili kisi do uran lisans sözleşmesinin ola anüstü fesih ile sona erdirilebilmesi, taraflardan biri aç,s,ndan sözleşmeye devam etmenin kendisinden beklenilmeyecek olması, halinde mümkündür.²²⁰ Diğer bir deyişle ola anüstü fesih hakkı,n,n kullanılması, dürüstlük kurallarına uygun olmalıdır. Bu nedenle sözleşmeye devam, olanaksız k,lan a ,r bir borç ihlali olmadıkça, durumlarda ola anüstü fesih yoluna gidilmemesi gerekmektedir. Bu durumda alacaklı, tazminat istemeli ve ihlalin ortadan kaldırılması, için diğer hukuki yollara başvurmalıdır.²²¹ Feshe sebebiyet verecek haklı sebepler hâkim tarafından belirleneceği gibi sözleşme hakkı, nedenlerin neler olabileceğine ilişkin kayıtlar yer alabilmektedir.

Ola anüstü fesih yoluna gidilmesi, öngörülemeyen bir ifa güçlü ünün yahut karı, tarafın borca aykır, davranışından meydana gelebilir.²²² Başka bir deyişle ilem temelini teşkil eden şartların yokluğu veya çökmesi biçiminde ortaya çıkan olgular haklı sebep teşkil edecektir.²²³

Feshe sebep olacak haklı nedenlerde, mutlaka taraflara ait kusur bulunması şart değildir.²²⁴ Karı, tarafta herhangi bir kusur bulunmamasına rağmen sözleşme ili kisine devam etmenin taraflardan beklenmesini imkânsız k,lan objektif nedenler sözleşmeyi fesih etmek için taraflara haklı neden oluşturmaktadır.²²⁵

Ola anüstü feshin ola an fesihten farkı, fesih muhataba ulaştıktan sonra sözleşme sona ermektedir. Ola an fesih için geçerli olan karı, tarafın yeni duruma hazırlık yapabilmesi için beklenmesi gereken süre ola anüstü fesihte söz konusu değildir.²²⁶ Ayrıca ola anüstü feshe dair bir kaydın sözleşme yer almayış, tarafların bu hakkı kullanmasına mani değildir. Lisans sözleşmesinde ola anüstü feshi engellemeye yönelik konulan düzenlemeler de geçersizdir.²²⁷

²²⁰ Ongan, s. 137.

²²¹ Özü, Tufan: **Know-How Sözleşmesi**, İstanbul 2001, s. 161.

²²² Oktay Özdemir, s. 95.

²²³ Seliçi, s. 194.

²²⁴ Seliçi, s. 194.

²²⁵ Kırca, s. 182.

²²⁶ Özel, s. 208; Ongan, s. 137; Gürzumar, s. 172; Kırca, s. 181.

²²⁷ Ünal, s. 195; Gürzumar, s. 172-173.

K NC BÖLÜM

FRANCH S NG KAVRAMI VE FRANCH SE SÖZLE MES

2.1. Franchising Tan,m,, Özellikleri, Geli imi, Çe itleri ve Franchising li kisinin Faydalar, ve Sak,ncalar,

2.1.1. Franchising Tan,m, ve Özellikleri

ngilizce bir kelime olan franchisingin sözlük anlam,; *övergilendirme ve gümrük i lerinde serbestlik verme, imtiyazö* olup, Frans,zca'da serbest b,rakmak anlam,na gelen *öaffranchirö* kelimesinden türetilmi tir. ²²⁸ Türkçe kar ,l, , ise *öimtiyaz/ayr,cal,k vermeö* olarak ifade edilebilir. Terim olarak franchising, bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakk,na sahip taraf,n, tan,nm, markas,n, ve olu mu imaj,n, belli bir süre, artlar kapsam,nda ve bedel kar ,l, ,nda ikinci tarafa verdi i imtiyazdan do an uzun dönemli ve sürekli bir i ili kisi anlam,na gelmektedir. ²²⁹

Bu i ili kisinde ana firma, yönetim, organizasyon, tedarik ve e itim konular,nda yard,m sa lamak suretiyle, belirli bir bölge ve belli bir süre için belirli ayr,cal,klar, kullanma hakk,n, di er bir firmaya vermektedir. Ana firma taraf,ndan ba ,ms,z firmaya verilen imtiyaz olan franchise²³⁰ bir da ,t,m ve pazarlama yöntemidir. ²³¹

²²⁸ Dov Izraeli: **Franchising and The Total Distrubition System**, First Published, Longman Press, London 1972, s. 3.(Naklen: Ula , Dilber: **Franchising Sistemi**, Ankara 2015, s.5.)

²²⁹ KUTO (Ku adas, Ticaret Odas,): **öGiri imciler ve Yat,r,mc,lar için Franchising Rehberiö**, 2011, s. 4.

²³⁰ Geni bir kullan,ma sahip bu kavram, farkl, milletler taraf,ndan kendi dillerine çevrilmemi *öfranchiseö* ve *öfranchisingö* olarak kullan,lm, t,r. Bu terim Almanya'da *öfranchiseö* veya *öfranchisingö*, Fransa'da *öla franchiseö*, talya'da daha çok *öaffiliazioneö*, spanya'da kendi dillerine uygun bir ekilde *öfranquicaö* olarak ifade edilmektedir. Skaupy, Walther; **Das Franchising als Zeitegrechte Vertriebs-Konzeption**, Db 1982,Heft 47,s. 1785. (naklen: K,rca, s. 3) Biz de çal, mam,zda ülkemizde kullan,ld, , ekliyle *öfranchiseö* ve *öfranchisingö* terimlerini kullanmay, tercih ediyoruz.

²³¹ Raymond A. Marquarit/James C.Makens/Robert. Roe: **Retail Management, Satisfaction Of Consumer Needs**, third Edition, The Dryden Press, 1983, s. 126 (Naklen: Ula , s.5.)

Franchising, franchisor (franchise veren) ve franchisee (franchise alan) denilen, hukuken birbirinden bağımsız iki taraf arasında sözleşme ile yapılmış. Franchise veren, belirli bir kalite standardını, yakalayarak pazarı, ispat eden, tüketici nezdinde ticari ve/veya hizmet markasını, belli bir tanıtım, ilk seviyesine çıkararak, geliştirdiği işletme sistemini ve marka, know-how²³², patent gibi sınai mülkiyet haklarını, bir paket olarak kullanıma sunan taraftır.²³³ Franchise alan, belirli bir süre ve belirli bir bedel karşılığında franchise verenin ticari ve/veya hizmet markasını, know-how, işletme sistemini, sınai mülkiyet haklarını, kullanma hak ve sorumluluğunu üstlenen bağımsız bir işletmedir.²³⁴

Sistemle ilgili kavramlardan *franchisee fee*; franchise alanın, isim, marka veya sistemi kullanma hakkı karşılığında franchisor'a ödediği başlangıç bedeli anlamına gelmektedir. Türkçe karşılıyla *öğiri bedeli* anlamına gelmektedir. Royalty ise yıllık ciro ve kardan, anlaşılabilir maddeler belirlenen oranlarda yüzde olarak mezkûr hakları kullanılmak üzere, karşılığında ödenen ikinci tür bir ödemedir.

Ulusal Franchising Derneği (UFRAD) tarafından tanıtılmaya göre franchising; *ana firmanın üretim ve hizmet alanlarında deneyimli ve başarılı olmuş ticari ve hizmet markasını, ürünlerin dağıtım ya da hizmet sunma hakkını, belirli süre, art ve satış yöntemleriyle yasal ve finansal açıdan tamamen bağımsız olan bir diğer tarafa verdiği pazarlama ve dağıtım yöntemidir. Ana firma, ürün veya hizmetle ilgili bilgi, teknoloji, işletme yönetimi, organizasyon ve pazarlama konularında franchise alanına eğitim ve uzmanlık yardımı, satış ve bulaşıcılar, ilk franchise alan, yıllık satışları, belli bir yüzdesini ve diğer belirli ücretleri ana firmaya öder, ana firmanın standartlarını, aynen koruyarak faaliyetlerini sürdürür.*²³⁵

²³² Know-How: Franchise verenin deneyimleri ile elde ettiği, patentli olmayan, gizli, önemli, tanıtılmamış, pratik bilgilerdir. Malların satış, sunulması, malların işletilmesi, hizmetlerin sunulması, müşteri davranış yöntemleri, işletme ve finans yöntemleri konularında önemli bilgiler içerir. Franchise alanı yararlanamaz, onun rakipleri karşısında konumunu güçlendirmeli ve pazara girmesine yardımcı etmelidir. Know-How tanıtım, franchise anlaşması veya uygun herhangi bir şekilde kaydedilmiş olabilir.

²³³ Torremans, Paul: **Holyoak / Torremans Intellectual Property Law**, Oxford 2010, s. 600.

²³⁴ Nart, Sima: **Ölürkiye'de Franchising Sisteminin Gelişimi ve Franchise Alan Girişimcilerin Memnuniyeti Belirleyicilerinin Analizi Üzerine Bir Araştırma**, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (10) 2005 / 2, s. 124; Ulaş, s. 6.

²³⁵ **Ulusal Franchising Derneği Semineri-4**, İstanbul, 23 Mart 1996, s. 10; Ulaş, s. 6.

Alman Franchise Derne i franchisingi u ekilde tan,mlanm, t,r: *öSözle meye dayanan, sürekli bir borç ili kisi temelinde, hukuken ba ,ms,z i letmelerin dikey i birli i içinde organize olduklar, bir sürüm sistemidir.ö*²³⁶

Avrupa Ekonomik Toplulu u 4087/88 say,l, tüzü ünde franchising tan,m,n, :*öNihai kullan,c,lara mallar,n sat, , ve hizmetlerin sa lanmas,nda kullan,lmak üzere ticari marka, ticari unvan, tasar,m, telif hakk,, know-how ve patentler ile ilgili fikri ve s,naî mülkiyet haklar,n, içeren bir pakettir.ö*²³⁷ ekinde yapm, t,r.

Yarg,tay bir karar,nda: *öFranchising, bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakk,na sahip taraf,n belirli bir süre art ve s,n,rlamalar dâhilinde i in yönetim ve organizasyonuna ili kin bilgi ve destek sa lamak suretiyle imtiyaz hakk,na konu ticari i leri yürütmek üzere ikinci tarafa verdi i imtiyazdan do an uzun dönemli ve sürekli bir i ili kileri bütünü olup, birbirinden ba ,ms,z iki taraf aras,nda meydana getiren sözleşme mesel ili kidir. Franchise veren ürüne, hizmete veya bilgi birikimine ve bunlara ait denenmi kalitesi kan,tlanm, ve ba ar,l, bir markaya, isme sahip ve bunlar,n sat, , da ,t,m veya i letme hakk,n, belirli bir bedel kar ,l, , veren taraft,r. Franchise veren isim, marka ve di er ay,rt edici özelliklerinin sahibi olmal, veya yasal olarak kullan,m hakk,na sahip bulunmal,d,r.ö*²³⁸ ekinde franchisingi tan,mlam, t,r.

Her ne kadar doktrinde franchising için farklı tan,mlar yap,lsa da franchisingin temel özellikleri bu tan,mlar,n hepsinde mevcuttur. Franchising sisteminin ba l,ca özellikleri a a ,daki ekilde s,ralanabilir:

- Franchising, bir pazarlama ve da ,t,m yöntemidir.²³⁹
- Taraflar aras,nda kar ,l,kl, güven ve i birli ine dayal,, disiplinli bir ili ki esast,r.

²³⁶ Skaupy, Walther, **Franchising, Handbuch für die Betriebs- und Rechtspraxis**, München 1987, s. 5. (Naklen: K,rca, s. 17.)

²³⁷ Ula , s. 6.

²³⁸ Yarg,tay 19. Hukuk Dairesi E. 2001/819, K. 2001/4917

(<http://www.kararara.com/yargitay/yhdk8/yrgtyk17994.htm>, Eri im tarihi: 31.12.2015).

²³⁹ Ula , s. 7.

- Franchise veren in ispatlanm, bir ba ar,s,, tan,nm, markas, ve denenmi bir sistemi mevcuttur.²⁴⁰
- Franchise sözleşmesinin tarafları, birbirinden ba ,ms,zd,r. Franchise alan,c,s, kendi ad,na ve hesab,na hareket etmektedir. Franchise alan i letme personelini kendisi seçmektedir.
- Taraflar aras,nda kar ,l,k sorumluluklar, ve yükümlülüklerini belirten, her iki taraf, kanunen ba layan bir sözleşme mevcuttur. Sözleşmeyle belirlenen ticari, ekonomik ve sosyal ili kilerin taraflar aras,nda de i -toku u sa lan,r.²⁴¹
- Taraflar aras,nda sürekli bir ili ki söz konusudur. Bu ili ki bir borç ili kisidir. Borç ili kisi oldu u için taraflar,n hemen veya belli bir zaman içinde edimi yerine getirmelerinden daha çok, sözleşme süresince sürekli faaliyette bulunmay, sa lamalar, as,l amaç,t,r.²⁴²
- Franchise bir endüstri olmay,p, her i kolunun ve endüstrinin kullanabilece i mahiyettedir.²⁴³
- Franchising sistemine dâhil olan i letmeler mü teri aç,s,ndan birbirinden fark,s,zd,r. Franchise alanlar franchise veren in sistemine entegre olduklar,ndan mü teri zihninde tek tip bir i letme görünümü mevcut olup, ayn, markay, ta ,yan her i letmede standart ürün ve hizmet sunulur.²⁴⁴
- Franchise veren, hizmetin kalitesi sa lamak için i in kurulmas,, organizasyon ve yönetim modelinin haz,rlanması,, pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve hizmetin nas,l sunulaca ,na dair e itimi gibi ticari ve teknik konularda franchise alanına ve personeline sürekli yardım sunar.
- Franchise alan, belli bir bölgede ve belirli bir süre için kullanım hakk,n, ald, , s,naî haklara ili kin ücret ödemektedir. Bu ücretler sisteme girebilmek ve markay, kullanabilmek için ödenen ba lang,ç ücreti ile ana

²⁴⁰ Erta ,Ömer: **Franchise Hakk,nda Bilinmesi Gerekenler**,

<http://turkiyefranchise.com/download/Franchise.pdf>, s. 10. (Eri im tarihi: 01.01.2016)

²⁴¹ Kahn, Michel: **Franchise et Partenariat Guide Pratique**, 3. Edition, Paris 1994, s. 6. (Naklen: Boso, s. 1.)

²⁴² Mar ap, Beyhan: **Franchising lemlerinin Muhasebeleştirilmesi**, Muhasebe Bilim Dünyas, Dergisi, Eylül 1999, Cilt:1,Say,:3, s. 50.

²⁴³ <http://www.franchisedestek.com/konu-franchising-sistemin-genel-ozellikleri-6024.html> (Eri im tarihi: 01.01.2016)

²⁴⁴ Ula , s. 7.

firman, franchise alana verdi i e itim ve sürekli yard,mlar için ödenen royalti, reklam ve ana firmadan al,nan malzemelerin ücretinden oluşur.

- Franchising, sözleşme süresince franchise veren firmaya franchise alan firma üzerinde kontrol yetkisi vermektedir. Franchise verenin diğer firma üzerindeki kontrolü, anlaşma ile belirlenen belirli bir standart ve yöntemi yakalamak için gereklidir.²⁴⁵

2.1.2. Franchising Gelişimi

Küreselleşme süreciyle birlikte ulusal ve uluslararası alanda yaşanan gelişmeler, üretim teknolojilerinin ilerlemeleri, tüketici tercih ve beklentilerindeki değişimler, hem firmalar, hem de pazar çevresini ve dağıtım-pazarlama kanalları, etkileyerek değişime zorlamıştır. Gelişen pazarlara ve değişen şartlara uyum sağlamak ve ayakta kalabilmek için firmalar yapıları, yönetim sistemlerini ve sermayelerini güçlendirme zorunluluğu ile karşılaşmışlardır.²⁴⁶ Bu durum üretim, pazarlama ve dağıtım sürecinin bütününe içerisine alan, uygulanabilir ve dinamik sistemlere ihtiyaç arttırmaktadır.²⁴⁷

Pazar payını arttırmak ve/veya yeni pazarlara girmek ve işletme faaliyetlerini ulusal ve uluslararası boyutta genişletmek isteyen büyük işletmeler sahip oldukları deneyim, tecrübe, sermaye hakları ve imajları kullanarak yeni olanaklar elde etme çabalarıdır. Benzer şekilde, artan rekabet ortamında küçük ölçekli faaliyet gösteren işletmeleri etkilemiş ve bu işletmeleri karşılaştıkları rekabet ortamında ayakta kalabilmek için yeni arayışlara itmiştir. Bu bağlamda, ulusal-uluslararası ve büyük-küçük firmalar arasında sözleşmeler yoluyla franchising, lisans gibi ticari ilişkilerin boyutunda önemli oranda artış yaşanmıştır.²⁴⁸

²⁴⁵ Pirtini, Serdar/Akay, Hüseyin: **ÖBir Pazarlama Yöntemi Olan Franchising Sisteminde Vergi ve Muhasebe Uygulamaları**,*ö*, Vergi Dünyası, Dergisi, S.189, Mayıs 1997, s. 135.

²⁴⁶ Aslan, Süphio lu: **ÖBir Büyüme Stratejisi Olarak Franchising Sistemi; Firmalar Açısından Önemi, Mevzuat Boyutu ve Muhasebe Uygulaması**,*ö*, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, C.IX. S.1, 2007, s. 71.

²⁴⁷ Gürzumar, s. 1.

²⁴⁸ Aslan, s. 73.

Bayiler, acenteler ve distribütörler kitlesel üretim sonucu ortaya çıkan da ,t,m problemine çözüm olarak kullanılmakla beraber işletmeler günümüzde mahiyetinde yeni fırsatlar, barındıran franchisingi de yaygın olarak kullanmaktadırlar. Franchising ili kisi, pazarın, yeni işletmek isteyen işletmelere önemli avantajlar sağlayarak büyüme imkânları, sunarken girişimcilere de büyük bir organizasyonun ve markanın desteği ve güvencesiyle yatırım yapma ve piyasada tutunabilme olanağı sunmaktadır.²⁴⁹

Ayrıca, günümüz tüketim toplumunun insanları, kendi ülkelerinde buldukları mal ve hizmetlerin aynı şekilde her yerde ulaşmak istedikleri gibi başka ülkelerde üretilen ve haberdar buldukları mal ve hizmetlerin de kendi ülkelerinde bulunmasını istemektedirler. Sistem sadece ekonomik faydaları için değil aynı zamanda sosyal önemi açısından da tercih edilmektedir. Böylece büyük işletmeler ve küçük girişimciler kendilerine karlı olarak fayda sağlayan bir sisteme bağlanma olanağına kavunmuşlardır.²⁵⁰

Franchising, Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya çıkmış ve bu ülkede çok geniş uygulama alanı bulmuştur.²⁵¹ 1850'lerde Singer Diki Makineleri şirketi, belli bölgelerde satış ve satış sonrası hizmeti sunma hakkında sahip ve finansal açıdan başarılı olan şirketleri birleştirilen bir dağıtım sistemi ile franchisinge bir örnek teşkil etmiştir.²⁵² 1898'de perakende birimleri açmak için yeterli sermayesi olmayan General Motor şirketi, satış noktalarını artırmak amacıyla başarılı işletmeler kullanmaya başlamıştır. Kendisine özel bir bölge tahsis edilen satışçıları diğer satışçı firmaları rekabetinden korunarak kendisine yüksek satış hacmi garanti edilmiştir.²⁵³ Franchise sisteminin kurulmasına katkıları, General Motor'dan sonra ilaç sektöründe 1902'de Racall firması, yapmıştır. Daha sonra araba üreticileri, Pepsi-Cola, Coca-Cola ve Seven Up gibi alkolsüz içecek firmaları, benzin istasyon zincirleri ve çeşitli

²⁴⁹ Nart, s. 123.

²⁵⁰ Boso, s. 2.

²⁵¹ Öztürk, Pınar: **Franchise Sözleşmesi**, Yargıtay Dergisi, C. 24, Sayı: 4 Ekim 1998, s. 46; Kırca, s. 3; Gürzumar, s. 1.

²⁵² Acheson, Keith/Ferris, Stephen: **Retail and Wholesale Trade Services in Canada**, Singapore 1988, s.141 (Naklen: Ulaş, s.11); Özbağcı, A.Sera: "Franchising Nedir Ne Değildir?", Dünya Gazetesi, 12.08.1991, s. 6.

²⁵³ Berkhan, Hasan: **Franchise Sözleşmeleri**, s.1 (<http://www.berkhan.av.tr> Erişim tarihi:01.01.2016)

perakende sat, ma azalar, sisteme kat,lm, lard,r.²⁵⁴ Doktrinde, ABDde 19. yüzy,l,n sonlar,na do ru görülen ve franchise verenlerin dü ük bir maliyetle geni pazar kesimine ula t,klar, ve ülke genelinde ortak firma imaj,n, ta ,yan büyük bir bayilik a ,na sahip olduklar, franchising türüne öürün franchisingiö veya öbirinci ku ak Amerikan franchisingiö ad, verilmektedir.²⁵⁵

Modern anlamda franchising, 1950lerden sonra ABDde uygulanmaya ba lanm,²⁵⁶ ve oradan tüm dünyaya yay,lm, t,r.²⁵⁷ öikinci ku ak franchisingö veya öi letme franchisingiö diyebilece imiz bu anlay, ta üretici firmalar, yaln,zca üretim süreci üzerinde de il, ayn, zamanda pazarlama ve da ,t,m süreci üzerinde de do rudan söz sahibi olmak istemektedirler.

Türkiyeöde franchising sistemi y,llard,r ilk ku ak veya geleneksel franchising denilen ve bir ürün veya ticari ismin imtiyaz, olarak kullan,lan ekli ile bayilik, mümesillik olarak varl, ,n, sürdürmü tür. 1970 ve 1980lerde bayilik sistemleri otomobil, beyaz e ya, kozmetik sektörlerinde kullan,lm, t,r.²⁵⁸ 1980öi y,llarda bürokratik engellerin ortadan kalkmas, ve yabanc, yat,r,mc,lar,n e it haklara sahip olmas,, uluslararası, boyutta franchising sistemine sahip firmalar, ölkemize çekmi tir. 1986 y,l,nda dünyanın, en büyük fast food restoran zincirine sahip Mc Donalds Türkiyeöde stanbul Taksimöde ilk restoran,n, açmak suretiyle franchising modern anlamda ba lam, t,r. Bu giri imi, farklı, sektörlerde faaliyet gösteren çok uluslu irketler de izlemi tir.²⁵⁹ Uluslararası, franchising sistemlerinin pazara girmesi sonucu, pazar

²⁵⁴ Daft, Richard L: **Management**, Orlando 1997, s. 125.

²⁵⁵ Birinci ku ak Amerikan franchising türlerinde franchise alan, sadece franchise verenin marka ve isim haklar,n, kullanan bir ötek sat,c,ö olarak kars,m,za ç,kmaktad,r. Gürzumar, s. 1-2; K,rca, s. 4-6.

²⁵⁶ Modern anlamdaki franchise, i letme franchisingö olarak adland,r,lm, t,r. Franchise alan, franchise verene ait marka, i letme ad,, know-how ve böyle birçok i letme unsurunu kullanarak ve kendisinin kullan,m,na aç,lan üretim, i letme ve pazarlama sisteminden (franchise veren taraf,ndan belirlenen ilkelere uygun bir ekilde) yararlanarak, sisteme dâhil mal ve hizmetleri kendi nam ve hesab,na al,c,ya ula t,r,maktad,r. Bunu yaparken da ,t,m, pazarlama, reklam, promosyon, muhasebe gibi birçok fonksiyon aç,s,ndan franchise verenden geni bir hizmet ve destek görmektedir. K,rca, s. 6-8; Murat Aydo du: **öTürk ve Avrupa Birli i Rekabet Hukuku Bak,m,ndan Franchise Anla malar,nda Grup Muafiyeti, Turhan Tufan Yüceöye Arma anö**, zmir 2001, s. 4; Öztürk, s. 461.

²⁵⁷ Aydo du, s. 3.

²⁵⁸ Ula , s. 135.

²⁵⁹ 1986 y,l,nda McDonaldsön ard,ndan Kentucky Fried Chicken ve Wimpy, Türkiye pazar,na girmi tir. (Alacakl,o lu, Süha: **Franchising**, stanbul Ticaret Odas, (TO) Yay,n No: 10, stanbul, 1994, s. 10.)

sahibi ülke giri imcilerinin de benzer sistemler kurmalar, kaç,n,lmaz bir sonuçtur.²⁶⁰ Türkiye'de fast food alan,nda Mudurnu Chicken, yiyecekte Sagra Special, e itimde B L Ö retim Kurumlar,, giyimde Limon ve Mudo, hizmet alan,nda Turyap franchising sisteminin kullan,m,n, ba latan ilk yerli firmalard,r.²⁶¹ Hâlihaz,rda ülkemizde franchising sistemiyle faaliyet gösteren birçok i letme bulunmaktad,r.²⁶²

2.1.3. Franchising Sisteminin Faydalar, ve Sak,ncalar,

2.1.3.1. Franchise Alan Aç,s,ndan Faydalar,

Günümüzde ço u i letmeci kendi i inin sahibi olarak ökendi kendisinin efendisi olmas,n,ö²⁶³ tercih etmektedir. Tasarruflar,n, kendisine ait bir i kurarak de erlendirmeyi dü ünen ve tek ba ,na bunu gerçekle tirme noktas,nda yeterli tecrübe ve cesareti olmayan küçük yat,r,mc,lar franchising yoluyla i e ba lamalar,, yeni i kurmaya göre daha kolay ve maliyeti dü üktür. Ayr,ca franchise alan kendi nam ve hesab,na çal, t, , için hukuken ba ,ms,z ki idir.²⁶⁴ Her ne kadar i in istikrarl, gitmesi aç,s,ndan franchise veren, franchise alan, kontrol ve denetiminde tutsa, hatta i letmenin muhasebesinin tutulmas,ndan ürünlerin fiyat,na kadar müdahalesi bulunsa da bu franchise alan,n ba ,ms,zl, ,n, zedelemes. Kendi nam ve hesab,na hareket eden franchise alan personel seçimi gibi çok hususlarda tek ba ,na karar vermektedir.

Organize bir sistemin içine dâhil olan franchise alanlar, yeni aç,lacak bir i letmenin kurulu a amas,nda kar ,la abilece i ba ar,s,zl,klardan ve zorluklardan kurtulmalar, kolayla acakt,r. Ayr,ca, franchise alan, franchise verenin, bilgi ve tecrübesinin yan, s,ra imaj,ndan, know-how,ndan, pazarlamas,ndan, idari kadro e itiminden de

²⁶⁰ Lawrence, S. Welch: **Diffusion of Franchise System Use in the International Operations**, International Marketing Review, Vol.6, Is.5, 1996, s.9-22. (Naklen: Nart, s. 126.)

²⁶¹ www.capital.com.tr (Eri im tarihi: 01.01.2016)

²⁶² Son zamanlarda Türkiye'ye gelen, g,da alan,nda franchise zincirleri; Domino's Pizza, Duran, Sandwiches, El Torito, Schlotzsky's Deli; hizmet alan,nda ise Century 21 ve Jani King'dir. www.capital.com.tr (Eri im tarihi: 01.01.2016)

²⁶³ Skaupy, s. 14. (Naklen: K,rca, s. 12.)

²⁶⁴ Arvasi, Zerrin: **Franchise Sözle meleri**, Ankara Barosu Dergisi, 2000-4, s. 137; K,rca, s. 14.

yararlanarak çok uzun zamanda elde edilebilecek bilgi birikimlerine ulaşacaktır.²⁶⁵ Bunun sonucunda franchising alan firmaların ilk yıllarda başarısızlaşmaları aynı zamanda ihtimallerinin daha düşük olduğu görülmektedir.²⁶⁶

Franchise alan firma, tanınmış ve belli bir kalite standardına tutturmuş bir markayla piyasaya girdiği için hazırlanmış bir müşteri potansiyeli ile karşılaşır, karlıdır. Bir bakımla franchise veren taraftan müşteri potansiyeli garantilenmiştir. Mesela restoranlar ve oteller içinde ürün, hizmet kalitesini ve güvenilirliğini ispat etmiş McDonalds veya Holiday Inn gibi dünyaca ünlü işletmelerin tercih edilmesi hazırlanmış müşteri potansiyeline bir örnek teşkil etmektedir.²⁶⁷

Franchise alan, tek başına zorlayabilecek olan uygun stok seviyesinin ayarlanması, yer seçimi, maliyet düzeni, yönetim organizasyon, kalite kontrol standartları, yerleştirilmesi, muhasebe sistemi ve işletme sisteminin ayarlanması gibi hususlarda franchise verenden alacakları yardımlar sayesinde üstesinden gelebilecektir.²⁶⁸

Finansal açıdan incelendiğinde; franchise veren taraftan yapılan masraflar franchise alanların tamamına da ait değildir, franchise alan tek başına olmaksızın böyle bir zincire dâhil olarak masraflardan kısmen kurtulmaktadır. Ayrıca eğitim, planlama, reklam gibi işletmelerin merkez taraftan yapılması sayesinde franchise alan bu masraflardan da kısmen kurtulmaktadır.²⁶⁹ Ayrıca ana firma, ürünlerini ve hizmetlerini geliştirmek ve rekabet ortamında daha avantajlı konulara sahip olabilmek için sürekli Ar-Ge çalışmaları yürütürken, franchise alan bütün bu çalışmalarından masraf yapmadan, zaman kaybetmeden faydalanır. Bu imkânlara sahip olmayan firmaların rekabet ortamında ne kadar zorlanacakları açıktır.²⁷⁰

²⁶⁵ Sarısoy, Taner: **Tüm Yönleriyle Franchising Forfaiting, Factoring, Leasing İşlemleri Vergi ve Muhasebe Uygulamaları**, Ankara 2011, s. 39; Durukan, Tülin: **Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulanması**, Ankara 2006, s. 98; Kırca, s. 13.

²⁶⁶ Nitekim ABD’de ilk yıllarda başarısızlık oranı, franchising alan işletmeler için %10 iken diğerleri için bu oran %65-90 civarındadır. Fransa’da ise bu oran franchise işletmelerinde %10, diğerlerinde %90 olarak tahmin edilmektedir. Skaupy, s. 50. (Naklen: Kırca, s. 13.)

²⁶⁷ Ula, s. 19.

²⁶⁸ Kuto, s. 7; Ula, s. 19.

²⁶⁹ Kırca, s. 13.

²⁷⁰ Ula, s. 20.

2.1.3.2. Franchise Veren Açısından Faydalar,

Franchising, franchise verene büyük yatırımlar yapmadan pazar payını artırmasını olanak vermektedir.²⁷¹ Pazar payının artması, hem kendi faaliyet alanındaki satışları, aynı zamanda her yerde herkese ulaşabilecek bir dağıtım ağına sahip olabilmek hem de güncel durumları, pazar artları ve tüketici tercihlerini yakından takip etmekle gerçekleşmektedir.²⁷² Büyük bir tüketici kitlesiyle sürekli temas halinde olan ve sürümü doğrudan gerçekleştiren franchise alanlar bölgenin ihtiyaçları ve tüketici tercihleri noktasında franchise verene bilgi akışı sağlamaktadır. Franchise veren, pazar ve tüketicinin takip edilmesiyle üretim ve pazarlama planları ve politikaları daha sağlıklı olurabilmektedir.²⁷³

Franchise sistemine dâhil edilmenin karlılığında franchise alanlardan alınan giriş bedelinin ve yıllık satışların belli bir yüzdesinin ana firmaya ödenmesi franchise veren için önemli ve sürekli bir finansman kaynağıdır.²⁷⁴ Franchise verenin gelirlerinin %50'sini oluştururken bu finansman kaynağı, ana firmaya iniş geliri ve yeni yatırım yapma imkânı sunmaktadır.

Franchising sayesinde franchise verenin ürün ve hizmetleri, bağımsız işletmeler vasıtasıyla kendi isim ve markasını kullanarak geniş bir alanda sunulduğundan büyük bir tüketici kitlesi nezdinde tanınarak elde edilecektir. Marka imajı, zincir işletmelerle güçlenmektedir. Örneğin, İstanbul'da ubeler açan bir marka dikkat çekmekte ve geniş kitlelerce kısa sürede tanınmaktadır.²⁷⁵

Franchise veren, ürününü ve markasını geliştirmek, pazar payını ve karını artırmak için dünyanın dört bir köşesinde ubeler açarak istihdam etmek zorunda olduğu personeli, franchise alanlara, franchise vererek yaygın olarak, bu istihdam yükü

²⁷¹ <http://www.ufrad.org/Franchise.aspx#soru5> (Erişim tarihi: 02.01.2016)

²⁷² <http://www.eff-franchise.com> (Erişim tarihi: 02.01.2016)

²⁷³ Skaupy, s. 42 (Naklen: Kırca, s. 10).

²⁷⁴ Sarısoy, s. 40; Durukan, s. 99; Ulaş, s. 22; Kırca, s. 11.

²⁷⁵ Bayi ve ubeler zincirleri de aynı güçten yararlanmaktadır, fakat franchising bu gücü en iyi şekilde kullanmaktadır. (<http://www.franchise.com.tr/yararlari-ve-riskleri.html> Erişim tarihi: 02.01.2016)

ve masraflardan kurtulmuş olmaktadır. Ayrıca franchise alanlar kendi işletmelerinin başlarında olduklarından yönetici bulmak gerekmemektedir.²⁷⁶

Franchise veren franchise sistemine dâhil olan işletmeleri artırdıkça, ölçüde yüksek miktarlarda malzeme alımında bulunacaklarından tedarikçilerle pazarlık gücünden²⁷⁷ ve miktar indirimlerinden faydalanır. Büyüme ve işletme hacminin artması, beraberinde verimlilik ve iktisadî başarı getirecektir.²⁷⁸

2.1.3.3. Tüketici Açısından Faydalar,

Tüketiciler, tanıdığı bir markaya ve belli bir imaja sahip olan güvenilir ana firmadan organizasyon ve kontrolü sayesinde zincire dâhil işletmelerden de aynı standartta ürün ve hizmet sağlayabilmektedir. Aynı zamanda tüketiciler önceden tecrübe etmiş oldukları mal ve hizmeti her yerde bulma imkânına kavuşmaktadır. Mesela Hilton otelinde konaklamak isteyen bir turist, herhangi bir Hilton işletmesine giderek rezervasyon yapabilecektir. Buna benzer uygulamalar ulaştırma, devre mülk ve oto kiralama işletmeleri için de geçerlidir.²⁷⁹

Ana firma tarafından verilen eğitimler sayesinde hizmet ve ürün kalitesi bakımından tüketici korunmaktadır. Aynı zamanda hemen hemen her yerde aynı fiyat geçerli olacaklarından fiyat noktasında bir aldanma söz konusu olmayacaktır.²⁸⁰ Öte yandan franchising ile tüketiciler, uluslararası alanda ünlü olan, kaliteli, yeni ürün ve hizmete taklit edilmeden ulaşabilmektedir.

²⁷⁶ Ula, s. 24. Ayrıca merkeze başlı, iken zarar eden işletmelerin franchise verildikten sonra aynı yerde ve aynı kadroyla kara geçtiği sık rastlanan bir olgudur.

²⁷⁷ Ülkemizde son yıllarda yaşanan süpermarket patlaması, bu pazarlık gücünün nasıl kullanıldığını göstermektedir.

²⁷⁸ <http://www.ufrad.org/Franchise.aspx#soru5> (Erişim tarihi: 02.01.2016).

²⁷⁹ Kozak, Metin: **Ötel İşletmelerinde Franchising Uygulaması**, Türkiye Kalkınma Bankası, Yayınları, S.44, s. 17.

²⁸⁰ Franchise verenin kontrolü altında pazar artılarına göre fiyatta ufak değişiklikler söz konusu olabilir. Ula, s. 27.

2.1.3.4. Franchise Alan Açısından Sakıncalar,

Franchise alabilmek için ödenen başlangıç maliyetleri yüksektir. Başlangıç ücretleri, markanın kullanılması, gerekli demirbaş, teçhizat ve stokların temin edilmesi, iş yerinin düzenlenmesi gibi sebeplerden ötürü alınmaktadır.²⁸¹ Fakat franchise işletmeler belli teknolojileri kullanan, belli kalitede üretim yapan, belli standartlara uyan yerler olduklarından, başlangıçta bir işletmeci tarafından tercih edilmeyecek kadar pahalı malzeme ve ekipman kullanılmaktadır. Bu nedenle benzeri işletmeyi yapmak için gerekecek miktardan biraz fazla yatırım yapılması söz konusu olabilmektedir. Ayrıca başlangıç maliyetinin boyutunu yapılıcak işletmenin mahiyeti belirlemektedir. Mesela McDonalds, Wimpy, Holiday Inn gibi tanınmış bir işletmeden franchise alınması maliyetiyle sandviç bar, ev temizleme hizmetleri gibi alanlarda franchise alınması maliyetleri farklıdır.²⁸²

Standardizasyonun sağlanması, ve franchise sistemine dâhil tüm işletmelerine tek bir görüntü verilmesi açısından gerekli malzeme ve ekipmanlar franchise verenden veya onun belirleyeceği firma tarafından temin edilmesi çoğu zaman sözleşmelerde bulunmaktadır. Böyle bir kısıtlama daha ucuza malzemeleri tedarik etme olanağına imkân vermemektedir.²⁸³

Franchise sisteminde mevcut olan diğer bir ödeme türü olan royalty de franchise alanına, kendi masraflarında ayrı bir yük getirmektedir. Ödenen bu miktar genellikle ciro üzerinden alınmakta ve hizmet verenlerde %4-8, ürün satanlarda %0-3 arasında değişmektedir. Genelde bu miktar sözleşmelerle belirlenme gücünü elinde tutan franchise veren tarafından belirlenmektedir. Bunlara ek olarak %2-5 arasında reklam fonu ödemeleri de gelmektedir. Franchise işletmeler, belli kurallara uydular, ve vergilerini düzenli verdikleri için, benzeri işletmeyi yapan başlangıç rakiplerine göre giderleri daha yüksektir.²⁸⁴

²⁸¹ Ula, s. 26.

²⁸² Ula, s. 26.

²⁸³ <http://www.ufrad.org/Franchise.aspx#soru5> (Erişim tarihi: 02.01.2016)

²⁸⁴ <http://turkiyefranchise.com/download/Franchise.pdf> (Erişim tarihi: 02.01.2016)

Franchise veren kendisine ba ,ml,l , abart,l, bir duruma getirmesi, franchise alan,n giri mcili ine ve yenilikçi yap,s,na zarar verebilmektedir. Ayr,ca ekonomik kriz gibi beklenmeyen durumlarda, yerel piyasan,n gerçeklerine ra men fiyatlama politikas,nda tamamen franchise verene ba ,ml, kalmak çe itli problemlere neden olabilmektedir. Franchise alan içinde bulundu u pazar, daha iyi tan,d, , ve analiz edebildi i için franchise verenin her söyledi i do rudan uygulanmamal,d,r.²⁸⁵

Zincirdeki herhangi bir franchise alan,n yapaca , bir yanl, di erlerine de olumsuz yans,yabilmekte ve bu durum sat, lar,n dü mesine ve i letmenin zarar etmesine yol açabilmektedir. Ayr,ca, kullan,lan marka hakk,nda ç,kan kötü bir söylenti ve markan,n imaj,na gelecek bir zarar da ayn, ekilde belirtilen sonuçlar, do uracaktır.²⁸⁶

2.1.3.5. Franchise Veren Aç,s,ndan Sak,ncalar,

Franchise veren, bir yöneticiden farklı olarak kendi nam ve hesab,na i gören biri olan franchise alan, prosedürleri takip noktas,nda problem ç,kartabilir. Her ne kadar franchising sisteminde bir kontrol mekanizmas, söz konusu olsa da bu kendi çal, an, üzerindeki kontrolden farklı,d,r. Kaç,n,lmaz olarak franchise sistemindeki ma azalarda standardizasyon eksiklikleri söz konusu olabilir. Bu bak,mdan franchise veren, franchise alan i letmelerin yönetiminin daha esnek olmas,na izin vererek kendi sahibi oldu u sat, ma azalar,na göre daha az kontrol sa lamal,d,r.²⁸⁷

Franchise veren, kendiyile uyumlu çal,abilecek, ürün-hizmet memnuniyeti, tüketici tercihleri gibi kendisini bilgi ak, ,n, sa layacak ve franchising i letmesini kendi i letmesi gibi benimseyecek yeterli sermayeye sahip franchise alanlar, bulmakta zorlanabilmektedir.²⁸⁸

²⁸⁵ Birdo an, Baki: **öPazarlama Yönteminde Yeni Bir Yakla ,m; Franchisingö**, Marmara Üniversitesi S.B.E. Dergisi, C. II, S. 9, s. 303.

²⁸⁶ Birdo an, s. 303.

²⁸⁷ Hackett, Donald W.: **Franchising The State Of Art**, American Marketing Association Monograph Series, 9, 1977 Kansas, s. 14. (Naklen: Ula , s. 31)

²⁸⁸ Stanworth, John/Smith, Brian, **Ba ar,l, Markalar ve Siz**, stanbul 1995, s. 45.

Ba ar,l ve kalitesi kan,tlanm, bir markan,n imaj,, franchise alan,n hatal, faaliyetleri sonucu zarar görebilmektedir. Bunun önlenbilmesi için de uygulanmas, esnas,nda problemlerle kar ,la ,labilece i s,k, bir denetim artt,r.²⁸⁹ Denetimlerin s,kla mas, ili kilerin bozulmas,na ve ürün-hizmet kalitesinin azalmas,na sebebiyet verebilmektedir.

Franchise alan, royalty ödemelerinden kaç,nmak için sat, bilgilerini gizleme yoluna gidebilmekte veya teknik bilgileri ve i letme s,rlar,n, ö renerek satmak isteyebilmektedir. Bu tarzda problemlerle kar ,la ,labilece i gibi, bölgenin daha çok mü teri potansiyeline sahip olmas,na ra men franchise alan yetersiz kalmas, da söz konusu olabilmektedir. Franchise veren performans,ndan memnun kalmad, , franchise alan, sözleşmeye uydu u sürece de i tirme imkân,na sahip de ildir.

2.1.4. Franchising Sisteminin Çe itleri

Doktrinde franchisingin sistemine ili kin farklı k,staslardan hareketle çe itli ayrımlar yapılmaktadır. A a ,da doktrinde en s,k rastlanan ve çal, mam,z aç,s,ndan önem arz eden ayrımlara k,saca de inilecektir.

2.1.4.1. Ürün Franchisingi - İ letme Franchisingi

Üretim franchisinginde franchise alan, franchise verenin ad ve marka gibi s,naî haklar,n, kullanarak onun mallar,n,n sürümünü yapmaktadır.²⁹⁰ Belirli ürünleri benzer i letmeler tarafından pazarlanmas,yla kendini üretici gibi gösterme ve üretici ile özdeşleşme çabası, vardır. Ürünler üzerinde sadece franchise veren firmanın kararları, önemlidir ve ürünlerin pazarlanmas,nda franchise veren, kontrolü sürdürmektedir.²⁹¹ Tek sat, ili kisine benzer olan ürün franchisingi pazarlama anlay, ,nın aktar,ımas,yla tek sat, ili kisinden ayrılr. Baz, basit konularda franchise alan üretim sürecine kat,labilir. Mesela Coca-Cola firması, içeceğin özünü kendisinin

²⁸⁹ TO, s. 10.

²⁹⁰ Gürzumar, s. 2; K,rca, s. 37.

²⁹¹ Ula , s. 34.

temin ettiği ürünlerin ünlülenmesini franchise alanına yaptı, r. r. Bu franchising çeşidinde royalty ödemesi bulunmamaktadır.

ABD İletme Ticaret Departmanı, n. n. tan, m. na göre: *İletme franchisingi, bağımsız iki firma olan franchise veren ile franchise alan arasındaki girişim eklini, ana firmanın pazarlama stratejisini ve planları, standartları uymayı, kalite kontrolünü ve sürekli iki yönlü iletişimi içeren bir sözleşme* ²⁹² İletme franchisinginde isim ve marka gibi sınıflı hakları kullanılmaya beraber ürün franchisinge nazaran daha kapsamlı, franchising paketi söz konusudur. Söz konusu franchising paketi, İletmenin kuruluşundan İletilmesine kadar tüm hususları kapsar. ²⁹³

Taraflar arasında daha yoğun bir işbirliği ve buna bağlı olarak da daha sıkı bir denetim olduğu, sürekli eğitim ve yardımları, esas alan bu franchising türü en çok fast-food, ²⁹⁴ otel işletmeciliği ve kiralama sektöründe görülmektedir. ²⁹⁵ Ayrıca franchise alan ürün franchisinginden farklı olarak girişim bedelinin yanı sıra satışları üzerinden royalty vermektedir.

Ürün ve işletme franchising ayrı, doktrinde son zamanlarda kabul edilmeyen bir ayrımdır. Doktrinde esas alınan franchising kavramı, işletme franchisingidir. ²⁹⁶

2.1.4.2. Mal Franchisingi - Hizmet Franchisingi - Üretim Franchisingi

Franchise sözleşmelerinin konusuna göre ayrı, mal, hizmet ve üretim franchisingi eklinindedir. Sözleşmenin konusunun mal olduğu mal franchisinginden bahsedilmektedir. Franchise alan, satışa sunduğu malları kendisi üretmez, ya franchise verenden veya onun izin verdiği üçüncü kişilerden temin etmektedir.

²⁹² Ula, s. 34.

²⁹³ Koca, s. 37.

²⁹⁴ Gıda sektöründe franchise alan işletmenin kullandığı malzemeleri franchise verenden veya franchise verenin belirlediği yerlerden alır. Yerleşim eklinin düzenlenmesi, aşçı ve garsonların eğitimi, franchise veren tarafından düzenlenir. Satış tutarının belirli bir yüzdesi franchise verene ödenir. Ula, s. 40.

²⁹⁵ Öztürk, s. 472; Boso, s. 25-26.

²⁹⁶ Gürzumar, s. 2-3; Koca, s. 38.

Bunun yan, s,ra, franchise alan, tüketiciiyi sat, m s,ras,nda bilgilendirmekte ve bak, m, onar, m gibi sat, sonras, hizmetleri de gerçekle tirmektedir. Bilgisayar ve kozmetik ürünlerinin sat, , için yap,lan franchisingler bu tür franchisinge örnek verilebilir.²⁹⁷

Hizmet franchisinginde standartla m, hizmetlerin, tüketicilere benzer görünümdeki i letmelerde franchise verenin gösterdi i ilke ve talimatlara uygun olarak hizmetin sunulmas, söz konusudur. Bu türe fast-food sektörü örnek olarak verilebilir.²⁹⁸

Hizmetle beraber mal sat, ,n,nda görüldü ü hizmet franchisingleri bulunabilmektedir. Fakat mal sat, , ikinci plandadır ve esas olan hizmettir. Ayr,ca bu franchising türünde hizmet için zorunlu olan mallar, franchise verenin üretmesi de söz konusu olabilir. Örne in kuaför sektöründeki franchising sistemlerinde ampuan, boya gibi maddeler franchise veren taraf,ndan üretilmi olabilir.²⁹⁹

Üretim franchisinginde ise, üretimi gerçekle tiren ve pazara sunan franchise aland,r. Ürünü üretmek için gerekli hammaddeleri, franchise verenden ya da franchise verenin izniyle üçüncü bir ki iden al,nmaktadır. Bu tür franchisingin en tan,nm, örnekleri ise içecek ve cips sektörlerinde görülmektedir.³⁰⁰

2.1.4.3. Master Franchisingi- Yavru irket Franchisingi

Master franchising, franchise verenin franchise sözleşle meleri yapmak için yabanc, i letmelerden yararland, , durumun ifadesidir. Yabanc, irkete, bir ülkede ya da o ülkenin bir bölgesinde franchising sistemi kurmas,, di er i letmelerle franchise sözleşle meleri yapmas, için franchise veren taraf,ndan yetki verilmektedir.³⁰¹ Master franchisingi alan, as,l kurucu kar ,s,nda franchise alan, kendi ad,na di er i letmelerle yapt, , sözleşle melerde ise franchise veren durumunda bulunmaktadır. Master

²⁹⁷ K,rca, s.38-39 ; Öztürk, s. 472; Boso, s. 26.

²⁹⁸ K,rca, s.39-40; Öztürk, s. 472; Boso, s. 26. Mc Donalds ve Burger King bu türün en tan,nm, örnekleridir.

²⁹⁹ K,rca, Çi dem (Franchise Veren): **ÖTüketicinin Korunmas, Hakk,ndaki Kanun Aç,s,ndan Üretici malatç, Olarak Franchise Verenö**, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, C. XX, S. 1, Ankara 1999, s. 24.

³⁰⁰ K,rca, s. 41; Coca-Cola, Fritolay, Pepsi Cola gibi markalar bu türün en çok tan,nan örnekleridir.

³⁰¹ Jeorges, Christian: **Franchising and the Law**, Bremen 1991, s. 302 (naklen Ayata, Ye im: **Franchise Sözle mesinde Taraflar,n Borçlar,**, Vedat Kitapç,ı,k, 2015 stanbul, s. 23); K,rca, s. 42.

franchisingi alan i letme sistemin as,l sahibi de ildir ve di er i letmelere bu sistemi kulland,rma yetkisine sahiptir.

Bu franchising e idinde, master franchisingi alan irketin yerel pazar tecrubesinden faydalan,lmakta ve yeni bir alanda franchising sistemini yayma imkân, elde edilmektedir. Dezavantaj, ise, franchise verenin franchise alanlar üzerindeki denetiminin dü ük seviyede olmas,d,r, çünkü söz konusu denetimi yapma görev ve yetkisi ömaster franchise alanaö aittir.³⁰²

Franchise sözleşle melerinde, franchise veren irket, arac, olarak yavru³⁰³ irketlerinden birini kullan,r ve onun arac,l, , ile sözleşle melerin yap,lmas,n, sa lar ise yavru irket franchisingi söz konusu olacakt,r. Yavru irket, ana irket ile olan ili kisinde franchise alan, sözleşle meyi yapaca , üçüncü ki ilerle olan ili kilerinde ise franchise veren konumundadır.³⁰⁴

2.1.4.4. Kurucu Franchising - Dönü türücü Franchising

Kurucu franchising, franchising sisteminin tamamen yeni ve ba tan itibaren franchising metodu uygulanarak kurulmas,d,r. Dönü türücü franchising ise, önceden acente, tek sat,c,l,k, bayilik gibi ba ka bir sistemin üyesi olan franchise alacak taraf,n, sonradan franchising sistemine dâhil edilmesidir.³⁰⁵

2.1.4.5. Tabiiyet Franchisingi - Ortakl,k Franchisingi

Franchise alan franchise verenin emrinde, onun talimatlar,na s,k, s,k,ya ba l, ise tabiiyet franchingi söz konusudur. Bu durumda franchise veren tek söz sahibi durumundadır. E er franchise veren ve alan e it yetkilere sahipse ortakl,k franchisingi vard,r.³⁰⁶

³⁰² Ayata, s. 24.

³⁰³ Gerek yabancı, irket gerek yavru irket ana irketle ayn, ülkede bulunaca , gibi yabancı, bir ülkede de bulunmas, söz konusudur. K,rca, s. 42, dn. 233.

³⁰⁴ Öztürk, s. 473; K,rca, s. 43.

³⁰⁵ Gürzumar, s. 3; K,rca, s. 42.

³⁰⁶ Berkhan, s. 4-5.

2.1.4.6. Ulusal Franchising - Uluslararası Franchising

Bir franchise sözleşmesinin aynı ülke sınırları içerisinde olmak koşuluyla farklı bölgeler ya da farklı şehirlerde yapılması halinde ulusal franchising söz konusu olur. Franchise veren pazar stratejisine göre sistemini ülke sınırları dışında, yurtdışı pazarlara taşımak isteyebilir. Bu durumda, uluslararası franchise sözleşmesinden bahsedilecektir.³⁰⁷

Ulusal franchisingde, tarafların kazançları, yani franchise verenin franchise alandan sağladığı gelir ve malın satılması sonucunda franchise alanın sağladığı gelirler ülke içinde kalmaktadır. Söz konusu durum, ülke içinde sermaye birikimi gibi avantajlı bir durumu oluşturmaktadır. Uluslararası franchisingde franchise veren açısından yabancı bir ülkeye mal-hizmet ihracatı ve yabancı bir ülkeden franchising geliri olduğundan ülkeye kazanç sağlanmaktadır. Aynı şekilde franchise alanın kazancını paylaşması ve franchise bedeli ödemesi için yurtdışı gelire katkı sağlama söz konusudur.³⁰⁸

2.1.4.7. Açık Franchising - Gizli Franchising

Açık franchise sözleşmelerinde, sözleşme metninde *öfranchiseö* veya *öfranchisingö* kelimeleri geçmektedir. Gizli franchise sözleşmelerinde ise bu kelimelere yer verilmez.

Sözleşme tarafları, *öfranchiseö* kelimesi yerine lisansörlük, yeniden satım, bayilik, aracılık, distribütörlük gibi farklı isimler altında sözleşme yaparak daha serbest olacaklarını ve franchising sisteminin sınırlarıyla hükümlerinden kurtulacaklarını düşünmektedirler. Ancak tarafların niteliği ne olursa olsun, bir sözleşmenin franchise sözleşmesi olup olmadığına sözleşme hükümleri incelenerek karar verilmektedir.³⁰⁹

³⁰⁷ Gürzumar, s. 3.

³⁰⁸ Koç, Murat: **Bir Girişimcilik Modeli Olarak Franchising**, Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2006, s. 24.

³⁰⁹ Boso, s.29; 6098 Sayılı TBK m. 19/1 uyarınca: *öBir sözleşmenin türünün ve içeriğinin belirlenmesinde ve yorumlanmasında, tarafların yanı sıra, ilke veya gerçek amaçları, gizlemek için kullandıkları, sözcüklere bakılmaksızın, gerçek ve ortak iradeleri esas alınır.*

2.2. Franchise Sözle mesinin Tan,m,, Unsurlar, ve Sona Ermesi

2.2.1. Franchise Sözle mesinin Tan,m,

Hak sahibine belirli s,naî haklar, ticari alanda kullanma izni sa layan franchising, hukuken birbirinden ba ,ms,z iki taraf aras,nda sözleşme ile yap,l,r.³¹⁰ Franchise sözleşmesi, ba lay,c, olan, her iki tarafa da borçlar yükleyen ve haklar veren hukuki bir i lemdir.³¹¹ Kanunda düzenlenmemi olan franchise sözleşmelerine, birçok türünün bulunması, ve çe itli ekonomik ve hukuki ili kiyi bünyesinde bar,nd,r,yor olması, itibar,yla yeknesak tan,m verilmesi mümkün de ildir. Doktrinindeki franchise sözleşmesine dair çe itli tan,m,lar a a ,da yer almaktadır:

Gürzumaræa göre, franchise sözleşmesi ile birlikte; franchise veren, kendisine ait üretim, i letme ve pazarlama sistemini olu turan fikri ve s,naî unsurlar üzerinde, franchise alana kullanma (lisans) haklar, tan,r. Bu haklar, tan,mak suretiyle de, franchise alan, kendi i letme organizasyonuna (yani söz konusu sisteme göre faaliyet gösteren i letmeler zincirine) entegre eder ve onu bu sisteme dayanan ticari faaliyeti s,ras,nda devaml, olarak destekleme borcu alt,na girer. Franchise alan ise, hem (söz konusu sistemin içerdi i ve franchise verenin belirledi i ilkelere uymak ve kendisine kullanma hakk, verilen fikri/s,naî unsurlardan yararlanmak kayd,yla) bu sisteme dâhil mal veya hizmetlerin sürümünü kendi nam ve hesab,na yapmay, ve desteklemeyi, hem de franchise verene belli bir ücret ödemeyi taahhüt eder.³¹²

K,rcaøya göre, *öFranchise sözleşmesi, konusu bir mal ve/veya hizmetin sürümü ve da ,t,m, olan sürekli bir sözleşme olup, bununla mal ve/veya hizmeti üreten ve/veya satan franchise veren; ad,, sembolü, markas, gibi gayri maddi mal ve de erlerini kullanarak bunlar,n sürümünü yapma hakk,n, bir ücret kar ,l, ,nda, belli bir bölgede kendi ad ve hesab,na çal, an, ba ,ms,z ki ilere (franchise alanlara) vermeyi borçlan,r. Franchise veren bu sözleşme ile ayr,ca mal ve/veya hizmetlerin en iyi eilde pazarlanması, sa lamak için pazar ara t,rmas, ve tan,t,m (reklamlar)*

³¹⁰ TBKø,n m. 1 uyar,nca: öSözleşme, iki taraf,n kar ,l,kl, ve birbirine uygun irade beyanlar, ile kurulur.ö

³¹¹ Durukan, s. 122; Sar,soy, s. 8; Bu sözleşme, Türk doktrininde, ener Akyol taraf,ndan ömünhas,r sat, ve servis imtiyaz,ö olarak adland,r,lmaktadır. (bkz. Akyol, s. 40.)

³¹² Gürzumar, s. 10.

yapmak, bu konuda kendine özgü bir anlayış geli tirip, bir organizasyon kurmak ve franchise alanlar, çal, malar,ndan yararland,racak ekilde bu organizasyona dâhil etmek yükümlülüklerini üstlenir. Franchise alan ise, ücret yan,nda sözleşme konusu mallar,n sürümünü desteklemek, bu konuda gerekli tüm bilgileri franchise verene iletmek, franchise verenin pazarlama ilkelerine, talimatlar,na uymak, e itim programlar,na kat,larak bu do rultuda i letmesini yürütmek ile yükümlüdür.”³¹³

Topçuo lu, franchise sözleşmesini, franchise verenin, franchise alana kendi sistemini kulland,rnak suretiyle üretim, i letme veya pazarlama faaliyetlerini yürütme yetkisini aktard, , ve kar ,l,kl, yükümlülükler içeren sürekli bir ilişki olarak tanımlam, t,r.³¹⁴

Alman hukukunda *Martinek*, franchisingi, franchise veren tarafından oluşturulan ve geli tirilen, mal ve hizmetlerin pazarlanması, kapsayan bir çe it pazarlama anlayış, , çerçevesinde franchise veren, franchise alanlar,n i letmelerini kendi sistemine üye yapmay, ve bu i letmeleri sürekli olarak maddi ve manevi açıdan desteklemeyi borçlan,rken; franchise alan, franchise verenin talimatlar,na göre mal ve hizmet sürümünü sağlamak ve desteklemeyi ve satışlardan baş,ms,z, periyodik olarak belli bir miktar paray,, kimi zaman da bir başlangıç ücretini ödemeyi üstlenmesi ekinde tanımlam, t,r.³¹⁵

sviçre hukukunda *Schulthess*, franchisingin bir sürüm sistemi oldu u ve taraflar arasındaki dikey ilişkiyi iki taraf, bir sözleşmeye dayandı, , hususunun sözleşmenin tanı,m,nda yer alması, gerektiğini belirterek, u tanı,m, yapm, t,r: *“Franchise sözleşmesini sürekli bir borç sözleşmesi niteliğinde ve baş,ms,z taraflar arasında, franchise veren tarafından sürüm organizasyonunun kurulması, amaç,na yönelik bir ilişkiyi ifade eder. Franchise veren, franchise alana belli bir ücret kar ,l, ,nda, baş,ms,zla sabit olmu ve sürekli uygulanmakta olan i letme idaresi ve pazarlama anlayış, ,n, kulland,rarak kendi bilgilerini aktarmakta, ona kendi markası,n ve diğer gayri maddi hakları,n kullan,lmaz, yetkisi vermektedir. Buna*

³¹³ K,rca, s. 19.

³¹⁴ Topçuo lu, Metin: **“Franchise Sözleşmesinde Bağlayıcı Kayıtlar ve Rekabet Hukuku**, BAT DER, C.XXII, S. 1, Ankara Haziran 2003, s. 114.

³¹⁵ K,rca, s. 16.

kar ,l,k, franchise alan da, kendisine verilen haklar, kullanarak ve franchise veren taraf,ndan geli tirilen i letme program,na ba l, kalarak, kendi nam ve hesap,na sözleşle mede belirlenmi mallar,n sürümü yapmakla yükümlüdür.ö³¹⁶

Mevzuat,m,zda 4054 say,l, Rekabetin Korunmas, Hakk,nda Kanunu uyar,ncan kurulan Rekabet Kurulu taraf,ndan ç,kart,lan öFranchise Anla malar,na li kin Grup Muafiyeti Tebliğinin 30 3/b hükmüne göre franchise sözleşle mesi ile franchise veren, franchise alana, do rudan veya dolayl, olarak mali katkı, kar ,l, ,nda, belirli türden mal ve/veya hizmetleri pazarlamas, amac,yla bir franchise kullan,lmas, hakk,n, verir. Ayrıca Tebli e göre franchise sözleşle mesi, a a ,da yer alan hükümleri içermelidir:

- Ortak bir marka veya i letme ad,n,n kullan,lmas, ve tesislere ve/veya ula ,m araçlar,na yeknesak bir görünüm verilmesi,
- Franchise veren taraf,ndan franchise alana know-how aktar,lmas,,
- Franchise alan,n anla ma süresince franchise veren taraf,ndan sürekli olarak ticari ve teknik aç,dan desteklenmesi.

Franchise sözleşle mesiyle ilgili kendi tan,m,m,za yer vermek gerekirse, franchise sözleşle mesi, franchise verenin kendine ait üretim, i letme ve pazarlama sistemiyle birlikte fikri ve s,naî mülkiyet unsurlar,n, franchise alana kulland,rd, ,, ona yardım ve destekte bulundu u, buna kar ,l,k franchise alan,n da bunlar, kullanarak franchise verenin talimatlar,na ba l, bir ekilde kendi nam ve hesap,na mal veya hizmetin sürümünü gerçekle tirdi i, sürekli borç ili kisi do uran ve taraflar aras,nda dikey i birli i kurulmas, amac,na yönelik tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşle medir.

2.2.2. Franchise Sözleşle mesinin Hukuki Niteli i ve Doktrindeki Görü ler

Franchise sözleşle mesine ili kin TBK ve di er kanunlarda franchising sözleşle mesine ili kin herhangi bir düzenleme bulunmad, ,ndan franchise sözleşle mesi isimsiz sözleşle me olarak nitelendirilmektedir.

³¹⁶ Schulthess, Victor G.: **Der Franchisevertrag nach schweizerischem Recht**, Diss. Zürich 1975, s. 22 (Naklen: K,rca, s. 16-17).

K,rc,a, franchise sözleşmesini, kanunda düzenlenmemi sözleşmelere ilişkin baz, unsurlarla beraber kanunda düzenlenmi unsurlar kanunun öngörmedi i bir şekilde bir araya getirildi inden karma sözleşme olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca bu sözleşmeye uygulanacak hükümler açısından, yasayla görülen kabul edilmesini, sözleşmenin amacı ve tarafların menfaatine uygun düştüğünden savunmaktadır.³¹⁷

Aydoğdu ve Öztürk ise, franchise sözleşmesini kendine özgü (*sui generis*) bir sözleşme olarak nitelendirmektedir. Kanunda düzenlenmemi know-how sözleşmesine ait unsurlar gibi kanunda düzenlenmemi unsurların franchise sözleşmesinde bulunması, görüşlerine gerekçe göstermektedirler.³¹⁸

Alman doktrininde, franchise sözleşmesini karma sözleşme olarak nitelendiren bir görüş bulunmaktadır. Bu görüşün dayanağı, ise franchise sözleşmesinin kanun tarafından düzenlenen iş görme sözleşmeleri (vekâlet, hizmet) ile kanun tarafından düzenlenmeyen know-how sözleşmesine ilişkin unsurların taşınmasıdır.³¹⁹

Kanaatimizce franchise sözleşmesi, karma sözleşme niteliğindedir. Çünkü franchise sözleşmesini incelediğimizde satım, kira, vekâlet, hizmet, ürün kirası, gibi kanunda düzenlenmi sözleşmelere ilişkin unsurlarla, lisans, know-how gibi kanunda düzenlenmemi sözleşmelere ait unsurlar olduğunu görmekteyiz.³²¹

³¹⁷ K,rc,a, s. 61.

³¹⁸ Aydoğdu, s. 6; Öztürk, s. 475. Aydoğdu'nun bu tarzda bir görüşe sahip olması, karma sözleşme ayrılmadan kaynaklanmaktadır. Sözleşmenin karma bir sözleşme olarak nitelenebilmesi için unsurların tamamının, kanun tarafından düzenlenen çeşitli sözleşme tiplerinde bulunması, gerektiğinden ve bu unsurların kanunun öngörmedi i şekilde bir araya getirilmesi olması, gerektiğinden fikrini savunmaktadır.

³¹⁹ Hans Forkel: **Der Franchisevertrag als Lizenz am Immaterialgut Unternehmen**, Zeitschrift für das gesamte Handels- und Wirtschaftsrecht (ZHR), Bd. 153, (1989), s. 537 (naklen Gürzumar, s. 18) Yazarın görüşüne yakın bir başka görüşe göre, iş görme edimleri lisans sözleşmesinin unsurlarının arkasında kalmaktadır, görüşü teki deyimle lisans ödemelerinin hizmetine ödevilmiştir. Walter R. Schuelp, **Innominatverträge, Separatdruck aus öschweizerisches Privatrecht**, Bd. VII/1. (naklen Gürzumar, s. 19)

³²⁰ Bkz. I.Bölüm 1.7.3.1.

³²¹ Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. K,rc,a, s. 68-74.

2.2.3. Franchise Sözleşmesinin Benzer Sözleşmelerle Karşılaştırılması,

2.2.3.1. Franchise Sözleşmesinin Vekâlet Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,

Türk Borçlar Kanunu m. 502'de vekâlet sözleşmesine dair "Vekâlet sözleşmesi, vekilin vekâlet verenin bir işini görmeyi veya işlemi yapmayı üstlendiği sözleşmedir. Öhükmü mevcuttur. Kanun maddesindeki vekâlet sözleşmesi tanımlanandan anlaşılacağı üzere vekil, müvekkili adına ve hesabına (doğrudan temsil) veya kendi adına fakat müvekkil hesabına (dolaylı temsil) hareket etmektedir. Bu nedenle, franchise sözleşmesi iş görme sözleşmesi özelliğini taşıdığından taraflar arasında vekâlet işi kisi netice vermez.³²² Çünkü franchise sözleşmesinde her ne kadar franchise verenin talimatlarına uygun olarak mal ve/veya hizmetlerin sürümünü sağlamak üzere, üstlenmiş de franchise alan her zaman kendi adına ve hesabına hareket etmektedir. Bundan dolayı, franchise alan faaliyetlerinin getirdiği risklere kendisi katlanır. Oysa vekâlet sözleşmesinde sonucun elde edilmeme riski vekile aittir.³²³

Franchise sözleşmesinde asli unsur olan marka gibi sınai hakların kullanılması, edimi vekâlet sözleşmelerine yabancıdır.³²⁴ Ayrıca vekâlet sözleşmesinde vekile, yaptırım, iş karlılığı, sözleşmede kararlılık, veya teamül olması durumunda bir ücret ödenmektedir.³²⁵ Bununla birlikte vekil yaptırım, masraflar, müvekkilinden talep edebilir. Franchise sözleşmesinde ise franchise alan franchise verene bir ücret ödemektedir ve ücret sözleşmenin asli bir unsurudur. Franchise veren franchise alanın masraflarını karşılamakla yükümlü değildir.³²⁶ Diğer bir fark ise vekâlet sözleşmesinde azil ve istifâ her zaman mümkünken franchise sözleşmesinde mümkün değildir.³²⁷

³²² Gürzumar, s.22-23; Kırca, s. 65-67; Saban, s. 10; Boso, s. 30.

³²³ Örneğin, bir davayı üstlenen avukat o davaya ilişkin işlemlerin yürütülmesinden sorumludur. Fakat davayı kazanacak değil, taahhüt etmez. Sonucun elde edilmeme riski vekile aittir. (Boso, s.30)

³²⁴ Saban, s. 10; Gürzumar, s. 22; Kırca, s. 66.

³²⁵ TBK m.502/3 uyarınca; sözleşme veya teamül varsa vekil, ücrete hak kazanır.

³²⁶ Boso, s. 31; Kırca, s. 107.

³²⁷ Gürzumar, s. 23, Kırca, s. 106, Boso, s. 31 (TBK m.512: "Vekâlet veren ve vekil, her zaman sözleşmeyi tek tarafı olarak sona erdirebilir. Ancak, uygun olmayan zamanda sözleşmeyi sona erdiren taraf, diğerinin bundan doğan zararını gidermekle yükümlüdür.")

Yukarıda anlattığımız farklılıklarla birlikte hem franchise sözleşmesinde hem de vekâlet sözleşmesinde sadakat ve özen borcu ve bunun sonucu olarak karın, taraf, bilgilendirme yükümlülüğü gibi ortak unsurlar mevcuttur. Bu sözleşmelerin diğer bir ortak unsuru da iğmme borcu doğurana sözleşme niteliğinde olmasıdır.³²⁸

2.2.3.2. Franchise Sözleşmesinin Hizmet Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,

Türk Borçlar Kanunu m. 393'te hizmet sözleşmesi, öçünün i verene başımlı olarak belirli veya belirli olmayan süreyle iğmmeyi ve i verenin de ona zamana veya yapılan iğe göre ücret ödemeyi üstlendiği sözleşmedir. Öçeklinde tanımlanmış, t.r. Hizmet sözleşmesi tam iki tarafa borç yükleyen sözleşme olması itibarıyla franchise sözleşmesine benzemektedir. Ayrıca hizmet sözleşmesi ile franchise sözleşmesi arasındaki asıl benzer unsur başımlıdır. Çünkü franchise alan, franchise verenin talimatlarına başlıdır ve iğmmesi franchise verenin bir üyesiymi gibi franchise sistemine entegre olmaktadır. Bu nedenle doktrinde franchise alanın gerçekte iğmi olup olmadığı tartışılmaktadır.³²⁹

Hizmet sözleşmesinde yer alan kişisel başımlı unsur iğmin bir hiyerarşisinde i verene başlı olarak çalınması ifade eder.³³⁰ in yönetimi ve yürütümü ile ilgili riskler i verene aittir. Franchise sözleşmesinde ise durum farklıdır. Çünkü franchise alan her ne kadar franchise verenin talimatlarına başlı olsa da doğabilecek riskler kendi nam ve hesabına hareket eden franchise alanına ait olduğundan franchise alan başımız bir tacirdir. Vereni iğmi kisinde bulunan ücret, sigorta, tatil süresince ücret ödenmesi gibi hususlar franchise ili kisinde söz konusu değildir. Ayrıca franchise sözleşmesindeki denetim, hizmet sözleşmesinde iğmi i verenin arasında bulunan denetime göre daha geniş yapıdadır.³³¹

³²⁸ Ayata, s. 28-29.

³²⁹ Karca, s. 100; Boso, s. 32, Torun, Zeliha: **Rekabet Hukuku Açısından Franchise Sözleşmelerinin İncelenmesi**, Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2012, s. 32.

³³⁰ Yavuz, s. 231; Çelik, Nuri: **Hukuku Dersleri**, İstanbul 2008, s. 77.

³³¹ Karca, s. 101; Gürzumar, s. 23-24; Torun, s. 32.

2.2.3.3. Franchise Sözleşmesinin Acentelik Sözleşmesiyle Karşılaştırılması,

Türk Ticaret Kanununun m. 102'de acentelik (Ticari mümessil, ticari vekil, sat, memuru veya işletmenin çalışan, gibi işletmeye bağlı, bir hukuki konuma sahip olmak üzere, bir sözleşmeye dayanarak, belirli bir yer veya bölge içinde sürekli olarak ticari bir işletmeyi ilgilendiren sözleşmelerde aracılık etmeyi veya bunları, o tacir adına yapmay, meslek edinmiş olarak tanımlanmış, t.r. Kanundaki tanımdan da anlaşılacağı üzere acentelik faaliyeti için tacir adına sözleşme yapmak arttır. Acentelik yazılı, yetki belgesine dayanarak müvekkili adına sözleşmeyi ya bizzat yapar ya da sözleşmenin yapılması için aracılık yapar.³³² Franchise alan kendi nam ve hesabına hareket ettiğinden ve franchise veren adına sözleşme yapmadığından acentelik de değildir.³³³

Sürüm arttırmaya yönelik olmak, taraflar arasında sürekli borç ilişkisi oluşması ve sürüm organizasyonuna entegrasyon gibi hususlar acentelik ve franchise sözleşmelerinde ortaktır.³³⁴ Ayrıca her ne kadar acentelik, franchise alan gibi ana firmanın işletmelerini kullansa da franchise sözleşmesinde olduğu gibi gayri maddi mallara ilişkin hakların devri, know-how ve tecrübenin paylaşılması, söz konusu değildir.³³⁵ Acentelik tacirin temsilcisi durumunda olup olmadığına göre ücret isteme hakkına sahiptir.³³⁶ Franchise alan franchise verenin temsilcisi değildir ve franchise verenden herhangi bir ücret talep etmeye hakkı yoktur. Ayrıca franchise veren ile franchise alan arasındaki denetim ilişkisi, acentelik ilişkisine göre daha youndur.³³⁷ Tacir, acentelinin yapacağı sözleşmenin içeriğiyle ilgili talimat verirken, franchise alan franchise verenin fiyatlardan malzeme teminine kadar çok detaylı konularla ilişkin verdiği talimatlarla sınırlıdır.

³³² Kurtuluş, Ezel, **Acentelik Sözleşmesi ve Acentelik Sözleşmesinin Benzer Sözleşmelerinden Farkları**, Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2005, s. 10; Kayhan, **Aban: Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi**, Ankara 2011, s. 46.

³³³ Gürzumar, s. 22; Kırca, s. 96-100; Öztürk, 475-476; Saban, s. 9; Ulaş, s. 112; Burada kastedilen acentelik, sözleşmeye aracılık eden değil sözleşme yapan acenteliktir. (Boso, s.36) Aracılık yaparak sürümü desteklemesi bakımından franchise sözleşmesi acentelik sözleşmesine benzemektedir.

³³⁴ Kurtuluş, s.151; Arkan (Ticari), s. 198.

³³⁵ Kırca, s. 99-100; Kayhan, s. 68, Boso, s. 36.

³³⁶ Torun, s. 26.

³³⁷ Kayhan, s.76; Boso, s. 36.

2.2.3.4. Franchise Sözle mesinin Tek Sat,c,l,k Sözle mesiyle Kar ,la t,r,lmas,

Tek sat,c,l,k sözleşme ile tek sat,c,ya, kendi nam ve hesab,na, yap,mc,n,n belli bir bölge içinde bedeli kar ,l, ,nda sürüm yapma hakk, verilir ve bu şekilde tek sat,c, sürümü destekleme yükümlülü ü alt,na girer.³³⁸ Kanunla düzenlenmemi olan ve taraflar aras,nda sürekli borç ili kisi do uran bir çerçeve sözleşme niteli indeki tek sat,c,l,k sözleşme, franchise sözleşmesine en çok benzeyen sözleşme dir.³³⁹ Tek sat,c, da franchise alan gibi kendi nam ve hesab,na çal, an ba ,ms,z bir tacirdir ve yap,mc,n,n ticaret unvan,³⁴⁰, marka, logo gibi tan,t,c, i aretlerini kullanmaktadır. Bunun birlikte franchise sözleşmesinin en tipik özelli i olan i letmenin ekonomik anlamda entegre olmas, tek sat,c,l,k sözleşmesinde bulunmamaktadır.³⁴¹ Bu nedenle tek sat,c,l,k sözleşmesinde oluabilecek risklerden tek sat,c, tek ba ,na sorumludur. Oysa franchising sözleşmesinde franchise alan sisteme entegre oldu undan franchise alan ve veren birlikte oluabilecek risklerden sorumludur. Ayr,ca franchise sözleşmesinde ödenen giri ve periyodik ücretler tek sat,c,l,k sözleşmesinde görülmemektedir.³⁴²

Tek sat,c,l,k sözleşmesinin franchise sözleşmesinden di er bir fark, sadece mal sürümüne konu olmas,, hizmet sürümüne konu olmamas,d,r. Bununla birlikte, tek sat,c,l,k sözleşmesine sat, sonras, servis, tamir, bak,m hizmetleri sunmak, reklam ve tan,t,m faaliyetlerinde bulunmak ve yap,c,ya belirli aral,klarla rapor vermek gibi hükümler konulabilmektedir. Franchise sözleşmesinin olmazsa olmaz, hükmünde olan bu hususlar, tek sat,c,l,k sözleşmesinin esasl, unsurlar, de ildir.³⁴³ Ayr,ca hem

³³⁸ Torun, s. 28: **güzar, Hasan, Tek Sat,c,l,k Sözle mesi**, Ankara 1989, s. 14.

³³⁹ Gürzumar, s. 24; K,rca, s. 88-96; Öztürk, s. 476-477; Ula , s. 109-112; Saban, s. 9-10.

³⁴⁰ Ço u tek sat,c,l,k sözleşmesinde, tek sat,c, yap,mc,n,n da ,t,m a ,yla ili kisini ortaya koymak için onun tan,t,c, i aretlerini kullansa da kendi unvan ve di er tan,t,c, i aretlerini de kullanabilir. Oysa franchise alan kendi unvan,n, franchise verenin tan,t,c, i aretleri arkas,na saklamal, ve franchise verene ait pazarlama sistemindeki unsurlar, kullanmal,d,r. Gürzumar, s. 25; Boso, s. 34, dn. 123.

³⁴¹ Yazar, franchise alan,n i letmesinin, franchise zincirinin bir halkas, olarak sanki franchise verenin bir ubesiymi gibi alg,land, ,n, belirtmi tir. Gürzumar, s. 25. Franchise veren sadece tan,nm, bir ürününü satmaz, ayn, zamanda kendisinin ba ar,l, olmas,n, sa layan yöntemleri franchise alana ö retir. Ula , s. 110. Franchise veren, franchise alana franchise sistemi ile ilgili bir imtiyaz verir. Saban, s. 10. (Boso, s.34, dn. 124.)

³⁴² Torun, s. 29; Gürzumar, s. 25; Ula , s. 111.

³⁴³ güzar, s. 76-79; Ula , s. 111.

tek sat,c,l,k sözleşme sözleşmesinde hem de franchise sözleşmesinde imaj birliği hedeflenirse de franchise sözleşmesinde imaj birliği daha kuvvetlidir.³⁴⁴

2.2.4. Franchise Sözleşmesinin Unsurları,

Franchise sözleşmesi, tam iki tarafa borç yükleyen, sürekli bir borçluyu doğuran, hukuken bağımsız işletmeler arasında akdedilip bu sözleşmenin en belirgin özelliği olan dikey birliğin kurulmasını amaçlayan, franchise veren taraftan franchise paketi adı altında ücret karşılığında franchise alanlara ifa edecek edimlerin sunulduğu çerçevede bir sözleşme niteliğindedir.³⁴⁵

2.2.4.1. Sürekli Borçlu kişi

Sürekli borçluyu doğuran sözleşmenin tarafları arasında edimlerden herhangi birinin borçluyu bir zaman süreci içinde kesintisiz ifa veya katlanma yükümlülüğü altına soktuğu, alacaklıların ifaya olan çabalarına zamanla yayıldıkça, durumlarıdaki kişidir.³⁴⁶ Sürekli borçluyu doğuran mevcut olduğu kira, hizmet, lisans, tek sat,c,l,k vb. sözleşmelerle kurulan ilişkilerde asli edim yükümlülüklerinin ifasızlığı nitelikte değildir. Yani borçlular belirli veya belirsiz bir süre boyunca kesintisiz bir ifa veya katlanma yükümlülüğü altına düşerler.³⁴⁷ Bu durum franchise sözleşmesi için geçerlidir.

Franchising sözleşmesinde ilk giriş bedeli, mal alımı, ve işletmenin donanımı gibi bir defaya mahsus veya ani nitelikli edimler söz konusudur. Bununla birlikte sözleşme süresi boyunca, franchise veren, sistemin işletilmesiyle ilgili gayri maddi malların kullanımına katlanma, franchise alanın gerekli eğitim ve desteği verme, franchise alanın, bilgilendirme yükümlülükleri altındadır. Aynı şekilde franchise alan da, franchise konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü franchise verenin sistemine uygun bir şekilde yerine getirme yükümlülüğü altındadır. Buradan hareketle franchise

³⁴⁴ Koca, s. 95; Franchise sözleşmesinde olduğu gibi imaj birliği açısından talimat üzerine işletme donatımı, ve franchise zincirindeki her işletmenin birer üyesi gibi görünümü tek sat,c,l,kta görülmemektedir. (Boso, s. 35)

³⁴⁵ Torun, s. 10.

³⁴⁶ hukuk.yasar.edu.tr (Erişim Tarihi: 02.03.2016)

³⁴⁷ Schulthess, s. 151. (Naklen: Gürzumar, s. 26.)

sözle mesinde bulunan ani edimler onun sürekli borç ili kisi do uran bir sözleşme olma niteli ini etkilemez.³⁴⁸

Franchising sözleşmelerinin sürekli borç ili kisi do urdu unun en belirgin özelli i, fesihle³⁴⁹ sona ermesinde görülmektedir.³⁵⁰ Ayr,ca uzun süreli bir borç ili kisinde kar ,l,kl, güven ve dürüstlük kurallar,na göre hareket etmenin önemi aç,kt,r.³⁵¹

2.2.4.2. Çerçeve Sözleşme

Çerçeve sözleşme, taraflar aras,nda ba ,ms,z temel yükümlülüklerinin hukuki çekirde ini içeren ve taraflara daha sonra yap,lacak ekonomik anlamda tamamlay,c, di er sözleşmeleri veya borcu yükleyen bir sözleşmedir.³⁵² Sürekli bir ili ki kuran çerçeve sözleşme, ön sözleşmeden farklı olarak ileride yap,lacak tamamlay,c, sözleşmelerin öncesinde de temel yükümlülükleri do urur.³⁵³

Franchise sözleşmesi çevre sözleşme niteli ini ta ,maktad,r ve ileride taraflar aras,nda gerçekleştirilecek olan baz, münferit hukuki i lemlere temel te kil etmektedir. Çünkü sözleşme konusu baz, s,naî haklar,n,n kullan,m, çerçevesinde taraflar,n kar ,l,kl, hak ve yükümlülükleri genel hatlar,yla düzenlenir, ayr,nt,l, bir düzenleme yap,lmaks,z,n sadece bir çerçeve çizilir. Sonradan yap,lan ve mallar,n teslimi, hammaddelerin temini ve e itim esaslar, gibi yükümlülüklerin ayr,nt,lar,n, düzenleyen sözleşmeler tamamlay,c, niteliktedir.³⁵⁴ Bu yükümlülüklerin detaylar,, daha sonra, çerçeve sözleşmeyi tamamlayan ek sözleşmelerle belirlenir.³⁵⁵ Tamamlay,c, sözleşmeler, çerçeve nitelikteki franchise sözleşmesinde belirlenen ilkeler , , ,nda akdedilir.³⁵⁶

³⁴⁸ Saban, s. 39.

³⁴⁹ Ola an fesih, taraflardan her birinin süresi belirsiz sürekli bir borç ili kisini, bir sebebe dayanmaya gerek olmaks,z,n, tek tarafl, varmas, gerekli bir irade beyan, ile ileriye etkili olarak sona erdirmesidir. Seliçi, s. 132; Gürzumar, s. 170; K,rca, s. 173.

³⁵⁰ Topçuoglu, s. 116.

³⁵¹ Gürzumar, s. 16; K,rca, s. 22.

³⁵² Develio lu, H.Murat: **Franchising Sözleşmesi**, s. 18.

(<https://www.academia.edu/1069136/Franchising>) (Eri im Tarihi: 02.03.2016); K,rca, s. 22.

³⁵³ K,rca, s. 22.

³⁵⁴ Gürzumar, s. 28.

³⁵⁵ Ayata, s. 17.

³⁵⁶ Topçuo lu, s. 116.

2.2.4.3. Franchise Alan,n Ba ,ms,z Olmas,

Franchise alan, franchise verenden hukuken ba ,ms,z, kendi nam ve hesab,na faaliyet gösteren bir i letmedir.³⁵⁷ Bu unsur franchise sözleşmesini vekâlet, hizmet, acente, komisyon gibi kendi nam ve hesab,na çalış,ma unsuru taşıyan sözleşmelerden ayrıdır. Gerçi franchise alan için bazı ekonomik koşullamalar söz konusudur. Örneğin, franchise verenin talimatları,na sık sık, ya da lı olma, kontrol ve denetim altında tutulma, bir firmanın ubeleri görünümünün verilmesi, muhasebe takibi ve ürün veya hizmetin fiyat,ının belirlenmesi gibi hususlar franchise alan için ekonomik anlamda ba ,ms,zlı ,n, zedelemektedir. Bütün bu hususlar yeknesaklı ,n sağlanmas, ve sistemin başarıya ulaş,ma ve sisteme entegre olabilmek için gereklidir.³⁵⁸

Her ne kadar franchise alan,n ekonomik özgürlüğüne sağlanamalar getirirse de franchise alan hukuki ba ,ms,zlı ,a sahiptir. Zira franchise alan ayrı, bir i letmede kendi nam ve hesab,na çalış,makta, i letmesinin kurulmas, için gerekli olan sermayeyi bizzat kendisi temin etmekte, i letmesinin risklerini kendisi üstlenmekte, franchise verenden herhangi ücret almamakta, yapacağı , satış ve sunacağı , hizmetten kazanç sağlamaktadır. Franchise alan, çalış,ma düzenini ve zaman,ını, yan,ında çalış,tıracağı , ki ileri serbestçe tayin etmekte, i letmedeki mallar üzerinde serbestçe tasarruf edebilmektedir. Bu yönleriyle franchise alan ba ,ms,z bir tacirdir. Franchise alan,n, franchise verenin talimatları ile ba lı olmas, ya da kontrollerine katılmas, franchise alan,n ba ,ms,zlı ,n, zedelemeyecektir. Zira sistemin i leyebilmesi ancak böyle bir ba lılık sayesinde olacaktır.³⁵⁹

2.2.4.4. Franchise Sistemi veya Paketi

Franchise sözleşmesinin unsurlar,ndan biri olan Franchising sistemi (paketi), franchise verenin franchise alan, kendi organizasyonuna dâhil etme, franchise alan,

³⁵⁷ Kırca, s. 24; Akyol, s. 43; Reha Poroy/ Hamdi, Yasaman: **Ticari İletme Hukuku**, İstanbul 2001, s. 207; Ayata, s. 8.

³⁵⁸ Kırca, s. 25; Torun, s. 12-13.

³⁵⁹ Boso, s. 15.

kendi sisteminin konusunu olu turan mal,n ve/veya hizmetin sürümünü sa larken koruma yükümlülü ünü gerçekle tirmek için gerekli olan edimlerin tamam,n, içermektedir. ³⁶⁰ Sisteme ait tüm hususlar,n franchise alana aktar,lmas, ve kulland,r,lmas, ile sisteme tam bir entegrasyonun sa lanmas, ve sözleşme süresince franchise alan,n korunup kollanmas,na dair tüm edimler franchise paketini ifade eder.³⁶¹ Franchising sistemi; pazarlama anlay, ,, franchising organizasyonu ve fikri ve s,naî unsurlar olmak üzere üç unsur dâhilinde incelenebilmektedir.

Franchise veren bilgi, tecrübe ve sermayesiyle kendine özgü ve kat,l,mc,lar,na avantaj sa layacak bir pazarlama politikas, ve stratejisi geli tirmi tir. Pazarlama anlay, ,na i letmedeki ürün çe idi, söz konusu ürünlere konulacak olan fiyat, ürünü pazarlama teknikleri, reklamlar,, kampanyalar,, belirlenmi i stilinin da ,t,m,, mü teri ili kileri gibi hususlara dair uygulamalar,n tümü girer.³⁶² Franchise alan, pazarlama anlay, ,n, franchise verenden temin ederek kendi i letmesinde uygulamakta ve rekabet avantaj, sa lamaktad,r.

Franchise sisteminin ana hatlar,n, belirleyen tasla , diyebilece imiz franchise sistemi, franchise veren ile franchise alan aras,ndaki ili kileri düzenlemektedir. Örgütsel, idari ve finansal düzenlemeler, taraflar,n i birli i içindeki katkı,lar,, taraflara dü en yükümlülükler, franchise alanda aran,lan nitelikler, franchise verenin kontrol fonksiyonu, franchise alan,n e itimi gibi konulardaki tercihler franchise sistemini olu turmaktad,r.³⁶³

Marka, isim, amblem, sürümün yap,laca , yerin tasar,m,, know-how ve varsa patent vb. gibi fikri ve s,naî unsurlar,n kullan,m, franchising sözleşmesinin en önemli unsurlar,ndand,r. Franchise verenin sahip oldu u gayri maddi mallar,n kullan,m,n,n franchise alana b,rak,lmas, ve franchise alan taraf,ndan kullan,lmas, bu sözleşme ile getirilen bir yükümlülüktür.³⁶⁴

³⁶⁰ Gürzumar, s. 6,11; Öztürk, s. 468-469.

³⁶¹ K,rca, s. 26; Boso, s. 16.

³⁶² K,rca, s. 26; Torun, s.13-14; Boso, s. 16-17.

³⁶³ K,rca, s. 26; Öztürk, s. 469; Gürzumar, s. 35; Ayata, s. 11-12.

³⁶⁴ K,rca, s. 27; Torun, s. 14.

2.2.4.5. Dikey birli i

Franchise sözleşmelerinin tarafları,, franchise konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü artırmak ortak amaçıyla bir araya gelmektedir. Franchise a , üyeleri arasındaki yeknesaklık korunabildiği ölçüde, uygulanan çal, ma ve pazarlama tekni i, sistemin imaj, n, artıracaktır. Bunun sağlanabilmesi için üretim ve pazarlama zincirinin farklı, ekonomik basamaklarında yer alan franchise veren ile franchise alan, n s, k, birli i içerisinde olması gerekmektedir.³⁶⁵

Ancak birli i, üretim zincirinin aynı, ekonomik basama ,nda yer alan işletmeler arasında gerçekleşen yatay değil, dikey³⁶⁶ birli i dir. S, k, birli i sayesinde sisteme tam bir entegrasyon sağlan, r. Tek sat, c, l, k ve acente gibi sözleşmelerinde de s, k, birli ine söz konusu olmakla beraber, sürüm sözleşmelerinde en yoğun birli i franchise sözleşmelerinde görülmektedir.³⁶⁷

Aynı, zamanda ekonomik basamaklar, n farklı, olması, ndan bu birli i ortaklık niteliğinde de ildir. Bu durum her iki taraf, n yükümlülü ünün bulunduğu dikey birli i dir. Bununla birlikte, franchise taraflar, n, n ortak menfaati gere i sürümün artırılması, için birlikte çal, ma gereksinimleri ve taraflar, n hemen hemen aynı, içerikte sözleşme imzalamaları, nedenleriyle franchise sistemi zincir özelli i sergilemektedir.³⁶⁸

Franchise sözleşmesi ile franchise sistemine katılan franchise alanlar, pazarda rakipleri karş, nda bir ö grupö lü olmaktadır. Reklam, kampanya, işletme donanımı,, ürünler seçilmesi gibi pazarlama politikası, grubun her bir üyesi tarafından takip edilmektedir. Ayrıca her bir üye ba , ms, z bir işletme olması, na ra men kendine ait isim, marka, logo gibi unsurlar yerine franchise verenin isim, marka ve logosunu kullanarak franchise verenin birer üyesi gibi gözükerek imaj birli i sağlamakta ve

³⁶⁵ K, rca, s. 28; Torun, s. 14; Ayata, s. 11.

³⁶⁶ Pazarlama kanalı, n, n farklı, kademelerinde faaliyette bulunan işletmeler (al, c, -sat, c,, tedarikçi-sat, c,) arasındaki birli ine, dikey birli i denilmektedir. K, l, ç, Özcan: **öPerakendeci İşletmelerde Yatay Birli ö**, .Ü. .F. Dergisi, Haziran 1993, C:4, S: 15, s. 42.

³⁶⁷ Topçuo lu, s. 117; K, rca, s. 31; Aydo du, s. 8.

³⁶⁸ K, rca, s. 29.

franchise verenin kamuoyundaki ününden, güvenilirli inden ve mü teri çevresinden yararlan,lmaktad,r.³⁶⁹ Grubun üyeleri, franchise verenin geli tirdi i ve franchise alanlar,n kullan,m,na sundu u pazarlama anlay, , ve imaj birli i sayesinde piyasada büyük bir çal, ma ve rekabet birli i olu turmaktad,r. Franchise zincirindeki üyeler, hem franchise verene hem di er üyelere kar , sorumluluk ta ,maktad,rlar. Çünkü zincirdeki her bir üyenin olumlu davran, , di er üyeye fayda sa layacaktır. Ayn, ekilde olumsuz bir davran, , da zincirdeki her bir üyeyi etkileyecektir. Bu nedenle zincirdeki her bir üye güvenilirli inin, ba ar,s,n,n ya da ba ar,s,zl, ,n,n sistemin toplu çal, mas,na ba l, bulundu unu ve aralar,nda grup menfaati oldu unu bilip ona göre hareket etmelidir.³⁷⁰

2.2.4.6. Ücret

Franchise sözleşmesinin en esaslı unsurlar,n biri de, franchise alan,n ücret ödeme borcudur. Franchise alan, sisteme dâhil edilmek, franchise verenin marka, isim ve know-how gibi s,naî mülkiyet haklar,n, kullanabilmek, reklamlar, i yeri bulma, muhasebe tutma, e itim gibi konularda ald, , yardımlar mukabilinde franchise verene borçludur. Bu borcunu, ba lang,ç ücretini ve cironun belirli bir yüzdesini periyodik olarak ödemek suretinde ifa etmektedir.

Franchise alan,n ödeyece i ücretlerden ba lang,ç ücreti, sözleşmenin ba ,nda sisteme kat,lmak, fikri ve s,naî unsurlardan faydalanmak ve bu a amada franchise verenin yaptı, , yardımlar kar ,l, ,nda tek sefere mahsus ödenmektedir.³⁷¹ Periyodik (dönemsel) ücretler ise, ayl,k, y,ll,k veya kararla t,r,lan sürelerde sözleşme süresince franchise alan,n ciro veya sürüm miktar,na ba l, olarak ödenir.³⁷²

2.2.4.7. Anlaşma

Franchise sözleşmesi, hukuki niteli i itibar,yla tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşmedir. Franchise sözleşmesinin kurulabilmesi için taraflar,n fiil ehliyetine

³⁶⁹ Boso, s. 17.

³⁷⁰ Topçuo lu, s. 117.

³⁷¹ Gürzuman, s. 30.

³⁷² Topçuo lu, s. 117; Öztürk, s. 471.

sahip olmas, gerekli olup sözleşmenin geçerliliği bakımından ise TBK m. 12 uyarınca herhangi bir ekil artı, yoktur. Franchise sözleşmesi tam iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme olduğu için sözleşmenin gerekmesi, gerek yan edim yükümlülükleri üzerinde tarafların irade beyanlarının uyumunu gerektirmektedir.³⁷³

Franchise veren, sözleşme şartları, genellikle tek taraflı olarak belirlenmekte ve franchise alanlar sözleşme üzerinde herhangi bir değişiklik yapma imkânına sahip olmamaktadırlar. Franchise sözleşmelerinin olumsuz olabilecek sonuçlarından zararlı tarafı korumak için bazı ilkeler geliştirilmiştir. Dolayısıyla sözleşme hükümleri TMK m. 2 ve m. 3'teki dürüstlük ve iyiniyet ilkelerine aykırı, bulunmamalıdır. Franchise sözleşmesindeki açık olmayan hükümler, franchise veren aleyhine yorumlanır ve franchise alan ile franchise veren arasındaki bireysel hükümler ise genel hükümlerden artı, karışıkta önceliklidir.³⁷⁴

2.2.5. Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi

Franchise sözleşmesi, taraflar arasında kararlaştırılan sürenin sona ermesi, taraflardan birinin ölümü, ehliyetsini kaybetmesi ve iflas, ile kendiliğinden sona erebilmektedir. Franchise sözleşmesi, belirli veya belirsiz süreli olmasına bakılmaksızın haklı nedenlere dayanarak olağanüstü fesih yoluyla ve belirsiz süreli sözleşme olduğu durumlarda ise herhangi bir sebebe dayanmaksızın olağan fesih yoluyla tarafların iradeleriyle sona erebilmektedir.

2.2.5.1. Franchise Sözleşmesinin Kendiliğinden Sona Ermesi

2.2.5.1.1. Sözleşme Süresinin Sona Ermesi

Franchise sözleşmesinde taraflarca belirli bir süre kararlaştırılmışsa, sürenin bitiminde sözleşme kural olarak kendiliğinden sona erecektir.³⁷⁵ Bu durumda

³⁷³ Boso, s. 17.

³⁷⁴ Kırca, s. 35-36.

³⁷⁵ Gürzumar, s. 169; Kırca, s. 171; Kapancı, Kadir Berk: **Franchise Sözleşmesinin Sona Ermesi ve Bunun Hukuki Sonuçları**, Rona Serozan Arman, C.II, İstanbul 2010, s. 1033. (www.academia.edu, Erişim Tarihi: 09.03.2016)

sözle me azami bir süre için akdedilmi tir. Sözle me süresinin dolmas, ile sona ererken taraflardan birinin sözle me süresi dolmadan önce sözle me ile ilgili ba l, olmad, ,na dair irade beyan etmesi gerekmektedir.³⁷⁶ E er azami süre bitti i halde sözle me yükümlülükleri devam ettiriliyorsa, taraflarca sözle menin belirsiz bir süre için yenilenmi oldu u kabul edilmektedir.³⁷⁷

Franchise sözle mesinde taraflarca asgari bir süre belirlenmi ve sözle meye uzatma kayd, konulmu olabilmektedir. Sözle mede belirlenen asgari süre içinde taraflardan birince sözle me sona erdirilmezse, sözle mede herhangi bir süre kararla t,r,lmam, sa belirsiz, sözle mede belli bir süre kararla t,r,lm, sa belirlenen süre için kendili inden yenilenmi say,lmaktad,r.³⁷⁸

2.2.5.1.2. Ölüm, Ehliyet Kayb, ve iflas

Kanunda aç,kça belirtilen baz, sözle melerde ölüm, ehliyet kayb, ve iflas gibi durumlar sözle menin sona ermesine yol açmaktad,r. Franchise sözle mesinin bu sözle meler kapsam,nda de erlendirilip de erlendirilmeyece i sözle menin içeri ine göre de i mektedir.³⁷⁹

S,k, bir i birli i ve güven ili kisine dayal, olan franchise sözle melerinde ço u zaman franchise alan,n ki isel özellikleri, franchise verenin ise ki isel özelliklerinden ziyade pazarlama, üretim ve i letme sistemi ön planda tutulmaktad,r. Franchise alan,n ki isel özelliklerinin ön planda oldu u durumlarda vekâlet sözle mesine ili kin TBK m. 513³⁸⁰ franchise sözle mesine k,yasen uygulan,r.³⁸¹ Bu sebeple,

³⁷⁶ Sürekli borç ili ki unsuruna sahip sözle melerde taraflar,n susmas, ve irade beyan etmemeleri sözle meyi belirsiz bir süre yenilemek olarak kabul edilmektedir. Ayr,ca irade beyan, sözle meyi sona erdiren bir beyan olmay,p sürenin bitmesi ile sürekli edimi kendili inden sona erme sonucunun geçerli olaca ,na dair bir beyand,r. Seliçi, s. 78; Gürzumar, s. 169; Sevi, Ali Murat: **öFranchising li kisine Hâkim Olan Etik Kurallarö**, BAT DER, C.XX, S.3, Ankara 2000, s. 181; K,rca, s. 171.

³⁷⁷ Gürzumar, s. 169; Kapanc,, s. 1033.

³⁷⁸ Sevi, s. 181; Kapanc,, s. 1033; Gürzumar, s.169; K,rca, s. 172.

³⁷⁹ Akyol, s. 46; Kapanc,, s. 1034.

³⁸⁰ TBK m. 513/1: *öSözle meden veya i in niteli inden aksi anla ,lmad,kça sözle me, vekilin veya vekâlet verenin ölümü, ehliyetini kaybetmesi ya da iflas, ile kendili inden sona ermi olur. Bu hüküm, taraflardan birinin tüzel ki i olmas, durumunda, bu tüzel ki ili in sona ermesinde de uygulan,r.ö*

³⁸¹ K,rca, s. 186.

franchise alan,n ölümü, iflas, veya ehliyetinin kayb,, sözleşme menin kendili inden sona ermesine yol açmaktadır.³⁸²

Franchise verenin ölümüyle meydana gelecek de i ik, e er ili ki franchise verenin ki ili inden ziyade sistem üzerine tesis edilmi se ve ayr,ca halefleri de bu ili ki yi etkinli iyle devam ettirmek arzusundaysa, ölüm durumu sözleşme meniyi sona erdiren bir sebep olarak sözleşme mede kararlar t,r,lmamak art,yla franchise verenin ölümü sözleşme menin sona ermesine neden olmamal,d,r. Franchise verenin ahs,n,n ön planda oldu u bir durum söz konusu ise franchise verenin ölümü sözleşme meniyi sona erdirmektedir.

Ehliyet kayb,nda durumunda da ölüm ilgili anlat,lanlar geçerlidir.³⁸³ Taraflardan birinin iflas, halinde ise i in mahiyeti sözleşme menin devam,na imkân vermedi inden sözleşme kendili inden sona ermektedir.³⁸⁴

2.2.5.2. Franchise Sözleşme meninin Taraflarca Sona Erdirilmesi

2.2.5.2.1. Ola an Fesih

Ola an fesih, taraflardan her birinin süresi belirsiz sürekli bir borç ili kisini, bir sebebe dayanmaya gerek olmaks,z,n, tek tarafl, varmas, gerekli bir irade beyan, ile ileriye etkili olarak sona erdirmesidir.³⁸⁵

Ola an feshin amac,, kanun koyucu taraf,ndan belirsiz süreli borç ili kisinde, taraflar,n sonsuza dek sözleşme meyle ba l, kalmamas, için taraflardan birine sözleşme meniyi sona erdirme imkân, tan,makt,r.

³⁸² Kapanc,, s. 1035; Boso, s. 43; Gürzumar, s. 174; K,rca, s. 185.

³⁸³ Gürzumar, s. 174; K,rca, s. 186.

³⁸⁴ Boso, s. 43.

³⁸⁵ K,rca, s. 173; Sevi, s. 182; Kapanc,, s. 1035; Seliçi, s. 132; Y. 11. HD., 03.07.2006, E. 5416, K. 7900: *öFranchise sözleşme mesi sürekli bir borç ili kisi kuran bir sözleşme me türü olup, taraflar aras,nda sözleşme menin kendili inden sona ermesini gerektiren artlar belirlenmedi i taktirde taraflar,n müdahalesi olmadan sona erdirilemez. lke olarak belirsiz süreli sözleşme meler, ola an ve ola anüstü fesih yolu ile sonland,r,labilir. Buna göre, sözleşme menin sebepsiz sona erdirilmesi ola an fesih, hakl, ve önemli bir sebebe dayand,r,larak sona erdirilmesi ise ola anüstü fesih olarak adland,r,l,r.ö* (www.kazanci.com, Eri im tarihi: 11.03.2016)

Ola an fesih, belirli süreli sözleşmelerde söz konusu olmamaktadır. Bu durumun istisnası, ise sözleşme ola an feshine dair hükme açık olarak yer verilmesidir. Fakat uygulamada belirli süreli franchise sözleşmelerinde bu kayda yer verildiği pek görünmemektedir.³⁸⁶

Karşılıklı, güven ve sürekli bir borç ilişkisine dayanan franchise sözleşmelerinde ola an feshin kullanılmasında dürüstlük kuralı çerçevesinde olmalıdır.³⁸⁷ Bu nedenle ileriye dönük sonuç doğurmayan ola an fesih, irade beyanının karşılıklı tarafına ulaşması ile hemen sonuç doğurmamaktadır. Sonuç doğurması için belirli bir sürenin geçmesi (fesih süresi) gerekmekte ve böylelikle karşılıklı tarafına yeni duruma hazırlanması için süre tanımlanmaktadır.³⁸⁸ Ayrıca karşılıklı, iki tarafın menfaatinin gözetilmesi noktasında, ilişkinin devamında fesih hakkının en erken kullanılabileceği tarihe kadar eretilen fesih zamanı da söz konusudur.³⁸⁹

Fesih süresine ve fesih zamanına dair hususlar sözleşme açıkça belirtilmezse, fesih süresi ve fesih zamanı taraflar arasındaki ilişkinin özelliklerine göre belirlenmelidir. Ayrıca fesih süresi belirlenmesinde, adi ortaklık sözleşmesine ilişkin TBK m. 640/1³⁹⁰ uyarınca öngörülen altı aylık fesih süresi franchise sözleşmesine uygulanabilmektedir. Çünkü her ne kadar franchise sözleşmesi ortak bir amaç içermediği için adi ortaklık unsuru taşınmasa bile, taraflar farklı basamaklarda, farklı fonksiyonlar üstlenerek sürümünü artırmak için uğraşırlarından adi ortaklık sözleşmesine benzemektedir. Bu nedenle altı aylık fesih süresinin adi ortaklık sözleşmesinde olduğu gibi franchise sözleşmesine uygulanması mümkün olmalıdır.³⁹¹

³⁸⁶ Kapancı, s.1036; Kılıç, s. 173.

³⁸⁷ Franchise sözleşmesinin devam etmeye devam eden güvenen franchise alandan, sözleşmeyi sona erdirmeye niyetini belli etmeden vazgeçmeyi yenilemesi, makineler alınması, isteyen franchise verenin, yapılan bu yatırımların geri dönmesini sağlayacak kazanç elde edilmeden sözleşmeyi sona erdirmesi dürüstlük kuralına aykırıdır. Sözleşmenin sona ermesi ile yapılan bu yatırımlar başka bir şekilde kullanılmayacağı için franchise alanın zarara uğramasına neden olur. Kılıç, s. 179.

³⁸⁸ Seliçi, s. 150; Kılıç, s. 174.

³⁸⁹ Gürzumar, s. 171.

³⁹⁰ TBK m. 640/1: *Örtaklık, belirsiz süre için veya ortaklardan birinin ömrü boyunca sürmek üzere kurulmuşsa, ortaklardan her biri, altı ay önceden fesih bildiriminde bulunabilir.*

³⁹¹ Kurtuluş, s. 156; Kılıç, s. 178.

2.2.5.2.2. Ola anüstü Fesih

Ola anüstü fesih, belirli ya da belirsiz süreli bir sözleşle menin, vaktinden önce hakl, sebeplerin mevcut olmas, durumunda ileriye etkili olarak sona erdirilmesidir.³⁹²

Ola an fesihten farklı olarak ola anüstü fesih, belirli süreli bir sözleşle me için de söz konusudur. Ayrıca ola anüstü fesihte, fesih beyan,n,n kar , tarafa ulaşmas,yla sözleşle me sona ermektedir. Ola anüstü fesih sözleşle meye ayk,r, bir durum söz konusu oldu unda taraflardan birine sözleşle meyi sona erdirme imkân, sağlamaktadır. Ola anüstü fesih hakk,n,n sözleşle me ile taraflar,n birinin elinden alınmas, mümkün de ildir.³⁹³

Önceden de bahsedildi i gibi yo un güven ili kisine dayal, franchise sözleşle melerinde, ola anüstü feshin gerçekleştirilmesi için gerekli olan hakl, sebep tespiti dürüstlük kural, çerçevesinde yapılmas, gerekmektedir. Ayrıca sözleşle mede yer verilecek tek tarafl, fesih yetkisinin kullan,m,nda da dürüstlük kural, geçerli olacaktır.³⁹⁴

Taraflar,n sözleşle meyi sürdürmelerine dürüstlük kural,na göre imkân oldu u durumlarda ola anüstü feshe gidilmemesi gerekmektedir. Ancak taraflarca öngörülemeyen bazı sebeplerin ortaya çıkmas, veya taraflar,n birinin borçlar,n yerine getirmemesi, taraflar,n sözleşle meyi sürdürmelerini dürüstlük kural,na göre mümkün k,lmaz ise, sözleşle me ola anüstü fesih yoluyla sona erdirilebilmektedir.³⁹⁵

³⁹² güzar, s. 152; Tando an, Haluk: **ÖTek Sat,c,l,k Sözle mesiö**, BAT DER, C. XI, S. 4, Ankara, Aral,k 1982, s. 56; Seliçi, s. 157; Kapanc., s. 1038.

³⁹³ Gürzumar, s. 172.

³⁹⁴ Yarg. 19. HD., 01.03.2005, E. 7174, K. 2029: *ÖTaraflar aras,ndaki sözleşle mede franchise verenin diledi i takdirde tek tarafl, olarak sözleşle meyi sona erdirme hak ve yetkisine sahip oldu u hükme ba lanm, t,r. Daval,n,n an,lan hüküm uyar,nca herhangi bir sebep göstermeksizin sözleşle meyi tek tarafl, fesih etti i anla ,lmaktadır. Sözleşle me serbestisi uyar,nca taraflardan herhangi birine tek tarafl, olarak sözleşle meyi fesih yetkisi tan,nabilir ise de, bu yetkinin kullan,lmas, s,ras,nda TMK'da öngörülen iyiniyet kurallar,na uygun davran,lmas, gerekir. Ba ka bir deyi le hakk,n kötüye kullan,lmas,n, yasa korumaz.ö (www.kazanci.com Eri im tarihi: 12.01.2016)*

³⁹⁵ K,rca, s. 181; Gürzumar, s. 172.

Ola anüstü feshe sebep olacak durumlar hâkim taraf,ndan takdir yetkisi³⁹⁶ kullan,arak belirlenece i gibi sözleşme mede hakl, nedenlerin neler olabilece ine ili kin kay,tlara da yer verilebilmektedir.

Feshi gerekli k,lan hakl, nedenlerde, mutlaka taraflara ait kusur bulunmas, art de ildir. Kar , tarafta herhangi bir kusur bulunmamas,na ra men sözleşme ili kisine devam etmenin taraflardan beklenmesini imkân,z k,lan objektif nedenler sözleşme yi feshetmek için taraflara hakl, neden olu turur.³⁹⁷

Feshi gerekli k,lan hakl, nedenlerde taraflardan birinde kusur varsa, hâkim taraf,ndan tazminata hükmedilebilecektir.³⁹⁸ Fesheden taraf, belirli süre sözleşme lerinde belirli sürenin sonuna kadar, belirsiz süre sözleşme lerinde ilk fesih zaman,n,n sonuna kadar yoksun kalaca , kar,n tazminat,n, isteyebilecektir.³⁹⁹

³⁹⁶TMK m. 4: *ö*Kanunun takdir yetkisi tan,d, , veya durumun gereklerini ya da hakl, sebepleri göz önünde tutmay, emretti i konularda hâkim, hukuka ve hakkaniyete göre karar verir.ö

³⁹⁷ K,rca, s. 182.

³⁹⁸ TBK m. 112: *ö*Borç hiç veya gere i gibi ifa edilmezse borçlu, kendisine hiçbir kusurun yüklenemeyece ini ispat etmedikçe, alacakl,n,n bundan do an zarar,n, gidermekle yükümlüdür.ö

³⁹⁹ Seliçi, s. 121; Kapanc,, s. 1040, 1041.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FRANCHISE SÖZLEŞME İLE MARKA LİSANS SÖZLEŞMENİN KARŞILAŞTIRILMASI

3.1. Franchise Sözleşmesi ve Marka Lisans Sözleşmesinin Tarafları, Arasındaki İlişkinin Karşılaştırılması,

3.1.1. Ekonomik İlişki

Franchise sözleşmesi ve marka lisans sözleşmesi ile taraflar arasında ekonomik bir ilişki kurulmaktadır. Marka lisans sözleşmesiyle lisans veren kendine ait markanın kullanımı hakkını, lisans alanına bir bedel karşılığında vermektedir. Franchise sözleşmesiyle ise franchise verenin başta marka olmak üzere, sınıfat mülkiyet haklarını, kullanımı, satılması, franchise alan, kendi işletme ve pazarlama sisteminden faydalanarak kendi organizasyonuna entegre etmesi ve franchise alan, sürekli desteklemesi de bir bedel karşılığında olmaktadır.⁴⁰⁰

Başta marka olmak üzere, sınıfat mülkiyet haklarını, kullanımı, karşılığında bedel karşılığında lisans ve franchise sözleşmeleriyle kurulan ilişki birbirine benzemektedir. Fakat her ne kadar franchise sözleşmesinin akdedilmesinde franchise alan için olmazsa olmaz, hükmünde olan en esaslı unsur marka gibi, sınıfat mülkiyet hakkını, kullanımı, olsa da franchise verene ait daha pek çok edimler bulunduğundan, alınan bedel sadece sınıfat hakkını, kullanımı,na mahsus değildir. Franchise alanlar, giriş bedelinin yanında periyodik olarak cirolarından bir kısmını, franchise verenlere vermesi gerektiğinden, franchise verenler için sabit bir gelir söz konusu olacaktır.⁴⁰¹ Ayrıca, reklam, hammaddenin veya malzemelerin franchise verenden temin edilmesi, eğitim ve muhasebe hizmetleri karşılığında alınacak ücretler de franchise verenin gelirleri

⁴⁰⁰ Ula, s. 91.

⁴⁰¹ Sarısoy, s. 40.

arasındadır.⁴⁰² Franchise verenin gelirlerinin çeşitliliği sebebiyle franchise sözleşmelerinin tarafları, arasındaki ekonomik ilişki marka lisans sözleşmelerine göre farklı bir boyut kazanmaktadır.

Ayrıca hem franchise hem de marka lisans sözleşmesiyle kurulan ilişkiler markanın yeni pazarlara girmesine ve yayılmasına imkân sağlamaktadır. Çünkü bir veya birkaç işletmesi olan marka sahibi, ubeler açma veya ürünlerinin dağıtımını, bizzat sağlamadaki güçlükler sebebiyle bazı pazarlara hiç bir zaman girememektedir. Uzakta olan bölgeler, reklamın ulaşamadığı alanlar, kendi içine kapalı gruplar, buna örnektir. Bu pazarlarda diğer söz konusu ürün veya hizmete ihtiyaç varsa, marka sahibinin girmemesi halinde mutlak surette bir bakışta, girecek, hatta onu taklit edecektir.⁴⁰³ Ayrıca bazı marka sahipleri markalarını tescilli oldukları sürece, tamamen kendi mal veya hizmetlerinde faaliyet göstermemektedir. Faaliyet göstermediği alanlarda markasını, de erlendirmesi lisans vermekle olmaktadır. Bu bakımdan, franchise ve lisans verilmesi markanın taklidini önlemekle birlikte daha geniş alanlarda ve mal ve/veya hizmetlerde markayı kullanmak gibi bazı ekonomik avantajlar sağlamaktadır.

Franchise ve marka lisans, verilmesi sayesinde, markanın kullanılması, geniş bir alanda gerçekleştirilenden, marka geniş bir tüketici kitlesi nezdinde tanınmış, ilgiyle edilecektir. Marka imajı, franchisingde olduğu gibi zincir işletmelerle veya lisansla olduğu gibi markanın kullanılmasıyla yaygınlaşarak, güçlenmektedir.⁴⁰⁴ Kullanılması ve tanınması, ilgi artması ile birlikte markanın ekonomik değerinin artması, da gerçekleştirilecektir.

Bir firmanın ubeleri görünümündeki franchise alan işletmeler birbirlerinin başarıları, veya başarısızlıklarından etkilenmektedir. Birinin yapacağı olumsuz davranışlar diğer işletmelerin satışlarını düşmesine ve bazen de işletmelerin zarar etmesine yol açmaktadır. Diğer bir tabirle, franchise alanlar franchising sistemine entegre olduklarından franchise alanlar ve verenler hep birlikte olabilecek risklerden

⁴⁰² Topçuoğlu, s. 117; Kırca, s. 31.

⁴⁰³ <http://www.franchiseturkey.com> (Erişim tarihi: 31.01.2016)

⁴⁰⁴ <http://www.franchise.com.tr> (Erişim tarihi: 31.01.2016)

sorumludur.⁴⁰⁵ Franchisingdeki kadar olmasa da benzer bir etkilenme lisans veren ve alanlar arasında da söz konusu olmaktadır. Lisans alan bir işletmenin başarısı, veya başarısızlığı, marka sahibini ve varsa diğer lisans alanları etkileyecektir. Ayrıca kullanılan marka hakkında çıkan kötü bir söylenti ve markanın imajına gelecek bir zarar aynı şekilde belirtilen sonuçları doğuracaktır.⁴⁰⁶

3.1.2. Yönetimsel İlişki

Franchise sözleşmesinde taraflar arasındaki yönetimsel ilişkiye ilişkin akdedilen sözleşmede birçok hüküm kararlaştırılmaktadır. Genel itibarıyla bu hükümlerde franchise verenin franchise alanı yönetimi bakımından yardımcı olması düzenlenmektedir. Bu yardımcı pazar araştırması, yer seçimi, yerleşiminin planlanması, lease görüşmeleri, yöneticiler ve personel için eğitim programları, hazırlanması, reklam ve genel faaliyet bilgilerini içermektedir. Franchise alan ürünlerin fiyatları, çalınma saatleri, malazatları, stok seviyeleri, personel muhasebe sistemleri gibi hususlara ilişkin kontrol ve düzenleme yapılmaması kabul edilmektedir.⁴⁰⁷ Franchise ilişkisinde her ne kadar taraflar hukuken bağımsız olsa da yönetimsel ilişki açısından taraflar bağımsız değildir. Sistemin sahibi olan franchise verenin yönetimi, kontrolü ve son söz söyleme yetkisini elinde tutmaktadır. Bu ilişki, ilişki kiden dolayı, franchise alanların gerçek bir girişimci olup olmadıkları, na dair doktrinde tereddütler vardır.⁴⁰⁸

Franchisingdeki yönetimsel ilişki kiden farklı olarak marka lisans sözleşmeleriyle kurulan ilişkilerde marka sahibinin ayrılmaz, hissettirdiği yönetimsel bir ilişki mevcut değildir. Fakat MarkaKHK'nın m. 21/VII bendinde *ö Marka sahibi, talimatlarıyla uygunluk içinde lisans alan tarafından üretilen mal, veya sunulan hizmetlerin kalitesini garanti edecek önlemleri alır.* ö hükmü yer almaktadır. Bu nedenle marka sahibi lisans verdiği markanın kullanıldığında, ürünün kalitesini belli bir seviyede tutmak

⁴⁰⁵ Torun, s. 29; Ula, s. 111.

⁴⁰⁶ Birdo an, s. 303.

⁴⁰⁷ Ula, s. 100.

⁴⁰⁸ Ayrıntılı bilgi için bkz. Ula, Dilber (Girişimcilik) : **ö Franchising Sisteminin Girişimcilik Açısından Değerlendirilmesi**, Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 8/3 (2006), s. 133-143.

amacıyla baz, kontrol mekanizmaların, işletmek ve standartlar tesis etmek gibi yönetsel müdahaleye başvurmakta.

Bu bağlamda, her iki sözleşmeyle kurulan ilişkilerde marka hakkı, sahiplerinin kontrol ve talimat hakkı, bulunmakla⁴⁰⁹ birlikte lisans sözleşmesinde lisans verene sözleşme tanınan talimat ve denetim yetkileri, franchise verenin, franchise alan karışımında sahip olduğu (ve esas itibarıyla detaylı bir şekilde organize edilmiş olan sistem bütünlüğünün korunmasına yönelik) talimat ve denetim yetkilerine nazaran çok daha sınırlıdır.⁴¹⁰ Mesela franchise veren sadece mal ve/veya hizmet kalitesini denetleme hakkına sahip olmayıp ayrıca franchise alanın işletmesinin iç ve dış görünümünü, işletme idaresini, personelin giyim-kıyafetleri de kontrol hakkına sahiptir.⁴¹¹ Aynı zamanda franchise alan, franchise verene kontrole konu hususlarla ilgili sürekli bilgi vermesi söz konusu iken lisans alan için böyle bir durum söz konusu değildir.⁴¹² Öte yandan, marka lisans ve franchise sözleşmeleri sürekli bir borç ilişkisine sahip sözleşmeler olduğundan, taraflar arasında bir güven ilişkisi ve amaç birlikteliği söz konusudur. Amaç birlikteliğinin gerçekleşmesi için taraflar arasında tabiiyet ve işbirliği kaçınılmazdır.

3.2. Franchise Sözleşmesinin ve Marka Lisans Sözleşmesinin Hukuki Niteliği, Unsurları, İçeriğinin ve Bu Sözleşmelere Uygulanacak Hükümlerin Karşılaştırılması,

3.2.1. Franchise Sözleşmesinin ve Marka Lisans Sözleşmesinin Hukuki Niteliğinin Karşılaştırılması,

Franchise sözleşmesi ile ilgili TBK ve diğer kanunlarda herhangi bir düzenleme bulunmadığından franchise sözleşmesi isimsiz sözleşme olarak nitelendirilmektedir. Doktrinde franchise sözleşmesinin isimsiz sözleşmelerden kendine özgü sözleşme

⁴⁰⁹ Başbakanlar, s. 144.

⁴¹⁰ Gürzumar, s. 25-26; Karaca, s. 70-71; Başbakanlar, s. 145.

⁴¹¹ Boso, s. 33.

⁴¹² Torun, s. 28.

niteli i ta ,d, ,na dair görü ler⁴¹³ bulunmakla birlikte karma sözleşme niteli i ta ,d, ,na dair görü ler⁴¹⁴ a ,rl,k kazanmaktadır.

Marka lisans sözleşme sine ili kin de benzer bir durum söz konusudur. Her ne kadar marka lisans sözleşme sine ili kin olarak MarkaKHK'da baz, hükümlere yer verilmiş de marka lisans sözleşme sine tüm unsurlar,yla kanunda düzenlenmiş bir sözleşme de ildir. İlgili düzenlemeler marka lisans sözleşme sine kanunda düzenlenmiş isimli bir sözleşme olarak kabul edilmesi için yeterli de ildir.⁴¹⁵ Bu nedenle doktrinde, lisans sözleşme sine isimli sözleşme sine olarak nitelendirilmesi görü ü a ,rl,k kazanmaktadır.⁴¹⁶

Lisans sözleşme sine isimli sözleşme sine den karma sözleşme niteli i ta ,d, ,na dair görü ler⁴¹⁷ bulunmakla birlikte kendine özgü (sui generis) sözleşme niteli i ta ,d, ,na dair görü ler⁴¹⁸ a ,rl,k kazanmaktadır. Bu nedenle lisans sözleşme sine hukuki niteli ine dair doktrinde görü birli i bulunmamaktadır.⁴¹⁹

Kanaatimizce franchise sözleşme sine karma sözleşme niteli ini ta ,makta, lisans sözleşme sine ise kendine özgü (sui generis) sözleşme niteli ini ta ,maktadır. Bu nedenle, franchise sözleşme sine ve lisans sözleşme sine hukuki niteli i aç,s,ndan bir farklılık söz konusudur.

⁴¹³ Durukan, s. 122; Saatçio lu, Onur Can:öFranchising İletmelerinin Ba ,ms,zl,k Unsuru Aç,s,ndan ncelenmesiö, s. 1 (www.hukuk.gen.tr Eri im tarihi 26.04.2016); Öztürk, s. 475; Aydo du, s. 6.

⁴¹⁴ Gürzumar, s. 18; K,rca, Franchise, s. 61; Akyol, s. 8; Güçer, Sülün: **Avrupa Toplulu u ve Türk Hukukunda Franchising Sözle meleri Rekabet Hukuku li kisi**, Doktora Tezi, Ankara 2008, s. 72; Tuncer, Selahattin: **öHukuki Aç,dan Franchising, Selahattin Sulhi Tekinayön Hat,ras,na Arma anö**, stanbul 1999, s. 624.

⁴¹⁵ Oktay, s. 264; Muratullar,, Harun: **öMarka Lisans, ve Patent Lisans, Sözle melerinin Mukayesesiö**, Legal Fikri ve S,naî Haklar Dergisi, Y.2013, C.9, S.33, s. 57.

⁴¹⁶ Oktay Özdemir, s. 140; Yasaman, s. 741; Ünal, s.156; Ongan, s.37; Özel, s. 112,Ortan, s. 22; bu görü e kat,lmayan Arkan, MarkaKHK ve ilgili yönetmelikte marka lisans sözleşme sine sinin esaslı noktalar,nda ayrıntılı, açıklamalarda bulunuldu unu ifade ederek marka lisans sözleşme sine sinin isimli bir sözleşme olmad, n, ileri sürmektedir. Arkan, s.191; ayn, görü için bkz. Sarg,n, Fügen: **Milletleraras, Unsurlu Patent ve Ticari Marka Lisans, Sözle melerine Uygulanacak Hukuk**, Ankara 2002, s.165-166, dn. 45.

⁴¹⁷ Tekinalp, s. 435; Y,lmaz, s. 50; Özye il, s. 16.

⁴¹⁸ Özel, s. 112; Ongan, s. 39; Aydınç,k, s. 73.

⁴¹⁹ Ongan, s. 38.

3.2.2. Franchise Sözleşmesinin ve Lisans Sözleşmesinin Unsurları, Karşılaştırılması,

Franchise sözleşmesi ve lisans sözleşmesinde, başta marka olmak üzere fikri ve sınai unsurlar üzerindeki haklardan yararlanmaya konu olmaları, ve her iki sözleşmede de tarafların başlıca birer tacir olması, gibi hususlar açısından birbirine benzemektedir. Fakat lisans sözleşmesinde lisans veren sadece markadan yararlanmay, sağlamakla yükümlü iken franchise verenin yükümlülükleri sistemi geliştirmek, malların reklamını yapmak ve franchise alanı korumak gibi hususlar, içerecek şekilde daha geniştir.⁴²⁰ Diğer taraftan her franchise sözleşmesinin içeriğinde marka lisans sözleşmesinin kesin olarak var olduğunu söylenememektedir. Bunun için somut olayda marka hakkının tükenip tükenmemesi marka lisansının tespitinde başvurulacak kriterdir. Eğer franchise alan, sürümünü yaptı, malları, markayla üretilen ticarete konu olduktan sonra elde ediyorsa, bu durumda malları, satmak ve/veya almak için marka lisansına ihtiyaç yoktur.⁴²¹ Fakat marka hakkı tükenmeden (MarkaHKK m. 13) yapılacak satış durumunda, franchise alanın marka lisansına sahip olması gerekmektedir.⁴²²

Franchise sözleşmesi ve marka lisans sözleşmesine ait farklılık arz eden başka bir husus, sisteme entegre olup olunmamasıdır. Marka lisans sözleşmesinde, lisans alanın da sistemine entegre olmamakla beraber sürümü desteklemesi de gerekmemektedir.⁴²³

Franchise sözleşmesi ve marka lisans sözleşmesine ait diğer ortak bir husus, bu sözleşmelerin süreklilik arz etmesidir. Her ne kadar marka lisans sözleşmesinde lisans alanın bedel ödeme edimi bazen sözleşmenin başında tek seferde yerine getirilse bile lisans sözleşmesinin edimlerinden olan markanın kullanım hakkı, sözleşme boyunca devam etmektedir.⁴²⁴ Aynı şekilde franchise sözleşmesinde

⁴²⁰ Koca, s. 70; Çiçekçi, s. 21-22; Başlar, s. 145.

⁴²¹ Gürzumar, s. 98,105; Çiçekçi, s. 22; Başlar, s. 145.

⁴²² Çiçekçi, s. 22; Başlar, s. 145.

⁴²³ Boso, s. 33.

⁴²⁴ Altınok Orman, s. 64; Oktay Özdemir, s. 30; Gürzumar, s. 91; Başlar, s. 56; Başlar, s. 135; Çiçekçi, s. 18; Ongan, s.17.

franchise alan,n, sürümü art,rma edimi; franchise verenin ise franchise alana sürekli yardım etme, s,naî haklar,n, kulland,rma, tavsiyelerde bulunma edimleri sözleşme boyunca devam eden ve sürekli olan edimlerdir.⁴²⁵ K,sacas, franchise ve lisans sözleşmeleri edimlerin tek seferde yerine getirildiği ve alacaklı,n,n menfaatinin tek seferde gerçekleştirildiği ani edimli borç ilişkisi sözleşmeler olmayıp, sürekli edimli borç ilişkisi sözleşmelerdir.

Marka lisans sözleşmeleri incelendiğinde bedel ödeme, markanın kullanımı hakkı,n,n sağlanması, gibi her iki tarafa ait edimler olduğu görülmektedir.⁴²⁶ Aynı şekilde franchise sözleşmesi incelendiğinde de franchise verenin kendine ait s,naî unsurlar,n kullanımı,n, sağlama, franchise alan, destekleme, franchise alana eğitim verme ve onu işletme ve pazarlama organizasyonuna dâhil etme gibi edimlerle beraber franchise alan,n bedel ödeme, sürümü art,rma edimleri gibi her iki tarafa ait edimler olduğu görülmektedir.⁴²⁷ Bu nedenle hem lisans sözleşmesi hem de franchise sözleşmesi her iki tarafa borç yükleyen bir sözleşme dir.

Franchise sözleşmesi ve marka lisans sözleşmesinin hukuki niteliğine dair belirtilecek diğer bir husus çerçeve sözleşme niteliğine dairdir. Franchise sözleşmesi, taraflar arasındaki hukuki ilişkiyi doğan hak ve yükümlülüklerinin temelini teşkil eden bir çerçeve sözleşme niteliğindedir.⁴²⁸ Her iki taraflar arasında mallar,n teslimi, hammaddelerin temini ve eğitim esasları, gibi yükümlülüklerin ayrıntılı,n, düzenleyen birçok tamamlayıcı, sözleşmeler akdedilmesi gerekmektedir. Marka lisans sözleşmesinin esas unsuru lisans verenin marka kullanımı hakkı,n,n sağlanması, olduğundan franchise sözleşmesinin aksine olarak marka lisans sözleşmesi sonradan akdedilecek tamamlayıcı, sözleşmelere gereksinim göstermemektedir.

Lisans sözleşmesinde lisans verene s,k s,k talimat ve denetim yetkilerinin, franchise verenin, franchise alan karışık,nda sahip olduğu talimat ve denetim yetkilerine nazaran çok daha s,n,rl, olmaktadır.⁴²⁹

⁴²⁵ Kuntalp, s.121-123; Tandoğan (Borçlar Hukuku), s. 73.

⁴²⁶ Başlar, s. 134; Ongan, s. 17.

⁴²⁷ Durukan, s. 122; Sarısoy, s. 8.

⁴²⁸ Kırca, s. 22; Saban, s. 38; Durukan, s. 138-139; Aydın, s. 8; Boso, s. 13.

⁴²⁹ Gürzumar, s.25-26; Kırca, s.70-71; Başlar, s. 145.

Franchise sözleşmesi ve lisans sözleşmesindeki hükümlerin belirlenmesi açısından, bir fark söz konusudur. Zira lisans sözleşmesinde taraflar anlaşma öncesinde en iyi şartları oluşturmak için birlikte çalışırken, franchise sözleşmesinde franchise veren taraftan belirlenmiş genel ilkeler söz konusudur ve franchise alan sözleşmeye herhangi bir katkı sunmadan bu şartlara uyum sağlamalıdır.⁴³⁰

Franchise sözleşmesinde, mal ve hizmetin sürümü benzer görünümlerdeki işletmelerde aynı imaj ve marka altında dikey bir şekilde cereyan eden bir birliktelik ile gerçekleştirilmektedir. Oysaki lisans sözleşmelerinde bu şekilde bir birliktelik bulunmamaktadır.⁴³¹

Sonuç olarak franchise sözleşmeleri, lisans unsurunu da içine alan daha geniş haklar ve yükümlülükler demeti olarak karşımıza çıkmaktadır.⁴³²

3.2.3. Franchise Sözleşmesinin ve Lisans Sözleşmesinin Eki Yönünden Karşılaştırılması,

Borçlar hukukunda ekil serbestisi ilkesi geçerli olduğundan, kanunda özel olarak öngörülmedikçe sözleşmelerin geçerliliği için belirli bir şekilde yapılması gerekmez.⁴³³ Bu nedenle kanunda düzenlenmemiş bir sözleşme olan franchise sözleşmesi kural olarak belirli bir şekilde yapılması gerekmez. Buna karşılık MarkaKHK m. 15'te yer alan *“Tescilli bir marka üzerindeki sa lararas, i lemler yazılı, ekli tabidir.”* hükmünden de anlaşılacağı üzere marka lisans sözleşmeleri için yazılı ekil şartı söz konusudur.

Lisans sözleşmelerinin yazılı yapılmasına dair MarkaKHK'nın 15/2 maddesi ile Patent Haklarının Korunması Hakkında KHK'nın 86/2 maddesi göz önünde

⁴³⁰ Camcıoğlu, Ömer: **Marka Davaları**, İstanbul 1999, s. 69; Torun, s. 28.

⁴³¹ Öztürk, s. 478; Koca, s. 84.

⁴³² Özel, s. 128; Saban, s. 8; Koca, s. 84-85; Başlar, s. 145.

⁴³³ Yavuz, s. 5.

bulunduruldu unda s,naî haklara ili kin unsurlar, ta ,yan franchise sözleşme mesinin yaz,l, ekilde yap,lmas,n,n gerekli olup olmad, , hususu ortaya ç,kmaktad,r.

K,rca, franchise sözleşme mesinin esasl, unsurlar, olan s,naî haklara ili kin unsurlar,n franchise sözleşme mesinde düzenlendi inden, bunlara ili kin kullan,m hakk,n,n do mas, için sözleşme mesinin yaz,l, yap,lmas, gerekti i görü ündedir. Aksi takdirde sözleşme mesinin geçerli olmayaca ,n, savunmaktad,r. K,rca, marka ve patent lisans,na ili kin sözleşme mesinin franchise sözleşme mesinden ba ,ms,z bir sözleşme olmamas,, bu sözleşme melere ait edimlerin franchise sözleşme mesinin bir unsurunu olu turmas, ve hatta bu unsurlar olmaks,z,n taraflar,n bu sözleşme meyi yapmayacak olmalar, gibi sebepleri görü üne dayanak göstermektedir.⁴³⁴ Buna kar ,n, bizim de görü üne kat,ld, ,m,z Gürzumar, franchise sözleşme mesi çerçeve sözleşme oldu u için tescilli marka ve patent haklar,na ili kin i lemler için öngörülen ekle uygun yap,lmad, , takdirde bütün franchise sözleşme mesi geçersiz olmayaca , görü ünü savunmaktad,r. Söz konusu durumda franchise sözleşme mesi geçerli olacak fakat franchise alan ilgili marka veya patent üzerinde henüz bir kullan,m hakk,na sahip olmayacakt,r. Taraflar aras,nda ilgili s,naî haklar,n,n kullan,m,na ili kin tamamlay,c, yaz,l, bir sözleşme yap,lmas, gerekmektedir.⁴³⁵

3.2.4. Franchise Sözleşme sine ve Marka Lisans Sözleşme sine Uygulanacak Hükümlere li kin Yöntem Yönünden Kar ,la t,r,lmas,

Çal, mam,z,n önceki bölümlerinde anlat,ld, , üzere marka lisans sözleşme mesi için doktrinde a ,rl,k kazanm, görü marka lisans sözleşme mesinin kendine özgü sözleşme me olarak kabul edilmesidir. Kendine özgü sözleşme me sözleşme melere iyiniyet kurallar, ve i lerde yayg,n teamüller yan,nda hâkimin hukuk kural, koymas, ve k,yas yöntemi uygulanmas, yerinde olacakt,r. Franchise sözleşme mesi için doktrindeki a ,rl,kl, görü ise karma sözleşme me niteli i ta ,d, ,d,r. Karma sözleşme melere uygulanmas, gereken hükümlere ili kin doktrinde a ,rl,k kazanan yöntem k,yas görü üdür.

⁴³⁴ K,rca, s. 35.

⁴³⁵ Gürzumar, s. 31.

Doktrinde a rlık kazanan görü ler kabul edildi i takdirde franchise ve lisans sözleşme mesine uygulanacak hükümlerin belirlenmesindeki yöntem aç,s,ndan bir fark bulunmamaktadır. Çünkü karma sözleşme ile kin k,yas görü ü tatbik edildi i takdirde kendine özgü sözleşme ile karma sözleşme uygulanacak hükümlerin belirlenmesindeki yöntem ayn, olmaktadır.⁴³⁶ Fakat karma sözleşme ile kin so urma ve birle tirme görü ü kabul edildi i takdirde, uygulanacak hükümlerin belirlenmesindeki yöntem aç,s,ndan karma sözleşme ile kendine özgü sözleşme farklı, gösteren, franchise ve lisans sözleşmeleri için uygulanacak hükümlerin belirlenmesindeki yöntem ayr, olmaktadır.⁴³⁷

Ayr,ca franchise sözleşmelerine uygulanacak hükümlere dair belirtilecek di er bir husus ise franchise sözleşmeleri, lisans unsurunu da içinde bar,nd,ran daha geni haklar ve yükümlülükler sahip oldu undan, lisans sözleşmesi için uygulamada ve ö retide kabul edilmi hükümler, franchise sözleşmesine somut olay ve taraflar,n menfaati dikkate al,narak k,yasen uygulanmal,d,r.⁴³⁸

3.3. Franchise Sözleşmenin ve Marka Lisans Sözleşmenin Taraflar,n,n Yükümlülüklerinin Kar ,la t,r,lmas,

Franchise sözleşmesinde lisans sözleşmesine ili kin unsurlar,n bulunmas, sebebiyle franchise veren için lisans verenin yükümlülükleri hemen hemen ayn, içerikte söz konusudur. Ayn, ekilde franchise alan için de lisans alan,n yükümlülükleri hemen hemen ayn, içerikte söz konusudur. Bununla birlikte hem franchise veren için hem de franchise alan için lisans veren ve lisans alan için söz konusu olmayan birtak,m yükümlülükler de bulunmaktadır.

3.3.1. Franchise Veren ve Lisans Veren Ortak Yükümlülüklerinin Kar ,la t,r,lmas,

⁴³⁶ Bkz. Bölüm 1.7.3.2.

⁴³⁷ K,rca, s. 60; bkz. Ayn, görü için bkz: Gürzumar, s. 20, dn: 126.

⁴³⁸ K,rca, s. 71; Özel, s. 128; Ba lar, s. 146.

3.3.1.1. Fikri ve S,naî Unsurlar, Kulland,rma Yükümlülü ü

Lisans sözleşmelerinde lisans verenin fikri ve s,naî unsurlar,n kullan,m,na ili kin asli yükümlülü ü marka gibi tek bir s,naî unsurun kullan,m hakk,n,n sa lanmas, iken franchise sözleşmelerinde franchise verenin asli yükümlülü ü sadece marka gibi tek bir s,naî unsurun kullan,m hakk,n,n sa lanmas, ile s,n,rl, olmay,p birden çok fikri ve s,naî unsurlar,n kullan,m hakk,n,n üçüncü ki ilere b,rak,lmas, söz konusudur. Franchise verenin kendisine ait üretim, i letme ve pazarlama sistemi⁴³⁹ ile birlikte, bu sisteme ait s,naî unsurlar, (patent, marka, i letme ad,, ticaret unvan,, know-how, mal veya hizmetleri tan,t,c, di er unsurlar, teknik bilgi ve beceri) franchise alana kulland,rma yükümlülü ü mevcuttur.⁴⁴⁰

Franchise verenin lisans verene k,yasla fikri ve s,naî haklara ili kin yükümlülü ünün çe itlili i, franchise alan,n franchise sistemine en üst düzeyde entegre olmas, ve pazarda mü teri gözünde bir birlik olu turan i letmeler bütünüünün bir parças, olmas, gibi hususlardan kaynaklanmaktadır.⁴⁴¹ Bu nedenle lisans sözleşmesinden farklı olarak, mal ve hizmetin sürümü ve da ,t,m, için gerekli tüm bilgi ve tavsiyeler ile birlikte s,naî haklar, üretim, pazarlama ve i letme sistemine ait unsurlar⁴⁴² sözleşmenin kar , taraf, olan franchise alana sa lanmas, gerekmektedir.

Marka lisans sözleşmesinde lisans verenin sistemine entegre olunmas, söz konusu olmad, ,ndan, lisans verenin asli yükümlülü ü sözleşme artlar, çerçevesinde markan,n kullan,m hakk,n,n sa lanmas,d,r. Bununla birlikte marka lisans sözleşmelerinde, ayn, markay, ta ,yan mallarda birlik ve ayn, marka ile sunulan mal ve/veya hizmetin kalitesinin korunmas, için lisans verenin gerekli bilgileri lisans

⁴³⁹ letmenin üretti i ürün çe itleri, kullan,lan üretim yöntemi ve standard,, üretimde kullan,lan hammadde, makine ve ekipman,n sat,n al,nd, , yer, i letmenin yönetim, personel, pazarlama, reklam, promosyon, muhasebe ve finans konular,nda izledi i stratejiler, i letmenin üretim, i letme ve pazarlama sistemini olu turur. (Durukan, s. 61-62.)

⁴⁴⁰ Gürzumar, s. 90; Aydo du, s. 9; K,rca, s. 113-114; Sevi, s. 167; Topçuo lu, s.118-119; Ongan, s. 79.

⁴⁴¹ Gürzumar, s. 11; Boso, s. 40.

⁴⁴² Üretilen ürünün ekli ve ambalaj,n,n nas,l olaca ,, mü terilere sunulu ekli, mü terilerin kolayca tan,mas,n, sa layacak i aret, amblem ve kutulama ekli, fiyat listesi, i letmenin yerle im ekli ve düzeni, renkler, personelin k,yafeti, hizmeti tan,t,c, söz, i aret ve amblemler üretim, i letme ve pazarlama sistemini olu turan unsurlard,r. (Durukan, s. 61-62.)

alana temin etme gibi bir yan yükümlülüğü de mevcuttur.⁴⁴³ Bu yan yükümlülüğüün yerine getirilmesi, markanın tüketici nezdinde itibarın zarar görmesini önleyeceğinden lisans alan kadar lisans verenin de faydasıdır. Fakat lisans verenin gerekli bilgileri lisans alana vermemesi durumunda bile, yükümlülüğüün kaynağı, kanun olduğından lisans alanın kalitesinin korunması ile ilgili yükümlülüğüü mevcuttur.⁴⁴⁴

Franchise sözleşmesinde, franchise verenin kendine ait her türlü fikri ve sınai haklardan franchise alanı yararlandırarak, kararlaştırılabilir. Sözleşmede fikri ve sınai haklardan yararlandırılmamasına ilişkin bir kayıt bulunmasa bile, mal veya hizmetin sürümünün gerçekleştirilmesi için gerekli olan fikri ve sınai haklardan yararlandırılmasına yükümlülüğüünün varlığı, kabul edilmelidir.⁴⁴⁵ Ayrıca bu yükümlülüğüün bir uzantısı olarak franchise verenin, sözleşmenin yapılmasından sonra kendi üretim, işletme ve pazarlama sistemine dâhil ettiği yeni fikri ve sınai unsurları da -artılar, gerçekleştirilmesini yararlandırılmasına yükümlülüğüünün varlığı, söz konusudur.⁴⁴⁶

Franchise sözleşmesi ve lisans sözleşmesinin asli unsuru olan fikri ve sınai hakların sözleşmenin karşı tarafına kullanılması, yükümlülüğüünün bir yönü, hak sahiplerinin sözleşmenin karşı taraflarına bu hakların kullanılmamasıdır.⁴⁴⁷ Bu yükümlülüğüün diğer bir yönü ise, sözleşmede açıkça kararlaştırılmamış olsa bile sözleşme ile kişi süresince, sözleşmenin karşı tarafının kullanılmaması sunulan fikri ve sınai unsurların devamlı ve fiili ve hukuki anlamda sağlanmasıdır.⁴⁴⁸ Bu nedenle franchise sözleşmesine ve lisans sözleşmesine konu olan markanın kullanım hakkının sözleşmenin karşı taraflarına sağlanabilmesi için hukuken geçerli bir marka hakkının varlığına garanti edilmesi, markanın koruma süresinin sona ermesine karşı, yenileme talebinde bulunulması, marka hakkından vazgeçilmemesi ve üçüncü

⁴⁴³ Lisans verenin kalitenin korunmamasına ilişkin dava açma hakkı, ona aynı zamanda lisans alana kalitenin korunması için gerekli bilgileri verme borcunu da yükler. (Oktay Özdemir, s. 143); Lisans veren, lisans alanın kalite yükümlülüğüüne ilişkin olarak kontrol yükümlülüğüünü yerine getirmez ise, bu sebepten ötürü tüketicinin uğrayacağı zarardan haksız fiil hükümlerine göre sorumlu olacaktır. (Arkan, C.II, s. 195)

⁴⁴⁴ Ongan, s. 76.

⁴⁴⁵ Torun, s. 38.

⁴⁴⁶ Gürzumar, s. 11; Kırca, s. 114.

⁴⁴⁷ Oktay Özdemir, s. 142.

⁴⁴⁸ Gürzumar, s. 11; Kırca, s. 114.

ki ilerin hak iddias,na kar , sözleşmenin kar , taraflar,n,n korunmas, gibi alt yükümlülükler yerine gerilmelidir.⁴⁴⁹ Marka hakk,n,n kullan,r,ımas, yükümlülü ü ile ilgili hususlar gelecek bölümlerde ayr,nt,l, incelenecektir. Ayr,ca franchise veren için marka ile birlikte franchise alan,n kullan,m,na sundu u di er s,naî haklar için de de inilecek hususlar söz konusu olmaktadır.

3.3.1.1.1. Marka Hakk,n,n Varlı ,na İlişkin Garanti Yükümlülü ü

Franchise ve marka lisans sözleşmelerinin en önemli unsuru olan markan,n kullan,m hakk,n,n sözleşmenin kar , taraf,na sağlanabilmesi için hukuken geçerli bir markan,n mevcut olmas, gerekmektedir. Franchise sözleşmesi ve marka lisans sözleşmesinin akdedilmesiyle markan,n geçerli oldu u ve geçerli kalaca , garanti edilme yükümlülü ü söz konusu olmaktadır. Bu yükümlülükten söz edebilmek için sözleşmeye buna ilişkin herhangi bir hüküm konmas,na gerek yoktur.⁴⁵⁰

Çal, mam,z,n marka lisans sözleşmeleriyle ilgili bölümünde de inildi i gibi, kanun koyucu markada oldu u gibi s,naî mülkiyete ilişkin gayri maddi haklara ilişkin düzenlemelerde (patent, faydal, model, endüstriyel tasar,m) tescil için başvurunun yapıl,m, olmak kayd, ile henüz tescil i lemi gerçekleştirilmeden lisans sözleşmesi yapıl,mas,na imkân vermektedir. Fakat lisans verenin sözleşmenin yapıl,mas, s,ras,nda tescil talebinin reddedileceğine ilişkin ciddi engellerin bulunduğu konusunda bilgi sahibi olmas,na rağmen lisans alan, haberdar etmemesi durumunda, aksine bir hüküm sözleşmeye yer alm,ıyor ise lisans verenin sorumlulu u söz konusu olacaktır.⁴⁵¹ Aynı, sorumluluk franchise veren için de söz konusudur.

Marka kullan,m hakk,n,n sağlanmas,na engel olacak ikinci bir durum ise markan,n ekli varlı ,na yani tescilli bir markaya rağmen maddi hukuk aç,s,ndan mevcut olmamas,d,r. Franchise ve lisans sözleşmesine konu gayri maddi hak olan marka

⁴⁴⁹ Ancak franchise ve lisans veren bu sorumluluklar,n, yerine getirmeyip sözleşmenin esaslı, unsuru olan markan,n kullan,m, olmadan sözleşmenin devam, imkân,s,z hale geldi i takdirde, franchise alan ve lisans alan için haklı, fesih sebebi ortaya çı,kmaktadır. (Torun, s. 39)

⁴⁵⁰ Ongan, s. 83; Oktay Özdemir, s. 103.

⁴⁵¹ Ba lar, Yusuf (Lisans): **Marka Lisans Sözleşmeleri**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, K,r,kkale 2008, s. 65.

sicile tescil edilmi tir, fakat sicildeki tescil gerçe i yans,tmamakta olup bünyesinde hükümsüzlük sebebini ta ,maktad,r. Bu sebepten markan,n hükümsüzlü üne⁴⁵² hükmedilmesi durumunda, markan,n kullan,m hakk,n, sa lama yükümlülü ü gerçekle medi inden veya sürdürülemedi inden franchise veren ve lisans veren için somut olaya ba l, olarak çe itli hukuki sorumluluklar ortaya ç,kacakt,r.⁴⁵³

3.3.1.1.2. Marka Hakk,ndan Vazgeçmeme

Marka hakk,ndan vazgeçme, marka sahibinin koruma süresi dolmadan önce kendi iste iyle markan,n tescilli oldu u mallar,n ve/veya hizmetlerin tamam,ndan veya bir k,sm,ndan vazgeçebilmesidir. Marka hakk,ndan vazgeçme i lemi TPEøye yaz,l, olan bir beyan ile gerçekle ir ve kural olarak marka sahibinin bu beyanda bulunarak hakk,ndan vazgeçmesi her zaman mümkündür.(MarkaKHK m.46)

Ayr,ca kararnamenin ayn, maddesinde sicile kaydedilmi lisans,n varl, , halinde lisans sahiplerinin marka hakk,ndan vazgeçemeyece i hükmü mevcuttur. Bu sayede, sicile kay,tl, lisanslarda lisans verenin lisans alana kar , bu yükümlülü ü ihlal etmesi önlenmektedir. Fakat sicile kay,tl, olmayan lisans sözleşmesi için bu yükümlülü ün ihlal edilmemesine ili kin herhangi bir düzenleme MarkaKHKø da yer almad, ,ndan sözleşme konulacak bir hüküm lisans alan ve franchise alan gibi sözleşmenin kar , taraf,n,n kendini güvence alt,na almas, aç,s,ndan önemlidir. Özellikle bu husus franchise sözleşmesinin lisans unsurlar,n, içermesine ra men sicile herhangi bir kayd, gerçekle medi inden, franchise alan,n marka hakk,n,n kullan,m,n,n kesintiye u ramamas, aç,s,ndan önemlidir.

⁴⁵² MarkaKHKøde bünyesinde hükümsüzlük nedeni bar,nd,ran markan,n tescil edilmesine engel olmak için birtak,m artlar öngörölmü tür. Buna göre, markan,n tesciline izin verilebilmesi için MarkaKHKø,n 7. ve 8. maddelerinde belirtilen mutlak ve nispi ret sebeplerinden birinin mevcut olmamas, gerekmektedir. Ayr,ca bu nedenlerden birinin bulunmas, halinde ilgililere itiraz hakk, tan,nm, t,r. İlgili ah,slar markan,n tesciline süresi içinde itirazda bulunarak engel olabilirler. Ancak baz, hallerde engel durumlar,n varl, ,na ra men markan,n tescil i lemi gerçekle ir. te bu gibi hallerde MarkaKHKø,n 42. maddesine göre engel durumun varl, ,na ra men tescil edilen markalar hükümsüz say,lacakt,r. Markan,n hükümsüzlü üne yetkili mahkeme karar verecektir. Yetkili mahkemeden talepte bulunabilecek kimseler ise zarar görenler, Cumhuriyet savc,lar, veya ilgili resmi makamlard,r (MarkaKHK m. 43). (Özye il, s. 54)

⁴⁵³ Ayr,nt,l, bilgi için bkz. Ongan, s. 83-95.

Marka hakkından vazgeçmeyle ilgili diğer bir husus ise franchise ve marka lisans sözleşmelerinin artlarına uygun şekilde alt lisansın mevcut olduğu durumu ilgilendirir. Lisans verenin marka hakkından vazgeçtiği ve lisans alanın buna muvafakat ettiği durumda, alt lisans sözleşmesinin lisans sözleşmesinden daha geniş kapsamlı olamayacağından alt lisans alanın vazgeçmeye karar koyma imkânına sahip değildir.⁴⁵⁴ Ayrıca aynı lisans sözleşmesine dayanarak marka hakkından vazgeçen lisans verenin bu hakkının alt lisans sözleşmesi ile sınırlandırılmaması gerekmektedir.⁴⁵⁵ Buna karşılık doktrinde, lisans verenin lisans sözleşmesinde alt lisans sözleşmesi yapmasına muvafakat etmesiyle vazgeçme hakkının zorla tartışılabilecek duruma kendisi sebebiyet verdiğini ve sözleşmenin bağlamında bu durumu öngörmesi gerektiğini belirten görüşler de mevcuttur.⁴⁵⁶

3.3.1.1.3. Marka, Yenileme Yükümlülüğü

Tescilli bir markanın koruma süresi başvuru tarihinden itibaren on yıldır ve bu koruma süresi onar yıllık dönemler halinde yenilenir. Marka tescilinin yenilenmemesi halinde ise marka hakkı sona erer.⁴⁵⁷ Franchise ve marka lisans sözleşmesi koruma süresi boyunca veya koruma süresi içinde belli bir süre içinde yapılır, takdirde, marka hakkı devam ettiği için markanın kullanılması sağlanmasında devam etmektedir. Bununla beraber, franchise ve lisans sözleşmesi devam ederken koruma süresinin dolması ve markanın yenilenmemesi durumunda marka hakkının son bulması ve markanın kullanılması sağlanmasında yükümlülüğünün yerine getirilmesi de mümkün olmamaktadır.⁴⁵⁸ Bu nedenle franchise ve lisans sözleşmesine konu olan sınai hakların tescillerinin yenilenmesi ve korumalarının devam ettirilmesi franchise veren ve lisans veren için ortak bir yükümlülüktür.

⁴⁵⁴ Özel, s. 138.

⁴⁵⁵ Ongan (Garanti) , Burak, **Sınai Haklara İlişkin Lisans Sözleşmelerinde Lisans Verenin Garanti Yükümlülüğü**, Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi, Say, 8, İstanbul 2006, s. 844; Özye il, s. 62.

⁴⁵⁶ Ongan, düzenlemede yer verilen maddenin geniş yorumlanması ve alt lisans alanları da lisans alan kavramı içine dâhil edilmesi gerektiğini fikrini savunmaktadır. Ongan (Garanti) , s. 845.

⁴⁵⁷ Arkan, C.I,00 s. 67; Özel, s. 139; Ongan, s. 98.

⁴⁵⁸ Özel, s. 139; Başlar (Lisans), s. 69.

3.3.1.1.4. Üçüncü Kişilerin Hak İddialarının Önlenmesi ve Tahsis Ettiği Tekel Bölgesine Riayet Etme Yükümlülüğü

Franchise ve lisans sözleşmelerinde franchise veren ve lisans veren sözleşmenin kar, tarafına sözleşme süresi boyunca sözleşmeye konu olan markanın kullanım hakkını, soluma yükümlülüğü altına alır.⁴⁵⁹

Basit lisans sözleşmesinde lisans alan, markanın marka sahibi ve marka sahibinin verdiği diğer lisans alanlar tarafından kullanılmasını, kabullenmektedir. Ayrıca lisans veren ülkenin tümü için geçerli olmak üzere tek bir kişiye inhisar, lisans hakkını, yayabileceği gibi çeşitli bölgeler belirleyerek her bir bölgede ayrı kişilere inhisari lisans hakkını, yayabilmektedir.⁴⁶⁰ Franchise veren de, franchise alanın franchise sözleşmesine konu olan mal ve/veya hizmetlerin sürümünü tek başına gerçekleştireceği bir tekel bölge tahsis etmeye ilişkin hususa sözleşmede yer verebilmektedir.⁴⁶¹ Bu bağlamda franchise ve inhisari lisans sözleşmelerine konu olan marka hakkının kullanımına engel olacak şekilde zamansal ve bölgesel açıdan çatışan marka kullanım hakkının söz konusu olmaması gerekmektedir. Franchise veren ve lisans veren marka kullanım hakkının sözleşme çerçevesinde sağlanabilmesi için üçüncü kişilerin hak iddialarına mahal vermeyecek şekilde hareket etmelidir.

3.3.1.2. Sunulan Malın veya Hizmetin Kalitesinin Korunması, Soluma Yükümlülüğü

MarkaKHK m. 21/VIII'de *Marka sahibi, talimatlarla uygunluk içinde, lisans alan tarafından üretilen malın veya sunulan hizmetlerin kalitesini garanti edecek önlemleri alır.* hükmü mevcuttur. Lisans verenin malına ya da sunulan hizmetin kalitesinin korunması için önlem alması, bir gereği de markanın kalitesinin korunması için gerekli bilgileri lisans alanına temin etmesidir. Her ne kadar lisans veren için bu bir yükümlülük de olsa lisans alan tarafından bilgilerin olumlu olarak

⁴⁵⁹ Ongan, s. 100.

⁴⁶⁰ <http://www.4mpatent.com/marka-lisans-sozlesmeleri>, Erişim Tarihi: 12.02.2016; Kıratlı, s. 211.

⁴⁶¹ Franchise verenin bu yükümlülüğü her franchise sözleşmesinde bulunması gereken bir asli edim yükümlülüğü değildir. (Gürzumar, s. 15; Boso, s. 41.)

kullanılarak markanın geliştirilmesi lisans verenin yararına da olacaktır. Aksi takdirde markanın tüketiciler nezdinde itibarının zarar görmesi ihtimali söz konusudur.⁴⁶²

Önceki bölümlerde de inildiği gibi franchise alanının işletmesi, franchise zincirinin bir halkası olarak sanki franchise verenin bir üyesiymiş gibi algılanmaktadır. Aynı zamanda bu işletmelerden aynı standartta ürün ve hizmet sürümünü gerçekleştirmesi beklenmektedir. Bu nedenle lisans veren ve franchise veren aynı marka altında sunulan mal ve/veya hizmetin aynı kalitede olması esastır, gerekmektedir. Böylelikle lisans vermenin ve franchise vermenin mahiyetine uygun olarak mal veya hizmetin kimin tarafından sunulduğunu da belirler, hangi marka altında sunulduğunu önemli olacaktır. Marka KHK'da düzenlendiği gibi bu yükümlülük markanın kullanılması hakkındaki ilere sağlayan lisans verene ve dolayısıyla franchise verene aittir.

3.3.2. Franchise Veren ve Lisans Veren Farklı Yükümlülüklerinin Karşılanması,

3.3.2.1. Franchise Alanın Aydınlatma Borcu

Franchise sözleşmesi karşılıklı güvene dayanan ve taraflar arasında sürekli ve yoğun bir işbirliği kuran bir sözleşme olması nedeniyle sözleşme kurmak isteyen tarafların sözleşme öncesinde birbirlerini aydınlatma yükümlülüğünü özenle yerine getirmesini gerekli kılar.⁴⁶³ Zira franchise alan, bu görüşmelerden elde ettiği bilgilere dayanarak ve güvenerek sisteme girmek için büyük yatırımlar ve önemli harcamalar yapacaktır. Benzer şekilde franchise veren de, kendi kurduğunu ve geliştirdiği sistemi franchise alanına kullanılmakla adeta sistemin başlangıcı olarak devamını ona bırakacak olacaktır.⁴⁶⁴ Bu nedenle her iki taraf da sözleşme öncesi birbirini aydınlatma ve doğru bilgiler sunma yükümlülüğünü özenle yerine getirmelidir. Bu bağlamda franchise veren, franchise alacak kişiye üstleneceği borçlar konusunda gerekli tüm açıklamaları,

⁴⁶² Özyeğin, s. 63.

⁴⁶³ Sevi, s.162; Boso, s. 40; Arvasi, s. 143.

⁴⁶⁴ Koca, s. 109-110; Sevi, s.162; Boso, s.40; Ayata, s. 59; Gürzumar, s. 16; Varlı, Naz: **Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejilerinden Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulaması**, Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli 2005, s. 146.

yapmal,, sistemin isleyi ini, geli tirdi i pazarlama anlay, ,, gerekli sermaye ve çal, t,raca , personelin niteli i gibi hususlarda o ana kadar elde etti i tüm birikimlerini ve tecrübelerini eksiksiz ve do ru bir biçimde aktarmal,d,r.⁴⁶⁵

Franchise verenin potansiyel franchise al,c,s,na, franchise sisteminin ekonomik göstergeleri ve kâr-zarar hesaplar, hakk,nda bilgilendirme yapmas, gerekmektedir. Fakat franchise verenin, i letmenin ekonomik verimlili ini garanti etme yükümlülü ü yoktur. Zira bu tür bir sistemin ekonomik verimlili i, sadece franchise sistemine ba l, olmay,p, sistem d, , birçok iktisadi unsurla ili kilidir. Franchise alan,n sürümünü yapt, , mal veya hizmetlere olan talebin az ya da çok olmas, gibi d, etkenler, önceden tahmin edilebilmekle birlikte kesin bir ekilde belirlenememektedir.⁴⁶⁶

Lisans alan için franchise alanda oldu u gibi bir ili ki söz konusu olmad, ,ndan lisans verenin lisans alan, ayd,nlatma gibi bir yükümlülü ü mevcut de ildir.

3.3.2.2. Franchise Alan, Koruma ve Destekleme Yükümlülü ü

Franchise verenin, franchise alana kar , koruma ve destekleme yükümlülü ü asli bir yükümlülü üdür.⁴⁶⁷ Franchise verenin bu yükümlülü ü genellikle sözleşme metninde ve ona ekli i letme kitab,nda yer almaktadır. Franchise verenin bu yükümlülü ü i letmenin kurulumdaki yard,mdan⁴⁶⁸ i letmenin devam, s,ras,nda franchise alan, ve personelini e itmeye kadar sözleşme boyunca de i ik ekillerde süreklilik arz etmektedir.⁴⁶⁹ Ayr,ca franchise veren, de i en pazar artlar, ve mal ve/veya hizmetin sunumuna ait yenilikler gibi çe itli konularda franchise alana sürekli bilgilendirmeli ve franchise alan,n sürümü destekleme borcunu yerine getirebilmesi için reklam ve

⁴⁶⁵ Boso, s. 40; Franchise alan,n kendisine sunulan bilgilere göre kendisi aç,s,ndan önemli konularda do ru karar alabildi i ölçüde franchise veren bu yükümlülü ünü yerine getirmektedir. (Sevi, s. 164)

⁴⁶⁶ K,rca, s. 110-111; Ayata, s. 61.

⁴⁶⁷ Bu yükümlülük yerine getirilmedi i takdirde franchise alan,n tazminat hakk, ve sözleşmenin devam,n, mümkün olmayorsa franchise alan,n fesih hakk, do acakt,r. (Torun, s. 40.)

⁴⁶⁸ Franchise veren, i letmenin kurulmas, a mas,nda i letmenin kurulaca , bölgeyi belirleyen analizler yapma, gerekli malzemelerin kimlerden temin edilece ini gösterme, finans kayna , bulmada yard,mc, olma, i letme personelinin bulunmas,nda yard,mc, olma ve i letmenin kurulmas, s,ras,nda gerekli aç,l, reklamlar,n, yapma konular,nda franchise alana yard,mc, olur.(Boso, s.41)

⁴⁶⁹ Ula , s. 97.

promosyon çalışmaları,nda yardım etmelidir.⁴⁷⁰ Lisans veren ve lisans alan aras,nda herhangi bir koruma ve destekleme yükümlülü ü mevcut de ildir.

3.3.2.3. Franchise Alana Gerekli Mal ve Malzemeleri Teslim Yükümlülü ü

Franchise sözleşmesinde mal franchisinginde sürümü yapılacak mallar, hizmet franchisinginde hizmetlerin sunumu için gerekli olan malzemelerin, araç ve gereçlerin franchise tarafından temin edilmesi yükümlülü ü mevcut ise teslim yükümlülü ü söz konusu olacaktır. Bu nedenle bu yükümlülük her franchise sözleşmesinin asli bir edimi de ildir.⁴⁷¹ Franchise verenin teslim yükümlülü ü, mümkün oldu u ve kendisinden beklenildi i ölçüde söz konusudur.⁴⁷²

3.3.3. Franchise Alan, ve Lisans Alan, Ortak Yükümlülüklerinin Kar ılaşması,

3.3.3.1. Ücret Ödeme Yükümlülü ü

Önceki bölümlerde de ayrıntılarına değindiğimiz gibi lisans ve franchise sözleşmelerinin en önemli ortak bir unsuru ücret unsurudur. İki tarafa borç yükleyen sözleşme olan franchise sözleşmesinde franchise sistemine entegre olmak ve franchise verene ait fikri ve sınıai hakları kullanmak kar ılı, nda franchise alan ücret ödemekle yükümlüdür. Benzer şekilde marka lisans sözleşmesinde markanın kullanılması, kar ılı, nda lisans alan lisans verene ücret ödemekle yükümlüdür. Franchise sözleşmesinde ücret ödeme yükümlülü ü asli bir edim niteli inden lisans sözleşmesinde ise uygulamada çok nadir kar ılı, lsa da lisans kar ılı, nda ücret ödenmeyen lisans olan serbest lisans ekli mevcut oldu undan asli bir edim niteli inden de ildir.⁴⁷³

⁴⁷⁰ Boso, s. 41.

⁴⁷¹ Topçuoğlu, s. 119; Boso, s. 41.

⁴⁷² Torun, s. 42.

⁴⁷³ Bkz. Bölüm 1.7.5.2. ve Bölüm 2.2.4.6.

3.3.3.2. Sunulan Mal,n veya Hizmetin Kalitesinin Sa lanmas, Yüklümlülü ü

MarkaKHK m. 21/VIIIde öMarka sahibi, talimatlar,yla uygunluk içinde, lisans alan taraf,ndan üretilen mal,n veya sunulan hizmetlerin kalitesini garanti edecek önlemleri al,r.ö hükmünü önceki bölümlerde ayr,nt,l, incelemi tik.⁴⁷⁴ Buradan anla ,lmas, gereken, lisans veya franchise alan,n, markan,n kullan,laca , mallar,n veya hizmetlerin kalitesini, marka sahibinin talimatlar,na ve belirledi i standartlara uygunluk içinde garanti etti idir.⁴⁷⁵

3.3.3.3. Fikri ve S,naî Unsur Sahibinin Menfaatlerini Koruma ve Sadakat Yüklümlülü ü

Franchise ve lisans sözleşmeleri sürekli borç ili kisi kurdu undan taraflar aras,nda kar ,l,kl, güven esast,r. Özellikle franchise sözleşmesinde lisans sözleşmesinden farklı olarak s,k, bir i birli i de söz konusudur. Franchise sözleşmesinde kar ,l,kl, güven ve i birli i neticesinde franchise alana aktar,lan pazarlama ve üretim s,rlar,n,n korunmamas, halinde sadece franchise veren de il, ku kusuz tüm sistem zarar görecektir.⁴⁷⁶

Benzer ekilde lisans verilen markan,n kullan,ld, , mal,n ve/veya hizmetin kalitesinin korunmas,n, sa lama yükümlülü ünün gere i olarak lisans veren taraf,ndan lisans alana aktar,lan her türlü bilginin korunmamas, halinde de lisans veren ve varsa di er lisans alanlar zarar görecektir. Bu sebeptendir ki, franchise alan ve lisans alan, sözleşmenin kar , taraf,n,n menfaatlerini koruma ve ona sadakat gösterme yükümlülü ü alt,ndad,r.⁴⁷⁷

Lisans alana ve franchise alana sözleşme boyunca aktar,lan teknik bilgilerin ve i letme s,rlar,n,n sözleşmenin sona ermesinden sonra da korunmas, gerekmektedir.

⁴⁷⁴ Bkz. Bölüm 3.3.1.2.

⁴⁷⁵ Say,ner, Cemil: öMarka Lisans, Sözle meleriö, Marka Uzmanl,k Tezi, Ankara 2008, s. 83.

⁴⁷⁶ Boso, s. 38.

⁴⁷⁷ K,rca, s. 157.

Gayri maddi mal sahibinin menfaatlerini koruma yükümlülüğüne ilişkin olarak lisans alan, n ve franchise alan, n sözleşme boyunca marka sahibiyle rekabet etmeme,⁴⁷⁸ marka sahibine bilgi verme, markaya tecavüz olduğu anda marka sahibini haberdar etme ve sözleşme doğan haklar, n, devredememe⁴⁷⁹ ile borçlar, n, bizzat yerine getirme gibi yükümlülükleri vardır.⁴⁸⁰

3.3.3.4. Fikri ve S,naî Unsurlar, Kullanma Yükümlülüğü

Franchise alan, n ve lisans alan, n sözleşmeye konu olan fikri ve s,naî unsurlar, kullanma borçları, bulunmaktadır. İhtisari lisansla, lisans alan, n markayı, kullanma zorunluluğu olduğu, basit lisanslarda ise bu zorunluluğun istisnai durumlarda olduğu kabul edilmektedir.⁴⁸¹ Buna karşın, franchise sözleşmesinde franchise alan, n fikri ve s,naî unsurlar, kullanma borcu, franchise sözleşmesinde açıkça kararlaştırılmıyorsa, franchise alan için asli bir borçtur. Çünkü franchise alan franchise sistemine ait fikri ve s,naî unsurlar, kullanmadıkça, sistemin imaj, n, tehlikeye düşürmekte ve sürümün gereği gibi yapılamamasına, franchise verenin zararına sebep olmaktadır.⁴⁸²

3.3.4. Franchise Alan, n ve Lisans Alan, n Farklı Yükümlülüklerinin Karşılanması,

3.3.4.1. Sözleşme Konusu Mal ve Hizmetlerin Sürümünü Yapma Yükümlülüğü

⁴⁷⁸ Franchising sözleşmelerindeki franchise alan aleyhine düzenlenen rekabet yasa, hükümlerinin Anayasa'daki Çal,ma Hürriyeti ve Borçlar Kanunu'nun amir hükümlerine aykırı, olamayacağı yönündeki karar için bkz: Yargıtay 11. Hukuk Dairesi E. 2011/13747 K. 2012/356 T. 19.1.2012 (Yeni İda, Özak: **ÖUygulamada Franchise Sözleşmelerinin Hukuki Niteliği**, s. 4, www.ozakyesildag.com, Erişim tarihi: 12.04.2016); Ula, s. 98; Franchise alan, sözleşme devam ettiği sürece franchise verenle rekabet etmemekle yükümlüdür. Franchise alan, n doğrudan veya dolaylı olarak sözleşme konusu mal veya hizmetlerle rekabet halinde bulunan mal veya hizmetlerin sürümünü yapması, bu mal veya hizmetlere rakip mal veya hizmetlerin sürümünü yapan başka biri için faaliyet göstermemelidir. (Arvasi, s. 147-148; Kırca, s. 158)

⁴⁷⁹ MarkaKHK m. 21/V: "Aksi sözleşme kararlaştırılmıyorsa, lisans sahipleri, lisansla doğan haklar, n, üçüncü kişilere devredemez veya alt lisans veremez." Gürzumar, s. 165, 166; Kırca, s. 163.

⁴⁸⁰ Boso, s. 38.

⁴⁸¹ Ayrıntılı bilgi için bkz. Başlıklar (Lisans), s. 83-86.

⁴⁸² Kırca, s. 152; Gürzumar, s. 156; Ayata, s. 97.

Modern bir pazarlama ve dağıtım yöntemi olan franchisingde amaç ana firmanın sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetlerinin üçüncü kişilere sürümünün gerçekleştirilmesidir. Bu nedenle franchise sözleşmesinin asli bir yükümlülüğü kendi nam ve hesabına hareket eden franchise alanın sürümü sağlamak ve destekleme yükümlülüğü olmaktadır.⁴⁸³ Lisans sözleşmesinin franchise sözleşmesinden en belirgin farklarından biri lisans alan için sürümü sağlamak ve destekleme yükümlülüğünün bulunmamasıdır. Ayrıca franchise sürümü yaparken franchise sisteminde yer alan marka, işletme adı, ticaret unvanı, know-how gibi gayri maddi malların kullanılması gerekmektedir.⁴⁸⁴

Sürümün artması için reklam, promosyon ve pazarlama gibi faaliyetler önem arz etmektedir. Reklamların nasıl yapılacağı ve franchise alanın cirosunun ne kadar, reklamlara ayrılması gibi hususlar genellikle sözleşme ile kararlaştırılır. Franchise sözleşmesinde franchise alanın reklam yapma yükümlülüğüne dair herhangi bir düzenleme olmasa bile, franchise alanın en azından kendi bölgesine ilişkin reklamların kitle iletişim araçları ile yapılması zorunludur.⁴⁸⁵

3.3.4.2. Franchise Veren Talimatın Uyma Yükümlülüğü

Franchise veren, mal ve/veya hizmetin sürümü, üretimi, sisteme dâhil olacak işletmenin dekorasyonu, personelin giyimi gibi hususlarda belirlediği ilkelerin franchise sistemine dâhil olan işletmeler tarafından uygulanmasını sağlayarak sistemin birliğini ve imaj bütünlüğünü temin etmektedir. Bu nedenle franchise alanın işletme el kitabında ayrıntılı düzenlenen kurallara ve sonradan franchise veren tarafından verilen talimatlara uymasının sözleşme ile kararlaştırılmaması, olsa bile asli bir yükümlülüğüdür. Dolayısıyla franchise veren, belirlediği bu ilkelere ne ölçüde riayet edildiğini belirli aralıklarla kontrol etme hakkına sahiptir.⁴⁸⁶

⁴⁸³ Koca, s. 148; Sevi, s. 172-173; Franchise alanın sürümü artırmak için kendisinden o sektörde faaliyet gösteren basiretli bir tacir olarak hareket etmesi beklenmektedir. (Gürzumar, s. 12-13.)

⁴⁸⁴ Franchise alanın kendisine sunulan gayri maddi haklar, kullandığı borcu sistemin imajının korunması ve tam bir entegrasyonun sağlanması, gereklerinin sonucudur. Gürzumar, s. 155-157; Boso, s. 37.

⁴⁸⁵ Boso, s. 38; Koca, s. 149-150; Ayata, s. 94.

⁴⁸⁶ Boso, s. 38; Torun, s. 45.

Her ne kadar lisans sözleşmelerinde markanın kullanılması, mal ve/veya hizmetlerin kalitesinin sağlanması için bazı kurallar lisans veren taraftan konuluyor olsa da bu ila ki franchise sözleşmesindeki sıkı talimat ve denetim ila kisinden oldukça uzaktır.⁴⁸⁷

3.3.4.3. Franchise Konusu Ürün ve Malzemeleri Franchise Verenden Alma Yükümlülüğü

Franchise alanın mal ve/veya hizmet sürümünü gerçekleştirmek için gerekli olan malzeme ya da hammaddeleri yalnızca ve sürekli olarak franchise verenden alma gibi bir asli edim yükümlülüğü bulunmamaktadır.⁴⁸⁸ Müterakeresinde sergilenen imaj birliktelikle zarar vermemek amacıyla franchise verenin belirttiği ki iden ya da herhangi bir üçüncü ki iden gerekli malzemeler temin edilebilmektedir. İmaj birliktelikle zarar geldiği ve sunulan mal ve hizmetteki birliktelik ve kalitenin sağlanamadığı durumlarda bu yükümlülüğünden bahsedilebilecektir.

Doktrinlerdeki diğer bir görüş ise, franchise alanın sürümünü yaptığı mallar ve/veya hizmetler için gerekli olan malzemeleri her durumda sadece franchise verenden alması sözleşmede açıkça belirtilmese bile, sözleşmenin mahiyetinden kaynaklanan bir asli edim yükümlülüğü olduğu eklindedir.⁴⁸⁹

3.4. Franchise Sözleşmesinde ve Lisans Sözleşmesinde Marka Hakkında Tecavüzü Halinin ve Dava Açma Hakkında Kararıyla İlgili Sorular

MarkaKHK m. 61'de⁴⁹⁰ marka hakkında tecavüz halleri sayılmıştır. Marka hakkında tecavüz sayılan fiillerin bir kısmı franchise alan ve lisans alan taraftan gerçekleştirilebilir gibi üçüncü kişiler tarafından da gerçekleştirilebilmektedir.

⁴⁸⁷ Gürzumar, s. 25-26; KHK, s. 70-71; Başbakanlık, s. 145 (Bkz. III. Bölüm 3.1.2.)

⁴⁸⁸ KHK, s. 167; Boso; s. 39; Mal franchisinginde, franchise alanın genel alım borcuğunun sürümünü yapma ve destekleme borcunun önemli bir parçası olduğunu belirtmektedir ve bu sebeple de, sözleşmede açıkça kararlaştırılmıyorsa bile bu yükümlülük mevcut kabul edilmelidir. (Gürzumar, s. 13)

⁴⁸⁹ Gürzumar, s. 76.

⁴⁹⁰ MarkaKHK m. 61'de uyarınca aşağıda sayılan haller marka hakkında tecavüz sayılmaktadır.

i) Marka sahibinin izni olmaksızın, markayı, marka tescilinden doğan haklar, düzenleyen 9. Maddede belirtilen biçimlerde kullanmak,

3.4.1. Franchise Alan,n ve Lisans Alan,n Marka Hakk,na Tecavüzü (Lisans Yoluyula Verilen Haklar,n zinsiz Geni letilmesi ve Bu Haklar,n Üçüncü Ki ilere Devredilmesi)

Franchise ve lisans sözleşmelerinde sözleşme şartları, çerçevesinde sözleşmeye konu marka hakkı, franchise alanına ve lisans alanına verilmektedir. Lisans sözleşmesinde markanın kullanımı hakkı, markanın tescilli olduğu mal ve/veya hizmetin tamamı, veya bir kısım, için verilebilmektedir. Aynı zamanda lisans sözleşmesinde lisans, markanın koruma altında olduğu yerlerin tamamı, veya belli bir bölge için belli bir süre boyunca verilebilmektedir. Bu nedenle marka sahibinden izinsiz aldığı durumlar gerçekleştiğinde lisans alan kendisine verilen hakları, izinsiz genişlettiğinden marka hakkına tecavüz söz konusu olacaktır:

- Markayı, lisansa konu olmayan mal ve/veya hizmetlerde kullanmak,
- Lisans anlaşmasının sona ermesinden sonra markayı, kullanmaya devam etmek,
- Lisans anlaşmasında belirtilen bölgenin haricinde markayı, kullanmak,
- Marka örneğini de i tirerek kullanmak,

Franchise sözleşmesinde franchise veren franchise alan, sistemine entegre ederek kendisine ait üretim, işletme ve pazarlama sistemini oluşturduğu fikri ve sınai unsurlar üzerinde, diğer franchise alanları gibi kullanıma tanınmaktadır. Bu nedenle franchise alan, başka marka olmak üzere kendisine tanınan fikri ve sınai unsurları, kendine tahsis edilen bölgede sözleşme süresince kullanma hakkına sahiptir. Sözleşme sona erdikten sonra veya kendine tahsis edilen bölgenin haricinde kullandığı takdirde franchise verenin marka hakkına tecavüz etmiş olacaktır. Ayrıca belirtmelidir ki franchise alan franchise verene ait tüm sınai mülkiyet unsurlarına, kullanma hakkına

-
- ii) Marka sahibinin izni olmaksızın, markayı, veya ayırt edilmeyecek derecede benzerini kullanmak
iii) Markayı, veya ayırt edilmeyecek derecede benzerini kullanmak suretiyle markanın taklit edildiğini bildiği veya bilmesi gerektiği halde tecavüz yoluyla kullanılması, markayı, taşıyan ürünleri satmak, dağıtmak veya ticaret alanına çıkarmak veya bu amaçlar için gümrük bölgesine yerleştirilmek, gümrükçe onaylanmaması, bir işletme veya kullanıma tabi tutmak veya ticari amaçla elde bulundurmamak,
iv) Marka sahibi tarafından lisans yoluyla verilmiş hakları, izinsiz genişletmek veya bu hakları, üçüncü kişilere devretmek.

sahip olmayıp sadece franchise sistemine ait fikri ve sınai unsurlar, kullanma hakkına sahiptir.

Franchise sözleşme ve lisans sözleşmesi ile sözleşmenin kar, tarafına sağlanan marka hakkının kullanılması üçüncü bir kişiye devredilmesi MarkaKHK m. 61'de açıkça belirtildiği gibi mümkün değildir. Ayrıca belirtmek gerekirse, sözleşme süresince, marka hakkının gerçek veya tüzel kişilerin ortaklık yapısında franchise veren ve lisans veren yazılı muvafakati olmaksızın devri mümkün değildir. Söz konusu devir yasa, yanında franchise alan veya lisans alan gerçek veya tüzel kişilerin ortakları aynı sektörde ticari faaliyet göstermesi ve/veya faaliyet gösteren üçüncü şahıslara bilgi ve deneyim aktarması sözleşmeye aykırı tekil edecektir.⁴⁹¹

3.4.2. Üçüncü Kişilerin Marka Hakkına Tecavüzü

3.4.2.1. Marka Hakkına Tecavüz Halinde Lisans Sözleşmelerinde Dava Açma Hakkı

Marka hakkına üçüncü kişilerin tecavüzü halinde, marka üzerindeki mutlak hakkın ihlal edilen marka hakkı sahibinin dava hakkı esastır. Bununla birlikte, marka hakkına yapılacak tecavüzler, marka hakkı sahibinin hakları ile birlikte kendisine marka hakkının kullanılması, tanınan lisans alanları da hakları, zedelemektedir. MarkaKHK m. 21/VI, 73/1'de ve Sınai Mülkiyet Kanunu Tasarısı m. 158'de düzenlendiği üzere lisans sözleşmelerinde dava açma hakkı lisansın kaynaklanan hakkının içeriğine göre farklı göstermektedir. İlgili hukuki düzenlemelerde aksi sözleşme ile kararlaştırılmadıkça, müddetçe inhisari lisans sahibinin marka tecavüzü halinde dava açabileceği, inhisari olmayan lisans sahibinin ise dava açma hakkının bulunmadığı ve ancak bazı durumlarda gerçekleştirebileceği dava açma hakkına sahip olacağı düzenlenmiştir.

⁴⁹¹ Yeşil, s.6.

3.4.2.1.1. İhissari Olmayan (Basit) Lisans Sözleşmesinde Davaya Hakk,

MarkaKHK m. 21/VI hükmü, ihissari olmayan lisans sözleşmesinde lisans alan, marka sahibinin kendi adına açabileceği davalar, kendi adına açma hakkı, bulunmadıkça, hükmüne bağlanmaz, ve m. 21/VII ve m. 73/II hükümlerinde ise marka sahibinin gereken davayı açması, veya lisans alan, dava açma hakkını kazanabilmesi için izlenmesi gereken prosedür belirtilmiştir. Benzer bir biçimde, Tasar, m. 158/I'de, aksi sözleşmeyle kararlaştırılmamış, ihissari lisans sahibinin hakkı sahibinin açabileceği davalar, kendi adına açabileceği hükmüne bağlanmaz; m. 158/II ise ihissari olmayan lisans durumlarında marka sahibinin gereken davayı açması, veya lisans alan, dava açma hakkını kazanabilmesi için izlenmesi gereken prosedür belirtilmiştir.

İhissari olmayan lisans sahibi ile sözleşmeyle dava açma hakkının olmadığı, kararlaştırılan ihissari lisans sahibinin dava açma hakkını kazanabilmesi ve tecavüzün engellenebilmesi için hukuki yollara başvurulması, için izlenmesi gereken prosedür aynı şekilde olmaktadır.⁴⁹² Kural olarak dava hakkı bulunmayan ihissari olmayan lisans sahibinin ve sözleşmeyle dava açma hakkının olmadığı, kararlaştırılan ihissari lisans sahibinin dava açma hakkını kazanması, bazı koşullara bağlanmaz, durumdadır. Davaya açma hakkını kazanabilmesi için öncelikle, lisans alan noterden yapacağı bir bildirimle, marka sahibine lisansla ilgili olan marka hakkına tecavüzün önlenmesi ile ilgili hukuki yollara başvurulması, talep etmelidir. Lisans verenin dava açmayacağı, bildirmesi veya üç ay içinde⁴⁹³ dava açmaması, durumunda lisans alan

⁴⁹² Ongan, s.128.

⁴⁹³ Ayrca lisans alan, ciddi bir zarar tehlikesi karşısında ve söz konusu sürenin geçmesinden önce, ihtiyati tedbire karar verilmesini mahkemeden talep edebilir (MarkaKHK m. 21/VII). İhtiyati tedbir kararından sonra, tedbirin kalkmaması için dava açılması, sağlanamaz üzere lisans alan, marka sahibine bildirimde bulunması, zorunludur. Bunun mümkün olmaması, veya marka sahibinin dava sahibinin dava açmasını istememesi halinde, lisans alan üç aylık süre dolmadan dava açabilecektir. Açılacak davada, yargıç ilk olarak lisans verene yapması, gereken bildirim yapılması, denetlemeli, bildirim yapılmamış, bildirim yapılmamış, sa lamal, dır. Bu şekilde yargıç, lisans verene yapılacak bildirimden itibaren üç ay geçene kadar davayı bekletmelidir. Marka sahibinin üç aylık süre zarfında açılmayan, bulunan davaya talip olmaması, halinde, lisans alan, kendi adına dava açma hakkını kazanmadıkça, kabul edilmelidir. (Ongan, s.131; Ölmez, s. 116.)

için dava açma hakk, söz konusu olacaktır. Ayr,ca bu durumda lisans alan dava açt, n, lisans verene bildirmesi gerekmektedir.⁴⁹⁴

Noter vas,ta,yla yap,lacak bildirimde geçerlilik de il, ispat art, olarak kabul edilmesi gerekti ine dair görü ler doktrinde kabul görmektedir; lisans alan an,lan bildirimde ba ka ekillerde lisans verene ula t,rd, n, ispat etti i takdirde dava açma hakk,n, elde edebilecektir.⁴⁹⁵ Yarg,tay da verdi i bir kararda faks mesaj, ile yap,lan bildirim neticesinde lisans alan,n dava açma hakk,n, elde etti ini kabul ederek bu görü e paralel karar vermiştir.⁴⁹⁶ Ayr,ca lisans alan,n marka sahibine yapaca , bildirimde yaz,l, ekilde yapmas, ve bu bildirimde marka sahibinden yaz,l, bir geri bildirimde bulunmas,n, istemesinde yarar bulunmaktadır.⁴⁹⁷

Gerek inhisari lisans alanlar,n gerekse inhisari olmayan lisans alanlar,n kendi adlar,na açt,klar, davalar,n bulunmas,, marka sahibinin dava açma hakk,n, ortadan kald,rmayacaktır. Marka hakk,na tecavüzde marka sahibinin lisans alan,n bildirimde üzerine iradesini dava açmama ekinde ortaya koydu u durumlarda, di er inhisari olmayan lisans sahipleri için marka sahibine ikinci bir bildirimde bulunmalar,na ihtiyaç yoktur. Marka sahibine yap,lan ilk bildirimde istinaden kendi adlar,na dava açabilmektedirler ve hak sabinin talep edecekleri istemleri kendi adlar,na talep edebilmektedirler. Fakat lisans alan taraf,ndan dava aç,ld,ktan sonra, marka sahibinin veya di er bir lisans alan,n da marka hakk,na tecavüzde bulunana kar , ayn, nitelikte dava açmas, durumunda, usul ekonomisi aç,s,ndan aç,lan davalar birleştirilir.⁴⁹⁸

Lisans alan,n marka hakk,na tecavüz durumunda dava hakk, ile ilgili üzerinde durulmas, gereken di er bir husus da alt lisans alanlarla ilgilidir. Hak sahibini kendisinin verdi i inhisari olmayan lisanslarda bile lisans alana dava açma hakk,n, s,k, ko ullara ba lam, iken, sözle me ili kisi içinde bulunmad, , ve belki haberi

⁴⁹⁴ Ongan, s. 129; Ölmez, s. 115; Ba lar (Lisans), s. 94.

⁴⁹⁵ Yasaman, s. 749; Ongan, s. 130; Ölmez, s. 115; Bu ekilde dava açma hakk,n, kazanan lisans alan, dava açt, n, lisans verene bildirmekle yükümlüdür. Aksi halde lisans alan bildirimde bulunmaktan do an zarar,n tazmini yükümlülü ü alt,na girer. (Ba lar (Lisans), s. 94.)

⁴⁹⁶ Yarg.11.HD., T. 25.04.2003, E. 2003/3854, K. 2003/3992 (www.kazanci.com.tr, Eri imTarihi: 14.05.2016)

⁴⁹⁷ Ongan, s. 130; Ölmez, s. 115 .

⁴⁹⁸ Ongan, s.130-131; Ba lar (Lisans), s. 93.

dahi olmadı, , alt lisanslara dava hakkı tanınmamı oldu u kabul edilmelidir. Böyle bir durumda alt lisans alanların kendi lisans verenlerine başvurular, ve üçüncü kişilerin tecavüzüne karşı korunmalarını talep etmeleri mümkündür.⁴⁹⁹

3.4.2.1.2. İhissari Lisans Sözleşmesinde Dava Hakkı,

MarkaKHK m.21/VİÖde ve m.73/IÖde markaya tecavüz halinde, aksi sözleşme ile kararlaştırılmamış, ihissari lisans sahibinin, marka sahibinin MarkaKHK çerçevesinde başvurabileceği hukuk yollarına kendi adına başvurması hakkının bulunduğu hükümü düzenlenmiştir. İhissari lisans sahibinin dava hakkına ilişkin hüküm Sınai Mülkiyet Kanunu Tasarısı, m.158/IÖde aynen muhafaza edilmiştir.

İhissari lisans sahibinin hukuk yollarına kendi adına başvurabilmesi için marka sahibinden izin alması, gerekli değildir. Ayrıca, ihissari lisans sahibinin marka hakkına tecavüz halinde dava açması, bir zorunluluk değildir ve dava açmadıkça, takdirde herhangi bir sorumluluğu söz konusu olmamaktadır. Çünkü ihissari lisans sahibine tanınan üçüncü kişilerin tecavüzünde dava açma hakkı, marka sahibinin üçüncü kişilerin marka hakkına tecavüzünde dava açma hakkına bir engel teşkil etmemektedir. Özellikle lisans, markanın tescil edildiği mal veya hizmetlerin bir kısmına ya da belli bir bölge için verilmişse, marka sahibinin, tecavüz nedeniyle lisans alandan başkası olarak zarara uğraması söz konusu olduğundan marka hakkına tecavüz nedeniyle uğradığı zararın tazmini için farklı nitelikte dava açması da söz konusudur.⁵⁰⁰ Fakat ihissari lisans sahibinin ve marka sahibinin marka hakkına tecavüzde bulunana karşı kendi adlarına açmış oldukları ayni nitelikte birer dava varsa, usul ekonomisi açısından açılan davalar birleştirilmelidir.⁵⁰¹

Sözleşme ile ihissari lisans alanın marka hakkına tecavüz halinde dava açamayacağına dair bir hükme yer verilmişse bu durumda ihissari lisans sahibinin

⁴⁹⁹ Ongan, s. 132.

⁵⁰⁰ Başbakanlık (Lisans), s. 93

⁵⁰¹ Ongan, s.131; Ölmez, s. 114.

marka hakk,na tecavüz halinde dava açma hakk, ve izlemesi gereken prosedür inhisari olmayan lisans sözleşmesinde lisans alan için söz konusu olduğu ekildedir.

3.4.2.2. Marka Lisans Sözleşmesine Kayıpla Marka Hakk,na Tecavüz Halinde Franchise Sözleşmelerinde Davaya Açma Hakk,

Franchise sözleşmesinde ço u zaman franchise verene ait tan,ım, bir marka bulunmaktadır ve franchise veren bu markanın kullan,ım hakk,n,, franchise sözleşmesiyle franchise alanın b,rakmay, taahhüt etmektedir. Tan,ım, markaların, taklit edilmesi b,ta olmak üzere marka hakk,na tecavüzler s,kça kar ,la ,lan bir durumdur. Üçüncü ki ilerin franchise sistemine ait marka hakk,na tecavüzü halinde, marka üzerindeki mutlak hakk, ihlal edilen franchise verenin dava hakk, önceliklidir. Bununla birlikte, marka hakk,na yap,ılabacak tecavüzler, marka hakk, sahibinin haklar, ile birlikte kendisine marka hakk,n,n kullan,ım,⁵⁰² tan,nan franchise alan,n da hakk,n, zedelemektedir. Marka hakk,na tecavüz halinde lisans sözleşmelerine ait unsurlar, ta ,d, ,ndan kanunda düzenlenmemi ve karma bir sözleşme olan franchise sözleşmelerine, lisans sözleşmelerinde marka hakk,na tecavüzü düzenleyen hükümlerin k,yasen uygulanmas, yerinde olacaktır.⁵⁰³

Franchise veren, franchise sözleşmesiyle franchise alanın marka hakk,n, kullanma iznini verdi inden, franchise alan,n bu haktan yararlanabilmesi için gerekenleri yapmas, franchise verenin bir yükümlülü üdür. Franchise alan bu yükümlülü ünü yerine getirmek için, markaya ili kin münhas,r kullanma hakk,ndan ve sahip olduğu u tecavüzü önleme davalar,ndan franchise alan lehine vazgeçmektedir.⁵⁰⁴ Bu durumda

⁵⁰² Mallar,n franchise alan taraf,ndan üretildikten sonra franchise verenin markas, ile i aretlenerek piyasaya sürüldü ü üretim franchisinglerinde ve franchise alan,n mallar, franchise verenin belirledi i toptanc,lardan al,p, franchise verenin markas, ile i aretleyip, tüketicilere da ,tmas, halinde marka lisans, söz konusu olmaktadır. Ancak, her franchise sözleşmesinde mutlaka marka lisans,na ait bir unsur olduğu u söylenemez. Zira franchise alan, sözleşme konusu marka ile i aretlenmi olan mallar, veya hizmetleri, bunlar ticaret hayat,na sokulduktan sonra ele geçiriyorsa, böyle bir durumda art,k bunlar,n sürümü için marka lisans, gerekmez. Marka, franchise alan taraf,ndan personel k,yafetleri, i evrak,, fiyat listeleri ve reklamlarda kullan,ı,yor ise, bu durumda bir marka lisans, söz konusudur. Zira marka sahibinin haklar, aras,nda markay, i evrak, ve reklamlarda kullanmak ve izinsiz kullan,malar, engellemek de vard,r (MarkaKHK m. 9/2/d).(Gürzumar, s.105; K,rca, s.123; Ba lar,48-49)

⁵⁰³ K,rca, s. 123; Ayata, s. 49-50; Arvasi, s. 144; <http://www.erdem-erdem.com/articles/turk-hukukunda-franchise-sozlesmeleri/> (Eri im tarihi: 15.05.2016)

⁵⁰⁴ Ayata, s. 50-51; K,rca, s. 123; Arvasi, s. 144.

franchise sözleşmesi konusundaki marka lisanslarının niteliğinin tespiti önemli olacaktır. Çünkü önceki bölümde de açıklandığı üzere MarkaKHK'da lisans sahibinin marka hakkına tecavüz halinde dava açma hakkına ilişkin inhisari lisans ve inhisari olmayan lisans sözleşmeleri için farklı hükümler düzenlenmiştir. Eğer franchise sözleşmesinde franchise alanı belli bir bölgede marka hakkının kullanılmasına ilişkin inhisari bir hak verilmiş ise, franchise alanın marka hakkına tecavüz halinde dava açma hakkı inhisari lisansla olduğu gibidir. Franchise sözleşmesinde marka hakkının kullanılmasına ilişkin inhisari olmayan nitelikte ise, bu durumda franchise alanın marka hakkına tecavüz halinde dava açma hakkı inhisari olmayan lisansla olduğu gibidir. Önceki bölümde ayrıntılarıyla açıklandığı gibi, inhisari lisans sahibinin ve inhisari olmayan lisans sahibinin marka hakkına tecavüz halinde dava açma haklarına kısaca değinilecektir.

MarkaKHK m. 21/VI düzenlendiği üzere; aksi sözleşme ile kararlaştırılmamış, inhisari lisansla sahip olan kişi, üçüncü bir kişi tarafından marka sahibinin markadan doğan haklarına tecavüz edilmesi durumunda, marka sahibinin açabileceği davalar, kendi adına açılabilir. Dolayısıyla inhisari lisans söz konusu olduğu franchise sözleşmesinde, franchise alanın söz konusu haksız tecavüzleri takip etme ve gerekli davaları açma imkânına sahiptir.⁵⁰⁵

Kural olarak MarkaKHK m. 21/VI'da düzenlendiği üzere inhisari olmayan lisans sahiplerinin ise dava açma hakları yoktur. Marka hakkına tecavüz halinde dava açma hakkı olmayan bir lisans alan, noter vasıtasıyla yapacağı bir bildirimle, gereken davayı açması, marka sahibinden talep etmelidir. Marka sahibinin, bu talebi kabul etmemesi veya bildirim alınandan itibaren üç ay içinde gerekli davayı açmaması halinde, lisans alanın yaptığı bildirimi de eklemek suretiyle kendi adına dava açma hakkına sahip olacaktır. (MarkaKHK m. 21/VII). Böylelikle, marka sahibi olan franchise verenin gerekli davayı açmaması durumunda, franchise alanı doğrudan olmasa da dolaylı bir şekilde dava açma hakkını elde ederek kendisini savunma imkânına sahip olmaktadır.⁵⁰⁶

⁵⁰⁵ KHK, s. 124; Ayata, s. 51.

⁵⁰⁶ KHK, s. 124; Ayata, s. 51.

Kanaatimizce alt franchisingin söz konusu oldu u yavru irket franchisingi veya master franchisingi durumlar,nda, alt lisans alan,n marka hakk,na tecavüz halinde dava açma hakk, olmad, , gibi alt franchising alan,n da marka hakk,na tecavüz halinde dava açma hakk, bulunmamaktadır. Çünkü önceki bölümlerde de açıklad, , üzere hak sahibini kendisinin verdi i inhisari olmayan lisanslarda bile lisans alana dava açma hakk,n, s,k, ko ullara ba lam, iken, sözleşme ili kisi içinde bulunmad, , ve belki haberi dahi olmad, , alt lisans alanlara dava hakk, tan,nmam, oldu unun kabul edilmesi gerekmektedir. Buradan hareketle alt franchising alan,n da marka hakk,na tecavüz halinde dava açma hakk,na sahip olmad, ,n,n kabul edilmesi gerekmektedir. Marka hakk,na tecavüz halinde alt franchise alanlar,n kendi franchise verenlerine ba vurmalar, ve üçüncü ki ilerin tecavüzüne kar , kendilerinin korunmas,n, talep etmeleri mümkündür.

SONUÇ

Ekonomik hayatın en önemli faktörlerinden biri haline gelen marka, sahibine ve kullanıcısına hakkını, elinde bulunduran ticari işletmelere sağlamak, avantajlar sebebiyle, taraflar, lisans ve franchise sözleşmeleri akdedilmesine yönelmiştir. Ticari hayatta yaygın bir uygulama alanı bulan lisans ve franchise sözleşmeleri, sözleşme tarafları arasında hukuki ilişki, bu hukuki ilişkinin üçüncü kişilere etkisi ve lisans ve franchise sözleşmelerinin karşılaştırılması, incelenmesi gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmamızda marka kavramıyla birlikte lisans ve franchise sözleşmeleri ele alınmış olup bu sözleşmeler, marka ile ilgili hususlar başta olmak üzere çeşitli yönleriyle karşılaştırılmış ve bu sözleşmelere uygulanması gereken hükümler tespit edilmiştir. Özellikle lisans ve franchise sözleşmelerinin hukuki nitelikleri ve unsurları, tarafların hak ve yükümlülükleri, diğer sözleşmelerden farkları, sözleşmelere uygulanacak hukuk kuralları, izlenecek yöntem ve marka hakkına tecavüz halleri gibi hususlar detaylı incelenmiş olup örnekteki görülen farklılıklar, üzerinde durulmakla birlikte mevcut kanuni düzenlemelerin yeterli olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu hususların ve elde edilen sonuçların kısaca bir biçimde yeniden ortaya konulmasının amaca uygunluk açısından yerinde olduğunu düşünülmektedir.

Marka lisans sözleşmesi ile marka hakkına münhasıran sahip olan marka sahibi (lisans veren), markanın kullanım hakkını, -kural olarak- bir bedel karşılığında kişilerin veya tamamen lisans alana sağlamakla yükümlüdür.

Benzer şekilde franchise sözleşmesi ile franchise veren başta marka olmak üzere kendisine ait üretim, işletme ve pazarlama sistemini oluşturmuş fikri ve sınai unsurlar üzerinde, franchise alanın kullanma hakkını tanıyarak, onu kendi işletme organizasyonuna entegre etmek ve onu bu sisteme dayalı ticari faaliyet sırasında devamlı olarak desteklemek borcu altına girmektedir; buna karşılık franchise alan ise hem söz konusu sisteme (franchise verenin belirlediği ilkelere uymak ve verilen fikri/sınai unsurlardan yararlanmak kaydıyla) dahil mal veya hizmetlerin sürümünü

kendi nam ve hesab,na yapmay, ve desteklemeyi hem de franchise verene belli bir ücret ödemeyi taahhüt etmektedir.

Franchise sözleşmelerinde franchise alan, sözleşme yapmaya sevk eden en önemli faktörlerden biri franchise verenin tanınmış, marka, d. r. Mallar, n franchise alan taraf,ndan üretildikten sonra franchise verenin markası, ile üretilenler piyasaya sürüldükten sonra üretim franchisinglerinde, franchise alan, n mallar, franchise verenin belirlediği toptan, lardan alıp, franchise verenin markası, ile üretilip, tüketicilere dağıtılması, halinde ve verilen hizmetin franchise markası, kullanılarak gerçekleştirildiği durumlarda marka lisansı, söz konusu olmaktadır. Ayrıca marka, franchise alan taraf,ndan personel kayıfları, evrak, fiyat listeleri ve reklamlarda kullanılıyor ise yine marka lisansı, söz konusu olmaktadır.

Franchise sözleşmesi ile marka lisansı sözleşmesinin uygulanacak hükümler açısından değerlendirilebilmesi için ilk olarak bu sözleşmelerin hukuki niteliklerinin belirlenmesi gerekmektedir. Kanunda düzenlenmemiş sözleşmeler isimsiz sözleşmeler olarak adlandırılmaktadır. İsimsiz sözleşmelerin bir kısmı, lisans ve franchise sözleşmeleri gibi kanun koyucu tarafından düzenlenmemiş olmakla birlikte, günlük hayatta neredeyse isimli sözleşmeler kadar sık yapılmaktadır. Hayatında kabul edilmiş, yasa dışı bir uygulama alanı bulmuş isimsiz sözleşmeleri, tipik hale gelmiş isimsiz sözleşmeler olarak kabul edilmektedir. Marka lisansı ve franchise sözleşmelerinin ötipikle mi isimsiz sözleşme kapsamında değerlendirilmesi uygun olacaktır.

Her ne kadar marka lisansı sözleşmesine ilişkin olarak Marka KHK'da bazı hükümlere yer verilmiş ise de marka lisansı sözleşmesi tüm unsurlarıyla kanunda düzenlenmiş bir sözleşme değildir. Marka KHK'da yer alan düzenlemeler marka lisansı sözleşmesinin kanunda düzenlenmemiş isimli bir sözleşme olarak kabul edilmesi için yeterli değildir. Ayrıca marka lisansı sözleşmelerinin kanunda düzenlenmemiş diğer sözleşmelere tam olarak benzemediğinden ve kanunda düzenlenen sözleşmelerin de marka lisansı sözleşmelerinin markanın kullanılması hakkı gibi esas unsuruna yabancı olması,

sebepleriyle marka lisans sözleşmeleri isimli sözleşmeler içinde kendine özgü sözleşme oldu u sonucuna var,lm, t,r.

Aynı şekilde franchise sözleşmesi, ilgili mevzuatımızda 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunu uyarınca kurulan Rekabet Kurulu tarafından çözümlenilen Franchise Anlaşmalarına ilişkin Grup Muafiyeti Tebliğinin 30/3/b hükmünde⁵⁰⁷ bahsedilse de TBK ve diğer kanunlarda franchising sözleşmesine ilişkin herhangi bir düzenleme bulunmadığından franchise sözleşmesi isimli sözleşme olarak nitelendirilmektedir. Franchise sözleşmesinde, kanunun diğer sözleşme türlerinde öngördüğü unsurların kanunun öngörmediği bir tarzda bir araya getirildiği görülmektedir. Bu nedenle, franchise sözleşmesinin isimli sözleşmeler içinde yer alan karma sözleşme oldu u sonucuna var,lm, t,r.

Karma sözleşmelere uygulanması gereken hükümler konusunda ise doktrinde farklı görüşler yer almaktadır. Eğer doktrinde çoğunluk tarafından kabul gören kıyas görüşü kabul edilirse karma sözleşmelere, herhangi bir kanun hükmü doğrudan doğruya değil ancak kıyas uygulanması gerekmektedir. Çünkü kanunda yer alan sözleşmeler somut bir bütün teşkil ettiğinden, bunlara ilişkin hükümlerin doğrudan doğruya uygulanması, ancak bu sözleşmelerin kanundaki tanımlanmış tamamen gerçeğe mesine bağlıdır.

Yukarıda zikredilen hususlardan anlaşılacağı üzere lisans sözleşmeleri kendine özgü sözleşme, franchise sözleşmesi ise karma sözleşmedir. Kendine özgü sözleşmelere kanunda düzenlenmiş sözleşmelere ait hükümler menfaatler durumuna uygun olduğu ölçüde somut olaya kıyas uygulanmalıdır. Eğer karma sözleşmelere uygulanması gereken hükümler konusunda kıyas görüşü kabul edilirse, lisans ve franchise sözleşmelerine uygulanacak hükümlerin belirlenmesinde yöntemin aynı,

⁵⁰⁷ Bahsi geçen hüküm uyarınca franchise sözleşmesi ile franchise veren, franchise alan, doğrudan veya dolaylı olarak mali katkı, kar, il, v.d. gibi, belirli türden mal ve/veya hizmetleri pazarlaması, amaç,yla bir franchise kullanılması, hakkını verir. Ayrıca Tebliğ'e göre franchise sözleşmesi, aşağıda yer alan hükümleri içermelidir:

- Ortak bir marka veya işletme adı kullanılması, ve tesislere ve/veya ulaşımla araçlar,na yeknesak bir görünüm verilmesi,
- Franchise veren tarafından franchise alanın know-how aktarılması,,
- Franchise alanın anlaşma süresince franchise veren tarafından sürekli olarak ticari ve teknik açıdan desteklenmesi.

olaca , sonucuna ula ,lmaktad,r. Buradan hareketle karma sözleşme ve kendine özgü sözleşme arasındaki ayrım, suni bir ayrımın ibaret kaldığını, anlaşılmaktadır.⁵⁰⁸

Franchise sözleşmesi vekâlet, hizmet, acentelik ve tek satış sözleşmelerine ait unsurlar taşımaktadır. Lisans sözleşmesi ise ürün kirası, kira, satış ve ortaklık sözleşmelerine ait unsurlar taşımaktadır. Hem franchise sözleşmesinin hem de lisans sözleşmesinin yanında düzenlenmiş sözleşmelere ait unsurlar taşınan ve bununla birlikte hiçbirine tam olarak benzemediklerinden, bu sözleşmelere ait hükümlerin franchise ve lisans sözleşmelerine doğrudan değil, mahiyetine uygun olduğu ölçüde uygulanabileceği kabul edilmelidir. Ayrıca franchise sözleşmeleri, lisans unsurunu da içinde barındıran daha geniş haklar ve yükümlülüklerle sahip olduğundan, lisans sözleşmesi için uygulamada ve örnekte kabul edilmiş hükümlerin franchise sözleşmesine somut olay ve tarafların menfaati dikkate alınarak uygulanabileceği sonucuna ulaşmak yerinde olacaktır.

Kanunda düzenlenmemiş bir sözleşme olan franchise sözleşmesi ekil serbestisi ilkesi gereğince belirli bir şekilde yapılması, gerekmemesine rağmen MarkaKHK m. 15'de yer alan *öTescilli bir marka üzerindeki satışlar arasında, işlemler yazılı, ekli tabidir.* hükümünden de anlaşılacağı üzere marka lisans sözleşmeleri için yazılı ekil şart, söz konusudur. Bu hüküm göz önünde bulundurulduğunda sınıflı haklara ilişkin unsurlar, tarafların franchise sözleşmesinin yazılı şekilde yapılması gerektiği sonucuna ulaşmaktadır. Franchise sözleşmesi yazılı yapılmadığı takdirde, franchise sözleşmesi geçerli olmakla birlikte franchise alan, franchise sistemine ait marka veya patent üzerinde bir kullanma hakkına sahip olmayacaktır. Bu durumda taraflar arasında ilgili sınıflı hakların kullanılmamasına ilişkin tamamlanmış yazılı bir sözleşme yapılması gerektiği sonucuna ulaşmaktadır.

⁵⁰⁸ Lisans ve franchise sözleşmelerindeki uyumsuzluklarda öncelikle, tarafların iradelerini doğruluk ve güven kurallarına göre yorumlanmalı, ve tarafların özgün iradeleriyle koydukları kuralları uygulanmalıdır. Yorum faaliyeti neticesinde tarafların gerçek iradeleri tespit edilemezse veya tarafların özgün kuralları koymaması, bu durumda Türk Borçlar Kanunu'nun genel hükümlerine başvurulmalıdır. Eğer sorun genel hükümlerle çözülemiyorsa, bu konuda bir örf ve adet kuralı varsa olaya uygulanmalıdır. Ancak böyle bir örf ve adet kuralı da olmadıkça, bu durumda Türk Borçlar Kanunu'nun özel hükümleri menfaatler durumuna uygun olduğu ölçüde somut olaya uygulanmalıdır. Nihayet, hâkim, başvuracağı hiçbir hüküm bulamazsa kendisi kanun koyucuyu gibi davranıp, kural koyarak boşluğu doldurur.

Marka lisans sözleşmelerinde bedel ödeme, marka hakkının kullanılması, sa lanması, gibi her iki tarafa ait edimler olduğu görülmektedir. Aynı şekilde franchise sözleşmesinde de franchise verenin kendine ait s,naî hakları, kullanılması, sa lama, franchise alan, destekleme, franchise alanına eğitim verme ve onu işletme ve pazarlama organizasyonuna dâhil etme edimleri ile birlikte, franchise alanın bedel ödeme, sürümünün artırılması gibi edimleri olduğu undan franchise sözleşmesinde her iki tarafa ait edimlerin bulunduğu görülmektedir. Bu nedenle hem lisans sözleşmesi hem de franchise sözleşmesi her iki tarafa da borç yükleyen bir sözleşme dir. Ayrıca her iki sözleşme de edimler sözleşme boyunca devam ettiği inden lisans ve franchise sözleşmeleri ani edimli borç lili kişi niteli ine sahip sözleşmeler olmayıp sürekli borç lili kişi niteli ine sahip sözleşmelerdir.

Franchise sözleşmesi ve lisans sözleşmesi arasındaki farklardan bir diğeri ise lisansa konu olan markayla sürümünün gerçekleştirilen mal ve/veya hizmetlerin garantisini sağlamak üzere lisans sözleşmesinde lisans verene tanınan talimat ve denetim yetkileri, franchise verenin, mal ve/veya hizmetin sürümünü benzer görünümlerdeki işletmelerde aynı, imaj ve marka altında dikey birliğin içinde cereyan eden bir birliktelik sağlanması, için franchise alanın karışında sahip olduğu talimat ve denetim yetkilerine nazaran çok daha sınırlıdır. Bu farklılığın en önemli sebebi franchise sözleşmelerinde lisans sözleşmelerinden farklı olarak franchise alanın sisteme entegrasyonunun söz konusu olmasıdır.

Franchise sözleşmesinde lisans sözleşmesine ilişkin unsurların bulunması, sebebiyle, franchise veren için lisans verenin yükümlülüklerinin tamamının hemen hemen aynı, içerikte bulunduğu sonucuna ulaşılmaktadır. S,naî mülkiyet haklarının, kullanılmasında, sunulan mal ve/veya hizmetin kalitesinin korunması, yükümlülükleri ortak yükümlülüklerdendir. Bununla birlikte franchise verenin franchise alanına aydınlatma, franchise alanın koruma ve destekleme yükümlülükleri ve franchise alanına gerekli malzemeleri teslim yükümlülüğü gibi lisans veren için söz konusu olmayan yükümlülükleri de bulunmaktadır.

Ayn, ekilde franchise alan için de lisans alan,n yükümlülüklerinin tamam, hemen hemen ayn, içerikte bulunmaktad,r. Ücret ödeme, sunulan mal,n ve/veya hizmetin kalitesinin sa lanmas,, fikri ve s,naî unsur sahibinin menfaatini koruma ve ona sadakat gösterme, fikri ve s,naî unsurlar, kullanma, sözleşme boyunca marka sahibine rekabet etmeme, bilgi verme, markaya tecavüz oldu unda haberdar etme ve sözleşme meden do an haklar,n, devredememe ile borçlar,n, bizzat yerine getirme gibi yükümlülükleri ortak yükümlülüklerdir. Bununla ile birlikte franchise alan,n sözleşme konusu mal ve/veya hizmetin sürümünü sa lama, franchise verenin talimatlar,na uyma ve franchise konusu mal ve malzemeleri franchise verenden alma yükümlülükleri gibi lisans alan için söz konusu olmayan yükümlülükleri de bulunmaktad,r.

Lisans sözleşmelerinde lisans verenin fikri ve s,naî haklar,n kullan,m,na ilişkin asli yükümlülü ü markan,n kullan,m hakk,n,n sa lanmas, iken franchise sözleşmelerinde franchise verenin asli yükümlülü ü sadece marka hakk,n,n kullan,m, ile s,n,rl, olmay,p franchise sistemine ait tüm fikri ve s,naî unsurlar,n kullan,m hakk,n,n franchise alana sa lanmas, söz konusudur.

Franchise verenin asli yükümlülüklerinden bir di eri ise franchise alan, koruma ve destekleme yükümlülü üdür. Franchise verenin bu yükümlülü ü genellikle sözleşme metninde ve ona ekli i letme kitab,nda yer almaktad,r. Lisans verende bulunmayan bu yükümlülük, i letmenin kurulmas, sürecindeki yard,mdan, i letmenin devam, s,ras,nda franchise alan, ve personelini e itmeye kadar sözleşme boyunca de i ik ekillerde süreklilik arz etmektedir.

Franchise sözleşmesi kar ,l,kl, güvene dayanan ve taraflar aras,nda sürekli ve yo un bir i birli i kuran bir sözleşme olmas, nedeniyle franchise verenin lisans verenden farklı olarak sözleşme öncesinde franchise alan, ayd,nlatma yükümlülü ünü özenle yerine getirmesini gerekli k,lmaktad,r. Zira franchise alan, bu görüşmelerden elde etti i bilgilere dayanarak ve güvenerek sisteme girmek için büyük yat,r,mlar ve önemli harcamalar yapmaktad,r.

Modern bir pazarlama ve dağıtım yöntemini olan franchisingde amaç ana firmanın sözleşmeye konu mal ve/veya hizmetlerinin üçüncü kişilere sürümünün gerçekleştirilmesidir. Bu nedenle franchise sözleşmesinin asli yükümlülüğü, kendi nam ve hesabına hareket eden franchise alanın sürümü sağlamak ve destekleme yükümlülüğü olmaktadır. Lisans sözleşmesinin franchise sözleşmesinden en belirgin farklarından biri, lisans alan için sürümü sağlamak ve destekleme yükümlülüğünün bulunmamasıdır. Ayrıca franchise alan, franchise sözleşmesine konu olan mal ve hizmetlerin sürümünü yaparken franchise sisteminde yer alan marka, işletme adı, ticaret unvanı, know-how gibi fikri ve sınai unsurları kullanması gerekmektedir.

Franchise ve lisans sözleşmeleri sürekli borç ilişkisi kurdukları taraflar arasında kararlılık, güven esastır. Özellikle franchise sözleşmesinde lisans sözleşmesinden farklı olarak sözleşme, bir işbirliği de söz konusudur. Franchise sözleşmesinde kararlılık, güven ve işbirliği neticesinde franchise alanına aktarılan pazarlama ve üretim süreçleri korunmaması halinde sadece franchise veren de değil, tüm sistem zarar görecektir. Benzer şekilde lisans verilen markanın kullanılması, mal ve/veya hizmetin kalitesinin korunması, sağlamak yükümlülüğü gereği lisans veren taraftan lisans alanına aktarılan her türlü bilginin korunmaması halinde de lisans veren ve varsa diğer lisans alanlar zarar görecektir. Bu sebeptendir ki, franchise alan ve lisans alanın sözleşmenin karlı tarafının menfaatlerini koruma ve ona sadakat gösterme yükümlülükleri olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Marka lisans ve franchise sözleşmeleri sürekli borç ilişkisi niteliğine sahip sözleşmeler olduğundan, bu sözleşmelerin sona ermesi için aynı kurallar geçerlidir. Her iki sözleşme de, taraflar arasında kararlaştırılan sürenin sona ermesi, taraflardan birinin ölümü, ehliyetini kaybetmesi ve iflas ile kendiliğinden veya haklı nedenlere dayanarak olağanüstü fesih yoluyla ve belirsiz süreli sözleşme de ise herhangi bir sebebe dayanmaksızın olağan fesih yoluyla tarafların iradeleriyle sona erebilmektedir.

Lisans ve franchise sözleşmelerinin mukayesesi neticesinde franchise sözleşmelerinin lisans unsurunu da içine alan daha geniş haklar ve yükümlülükler demeti olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Lisans ve franchise sözleşmelerine konu olan markaya tecavüz sayılan fiiller (Marka KHK m. 61 ve Sınai Mülkiyet Kanunu Tasarısı, m. 29) franchise alan ve lisans alan tarafından veya üçüncü kişiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Franchise ve lisans sözleşmelerinde sözleşmeler, çerçevesinde sözleşmeye konu marka hakkı, franchise alanına ve lisans alanına verilmektedir. Sözleşmeye marka hakkının kullanılması için belli bir bölge, belli bir süre ve markanın tescilli olduğu mal ve/veya hizmetlerin bir kısmı için kullanabilme gibi kısıtlamalar konulabilmektedir. Lisans alan ve franchise alan kendisine tanınan marka hakkı, marka sahibinden izinsiz olarak genişlettiği takdirde marka sahibinin marka hakkına tecavüz etmiş olacaktır.

Franchise sözleşmesi ve lisans sözleşmesi ile sözleşmenin karlı tarafına sağlanan marka hakkının kullanılması üçüncü bir kişiye devredilmesi Marka KHK m. 61 ve Sınai Mülkiyet Kanunu Tasarısı, m. 29'de açıkça belirtildiği üzere mümkündür. Ayrıca belirtmek gerekirse, sözleşme süresince, marka hakkı tanınan gerçek veya tüzel kişinin ortaklık yapısında franchise veren ve lisans veren yazılı muvafakati olmaksızın devir mesinin de mümkün olmayacağı sonucuna ulaşılmaktadır. Söz konusu devir yasa, yanında franchise alan veya lisans alan gerçek veya tüzel kişilerin ortaklık, ayni, sektörde ticari faaliyet göstermesi ve/veya faaliyet gösteren üçüncü şahıslara bilgi ve deneyim aktarması, sözleşmeye aykırı şekilde gerçekleştirilmesi sonucuna ulaşılmaktadır.

Lisans alan ve franchise alan markayı, veya ayrı edilmeyecek derecede benzerini kullanmak suretiyle markanın taklit edildiğini bildiği veya bilmesi gerektiği halde tecavüz yoluyla kullanılan markayı, tanıyan ürünleri sattığı, dağıttığı, veya başka şekilde ticaret alanına çıkardığı takdirde marka sahibinin marka hakkına tecavüz etmiş olacaktır.

Marka hakkına üçüncü kişiler tarafından tecavüzü halinde, marka üzerindeki mutlak hakkın ihlal edilen marka hakkı, sahibinin dava hakkı, esastır. Bununla birlikte, marka hakkına yapılacak tecavüzler, marka hakkı, sahibinin hakları ile birlikte o hakka dair kullanma hakkı, tanınan lisans alanları ve franchise alanları da hakları, zedelemektedir. Bu durumda lisans alan ve franchise alan için sözleşmeye konu marka hakkına tecavüz halinde dava hakkının bulunması gerekmektedir.

MarkaKHK m. 21/VI, 73/İçde ve Sınâî Mülkiyet Kanunu Tasarısı, m. 158'de belirtildiği gibi lisans sahiplerine tanınan dava açma hakkı, lisansın kaynaklanan hakkını içerdiğine göre de içermektedir. Bahsi geçen hukuki düzenlemelerde inhisari lisans sahibinin marka tecavüzü halinde dava açabileceği, inhisari olmayan lisans sahibinin ise aksi sözleşme ile kararlaştırılmadıkça, müddetçe dava açma hakkının olmadığı, ve ancak bazı durumlarda gerçekleştirende dava açma hakkına sahip olacağı düzenlenmiştir. Marka hakkına tecavüz halinde dava açma hakkı olmayan lisans sahibi, noter vasıtasıyla yapacağı bir bildirimle, gereken davayı açması, marka sahibinden talep etmelidir. Marka sahibinin, bu talebi kabul etmemesi veya bildirim alınandan itibaren üç ay içinde gerekli davanın açılmaması halinde, lisans alan yaptığı bildirimde ekleyerek, kendi adına dava açabilmektedir. (MarkaKHK m. 21/VII)

Marka hakkına tecavüz halinde, franchise sözleşmeleri lisans sözleşmelerine ait unsurları taşıyan ve kanunda düzenlenmemiş bir sözleşme olduğundan, lisans sözleşmelerine dair marka hakkına tecavüzü düzenleyen hükümlerin uygulanması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu nedenle öncelikle franchise sözleşmesine konu marka lisansının niteliğinin belirlenmesi gerekmektedir. Eğer franchise sözleşmesinde franchise alanına belli bir bölgede marka hakkının kullanılması ile inhisari bir hak verilmişse, inhisari lisans sahibi için geçerli hükümlerin franchise alan için geçerli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Franchise sözleşmesinden marka hakkının kullanılması inhisari olmayan nitelikte ise, bu durumda inhisari olmayan lisans sahibi için geçerli hükümlerin franchise alan için geçerli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Kanaatimizce, alt franchisingin söz konusu oldu u yavru irket veya master franchisinglerinde, alt lisans alan,n marka hakk,na tecavüz halinde dava açma hakk, olmad, ,ndan alt franchising alan,n da marka hakk,na tecavüz halinde dava açma hakk,n,n bulunmad, , sonucuna ula ,lmaktad,r. Çünkü önceki bölümlerde de aç,kland, , üzere hak sahibini kendisinin verdi i inhisari olmayan lisanslarda bile lisans alana dava açma hakk,n, s,k, ko ullara ba lam, iken, sözleşme ili kisi içinde bulunmad, , ve belki haberi dahi olmad, , alt lisans alanlara dava hakk, tan,nmam, oldu unun kabul edilmesi gerekmektedir. Buradan hareketle alt franchising alan,n da marka hakk,na tecavüz halinde dava açma hakk,na sahip olmad, ,n,n kabul edilmesi gerekmektedir. Marka hakk,na tecavüz halinde alt franchise alanlar,n kendi franchise verenlerine ba vurmalar, ve üçüncü ki ilerin tecavüzüne kar , kendilerinin korunmas,n, talep etmeleri mümkündür.

Son olarak mevcut hukuki düzenlemelerin yeterli olup olmad, ,na de inmek gerekirse hem MarkaKHKøda hem de S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s,ønda lisansa ili kin düzenlemelerde bir tak,m eksiklikler bulunmaktad,r. A a ,da lisansa ili kin hususlarda mevcut MarkaKHKøda bulunan ve S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s,ønda da düzeltilmesi öngörülmeleyen bir tak,m eksikliklere yer verilmi tir:

- Marka lisans, sözleşmesinin sicile tescilinin kim taraf,ndan gerçekleştirilece i, MarkaKHKøda ve MarkaYönøde belirtilmemi tir. Bu hususla ilgili bir düzenlemeye Tasar,øda da yer verilmemi tir.
- MarkaKHKøda lisans alan taraf,ndan üretilen mal ve/veya hizmetlerin kalitesinin korunmas, ile ilgili ayr,nt,lara yer verilmemi tir. Tasar,øda da ayr,nt,l, bir düzenlenmenin bulunmad, , bu hususla ilgili olarak lisans alan,n kaliteyi sa lama yükümlülü üne dair ayr,nt,l, düzenlemeler yap,lmas, yerinde olacakt,r.
- MarkaKHKøda, lisans sözleşmesinin artlar,n,n ihlali halinde markadan do an haklar,n ileri sürülebilece ine ili kin m. 21/IX tek ba ,na çok geni anlamda olup yeterli de ildir. Bu nedenle hangi durumlarda markadan do an haklara dayan,laca ,n,n belirtilmesi gerekmektedir. Bunlar d, ,nda kalan

sözle me hükümlerine ayk,r,l,k durumlar,nda ise markadan do an haklara de il, TBK m. 112øye dayand,r,lmas, gerekmektedir.

- Üçüncü bir ki i taraf,ndan marka hakk,na tecavüz edilmesi halinde, lisans alan,n, tecavüz sebebiyle u rad, , zarar,n giderilmesi amac,yla, marka sahibinin açaca , davaya kat,lmaya yetkili oldu u yönünde bir düzenlemenin gerçekte tirilmesi yerinde olacaktır,r.
- MarkaKHKøda, lisans verenin kaliteyi koruma yükümlülü ünden bahsedilmekle birlikte kaliteyi sa lamak amac,yla alaca , önlemlerin ayr,nt,lar,na yer verilmemi tir. Tasar,øda bu hususa dair düzenlemeler yap,lmaz, yerinde olacaktır,r. Örne in, lisans sözleşmesinde üretilen mal,n belirlenen kalitede olmas,n, sa lamak için lisans verenin düzenli kontrol gerçekte tirmesi kararla t,r,labilir.
- MarkaKHK m. 66/1øde ömarka sahibinin u rad, , zarar yerineö ibaresinde ömarka sahibiö yerine ömaddi tazminat davas, açmaya yetkili olan ki iö olarak düzeltilmesi daha isabetli olacaktır,r. Zira marka sahibinin açabilece i davalar, inhisari lisans sahibinin açma yetkisi bulundu undan tazminat davas, açabilece i dü ünüldü ünde, bahsi geçen ibarenin düzeltilmesi gerekti i anla ,lmaktad,r. Tasar, m. 151øde bu husus öhak sahibiö olarak düzenlenmi tir.
- Lisans unsurunu ta ,yan franchise sözleşmelerinin, lisans sözleşmelerinde oldu u gibi sicile kayd,na ili kin mevzuatta düzenlemelerin yap,lmaz, gerekmektedir.

Kanaatimizce MarkaKHKøda ve Tasar,øda bulunan ve bir k,sm, yukar,da zikredilen eksikliklerin giderilmesi önemli olmakla birlikte taraflar,n yükümlülüklerinin daha ayr,nt,l, olarak belirlenmesi gerekmektedir. Ayr,ca, MarkaKHK ve Tasar, ba ta olmak üzere hukuki düzenlemelerde marka lisans,n, içinde bar,nd,ran franchise sözleşmelerine ait herhangi bir düzenlemenin bulunmamas,n, ciddi bir eksiklik olarak görmekteyiz.

KISALTMALAR

ABAD	: Avrupa Birli i Adalet Divan,
ABD	: Amerika Birle ik Devletleri
BAT DER	: Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi
bkz.	: bak,n,z
C.	: Cilt
dn.	: Dipnot
E.	: Esas
HD	: Hukuk Dairesi
BF	: ktisadi dari Bilimler Fakültesi
K	: cra ve flas Kanunu
TO	: stanbul Ticaret Odas,
ÜHF	: stanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi
Ü F	: stanbul Üniversitesi letme Fakültesi
K.	: Karar
KHK	: Kanun Hükmünde Kararname
KUTO	: Ku adas, Ticaret Odas,
m.	: Madde
MarkaKHK	: 556 say,l, Markalar,n Korunmas, Hakk,nda Kanun Hükmünde Kararname
MarkaYön	: Markalar,n Korunmas, Hakk,nda Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulanmas,na Dair Yönetmelik Property Rights (Ticaretle Ba lant,l, Fikri Mülkiyet Haklar, Anla mas,)
R.G.	: Resmi Gazete
s.	: sayfa
S.	: Say,
S.B.E.	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
T.	: Tarih
TAAD	: Türkiye Adalet Akademisi Dergisi

Tasar,	: S,naî Mülkiyet Kanunu Tasar,s,
TBB	: Türkiye Barolar Birli i
TBK	: Türk Borçlar Kanunu
T RK	: Ticari İletme Rehni Kanunu
TMK	: Türk Medeni Kanunu
TPE	: Türk Patent Enstitüsü
TRIPS	: The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual
TSE	: Türk Standartlar, Enstitüsü
TTK	: Türk Ticaret Kanunu
UFRAD	: Ulusal Franchising Derne i
WIPO	: World Intellectual Property Organization (Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü)
Y.	: Yay,n
Yarg.	: Yarg,tay

KAYNAKÇA

Kitaplar

Aaker, D., **Strategic Market Management**, New York, NY, John Wiley & Sons, Inc., 2001

Akyol, Ener, **Borçlar Hukuku Özel Borç lileri**, 1. Fasikül, Fakülteler Matbaas,, stanbul 1984

Arbek, Ömer, **Fikir ve Sanat Eserlerine li kin Lisans Sözle mesi**, Ankara 2005

Arkan, Sabih, **Marka Hukuku**, Cilt I, Ankara 1997

Arkan, Sabih (Ticari), **Ticari i letme Hukuku**, 6102 Say,l, Türk Ticaret Kanuna Göre Haz,rlanm, 15. Bask,, Ankara 2011

Ayan, Mehmet, **Miras Hukuku**, Konya 2004

Ayan, Mehmet, **Medeni Hukuka Giri**, Konya 2003

Ayata, Ye im, **Franchise Sözle mesinde Taraflar,n Borçlar,,** Vedat Kitapç,l,k, stanbul 2015

Ayd,nc,k, irin, **Fikri Haklara li kin Lisans Sözle meleri**, Ar,kan Yay,nc,l,k, stanbul 2006

Ayhan, R,za/ Özdamar Mehmet/ Ça lar Hayrettin, **6102 Say,l, Ticaret Kanunu Hükümlerine Göre Ticari i letme Hukuku Genel Esaslar**, Yenilenmi 4. Bas,, Turhan Kitapevi, Ankara 2011

Bak,rc,, Mehmet Enes, **Teknoloji Transferinde öPatent ve Know-How Lisans,ö Sözle meleri**, stanbul 2001

Ba , Mustafa, **Teknik Bilgi (Know-How) Lisans Sözle mesi**, Ankara 2000

- Borchard, William M., **Trademark Basics: A Guide for Business**, New York 1995
- Çamcı, Ömer, **Marka Davaları**, İstanbul 1999
- Çağlar, Hayrettin, **Marka Hukuku Temel Esaslar**, 1. Baskı, Ankara 2013
- Çelik, Nuri, **Hukuku Dersleri**, İstanbul 2008
- Çolak, Uğur, **Türk Marka Hukuku**, XII Levha Yayıncılık, İstanbul 2016
- Daft, Richard L, **Management**, Orlando 1997
- Dirikkan, Hanife, **Tanıtım, Markanın Korunması**, Seçkin Yayıncılık, 1. Basım, Ankara 2003
- Durukan, Tülin, **Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri Franchising Sistemi ve Türkiye Uygulanması**, Ankara 2006
- Erdem, B. Bahattin, **Patent Hakkında Korunması ve Patent Hakkında İhtisap Sözleşmelerine Uygulanacak Hukuk**, İstanbul 2000
- Erdil, Sabri T./ Uzun Yelken, **Marka Olmak**, Beta Yayıncılık, İstanbul 2009
- Eren, Fikret, **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, C.III, İstanbul 1994
- Eren, Fikret (Özel Hükümler), **Borçlar Hukuku Özel Hükümler**, Ankara 2014
- Gürzumar, Osman Berat, **Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan Sistemlerin Hukukî Korunması**, İstanbul 1995
- İğnazar, Hasan, **Tek Satış Sözleşmesi**, Ankara 1989
- Karahan, Sami, **Ticari İşletme Hukuku**, Güncellenmiş 20. Baskı, Mimoza Yayıncılık, Konya 2011
- Kaya, Arslan, **Marka Hukuku**, İstanbul 2006
- Kayhan, İbrahim, **Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi**, Ankara 2011

Keller, L., **Conceptualizing, Measuring ang Managing Customer Based Brand Equity**, Journal of Marketing Vol.57 No:1, 1993

Keskin, Serap, **Fikri Mülkiyet Haklar,nda Patent ve Markan,n Ceza Normlar, ile Korunmas,,** Seçkin Yay,nc,l,k, Ankara 2003

K,l,ço lu, Ahmet M., **Borçlar Kanunu Genel Hükümler**, Turhan Kitapevi, Geni letilmi 9. Bas., Ankara 2007

K,rca, Çi dem, **Franchise Sözle mesi**, Ankara 1997

Köprülü, Bülent, **Miras Hukuku Dersleri**, stanbul 1985

Kuntalp, Erden, **Kar, ,k Muhteval, Akit**, Ankara 1971

McNeil, James U., **An Introduction to Consumer Behavior**, New York, 1973

Meran, Necati, **Marka Haklar, ve Korumas,,** 3. Bask,, Ankara 2014

Noyan, Erdal, **Marka Hukuku**, Ankara 2006

O uzmani, M.Kemal/ Öz, Turgut, **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, stanbul 2005

Oktay Özdemir, Saibe, **S,nai Haklara li kin Lisans Sözle meleri ve Rekabet Hukuku Düzenlemelerinin Lisans Sözle melerine Uygulanmas,,** stanbul 2002

Ongan, Burak, **S,naî Haklara li kin Lisans Sözle melerinde Taraflar,n Hukuki Durumu**, Seçkin Yay,nc,l,k, Ankara 2007

Ortan, Ali Necip, **Patent Lisans, Sözle mesi**, Do an Matbaas,, Ankara 1979

Oytaç, Kutlu, **Endüstriyel Tasar,malar çerikli Kar ,la t,rnal, Markalar Hukuku**, Ankara 2002

Ö üz, Tufan, **Know-How Sözle mesi**, stanbul 2001

Öz, Turgut, **Yönetim (Management) Sözle mesi**, stanbul 1997

Özarma an, Müge, **Marka Hakk,n,n Kullanmama Nedeniyle Sona Ermesi**, Vedat Kitapç,l,k, stanbul 2008

Özel, Ça lar, **Marka Lisans, Sözle mesi**, Seçkin Yay,nc,l,k, Ankara 2015

Özsoy, Saadet Hande, **Türk Hukukunda Patent Lisans, Sözle mesi**, Turhan Kitapevi Yay,nlar,, Ankara

Özsunay, Ergun, **Medeni Hukuka Giri** , stanbul 1986

Poroy, Reha, **Ticari İletme Hukuku**, stanbul 1994

Reha, Poroy/ Hamdi, Yasaman, **Ticari İletme Hukuku**, stanbul 2001

Saban, Nihal, **Franchising ve Vergilendirme**, stanbul 1997

Sarg,n, Fügen, **Milletleraras, Unsurlu Patent ve Ticari Marka Lisans, Sözle melerine Uygulanacak Hukuk**, Ankara 2002

Sar,soy, Taner, **Tüm Yönleriyle Franchising Forfaiting, Factoring, Leasing İlemleri Vergi ve Muhasebe Uygulamalar,,** Ankara 2011

Sekmen, Orhan, **Markan,n Hükümsüzlü ü ve Hukuki Sonuçlar,,** Ankara 2013

Seliçi, Özer, **Borçlar Kanunuına Göre Sözle meden Do an Sürekli Borç li kilerinin Sona Ermesi**, stanbul 1977

Sert, Selin, **Markan,n Kullan,lmas, Yükümlülü ü**, Ankara 2007

Stanworth, John/Smith, Brian, **Ba ar,l, Markalar ve Siz**, stanbul 1995

Suluk, Cahit, **Tasar,m Hukuku**, Ankara 2003

Tando an, Haluk (Borçlar Hukuku), **Borçlar Hukuku Özel Borç li kileri, C. I/1**, stanbul 2008

Taylan Çaml,el, Esin, **Marka Hakk,n,n Kullan,m,yla Paralel İthalat,n Engellenmesi**, Ankara 2001

Tekinalp, Ünal, **Fikri Mülkiyet Hukuku**, Arkan Bas,m, stanbul 2005

Torremans, Paul, **ntellectual Property Law**, Oxford 2010

Tunçoma , Kenan, **Borçlar Hukuku, Özel Borç li kileri**, C.II, stanbul 1977

Ula , Dilber, **Franchising Sistemi**, Nobel Yay,nevi, Ankara 2015

Uztu , Ferruh, **Markan Kadar Konu , Marka leti imi Stratejileri**, Mediacat, stanbul 2003

Ülgen, Hüseyin/ Teoman, Ömer/Helvac,, Mehmet/ Kendigelen, Abuzer /Kaya, Arslan/ Nomer, N.Fusun, **Ticari letme Hukuku**, Vedat Kitapç,l,k, 3. Bas,, stanbul 2009

Ünal, Mücahit, **Marka Tescilinden Do an Haklarla lgili Hukuki lemler**, Ankara 2007

Yasaman, Hamdi/Altay, S,tk, Anlam/Ayo lu, Tolga/Yusufo lu, Fülürya/Yüksel, Sinan, **Marka Hukuku**, Cilt 1. Bask,, Vedat Kitapç,l,k, stanbul 2004

Yavuz, Cevdet: **Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler)**, stanbul 2001

Yüksel, Ali Sait, **Patent ve Lisans Sözle mesi Hukuku**, 1989

Zevkliler, Ayd,n, **Özel Borç li kileri**, Ankara 2004

Tezler

Alt,nok Ormanç,, P,nar, **Sürekli Borç li kilerinin Hakl, Sebeple Feshi**, Doktora Tezi, stanbul 2011

Ba lar(Lisans), Yusuf, **Marka Lisans Sözle meleri, Yay,nlanmam, Yüksek Lisans Tezi**, K,r,kkale 2008

Belek, Veysel, **Markanın Devrinin, Haczinin ve Bu İşlemler Açısından Marka Değerlemesinin İncelenmesi**, Marka Uzmanlık Tezi, Ankara 2011

Boso, Burcu, **Rekabet Hukuku Açısından Franchise Sözleşmeleri**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006

Çiçekçi, Çi dem, **Marka Lisans, Sözleşmeleri**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2001

Güçer, Sülün, **Avrupa Topluluğu ve Türk Hukukunda Franchising Sözleşmeleri Rekabet Hukuku ile İlişkisi**, Doktora Tezi, Ankara 2008

Kara, Ay en, **Markalama Strajilerinden Ortak Markalama (Co-Branding) ve İnternet Üzerinde Örnekler**, Marka Uzmanlık Tezi, Ankara 2015

Koç, Murat, **Bir Girişimcilik Modeli Olarak Franchising**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2006

Kurtuluş, Ezel, **Acentelik Sözleşmesi ve Acentelik Sözleşmesinin Benzer Sözleşme Türlerinden Farkları**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2005

Ölmez, Hande, **Marka Lisans Sözleşmeleri**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2012

Özyeşil, Bengü, **Marka Lisans Sözleşmesi**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2010

Sayınar, Cemil, **Marka Lisans, Sözleşmeleri**, Marka Uzmanlık Tezi, Ankara 2008

Torun, Zeliha, **Rekabet Hukuku Açısından Franchise Sözleşmelerinin İncelenmesi**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2012

Yılmaz, Canan, **Marka Lisans Sözleşmeleri**, Yayınlanmam, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2001

Makaleler

Alacaklıo lu, Süha, **Franchising**, İstanbul Ticaret Odası, (TO) Yayın No: 10, İstanbul, 1994

Arvasi, Zerrin, **Franchise Sözle meleri**, Ankara Barosu Dergisi, 2000-4

Aslan, Suphio lu, **Bir Büyüme Stratejisi Olarak Franchising Sistemi; Firmalar Aç,s,ndan Önemi, Mevzuat Boyutu ve Muhasebe Uygulamas,,** Afyon Kocatepe Üniversitesi, .B.F. Dergisi, C.IX. S.1, 2007

Ba aran, S,la, **Marka Lisans Sözle meleri**, Baro Dergisi,2012/2

Ba lar, Yusuf, **Marka Lisans Sözle mesinin Konusu, Özellikleri ve Benzer Sözle melerle Kar ,la t,rmas,,** Yarg,tay Dergisi, Ekim 2012

Berkhan, hsan, **Marka Lisans, Sözle mesi** (www.berkhan.av.tr)

Berkhan, hsan, **Franchise Sözle meleri** (www.berkhan.av.tr)

Berzek, Ay e Nur, **556 Say,l, Kanun Hükmünde Kararnameø de Markalar,n Düzenlenmesi, O uz mregünøe Arma an**, İstanbul 1998

Birdo an, Baki, **Pazarlama Yönteminde Yeni Bir Yakla ,m; Franchising**, Marmara Üniversitesi S.B.E. Dergisi, C. II, S. 9

Brand Finance, **Global Intangible Finance Tracker**, GIFT 2015

Brand Finance, **Türkiye'nin En De erli Markalar,n,n Y,ll,k Raporu**, Haziran 2015

Da c,,Aksu/ Arslano lu, M.An,l, **Marka Lisans,,** Legal Fikri ve S,nai Haklar Dergisi, Y,l: 2007, S. 10

Develio lu, H.Murat, **Franchising Sözle mesi** (<https://www.academia.edu>)

Feyzan Hayal, **Patent Lisans Sözle melerinin Roma Antlaşması'nın 85. Maddesi Açısından De ğerlendirilmesi**, BAT DER, Yıl: 1998, C.XIX, S. 3

Kapanc., Kadir Berk, **Franchise Sözleşmelerinin Sona Ermesi ve Bunun Hukuki Sonuçları**, Rona Serozan'ın Arma anı, C.II, İstanbul 2010

Kılıç, Özcan, **Perakendecilerde Yatay Birlik**, Ü.Ü.F. Dergisi, Haziran 1993, C.4, S. 15

Kıratlı, Metin, **Marka Lisans Sözleşmeleri**, TAAD, Yıl: 6, S.23 (Ekim 2015)

Kırcı, Çiğdem (Franchise Veren), **Tüketicinin Korunması, Hakkındaki Kanun Açısından Üretici Malatçı Olarak Franchise Veren**, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, C. XX, S. 1, Ankara 1999

Kırcı, N. Berkay, **Markanın Hükümsüzlüğü**, TBB Dergisi, Sayı, 66, 2006

Kozak, Metin, **Otel İşletmelerinde Franchising Uygulaması**, Türkiye Kalkınma Bankası Yayınları, S.44

KUTO (Kuşadası Ticaret Odası), **Girişimciler ve Yatırımcılar için Franchising Rehberi**, 2011

Marap, Beyhan, **Franchising İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi**, Muhasebe Bilim Dünyası, Dergisi, Eylül 1999, C.1, S.3

Murat Aydoğdu, **Türk ve Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Bakımından Franchise Anlaşmalarında Grup Muafiyeti**, Turhan Tufan Yüce'ye Arma anı, İzmir 2001

Muratullar, Harun, **Marka Lisans ve Patent Lisans Sözleşmelerinin Mukayesesi**, Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi, Yıl: 2013, C.9, S.33

Nart, Sima, **Türkiye'de Franchising Sisteminin Gelişimi ve Franchise Alan Girişimcilerin Memnuniyeti Belirleyicilerinin Analizi Üzerine Bir Araştırma**, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (10) 2005 / 2

Okday, Saibe, **simsiz Sözle melerin Geçerlili i, Yorumu ve Bo luklar,n Tamamlanmas,, ÜHFM C. LV (1996)**

Özba ar, A.Sera, **Franchising Nedir Ne De ildir?, Dünya Gazetesi, 12.08.1991**

Öztürk, P,nar, **Franchise Sözlesmesi, Yarg,tay Dergisi, C. 24, Say,: 4 Ekim 1998,**

Pirtini, Serdar/Akay, Hüseyin, **Bir Pazarlama Yöntemi Olan Franchising Sisteminde Vergi ve Muhasebe Uygulamalar,, Vergi Dünyas, Dergisi, S.189, May,s 1997**

Saatçio lu, Onur Can, **Franchising İletmelerinin Ba ,ms,zl,k Unsuru Aç,s,ndan ncelenmesi (www.hukuk.gen.tr)**

Sevi, Ali Murat, **Franchising İli kisine Hâkim Olan Etik Kurallar, BAT DER, C.XX, S.3, Ankara 2000**

Tando an, Haluk, **Tek Sat,c,l,k Sözle mesi, BAT DER, C. XI, S. 4, Ankara, Aral,k 1982**

Topçuo lu, Metin, **Franchise Sözlesmesinde Baglay,c, Kay,tlar ve Rekabet Hukuku, BAT DER, C.XXII, S. 1, Ankara, Haziran 2003**

Tuncer, Selahattin, **Hukuki Aç,dan Franchising, Selahattin Sulhi Tekinayøn Hat,ras,na Arma an, stanbul 1999**

Ula , Dilber (Giri imcilik), **Franchising Sisteminin Giri imcilik Aç,s,ndan De erlendirilmesi, Gazi Üniversitesi ktisadi dari Bilimler Fakültesi Dergisi 8/3 (2006)**

Ulusal Franchising Derne i, **Seminer-4, stanbul, 23 Mart 1996**

nternet Siteleri

<http://turkiyefranchise.com/download/Franchise.pdf>

<http://www.franchiseturkey.com>

<https://www.academia.edu/1069136/Franchising>

<https://www.wto.org>

hukuk.yasar.edu.tr

www.ozakyesildag.com

www.berkhan.av.tr

www.capital.com.tr

www.eff-franchise.com

www.franchise.com.tr

www.franchisedestek.com

www.hukuk.gen.tr

www.kararara.com

www.kazanci.com

www.resmigazete.gov.tr

www.tpe.gov.tr

www.ufrad.org

www.uspto.gov