

**T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÖZEL HUKUK (TİCARET HUKUK)
ANABİLİM DALI**

ELEKTRONİK TİCARET VE E-SÖZLEŞMELERDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI

Tükseklisans Tezi

Yashar Bavafa

Tez Danışmanı

Kemal ŞENOCAK

ANKARA - 2014

ÖZET

Bilgi iletişiminin, ulusal ya da uluslararası herhangi bir sınır tanımaksızın yapılmasına olanak veren Internet, hemen hemen hepimizin hayatına girmiştir. Internet ile birlikte hayatımıza giren ve her geçen gün önemi artan bir diğer yenilik de elektronik ticarettir. En temel ve basit anlamı ile bilgisayar ve iletişim ağıları aracılığıyla, elektronik yoldan girilen tüm ticari ve hukuki işlemler, elektronik ticaret olarak isimlendirilebilir. Elektronik ticaretin giderek yaygınlaşması hukuk sisteminin de gözden geçirilmesini gerekli kılmıştır. Küresel gelişmelerle birlikte Türkiye’de genel hükümlerin yanında belirli kanun ve yönetmeliklerle elektronik ticaret ile ilgili düzenleme yapmıştır. Bu çalışmanın konusunu da bu düzenlemeler oluşturmaktadır. Bu çerçevede Borçlar Kanunu başta olmak üzere elektronik ticaretle birlikte elektronik sözleşmeleri ve elektronik imzayı düzenleyen mevzuat incelenmiş ve Türkiye’deki mevcut durum irdelenmiştir.

ABSTRACT

Internet that allows information communication, without any boundary, nationally or internationally has been a part of almost all of us. Beside the internet, another innovation inserted our life is electronic commerce and day by day its importance is rising. Electronic commerce, as the main and basic definition, is all commercial and juristic transactions made by computer or communication networks. As the electronic commerce has been more widespread, it made the judicial system to be reviewed. Like global developments, Turkey has made some arrangements with specific rules and regulations about electronic trade, beside general provisions. These arrangements are the subject of this study. In this context, primarily The Law of Debt and the related legislation which regulates the electronic commerce, contract and signature has been investigated and the existing situation of Turkey has been examined.

ÖNSÖZ

Değişen dünya koşulları tüketicileri daha hızlı hareket etmeye zorlamaktadır. Bir yandan kolaylıklar sunan küresel bu sistem, bazı güçlükleri de beraberinde getirmektedir. Tüketicilerin mağdur olmasını önlemek için bazı hukuki düzenlemelerin yapıldığı ve özellikle AB müktesebatına uyum çerçevesinde yapılmaya devam edeceği görülmektedir. Sınırların kalktığı dünyamızda giderek yaygınlaşan elektronik ticaret kapsamında doğan bazı yükümlülükler de dikkati çekmektedir. Bu çalışma ile hem bu konulara dikkati çekmek hem de araştırmacı ve uygulamacıların istifadesine sunulabilecek cüzi bir katkı yapılmak amaçlanmıştır. Faydalı olacağını umduğum bu zorlu çalışmam boyunca her talep ettiğimde bir an duraksamadan tecrübesini, yardımlarını, anlayışını ve hoşgörüsünü benden esirgemeyen danışmanım Sayın Prof.Dr. Kemal Şenocak'a teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca, yanımda olmasa da desteklerini her zaman hissettiğim aileme de müteşekkirim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	viii
İÇİNDEKİLER	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	ii
KISALTMALAR.....	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET VE ELEKTRONİK SÖZLEŞMELER

I. ELEKTRONİK TİCARET VE E-SÖZLEŞMELER	5
A. E-TİCARET HAKKINDA GENEL AÇIKLAMALAR	5
B. E-TİCARET TARİHÇESİ	6
C. E-TİCARET KAVRAM VE TANIMLAR	9
1. ELEKTRONİK TİCARET KONUSUNDAKİ ULUSLARARASI ÇALIŞMALAR.....	14
2. ELEKTRONİK TİCARET KONUSUNDAKİ AVRUPA BİRLİĞİ ÇALIŞMALARI	17
3. ELEKTRONİK TİCARETİN TÜRKİYE'DEKİ GELİŞİMİ	18
D. E-TİCARETİN KAPSAMI VE NİTELİĞİ.....	20
E. E-TİCARETİN TARAFLARI.....	26
F. E-TİCARETİN TÜRLERİ	27
G. E-TİCARET ARAÇLARI.....	32
H. E-TİCARETİN HUKUKİ BOYUTU	36
II. E-SÖZLEŞMELER.....	43
A. E-SÖZLEŞME TANIMI VE KAVRAM	43
B. E-SÖZLEŞMEDE TARAFLAR	47
C. E-SÖZLEŞME TÜRLERİ.....	48
D. E-SÖZLEŞME KURULUŞU	49

E. E-SÖZLEŞME ÖZELLİKLERİ VE HUKUKİ NİTELİĞİ.....	50
1. KURULUŞTA KULLANILAN YÖNTEMLER.....	50
2. KURULUŞ ANI	52
2.a. İCAP.....	52
2.b.KABUL	56
2.c. İCAP VE KABULUN GERİ ALINMASI	58
2.d.SÖZLEŞMENİN KURULDUĞU VE HÜKÜMLERİNİ DOĞURDUĞU ANIN TESPİTİ.....	59
2.e. KURULUŞ YERİNİN TESPİTİ.....	61
III. E-SÖZLEŞMELERDE EDİMLERİN İFASI VE TARAFLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ	62
A. İFA KAVRAMI	62
B. TÜKETİCİNİN İFASI	63
1. NAKİT ÖDEME.....	64
2. KREDİ KART İLE ÖDEME.....	64
3. E-FON TARAFLAR İLE ÖDEME	65
4. E- ÇEKLER İLE ÖDEME.....	65
5. AKILLI KART İLE ÖDEME.....	66
6. E-PARA İLE ÖDEME.....	67
C. SATICININ İFASI	68
1. İFA YERİ.....	68
2. İFA ZAMANI.....	68
D. TARAFLARIN KİMLİĞİ.....	69
E. AYDINLATMA.....	69
1. AYDINLATMANIN ZAMANI	70
2. AYDINLATMANIN KAPSAMI	70
3. AYDINLATMA ŞEKLİ	72
F. ŞEFFAF BİLGİ SAĞLAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ.....	73
G. MALİ TESLİM ETME YÜKÜMLÜLÜĞÜ	73
IV. HUKUKİ DÜZENLEMELER.....	74
A. E-İMZA	74
1. E-İMZA KAVRAMI	75

2. E-İMZA KANUNU	77
B. ELEKTRONİK NOTER	81
İKİNCİ BÖLÜM	
TÜKETİCİ HAKLARI VE ELEKTRONİK SÖZLEŞMELER	
I. E-SÖZLEŞMELERDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI.....	83
A. GENEL OLARAK	83
B. TÜKETİCİ.....	85
1. TÜKETİCİ KAVRAMI VE TANIMI	85
2. E-SÖZLEŞMEYLE MESAFELİ SÖZLEŞME AYRIMI	87
C. TÜKETİCİNİN BİLGİLENDİRMESİ.....	89
1. BİLGİLENDİRME YÜKÜMLÜLÜĞÜ.....	92
2. BİLGİLENDİRME YÜKÜMLÜLÜĞÜN AMACI	92
3. DOĞRU BİLGİLENDİRME	93
II. E-SÖZLEŞMELERDE TÜKETİCİNİN HAKLARI.....	94
A. SÖZLEŞMEDEN CAYMA HAKKI	94
B. GERİ ALMA HAKKI	96
C. BİLGİ ALMA HAKKI.....	97
D. KREDİ KARTI İLE YAPILAN ÖDEMENİN İPTALINI İSTEME HAKKI.....	98
E. ZAMANAŞAMI	99
F. İSPAT	101
SONUÇ	102
KAYNAKÇA.....	106

TABLÖLÄR LİSTESİ

Tablo 1. E-Ticaret ile Geleneksel Ticaret Karşılaştırılması (İşlemler)	12
Tablo 2. E-Ticaret ile Geleneksel Ticaret Karşılaştırılması	13
Tablo 3. Elektronik Ticaret Türleri	27
Tablo 4. İşletmeden İşletmeye Ticaretin Temel Unsurları.....	28
Tablo 5. Elektronik Ticaret Araçları	32

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Elektronik Ticaret Jenerasyonu	29
Şekil 2. EDI'nin Grafıksel Gösterimi	34

KISALTMALAR

AB	:	Avrupa Birliği
ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
ATM	:	Automatic Teller Machine
age.	:	adı geçen eser
agm.	:	adı geçen makale
B2B	:	Business to Business
B2G	:	Business to Government
C2B	:	Consumer to Business
C2C	:	Consumer to Consumer
EC	:	European Commission
EDI	:	Eletronic Data Interchange
ETKK	:	E-ticaret Koordinasyon Kurulu
ITC	:	Uluslararası Ticaret Merkezi
KPSS	:	Kamu Personeli Seçme Sınavı
LAN	:	Local Area Network
ALES	:	Akademik Personel ve Lisansüstü Eğitimi Giriş Sınavı
OECD	:	Organisation for Economic Co-operation and Development
YGS	:	yüksek öğretime geçiş sınavı
PIN	:	Personal IdentificationNumber
POS	:	Point of Service
MSHY	:	Mesafeli Sözleşmeler Hakkında Yönetmelik
TKHK	:	Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
UN-CEFACT	:	Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemlerini Kolaylaştırma Merkezi
UNCITRAL	:	Birleşmiş Milletler Ticaret Kanunu Komisyonu
UNCTAD	:	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
WTO	:	Dünya Ticaret Örgütü

GİRİŞ

Yirminci yüzyıl insanlığın birçok alanda hızlı gelişim ve değişimleri yaşadığı bir dönem olarak öne çıkmaktadır. Gerçekten de bu yüzyıl özellikle teknoloji, elektronik ve haberleşme gibi alanlarda, takip etmekte zorlanılan çok hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu nedenle yirminci yüzyılı bir geçiş dönemi olarak nitelendirilmek de söz konusudur. Değişimin sonu olmadığı gibi, günün ihtiyaçlarına da cevap vermesi ayrı bir öneme haizdir. Bu sebeple, yaşanan dönemdeki teknolojiden en üst seviyede istifade etmek gerekmektedir.

Ancak, yeni teknolojinin kullanılması, getirdiği sayısız kolaylığın yanı sıra özellikle hukuki bağlamda bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Öte yandan, hukuk sistemlerinin dinamik bir yapı taşıması gerektiği beklendiği halde, bazı durumlarda toplumun gelişimine paralel veya beklenen kadar yakın bir hıza ayak uyduramamaktadır. Kısacası, hukuk sistemi ile toplumda gerçekleşenler arasında bazı uyum sorunları yaşanabilir olduğu ifade edilebilir.

Bu kapsamda küreselleşme ile birlikte hızlı artış trendi gösteren elektronik ortamla ilgili gelişmelerden kaynaklanan bazı sıkıntıların olduğu da görülmektedir. Bilgi iletişiminin ulusal ya da uluslararası herhangi bir sınır tanımaksızın yapılmasına olanak veren elektronik ortam, hemen hemen herkesin hayatına girmiştir.

Bu gelişmelere paralel hayatımıza giren ve her geçen gün önemi artan bir diğer yenilik de elektronik ticarettir. En temel ve basit anlamı ile bilgisayar ve iletişim ağları aracılığıyla, elektronik yoldan girilen tüm ticari ve hukuki işlemler, elektronik ticaret olarak nitelendirilebilir. Daha geniş kapsamlı ele alındığı takdirde elektronik ticaret için kullanılan araçları her türlü elektronik vasıtayla genişletebilmek mümkündür.

Elektronik ticaret bakımından genel kabul görmüş tek bir tanım bulunmamakla birlikte, alıcı ve satıcı ya da hizmet sunan konumundaki tarafların bir araya gelmeksizin, elektronik ortamlarda yapılmasının amaçlandığı mal ve/veya hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sunum, dağıtım, sigorta ve ödeme işlemlerinin elektronik ticaret kapsamına girdiği kabul edilmektedir. Özellikle sınırları kaldıran gelişmeler sonrasında elektronik ortamlarda alımı satımı yapılan hizmetler ön plana çıkmaya devam etmektedir.

Elektronik ticaretin giderek yaygınlaşması hukuk sisteminin yetersiz kalmasına sebep olmuş ve gözden geçirilmesini zorunlu kılmıştır. Bireylerin ve kurumların karşılıklı ilişkilerini, özellikle ticari ve ekonomik ilişkilerini, elektronik ortamda sürdürmeye yönelik eğilimleri, teknik ve hukukî bir alt yapının tesis edilmesi zorunluluğunu doğurmuştur. Küresel gelişmelerle birlikte Türkiye’de genel hükümlerin yanında belirli kanun ve yönetmeliklerle elektronik ticaret ile ilgili düzenleme yapılmıştır. Bu çalışmanın konusunu da bu düzenlemeler oluşturmaktadır.

Özellikle AB müktesebatına uyum kapsamında diğer alanlarda olduğu gibi tüketicilerin korunmasına yönelik çabalarla elektronik ticaret kapsamında yapılan düzenlemeler birbirini tamamlayıcı ve bütünleyici mahiyettedir. Ancak ulusal yazında her iki konuyu birlikte ele alarak inceleme yapan çalışma sayısının çok sınırlı kaldığını ifade etmekte fayda vardır. Çalışmalar genellikle tüketicinin korunmasına yönelik alanda yoğunlaşmaktadır.

Diğer taraftan, elektronik ticareti konu edinen çalışmalar ağırlıklı olarak mesafeli sözleşmelere yönelik incelemelerle konuyu ele almaktadır. Halbuki hizmet sektöründeki gelişmeler, mobilitenin sınır tanımaması, bilgiye erişim olanağı artan ve değişen demografi ile birlikte elektronik ortamın daha sıklıkla kullanılması gibi artış elektronik ticaret mesafeli sözleşmeler kapsamında giren diğer hizmet türlerine nazaran temel farklılıklar göstermektedir.

Bu çalışmadaki temel amaç elektronik ticarete ilişkin yapılan düzenlemeleri gözden geçirerek farklı düzenlemelere ihtiyaç olup olmadığını tespit etmektir. Bu çerçevede Borçlar Kanunu başta olmak üzere elektronik ticaretle birlikte elektronik

sözleşmeleri ve elektronik imzayı düzenleyen mevzuat olarak mezkur Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile birlikte 1995 ile 2013 yılları arasında yürürlükte kalmış ve bu konuda temel düzenlemeyi teşkil etmiş ilk kanun, ilgili yönetmelikler ve tebliğler incelenmiş ve Türkiye’deki mevcut durum irdelenmiştir.

Çalışma bu kapsamda dört bölümden oluşmuştur. Giriş bölümünü takip eden birinci bölümde temel kavramlar üzerinde durulmuştur. Elektronik ticaret, elektronik sözleşme ve elektronik imza tanımları verilmiş, bunlara ilişkin hukuki düzenlemeler incelenerek kavramlara açıklık getirilmiştir. Elektronik ticaretin sadece kavramsal açıklaması verilmekle yetinilmemiş detaylı inceleme yapılarak türleri, araçları ve tarafları da ele alınmış ve hukuki boyutu tartışılmıştır.

Birinci bölümün içeriğinde e-sözleşmeler üzerinde de ayrıntılı olarak durulmuştur. Nitekim elektronik ticaretin oluşumundan hukuki bağlamda söz edebilmek için elektronik bir sözleşmenin ifasından bahsedebilmek gerekmektedir. Bu sebeple çalışmada elektronik sözleşmenin özellikleri ve hukuki niteliğinin yanı sıra e-sözleşmelerde edimlerin ifası ve tarafların yükümlülükleri ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

Bunlarla birlikte birinci bölümde elektronik imza ve elektronik noter uygulamalarından da basedilmiştir. Çünkü mevzuata yeni kazandırılan bazı düzenlemelerle bu iki konu açısından ihtiyaç giderilmeye çalışılmıştır. Ancak gelişen elektronik ticaretle birlikte uygulamaların yaygınlaşmasıyla bazı sorunlarla karşılaşmış ve yeniden düzenleme ihtiyacı da hasıl olmuştur.

İkinci bölümde tüketici açısından elektronik ticarete bakış açısı getirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle tüketici kavramı ele alınmış ve tüketicilerin bilgilendirilmesinden yola çıkarak elektronik sözleşmelerde yer alması gereken yükümlülükler yer verilmiştir.

Tüketicilerin bilgilendirilmesi ile ilişkili olarak elektronik sözleşmelerde tüketicilere tanınan haklar irdelenmiş ve tüketicinin korunması için hayat bulan düzenlemelere yer verilmiştir. Tüketicilerle birlikte satıcı ya da hizmet sağlayıcının tüketicilerin korunması kapsamında bu temel hakları bilmesi ileride karşılaşılması

muhtemel olaylar açısından da önem taşımaktadır. Bu sebeple sözleşmeden cayma hakkından zamanaşımına bilgi alma hakkından ödemenin iptali istemine geri alma hakkında kadar farklı alanlarda bilgilere de yer verilmiştir.

Sonuç olarak, elektronik ticareti konu edinen çalışmalara ihtiyaç olduğu görülmektedir. Çok sık olmamakla birlikte, elektronik ticareti işleyen kavramsal tartışmalar Türkiye’de yapılmıştır. Ancak bu çalışmalar da çalışılan bilim dalı kapsamında tutularak tam anlamıyla hem tüketici hem satıcı ya da sağlayıcıya hitap etmediği gibi hukuksal açıdan da tam bir açıklık getirmemektedir. Bu nedenlerle, bu çalışmada genel durum değerlendirildikten sonra bazı politika önerilerinde bulunulmuştur.

Bu çalışma ile taraflarda farkındalık yaratılması yönündeki çalışmalara katkı sağlanabildiği düşünülmektedir. Öncelikle elektronik ticaretin giderek daha yaygınlaşacağı anlaşıldığından kavramsal çalışmaların yanında ampirik çalışmalara ağırlık verilmesi gerekliliğine vurgu yapmakta fayda görülmektedir. Örnek olaylarla içtihatlardan yararlanılarak tüm paydaşların istifadesine sunulacak çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET VE ELEKTRONİK SÖZLEŞMELER

I. ELEKTRONİK TİCARET VE E-SÖZLEŞMELER

A. E-TİCARET HAKKINDA GENEL AÇIKLAMALAR

Elektronik ticaretin genel kabul görmüş bir tanımı bulunmamakla birlikte literatür bağlamında kapsam açısından temelde iki ayrım söz konusu olmaktadır. Elektronik ortam kavramı geniş anlamda, verilerin sayısallaştırılarak aktarıldığı her türlü ortamı ifade etmekte, dar anlamda ise kapalı ve açık bilgisayar ağlarını, özellikle “internet”i, kapsamaktadır¹.

Birinci tanıma destek veren araştırmacı ve uygulamacılar elektronik ticareti dar kapsamda ele alarak sadece İnternet aracılığıyla gerçekleşmesi üzerinde durmuştur. Diğer taraftan, ikinci tanım üzerinde duran araştırmacı ve uygulamacılar elektronik ticarete daha kapsamlı yaklaşım getirmiş ve e-ticaretin aracı olarak her türlü elektronik iletişim araçlarını da kabul ederek çerçeveyi genişletmiştir.

Her ne kadar son dönemde internet aracılığıyla elektronik ticaret ağırlık kazanmış olsa da uzun süredir insan hayatını etkileyen diğer elektronik iletişim araçlarını göz ardı etmek mümkün değildir. Nitekim Dünya Ticaret Örgütü e-ticareti tanımlarken, mal ve hizmetlerin sunum, reklam, sipariş, satış ve pazarlama gibi faaliyetlerinin yapılması şeklinde bir yaklaşım getirirken,² tüm iletişim ve haberleşme araçlarına vurgu yapmaktadır.

Bu çalışma kapsamında da bu geniş kapsamlı ikinci yaklaşım benimsenmiştir. Bu sebeple, elektronik ticareti “ticari işlerin tamamının veya bir kısmının elektronik

¹ **AKKURT, Sinan Sami:** Elektronik Ortamda Hizmet Sunumu ve Buna İlişkin Sözleşmelerin Hukuki Özellikleri, AUHFD, 60 (1), 2011, s.19.

² **KIRÇOVA, İbrahim:** İnternette Pazarlama, Beta Basım Yayım, 2000, s.6.

iletişim araçları kullanılarak yapılmasıdır”³ şeklinde tanımlamak daha uygun olacaktır.

OECD tarafından yapılan tanımlamada genel olarak birey ve organizasyonların metin, ses ve görsel imajları kapsayan dijital verilerin aktarımına dayalı olarak ticari faaliyetleri yerine getirmelerinden bahsedilmektedir⁴. Bu çerçevede elektronik ticaretin kapsadığı faaliyetleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür⁵.

- Firmaların ticaret öncesi elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yapması,
- Firmaların elektronik ortamda bir araya gelmesi,
- Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslim edilmesi,
- Satış sonrası bakım ve destek hizmetlerinin temin edilmesi.

B. E-TİCARET TARİHÇESİ

E-ticaretin ortaya çıkışı 1990’lı yılların öncesine kadar gitmektedir. Ancak, esas yaygınlık kazandığı dönem bilişim teknolojisinin geliştiğı ve internetin hayatın her alanında kullanılmaya başladığı dönemdir. İşletmeden işletmeye internet ilk defa Thomson Holidays adlı seyahat acentesi tarafından 1981 yılında, işletmeden

³ **SARIAKÇALI, Turgay:** İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2008, s. 19.

⁴ **CANPOLAT, Önder:** “E-Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler”, T.C. Sanayi ve Hukuk Müşavirliğı, http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-devlet/Feb/att0005/01.ticaret_Sanayi_ve_Ticaret_Bakanl_.pdf, 03/02/2014.

⁵ **UYGUR, Eren:** E-Ticaret ve Türkiye’deki Durumu. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2010, s. 9-10.

tüketicie ise Gateshead/İngiltere’de faaliyet gösteren TESCO isimli süpermarket zinciri tarafından 1984 yılında gerçekleştirilmiştir⁶.

E-ticaretin ön plana çıkması, özellikle 1995 yılında internet üzerinde gelişmiş kullanıcı işlevselliği ve web sayfası ile etkileşim sağlayan ve ağ ortamlarına taşınabilen bir programlama dili olan JAVA’nın işlevsellik kazanmasıyla beraber başlamaktadır⁷.

1990’lı yılların ortalarında EDI kullanılarak yapılan e-ticaret, ABD ve Avrupa’da şirketler tarafından yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu tarihten sonra, internet kullanıcı sayısının her sene katlanarak artması ve e-ticaretin gelişim sürecinin de internetin gelişimine paralel olması nedeniyle, dünya genelinde gerçekleştirilen elektronik ticaret faaliyetleri giderek artmıştır⁸. Sosyal içerikli sitelerin ve hizmetlerin (sohbet odaları haber grupları vs.) 1980’lerde yaygınlaşması ve 1990’larda ise www’nin bulunması ve hızla yayılması, elektronik ticaretin hızlı gelişim sürecine girmesini sağlamıştır.

E-ticaretin ekonomik ve toplumsal hayatta giderek kendisine daha fazla yer edinmesi ortaya birçok avantaj çıkarmaktadır. Elektronik iletişimin artmasına bağlı olarak firmalar, müşterilerine ve diğer işletmelere hızlı, kolay ve ucuz bir şekilde ulaşabilmektedirler. Fiziksel yatırıma girmeksizin, mağazalar ya da pazarlama ağları kurmadan pazarlama yapılabilir. Tüketiciler için ise; işlem maliyetlerinin ve nakliye masraflarının düşmesi, evden çıkmadan ve zaman harcamadan alışveriş, yeni ürünlerin bilgilerine kolayca ulaşabilmek, ürünleri birbirleri ile karşılaştırarak satın almak gibi avantajlara sahiptir⁹.

⁶ **PALMER, C:** Using IT for competitive advantage at Thomson Holidays, Long Range Planning, Institute of Strategic Studies Journal, Cilt 21, Sayı 6, 1988, s. 26-29, <http://acikarsiv.atilim.edu.tr/browse/300/372352.pdf>, 05/02/2014.

⁷ **AYDEMİR, İbrahim:** Elektronik Ticaret Alanındaki Rekabet Sorunları, Ankara 2004, s. 19.

⁸ **İNCE, Murat:** Elektronik Ticaret: Gelişmekte Yolundaki Ülkeler için İmkanlar ve Politikalar, DPT Yayınları, Ankara 1999, s. 2.

⁹ **UYGUR,** age, s. 13.

E-Ticaret kapsamında yapılan faaliyetler kronolojik olarak aşağıdaki şekilde incelenebilir¹⁰.

- Michael Aldrich online alışverişi 1979 yılında keşfetmiştir.
- İngiltere'nin ilk işletmeden işletmeye online alışverişi Thomson Holidays tarafından 1981 yılında yapılmıştır.
- Minitel, France Telecom tarafından tüm Fransa'da kullanıma 1982 yılında sunulmuş ve online sipariş için kullanılmıştır.
- Gateshead SIS / Tesco tarafından ilk işletmeden tüketiciye online alışveriş 1984 yılında başlatılmıştır.
- Swreg 1987 yılında yazılım ve shareware satmaya başlamıştır.
- Yazılımcılar, elektronik hesapları üzerinden ürünlerini online satabilmiştir.
- Tim Berners-Lee, ilk web tarayıcısı “WorldWideWeb”i 1990 yılında yazmıştır.
- Mosiac web tarayıcısı 1993 yılında yayınlanmıştır (1997 yılı itibariyle geliştirilmesi ve teknik desteği durdurulmuştur.).
- Netscape Ekim ayında Mozilla kod adıyla Navigator web tarayıcısını 1994 yılında yayınlamıştır. Pizza Hut kendi Web sayfasından sipariş almaya başlamıştır. Online çiçek satışı ve dergi abonelikleri sunan girişimler başlamıştır. Otomobil ve bisiklet gibi ürünler online alışverişe sunulmuştur. SSL şifreleme ile güvenliği artırılmış Netscape 1.0 1994'ün sonlarında tanıtılmıştır.
- Jeff Bezos Amazon.com'u 1995 yılında kurmuştur. 24 saat yayın yapan reklamsız ilk internet radyo istasyonları, Radyo HK ve NetRadio yayına başlamıştır. Dell ve Cisco ticari işlemler için Internet kullanımına girmiştir. eBay bilgisayar programcısı Pierre Omidyar tarafından AuctionWeb olarak kurulmuştur.

¹⁰ UYGUR, age, s. 15-17.

- Elektronik posta pulları Web üzerinden 1998 yılında satılmaya ve indirilerek yazdırılmaya başlanmıştır.

- 1997'de 149 bin ABD dolarına satın alınan Business.com eCompanies'e 1999 yılında 7.5 milyon ABD dolarına satılmıştır. Peer-to-peer dosya paylaşım yazılımı Napster kullanıma sunulmuş ve ATG Mağazaları Web üzerinden dekoratif ev ürünleri satmaya başlamıştır.

- Dot-com krizi 2000 yılında meydana gelmiştir.

- eBay, PayPal'ı 2002 yılında 1.5 milyar ABD dolarına satın almıştır. Niche perakende şirketleri CSN Mağazaları ve NetShops ürünlerini merkezi bir portal yerine birkaç farklı adres yoluyla satmaya başlamıştır.

- Youtube 2005 yılında açılmıştır. Google tarafından 2006 yılında 1,6 milyar dolara satın alınmıştır.

- Business.com RH Donnelley tarafından 2007 yılında 345 milyon ABD dolarına satın alınmıştır.

- ABD E-Ticaret ve online perakende satışları 2008 yılında bir önceki yıldaki miktarı %17 aşarak 204 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.

C. E-TİCARET KAVRAM VE TANIMLAR

Elektronik ticaret genel olarak, birey ya da kurumların elektronik iletişim araçları vasıtasıyla, açık ya da kapalı ağlar üzerinden gerçekleştirdiği; metin, ses ve görüntü biçimindeki sayısallaştırılmış verilerin, işlenmesinin, saklanması, iletilmesinin elektronik ortamda yapılması esasına dayanan işlemler bütünü olarak tanımlanmaktadır.

Türkiye E-ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) Hukuk Çalışması Grubunun Mayıs 1998 Raporunda elektronik ticaret; *“bireyler ve kurumların, açık ağ ortamında ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşabilen kapalı ağ ortamlarında yazı, ses ve görüntü biçimindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi*

ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümü” şeklinde ifade edilmiştir¹¹.

İhracat Geliştirme Etüt Merkezi tarafından da e-ticaret tanımı yapılmıştır. Bu tanımlamada *“doğrudan fiziksel bağlantı kurmaya ya da fiziksel değiş tokuş işlemine gerek kalmadan, tarafların elektronik olarak iletişim kurdukları her türlü ticari iş etkinliği”* elektronik ticaret olarak tanımlanmaktadır¹².

E-ticaret genel anlamda yukarıda verilen tanımlara göre bütüncül bir yaklaşımla ifade edilmektedir. Bununla birlikte farklı perspektiflere göre farklı anlamlar kazanması da söz konusu olmaktadır. Bu açıdan aşağıdaki ifadeler farklı perspektifler sunması açısından önemli görülmektedir. E-ticaretin farklı perspektiflere göre bazı tanımlamalarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür¹³.

- İletişim perspektifi açısından, bilgisayar ağları veya diğer elektronik araçlar üzerinden mal, hizmet, bilgi veya ödemelerin teslimidir.
- İş süreç perspektifi açısından, ticari işlemler ve iş akışının otomasyonunda teknolojinin uygulanmasıdır.
- Hizmet perspektifi açısından, malların kalitesini geliştirirken ve hizmet teslim hızını arttırırken, işletmelerin, tüketicilerin ve yönetimin, hizmet maliyetlerini azaltma isteğini gösteren bir araçtır.
- Online perspektif açısından, internet ve diğer online servisler üzerinden ürünlerin ve bilginin alım ve satım kabiliyetini ortaya çıkarmaktadır.
- İşbirliği perspektifi açısından, organizasyon içi veya organizasyonlar arası işbirliği çerçevesidir.

¹¹ ETKK, 1998, “Dış Ticaret Müsteşarlığı Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu, Hukuk Çalışması Grubu Raporu”, http://www.merno.org/enoterlik_hukuk/rapor.htm, 08/02/2014.

¹² ULUÇAY, Utku: Dünyada ve Türkiye’de E-Ticaret, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2012, s. 20.

¹³ TURBAN, Efraim/CHUNG, H.Michael/LEE, Jae Kyu/CHUNG, Michael: Electronic Commerce: A Managerial Perspective, Prentice Hall, USA, <http://www.allbookez.com/electronic-commerce-managerial-perspective>, 14/02/2014.

- Toplum perspektifi açısından, toplum üyelerine, öğrenme, işlem yapma ve işbirliği kurmaları için bir toplanma yeri sağlamaktadır.

Bu çerçevede bireylerin yahut kurumların, internet gibi “açık” veya “LAN (local area network)” gibi “kapalı” elektronik ortamlar vasıtasıyla gerçekleştirdikleri ticarî faaliyetlerin yanı sıra telefon, fax, televizyon, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi gibi iletişim yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilen her türlü ticarî faaliyet de “elektronik ticaret” kapsamına girmektedir.

E-ticaretin kendine özgü özellikleri aşağıdaki gibi özetlenebilir¹⁴.

- İnternet üzerinden gerçekleştirilen e-ticaretin en önemli noktası, taraflar arasında anlık ve etkileşimli gerçekleştirilmesidir,
- E-ticaret bir işletmenin dünyaya açılabilmesini sağlayan en büyük kapıdır,
- E-ticarete ilişkin tüm çalışma yöntemlerinde radikal kararlar alınmasını gerektirebilir,
- E-ticaret, yeni bir çalışma kültürü oluşturduğu gibi, farklı bir kültüre sahip tüketicilere hitap etmektedir,
- E-ticaret ile sunulması düşünülen hizmetler, işletmeler açısından esasen bir vizyonu çerçevelemektedir,
- İnternet üzerinde sunulan bilgi, ürün ve hizmetlere dünyanın her yerinden anında ve rahatlıkla erişim imkanı sağlamaktadır,
- E-ticaret kesintisiz çalışan altyapısı ile iletişimi ve alışverişi kısıtlayıcı zaman problemini ortadan kaldırmaktadır,
- E-ticaretin güvenilirliği istatistiklerle ispatlanmıştır ancak güvenilirliği daha da kuvvetlendirmesi beklenmektedir,

¹⁴ **DOLANBAY, Coşkun:** E-Ticaret Strateji ve Yöntemleri, Sistem Yayınları, Ankara 2000, s. 34.

- E-ticaretin altyapısı ile tüketicilerin tercihleri, alışkanlıkları ve demografik özellikleri takip edilebilir ve bu bilgiler kullanılarak ürün veya hizmet satın alanla, satan arasında “kişiyeye özel” ticari ilişki kurulabilmektedir.

E-ticaret ile geleneksel ticaret arasındaki farklılık en belirgin iletişim ve onay işlemlerinde kendini göstermektedir. Geleneksel ticarete veri aktarımının sağlanmasında birçok yol olmasına rağmen bunların hiçbirisi e-ticaretteki e-posta ve diğer veri aktarım işlemlerinin hızına yetişememektedir.

Tablo 1. E-Ticaret ile Geleneksel Ticaret Karşılaştırılması (İşlemler)¹⁵

	İŞLEMLER	GELENEKSEL TİCARET	ELEKTRONİK TİCARET
ALICI ŞİRKET	Bilgi edinme yöntemleri	Görüşmeler, dergiler, kataloglar ve reklamlar	Web sayfaları
	Talep belirtme yöntemleri	Yazılı formlarla, faxla ve posta ile	E-posta ile
	Talep onayı	Yazılı formlarla, faxla ve posta ile	E-posta ile
	Fiyat araştırması	Kataloglar ve Görüşmelerden	Web sayfaları
SATICI ŞİRKET	Sipariş verme	Yazılı formlarla, fax ve posta ile	E-posta ve EDI
	Stok kontrolü	Yazılı formlarla, fax ve posta ile	Online veritabanı ve EDI
	Sevkiyat hazırlığı	Yazılı formlarla, fax ve posta ile	Online veritabanı ve EDI
	İrsaliye kesimi	Yazılı formlarla ve posta ile	Online veritabanı ve EDI
	Fatura kesimi	Yazılı formlarla ve posta ile	E-posta ve EDI
ALICI ŞİRKET	Teslimat onayı	Yazılı formlarla, fax ve posta ile	E-posta ve EDI
	Ödeme programı	Yazılı formlarla, fax ve posta ile	Online veritabanı ve EDI
	Ödeme	Banka havalesi, posta ve tahsildar tarafından	İnternet bankacılığı, EFT ve EDI

Tablo-1’den de anlaşılabacağı üzere, geleneksel ticarete iş uygulamalarına eski iletişim araçları aracılık ederken, e-ticaret iş uygulamalarına internet ağı teknolojileri aracılık etmektedir.

¹⁵İTO,E-ticaret.Rehberi,İstanbul 2006, <http://www.ito.org.tr>, 18/02//2014.

Tablo 2’de ise bir işletmenin geleneksel ticaret ile e-ticaret ortamındaki farklılıklar işlevsellikle birlikte müşteri, müşteri bilgilendirme, zaman, iletişim, kazanç ve maliyet başlıkları altında gösterilmiştir. E-ticarette müşteri, zaman ve kazançta bir sınır çizmek anlamsızlaşmaktadır. Müşteri bilgilendirme ve iletişimde ise geleneksel ticarete göre çok daha fazla ve farklı yöntem bulunmaktadır. Ayrıca adres olarak elektronik ticarette sitenin ismi yeterli olmakta ve bu siteden yapılan faaliyetler sayesinde de birçok maliyet avantajları elde edilmektedir.

Tablo 2. E-Ticaret ile Geleneksel Ticaret Karşılaştırılması¹⁶

İŞLEMLER	GELENEKSEL TİCARET	ELEKTRONİK TİCARET
ADRES	İşletmenin yerleşik adresi	www.firmaninismi.com gibi
MÜŞTERİ	Müşteri sayısı: Her ay binlerce kişi, Müşteri Konumu: İşletmenin bulunduğu yere yakın	Müşteri sayısı: Her ay yüz binlerce kişi, Müşteri Konumu: Tüm Türkiye ve yurtdışı
MÜŞTERİ BİLGİLENDİRME	Mağazada ve telefonda konuşarak, ürünleri göstererek	Ürünle ilgili sınırsız, görmeden, tüm ürün alternatiflerine hızlı ulaşım, e-mail ve yazılı-görsel bilgilendirme
ZAMAN	Her müşteri için ayrı zaman, müşterilere ayrılan süre yüksek ve çalışma saatleri: 09.00-18.00 genelde	Yüz binlerce müşteriye kolay ulaşım, müşteriye ayrılan süre düşük, çalışma saatleri: 7/24 ve potansiyel müşteri odaklı
İLETİŞİM	Telefon ve faks ile	E-mail, online form, sipariş kutusu, telefon ve faks
KAZANÇ	Sınırlı müşteri, sınırlı kazanç	Sınırsız müşteri, sınırsız kazanç
MALİYET	İşyeri kirası, mağaza donanımları, sarf malzemeler, telefon-faks ve eleman giderleri	Sanal mağaza ve sadece fotoğraf makinesi ürünlerin görüntüsü için

1. ELEKTRONİK TİCARET KONUSUNDAKİ ULUSLARARASI ÇALIŞMALAR

İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) e-ticaret konusunda en etkin ve yaygın çalışmaları yapan, konu ile ilgili düzenlemeler getiren ve belirlediği

¹⁶ **PENSE, Funda:** “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde, E-Ticaretin Rekabet Şartlarına Etkilerinin Araştırılması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul 2008.

ilkelerle diğer birçok kuruluşa yol gösteren önemi bir uluslararası kuruluştur¹⁷. OECD bu alanda belirgin çalışmalar yapmış ve örnek uygulamalar geliştirmiştir. Bu kapsamda Ottawa Konferansı 12-13 Ekim 1998 tarihlerinde yapılmıştır. Bu konferansta e-ticaretin geliştirilebilmesi için aşağıdaki dört temel ilkenin benimsendiği bir eylem planı hazırlanmıştır¹⁸.

- Tüketici ve kullanıcılar açısından güven sağlayıcı hukukî ve teknik tedbirlerin alınması,
- Dijital ortam için temel kuralların saptanması,
- Elektronik ticaret için enformasyon alt yapısının oluşturulması,
- Elektronik ticaretin faydalarını maksimize etmek.

Küreselleşme eğilimine ve bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişime paralel olarak, elektronik ticaretin değişik faaliyet alanlarında ve dünyanın değişik bölgelerinde hızla yaygınlaşması ulusal ve uluslararası düzeyde ortak hareketi zorunlu kıldığından; Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) 1992 yılında “Ticarette Etkinlik Girişimi”ni başlatmıştır¹⁹.

Elektronik ticaretin çeşitli boyutları üzerinde çalışan ve uluslararası düzenlemelere yol gösteren uluslararası kuruluşlardan biri olan Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu (UNCITRAL) 1993 yılında başlattığı elektronik ticaret için bir model yasa hazırlanması çalışmalarını 16 Aralık 1996 yılında tamamlamış ve milli mevzuatlarını oluşturma aşamasında olan ülkeler için

¹⁷ **ÖZTUNA COX, Buket:** Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler, İstanbul 2002, <http://web.deu.edu.tr/hukuk/dergiler/dergimiz9ozel/auyumaz.pdf>, 18/02/2014.

¹⁸ OECD, OECD Ministerial Conference “A Borderless World: Realising The Potential of Global Electronic Commerce” OECD Action Plan for Electronic Commerce, SG/EC(98)9/REV5, Ottawa 1998, s. 2.

¹⁹ **ERSOY, Zeynep:** Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları, İGEME, Ankara 1999, s. 3.

yararlanılacak bir kaynak olarak ve örnek kanun niteliğindeki Elektronik Ticaret Model Kanunu'nu (Model Law on Electronic Commerce) kabul etmiştir²⁰.

Birçok ülkenin düzenlemelerine temel oluşturan Elektronik Ticaret Model Kanunu, uluslararası düzeyde anlaşılmış bir dizi kurallar oluşturarak, elektronik ticaretin gelişmesine engel olan hukukî sorunların nasıl üstesinden gelineceği ve güvenli bir elektronik ticaret uygulaması için nasıl hukukî düzenlemeler yapılabileceği konusunda ülkelere yol göstermek, elektronik haberleşme yöntemlerinin kullanımını teşvik etmek üzere hazırlanmıştır²¹.

Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu'nun diğer önemli çalışması elektronik imza ile ilgili olanıdır. Elektronik Ticaret Model Kanunu'ndan hareketle hazırlanan Elektronik İmza Model Kanunu (Model Law on Electronic Signatures) 05 Temmuz 2001 tarihinde kabul edilmiştir. Belgelerin yazılı olması ve ıslak imza şartı, elektronik ticaretin gelişmesinde en büyük engellerdir. Bu nedenle, imza konusu, onay kurumu ve sayısal imza boyutu UNCITRAL'ın ikinci önemli çalışmasına konu olmuştur. Ayrıca Komisyon prensip olarak gelecekteki çalışmaların şu üç konu üzerinde yapılmasına karar vermiştir²². Elektronik sözleşmeler, elektronik ortamda ihtilafların halli ve ulaşım sektöründe belgelerle ilgili çalışma.

Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemlerini Kolaylaştırma Merkezi (UN-CEFACT) ise elektronik ticareti *“iş, yönetim ve satın alma faaliyetlerinin, bu faaliyetlerin yürütülmesi için yapılanmış veya yapılmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar üzerinden yapılmasıdır”* şeklinde belirtmektedir²³. Elektronik araçlardan kastedilmek istenen ise elektronik posta ve

²⁰ CHATTERJEE, Charles: E-Commerce Law For Business Managers, United Kingdom 2002, s. 19.

²¹ İNAL, Emrehan: E-Ticaret Hukukunda Gelişmeler ve İnternette Sözleşmelerin Kurulması, İstanbul 2005, s. 27.

²² AKSU, Sırma: “Türkiye’deki KOBİ’lerin Avrupa Birliği Pazarlarına Açılmasında Elektronik Ticaretin Rolü”, İzmir 2003, s. 91.

²³ KIRÇOVA, age, s. 7.

mesajlar, elektronik bülten panoları, internet teknolojisi, akıllı kartlar, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi gibi farklı araçlardır.

ITC (Uluslararası Ticaret Merkezi), özellikle gelişmekte olan ülkelerin ticarî bilgi sistemlerini geliştirerek uluslararası ticarete etkin rol almalarını amacıyla çeşitli programlar düzenlemektedir²⁴.

Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization – WTO), haberleşme hizmetleri, mal, hizmet ile fikri ve sınai haklar gibi konularda piyasaların liberal bir yapıya kavuşturulması ve yeniden düzenlemeler yapılması amacıyla yoğun çalışmalar yapan bir kuruluştur. Dünya Ticaret Örgütü’nün elektronik ticaretin gelişimindeki en önemli rolü, uluslararası elektronik işlemleri hızlandırıcı koşullar yaratmasıdır. İletişim ve bilgi teknolojisi sektörlerinde liberalleşme, maliyetlerin düşmesi; zengin ve fakir ülkelerdeki elektronik ticaretin sağladığı faydaları arttıracak ve daha etkin bir elektronik ticaret ortamı geliştirecektir²⁵.

2. ELEKTRONİK TİCARET KONUSUNDAKİ AVRUPA BİRLİĞİ ÇALIŞMALARI

Elektronik ticaret konusunda çalışma yapan kuruluşların başında gelen Avrupa Birliği 1980’lerle birlikte elektronik veri değişimi üzerinde yoğunlaşmıştır. Avrupa Komisyonu kararı ve özel sektörün desteği ile 1994 yılında başlatılan bilişim altyapısı programlarının içerisinde elektronik ticaret ayrı bir yer tutmuştur. Avrupa Komisyonu’nun 1997 yılında yayınladığı Elektronik Ticaret Girişimi dokümanı, AB’nin temel hedefleri arasında elektronik ticaretin gelişimi olduğunu göstermiştir²⁶.

AB, bölgesel birlikler ve uluslararası kuruluşlar arasında elektronik ticaretin hukukî boyutu konusunda da yaptığı çalışmalarla dikkati çekmektedir. Elektronik ticaretin hukukî belirsizlikten olumsuz etkilendiğini değerlendiren AB, e-ticaret konusunda temel alt yapıyı oluşturan Elektronik Ticaret Yönergesi’ni 8 Haziran 2000 tarihinde ve 2000/31 EC No’su ile kabul etmiştir. Birleştirici, kapsayıcı ve genel

²⁴ ERSOY, age, s. 66.

²⁵ EKİN, Nusret: Bilgi Ekonomisi’nde Elektronik Ticaret, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:1998-61, 1998, s. 138.

²⁶ CANPOLAT, age, s. 27.

kaideler koyan Yönergenin konusu; iç pazarda elektronik ticaretle ilgili açık ve genel bir yasal çerçeve hazırlayarak hukukî belirliliği ve tüketici güvenini ve birliğe üye ülkeler arasında bilgi hizmetlerinin serbestçe dolaşımını sağlamaktır²⁷.

Veri değişimi esnasında meydana gelebilecek aksaklıklar nedeniyle, bu alanda oluşacak güvenlik boşluklarının aşılması amacıyla, elektronik ortamlarda kullanılması için geliştirilen dijital imza ve şifreleme tekniklerinin hukukî bir çerçeveye oturtulması amacıyla 13 Aralık 1999 tarihinde 99/93 EC No'su ile Elektronik İmza Yönergesi çıkarılmıştır²⁸.

E-ticaretin AB içerisinde sağlam hukuki temeller üzerinde yer alması ve üye ülkelerde benzer uygulamaların hayata geçirilmesi için yapılan bir diğer düzenleme ise tüketicilerin haklarının korunmasına yöneliktir. tüketicilerin elektronik ticaret işlemlerinde korunmasını amaçlayan Mesafeli Sürüm Yoluyla Yapılan Akitlerde Tüketicinin Korunması Yönergesi 20 Mayıs 1997 tarihinde kabul edilerek 97/7 EC No'su ile yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda getirilen yükümlülükler içerisinde hizmet sağlayıcı veya satıcının alıcıya bilgi verme yükümlülüğü, alıcının cayma hakkı ve tüketiciye geri ödemeyi talep etme hakkı gibi konular yer almaktadır.

3. ELEKTRONİK TİCARETİN TÜRKİYE'DEKİ GELİŞİMİ

Türkiye'de elektronik ticaretle ilgili olarak ilk çalışmalar, 1995 yılında İhracatı Geliştirme Merkezi (İGEME) tarafından yapılmıştır. İGEME'nin TÜBİTAK ve BİLTEN ile hazırladığı pilot proje çerçevesinde UNCTAD İGEME'yi Ankara Ticaret Noktası (ATN) olarak belirlemiştir²⁹. UNCTAD'ın, Ticaret Noktalarının ayrı bir tüzel kişiliğe sahip olarak ya da ev sahipliği yapacak kuruluşun yasasında yapılacak bir ekleme ile kurulması ilkesine verdiği önem dolayısıyla 1997-1999 yılları arası araştırma yapmakla geçmiş, 1 Haziran 1999 yılında İGEME'nin işlevsel olarak bir ticaret noktasında aranan teknik, idari, haberleşme altyapısı ve ilgili diğer kriterlere uygunluğu sağlanınca, ATN bir ticaret noktası olma hakkını elde etmiştir.

²⁷ ANDERSEN, Arthur: İnternette Gelişimde Türkiye, İstanbul 2002, s. 223.

²⁸ BOZBEL, Savaş: "İnternet Üzerinde Yapılan Hukuki İşlemler", Yargıtay Dergisi, Ocak-Nisan, Sayı 1-2, Cilt 27, 2001, s. 289.

²⁹ ÖZTUNA COX, age, s. 89.

Diğer yandan, KOBİ'lerin, global rekabet ortamında büyük şirketlerle rekabet edebilmesi için ihtiyaç duydukları bilgilere hızlı bir şekilde erişimlerini sağlamak amacıyla KOSGEB Avrupa Birliği Merkezi tarafından Nisan 1998 yılında KOBİ-Net Projesi başlatılmıştır³⁰.

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun 25 Ağustos 1997 yılında elektronik ticaret ağının kurulmasını karara bağlamasıyla beraber Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın koordinasyonunda ve TÜBİTAK BİLTEN'in sekreteryasında çalışmalar başlamış ve TÜBİTAK aynı yıl içerisinde TUENA'yı (Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapı Planı) projesini hazırlamıştır. Daha sonra Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) oluşturulmuş ve ilk toplantısını 16 Şubat 1998 yılında yapmış ve çalışmalarına başlamıştır.

ETKK tarafından yapılan çalışmalar sonucunda 26 Mayıs 1998 tarihinde yayımlanan çalışma raporunda Türkiye'de elektronik ticaretin gelişimini sağlamak için devletin, aşağıdaki dört ana görevi üstlenmesi gerektiği vurgulanmıştır.³¹

- Gerekli teknik ve idari altyapının kurulması,
- Hukukî altyapının oluşturulması,
- Elektronik ticareti özendirecek önlemlerin alınması,
- Ulusal politika ve uygulamaların, uluslararası politikalar ve uygulamalarla uyumunun sağlanması.

Çalışmada elektronik ticaret ilişkin yasal düzenleme alanları ve gerekli hukukî altyapı oluşturulurken dikkat edilmesi gereken hususlar aşağıdaki gibi belirlenmiştir³².

³⁰ ÇETİN, Esra: Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Elektronik Ticaret, Eskişehir 2002, s. 111-112.

³¹ ÖZTUNA COX, age, s. 105.

³² HAŞILOĞLU, Selçuk B.: Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri, İstanbul 1999, s. 120-121; CANPOLAT, age, s. 50-53; ÇETİN, age, s. 84-91.

- Tüketicinin korunması ile ilgili mevzuatın elektronik ticaret açısından yeniden gözden geçirilmesi, hileli ve aldatıcı davranışlara karşı tüketicinin korunması,
- Elektronik ortamda sözleşmelerin yapılması konusunun Borçlar Hukuku çerçevesinde irdelenmesi,
- Elektronik ortamda elde edilen veya muhafaza edilen delillerin tanınmasının Usul Hukuku açısından değerlendirilmesi ve gönderilen bilginin gizliliği, bütünlüğü ve kimlik doğrulamasını sağlayan elektronik imzanın ayrı bir mevzuatta düzenlenmesi hususunun tartışılması,
- İnternet servis sağlayıcılarının sorumluluğu ve bunun kapsamının belirlenmesi,
- Elektronik ticaret sırasında kullanılan İnternet alan isimlerinin hukuken korunması,
- Geleneksel ticarete taraf olan kişi, kurum ve kuruluşların mevcut yasal statüleri ve fiili durumlarının, elektronik ticaretin gerekleri çerçevesinde yeniden düzenlenmesi.

ETTK tarafından 16 Mayıs 2000 tarihinde elektronik imzanın hukuken tanımlanması hususunda oluşturulacak bir çerçeve kanun ile elektronik belge ve elektronik kimlik gibi kavramların da tanımlanarak Türk Hukuku'nda yer edinmesi üzerinde mutabakat sağlandığı ifade edilmiştir³³.

Takip eden süreçte ETTK çalışmaları ışığında mevzuat çalışmaları yapılmış ve düzenlemeler aşağıdaki gibi Türk Hukuku'nda yerini almıştır.

- 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, 08 Mart 1995 ve 22221 sayılı R.G.

³³ ÇETİN, age, s. 90-91.

- 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu, 23 Ocak 2004 tarih ve 25355 sayılı R.G.
- 6098 sayılı Borçlar Kanunu, 11 Ocak 2011 tarih ve 27836 sayılı R.G.
- 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, 14 Şubat 2011 tarihli ve 27846 sayılı R.G.
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, 23 Kasım 2013 ve 28835 sayılı R.G.

D. E-TİCARETİN KAPSAMI VE NİTELİĞİ

Elektronik ticarete kullanılan elektronik iletişim araçları sadece aracılık rolü üstlendikleri için elektronik ticaret geleneksel ticarete alternatif bir sistem değil, aksine onu kolaylaştırıcı ve teknoloji kullanan bir sistemdir³⁴. Ancak e-ticaretin kapsamı tartışma konularından birisi olmuştur.

E-ticareti sadece mal ve hizmet alımı şeklinde ele almak mümkün iken elektronik yolla gerçekleştirilen tüm ekonomik faaliyetler olarak daha geniş kapsamlı yaklaşmak da söz konusudur. Çünkü 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu da ticari işleri tanımlarken “bir ticari işletmeyi ilgilendiren tüm işlem ve fiiller” ifadelerini tercih etmiştir³⁵. Zira e-ticaret içerisinde satış işlemi dışında reklam, araştırma ve pazarlama gibi diğer ticari faaliyetler de yer almaktadır³⁶. Nitekim Dünya Ticaret Örgütü de elektronik ticaretin kapsamını mal ve hizmetlerin elektronik iletişim araçlarıyla satışı, dağıtımı, pazarlanması ve teslimi olarak belirlemiştir³⁷.

Birleşmiş Milletler Ticaret Kanunu Komisyonu (UNCITRAL) tarafından yapılan tanımlamaya göre e-ticaret;

³⁴ SARIAKÇALI, age, s. 19.

³⁵ 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, Madde 3.

³⁶ SARIAKÇALI, age, s. 21.

³⁷ Understanding the WTO, http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/tif_e.htm, 27/02/2014.

“elektronik ortamda açık ve kapalı ağlar üzerinden yapılan, mal (taşınır-taşınmaz), ve hizmet (bilgi servisleri, danışmanlık, finans, hukuk, sağlık, eğitim, ulaştırma vb.) ticaret sayısal biçime dönüştürülmüş yazılı metin, ses, video görüntülerinin işlenmesi ve iletilmesi, ürün tasarımı, üretim, doğrudan tüketiciye pazarlama, üretim izleme, sevkiyat izleme, tanıtım, reklam, bilgilendirme, sipariş verme, sözleşme yapma, banka işlemleri, fon transferi, gümrükleme, ortak tasarım geliştirme ve mühendislik, kamu alımları, elektronik para çıkarma, sayısal imza, e-noterlik, vergilendirme, fikri mülkiyet haklarının transferi, kiralanması vb. işlemlerin tümü”nü kapsamaktadır³⁸.

Başka bir görüşe göre e-ticaretin kapsamına giren faaliyetler aşağıdaki gibi ele alınmaktadır;

“Mal ve hizmet bilgilerinin aranması, siparişi, bedellerinin ödenmesi, online müşteri hizmetlerinin, İşletme içi e-mail ve mesajlaşma ile kamu dokümanlarının online basımının, online proje ve bilgi aramanın, kritik ve zamanlı bilgilerin dağıtım işlemlerinin sağlanması, kurumsal finansal ve personel bilgi sisteminin, imalat ve lojistiğin, yatırımlar için arz zinciri, dağıtım ve depolamanın yönetimi”dir³⁹.

Elektronik ortamda faaliyette bulunan işletmelerin e-ticaret işlemleri OECD tarafından modellenip tekrar nitelendirilmiştir. Bu modeller ile tanımları aşağıda gibi sıralanmaktadır⁴⁰.

- Üretim; üreticiler internet üzerinden aldıkları mal veya hizmetlerinin maliyetlerini düşürebilir,

³⁸ ULUÇAY, age, s. 19.

³⁹ CHOI, S.Y./STAHL, D.O./WHINSTON, A.B.: “Electronic Payments and The Future Of Electronic Commerce”, 1997, <http://www.kto.org.tr/tr/dergi/dergiyazioku.asp?yno=938&ano=70>, 01.03.2014.

⁴⁰ AKBULUT, Akın: Bilişim Ekonomisi ve E-Ticaret, Maliye Hesap Uzmanları Derneği, Yapım Tanıtım, İstanbul 2007, s. 11-19.

- Dağıtım Sistemleri; işletmeler kargoları hakkındaki bilgiye 7/24 online sipariş izleme imkanı ile ulaşabilir,
- Pazarlama, Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Yerelleştirilmiş İş Fonksiyonu; işletmelerin özellikle de KOBİ'lerin internet ile hedef pazarlara online olarak ulaşması daha kolay ve ekonomik olabilir,
- Bilgi Teknolojileri; içerik sağlayıcılar ellerindeki veriyi kişilere ve işletmelere ulaştırabilmek için harcadığı kargo, zaman, ulaşım, iletim ve iletişim giderlerinden büyük oranda tasarruf elde edebilir,
- Finansal Hizmetler; finansal hizmet verenler tarafından bankacılık, sigortacılık, hisse senedi yatırım danışmanlığı gibi faaliyetler yapılabilir,
- Genel Hizmet Sağlayıcıları; ulaşımında bilet rezervasyon işlemleri, sağlıkta teknik, tıbbi ve sonuç bilgileri, devlette e-devlet bünyesindeki işlemler ile kişisel bazı işlemler gerçekleştirilebilir,
- Mal Temin Ediciler; online olarak hammadde temin edilebileceği gibi siparişler ilgili kişilere de iletilebilir,
- Perakendeciler; mal veya hizmet satışıyla ilgili olarak gerçekleştirdiği tüm faaliyetler online olarak yapılabilir,
- Çok Amaçlı İş Model Örneği; bilgi teknolojisi servis sağlayıcısı müşterilerine danışmanlık hizmeti vererek, işletmeler de hem işine odaklanır hem de bilgi teknolojisi maliyetlerini aşağı çekebilir,
- Elektronik pazaryerleri (E-Pazar); fizik olan pazaryerlerinin sanal pazaryerlerine taşınması sağlanabilir.

Elektronik ortamda açık ve kapalı ağlar üzerinden yapılan; mal ve hizmet ticareti ile aşağıdaki işlemler e-ticaret kapsamında değerlendirilmektedir.

- Dijital form verilmiş yazılı metin

- Ses
- Video görüntülerinin işlenmesi ve iletilmesi
- Ürün tasarımı
- Üretim
- Doğrudan pazarlama
- Üretim izleme
- Sevkiyat izleme
- Tanıtım
- Reklam ve bilgilendirme
- Sipariş verme
- Sözleşme yapma
- Banka işlemleri ve fon transferleri
- Konşimento gönderme
- Gümrükleme
- Ortak tasarım geliştirme ve mühendislik
- Kamu alımları
- Elektronik para (sanal para) çıkarma
- Elektronik hisse alışverişi ve borsa
- Açık artırma
- Sayısal imza

- E-noterlik
- Güvenilir üçüncü taraf işlemleri
- Vergilendirme ve vergi toplama
- Fikri mülkiyet haklarının transferleri, kiralınması.

E-ticaretin ekonomik ve toplumsal hayatta giderek kendisine daha fazla yer edinmesi işletmelere ve tüketicilere sunduğu avantajlarını da artırmaktadır. Elektronik iletişimin artması ile birlikte firmalar müşterilerine ve diğer işletmelere hızlı, kolay ve ucuz bir şekilde ulaşabilmektedir. Fiziksel yatırıma girmeksizin, mağazalar ya da dağıtım kanalları kurmadan pazarlama yapılabilmektedir. Elektronik ortamın avantajı ile hem ulusal hem de uluslararası boyutta zaman daha etkin kullanılmakta, teslim sürelerinde ve stok maliyeti gibi konularda sağlanan fayda artmaktadır. İhtiyaç duyulan belgelerin elektronik ortamda minimum hata ile en kısa sürede hazırlanması kâğıt israfını azaltmaktadır. E-ticaret ile yeni ürün, pazarlama ve dağıtım tekniklerinin geliştirilmesi, müşteri ihtiyaçlarının ve pazardaki değişikliklerin en hızlı şekilde tespitine kolaylık sağlanabilmektedir. Azalan maliyetler yerel ve uluslararası boyutta rekabet üstünlüğü sağlayarak, rekabeti de arttırmaktadır.

Tüketiciler açısından sağlanan faydalar içerisinde işlem maliyetlerinin ve nakliye masraflarının düşmesi, evden çıkmadan ve zaman harcamadan alışveriş, yeni ürünlerin bilgilerine kolayca ulaşabilmek, ürünleri birbirleri ile karşılaştırarak satın almak sayılabilir.

E-ticaret sayesinde birçok yeni iş olanağı, görev ve unvan ortaya çıkmıştır. internet servis ve içerik sağlayıcıları, web sayfası hazırlayıcıları, hatta evden hizmet üreten insanlar bile bunlara örnek teşkil edebilir. E-ticaret daha fazla uzmanlık gerektirmesi nedeniyle, geleneksel yöneticilerin sayısını azaltarak firma küçülmeleri sağlamaktadır.

Yine işletmeler açısından bakıldığında işletmeler arasında veri transferinde kolaylık, personel arası işbirliği, iletişim ve koordinasyona katkı, müşteri taleplerini ve önerilerini kolayca değerlendirebilme gibi birçok avantajı mevcuttur⁴¹.

E-ticaretin yukarıda belirtilen olumlu yanlarına karşın bazı olumsuzlukları da bulunmaktadır. E-ticaret ile geleneksel ticaret unsurlarının ve geleneksel yöneticilerin ortadan kalkmasıyla meydana gelen yatay ve dikey küçülme, ciddi miktarda işgücü fazlasına, böylece de işsizlik artışına sebep olmaktadır. İnternetin ulusal veya uluslararası çapta, bir kontrol mekanizmasına sahip olmaması, suiistimallerin, aşırılıkların, usulsüzlüklerin ve kural dışı davranışların kontrolünü imkânsız kılabilmektedir. Bu nedenle ciddi boyutta sorunlar yaşanmaktadır, çözümler ve yaptırımlar genişletilmediği sürece devam da edecektir⁴².

E. E-TİCARETİN TARAFLARI

Elektronik ticaret şeklinde de klasik ticarete olduğu gibi işlemlerin işleyişi, güvenliği ve kontrolü alanında dolaylı taraflar da işe katılmaktadır. Elektronik sözleşmeler ile klasik anlamdaki Borçlar Hukuku sözleşmeleri arasında, konu ve unsur bakımından herhangi bir fark bulunmadığından elektronik sözleşmenin tarafları da, hukukî işlem ehliyetine sahip kişiler olmaktadır.

Elektronik ticarete farklı bireyler, endüstri işletmeleri ve resmi kurumlar olmak üzere geniş bir yelpazede yer alan taraflar söz konusudur. Bu taraflar işin durumuna göre farklılaşmakla birlikte genel olarak aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.

- Alıcılar,
- Satıcılar,
- Üreticiler,
- Bankalar,

⁴¹ UYGUR, age.

⁴² **ALBAYRAK, Mevhibe:** Gıda Pazarlamasında E-Ticaretin Uygulanma Şekilleri ve Olası Gelişmeleri. VIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildirileri: Gıda Pazarlaması, 25-27 Haziran, Bursa 2008, s. 248-260.

- Komisyoncular,
- Sigorta işletmeleri,
- Nakliye İşletmeleri,
- Özel sektör bilgi teknolojileri,
- Sivil toplum örgütleri,
- Üniversiteler,
- Onay kurumları ve elektronik noterler,
- Dış Ticaret Müsteşarlığı ve Gümrük Müsteşarlığı,
- Bilgi Teknolojileri geliştiren ve sağlayan diğer kuruluşlar.

F. E-TİCARETİN TÜRLERİ

Taraflar açısından e-ticaret farklı türlerde gerçekleşmektedir. Yenilikler devam ettikçe e-ticaretin türlerine her geçen gün bir yenisi eklenmektedir. Hâlihazırda e-ticaretin türleri arasında tüketicilerin, işletmelerin ve devletin aralarındaki ilişkileri açıklamaya yönelik tanımlamalar bulunmaktadır. Örneğin, olarak da karşılaşılabılır. E-ticaret genel olarak dört şekilde yapılmaktadır. Bunlar, işlem hacimlerine göre sırasıyla; işletmeden işletmeye, tüketiciden tüketicieye, işletmeden tüketicieye ve işletmeden devlete e-ticarettir. Tüketiciden devlete olan işlemleri de e-ticaretin türleri arasında tasniflenebilmektedir.

Tablo 3. Elektronik Ticaret Türleri⁴³

	DEVLET	FİRMA	TÜKETİCİ
DEVLET	G2G(koordinasyon)	G2B (bilgilendirme)	G2C (bilgilendirme)
FİRMA	B2G (vergi ve tahsilatlar)	B2B (e-ticaret)	B2C (e-ticaret)
TÜKETİCİ	C2G (vergi beyanı)	C2B (fiyat kıyaslandırma)	C2C (açık artırma siteleri)

İşletmeden işletmeye ticaret birçok ticari alıcı ve ticari satıcı firmanın elektronik ortamda bir araya gelip alım satım işlemlerini gerçekleştirdikleri ticaret şeklini ifade etmektedir. B2B'nin kullanılması; bilgi ve belgenin elektronik ortamda akışının sağlanması yoluyla yapılmaktadır. Bir mal veya hizmetin sipariş aşamasından satış sonrası hizmetlerine kadar ticaretle ilgili hemen hemen bütün faaliyetleri elektronik ortamda yapılmaktadır. Ayrıca, şirketler arası ortak araştırma geliştirme, projelendirme, ürün tasarımı, mühendislik hizmetleri ile ürün dağıtım ve teslimat işlemleri de bu kapsamda yer almaktadır.

Bu sebeplerle B2B tür e-ticaret internet kullanımı, iletişimde bulunan veya iş yapılan diğer işletmelerin de bulunduğu network ve kurumsal faaliyetlerin yürütülmesi maksadıyla kurulan intranet olmak üzere üç şekilde gerçekleşmektedir⁴⁴.

Kurumların; bayileri, dağıtıcıları ve tedarikçileri arasında oluşan, yani bir firmanın başka bir firmayla yaptığı ticarete; kurumlar arası elektronik ticaret olarak adlandırılmaktadır. Elektronik Veri Değişimi (EDI), Ürün Veri Değişimi (PDI), danışmanlık veri tabanları, talep üzerine bilgi verme işletme- işletme arasında yapılan e-ticaret şekline örnek gösterilebilir.

⁴³ **DOĞANER, Murat:** Elektronik Ticaret Türkiye’de Elektronik Ticaretin Gelişimi Ve İşletmeden Tüketicieye Elektronik Ticaret Üzerine Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Konya 2007, s. 19.

⁴⁴ **SARIAKÇALI,** age, s. 35.

Tablo 4. İşletmeden İşletmeye Ticaretin Temel Unsurları⁴⁵

ÖGELER	FAYDALARI
• Merkezileştirilmiş Pazar sahaları	• Doğal ve birbirleriyle (ülke) bağlantısız alıcı ve satıcılar
• Standartlaştırılmış belgeler	• Kullanıcılar nitelikli ve düzenli
• Fiyat tarihi, sunulan fiyat ve satış sonrası bilgilerin temini	• Fiyat mekanizması kişisel-düzenli ve açık
• Kurumlar arası işlem gizliliği ve güvenilirliği	• Koşullu ödeme hizmetleri

Piyasa araştırmacılarının tahminine göre B2B piyasası 1997 yılında %0.2 iken 2000 yılı itibarı ile %2.1'e ulaşmış ve 2010 yılı için bu pay % 12'leri bulmuştur. Kimyasallar, elektronik, tarım, motor parçaları, petro-kimya ürünleri, kâğıt ve ofis malzemeleri B2B'de en fazla ticareti yapılan ürün gruplarını oluşturmaktadır⁴⁶.

E-ticaret, işletmeler arası ticarete maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin artırılmasında önemli rol oynamaktadır. Bütün aşamalarda barkod okuyucu kullanan ve işlemlerini elektronik ortamda gerçekleştiren bir süpermarkette, otomasyon ile bilgisayar; envanterdeki ürünlerin (raflar, depo) takibini yapmakta, ürünlerin satış eğilimlerini izlemekte ve gerektiğinde sipariş vermektedir. Yeni siparişler, bilgisayar ağı üzerinden üreticiye otomatik olarak gönderilebilmektedir. Bilgisayar sipariş formu hazırladıktan sonra, söz konusu bilgiyi otomatik olarak satış, üretim, dağıtım ve muhasebe bölümlerine göndermektedir.

Mal veya hizmet, satıcıdan yine satış yapmak üzere başka bir satıcıya geçtiği B2B e-ticaret uygulamalarının sağladığı avantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür⁴⁷.

- Herhangi bir aracıya gerek kalmadan bilgiye ve ürüne ulaşılmaktadır.

⁴⁵ DOĞANER, age, s. 21.

⁴⁶ UYGUR, age, s. 25.

⁴⁷ AKGÖZ, S.Sedat: E-Dış Ticaret İşlemleri, Beta Yayınları, İstanbul 2009, s. 8.

- Müşteri talepleri daha çabuk yanıtlanabilir ve tedarikçi seçiminde daha geniş seçeneklere ulaşılmaktadır.
- Ürünlerin elektronik pazara sunumu ve takibinin kolaylaşması sağlanır, bürokratik işlemler ve evrak kalabalığı azaltılmaktadır.
- İşletme içi verimlilik ve işlemlerin denetlenmesi artar, ofis maliyetleri ve satın alma maliyetleri düşmektedir.
- Ayrıca müşteri memnuniyeti artar ve tanıtım ve promosyon maliyetleri azalmaktadır.

Gartner Group'a göre B2B Elektronik Ticaretin beşinci jenerasyonunu oluşturmaktadır. Bu jenerasyon tedarikçilerle şirketler arasındaki işbirliğini içermektedir⁴⁸.

				Basım ve Promosyon		1 inci	Jenerasyon		
				On-Line Sipariş Verme		B2C	B2B	2 inci	Jenerasyon
		E-Devlet		Kişiselleştirme		Elektronik Pazar		3 inci	Jenerasyon
E-Mobil		E-CRM		E-Öğrenme		Multikanal		4 inci	Jenerasyon
Tedarikçi ve Satın almanın İşbirliği		Entegrasyon Web Servisi		Uzman Sistemler		Uzman Satış Sistemleri		5 inci	Jenerasyon

Şekil 1. Elektronik Ticaret Jenerasyonu⁴⁹

Diğer bir tür olan tüketiciden tüketiciye (C2C) ticaret henüz yeni sayılabilecek bir e-ticaret şeklidir. Tüketicilerin online pazar yapıcılar yardımıyla

⁴⁸ UYGUR, age, s. 26.

⁴⁹ TURBAN/CHUNG/LEE/CHUNG, age, s. 17.

birbirlerine satış yapmalarını sağlayan bir yöntemdir⁵⁰. C2C işlem hacmi tüketicinin internete erişim maliyetinin yüksek olması ile birlikte güvenilir bir ticaret ortamının oluşturulamaması nedenleriyle artamamaktadır⁵¹.

Tüketiciden tüketiciye e-ticaret modelinde açık artırma süreci geçerlidir. Burada satılan malın adedi sınırlıdır ve satıcı bundan dolayı bir alt limit ve süre koyarak, o süre sonunda en yüksek rakamı önerenlere satmaktadır. Bu süreçte hizmet veren altyapı şirketi de satış işlemi üzerinden hizmet bedeli almaktadır. Türkiye’de internet ortamında tüketici işlemlerini sinema ve tiyatro bileti, kaset, kitap ve bilgisayar ürünleri oluşturmuştur⁵².

Satılan malın adedi sınırlı olduğu için sağlayıcı/satıcı bir taban ücret belirleyerek ve süreyi kısıtlayarak, en yüksek rakamı önerenlere malı satmaktadır. Her iki tarafı buluşturan şirket de gerçekleşen işlem üzerinden hizmet bedelini almaktadır. Buradan hareketle, alıcı ve satıcıyı bir araya getiren tüketiciden tüketiciye e-ticaret yapan bir şirketin aslında bir mal veya hizmet üretmediği ifade edilebilir. Tüketiciden tüketiciye e-ticarete elektronik posta gibi araçlar vasıtasıyla iki müşteri bir araya gelerek, sunulan mal veya hizmet için kendi aralarına bir akit yapması söz konusudur⁵³.

Bir başka e-ticaret çeşidi ise işletmeden tüketiciye (B2C) elektronik ticarettir. İşletmeden tüketiciye sunulan hizmetlerde elektronik ticaretin işlevi, işletme ve müşteri arasında vuku bulan ticari ilişki ve işlemlerin elektronik ticaret araçları üzerinden yürütülmesidir.

İşletmeden tüketiciye elektronik ticaret, herhangi bir firmanın mal/hizmetlerini özellikleri ve fiyatını internette tanıtmasını ve ödemeler için farklı

⁵⁰ **LAUDON, C.K./TRAVER, G.C.:** “E-Commerce: Business, Techonology, Society”, The Davis Group Inc.Eyewire, 2001, s. 14.

⁵¹ **ÇAK, Murat:** Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi, İstanbul Ticaret Odası Yayın No.2002/6, İstanbul 2002, s. 40.

⁵² **SARIAKÇALI,** age, s. 36

⁵³ **UYGUR,** age, s. 27.

seçenekler sunmasını kapsamaktadır. Tüketicici bilgisayarının başından ayrılmadan satın aldığı mal/hizmetin kapısına kadar teslim edilmesini isteyebilmektedir⁵⁴.

İşletmeden tüketiciye ticaret hacmi işletmeler arasında gerçekleştirilene göre daha düşük bir kapasitede gerçekleşmektedir. Bilgisayar kullanımının tüketiciler arasında daha kısıtlı olması, internet üzerindeki güvenlik sistemleri hakkında çekinceler bulunması ve tüketicilerin elektronik ticaret hakkında yetersiz, hatta bazı durumlarda bilinçli olarak farklı bilgilendirilmesidir.

E-ticaret yalnızca yeni bir satış kanalı oluşturmak olarak düşünülmemektedir. Çünkü, mevcut pazar potansiyelini genişletmesi ve yeni pazarlar yaratması açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Hedefi bireysel tüketici olan B2C uygulamaları açısından bankalar tarafından sunulan online hizmetler örnek teşkil etmektedir. Türkiye’de de işletmeden tüketiciye e-ticaret finans sektörüyle başlayarak diğer sektörlerde devam etmiştir.

İşletmelerle devlet arasındaki işlemlerin elektronik ortama taşınmasıyla birlikte yeni bir olgu ile B2G e-ticaret uygulamaları arasında yerini almıştır. Örneğin, Devlet Malzeme Ofisi web sayfasından çevrimiçi katalog yolu ile satış yapması bu ticaret türüne uygun bir uygulamadır⁵⁵. Benzer şekilde, kamuda ihalelerin elektronik ortamda ilan edilip, işletmelerin bu ihalelere elektronik ortamda katılmaları ve ihale safhalarını takip etmeleri de bu kapsamda değerlendirilebilir.

Bu kapsamda tasnif edilen diğer bir tür olan tüketiciden-devlete (C2G) e-ticaret ise vatandaşların devlet ile olan ilişkilerinin elektronik ortamda yürütülebilmesini ifade etmektedir. C2G, çağdaş toplumlarda devlet ile vatandaş ilişkilerinde, devletin vatandaşa, vatandaşın da devlete karşı yerini getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetlerin elektronik ortamda güvenli olarak yürütülmesidir⁵⁶. Diğer taraftan e-devlet, bilgi teknolojileri altyapısı ve uygulamaları

⁵⁴ **KÜÇÜKGÖRKEY, Aslı** “Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret”, Kocaeli Üniversitesi İİBF İktisat ve İşletme Bölümü, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi/Bildiriler Kitabı, 10-11 Mayıs, Hereke - Kocaeli 2000.

⁵⁵ **ALTINIŞIK, Ulvi**, Elektronik Sözleşmeler, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2003, s. 32.

⁵⁶ **AKGÖZ**, age, s. 20.

ile geleneksel devlet modelinden çok daha ilerici ve yenilikçi bir devlet modelidir.⁵⁷ Türkiye’de tüketicide-devlete e-devlet olarak adlandırılan bir uygulama ile gerçekleştirilmektedir.

G. E-TİCARET ARAÇLARI

Günümüzde e-ticareti daha ön plana çıkaran unsur, uluslararası ticaret bağlamında sınır tanımadan işletmelere ve tüketicilere sınırsız bir potansiyel ve seçenek sağlamasıdır. Sürekli gelişen teknoloji ile birlikte ses, görüntü ve yazılı metinlerin elektronik ortamda eş zamanlı olarak, daha hızlı ve güvenli bir şekilde gönderilmesi hem maliyeti daha düşürmüş hem de e-ticarete daha kitlesel bir kimlik kazandırmıştır⁵⁸. Elektronik ticaret araçlarının geleneksel yöntemlerle güncel yöntemlerin bir karşılaştırılması Tablo-3’te yer almaktadır.

Tablo 5. Elektronik Ticaret Araçları⁵⁹

GELENEKSEL ARAÇLAR	YENİ ARAÇLAR
Televizyon	WWW (World Wide Web)
Radyo	FTP
Telefon	Elektronik Posta
Fax	Sözlü Mesaj (Voice Mail)
Elektronik Ödeme ve Para Sistemleri	Konferans Sistemleri
- Bankamatik Makineleri (ATM)(Asynchronous Transfer Mode)	- Telekonferans
- Kredi Kartları	- Data Konferans
- POS makineleri	- Video Konferans
Intranet: Kapalı Bilgisayar Ağları	Mobil İletişim için Küresel Sistem Teknolojisi (GSM)
- Elektronik Fon Transferi (EFT)	Kısa Mesaj Servisi (SMS)
- Elektronik Veri Değişimi (EDI)	WAP :Telsiz Uygulama Programı Protokolü (Wireless Application Protocol)

⁵⁷ ALTINIŞIK, age, s. 32.

⁵⁸ AKBULUT, age, s. 6.

⁵⁹ DOĞANER, age, s. 10.

E-ticaretin araçlarını geniş kapsamda ele alındığı takdirde ticari işlemleri kolaylaştıran her türlü teknolojik ürün bu tasnif içerisinde yer alabilir. Bu açıdan bakıldığında e-ticaretin araçları; telefon, faks, televizyon, bilgisayar, internet ağları, elektronik ödeme sistemleri ve elektronik veri değişim (EDI) sistemleri olarak sıralanabilir. Ancak en sık kullanılanlar arasında internet ağları, elektronik ödeme sistemleri ve elektronik veri değişim sistemleri yer almaktadır.

Çok yönlü bir iletişim aracı niteliğinde olan internet ağları hemen hemen ürünlerin tamamının üretiminden dağıtımına kadar her aşamasında aktif rol üstlenmektedir. Ayrıca, veriler bu yolla hem görüntülü hem de sesli olarak iletebilmekte, kullanıcı bu verileri kaybolmadan veyahut herhangi bir zarar meydana gelmeden saklayabilmekte veya üzerinde değişiklik yapabilmektedir. Öte yandan, yaygın ve sık kullanılan e-ticaret aracı olan internetin sağladığı kolaylıkların başında şüphesiz aradaki mesafeleri ortadan kaldırması gelmektedir⁶⁰.

İnternet ağları üzerinden yapılacak e-ticaretin şüphesiz aracı web siteleridir. Ancak bu şekilde ticaret bir işletmenin sadece kendi web sitesi aracılığıyla yapılabileceği anlamı taşımamaktadır. İşletmeler elektronik pazaryeri denen kümelenmeler içerisinde de yer alabilmektedir⁶¹.

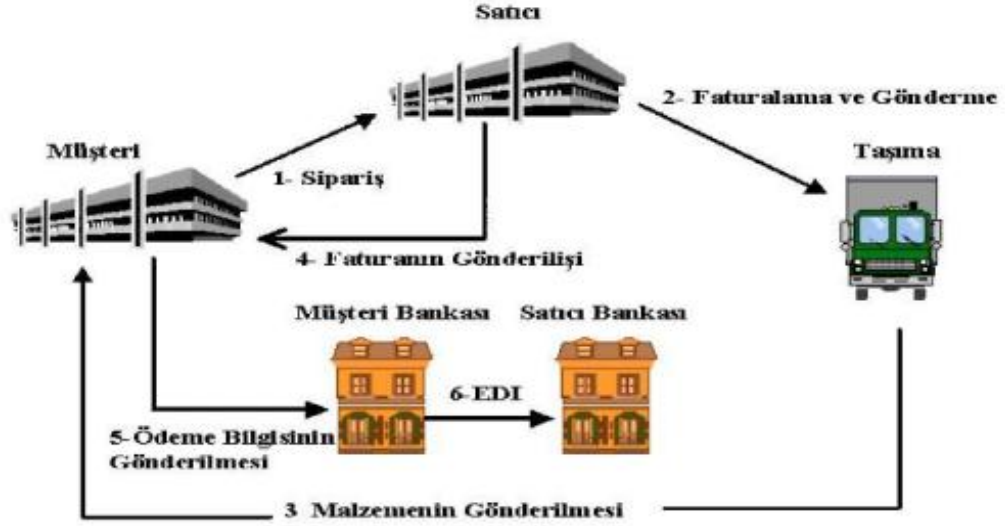
Elektronik para olarak ifade edilen alışverişlerde kullanılan kartlar ilk olarak 1960 yılında uygulamaya konulmuş ve zamanla gerek teknolojik bakımdan gerekse yaygınlığı bakımından büyük ilerlemeler kaydetmiştir. Zamanla bu tür ödeme araçları e-ticaretin vazgeçilmez unsurları haline gelmiştir. Özellikle ATM (Automatic Teller Machines) ve kredi kartları günümüzde en yaygın kullanılan ödeme araçlarındandır.

Elektronik Veri Değişimi (EDI – Electronic Data Interchange), bir işletmenin diğer işletmelerle olan her türlü iş evrakı alışverişini elektronik ortamda belirlenmiş ve genel kabul görmüş veri standartları marifetiyle gerçekleştirilmesi işlemidir. Diğer bir ifade ile Elektronik Veri Değişimi işlemi standardize edilmiş dokümanların işletmeler arasında elektronik ortamda iletilmesi, dağıtılması, paylaşımı ve karşılıklı

⁶⁰ ÇAK, age., s. 25.

⁶¹ SARIAKÇALI, age, s. 40.

değişimidir. Bu işlem, temel iş verilerinin bir bilgisayardan diğerine gönderilmesinde kullanılacak işlem setlerinin veya mesajların standardize edilerek belirli bir formata uyarlanması prensibine dayanmaktadır.



Şekil 2. EDI'nin Grafikselsel Gösterimi

EDI'nin grafikselsel gösterimi Şekil-2'de yer almaktadır. Şekil'den de görüleceği üzere bir EDI uygulaması için taraflar öncelikle işlemlerin içeriği ve formatı hakkında karşılıklı bir mutabakata varmalıdır. Böylelikle gelen veri ilave bir proses gerektirmeden doğrudan alıcının sistemini harekete geçiren bir girdi olarak işleme alınmaktadır.

İşletme açısından ele alındığında, EDI istenen malların, istenen yerde, istenen zamanda ve uygun maliyetle elde edilmesi için gerekli olan siparişler, ilgili bilgiler ve faturalar gibi ticari dokümanların elektronik ortamda iletilmesi, dağıtılması ve paylaşılması ile ilgilenmektedir⁶².

EDI sistemlerinin işleyişi bir örnek yardımıyla açıklanabilir. Satın alma siparişini hazırlayan firma elektronik ortam aracılığıyla siparişle ilgili bilgileri

⁶² WHITELEY, David: E-Commerce; Strategy, Technologies and Applications, The McGrawHill Companies, Manchester Metropolitan University 2000, s. 5.

tedarikçi firmaya iletebilmektedir. Daha önceden tasarlanmış bir formatta tedarikçiye gönderilen veri bir yazılım yardımıyla sipariş girişi olarak algılanarak sisteme entegre edilmektedir. Sipariş işleme sistemi olarak adlandırılan modül, kâğıt üzerinde gelen siparişlerde olduğu gibi gerekli düzenlemeleri yaparak gelen talebin hazırlanması sürecini başlatmaktadır.

Ticari işlemlerin tamamını EDI üzerinden yürüten ilk ülke Singapur'dur. İhracatçılar, ithalatçılar, nakliye şirketleri ve dış ticaret işlemleri ile ilgili yirmiden fazla kuruluş arasında 1989 yılında Singapur Network Sistemi (SNS) kurulmuştur. İlgili resmi kuruluşların her birine ayrı ayrı müracaat edip izin almak yerine, EDI uygulamasıyla bilgisayar ağında tek bir elektronik belge dolaşmakta, 2-3 gün süren işlemler SNS'in kurulmasıyla birlikte 15-20 dakika içinde tamamlanmaktadır. Halen ticari işlemlerin %98'inden fazlası bu ortamda yapılmakta ve %50 civarında tasarruf sağlanmakta, verimlilik artışının ise %20-30 arasında olduğu tahmin edilmektedir. EDI'nin uygulandığı Singapur Limanı dünyada en hızlı mal sevkiyatının gerçekleştirildiği liman olarak bilinmektedir⁶³.

H. E-TİCARETİN HUKUKİ BOYUTU

Geleneksel ticareti düzenleyen hukuk kuralları ile e-ticareti yönetmek ve yönlendirmek yetersiz kalmaktadır. E-ticareti geleneksel ticaretten ayıran yönlerin içerisinde tarafların birbirini tanımayabilmeme ihtimalinin olması daha ön plana gelmektedir. E-ticarete faaliyetler geleneksel ticaret gibi yürümeyebilir. Bu sebeple, taraflar arasında söz konusu olan sözleşme metninin geçerliğini ve güvenilirliğini teyit edecek bir otoriteye ihtiyaç duyulmaktadır. Diğer yandan, e-ticarete konu olacak faaliyetlerde kullanılan dijital imzanın güvenli ve kontrole cevaz veren bir yapıya da sahip olması gerekmektedir.

Bu nedenlerle e-ticarete ilişkin olarak yeni ulusal ve uluslararası nitelikte hukuki düzenlemeler her geçen gün daha da yoğunlaşmaktadır. Ekonomik, sosyal, siyasal ve teknolojik alanlardaki değişim ve gelişmeler ortaya çıkıp fiilen

⁶³ UYGUR, age, s. 19.

uygulanırken, daha sonra bu değişim hukuki düzenlemelerin yapılmasını da zorunlu kılmaktadır.

Gözden geçirmenin gerekli olduğu hukuk disiplinleri arasında; borçlar hukuku, usul hukuku, ticaret hukuku, fıkfî ve sınaî haklar hukuku, vergi hukuku, rekabet hukuku, ceza hukuku, kanunlar ihtilafı kuralları ve tüketici hukuku bulunmaktadır⁶⁴.

Bu anlamda ölkemizde birçok adım atılmakla birlikte en somut gelişme 5070 Sayılı Elektronik İmza Kanunu'nun kabul edilmiş olmasıdır. Ancak elektronik imza sadece e-ticarete kullanılmadığı gibi, e-ticaret işlemlerinin özellikle ticari nitelikli sözleşmelerin tamamlanmasında ve güvenceye alınmasında son bir aşamayı oluşturmaktadır.

Geleneksel bir ticari işlemin elektronik ortamda yapılabilmesi ve yasal olabilmesi için bir arada gerçekleşmesi gerekli yedi unsuru aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

Öncelikle işlemin elektronik ortamda yapılmasının benimsenmesi gerekmektedir. Elektronik kayıt ve elektronik imzadan oluşan bir işlemin elektronik formda olması, salt bu nedenle bunların yasallığını ortadan kaldırmamalıdır. Eğer hukuksal açıdan bir işlemin yazılı olması gerekiyor ve elektronik kayıt hukuksal olarak yazılı işlem yerine geçiyor ise ve yine hukuken imza gereğı var ve elektronik imza yeterli geliyorsa, yasallık zemini hazır demektir. Yasallık zemininin olduğu bir yerde hiç bir merci tarafından, bir ticari işlemin sırf elektronik ortamda yapılmasından ötürü geçersiz sayılması gerektiğinin iddia edilmemektedir. Böyle bir durumda kâğıda yazılı belge ve ıslak imza gereğı ortadan kalkmaktadır. Zaten hukuk ticaretin elektronik ortamda yapılıp yapılamayacağından ziyade elektronik ortamda nasıl yapılacağını belirlemektedir⁶⁵.

⁶⁴ **ARIKAN, A.Saadet:** Elektronik Ticaret, Hukuk Ve Noterler, A.Ü. Hukuk Fakóltesi- Türkiye Noterler Birliği, Elektronikteki Gelişmeler ve Hukuk Sempozyumu, 26 Ocak, Ankara 2001.

⁶⁵ **SMEDINGHOFF, Thomas J.:** Online Transactions: The Rules for Ensuring Enforceability in a Global Environment, The Computer & Internet Lawyer, April, 2006, s. 6-17.

İkinci konu sözleşme yapmak için elektronik işlem yapılmasının hukuken geçerli bir sözleşme meydana getirip getirmediği hususudur. Tüm elektronik işlemler mutlaka bir sözleşme yapılmasını gerektirmemektedir. Fakat sözleşme yapılması gereken hallerde, elektronik ortamda yaratılan sözleşmelerin hukuki geçerliliği tartışma konusu olabilir.

Birinci olarak müşteri mutlak surette bir sözleşmenin tarafı olacağını bilmelidir. Sözleşme yapılacağını bilmeyen kimseler tarafından yapılan ticari işlemler geçersiz sayılabilir. Çünkü tarafların hukuki iradeleri oluşmamıştır. Eğer elektronik işlemin yapıldığı sırada, müşteri web sitesinde bulunan ve kaydırma çubukları yardımı ile okunabilecek durumdaki sözleşmeyi inceleyip “kabul ettim” veya “onayladım” butonunu tıklarsa, müşterinin işlemi yaptığı sırada sözleşme yapma iradesinin bulunduğu varsayılmaktadır.

İkinci olarak, müşterinin akdedeceği sözleşmeyi inceleyebilme olanağına sahip olması gerekmektedir. Müşterinin inceleyip incelememesinin bir önemi bulunmamakla birlikte bu olanağın kendisine verilmiş olması aranan bir durumdur. Sözleşme örneğinin web sitesinde bulunması, müşterinin bunun varlığını bildiği ve içeriğinden haberdar olduğu anlamını taşımaktadır. Bu olanak gerçekten bir inceleme yapılmasını sağlayabileceği gibi, sözleşmenin kabul ve hatta reddedilebilmesini de sağlayabilir. Müşteri sözleşmeyi incelediğinde koşulları kabul etmeyerek sözleşmeyi onaylamama hakkına sahip olmalıdır. Aksi takdirde, sözleşmenin önceden incelenmesinin bir anlamı kalmayacaktır. Müşteri tarafından sözleşme şartları kabul edilmediği anda işlem herhangi bir taahhüt altında kalmadan, durdurulabilmelidir. Bu koşul sağlanmadan yapılan sözleşmeler yeterli hukuksal zemine sahip olmayacaktır. İşlem, tamamlanıncaya kadar müşterinin sözleşmeyi inceleme olanağının bulunmadığı hallerde, sözleşme geçersiz sayılabilir⁶⁶.

Bir sözleşmenin oluşturulması için tarafların karşılıklı ve aynı sonuca yönelmiş birbirine uygun irade açıklamasında bulunmaları gerekmektedir. Sağlayıcı, genellikle icap sahibi olarak karşı tarafın kabul etme yol ve yöntemlerini belirleme hakkına sahiptir. Alıcı, kabul eden olarak icap sahibinin koşullarını

⁶⁶ SMEDINGHOFF, agm.

benimseyebilmesi için sağlayıcının belirlediği “kabul” yol ve yöntemi son derece açık ve anlaşılır olmalıdır. Alıcı hangi davranışının kabul anlamı taşıdığını önceden bilebilmelidir.

Kabule ilişkin yol ve yöntemler gösterilmeden yapılan işlemlerde sözleşmenin geçersiz sayılması gerekmektedir⁶⁷. Bu nedenle, “Kabul ediyorum” veya “onaylıyorum” butonlarını tıklamak suretiyle, Internet üzerinde alışveriş yapan kimse için, bu butonların tıklamak suretiyle nelerle karşılaşacağını bilebileceği varsayılmaktadır.

Bir ticari sözleşmenin kurulması için meri hukukta geçen şartlar e-ticaret için de geçerlidir. Kişinin elektronik bir imza ile göndermiş olduğu sözleşme yapma teklifi icap, muhatabın bu teklife olumlu cevap verdiğini elektronik ortamda iletmesi ise kabuldür. Muhatabın elektronik ortamda gönderdiği kabul açıklamasının icapçıya ulaşması ile ticari bir sözleşme kurulmuş olmaktadır. Kabul beyanının muhatap tarafından gönderildiği anda, ticari sözleşme hükümlerini doğurmaya başlamaktadır. Ancak, kabul beyanının icapçıya ulaşması ile gönderilme anı arasında pek uzun bir zaman geçmediğinden, kural olarak elektronik ortamda yapılan bir sözleşmenin kurulması anı ile hüküm ve sonuçlarını doğurmaya başladığı an aynıdır⁶⁸.

E-ticaretin hukuksal bağlamda geçerli kılınması için sözleşme için bütün bilgiler tamamen verilmiş olması gerekmektedir. Internet üzerinde yapılan sözleşmelerin doğası gereği, çoğu zaman taraflar kiminle irtibat kurduklarını, kiminle anlaşma yaptıklarını ve işlemlerin nasıl cereyan ettiğini tam olarak bilemeyebilir. İşlemin yasal zemin kazanabilmesi için tarafların işlem hakkındaki bilginin tamamına sahip olması gerekmektedir. Tüketicuyu koruma tedbirleri olarak karşımıza çıkan tedbirlerden birisi de tarafların yeterli bilgilendirilmeye sahip olmasıdır. Burada birinci olarak satıcının gerekli tüm bilgileri alıcıya vermiş olması ve ikinci olarak alıcının da elektronik onaylama (kabul) yoluyla iradesini karşı tarafa bildirmiş olması önem taşımaktadır.

⁶⁷ SMEDINGHOFF, agm.

⁶⁸ YILDIZ, Habib/KAYIHAN, Şaban: Elektronik Ticaretin Hukuki ve Vergi Boyutu, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2004.

Bazı elektronik işlemlerde satıcı ya da işlem ile ilgili bilgilerin ortaya konulması önem taşıyabilir. Online satış işlemlerinde elektronik işlem tamamlanmadan önce, sağlayıcının müşterilerine bu bilgiyi vermesi hukuksal bir gerekliliktir. Örneğin satıcının adı soyadı, ticaret unvanı, adresi vb. bilgiler internette sunulmuş olmalıdır. Satıcının malın veya hizmetin bedelini tahsil etmeden önce bu tür bilgileri alıcıya sunmuş olması ve satıcıların müşteri hakkında da benzeri bilgileri temin edebilmeleri gerekmektedir.

E-imza aracılığı ile alıcının kabulüne ilişkin bilgileri satıcıya aktarması anlaşmanın yazılı yapılması gereken hallerde veya hizmetin elektronik ortamda sunulacağı hallerde hukuki bir gerekliliktir. Örneğin kamu kurumlarınca bir şirketin aylık olarak posta yoluyla bilgilendirilmesi yükümlülüğü bulunduğu, bu şirketin müşterilerinden alacağı açık bir irade beyannamesi (e-imza) ile birlikte elektronik ortamda bilgileri müşterilerine aktarması sağlanabilir. Aksi halde şirket bilgilendirmeye kâğıt ortamında devam etmeye mecbur kalacaktır. Alıcının kabulündeki eksiklikler işlemin iptal edilmesini veya hukuken yok sayılmasını gerektirmez. Bu durumda satıcı tarafından alıcının iradesine ilişkin beyanname kâğıt ortamında veya hukuken geçerli başka bir yol veya yöntemle alınmalıdır⁶⁹.

İşlem kayıtlarının taraflarca erişilebilir olması ayrı bir öneme haizdir. Elektronik işlemlerin hukuken geçerli olabilmeleri için, işlemi oluşturan dokümanların taraflarca kolayca ve istenildiği anda erişilebilir ve kayıt edilebilir olması gerekmektedir. Aksi halde elektronik işlem hukuken geçersiz sayılabilir. Burada bahsedilen erişim yalnızca yazıcıdan çıktı alınması veya internetten indirilmesi anlamında değildir. Ancak bu olanakların müşterilere tanınması yeterli olacaktır.

Elektronik imza, başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik

⁶⁹ **SEVİNÇ, Erkan:** Ege Yeminli Mali Müşavirlik ve Bağımsız Denetim A.Ş., 2014, <http://www.ymm.net/e-ticaret/e-imza.html>, 14/03/2014.

veriyi ifade etmektedir⁷⁰. Bütün işlemler e-imza gerektirmezken, bazen bir işlemin hukuken geçerli olabilmesi için imzalanması gerekebilir. Örneğin şekil şartına bağlanmış sözleşmeler de mutlak surette imza bulunması gerekmektedir. Şekil koşuluna bağlanmamış sözleşmelerde de bir ispat koşulu olarak imza bulundurulması gerekebilir. Her koşulda e-imzanın bulunması kritik bir sorundur.

E-imza elektronik ortamda yazılan yazıların ve yapılan işlemlerin, kim tarafından yapıldığını ispat eden bilgidir. E-imza asimetrik kriptoloji sistemi ile çalışmakta, çift anahtar kullanmakta ve yüksek bir güvenlik sağlamaktadır. E-imzayı kullanan kullanmadığını, okuyan okumadığını iddia edememektedir. Türk hukukunda, imzaya ilişkin hükümler Borçlar Kanunu'nda düzenlenmiş bulunmaktadır. Ayrıca elektronik imzanın hukukî ve teknik yönleri ile kullanımına ilişkin esasları düzenlemek üzere Elektronik İmza Kanunu kabul edilmiştir. Bu Kanun, elektronik imzanın hukukî yapısını, elektronik sertifika hizmet sağlayıcılarının faaliyetlerini ve her alanda elektronik imzanın kullanımına ilişkin işlemleri kapsamaktadır.

Elektronik imza ile yapılan tüm işlemler hukuki olarak, adi senet statüsündedir. Adi senet, “resmi bir makam veya memurun katılımı olmaksızın, bizzat hukuki ilişkilerin taraflarınca düzenlenen senetlerdir”. Hukuk Usulü Muhakemeleri kanununda adi senetlerin ispat gücü; “Bir adi senet, senet altında imza tarafından ikrar edilirse kesin delil teşkil eder” şeklinde tanımlanmıştır.

Anılan kanun güvenli elektronik imzanın hukukî sonucu ve uygulama alanını da aşağıdaki şekilde belirlemiştir. Güvenli elektronik imza, elle atılan imza ile aynı hukukî sonucu doğurmaktadır.

Kanuna göre güvenli elektronik imza oluşturma araçları aşağıdaki gibidir⁷¹.

- Ürettiği elektronik imza oluşturma verilerinin kendi aralarında bir eşi daha bulunmamasını,

⁷⁰ EİK, m.3/b

⁷¹5070 Sayılı, EİK, m.6

- Üzerinde kayıtlı olan elektronik imza oluşturma verilerinin araç dışına hiçbir biçimde çıkarılamamasını ve gizliliğini,
- Üzerinde kayıtlı olan elektronik imza oluşturma verilerinin, üçüncü kişilerce elde edilememesini, kullanılamamasını ve elektronik imzanın sahteciliğe karşı korunmasını,
- İmzalanacak verinin imza sahibi dışında değiştirilememesini ve bu verinin imza sahibi tarafından imzanın oluşturulmasından önce görülebilmesini sağlayan imza oluşturma araçlarıdır.

Borçlar Kanununun 14 üncü maddesine göre güvenli elektronik imza elle atılan imza ile aynı ispat gücünü haizdir. Diğer bir ifade ile, güvenli elektronik imza, elle atılan imza ile aynı hukukî sonucu doğurmaktadır. Ancak kanunların resmî şekle veya özel bir merasime tabi tuttuğu hukukî işlemler ile teminat sözleşmeleri güvenli elektronik imza ile gerçekleştirilemez.

Elektronik işlemin hukuki açıdan bütün unsurları taşıması gerekmektedir. Ancak tarafların gerçekten işlemi yapmak konusunda birbirlerine olan güvenlerinin de temin edilmiş olması da önemlidir. İster elektronik ortamda olsun ister geleneksel yöntemlerle yapılıyor olsun, karşılıklı güven işlemin esasını teşkil etmektedir. Elektronik kayıt ve belgelerin kolayca çoğaltılıp değiştirilebildiği yerde, elektronik işlemin değişmezliğinin ve geçerliliğinin sağlanması gerekmektedir. Hassas bilgiler depolandığında, bu bilgilerin sağlam ve her an erişilebilir olmasının sağlanması önem taşımaktadır.

Bütün işlemlerin yasallığını sağlayan en önemli unsur onların kayıt altına alınmasıdır. Bir itiraz vukuunda, elektronik işlemler ve elektronik sözleşmenin ortaya konulabilmesi çok önemlidir. Bankacılık, sigortacılık gibi alanlarda kayıt tutulması bir hukuki zorunluluktur. Hatta mali açıdan mükelleflerin kayıtlarını ister elektronik ister kâğıt ortamında tutmaları zorunluluğu bulunmaktadır. Kayıtların kâğıt ortamında saklanması esas olmakla beraber elektronik ortamda saklama elektronik

kayıttaki bilgiyi tam olarak içermesi ve istendiğinde tekrar erişilebilir olması kaydıyla hukuken geçerli bir saklama olarak kabul edilebilir⁷².

II. E-SÖZLEŞMELER

Elektronik hizmet sunumunda, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da yer alan hizmetlerin sunulması ve temin edilmesine yönelik sözleşmeler, elektronik ortamda akdedilmektedir. Hizmet ve mal sunumunun elektronik ortam vasıtasıyla temin edilmesini sağlayan temel hukuki müessese elektronik sözleşmelerdir⁷³. Elektronik sözleşmeler 4077 sayılı TKHK dokuzuncu maddesi ilk fıkrasında düzenlenmiş ve mesafeli sözleşme kavramının içinde değerlendirilmiştir. Genel anlamda, tüketiciler ile satıcı veya sağlayıcıların fiziksel olarak bir araya gelmeksizin, internette kullanılan elektronik iletişim yöntemleriyle kurdukları, mal veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi ya da ifası taahhüdünü içeren sözleşmelerdir.

Elektronik sözleşmeler kavramında elektronik terimi, esasında sadece sözleşmelerin kuruluşunu değil, bazen de ifasını sağlayan metotlara işaret etmektedir. Açıkçası, elektronik vasıtalarla dijital ortamda kurulan sözleşmeler de aslında bilinen anlamıyla birer sözleşmedir⁷⁴. Çalışmanın bu kısmında elektronik sözleşmelerin kavramsal tartışmasına yer verilmekte ve detaylı bir şekilde elektronik sözleşme ele alınmaktadır.

A. E-SÖZLEŞME TANIMI VE KAVRAM

Elektronik ticaretin işlerlik kazanabilmesi için, sözleşmelerin elektronik ortamda yapılması gerekmektedir. Elektronik sözleşme kavramı, elektronik ortamda gerçekleştirilen hukukî ilişkilerin sözleşmesel nitelik arz etmeleri halinde ortaya

⁷² http://www.koniks.com/topic.asp?TOPIC_ID=48222, 17/03/2014.

⁷³ AKKURT, agm, s.19.

⁷⁴ UYUMAZ, Alper, Elektronik Sözleşmelerin Web Siteleri Aracılığıyla Kurulması ve Bu Sözleşmelerin İfası, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt: 9, Özel Sayı, 2007, s. 908, <http://web.deu.edu.tr/hukuk/dergiler/dergimiz9ozel/uyumaz.pdf>, 18/03/2014.

çıkan hukuki bir bağdır⁷⁵. Bu nedenle, elektronik ticarete sözleşmenin ne anlam taşıdığı ve neleri kapsadığı önem taşımaktadır.

Borçlar Kanununa göre, tarafların birbirine uyumlu olan iradelerini karşılıklı olarak açık olarak veya örtük bir şekilde açıklamaları ile sözleşme meydana gelmektedir⁷⁶. Kısaca sözleşme karşılıklı irade beyanına dayalıdır. Sözleşme, yeni bir hukuksal durum meydana getirmek, var olan hukuksal durumu değiştirmek ya da ortadan kaldırmak maksadıyla yapılabilir. Sözleşme oluşabilmesi için sözleşme taraflarının bir amaç üzerinde uzlaşmaları ve karşılıklı ve birbirine uygun iradelerini açık olarak veya örtük bir şekilde açıklamaları gerekmektedir. Elektronik sözleşmede taraflardan biri yahut her ikisi, iradesini yazı, görüntü, ses ve benzeri diğer verilerin sayısallaştırılması suretiyle açıklamakta ve karşı tarafa bu şekilde yöneltmektedir⁷⁷.

Ülkemizde sözleşme için şekil serbestisi uygulanmaktadır. Bu nedenle, internet üzerinden sözleşme oluşturulması da mümkündür. Elektronik ortamda oluşturulan sözleşmelerin ispat gücü yönünden tereddüt bırakmamak amacıyla, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a 2003 yılında “Mesafeli Sözleşmeler” başlıklı madde eklenmiştir⁷⁸. Elektronik sözleşmeler de bu maddenin ilk fıkrasında düzenlenmiş ve mesafeli sözleşme kavramının içinde değerlendirilmiştir. Keza 2013 yılında kabul edilen 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 48 ve 49’uncu maddeleri de “Mesafeli Sözleşmeler” başlığına ayrılmıştır.

Bu çerçevede mesafeli sözleşme, “satıcı veya sağlayıcı ile tüketicinin eş zamanlı fiziksel varlığı olmaksızın, mal veya hizmetlerin uzaktan pazarlanmasına yönelik olarak oluşturulmuş bir sistem çerçevesinde, taraflar arasında sözleşmenin kurulduğu ana kadar ve kurulduğu an da dâhil olmak üzere uzaktan iletişim araçlarının kullanılması suretiyle kurulan sözleşmeler” olarak tanımlanmıştır.⁷⁹ Buna göre mesafeli sözleşmeler, satıcı veya sağlayıcı (hizmet sunan) ile tüketicinin karşı

⁷⁵ FALCIOĞLU, M. Özgür: Türk Hukukunda Elektronik Satım Sözleşmesi ve Kuruluşu, Ankara 2004, s. 45.

⁷⁶ 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu, Madde 1.

⁷⁷ AKKURT, agm, s. 26.

⁷⁸ 4822 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun.

⁷⁹ 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, Madde 48.

karşıya gelmeksizin, iletişim araçları vasıtasıyla akdettikleri sözleşmelerdir⁸⁰. İfadeden anlaşılacağı gibi bu madde ile elektronik ortamda kurulan sözleşmeler, mesafeli sözleşme olarak tanımlanmıştır.

Elektronik sözleşmeler genel anlamda, tüketiciler ile satıcı veya sağlayıcıların fiziksel olarak bir araya gelmeksizin, internette kullanılan elektronik iletişim yöntemleriyle kurdukları, mal veya hizmetin tüketiciye anında veya sonradan teslimi/ifası taahhüdünü içeren sözleşmelerdir. Elektronik ortamda mal ve hizmet sunumunu konu edinen elektronik sözleşmeler, genellikle hazır olmayanlar (gaip) arasında yapılmakta olup, hukukî nitelikleri itibarıyla katılmalı ve mesafeli sözleşmelerdir.

Borçlar Kanununa göre, bir sözleşmede bulunması gerekli unsurlardan birisi de imzadır. Kanun'un 14'üncü maddesinde belirtildiği gibi imzanın üzerine borç alan kimsenin el yazısı ile atılmış olmalıdır. Anılan bu maddeye 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu ile "Güvenli elektronik imza, elle atılan imza ile aynı ispat gücünü haizdir" hükmü getirilmiştir. Böylece elektronik ortamda oluşturulan sözleşmelerin yasal olarak tanınmasında herhangi bir sakınca kalmamıştır.

Elektronik sözleşmeler, elektronik posta ile yapılan sözleşmeler ve alışveriş siteleri üzerinde yapılan sözleşmeler olmak üzere iki grup olarak ele alınmaktadır. Elektronik posta, gönderen ve alan arasında bilgi akışını sağlayan bir haberleşme yöntemidir. Bu yöntemde elektronik ortamda yazdığı, bilgi içeren postayı karşı tarafın elektronik posta adresine gönderen kişinin, gönderme anında postayla ilişkisi bitmektedir. Gönderilen mesaj, gönderenin ve alıcının elektronik posta hizmeti veren servis sağlayıcısının hizmet verme hızına ve o anki yoğunluğuna bağlı olarak alıcının adresine ulaştırılmaktadır. Bu nedenle posta, gönderildiği anda değil belirsiz bir zaman gecikmesiyle alıcının posta adresine ulaşmaktadır. Postanın adrese ulaşması da alıcıya ulaştığı anlamına gelmemektedir. Elektronik posta, alıcının elektronik posta adresine ulaştığı anda değil, alıcı tarafından okunmak üzere açıldığı anda alıcının bilgisi içerisine girmektedir. Bu duruma yönelik olarak Amerikan

⁸⁰ ASLAN, İ. Yılmaz: Tüketici Hukuku Dersleri, Bursa 2006.

mahkemeleri, internet servis sağlayıcılarının iletişim kuruluşu olduğu ve gönderilen elektronik posta, internet servis sağlayıcısının posta hizmet vericisine ulaşmış olsa bile elektronik postanın teknik olarak hâlâ “yolda” olduğunu kabul etmek gerektiğine karar vermiştir⁸¹. Bu yaklaşım gereğince, elektronik postayla yapılan kabul açıklamasının karşı tarafın bilgisine ancak bu posta okunduğunda girdiğini kabul etmek daha uygun görünmektedir. Dolayısıyla sözleşme ancak bu anda tamamlanmış olacaktır. Elektronik postanın taraflar arasında karşılıklı haberleşme sağlayan bu özelliği nedeniyle elektronik posta ile yapılan bir sözleşme, hazır olmayanlar arasında yapılan bir sözleşme örneğidir.

Diğer bir sözleşme çeşidi de alışveriş siteleri marifetiyle yapılan sözleşmedir. Alışveriş sitelerine giren bir kişi, burada hazırlanmış olan bilgiler yoluyla ürünleri inceleyebilmektedir. Alışveriş siteleri yoluyla yapılan sözleşmelerde alıcı, sitede gösterilen bir bölümü doldurarak siparişte bulunmaktadır. Bu nedenle de sipariş gönderildiği iradesini belirten tuşun tıklanması ile icap alışveriş sitesine ulaşmaktadır. Satıcının bu siparişi kabul ettiği yönündeki açıklamasının alıcıya ulaşması ile sözleşme tamamlanmaktadır. Alışveriş siteleri yoluyla yapılan sözleşmeler, nitelikleri yönüyle genel işlem şartları ihtiva eden sözleşme veya katılım sözleşmesi niteliğindedir. Genel işlem şartları ihtiva eden sözleşmeler, gelecekte belirsiz sayıda kişiyle yapılacak belirsiz sayıdaki sözleşme için satıcının tek başına hazırladığı genel ve soyut nitelikteki kurallar bütünüdür. Katılım sözleşmeleri ise, sözleşmenin tüm şartlarının satıcı tarafından belirlendiği ve alıcının, bu şartları kabul etmesiyle oluşan sözleşmelerdir⁸².

Alışveriş siteleri yoluyla yapılan sözleşmelerin tüm şartları satıcı tarafından belirlenmekte ve ancak alıcının bu şartlara aynen uyması ile sözleşme gerçekleşmektedir. Web sayfası üzerinden kurulan sözleşmelerde de bütün inisiyatif satıcıdadır. Bu durumda eşit olmayanlar arasında kurulan bir sözleşme bulunmaktadır. Satıcının belirlemiş olduğu şartlar dahilinde, sözleşme ya kabul edilmektedir ya da reddedilmektedir. Sözleşmeye uygulanacak hukuk sisteminin

⁸¹ KIRÇOVA, İbrahim/ÖZTÜRK, Pınar: İnternet’te Ticaret ve Hukuksal Sorunlar, İTO Yayınları Yayın No:2000-29, 2000, s. 56.

⁸² KIRÇOVA/ÖZTÜRK, age, s. 58.

seçimi açısından, tüm yetki satıcıdadır. Taraflardan birinin diğerine göre daha güçsüz durumda olduğu ve sözleşmeye uygulanacak hukuk seçimi konusunda müzakere imkânının bulunmadığı bu tür sözleşmelerde, yapılmış olan hukuk seçiminin kabul edilebilmesi için, zayıf konumda olan tarafı koruyucu bazı sınırlamalar getirilmiştir. Sözleşmeye uygulanacak hukuk sisteminin seçimine ilişkin maddenin, açık ve hiçbir tereddüde yer bırakmayacak şekilde, sözleşme şartları arasında bulunması gerekmektedir⁸³. Bu durumda, alışveriş siteleri üzerinde yapılan sözleşmeler hazır olmayanlar arasında, elektronik posta ile yapılan sözleşmeler ise hazırlar arasında yapılmış sözleşme olarak kabul edilmektedir⁸⁴.

İnternette, alıcı ve satıcının her ikisinin de çevrimiçi olduğu durumlarda, doğrudan ve eşzamanlı iletişim kurulabildiği varsayıldığından dolayı, kabul beyanının açıklanmasından sonra sözleşme kurulmuş olmaktadır. Kabul beyanı açıklandığı anda, karşı taraf da eşzamanlı olarak bu kabul beyanından haberdar olacağı için, açıklama anında kurulmuş olan sözleşme, hüküm ve sonuçlarını da aynı anda doğurmaya başlayacaktır⁸⁵. Bu tip eşzamanlı görüşmelerin, aynı telefonda olduğu gibi hazırlar arasında yapıldığı kabul edilmektedir.

B. E-SÖZLEŞMEDE TARAFLAR

Borçlar Kanununa göre sözleşme, hazırlar arasında yapılabildiği gibi hazır olmayanlar arasında da yapılabilir. “Hazır” kavramı, sözleşmenin taraflarının, icap ve kabul beyanlarını açıklandığı anda öğrenebilecek durumda olmalarını ifade etmektedir⁸⁶. Tarafların, icap ve kabul beyanlarını açıklandığı anda derhal öğrenebilecek durumda olmalarını sağlayan herhangi bir ortam veya vasıta kullanmış olmaları, akdettikleri sözleşmenin “hazırlar arası sözleşme” olması sonucunu doğurmaktadır⁸⁷.

⁸³ **KÜÇÜKPEHLİVAN, Olcay:** Sözleşmelerin İnternet Aracılığıyla Kurulması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2006, s. 128.

⁸⁴ **GÖÇGÜRBÜZ, Didem:** Elektronik Ticarete Hukuki Yapı ve Yasal Düzenlemeler I, Mükellefin Dergisi, Kasım, Sayı:95, 2000, s. 13.

⁸⁵ **KÜÇÜKPEHLİVAN,** age, s. 48

⁸⁶ **SAĞLAM, İpek:** Elektronik Sözleşmeler, İstanbul, 2007, s. 73.

⁸⁷ **KIRCA, Çiğdem:** İnternette Sözleşme Kurulması, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, 20 (4), 2000, s.107.

Borçlar Kanunu dört ve beşinci maddeleri sözleşmelerin taraflarını düzenlemiştir. “...Telefon, bilgisayar gibi iletişim sağlayabilen araçlarla doğrudan iletişim sırasında yapılan öneri, hazır olanlar arasında yapılmış sayılır.” hükmü ile elektronik sözleşmelerin bir kısmını hazırlar arasındaki sözleşmeler sınıflandırmasına dahil etmiştir.

Hazırlar arasındaki sözleşmelerde, icabın hemen kabul edilmesi gerekmekte ve kabul beyanı ile birlikte sözleşme kurulmuş olur ve aynı anda hüküm ifade etmektedir.

Hazır olmayanlar arasında yapılan sözleşmelerde ise, icap yapan taraf belli bir süre boyunca yaptığı icap ile bağlı olmakta ve karşı tarafın kabul haberi gönderildiği anda sözleşme hüküm ifade etmeye başlamakta ve kabul haberi icapçıya ulaştığı anda sözleşme kurulmuş sayılmaktadır. Faks, teleks, telgraf, elektronik posta gibi vasıtalarla açıklanan iradeler, her ne kadar anında karşı tarafa gönderilebilse de karşı tarafın beyan edilen bu iradeleri öğrenebilme hızı ve zamanı telefondaki gibi eş zamanlı olmayabilir.

C. E-SÖZLEŞME TÜRLERİ

Elektronik sözleşmeler, mal satımına yönelik sözleşmeler, dijital ürün satımına yönelik sözleşmeler, hizmet sunumuna ilişkin sözleşmeler ve bilgi teminine yönelik sözleşmeler şeklinde tasnif edilmektedir⁸⁸.

Bunlardan, mal satımına ilişkin olan elektronik sözleşmelerde, esasında her türlü malın alım ve satımının yapılması söz konusudur. Mal satımına ilişkin elektronik sözleşmelerde, sözleşme sanal ortamda kurulmakta, sözleşmenin satıcı açısından ifası ise, fiili yollardan yapılmaktadır. Alıcı, borcunu elektronik ödeme yöntemleri ile ifa edebilmektedir⁸⁹.

Elektronik ortamda hizmet temin eden adına bir toplantıya çiçek gönderilmesinde hizmet sunan, edimini fizikî yollarla ifa etmektedir. Elektronik

⁸⁸ UYUMAZ, agm, s. 909.

⁸⁹ KIRCA, agm, s. 101.

ortamda gerçekleştirilen hesaplar arası para havalesi, virman yapılması, internet ve telefon bankacılığı aracılığıyla ilk defa mevduat hesabı açtırılması, tüm kredi taleplerinin sonuçlandırılması, kredi kartı ve çek karnesi verilmesi gibi bankacılık hizmetlerinde veya elektronik ortamda hisse senedi alım satımına ilişkin borsa hizmetlerinde hizmet sunan taraf yüklendiği edimi elektronik ortamda ifa etmiş olacaktır.

Bunun yanı sıra elektronik ortamda hizmet sunan tarafın, edimini elektronik ortamda ifa edebileceği durumlara örnek olarak otel ve uçak rezervasyonları teminine ilişkin elektronik sözleşmeler verilebilmektedir. Şöyle ki, seyahat acentesi yahut havayolu şirketi (hizmet sunan taraf), rezervasyonun yapılmasından sonra müşteriye (hizmet temin eden tarafa), elektronik ortam (internet) marifetiyle, rezervasyonun yapıldığına ilişkin teyit yazısı ulaştırmakta ve hizmetten yararlanacak taraf olduğunu ispatlayacak bir referans veya takip numarası bildirmektedir.

Dijital ürün satımına yönelik sözleşmelerde, sözleşmenin kuruluşu ve ifası safhaları internet üzerinden iletişim sağlanarak gerçekleştirilmektedir. Yazılım, film, makale, melodi, kitap gibi elektronik ortam ürünlerinin kişisel bilgisayara indirilmesi yöntemiyle yapılan sözleşmeler, dijital ürün satımına yönelik sözleşmelerdir⁹⁰.

Bilgi teminine yönelik sözleşmelerde sözleşme konusu, sadece bir tarafın diğer tarafa belli bir konuda düzenli ya da tek seferlik bilgi iletiminden ibarettir. Döviz kurları, faizler, hava raporları, güncel haberlerin iletiminde bilgi teminine ilişkin bir sözleşmenin varlığı kabul edilmektedir⁹¹.

D. E-SÖZLEŞME KURULUŞU

Elektronik iletişim araçları vasıtasıyla bir sözleşme yapılmak istendiğinde, bu konuya ilişkin hukukumuzda özel bir düzenleme bulunmadığı için, bu sözleşmelere de esas olarak Borçlar Kanunu hükmü uygulanmaktadır. Borçlar Kanununa göre, tarafların birbirine uyumlu olan iradelerini karşılıklı olarak açıklamaları ile sözleşme

⁹⁰ KIRCA, agm., s. 100.

⁹¹ SÖZER, Bülent: Elektronik Sözleşmeler, İstanbul 2002, s. 26.

meydana gelmektedir. Sözleşme yapan taraflardan birinin öncelikle karşı tarafa bir sözleşme yapma teklifinde bulunması zorunludur.

Sözleşmenin kuruluşuna ilişkin Borçlar Kanununda yer alan temel ilke, irade serbestîsidir. Sonuç olarak, bu amacın gerçekleşmesi adına irade açıklamasında kullanılan araçların herhangi bir önemi ve etkisi olmadığı ileri sürülmektedir⁹². Nitekim söz konusu Kanun'un dördüncü maddesinde “*Telefon, bilgisayar gibi iletişim sağlayabilen araçlarla doğrudan iletişim sırasında yapılan öneri, hazır olanlar arasında yapılmış sayılır.*” belirtilerek bu görüş teyit edilmektedir.

Elektronik posta görünüm olarak, klâsik iletişim yöntemlerinden mektup, telgraf, faks ve teleks ile önemli benzerlikler gösterir. Ancak elektronik posta marifetiyle çeşitli formatlarda görüntü, ses ve benzeri sayısallaştırılmış veriler de sözleşme eklentileri olarak karşı tarafa iletilebilir. Elektronik postanın içeriği, gönderen tarafından sisteme yollandığında değişkenlik özelliğini yitirerek “donuk” hale gelir. Bu durumda içerik, elektronik postayı tanzim eden kişi tarafından dahi değiştirilemez. Elektronik posta mesajının internet kanalıyla iletilebilmesi için, mesajın gönderildiği kişinin eksiksiz elektronik posta adresinin belirtilmesi şarttır⁹³.

Elektronik ortamda gönderilen sözleşme önerisini kişinin bu teklifi kabul ettiğini diğer tarafa ulaştırması ile sözleşme bu anda kurulmuş sayılmaktadır⁹⁴. Sözleşmelerin kurulmuş sayılması için aranan “tarafların karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanlarının açıklanması” kuralının yerine getirilmesi için gerekli irade beyanı bu şekilde açıklanmış sayılmaktadır.

Elektronik sözleşmelerin web siteleri aracılığıyla kurulması da söz konusudur. Elektronik ticarete kullanılan web siteleri “etkileşimli web siteleri” ve “etkileşimsiz web siteleri” olmak üzere iki kategoride incelenmektedir. Etkileşimsiz web siteleri kural olarak, sağlayıcı ve hizmet temin eden arasında hukukî işlem yapma olanağı sağlamamakta bu yönüyle elektronik ticaretin doğrudan pazarlama

⁹² **ÖZDEMİR KOCASAKAL, Hatice:** Elektronik Sözleşmelerden Doğan Uyuşmazlıkların Çözümünde Uygulanacak Hukukun ve Yetkili Mahkemenin Tespiti, İstanbul, 2003, s. 39.

⁹³ **AKKURT,** agm, s. 39-40.

⁹⁴ ETKK, 1998

öğesinden kısmen yoksun bulunmaktadır. Etkileşimsiz web siteleri aracılığıyla hizmet teşhir eden sağlayıcılar, genellikle sundukları hizmetin reklamını yapmakta ve hizmet temin etmek isteyen kimseler nezdinde sundukları hizmet hakkında bir kanaat uyandırmaya çalışmaktadırlar. Bu yolla hizmet teşhir eden bir sağlayıcının faaliyeti, çoğunlukla katalog veya fiyat listesi sunma olarak nitelendirilmekte ve sağlayıcının web sitesi vasıtasıyla beyan ettiği hususlar “icap” olarak değerlendirilmemektedir⁹⁵.

Etkileşimli web siteleri vasıtasıyla yapılan irade açıklamalarının niteliği konusunda, anılan türdeki web siteleri üzerinden yapılan irade açıklamalarının “icap” niteliğinde olduğu hususunda bir karinenin varlığından bahsedilmektedir⁹⁶. Etkileşimli web siteleri, elektronik ortamda doğrudan pazarlamaya olanak vermek suretiyle taraflar arasında bağlayıcı nitelikte hukuki işlemler yapılabilmesini sağlayan elektronik ticaret vasıtalarıdır. Etkileşimli bir web sitesi üzerinden, sağladığı hizmetin başta fiyatı olmak üzere, akdedilecek olan sözleşmenin tüm esaslı unsurlarını yayımlayan sağlayıcının beyanı, hukuken “icap” hükmünde değerlendirilmekte ve bu kimse icabıyla, şartları ve hükümleri dâhilinde bağlı sayılmaktadır⁹⁷.

E. E-SÖZLEŞME ÖZELLİKLERİ VE HUKUKİ NİTELİĞİ

1. KURULUŞTA KULLANILAN YÖNTEMLER

Elektronik sözleşmelerin kuruluş şekilleri iletişim dünyasındaki hızlı gelişmelerle birlikte bilinen usullerden oldukça farklılaşmış ve alışlagelmiş birçok uygulamanın dışında yöntem uygulanmaya başlanmıştır. Bu yöntemlerden, web siteleri aracılığıyla sözleşme kurulması, elektronik posta yoluyla sözleşme kurulması ve elektronik veri değişimi yöntemiyle sözleşme kurulması bilinen yöntemler içerisinde en çok uygulananlar olarak dikkat çekmektedir.

⁹⁵Türk Borçlar Kanunu, Madde 7/f.2.

⁹⁶AKKURT, agm.

⁹⁷SÖZER, age, s. 96.

Elektronik ticarete uluslararası anlamda en çok kullanılan elektronik sözleşme kurma yöntemi, web siteleri aracılığıyla sözleşme kurulmasıdır. İnternetten mal ve hizmet alımına yönelik sözleşmelerin büyük bir çoğunluğu web siteleri üzerinden kurulmaktadır⁹⁸. Web siteleri aracılığıyla kurulan sözleşmeler de web sitesinin etkileşimli veya etkileşimsiz olması durumuna göre farklılaşmaktadır.

Etkileşimli web sitelerinin temel özelliği, tarafların karşılıklı iletişime girebilecekleri şekilde tasarlanmalarıdır. Bu tür web siteleri, sözleşme taraflarını bir araya getirmek suretiyle, web sitesinden mal satımı veya hizmet sunulmasına imkân tanımaktadır. Etkileşimsiz web sitelerinde ise, çoğunlukla mal ve hizmet sunan kişinin irade açıklaması ortaya konulmuş olup, web sitesine bağlanana site üzerinden işlem yapma imkânı tanınmamıştır. Alıcı doğrudan doğruya web sitesi üzerinden hizmet sözleşmesini yapamamaktadır. Ancak söz konusu hizmet için ön başvuruda bulunabilmektedir.

Sözleşmenin kurulması için irade beyanlarından icap ve kabullerin elektronik posta yoluyla açıklanması ve gönderilmesi mümkündür⁹⁹. Elektronik posta, yazılışı ve kullanım amacı itibarıyla normal postaya benzemesine rağmen onun dijitalleşmiş hali olarak kabul edilmekte ve elektronik postada tarafların iradelerini açıklamaları sözleşmenin kurulabilmesi için gerekli olan icap ve kabulü sağlamaya yeterli olmaktadır¹⁰⁰.

Elektronik veri değişimi, bilgisayarlar arasında standart bir şekilde yürütülen ve ticari amaçlı tamamlanan elektronik veri transferi ve değişimi anlamını taşımaktadır. Tarafların bilgisayarları insan ara yüzü kullanmaksızın işlemleri tamamlamaktadır. İlk bilgisayarın icapta, ikincisinin de kabul beyanında bulunmaları ve mutlak suretle bu beyanların bilgisayarlar aracılığıyla açıkça yapılması işlemin tamamlanması için zorunludur¹⁰¹. Tipik bir bilgisayar uygulaması olarak belirtilebilecek elektronik veri değişimi yöntemi, kullanım alanının genişliği

⁹⁸ **SAVAŞ Abdurrahman:** İnternet Ortamında Yapılan Sözleşmeler, Konya 2005, s. 169, <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2011-95-728>, 27/03/2014.

⁹⁹ **ÖZDEMİR KOCASAKAL,** age., s. 67.

¹⁰⁰ **UYUMAZ,** agm, s. 911.

¹⁰¹ **SAVAŞ,** age, s. 194.

itibariyle stok ikmallerinden bankacılık işlemlerine; sipariş, fiyat ve fatura yollamalarından eczacılık, denizcilik ve gümrük işlemlerine kadar uygulama alanı bulan bir yöntemdir¹⁰².

2. KURULUŞ ANI

Hazırlar arası sözleşmelerde, icap eden taraftan hazır olan muhataba bildirilmiş ise, sözleşme kabul beyanının yapıldığı anda kurulmuş sayılmaktadır. Hazırlar arasında yapılmayan bir sözleşmenin kurulma anının tespiti ise daha fazla inceleme gerektirmektedir. Bu sebeple, kuruluş anının tespit edilmesi için icap ve kabul beyanlarının ayrıca ele alınması önem taşımaktadır.

2.a. İCAP

İcap, bir sözleşmenin kurulması amacı ile karşı tarafa yöneltilmiş bir öneridir. Bu öneri kurulmak istenen sözleşmenin tüm esaslı unsurlarını içeren ve sözleşme yapma teklifini içeren bir irade beyanıdır. Yapılan teklifte, sözleşme için lüzumlu olan esaslı unsurlardan hiç değilse biri eksik veya sözleşmenin bütün unsurları muhataba bildirilmekle beraber yapılan bu teklifin bağlayıcı olmadığı açık veya kapalı şekilde belirtilmişse bu durumda icap değil icaba davet söz konusudur¹⁰³.

Bu tanım elektronik sözleşmeler açısından da geçerli olmakla beraber, elektronik sözleşmelerin kuruluşunda karşı tarafa yöneltilen icap, elektronik sözleşmelerin kuruluşunda kullanılan elektronik iletişim araçlarının kendine özgü yapısı sebebiyle farklılık göstermektedir. Bu çerçevede, bir kişinin elektronik ortamda gönderdiği sözleşme önerisi, hukuksal olarak icap kabul edilmektedir.

Ancak, Borçlar Kanunu yedinci madde ikinci fıkra hükmü uyarınca, etkileşimsiz web siteleri aksi açıkça belirtilmediği takdirde, katalog veya tarife yollanması şeklinde kabul edilmelidir. Bu sebeple, etkileşimsiz web siteleri

¹⁰² SÖZER, age, s. 90.

¹⁰³ OĞUZMAN, Kemal/ÖZ, M.Turgut: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Filiz, İstanbul 2005, s. 45; EREN, age, s. 219, <http://journals.istanbul.edu.tr/iuhfm/article/viewFile/1023003787/1023003363>, 01/04/2014.

üzerinden yapılan irade açıklamaları hukuken icaba davet olarak nitelendirilmek durumdadır.

İcabin öngörülen sözleşmenin kurulmasını sağlayacak niteliği, beyanın muhataba ulaşması ile oluşmaktadır. İrade beyanlarının hukukî sonuç yaratabilmesi için açıklanması, aleniyet kazanması ve karşı tarafın bu iradeden haberdar edilmesi gerekmektedir. İcap muhataba kabul beyanında bulunarak sözleşmeyi kurmak yetkisini veren bir beyandır. İcap sözleşme kurulmadan önce yapılan, karşı tarafın kabulü ile sözleşmenin kurulması sonucunu doğuran, kesin ve bağlayıcı nitelik taşıyan, tek taraflı varması gerekli bir irade beyanıdır¹⁰⁴. İcapta bulunan, karşı tarafın kabul beyanı ile sözleşmeyi kurmasını engelleyememektedir¹⁰⁵.

İcap, kurulması öngörülen sözleşmeye ilişkin tüm önemli bilgileri içermelidir. Kabul beyanında bulunacak olan taraf, Borçlar Kanununun md. 2/II hükmünde ifadesini bulan temel ilke itibarı ile “... akdin esaslı noktalar ...” hakkında, kısaca kurulacak sözleşmenin konusu ve içeriği hakkında, yeterli bilgiye sahip olmalıdır. İcap, bu beyanda bulunan taraf için bağlayıcı bir niteliğe sahiptir, bu nedenle icapta bulunan, karşı tarafın kabul veya ret beyanı gelinceye kadar icabı ile bağlı kalmakta ve bundan geri dönememektedir¹⁰⁶.

İrade beyanının icaba dönüşüp dönüşmediğinin belirlenmesi için aşağıda sayılan dört kriter kullanılmaktadır¹⁰⁷.

- Açıklama (İzhar) Teorisi: Bu kritere göre, irade açıklandığı anda, hukukî etkisini de göstermeye başlamaktadır.
- Gönderme (İrsal) Teorisi: Bu kritere göre, irade (özellikle hazırda bulunmayan kişiler açısından) muhataba gönderildiği zaman hukukî etkisini göstermeye başlamaktadır.

¹⁰⁴ EREN, Fikret: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Cilt 1, 6. Baskı, İstanbul 1998, s. 226.

¹⁰⁵ OĞUZMAN/ÖZ, age, s. 50.

¹⁰⁶ SÖZER, age, s. 33.

¹⁰⁷ SÖZER, age, s. 31.

- Varma/Erişme (Vusul) Teorisi: Bu kritere göre, iradenin hukukî etkisi karşı tarafa vardığı andan itibaren başlamaktadır. Bu teoride esas olan haberin muhatabın egemenlik alanına ulaşmasıdır, yoksa onun muhatap tarafından fiilen öğrenilmiş (okunmuş) olması önemli değildir. Bu bakımdan, varma teorisinin kabul edildiği hallerde, muhatap fiilen haberi olmadan da bir sözleşme ile bağlanmış olabilir.

- Öğrenme (İttıla) Teorisi: Bu kritere göre ise, irade ancak muhatap tarafından fiilen öğrenildikten sonra hukukî etkisini göstermeye başlamaktadır.

İcap çoğunlukla belli ve icabı yapanın bildiği bir kişiye karşı yapılan irade beyanıdır. Ancak, icap aynı zamanda kimliği önceden belli olmayan kişilere karşı, genel olarak topluma karşı da yapılabilir¹⁰⁸. Yöneltilmesi gerekli bir irade beyanı ile yapılan icabın mutlaka belli bir veya birkaç kişiye yapılması da şart değildir. Umuma yönelik olarak da icap yapılabilir.

Bu tür icaplarda icapta bulunan taraf sözleşme kurmak hususundaki iradesini önceden belirlediği somut bir kişiye karşı değil, icabın konusu ve içeriği ile ilgilenen herkese karşı yöneltilmiş olmaktadır. İcap ile ilgilenen herhangi bir kişinin yapacağı kabul beyanı ile söz konusu taraflar arasında sözleşme kurulmuş sayılmaktadır. Web sitelerinden sunulan mal ve hizmetlere ilişkin beyanlar icap olarak kabul edilmektedir¹⁰⁹. İnternet sitelerinde yer alan gizlilik sözleşmeleri bu kapsamda örnek teşkil etmektedir.

Yapılmak istenen sözleşme geçerlilik açısından herhangi bir şekle tâbi tutulmamışsa, kişi, icabı dilediği biçimde yapabilir. Diğer bir ifadeyle icap kural olarak sözle olabileceği gibi yazı veya kanaat verici bir davranışla da yapılabilir¹¹⁰.

Ancak bir irade beyanının icap olarak nitelendirilebilmesi için, söz konusu beyanın, yapılmak istenilen sözleşmenin esaslı unsurlarını içermesi ve beyanda bulunanın bununla bağlı kalma niyeti taşıması gerekmektedir.

¹⁰⁸ OĞUZMAN/ÖZ, age, s. 48.

¹⁰⁹ UYUMAZ, agm, s. 918.

¹¹⁰ OĞUZMAN/ÖZ, age, s. 50.

İcapta bulunan kişi icabıyla belirli bir süre için bağlıdır. Hazır olmayanlar arasında akdedilen sözleşmelerde belirli sürenin ne kadar olacağı hususunda borçlar Kanunu beşinci madde hükümleri uygulanabilir. İcapta bulunan, usulüne uygun olarak ve zamanında karşı tarafa yönelttiği icap beyanının varmasını beklemesi gereken ana kadar icabıyla bağlı kalır¹¹¹. İcabın bağlayıcı olması, icabı yapan kişinin belirli bir andan sonra ve belirli bir süre ile icabını serbestçe geri alamaması ve vaktinde yapılacak bir kabul beyanı ile sözleşmenin kurulmasına engel olamaması anlamına gelmektedir.

İcap ayrıca muhatabın kabul için sahip olduğu süre açısından da ikiye ayrılmaktadır. İcapta bulunan karşı tarafa belirli bir müddet tanımışsa, bu süre içerisinde kendisine kabule ilişkin bir haber ulaşmazsa, icabın geçerli olmayacağı söz konusudur¹¹². İcapta bulunan taraf süreyi tayinde serbest olup sürenin yeterliliği önemli görülmemektedir.

Bununla birlikte yapılan icabın bağlayıcılığını yitireceği bazı durumlar da bulunmaktadır. İcap açık olarak reddedilebileceği gibi karşı teklif sunulabilmekte veya şart öne sürülerek kısmi kabul edilebilmektedir¹¹³. Ayrıca bazı koşullar altında susmanın da zımnen ret anlamı taşıyacağı belirtilmektedir¹¹⁴.

Diğer yandan, kabul için herhangi bir süre öngörülmeyen icaplarda tarafların hazırda bulunup bulunmadıklarına göre değerlendirme yapmak gerekmektedir. Hazırda bulunan taraflar arasında icap o an kabul edilmez ise icapta bulunan icabı ile bağlı kalmaz. Başka bir ifade ile, hazırda bulunan arasında yapılan bir icap müzakere süresince geçerli bir icaptır.

Hazırda bulunmayanlar arasında bir icap söz konusu ise icapta bulunan icabın karşı tarafa ulaşması, karşı tarafın icap konusunda düşünmesi ve kabul haberinin icap

¹¹¹ Türk Borçlar Kanunu, Madde 5/ f.1.

¹¹² Türk Borçlar Kanunu, Madde 3.

¹¹³ OĞUZMAN/ÖZ, age, s. 53.

¹¹⁴ SARIAKÇALI, age, s. 46.

sahibine ulaşması için geçecek derecede bir süreyi hesaplayarak icabına ne kadar bağlı kalacağını hesap edecektir¹¹⁵.

Bunlarla birlikte, icapta bulunanın veya karşı tarafın ölmesi veya ehliyetini kaybetmesi durumunda sözleşmenin niteliğine ve icap sahibinin arzusuna göre mirasçıların durumu tayin edilmektedir¹¹⁶.

2.b.KABUL

Kabul, yapılmış olan bir icaba karşılık, muhatap tarafından icabı yapana yöneltilen ve icap ile öngörülmüş bulunan sözleşmeyi, yine icaba uygun olarak kabul etme iradesinin kesin bir dilde ifade edildiği bir beyandır¹¹⁷.Kabul, icapla uyum olan ve sözleşmenin meydana gelmesine kesin olarak imkân sağlayan, varması gerekli, tek taraflı bir irade beyanıdır.

Kabul beyanının, icap ile tam bir tutarlılık içinde olması, icaba oranla yeni veya değişik şartları içermemesi gerekmektedir. İcapta yer alan şartları değiştiren ya da yeni şartlar ilave eden beyanlar kabul olarak değil, ancak yeni bir icap olarak nitelendirilebilir¹¹⁸. Ayrıca, kabul beyanının icabı yapan tarafa ulaştırılması kabul beyanının esas unsurlarındandır.

İcabı oluşturan bir beyan ve buna karşı yapılan kabul beyanı ile kurulan sözleşmeler çok basit günlük işlerde görülürken, sıradan işlemlerin dışında kalan sözleşmeler müzakereler sonucunda kurulmaktadır. Her durumda hazırlar arasında akdedilen bir sözleşmede, icap yapıldığında muhatabın, mezkur mevzuat gereği derhal kabul beyanında bulunması gerekmektedir¹¹⁹.

Tüm sözleşmelerde olduğu gibi, sözleşmelerin elektronik vasıtalarla kurulması için de tarafların birbirine uygun ve karşılıklı irade beyanları gerekmektedir ve sözleşmelerin bu şekilde kurulması, sözleşmelerin kurulmasına

¹¹⁵ SARIAKÇALI, age, s. 47.

¹¹⁶ OĞUZMAN/ÖZ, age, s. 57.

¹¹⁷ TEKİNAY, Selahattin S./AKMAN, Sermet/BURCUOĞLU, Haluk/ALTOP, Atilla: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, İstanbul 1993, s.121.

¹¹⁸ ÖZDEMİR KOCASAKAL, age, s. 75.

¹¹⁹ Borçlar Kanunu, Madde 4 / f.1

ilişkin temel prensiplere göre herhangi bir farklılık göstermemektedir¹²⁰. Elektronik araçlarla kurulan sözleşmelerin kuruluşunda yapılan kabul beyanları ile, klasik anlamdaki sözleşmelerin kuruluşunda yapılan kabul beyanları arasında herhangi bir fark bulunmamaktadır¹²¹. Taraflarca yapılan irade beyanlarından hangisinin icap olduğu tespit edildikten sonra; kabul beyanı ile ilgili olarak, klasik yöntemlerle yapılan sözleşmelerde uygulanan kurallar, elektronik yollarla yapılan sözleşmelere de aynen uygulanabilecektir. Bu anlamda, bir kişinin elektronik ortamda gönderdiği sözleşme önerisini alan kişinin bu teklifi kabul ettiğini elektronik ortamda iletmesi kabuldür.

Elektronik ortamda mal ve hizmet sunumunu BK madde 7/2 uyarınca icaba davet niteliğinde olduğu kabul edersek, hizmet alanın irade beyanını da icap; BK 7/3 uyarınca icap kabul edecek olursak, hizmet alanın irade beyanını da kabul olarak nitelemek gerekecektir. Kabul beyanının süresi konusunda ise Borçlar Kanunu'nda, kabul için süre öngörülmemiş durumlara ilişkin iki ayrı düzenleme yer almaktadır. Kabul beyanı; hazırlar arasında yapılan görüşmelerde icabın hemen ardından açıklanmalı¹²². hazır olmayanlar arasında ise kabul beyanı zamanında ve usulüne uygun bir şekilde icapta bulunana varması gereken zamana kadar ulaştırılmalıdır.

Bu konuda 6502 sayılı TKHK'nın 48 maddesinin ikinci fıkrasında düzenlenmiş hükme göre, *"Tüketici, mesafeli sözleşmeyi ya da buna karşılık gelen herhangi bir teklifi kabul etmeden önce ayrıntıları yönetmelikte belirlenen hususlarda ve siparişi onaylandığı takdirde ödeme yükümlülüğü altına gireceği konusunda açık ve anlaşılır şekilde satıcı veya sağlayıcı tarafından bilgilendirilir. Tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir."* İnternet üzerinden akdedilen tüketici sözleşmelerinin büyük bir kısmı, mesafeli sözleşmeler kapsamına gireceğine göre, tüketicilerin akdedeceği bu sözleşmelerin kurulması, bu hüküm uyarınca çıkarılan MSHY beşinci maddesinde öngörülmüş olan, bilgilerin edinildiğinin tüketici tarafından teyit edilmesi şartına bağlanmıştır.

¹²⁰ İNAL, age, s. 33.

¹²¹ SARIAKÇALI, age, s. 53.

¹²² Türk Borçlar Kanunu, Madde 4.

2.c. İCAP VE KABULUN GERİ ALINMASI

İcap ve kabul beyanlarının geri alınması hukuken mümkün kılınmıştır. Geri alma beyanında bulunan, daha önceki bir irade beyanının hukukî sonuçlarını doğurmasını önlemektedir.

Sözleşme türlerine göre belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Hazırlar arasında kurulan sözleşmeler açısından Borçlar Kanununun amir hükmünce muhatabı tarafından derhal kabul edilmeyen icap icabı yapan tarafı bağlamamaktadır¹²³. Diğer bir ifadeyle, icap hazır olan şahsa yapılmışsa muhatap bunu ret edene kadar ya da hazır bulunulan ortamdan ayrılıncaya kadar icapçı icabını geri alamamaktadır¹²⁴. Benzer şekilde, kabul beyanı hazır olan şahsa karşı yapıldığı takdirde, bu beyana istinaden sözleşme kurulacağından artık bu beyanın geri alınma olanağı bulunmamaktadır. Etkileşimli web sitelerinde irade beyanları hazırlar arasında yapılmış sayılmaktadır. Çünkü irade beyanında bulunan kişinin beyanı çok kısa süre içerisinde karşı tarafça öğrenilebilir.

Etkileşimsiz web sitelerinde, doğrudan doğruya web sitesi üzerinden iletişim yapılamadığı için, hazır olmayanlar arasında sözleşme görüşmesi söz konusudur. Hazır olmayanlar arasında kurulacak sözleşmeler açısından, icabı beyan eden taraf icabını hazır olmayan bir şahsa yaptığı için icabını geri alması, beyanın icaptan önce veya en geç aynı anda karşı tarafa ulaşması ile söz konusu olabilir.

Diğer yandan kabul beyanında bulunan taraf açısından durum değerlendirildiğinde, hazır olmayanlar arasında kurulan sözleşmeler açısından kabul beyanında bulunması halinde, sözleşme kurulmuş sayılacağı için kabul beyanın geri alması mümkün olmayacaktır¹²⁵.

¹²³ Türk Borçlar Kanunu, Madde 4/I.

¹²⁴ SAVAS, age., s. 237.

¹²⁵ <http://web.deu.edu.tr/hukuk/dergiler/dergimiz9ozel/auyumaz.pdf>, 13/04/2014.

2.d.SÖZLEŞMENİN KURULDUĞU VE HÜKÜMLERİNİ DOĞURDUĞU ANIN TESPİTİ

Sözleşmenin kurulduğu an, garanti ve zamanaşımı süresinin başlangıcının tespiti, tarafların sözleşme yapma ehliyetinin olup olmadığının tespiti, yetkili mahkemenin tespiti vb. birçok önemli hukukî sonucu doğurduğundan tespiti ayrı bir öneme sahiptir.

Bir sözleşme, kabul beyanı icabı yapana ulaştığı anda kurulmuş sayılmaktadır¹²⁶. Elektronik sözleşmelerde de, klasik anlamdaki sözleşmelerdeki gibi tarafların karşılıklı ve birbirine uygun irade beyanları ile sözleşme kurulmaktadır. Ancak elektronik sözleşmeler, elektronik araçlarla yapıldığı için sözleşmenin kurulduğu an, kullanılan elektronik araçların niteliğine göre farklı olabilmektedir.

Türk Hukuku açısından, gerek elektronik posta gerekse web sitesi aracılığıyla yapılan sözleşmelerin kurulma anına ilişkin yeterli düzenleme bulunmamaktadır. Borçlar Kanunu'nun üç, dört, beş, dokuz ve onuncu maddelerinin yorumundan, elektronik sözleşmelerin hukukumuz açısından kurulma anı ile ilgili fikir edinmek mümkündür.

Akdedilen bir sözleşmenin hükümlerini doğurmaya başladığı zaman ile kurulduğu zamanın saptanması bakımından hukukumuzda, hazırda bulunan kişiler arasında yapılan sözleşmeler ve hazırda bulunmayan kişiler arasındaki sözleşmeler birbirinden farklı hükümlere tabi kılınmıştır.

Hazırlar arasında yapılan sözleşmelerde, icabın hemen kabul edilmesi gerekmektedir ve kabul beyanı ile birlikte sözleşme aynı anda hükümlerini doğurmaya başlayarak kurulmuş sayılmaktadır. Etkileşimli web sitesi aracılığıyla yapılan sözleşmeler bu kapsamda ele alınmaktadır.

Hazır olmayanlar arasında yapılan sözleşmelerde ise icap yapan tarafın, makul bir süre boyunca karşı tarafın kabul haberini beklemesi gerekmektedir. Sözleşme kabul haberi gönderildiği anda hükümlerini doğurmaya başlamış ve kabul

¹²⁶ EREN, age., s. 241.

haberi icapçıya vardığı anda da kurulmuş sayılmaktadır. Etkileşimsiz web siteleri aracılığıyla yapılan sözleşmeleri bu sınıfta ele almak daha uygundur.

UNCITRAL tarafından hazırlanan Elektronik Ticaret Model Kanunu'nda (Model Law on Electronic Commerce), haberin gönderildiği an, verinin, göndericinin denetim ve kontrolünden çıktığı an olarak kabul edilmektedir. Mesajın gönderilene ulaşması anı ise, mesajın gönderilenin egemenlik alanı içine girdiği an olarak görülmektedir. Bu anın tespiti verinin gönderildiği sisteme göre farklılaşmaktadır. Muhatap belli bir bilgi sistemine sahip olduğu durumda verinin bu bilgi sistemine vardığı an, veri başka bir sisteme gönderilmiş ise bunun muhatap tarafından ele geçirildiği an ulaşma anıdır.

Kabul haberinin elektronik posta ile gönderildiği hallerde sözleşme, söz konusu beyanın muhatabın elektronik posta kutusuna kaydedildiği anda kurulmuş sayılmaktadır¹²⁷. Elektronik posta yoluyla kurulan ilişkilerde, kullanıcının elektronik posta kutusu, onun fiili egemenlik alanı kabul edilmektedir. Ancak satıcı/sağlayıcının tüketici ile elektronik posta adresini kullanarak iletişim kurabilmesi için öncelikle tüketicinin bu konuda izninin alınması gerekmektedir. Açık veya örtülü bir iznin bulunmaması durumunda ulaşma, beyanın fiilen öğrenildiği anda gerçekleşmiş sayılmaktadır¹²⁸.

Kabul beyanının icapta bulunana ulaşmasıyla kurulan hazır olmayanlar arasındaki sözleşmeler, hükümlerini ise geçmişe etkili olarak, kabul haberinin gönderildiği andan itibaren doğurmaya başlamaktadır. Sözleşmenin hükümlerini doğurma anı bakımından gönderme teorisinin kabul edildiği ifade edilebilir.

Açık bir kabul haberine gerek bulunmayan durumlarda sözleşme, icabın karşı tarafa ulaşmasından sonra ret için tanınan uygun sürenin susarak geçirilmesi ile kurulmuş sayılmaktadır. Ancak hükümlerini ise geriye etkili olarak icabın ulaştığı andan itibaren doğurmaya başlamaktadır¹²⁹.

¹²⁷ İNAL, age, s. 134

¹²⁸ SAĞLAM, age, s. 137.

¹²⁹ Türk Borçlar Kanunu, md.10.

2.e. KURULUŞ YERİNİN TESPİTİ

Elektronik sözleşmelerin kurulması ile tarafların sözleşmeyi ifa yükümlülüğü doğmaktadır. Bu nedenle sözleşmenin kurulduğu anın tespiti önemlidir. Sözleşmenin uygulanma yükümlülüğünün doğması halinde ise uygulanacak hukukun ve sözleşmenin yapıldığı yer de dâhil olmak üzere, bazı faktörlerin tespiti gerekmektedir.

Sözleşmeler hukuku alanında irade özerkliği ilkesi egemen olduğundan, kural olarak taraflar sözleşmenin ifa yerini ve sözleşmeye uygulanacak hukuku seçme özgürlüğüne sahiptir. Elektronik ortamda, hizmet sunumuna ilişkin olarak akdedilen sözleşmelerin ifa edileceği yer de, sözleşmede öngörülen yükümlülüğün türüne göre değişkenlik göstermekte ve bu paralelde fiziksel ortamda ifa edilebileceği gibi elektronik ortamda da ifası mümkün olabilmektedir¹³⁰. Taraflarca böyle bir seçim yapılmadığı takdirde, ülkemiz hukukunun uygulandığı durumlarda, internet ortamından kurulan sözleşmelerin ifa yeri, Borçlar Kanunu'nun 73'üncü maddesinde yer alan hükümlere göre belirlenmektedir.

Ancak internet ortamında kurulan bazı sözleşmelerde ifa, elektronik veri aktarımı yolu ile de gerçekleştirilmektedir. Sözleşme konusunu dijital ürünlerin oluşturduğu bu durumlarda, bilgisayardan bilgisayara “download” yöntemi ile ifa gerçekleştirilmektedir. Bu durumda ifa yeri sorunu ile karşılaşılmamakta, ancak ifanın yapıp yapılmadığını ve ifa zamanını belirlemek konusunda büyük sorunlar ortaya çıkabilmektedir.

Sözleşmeye uygulanacak hukuk bakımından, taraflar hangi hukukun uygulanacağını kararlaştırmadıkları takdirde, yabancı unsurlar içeren, uluslararası sözleşmelere, Milletlerarası Özel Hukuk ve Usul Hukuku Hakkında Kanun'un 24'üncü maddesi uyarınca, borcun ifa yeri hukuku uygulanmaktadır. Internet

¹³⁰ AKKURT, agm, s. 20.

aracılığıyla girişilen sözleşmeler, kural olarak iki taraflı sözleşmeler olduğu için borç ilişkisinin ağırlığını teşkil eden edimin ifa yeri hukuku uygulanmaktadır¹³¹.

III.E-SÖZLEŞMELERDE EDİMLERİN İFASI VE TARAFLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ

Elektronik ortamda, hizmet ve mal sunumuna ilişkin olarak akdedilen sözleşmelerin ifa edileceği yer sözleşmede öngörülen yükümlülüğün türüne göre değişkenlik göstermekte ve bu paralelde fiziksel ortamda ifa edilebileceği gibi elektronik ortamda da ifası mümkün olabilmektedir.

A. İFA KAVRAMI

Elektronik sözleşmeler mesafeli sözleşme niteliği de taşıyabildiği için ifa yeri çoğu zaman alıcının veyahut hizmet temin edenin yerleşim yeridir. Ancak ifa yeri genel işlem şartlarında belirlenmiş yahut hizmetin niteliğine göre taraflara da bırakılmış olabilir¹³².Örneğin elektronik ortam vasıtasıyla bir malın başka bir yere taşınmasını konu edinen ve kargo şirketleriyle akdedilen sözleşmelerde ifa yeri, genel işlem şartları ile kargo şirketinin teslim yerindeki deposu olarak belirlenmiş olabilir. Bu durumda hizmet sunan, sözleşme konusu malı, önceden belirlenmiş ifa yeri olan depoya nakletmekle ifayı gerektiği gibi yerine getirmiş olmaktadır. Oysa bir çiçekçiye, adrese teslim olmak kaydıyla verilen çiçek siparişinde ifa yeri, işin niteliği gereği, hizmet temin eden kişi tarafından belirlenmektedir. Bu durumda elektronik sözleşmede ifa yerinin taraflara bırakılması söz konusu olmaktadır.

Elektronik sözleşmelerde ifa yeri elektronik ortam da olabilir. Elektronik ortamda hizmet sunumunu öngören sözleşmelerde hizmet sunan taraf, edimin niteliğine göre, yüklendiği edimi fizikî olarak yerine getirebileceği gibi elektronik (dijital) yoldan da ifa edebilmektedir. Örneğin satın alınan bir bilgisayar yazılımının, aynı zamanda hedef bilgisayara kurulumunu da konu alan bir elektronik hizmet sunumunda, hizmet sunan tarafın, kendi bilgisayarından açık ya da kapalı bir ağ

¹³¹ **BIRSEN, Kemaleddin**, Borçlar Hukuku Dersleri Borçların Genel Hükümleri, 4.Basım, İstanbul 1967, s. 53.

¹³² **AKKURT**, agm, s. 36.

vasıtasıyla ve veri transferi (upload) yoluyla hedef bilgisayara gerekli kurulumu yapması halinde ifa elektronik ortamda gerçekleştirilmiş olmaktadır.

Elektronik ortamda sözleşme gereklerinin yerine getirilmesine verilebilecek bir diğer örnek de bankacılık işlemlerinin yapılmasına ilişkin olabilir. Hesaplar arası para havalesi, virman yapılması, internet ve telefon bankacılığı aracılığıyla ilk defa mevduat hesabı açtırılması, tüm kredi taleplerinin sonuçlandırılması, kredi kartı ve çek karnesi verilmesi gibi bankacılık hizmetlerinde veya elektronik ortamda hisse senedi alım satımına ilişkin borsa hizmetlerinde hizmet sunan taraf, yükümlülüklerini elektronik ortamda ifa etmiş olacaktır¹³³.

Elektronik ortamda ifanın gerçekleşebileceği durumlara örnek olarak, web aracılığıyla yapılan otel ve uçak rezervasyonlarına ilişkin elektronik sözleşmeler verilebilir. Durumu daha da açıklığa kavuşturmak maksadıyla ifanın elektronik ortamda gerçekleşme süreci aşağıdaki gibi açıklanabilir. Hizmet sunan taraf, aracı kurum olabileceği gibi doğrudan hizmet sağlayıcı da olabilir, rezervasyonun yapılmasından sonra hizmeti alan tarafa, web aracılığıyla, rezervasyonun alındığına dair onay yazısı ulaştırmakta ve hizmeti alan taraf olduğunu gösteren bir referans veya takip numarası paylaşmaktadır¹³⁴.

B. TÜKETİCİNİN İFASI

Elektronik sözleşmelerde de diğer sözleşme şekillerinde olduğu gibi ödemenin nakit para ile yapılabilir. Zira elektronik sözleşmelerde ödeme nakit olarak yapılabilir gibi elektronik para, kredi kartı, banka havalesi yolu ile de yapılabilir. Aşağıda da ayrıntılı bir şekilde ele alınacağı üzere ödeme yöntemleri arasında en yaygın olanı nakit para ile yapılan ödemedir. Nakit ödemeleri kredi kartı ile yapılan ödemeler ve diğerleri takip etmektedir. Elektronik para ile ödeme yapılabilmesi için ödeme yöntemlerini hesaba bağlı olan ve hesaba bağlı olmayan şeklinde sistemler olarak ikiye ayırarak incelemek gerekecektir.

¹³³ ALTINIŞIK, age, s. 34; SAĞLAM, age, s. 66.; SÖZER, age, s. 24.

¹³⁴ AKKURT, agm, s. 28.

1. NAKİT ÖDEME

Nakit olarak ödeme, tipik olarak akla gelen ilk ödeme şeklidir. Bu ödeme taraflar arasındaki anlaşmaya göre peşin, vadeli yahut da taksitli olarak yapılabilir. Ancak bu yöntemin elektronik sözleşmelerin ifasında çok sık kullanılan bir yöntem olduğu ifade edilemez. Elektronik ortamda bu yöntem ancak satıcının bedelin sözleşme yapıldıktan sonraki bir tarihte özellikle de malın tesliminden sonra ödenmesini kabul ettiği hallerde söz konusu olabilir¹³⁵. Aynı şekilde bedelin çek, bono, poliçe veya diğer tür senetlerle ödenmesi de nakit ödeme usulüne eşdeğer yöntemler olarak nitelendirilmektedir.

2. KREDİ KART İLE ÖDEME

Kredi kartları elektronik alışverişte en sık kullanılan ödeme araçlarının başında gelmektedir. Satım sözleşmelerinde mal bedelinin kredi kartı kullanılarak ödenmesi yöntemi özellikle tüketici işlemlerinde, yaygın bir yöntem haline gelmiştir. Kredi kartı kullanımı tipik bir üçlü ilişkiye dayanmaktadır. Bir tarafta kredi kartını yayımlayan kart şirketi diğer tarafta bu işletmenin çıkardığı kartı kullanan kişiler yani kart hamilleri, üçüncü tarafta ise söz konusu kartı çıkaran kart şirketlerinin çıkardığı kartı kullanan kart hamillerine, mal satmayı veya hizmet sunmayı kabul etmiş olan üye işyerleri (mağazalar, lokantalar, oteller vb.) bulunmaktadır.

Bu ödeme yönteminde internet üzerinden seçilen mal veya hizmetin ödemesi yapılırken sistem öncelikle kredi kartının numarasını istemektedir. Müşteri, kredi kartı numarasını, sanal mağazadan alacağı mal veya hizmeti satın alma talimatını sisteme girmektedir. Mağaza yazılımı da bu bilgileri sanal POS yazılımına transfer eder ve sanal POS da aynı bilgileri bankanın ödeme geçidine iletmektedir. Bankanın güvenli ödeme geçidi anlaşmalı olduğu satıcıyı tanımakta ve kart işlemine izin vermektedir. En son olarak da ödeme geçidi sanal POS'a, sanal POS işletmeye, işletmeden de müşteriye ödeme işleminin gerçekleştiğine dair mesaj yollamasıyla işlem tamamlanmaktadır.

¹³⁵ SÖZER, age, s. 129.

3. E-FON TARAFLAR İLE ÖDEME

Elektronik fon transferi, en basit tanımı ile bir paranın bir bankadaki hesaptan bir başka bankadaki hesaba elektronik ortamda nakledilmesidir. Bu işlem ancak bankalar arası işlemlerde uygulanabilmektedir. Ayırt edici özelliği ise işlemin yapılmasında ve sonuçlandırılmasında hiçbir yazılı aracın kullanılmamasıdır¹³⁶.

E-fon transferi internet aracılığıyla gerçekleştirilen bir işlemdir. İnternete ulaşma olanağı bulunan herkes tarafından yapılabilir. Aslında internet üzerinden yapılan kredi kartı ödemeleri ile POS terminali kullanılarak yapılan ödemeler de birer elektronik fon transferi modelidir. Kağıt kullanılmadan elektronik ortamda gerçekleştirilen para hareketleri elektronik fon transferidir.

E-Fon transferi yolu ile para aktarılmasında iki yol izlenebilir. Borçlu kendi bankasına talimat vererek alacaklının hesabına elektronik fon transferi yolu ile havale yaptırabileceği gibi bu işi kendisi bilgisayar aracılığıyla da yapabilir.

E-Fon transferi usulünde paranın e-fon transferi yolu ile alacaklının hesabına aktarılması halinde borç ifa edilmiş olur. Borç, gönderilen paranın alacaklının hesabına girmesi ile ifa edilmiştir.

4. E- ÇEKLER İLE ÖDEME

Elektronik çek de aslında elektronik fon transferidir ve elektronik fon transferinin en tipik uygulamalarından birisidir. Yasal anlamı itibariyle bir çek değildir.

Elektronik çekin e-fon transferi içinde gösterdiği tek özellik, ekranda bir çek yaprağının belirmesi ve ödemeyi yapacak kişinin havaleyi mutad işlemlerden aşına olduğu şekil içinde yapmasıdır¹³⁷. Bu açıdan bakıldığında elektronik çek sanal çek olarak da ifade edilebilir.

¹³⁶ SÖZER, age, s. 142.

¹³⁷ SÖZER, age, s. 143.

Elektronik çekle yapılan ödemede, çeki düzenleyen taraf bunu internet üzerinden yani elektronik yoldan alacaklısına göndermekte, yani alacaklının elektronik ortamına intikal ettirmektedir. Alacaklı da bu çeki yine elektronik yoldan bankasının bilgisayarına aktarmaktadır. Bundan sonraki işlem ise alacaklının bankası ile borçlunun bankası arasında cereyan etmektedir. Bu şekilde eğer borçlunun hesabı müsait ise, para alacaklının bankasına ve oradan da alacaklının hesabına aktarılarak ifa da bu anda yapılmış olmaktadır.

Türk Hukuku açısından elektronik çekin, çek olarak ele alınmasına imkan yoktur. Öncelikle imza yönünden bu mümkün olamayacaktır. Elektronik çekin, ödemeyi sağlamak için fiziksel olarak bankaya ibrazı da mümkün değildir

5. AKILLI KART İLE ÖDEME

Akıllı kartlara yüklenmiş değer kartları adı da verilmektedir. Akıllı kartlar kart hamili ile üçüncü kişiler arasındaki ödemelerde kullanılmaktadır. Her kullanıcı bir PIN şifresi sahibidir. Kart sahibi PIN şifresini kullanarak kartına para doldurmaktadır. Kullanıcılar bu işlemi ya bankalarındaki bir ATM kullanarak yapmakta ya da gereken donanım ve yazılıma sahip iseler, kendi imkanlarını kullanarak İnternette de yapabilmektedir. Kart sahibinin hesabından da doldurulan para ne kadarsa o miktarda para düşmektedir.

Kart sahibi bir ödeme yapmak istediği zaman kartını POS terminaline veya akıllı kart için kullanılabilen bir kart okuyucu cihaza tanıtmaktadır. Kartta yüklü olan tutar, kart sahibinin hesabından aktarıldığı için yapılan ödeme, nakit para kullanılarak yapılan ödeme kadar basit ve doğrudan bir işlem olmaktadır.

Elektronik sözleşmelerde de alıcıların bu sistemi kullanarak ödeme yapmaları mümkündür. Ancak bunun için her iki tarafta da akıllı kartı okuyacak yazılım ve donanımın bulunması gerekmektedir. Akıllı kart kullanılarak yapılan ödemenin yasal tanımlar içerisinde bir ödeme olmadığı açıkça görülmektedir¹³⁸. Akıllı kartın kendisi para değildir. Kullanılmaya devam edilebilmesi için tekrar belli bir elektronik işlemten geçmesi gerekmektedir. Bu takdirde akıllı kart ile yapılan ödemenin,

¹³⁸ SÖZER, age, s. 146.

gerçek bir ifa olduğu söylenemez. Akıllı kart ile yapılan ödemenin bir ifa yerine edim olarak yorumlanması daha uygun olabilir¹³⁹.

6. E-PARA İLE ÖDEME

Elektronik sözleşmelerde, taraflardan birinin edimi çoğunlukla belirli bir miktar paranın ödenmesi şeklinde olmaktadır. Elektronik ticarete en yaygın olarak kullanılan ödeme aracı kredi kartı olmasına rağmen güvenlik problemleri nedeniyle elektronik ödeme için elverişli bir ödeme vasıtası değildir¹⁴⁰. Bu nedenle elektronik ödemeler için farklı sistem arayışlarına girilmiş ve birçok farklı sistem geliştirilmiştir. Bunlar arasında elektronik para, ödeme sistemlerinin özellikleri açısından en uygun sistemdir.

Elektronik para, bir bilgisayarın sabit diskine veya bir mikro işlemciye kopyalanabilen karşılığı önceden yatırılmış değer birimidir.

Elektronik paranın en önemli özelliği, doğrudan ödemeyi sağlama kabiliyetidir. Elektronik para ile bir ödeme yapıldığı takdirde gönderilen değer hiçbir aracı kuruma ihtiyaç duyulmaksızın doğrudan alıcıya transfer edilmektedir¹⁴¹.

Elektronik paranın kullanılabilmesi için karşılığının ödenerek, ödenen bu değer sabit bir diske ya da akıllı karta yüklenmesi gerekmektedir. Elektronik para, kabul zorunluluğunun bulunmaması, ek donanım veya yazılım gerektirmesi nedeniyle genel kabul görmemektedir. Aynı zamanda elektronik paranın tedavül kabiliyetinin bulunmaması, sahtecilik riskinin bulunması ve anonimliğinin tam olarak sağlanamaması nedenleriyle nakit paradan ayrılmaktadır¹⁴².

¹³⁹ SÖZER, age, s. 147.

¹⁴⁰ SARIAKÇALI, age, s. 111.

¹⁴¹ SÖZER, age, s. 148.

¹⁴² KESER, Leyla: İnternet Üzerinden Yapılan İşlemlerde Elektronik Para ve Dijital İmza, Ankara 2002, s. 93.

C. SATICININ İFASI

Web sitesi aracılığıyla kurulan sözleşmelerde sağlayıcının yani web sitesi sahibinin edimini nasıl ifa edeceği, sözleşme konusu hukuki ilişkinin doğrudan ticaret veya dolaylı ticaret olmasına göre değişiklik göstermektedir.

Dolaylı ticarete ifanın gerçekleşebilmesi için mal veya hizmetin fiziken yerine getirilmesi gerekirken, doğrudan ticarete ilişkin sözleşmelerde ifa işlemi, sözleşme konusu ürünün veya bilginin muhatabın kullanımına bilgisayar ortamında sunulması yeterli olmaktadır.

1. İFA YERİ

Doğrudan ticarete ilişkin sözleşmelerde ifa yerinin tespitindeki güçlükler ve meydana gelebilecek sakıncalar, ifa yerinin tespitine yönelik bazı karinelerin ortaya konmasına neden olmuştur.

Bu karinelere göre, doğrudan ticaret ilişkin sözleşmelerde mal veya hizmet teminine ilişkin edimlerin, aksi ispatlanmadığı sürece bunlardan yararlanacak olan kişinin mutat meskeninde; bu kişinin tacir olması halinde ise, iş yerinde ifa edilmiş sayılması kabul edilmektedir¹⁴³.

2. İFA ZAMANI

Sözleşmenin tarafları, sözleşmede yer alan edimlerin ne zaman ifa edileceğini belirleyerek ifa zamanını tespit edebilmektedir¹⁴⁴. Taraflar, sözleşmede ifa zamanını belirli bir zaman dilimi olarak belirtmemiş ve işin niteliğinden de aksi anlaşılmıyorsa, ifa borcun doğduğu anda yapılmakta ve alacaklı da ifayı hemen talep edebilmektedir¹⁴⁵.

¹⁴³ ÖZDEMİR KOCASAKAL, age, s. 44.

¹⁴⁴ Borçlar Kanunu, Madde 74.

¹⁴⁵ EREN, Fikret: Borçlar Hukuku, Genel Hükümler, İstanbul 2008, s. 906.

D. TARAFLARIN KİMLİĞİ

MSHY md.5'e göre; *"Satıcı veya sağlayıcının ismi, ünvanı, açık adresi, telefonu ve varsa diğer erişim bilgileri"* tüketiciye verilmelidir. Ticaret sicil kaydına göre firma isminin kullanılması, gerçek işyerini bildirmeyi ve memnun olmayan müşterilerin şikayetlerini yöneltebileceği bir adresi vermeyi ihtiva etmektedir¹⁴⁶.

Ancak belirtilen bu uygulama, *"Banka sigorta ile ilgili, otomatik satış makineleri vasıtasıyla akdedilen, halka açık jetonlu telefonlar vasıtasıyla akdedilen, açık artırma yolu ile akdedilen, gıda, içecek ve günlük tüketim için tüketicinin evine veya işyerine düzenli olarak sağlanan malların tedariki ile ilgili, satıcı/sağlayıcının üstlendiği, barınma, ulaşım, yemek tedariki, sportif ve kültürel faaliyetler ve eğlence hizmetlerini özel bir günde veya sürede tedarik etmesine ilişkin hükümler içeren sözleşmelere uygulanmaz"*¹⁴⁷.

E. AYDINLATMA

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, satıcının karşısında zayıf durumda bulunan tüketiciyi korumayı amaçlamıştır. Tüketicinin zayıflığına sebep olan nedenlerden biri tüketicinin bilgisizliğidir. Bu bilgisizliği gidermek amacıyla kanun kapsamında aydınlatma yükümü içeren pek çok düzenlemeye yer verilmiştir. Aydınlatmaya ilişkin genel bir hüküm veya bir tanım yoksa da, esas itibarıyla; bir tarafın kendisinden talep edilmeksizin ve talep edilmesi gerekmeksizin, muhatabın kararı için önemli olduğu fark edilebilir olan; ancak muhatap tarafından vâkıf olunmayan hususlara/ vakıalara ilişkin bilgi verme yükümü olarak açıklanabilir.

Aydınlatma yükümleri, tüketicinin sözleşme yapma ve/veya koşullarını belirlemeye ilişkin kararının sağlıklı olmasına hizmet etmektedir. Ayrıca, yaptığı sözleşme çerçevesinde yasanın kendisine tanıdığı haklara vakıf olmasını, dolayısıyla da bunları kullanabilmesini sağlamaya yardımcı olmaktadır.

¹⁴⁶ GEZDER, Ümit: Mukayeseli Hukuk Açısından İnternette Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Beta, İstanbul 2004, s. 179.

¹⁴⁷ MSHY, Madde 11.

Aydınlatma yükümü irdelenirken, inceleme geriye dönük olarak yapılmaktadır. Aydınlatma yükümünün konusu, muhatap tarafından bilinmeyen, ancak bilinse sözleşmeyi yapmayacak bilgilerdir. Sözleşmeyi yapmadan önce muhatapın davranışlarında belirleyici olabilecek bilgiler bu kapsamdadır.

1. AYDINLATMANIN ZAMANI

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 48'inci maddesi ikinci fıkrası bilgi verme yükümlülüğünün *"mesafeli sözleşmeyi ya da buna karşılık gelen herhangi bir teklifi kabul etmeden önce"* yerine getirilmesi hükmünü içermektedir. Benzer şekilde, AB direktiflerine göre bilgi verme yükümlülüğü ya sözleşmenin akdinden önce veya eğer sözleşmenin akdinden önce verilmemişse, sonrasında teyit edilerek ve sözleşmenin akdinden sonra yerine getirilmelidir¹⁴⁸.

Aydınlatma yükümünden esas olarak anlaşılan, sözleşmenin kurulmasına yönelik aydınlatma yükümleridir. Sözleşme görüşmelerine başlamış tarafların görüşülen sözleşme ile ilgili olarak, muhataplarının (sözleşmenin yapılmasına ve koşullarına ilişkin) kararı için önemli olduğu fark edilebilir olan, ancak muhataplarının vâkıf olmadığı hususlara dair, kendilerinden talep edilmeksizin – talep edilmesi de gerekmeksizin bilgi verme yükümü söz konusudur.

İnternet aracılığıyla akdedilen sözleşmelerde tüketicinin korunmasında bu önceden bilgi vermenin, merkezi bir role sahip olduğunu görülmektedir. İnternet'te akdedilen tüketici sözleşmelerinde servis sağlayıcı E-Ticaret Direktifi md.10'daki bilgileri tüketicinin siparişini yapmasından önce tüketiciye sağlamak zorundadır.

2. AYDINLATMANIN KAPSAMI

Aydınlatma veya bilgi verme yükümlülüğü, sadece muhatapın sözleşme yapma veya sözleşmenin koşullarına ilişkin kararını etkileyebilecek olan hususlarla sınırlıdır. Bu anlamda, bir vakıa muhatapının kararı için ne kadar önemli ise, aydınlatma yükümlülüğü de o ölçüde ve o kapsamda mevcuttur.

¹⁴⁸ 97/7/EG sayılı Mesafeli Satış Direktifi m.4 ve 5.

AB tarafından yapılan düzenleme ile meri regülasyonlarca öngörölmüş diğer şartlara ek olarak, üye ölkelere; hizmet sağlayıcıların, hizmet alıcılarına ve yetkili makamlara doğrudan ve sürekli olarak aşağıdaki bilgileri vermesini sağlama yükümlölüğü getirilmiştir¹⁴⁹.

- Hizmet sağlayıcısının adı,
- Hizmet sağlayıcısının kurulu olduğı yer adresi,
- Hızlı ve doğrudan irtibat için, elektronik posta adresi dahil hizmet sağlayıcıya ait detaylar,
- Hizmet sağlayıcısı bir ticaret siciline veya benzeri bir sicile kayıtlı ise, kayıtlı olduğı sicil ve sicil numarası veya bu şekilde belirlenmesini sağlayan eş değer bilgiler,
- Faaliyetini bir izin sistemine bağılı ise, izne tabi olduğı ilgili makamın detayları,
- Düzenlenmiş meslekler için, hizmet sağlayıcısının kayıtlı olduğı her türlü meslek birliğı veya benzer kurumlara ilişkin bilgi; mesleki ünvanı ve verildiğı ölkö; hizmet sağlayıcısının kurulu olduğı üye ölkönin meslek kurallarına atıf ve bu meslek birliklerine ulaşmak için gerekli irtibat bilgileri,
- Topluluk hukukunda öngörölmüş bulunan KDV kimlik numarası.

Aydınlatma yükümleri tüketicinin, açık olmayan, beklenmedik nitelikteki hükümlere karşı korunmasına yardımcı olmaktadır. Satıcının/Sağlayıcının adresinin tamamen bildirilmesi mutlak esastır. MSHY m.5/a'ya göre, satıcının veya sağlayıcının isim, unvan, açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgileri tüketicie verilmek zorundadır. Ticaret sicil kaydına göre firma isminin kullanılması, gerçek

¹⁴⁹ AB 2000/31/EC sayılı Elektronik Ticaret Yönergesi, Madde 5.

işyerini bildirmeyi ve memnun olmayan müşterilerin şikâyetlerini yöneltebileceği bir adresi vermeyi ihtiva etmektedir¹⁵⁰.

Tüketicinin korunması için sözleşmenin kurulması sırasında, sözleşmeyi sona erdirmeye hakkına ilişkin bilgi sahibi olmasına gerek bulunmamaktadır. Tüketici, bu bilgiye, daha ziyade, yapmış olduğu bir sözleşmeyle bağlı kalmak isteyip istemediği hususundaki kararı için gereksinim duymaktadır. Bununla birlikte, bir sözleşmeden gerekçe göstermeden cayabilmek, söz konusu sözleşmeyi yapıp yapmama konusundaki karar bakımından önem taşımaktadır.

Bilgiyi sahip olanın bunu muhatabından saklamak istemesi, ticari hayat göz önünde tutulduğunda, eşyanın tabiatı gereğidir. Ancak söz konusu ilişkiler ağı içinde dürüst ve makul muhatapların kendilerini uymakla sorumlu hissettiği ve uymak zorunda olduğu kurallar bütünü de vardır. Dürüstlük kuralı, bilginin kime, ne ölçüde aktarılacağına tespitinde tutamak noktasıdır. Bununla birlikte, dürüstlük kuralına dayanarak, menfaatler arasında kurulması gereken dengeyi götürü olarak belirlemek mümkün değildir. Dürüstlük kuralı hem bu yükümün kaynağı, hem de kapsamının ölçütüdür. Bu ölçütün, somut olayın özelliklerine uygulanması suretiyle çözüm bulunması söz konusudur. Ancak tabii ki, teorik olarak bunu böyle ifade etmek kolay olsa da, pratikte gerçekleştirme için aynı şeyi söylemek bu kadar kolay değildir.

3. AYDINLATMA ŞEKLİ

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 48'inci maddesi ve MSHY'nin beşinci maddesi mesafeli sözleşmenin akdinden önce tüketiciye bilgi verilmesi gerektiğini ifade etmiş; ancak, bilgilerin nasıl verileceğini belirtmemiştir. Bu nedenle tüketicinin bu bilgileri edinmesini sağlamak için Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun md.48 tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükünü satıcı veya sağlayıcıya bırakmıştır. Elektronik ortamda yapılan sözleşmelerde teyit işleminin, yine elektronik ortamda yapılabilmesini getirerek, elektronik ortamın doğasına uygun olarak, bunlarda geleneksel yazılı olma şartını aramamaktadır. Tüketici mallar

¹⁵⁰ GEZDER, age, s. 179.

için sözleşme konusu mallar kendisine ulaşmadan, hizmetler için de en geç sözleşmenin ifasından önce ön bilgileri içeren yazılı onayı almalıdır.

F. ŞEFFAF BİLGİ SAĞLAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ

Şeffaflığı sağlamak için E-Ticaret Direktifi bilgi toplum hizmeti sağlayıcılarının müşterilere ve yetkili otoritelere kendi faaliyetleri ile ilgili genel bilgileri kolay, doğrudan doğruya ve sürekli erişilebilir bir yolla vermelerini öngörmektedir¹⁵¹.

Dürüst ticareti ve tüketicinin korunmasını etkili bir biçimde temin edebilmek için elektronik araçlarla sözleşmelerin yapılma usulünün şeffaf olması amaçlanmaktadır¹⁵².

G. MALİ TESLİM ETME YÜKÜMLÜLÜĞÜ

Elektronik ortamda yapılan sözleşmelerde taraflar karşılıklı olarak aynı yerde bulunmadıklarından ve çoğu zamanda farklı ülkelerde bulunduklarından ifa kuralı olarak, derhal yapılmamaktadır. Peşin ödeme tüketici tarafından yapılmış olsa dahi mal satıcı tarafından teslim edilmedikçe ifa şartı yerine getirilmiş sayılmamaktadır.

Borçlar Kanununda ifa zamanına ilişkin hükümler düzenleyici olduğundan MSHY m.7/e b.c. gereği malın veya hizmetin teslim ve ifa tarihinin sözleşmede kararlaştırılmış olması ifa zamanına dair kuralların Borçlar Kanunun hükümlerinden önce uygulanacağını göstermektedir.

TKHK m.48 3.fıkrasına göre; “*Satıcı veya sağlayıcı, tüketicinin siparişinin kendisine ulaştığı andan itibaren taahhüt edilen süre içinde edimini yerine getirir. Mal satışlarında bu süre her hâlükârda otuz günü geçemez. Satıcı veya sağlayıcının bu süre içinde edimini yerine getirmemesi durumunda tüketici sözleşmeyi feshedebilir.*” şeklinde düzenlenmiştir. MSHY 9/1’inci maddede ise açık bir şekilde “..... en geç otuz gün içerisinde.....” demektedir.

¹⁵¹ E-Ticaret Direktifi m.5.

¹⁵² E-Ticaret Direktifi m.10.

IV. HUKUKİ DÜZENLEMELER

A. E-İMZA

Geleneksel usulde el yazısı imza ile sağlanan işlevleri ve hukuki korumayı elektronik ortamda yerine geçebilecek, elektronik ortamda bulunan veya gönderilen veri, bilgi ve belgelerin güvenliği ve güvenilirliğini sağlayıp, bütünlüğünü koruyarak, gönderenin ve alanın kimliğini tespit eden bir teknik yöntem olan elektronik imza ortaya çıkmıştır.

Elektronik ticaretin uluslararası düzeyde hukuksal bir zemine oturtulması amacıyla Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Yasası Komisyonu (UNCITRAL) 16 Aralık 1996 tarihinde hazırladığı Model Kanun ve 2001 yılında hazırlanan “Elektronik İmzalara İlişkin UNCITRAL Model Kanun Tasarısı” ile ülkelere, örnek alabilecekleri kurallar sunmaktadır. Model Kanun; hukukî açıdan icap, kabul ve benzeri tüm irade açıklamalarına ilişkin kavramların dâhil olduğu bir üst kavrama, “veri mesajı” kavramına dayalı olarak kaleme alınmıştır. Veri mesajı, “elektronik, optik veya benzer araçlarla yaratılan, gönderilen, alınan veya depolanan bilgidir” şeklinde tanımlanmıştır.

Elektronik imzanın hukuki ve teknik yapısını, elektronik imzayla ilgili işlemler ile elektronik sertifika hizmet sağlayıcılarının faaliyetlerini düzenlemek amacıyla 15.01.2004 tarihinde 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu kabul edilmiş ve yayımı tarihinden altı ay sonra yürürlüğe girmiştir (m. 25). Kanunun çıkarılmasında özellikle AB’nin konuyla ilgili yönergesi (Elektronik İmza Yönergesi) ve Fransa, Avusturya, ABD gibi bazı ülkelerin ulusal mevzuatlarında yaptığı düzenlemeler etkili olmuştur.

5070 Sayılı Kanun’un 3/b maddesinde elektronik imza, “Başka bir elektronik veriye eklenen ve elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veri” olarak tanımlanmıştır.

Elektronik İmza Kanunu ile elektronik ticaret ve özellikle kamu sektöründe yürütülecek projenin alt yapısının temel unsuru olan elektronik imza düzenlenmiştir.

Elektronik imza sayesinde internet üzerinden yapılan irade beyanlarının belirli bir kişiye izafe edilebilmesi mümkün olmaktadır. Elektronik İmza Kanununun 5. maddesine göre, güvenli elektronik imza elle atılan imza ile aynı hukuki sonucu doğurmaktadır. İrade beyanını alan kişi elektronik imzayı deşifre ederek o irade beyanının kimden geldiğini ve bir değişikliğe uğrayıp uğramadığını anlayabilmektedir. Bu sebeple e-imza kavramının açıklanması ve ilgili düzenlemeler hakkında bilgi verilmesi tezin araştırma konusu açısından da önem taşımaktadır. Bu kısımda bu konular kısaca ele alınmaktadır¹⁵³.

1. E-İMZA KAVRAMI

Elektronik imza, elektronik ortamda oluşturulmuş bir mesajın bütünlüğünü ve değişmemişliğini ifade eden, aynı zamanda mesaj sahibinin kimliğini tanımlamaya yarayan her türlü elektronik işarettir.

İmzanın ait olduğu belgenin doğruluğunu göstermek niyetiyle oluşturulmuş her türlü işaretli içeren genel bir kavramdır. Bu tanımlamaya göre imzanın oluşabilmesi için, mürekkep ve kâğıt şart olmayıp, bir sembolün varlığı ve belge içeriği ile bu belgeyi düzenleyen niyetinin örtüşmesi yeterli olacaktır. Bu açıdan bakıldığında elektronik bir kayıt veya verideki herhangi bir sembol ya da kod da imza olarak kabul edilebilecektir¹⁵⁴.

Elektronik imza da genel bir kavram olup, bilgisayar tabanlı kimlik belirleyicileri olarak kullanılan, elektronik ortamda oluşturulmuş bir mesajın bütünlüğünü ve değişmemişliğini ifade eden, aynı zamanda mesaj sahibinin kimliğini tanımlamaya yarayan her türlü elektronik işarettir. Elektronik iletişim araçlarıyla yapılacak işlemlerin, dolayısıyla ticaretin gelişmesinin en önemli şartlarından biri, elektronik imzanın geçerli kılınması olduğu için gerekliliği tartışılmaz bir unsurdur.

¹⁵³ 5070 Elektronik İmza Kanunu, m.5, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/01/20040123.htm>, 08/04/2014.

¹⁵⁴ **ALTUNDAĞ, Selahattin:** Dijital İmzanın Ticari Hayatta Kullanılması ve Düzenlenmesi, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 1-2, 2006, s. 61; **KÜÇÜKÖZYİĞİT, H.Galip:** Elektronik Ticaret, Elektronik İmza ve Hukuk, 2013, s. 3, www.geocities.com/ceteris_paribus_tr2/g_kucukozyigit2.doc, 18/04/2014.

Elektronik imza olarak kullanılabilecek işaretlerin herhangi bir şekli veya sınırlaması yoktur. Bu itibarla aşağıdaki türler elektronik imza olarak geçerliliği olan türlerdir¹⁵⁵.

- El yazısı ile imzanın tarayıcı vasıtasıyla elektronik ortama aktarılması,
- Bilgisayara takılı bir alet vasıtasıyla el yazısı imzanın bilgisayar ekranına atılması,
- Kredi kartlarında kullanılan PIN kodları,
- Kişilerin biyometrik özelliklerine dayalı ses,
- Göz retinası taraması, parmak izi taraması gibi yöntemler ve
- Çift anahtarlı kriptografiyle oluşturulan sayısal imza.

Buna göre elektronik imza, bir kimsenin bir belgeyi elektronik ortamda imzalayabileceği yöntemlerin tümünü ifade eden bir üst kavramdır¹⁵⁶. Genel anlamıyla elektronik imza, imza sahibinin kimliğini ve ekli bilgiye onay verildiğini göstermek niyetiyle bir kimse tarafından (veya onun namına) kullanılan herhangi bir işaret veya kabul edilen herhangi bir güvenlik usulüdür.

Elektronik imza, konuyla ilgili pek çok çalışmada ve yasal düzenlemede tanımlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri Küresel ve Ulusal Ticarete elektronik İmza Yasasında elektronik imza; “bir sözleşmeye doğrudan eklenmiş ya da mantıksal bağlantı kurulabilen ve kaydı imzalamak niyetini güden kişi tarafından oluşturulmuş veya kullanılmış, her türlü elektronik ses, sembol ya da kayıt” olarak tanımlanmıştır¹⁵⁷.

Elektronik imza 13 Aralık 1999 tarihli 99/93/EC No’lu AB Elektronik İmza Yönergesi’nin 2/1 maddesinde, bir veri mesajında bulunan veya ona eklenen ya da

¹⁵⁵ CANPOLAT, age, s.31.

¹⁵⁶ KÜÇÜKÖZYİĞİT, age., s. 5; ALTINIŞIK, age, s. 79.

¹⁵⁷ KÜÇÜKÖZYİĞİT, age, s. 6.

onunla mantıksal bağlantısı bulunan ve bir tasdik yöntemi oluşturarak hizmet veren elektronik veriler şeklinde tanımlanmaktadır.

Günümüz teknolojisinde, birbirinden farklı şekillerde uygulanan ve halen Almanya, ABD (pek çok eyalette) gibi gelişmiş birçok ülkede kullanılan elektronik imza; bir bilginin bütünlüğü bozulmadan ve başka kişilere kapalı bir ortamda iletildiğini ve ileten tarafın kimliğini doğrulayan, diğer bir ifade ile gönderen kişinin kimliğini açıkça teyit edip iletilen bilgilerin güvenilirliği ve orijinalliğini ortaya koyan; harf, karakter veya sembollerden oluşmuş bir settir.

Elektronik imzanın kullanılabilmesi için, kullanacak kişinin özel bir şifresinin bulunması ve önce bu şifreyi bilgisayara girip ardından kişinin, yine kendisine özgü sayı, harf veya sembollerle bu imzayı atabilmesi gerekmektedir. Dijital imza olarak da adlandırılan elektronik imzalarda, şifreleme anahtarıyla ilgili sertifikaların hazırlanması görevini, “onay makamı” adı verilen, genellikle devlet tarafından yetkilendirilmiş kişi ya da kurumlar gerçekleştirmektedir.

2. E-İMZA KANUNU

Türkiye’de elektronik imza hakkındaki temel düzenleme 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunudur. Elektronik İmza Kanun Tasarısı, 15 Ocak 2004 tarihinde TBMM Genel Kurulu’nda görüşülerek kabul edilmiş, Kanun, 23 Ocak 2004 tarih ve 25355 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır.

Bu kanunda ıslak imzanın tüm işlevlerini elektronik ortamda karşılayan sayısal imza “güvenli elektronik imza” olarak tanımlanmıştır. Diğer tanımlara benzer olarak, 23 Ocak 2004 tarihinde yürürlüğe giren 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununda da “*Başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veri*” şeklinde tanımlanmıştır.

Buna göre “*münhasıran imza sahibine bağlı olan, sadece imza sahibinin tasarrufunda bulunan güvenli elektronik imza oluşturma aracı ile oluşturulan, nitelikli elektronik sertifikaya dayanarak imza sahibinin kimliğinin tespitini sağlayan*

ve imzalanmış elektronik veride sonradan herhangi bir değişiklik yapıp yapılmadığının tespitini sağlayan, elektronik imza” güvenli elektronik imzadır.

Burada imzanın güvenli sayılması için güvenli elektronik imza oluşturma aracı ile oluşturulması şartına yer verilmiştir. Zira güvenli elektronik imza oluşturma aracı; imzanın bir eşinin bulunmamasını, gizliliğini ve güvenliğini garanti etmektedir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere dijital imzanın kullanılabilmesi için öncelikle onay kurumundan dijital bir sertifika alınması gerekmektedir.

Güvenli elektronik imza, el yazısı ile imzanın gerek fonksiyonel gerekse hukuki anlamdaki fonksiyonlarını tam anlamıyla yerine getirebilmektedir. Diğer bir deyişle ıslak imza ve güvenli elektronik imza hukuki ve fonksiyonel anlamda eşittir. Dolayısıyla temelde ıslak imza ile geręekleřtirilebilecek her türlü işlem elektronik ortamda güvenli elektronik imza ile geręekleřtirilebilir. Bununla beraber Kanun, güvenli elektronik imzaya da birtakım istisnalar getirmiş ve kanunen resmi şekle veya özel bir merasime tabi tutmuş olduğu hukuki işlemler ile teminat yani kefalet, garanti ve rehin sözleşmelerinin güvenli elektronik imza ile imzalanmış olsalar dahi elektronik ortamda geçerli olarak akdedilemeyeceklerini hükme baęlamıřtır¹⁵⁸.

Elektronik imzanın kullanım alanlarını aşağıdaki şekilde listelemek mümkündür¹⁵⁹.

- E-Devlet uygulamalarında
- E-Belediye (yerel yönetim) uygulamalarında
- Her türlü başvurular (YGS, KPSS, ALES, pasaport, vb.)
- Kurumlar arası iletişimde (emniyet müdürlükleri, nüfus müdürlükleri, adliyeler, vb)
- Sosyal güvenlik uygulamalarında (e-bildirge, vb.)

¹⁵⁸ EİK.m.5/II

¹⁵⁹ CANPOLAT, age, s. 64-65.

- Sağlık uygulamalarında (sağlık personeli - hastaneler - eczaneler)
- Sermaye piyasası işlemlerinde
- Vergi dairesi ve maliye işlemlerinde (e-beyanname, vs.)
- Gümrük işlemlerinde
- Dış ticaret işlemlerinde
- Elektronik oy verme işlemlerinde
- Dava ve takip açma
- Dilekçe verme
- Elektronik Sözleşmelerde
- Bireysel-kurumsal bankacılık işlemleri ve finansal uygulamalar
- Sigortacılık işlemlerinde
- E-İş uygulamalarında
- E-Ticaret uygulamalarında
- Kağıtsız ofis uygulamalarında
- E-Siparişlerde
- Elektronik fatura ve elektronik muhasebe uygulamalarında
- Güvenli bağlantı uygulamalarında
- Fikri hakların korunmasında (Copyright)
- Yazılımlardaki manipölasyonların kontrolünde
- Elektronik postalarda

- Kimlik veya yetki tanımlanması (bir bilgisayar sistemine girebilme yetkisi veya bir web sunucunun kendini tanımlaması gibi) işlemlerinde

- Uzaktan erişim kontrolünde

- Ticaret sicili işlemlerinde

5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'na dayalı olarak, Telekomünikasyon Kurumu tarafından çıkarılan bu yönetmeliğin amacı; elektronik imzanın hukuki ve teknik yönleri ile uygulanmasına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir. Yönetmeliğin uygulanmasında aşağıdaki temel prensiplerin dikkate alınmaktadır¹⁶⁰.

- Objektif nedenler aksini gerektirmedikçe, niceliksel ve niteliksel devamlılık, güvenilirlik, ayrımcı olmama, düzenlilik, verimlilik, açıklık, şeffaflık ve kaynakların etkin kullanılması,

- Tüketici haklarının korunması,

- Hizmet kalitesinin sağlanması,

- Etkin ve sürdürülebilir rekabet ortamının sağlanması ve devamına yönelik uygulamaların teşvik edilmesi,

- Uluslararası standartların dikkate alınması,

- Elektronik imza kullanımının yaygınlaşması için yeni yatırımların ve uygulamaların özendirilmesi,

- Elektronik sertifika sahibinin, talep ettiği hizmet ya da ürünler dışında herhangi bir hizmeti ya da ürünü satın almak zorunda bırakılmaması,

- Bir hizmetin ya da ürünün diğer bir hizmetin ya da ürünün ücreti yoluyla desteklenmesinden veya karşılanmasından kaçınılması.

¹⁶⁰ Elektronik İmza Kanunu'nun Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik, m. 5.

B. ELEKTRONİK NOTER

Elektronik imza teknolojisinin yaygınlaşmasına bağlı olarak elektronik noterlik ve buna benzer kavramlar ortaya çıkmış ve bu yönde çalışmalara başlanmıştır.

Elektronik noterlik kavramı iki değişik anlamda kullanılmaktadır. Bunlardan ilki kâğıda dayalı mevcut noterlik hizmetlerinin elektronik dokümanları da kapsayacak şekilde ifasıdır. Bu tanım çerçevesinde aslî olan husus elektronik noterlik hizmetinin de "noterler" tarafından icrasıdır.

Elektronik ortamda gönderilen belgelerin E-Noter tarafından doğruluğu sınanıp kendi elektronik imzası ile imzalanması suretiyle "noter tasdikli" hale gelmesi sağlanabilecektir¹⁶¹. Sanal ortamda gerçekleştirilecek noterlik işlemleri altı başlık altında incelenebilmektedir¹⁶².

- Elektronik belgeye, elektronik zaman damgası vurmak.
- Elektronik belgenin elektronik imzasını ve üzerindeki tarihi onaylamak.
- Elektronik belgenin saklanması ve istendiğinde belgelenmesi.
- Özel kanunda hükmü bulunmayan defterleri onaylamak.
- Tebligat işleri.
- İhtarname ve İhbarname işleri.

Kuşkusuz bu konuda önce yasal düzenlemelerde bir değişiklik yapılması ve hangi işlemlerin elektronik noterlik işlemi ile yapılabileceğinin bu düzenlemede açıkça sayılması yararlı olacaktır.

¹⁶¹ CANPOLAT, age, s. 66.

¹⁶² AKÇEŞME, Dursun/SÖNMEZ, A.Coşkun: Bir Sanal Noter Uygulamasının Teknolojik ve Hukuki Gereksinimleri, 3. Uluslararası Katılımlı Bilgi Güvenliği ve Kriptoloji Konferansı, 2008, s. 34, <http://www.iscturkey.org/iscold/ISCTURKEY2008/papers/17.pdf>, 21/04/2014.

Bu anlamda 25 Ağustos 2011 tarihli Resmi Gazete’de “*Kayıtlı Elektronik Posta Sistemine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik*” ile “*Kayıtlı Elektronik Posta Sistemi İle İlgili Süreçlere ve Teknik Kriterlere İlişkin Tebliğ*” yayımlanmıştır. Bu iki düzenleme ile ihbarnamelerin elektronik olarak yapılmasına olanak tanınmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİCİ HAKLARI VE ELEKTRONİK SÖZLEŞMELER

I. E-SÖZLEŞMELERDE TÜKETİCİNİN KORUNMASI

1980’li yıllarda tüketicinin korunması açısından en büyük gelişme 1982 Anayasasında kendine yer edinmesi ile yaşanmıştır. 1982 Anayasasında tüketicilerin korunması konusuna bir madde ayrılarak devlet tarafından verilen önem gösterilmiştir. Anayasa’nın 172’nci maddesi “Devlet, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler alır, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik eder.” hükmünü amirdir. Diğer bir madde ise devletin piyasayı denetim altına alması ve tüketiciyi kartelleşmeden koruması hakkındadır.

A. GENEL OLARAK

Tüketici, doktrinde genellikle özel veya profesyonel olmayan amaçlarla üreticiler, dağıtıcılar, satıcılar ve hizmet sunucular tarafından pazara sürülmüş ürün veya hizmetlerden faydalanan gerçek kişi olarak tanımlanmaktadır¹⁶³.

Ülkemizde, tüketicinin korunmasına ilişkin temel düzenleme, 1995 yılından beri yürürlükte olan Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun iken 2013 yılı itibariyle aynı isimli daha güncel bir kanun yürürlüğe girmiştir. 1995 yılında Kanunun yürürlüğe girmesinin ardından aşağıda sıralanan konular yaptırım ve esaslara bağlanmıştır.

- Ayıplı ürün ve hizmetler,
- Satıştan kaçınma,

¹⁶³ İktisadi Kalkınma Vakfı, Türkiye’nin Tüketici Koruması Mevzuatının Avrupa Birliği ile Uyumlaştırılması, S. 155, İstanbul 1999, s. 7, <http://kentcevre.politics.ankara.edu.tr/duruabcevre.pdf>, 16/04/2014.

- Taksitli satışlar, kampanyalı satışlar, kapıdan satışlar konusunda satıcının yükümlülüğü,
- Tüketici kredisi,
- Süreli yayınlar,
- Etiket,
- Garanti belgesi, tanıtma ve kullanma kılavuzu,
- Onarım, bakım ve diğer satış sonrası hizmetler,
- Kalite denetimi,
- Tüketicinin eğitilmesi.

Ancak bu Kanun'da elektronik ticaret ayrıca düzenlenmemiştir. Bununla birlikte, TRKGM-95/136-137 sayılı Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esaslarına Dair Tebliğ'de, kapıdan satış; iş yeri, fuar, panayır gibi satış mekanları dışında önceden mutabakat olmaksızın tüketicinin evinde veya iş yerinde yapılan satışlar ile toplantılı, katalogdan seçim yolu ile yapılan ve mesafeli satışlar olarak tanımlanmıştır. Mesafeli satışlarda bu tanım içinde yer aldığından, TKHK'nun 48 ve 49. maddelerinde düzenlenen kapıdan satışlara ilişkin hükümlerin, mesafeli satışlar, dolayısıyla elektronik ticaret bakımından da uygulanmaktadır.

Diğer yandan elektronik ticareti denetleyen ve düzenleyen bir kuruluş ihtiyacı hissedilmiş ve Türkiye'deki e-ticaret faaliyetlerini kontrol ve geliştirme görevini 25 Ağustos 1997 tarihinde kurulan Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETTK) üstlenmiştir. ETTK e-ticareti geliştirmek için geliştirdiği politikaları ETTK'nın Mayıs 1998 raporunda eylem planı temel hatlarıyla şekillenmektedir.

- Gerekli teknik ve idari altyapının kurulmasını sağlamak
- Hukuki yapıyı oluşturmak

- Elektronik ticareti özendirecek önlemler almak
- Ulusal politika ve uygulamaların uluslararası politikalar ve uygulamalarla uyumunu sağlamak.

ETTK'nın elektronik ticaretin özendirilmesi konusundaki görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.

- Hedef kitle KOBİ'ler olmak üzere, elektronik ticaretle ilgilenen kişi ve kuruluşlar için, ilgili merciler tarafından, elektronik ticareti tanıtıcı eğitim programlarının hazırlanarak uygulanması,
- Elektronik ticaretin gerektirdiği bilgisayar yazılım ve donanımını edinmek isteyen kişi ve kuruluşlara, KOBİ'ler öncelikli olmak koşuluyla, gerekli finansman desteğinin sağlanması,
- Sunulan iletişim hizmetleri için alınan ücretlerin olabildiğince düşük seviyede tutulması ile ilgili ilkelerin gözden geçirilmesi,
- Servis sağlayıcılara rekabet kuralları gözetilerek özendirici olanakların sağlanması,
- Belirlenecek bir geçiş dönemi içinde, kamu kuruluşlarında gerekli teknik ve idari düzenlemeler yapılarak, kamu alım ve satım işlemlerinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesi ve böylece devletin her konuda olduğu gibi elektronik ticarete de öncülük görevini yerine getirmesi.

B. TÜKETİCİ

1. TÜKETİCİ KAVRAMI VE TANIMI

Tüketici, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunu'nda "ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek ya da tüzel kişidir" şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanımın 4077 sayılı Kanun'daki hali ile korunduğu ve AB müktesebatından alındığı görülmektedir. Zira Avrupa Birliği Komisyonunca

hazırlanan ve 1993-1995 yıllarını kapsayan 2. Eylem Planında tüketici, mal ya da hizmet edimlerini mesleki amaçlar dışında kullanım amacıyla satın alan gerçek veya tüzel kişiler olarak tanımlanmıştır¹⁶⁴.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda, 06.03.2003 tarihli 4822 sayılı Yasa ile değişiklik yapılmadan önce, Kanunun 3/f maddesinde tüketici, *“bir mal veya hizmeti özel amaçlarla satın alarak nihai olarak kullanan veya tüketen gerçek veya tüzel kişilerdir”* şeklinde tanımlanmıştı. Bu tanım, 2003 yılındaki değişiklik ile büyük bir revizyon geçirmiş, tüketicinin nihai kullanıcı olmasından ziyade, meslekî veya ticarî kullanıcı olmaması aranmıştır. Kanunun 4822 sayılı Yasa ile değişik 3/e maddesindeki tanım, Avrupa Konseyinin Yönergeleri ile paralellik arz etmektedir. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 4822 sayılı Kanun ile değişik 3/e maddesinde, tüketici, *“Bir mal veya hizmeti ticarî veya meslekî olmayan amaçlarla edinen, kullanan veya yararlanan gerçek ya da tüzel kişidir”* şeklinde tanımlanmıştır.

Tüketici, iktisadi mal ve hizmetleri belirli bir bedel karşılığında satın alarak kullanan kişidir. Tüketici edindiği mal veya hizmeti ticaret veya meslek icra etme gayesi ile değil, kişisel ihtiyacı için kullanmalıdır.

Bir malı nihai olarak yani kendi veya yakınlarının kullanımı veya yararlanması için tüketmek maksadıyla satın alan kişi tüketici kavramına dahil edilmiş, satın aldığı malı kendi ticari faaliyetine kullanmak maksadıyla satın alan kişi tüketici kavramına dahil edilmemiştir.

Başka bir ifade ile malın tüketici tarafından nihai olarak satın alınması, malı olduğu gibi ya da başka bir malla birleştirerek, isleyerek, üretimde ham madde olarak kullanarak tekrar satılmaması ve çıkar karşılığı başkalarına devredilmemesi gerekmektedir¹⁶⁵.

¹⁶⁴ KÖSE, Nida: Türk Hukukunda Tüketicinin Ayıplı Mal ve Hizmetlere Karşı Korunması, İstanbul 2000, s. 7.

¹⁶⁵ ZEVLİLER, Aydın: Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a Göre Satılan Ayıplı Mallardan Dolayı Sorumluluk, İçinde: Yazman, İrfan (Yayına Hazırlayan); Türkiye’de Tüketicinin Korunması

TKHK'a göre tacir niteliğindeki tüzel kişilerin bütün muamele, fiil ve işleri ticari iş sayılacağından tüzel kişilerin bir mal veya hizmeti özel amaçlarla satın alarak nihai olarak kullanmaları veya tüketmeleri de mümkün olmayacağından sadece ticari amaç gütmeyen tüzel kişiler tüketici sayılacaktır¹⁶⁶.

Tüketici sözleşmeleri, tüketiciye bir bedel karşılığı bir mal ya da hizmetin sunulması şeklinde olmalı, mal ya da hizmet özel kullanım veya tüketim amacıyla nihai olarak tüketici tarafından satın alınmalıdır. Yine imalatçı üretimde kullanmak üzere bir ürün satın alırsa tüketici sayılmayacaktır¹⁶⁷.

2. E-SÖZLEŞMEYLE MESAFELİ SÖZLEŞME AYRIMI

Elektronik sözleşme kavramı, ilk olarak AB Parlamentosu ve Konseyi'nin 8 Haziran 2000 tarih ve 2000/31 sayılı "İç Pazarda Bilgi Toplumu Hizmetlerinin Özellikle Elektronik Ticaretin Belirli Hukuki Yönlerine İlişkin Yönergesi'nde kullanılmıştır. Elektronik ticaretle ilgili hukuksal ilişkilerin kurulması ve yürütülmesinde de önemli bir araç olarak ortaya çıkan elektronik sözleşme kavramı, elektronik iletişim araçları kullanılarak açık veya kapalı ağlar üzerinden kurulan sözleşmeleri kapsamaktadır.

Bir sözleşmenin elektronik sözleşme olarak adlandırılmasında, sözleşmenin kuruluş tarzı önem taşımaktadır. Bu bakımdan elektronik iletişim araçları ile kurulan sözleşmeler konusu ve hukuki niteliği bakımından geleneksel araç ve yöntemlerle kurulan sözleşmelerden farklı bir özellik göstermemektedir¹⁶⁸. Çünkü kavramda yer alan "elektronik" ifadesi, yalnızca, sözleşmenin kuruluşunda ve kimi zaman da ifasında kendisine başvurulmuş araç ve yöntemlere işaret etmektedir. Bu hukuksal olgu, elektronik sözleşmelerin kendine özgü, yeni ve bağımsız bir sözleşme tipi

Sorunlar Perspektifler, Türkiye Esnaf Sanatkar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü, S. 18, Ankara 1996, s. 44.

¹⁶⁶ **PARLAK, Belda Senel:** Tüketici Kredisinden Doğan Hukuki Uyuşmazlıklar ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Uygulaması, Ankara 2001, s. 18.

¹⁶⁷ **ÜSTÜN, Zübeyde Meltem:** Türk ve Avrupa Birliği Tüketici Hukukunda İmalatçının Hukuki Sorumluluğu, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir 2007, s. 26.

¹⁶⁸ **FALCIOĞLU,** age., s. 61.

oluşturmaması anlamı taşımaktadır¹⁶⁹. Kısaca, “elektronik” tabiri yalnızca sözleşme yapma şekline vurgu yapmakta, yoksa bu tür sözleşmelere bağımsız bir sözleşme tipi olma yolu açmamaktadır.

Elektronik sözleşmelerin varlığının tespitinde, akdin kuruluş tarzının esas alınması olgusu, mesafeli sözleşmeler bakımından da söz konusudur. Gerçekten de mesafeli sözleşmelere ilişkin düzenlemelerle amaçlanan, bağımsız bir sözleşme tipi oluşturmak değil¹⁷⁰, tarafların doğrudan temas halinde olmadığı durumlarda yapılan işlemlerde tüketicilerin etkin bir şekilde korunmasını sağlamaktır.

Mesafeli sözleşmeden bahsedebilmek için özellikle aşağıda belirtilen iki şartın varlığı gerekmektedir. Sözleşmenin kuruluşu esnasında sadece uzaktan iletişim araçlarının kullanılması ve sözleşmenin sağlayıcıya ait düzenli bir uzaktan satış veya hizmet tedariki sistemi çerçevesinde gerçekleşmesi gereklidir. Ancak bu iki şartın varlığının yanında, sözleşmenin kurulması anı da dâhil olmak üzere tüm aşamaların uzaktan iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmiş olması gerekmektedir¹⁷¹. Tüm bu unsurlar bir araya geldiğinde mesafeli sözleşme kapsamında bir sözleşmeden bahsedilebilecektir.

Bütün bu açıklamalardan sonra mesafeli sözleşmeyi; tüketici ile satıcı/sağlayıcı arasında yapılan ve satıcı/sağlayıcının mesafeli sürüme özgü olarak organize ettiği bir satış veya hizmet ağı çerçevesinde bir mal veya hizmet edimi ile ilgili olarak, sözleşmenin kurulması anına kadarki süreç de dâhil olmak üzere münhasıran bir veya birden çok uzaktan iletişim aracı yardımıyla kurulan sözleşmeler olarak tanımlamak mümkündür.

Elektronik sözleşme ile mesafeli sözleşme kavramları arasındaki benzerliğe rağmen, mesafeli sözleşmelerle elektronik sözleşmeler arasında önemli ayrılıklar bulunmaktadır. Bunlardan ilki, mesafeli sözleşmelerin tüketici sözleşmeleri arasında

¹⁶⁹ ÖZDEMİR KOCASAKAL, age., s. 37.

¹⁷⁰ FALCIOĞLU, age, s. 75.

¹⁷¹ İNAL, age, s. 77.

yer almasına rağmen, elektronik sözleşmelerin böyle bir özelliğinin bulunmamasıdır¹⁷².

Gerçekten de gerek TKHK (m.48) ve gerekse 97/7/EC sayılı Mesafeli Sözleşmeler Yönergesi bağlamında mesafeli sözleşmeden bahsedilebilmesi için, akdi ilişkinin taraflarının tüketici ile satıcı/sağlayıcı olması gerekmektedir. Halbuki elektronik sözleşmeler açısından böyle bir zorunluluk mevcut değildir. Zira bu sözleşmeler, mesafeli sözleşmelerden farklı olarak, bir tüketici sözleşmesi değildir. Bu sebeple, örneğin, iki işletme arasında elektronik iletişim araçları kullanılarak akdedilen bir sözleşme, elektronik sözleşme niteliği taşımasına rağmen mesafeli sözleşme olarak değerlendirilmemektedir.

Her iki kavram arasındaki bir diğer farklılık, mesafeli sözleşmelerin varlığı için aranan, tarafların, akdin in'ikadı da dâhil olmak üzere bu aşamaya kadar hiçbir zaman fiziksel olarak karşı karşıya gelmemesi unsurunun elektronik sözleşmeler bakımından aranmamasıdır. Bu nedenle, elektronik iletişim araçları ile kurulan bir sözleşme, taraflardan biri tüketici dahi olsa, her zaman mesafeli sözleşme olarak değerlendirilemez¹⁷³. Örneğin, bilgisayar satın almak için satıcının işyerine gidip onunla yüz yüze görüşen bir tüketici, malı almaya karar verdikten sonra bu yöndeki iradesini elektronik posta vasıtasıyla satıcıya bildirmiş ve satıcı da aynı yolla kabul iradesini açıklamış olsun. Böyle bir durumda taraflar arasındaki sözleşme elektronik iletişim aracı kullanılarak kurulduğu için elektronik bir sözleşme sayılmaktadır. Fakat mesafeli sözleşmeden bahsedilememektedir. Çünkü mesafeli sözleşmenin varlığı için aranan fiziksel olarak karşı karşıya bulunmama unsuru olayda bozulmuştur¹⁷⁴.

C. TÜKETİCİNİN BİLGİLENDİRMESİ

E-ticaret ele alındığında tüketici sorunlarının en önemlilerinden birisini; tüketicilerin internet üzerinden yapacakları alışverişte onaylayacakları sözleşmeler,

¹⁷² İNAL, age, s. 170; FALCIOĞLU, age., s. 78.

¹⁷³ İNAL, age, s. 170.

¹⁷⁴ YILDIRIM, Abdülkerim: Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2008, s. 100.

bu sözleşmelerin niteliği; dahası sözleşme ile kurulacak bu ilişkiye olan güven oluşturmaktadır.

Gerçekten de bir tarafta malı/hizmeti, belirli bir fiyat üzerinden, önceden belirlenmiş şartlar dâhilinde sunan bir tacir ile diğer tarafta bu mal/hizmet hakkında detaylı bir bilgiye sahip olamayan, fiziken görme veya inceleme imkânı bulunmayan avantaj farklı olan tüketici bulunmaktadır. Bu şekliyle düşünüldüğünde, ortaya çıkan orantısızlık ancak tüketicinin doğru bir şekilde bilgilendirilmesiyle birlikte bir dengeye kavuşabilecektir.

Tüketicilerin eğitilmesi, bilgilendirilmesi ve örgütlenmesinde aşağıdaki ilkelerden istifade edilebilir¹⁷⁵.

- Ürün ve hizmetlerin seçimi, satın alınması, kullanımı, tamir ve bakımı gibi konularda yol gösterici bilgiler ve bu bilgilerin nerelerden, nasıl bulunabileceği, çeşitli ürünlerin satın alınmasında dikkate alınacak kriterleri belirlemek,
- Tüketicilere para, zaman ve enerji tasarrufu sağlayıcı yöntemleri öğretmek ve karar verme becerilerini geliştirmek,
- Toplumun sosyal, kültürel ve moral değerlerini olumsuz yönde etkileyen, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı, gereksiz ve yanlış tüketime yönlendiren pazarlama iletişimleri konusunda uyarmak,
- Tüketiciyi korumaya yönelik kurumları, örgütleri tanıtmak, bu konularla ilgili mevzuatı anlatmak, duyurmak,
- Diğer tüketicilerin haklarına saygılı, topluma ve çevreye karşı duyarlı ve sosyal sorunlarla ilgilenme istekliliği gösteren “bilinçli tüketici” tipinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına çalışmak,
- Tüketicilerin haklarını arama, kullanma, savunma ve örgütlenme bilincini geliştirmek,

¹⁷⁵ **YILDIZ, Ramazan:** Tüketicinin Korunması Ve Temsili Açısından AB ve Türkiye Karşılaştırması, Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul 2009, s. 49-50.

- Tüketim ve üretimi sorgulamak, alternatif üretim ve tüketim modelleri geliştirmek,
- Ülke kaynaklarının tüketicilerin temel ihtiyaçlarına uygun olarak en akılcı biçimde kullanılmasında etkili olmak,
- Doğru ve sağlıklı bir tüketici kültürü ve anlayışı yerleştirerek geliştirmek,
- Tüketicileri temel vatandaşlık ve tüketici hak ve sorumluluklarının neler olduğu konusunda bilinçlendirmek,
- Tüketim ve üretim konularında yönlendirilen değil, yönlendiren olabilme bilincini vermek,
- Tüketiciler arasında; dayanışma bilincinin geliştirilmesine yardımcı olmak,
- Tüketicilerin etik bilinci ve topluma karşı sosyal sorumluluklarının gelişmesini sağlamak,
- Tüketicilerin aldatıldığı, yanıltıldığı, mağdur edildiği durumlarla ilgili olarak kamuoyunu uyarmak, bilgilendirmek ve ilgili firmalar ile devlet kuruluşlarının önlem almalarını sağlamak,
- Mal ve hizmetleri tüketirken temel amacın, sosyo-ekonomik ve kültürel ihtiyaçları karşılamak olduğunu, tüketimin sosyal statü göstergesi olarak kullanılmaması gerektiği görüşünü benimsetmek ve bilincini vermek,
- Enflasyon ve hayat pahalılığına karşı mücadele bilincini geliştirmek,
- Tüketicilerin temel ihtiyaçları ve amaçlarına uygun, kaliteli, sağlıklı, güvenli, ucuz, dayanıklı, yeterli miktarda mal ve hizmet üretilmesi ve dağıtımı konusunda devlet ve özel sektöre karşı etkili olma bilincini kazandırmak ve yollarını göstermek.

1. BİLGİLENDİRME YÜKÜMLÜLÜĞÜ

Tüketicinin satıma konu mal/hizmet konusunda doğru şekilde bilgilendirilmesi ciddi bir önem taşımaktadır. Zira, yapılacak bilgilendirme gerekli unsurları içermeli ve bununla birlikte yeterli bilgiyi içermelidir. Bu şartların sağlanması, tüketicilerin mesafeli sözleşmelere daha çok katılmaları, dolayısıyla da bu güven alanının sağlanması ile elektronik ticaretin daha da artmasına olanak tanıyacaktır.

Mesafeli Sözleşmelere Dair Yönetmelik ile tüketici ile satıcı arasında sözleşme kurulmadan önce mala/hizmete yönelik bazı bilgilerin doğru olarak ulaştırılması ve teyidi gerekmekte birlikte, satım konusu malın/hizmetin tanıtım bilgilerin verilmesi, hatta başka internet siteleri ya da arama motorları üzerinden yapılan reklamlardaki bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği de doğru bilgilendirme kapsamında sayılabilir.

Yönetmelik, verilmesini öngördüğü bilgilerin tümünü içeren bir bilgilendirme formuyla, açık, anlaşılır ve kullanılan iletişim vasıtasına uygun bir şekilde bilgilendirmeyi öngörmektedir. Form ifadesi, her ne kadar, bilgilendirmenin yazılı olması gerektiği şeklinde yorumlanabilirse de, kullanılan iletişim vasıtasına uygun olma da gözetilmiştir. Telefonla sözleşme yapılıyorsa, yazılı bilgi vermeyi beklemek işin tabiatına aykırıdır. Bu nedenle, yazılı bilgi vermenin mümkün olmadığı halde, açık ve anlaşılır bir biçimde sözlü olarak da bilgi vermenin bu yükümü yerine getirmeyi sağlayacaktır¹⁷⁶.

2. BİLGİLENDİRME YÜKÜMLÜLÜĞÜN AMACI

Tüketicinin mal ve hizmeti satın alırken doğru karar verebilmesinin sağlanması için tüketicinin gerekli bilgilere ulaşabilmesi ve zararlı, yanıltıcı reklâmdan, etiketten, ambalajdan korunmasıdır¹⁷⁷.

¹⁷⁶ <http://eticaretgundem.com/tag/tuketici-bilgilendirme-yukumlulugu/>, 18/04/2014.

¹⁷⁷ Tüketici Hakları Derneği El Kitabı, 1998.

Tüketicinin bilgilendirilme ve eğitim hakkı, onun doğru seçim yapabilmesi için mal ve hizmetler hakkında gerekli ve sağlıklı bilginin sağlanmasını, yanıltıcı reklâm, etiketleme, ambalajlama gibi uygulamalar hususunda bilgilendirilmesini ve alışverişten doğan maddi ve manevi zararların karşılanması için yapılması gereken işlemler konusunda aydınlatılmasını kapsamaktadır¹⁷⁸.

3. DOĞRU BİLGİLENDİRME

Satıcı-tüketici arasındaki dengesizliklerin en derin olanı, piyasadaki mal ve hizmetler hakkında tarafların bilgi düzeyinde ortaya çıkmaktadır. Piyasaya sürülen malların olumlu - olumsuz yönlerini satıcılar çok iyi bilmesine karşılık tüketiciler bunlardan habersizdir. Oysa tüketicilerin doğru seçim yapabilmeleri, eksiksiz ve doğru bilgilendirilmelerine bağlıdır.

Bu doğrultuda, doğru bilgilendirme yükümlülüğüne baktığımızda, tüketici açısından en önemli sorulardan birisi verilen bilginin doğru olup olmadığıdır. Bu kapsamda, yalnızca yönetmelik maddelerinin ele alınması sınırlı bir uygulama alanına neden olacaktır.

Öncelikle doğru bilgilendirme, Türk Medeni Kanunu'nun ikinci maddesinde düzenlenen dürüstlük kuralına aykırı olmamalıdır. Gerçekten de yanıltıcı nitelikte olan bir tanıtım, dürüstlük kuralına aykırılık oluşturacaktır. Ancak buradaki yanıltıcı nitelik, istisnasız düşünülmemelidir. Bir yöntem olarak kullanılan, aşırı abartılı olduğu aşikar olan ve tüketiciden aksinin anlaşılması imkansız olan reklamlar için de “aldatıcı reklam” denilmesi olanaksızdır.

Doğru bilgilendirme yükümlülüğü ile ilgili diğer hukuki düzenlemelere de değinmekte fayda bulunmaktadır. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un “Ticari Reklamlar ve İlanlar” başlıklı 16. maddesinde, aldatıcı reklamdan sorumlu tutulacak kişiler belirlenmiştir. İlgili maddenin ilk fıkrasına göre, “ticari reklam ve ilanların kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır” denilmektedir.

¹⁷⁸ DPT, 1995, s. 31.

Aynı maddeden devamla, tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici reklam ve ilanlar yapılamayacağı da düzenlenmiştir. Yine, bu maddeye göre ticari reklam veya ilanda yer alan somut iddiaların ispat yükümlülüğü reklam verende olduğu gibi, reklam verenler, reklamcılar ve mecra kuruluşları da tüm bu esaslara uymakla yükümlü kılınmıştır.

Bir başka düzenleme 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16. ve 17. maddelerine dayanılarak hazırlanan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelikte yer almaktadır. Yönetmeliğin 5. maddesinde reklamların doğru ve dürüst olması gerektiği düzenlenmiştir. Aynı şekilde yönetmeliğin 7. maddesinde de tüketicinin güvenini kötüye kullanacak ya da onun tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edecek biçimde olamayacağı belirtilmiş, ancak bu maddede de temel olarak doğruluk ve dürüstlük kuralı esas alınmıştır

Bu maddelerde yer alan yükümlülüklerle uyulmaması halinde ise Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. maddesinde yer alan yaptırımlar ile karşı karşıya kalınacaktır. Bu madde ile düzenlenen yaptırımlar, düzeltme – durdurma yönünde olabileceği gibi idari yaptırım da olabilecektir.

Yanıltıcı ve yanlış bilgi verme hem yürürlükteki Türk Ticaret Kanunu kapsamında bir haksız rekabet hali olarak düzenlenmiştir. Dolayısıyla da tüketiciye yanlış ve yanıltıcı bilgi verilmesi bir haksız rekabet sebebi de oluşturacaktır. Yine aynı doğrultuda reklamın aktarılış şekli de tüketici nezdinde yanlış bir intiba uyandırıyor ise yine haksız rekabet söz konusu olacaktır¹⁷⁹.

II. E-SÖZLEŞMELERDE TÜKETİCİNİN HAKLARI

A. SÖZLEŞMEDEN CAYMA HAKKI

Tüketicilere cayma hakkı gibi tanınan bazı hakları tüketicileri koruma mekanizması olarak tasarlanmıştır. Bu şekilde tüketici daha sağlıklı ve bilinçli karar verebilmektedir. Tüketici cayma hakkı ile birlikte satın aldığı malı test etme

¹⁷⁹ http://www.ito.org.tr/wps/portal/mevzuatbilgilendirme?WCM_GLOBAL_CONTEXT=tuketicinin-dogru-bilgilendirilmesi, 20/04/2014.

olanağına sahip olabilmektedir. Böylelikle tüketiciye gerçekten satın almak istediği ve ihtiyaç duyduğu mal olup olmadığını görme ve buna göre karar verme fırsatı sunulmaktadır.

Tüketiciye sağlanan en önemli haklardan olan “cayma hakkı”, 97/7/EC sayılı Mesafeli Sürüm Yoluyla Yapılan Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması Yönergesinin 6. maddesinde düzenlenmiştir. Bu düzenlemeye göre tüketicinin, hiçbir sebep göstermeksizin akdettiği mesafeli sözleşmeden 7 (yedi) iş günü içerisinde cayma hakkı bulunmaktadır. Ayrıca tüketici, hiçbir cezai şart söz konusu olmaksızın bu hakkını kullanabilmektedir¹⁸⁰. Bununla birlikte, cayma süresi içinde tüketiciden herhangi bir ödeme yapması veya kendisini borç altına sokan bir belge vermesi de talep edilememektedir.

Cayma hakkının kullanımı nedeniyle tüketiciye yüklenebilecek tek yükümlülük, malların iadesi nedeniyle doğacak masrafları karşılama yükümlülüğüdür¹⁸¹.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ise aşağıdaki şekilde düzenleme getirmiştir. *“Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirimin bu süre içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Satıcı veya sağlayıcı, cayma hakkı konusunda tüketicinin bilgilendirildiğini ispat etmekle yükümlüdür. Tüketici, cayma hakkı konusunda gerektiği şekilde bilgilendirilmezse, cayma hakkını kullanmak için on dört günlük süreyle bağlı değildir. Her hâlükârda bu süre cayma süresinin bittiği tarihten itibaren bir yıl sonra sona erer. Tüketici, cayma hakkı süresi içinde malın mutata kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalardan sorumlu değildir”*¹⁸².

¹⁸⁰ İNAL, age., s. 83.

¹⁸¹ DEMİR, Mehmet, Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması, Ankara 2004, s. 63.

¹⁸² TKHK, Madde 48.

Bu cayma hakkının başlangıç tarihi ise, kural olarak, malın tüketiciye teslim edildiği veya hizmet edimlerinde sözleşmenin kurulduğu tarihtir¹⁸³. Ancak, bilgilendirme yükümlülüğünün yerine tamamen veya kısmen getirilmemesi veyahut sözleşmede yazılı hususlardan birkaçının eksik olması durumlarında cayma süresi eksikliğin tamamlanması ile başlamaktadır.

Ayrıca, sözleşmenin hukuka uygun bir şekilde yapılmaması, ifanın ayıpsız ve noksansız olarak gerçekleştirildiğinin sağlayıcı tarafından ispat edilememesi durumunda tüketicinin cayma hakkını kullanım süresi 14 gün ile sınırlı değildir.

Cayma hakkının kullanılması halinde sağlayıcı bildirimin kendisine ulaştığı andan itibaren 10 gün içerisinde almış olduğu bedeli, kıymetli evrakı veya tüketiciyi borç altına sokan her türlü belgeyi iade etmekle mükelleftir. Sağlayıcı söz konusu malı da 20 gün içerisinde geri almak zorundadır.

B. GERİ ALMA HAKKI

Tüketiciyi koruyan geri alma hakkı, doktrinde genel olarak kabul edildiği üzere yenilik doğuran bir haktır¹⁸⁴. Bu nedenle de tek taraflı bir irade beyanıyla kullanılmaktadır.

Geri almanın işlevi, daha önce yapılan irade beyanının etkilerini önlemek veya ortadan kaldırmaktır¹⁸⁵. Bu hakkın tanınmasındaki temel amaç, belirli bir hukuki ilişkiyi sona erdirmeye önemli olan belirgin çıkarın korunmasıdır. Tüketici, kanunun kendisine verdiği hakkı süresi içerisinde kullanarak, bu durumu geçmişe etkili olarak ortadan kaldırma imkanına sahiptir.

Geri alma hakkının kullanılmasının sonuçlarına 97/7/EC sayılı Mesafeli Sürüm Yoluyla Yapılan Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması Yönergesinin 6. maddesinde ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve Mesafeli Sözleşmeler

¹⁸³ **ATAMER, Yeşim M.:** TKHK m. 9/A ve Mesafeli Sözleşmelere İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'in AB Mevzuatı Uyumuna İlişkin Görüş ve Değişiklik Önerileri, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, Cilt XXIII, Sayı 1, Haziran, 2005, s.186.

¹⁸⁴ **İNAL,** age, s. 186.

¹⁸⁵ **DEMİR, Mehmet:** Kapıdan İşlemlerde Tüketiciyi Koruyan Geri Alma Hakkı, Ankara 2001, s. 264.

Uygulama Usul Ve Esasları Hakkında Yönetmeliği 8.maddesinde yer verilmiştir. Düzenlemelere göre, geri alma hakkının kullanılmasından itibaren en geç 30 gün içinde malın ya da hizmetin bedelinin iade edilmesi gerekmektedir.

C. BİLGİ ALMA HAKKI

Tüketicinin bilgi alma hakkı en temel tüketici haklarından birisidir. Bu sayede tüketici, gerçekçi, bilinçli ve kararlı tüketim yapma olanağına kavuşturulmaktadır¹⁸⁶. Bilgi alma hakkının gerçekleşmesi sonucunda tüketici, aldatıcı reklamlara karşı korunmuş olduğu gibi, ürün ve firma bilgileri arasında karşılaştırma yaparak kendisi için en uygun seçeneği bulma olanağına da sahip olmaktadır. Özellikle internet ortamında yapılan mesafeli sözleşmelerde tüketici, satın alacağı malı fiziken algılama ve test edebilme olanağına sahip olamamakta, hizmet sunumunda da sunulacak olan hizmetin içeriğini tam olarak kontrol edememektedir. Bunun gibi satıcı/sağlayıcı firma hakkında da yeterli ve güvenilir bilgi edinememektedir. Bu yüzden tüketicinin doğru bilgilendirilmesi mesafeli sözleşmelerde büyük bir önem taşımaktadır.

Tüketicinin bilgi alma hakkı, TKHK m.48-II maddesinde aşağıdaki şekilde ifadesini bulmaktadır: *“Tüketici, mesafeli sözleşmeyi ya da buna karşılık gelen herhangi bir teklifi kabul etmeden önce ayrıntıları yönetmelikte belirlenen hususlarda ve siparişi onaylandığı takdirde ödeme yükümlülüğü altına gireceği konusunda açık ve anlaşılır şekilde satıcı veya sağlayıcı tarafından bilgilendirilir.”*

TKHK 48’inci maddesinde, tüketiciye sözleşme kurulmadan önce verilmesi gereken bilgilerin içeriğine yer verilmeyerek bunlar ikincil ve üçüncül mevzuata bırakılmıştır. Bu bilgilerin içeriği, MSHY m.5’te Ön Bilgiler başlıklı maddesinde *“Mesafeli sözleşmenin akdinden önce aşağıdaki bilgilerin tüketiciye verilmesi zorunludur.”* şeklinde açıkça belirtilmektedir.

- Satıcı veya sağlayıcının isim, unvan, açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgileri,

¹⁸⁶ DEMİR, Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması, s. 36.

- Sözleşme konusu mal ya da hizmetin temel özellikleri,
- Sözleşme konusu mal ya da hizmetin tüm vergiler dâhil satış fiyatı,
- Satıcı veya sağlayıcının fiyat dâhil tüm vaatlerinin geçerlilik süresi,
- Tüketicinin ödemelerinin nasıl yapılacağına dair bilgiler,
- Teslimat ve ifanın nasıl yapılacağına ve varsa buna ilişkin masrafların tutarı ve kimin tarafından karşılanacağına dair bilgiler,
- Cayma hakkı ve bu hakkın nasıl kullanılacağına dair bilgiler,
- Tüketicie bir maliyeti varsa kullanılan iletişim yollarının ücreti,
- Sözleşme konusu mal ya da hizmetin, teslim ve ifa tarihlerine ilişkin program,
- Tüketicinin talep ve şikayetlerini iletebileceği satıcı veya sağlayıcının açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgileri.

D. KREDİ KARTI İLE YAPILAN ÖDEMENİN İPTALINI İSTEME HAKKI

Kredi kartı ya da benzeri bir ödeme kartı numarası verilerek yapılan online ödemeler, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m.48 anlamında mesafeli sözleşme gereği yapılmalıdır. Hileli kullanım, kartın üçüncü şahıs tarafından herhangi bir şekil de kötü kullanılmasını ifade etmektedir. Burada kartın sadece fiziksel kullanılması değil, kartın bilgilerinin kullanılması da söz konusudur¹⁸⁷.

Kredi kartlarının rıza dışı kullanılması durumunun, internette sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Kişilerin kredi kartı numaraları kolaylıkla elde edilebilecek nitelikte olmakla birlikte, internette ödeme kabul eden firmalara ödeme yapmak için kredi kartı numarası dışında herhangi bir şeye ihtiyaç bulunmamaktadır. Bu da kredi kartı sahibi olan herkesi, kartının internette rızası dışında kullanılması

¹⁸⁷ GEZDER, age., s. 239.

riskıyla karşı karşıya bırakmaktadır. MSHY m.10 ile kredi kartı sahiplerinin maruz kalabileceği bu risk konusunda bir koruma mekanizması öngörülmüştür.

Buna göre; “*Mesafeli sözleşmelerde, ödemenin kredi kartı veya benzeri bir ödeme kartı ile yapılması halinde tüketici, kartın kendi rızası dışında ve hukuka aykırı biçimde kullanıldığı gerekçesiyle ödeme işleminin iptal edilmesini talep edebilir. Bu halde, kartı çıkaran kuruluş itirazın kendisine bildirilmesinden itibaren 10 gün içinde ödeme tutarını tüketiciye iade eder.*”

Bu hüküm uyarınca, ödemenin kredi kartı veya benzeri bir ödeme kartı ile yapılması halinde, kart sahibi, kartın rıza dışı ve hukuka aykırı olarak kullanıldığını beyan ederek, işlemin iptal edilmesini talep edebilir. Kart sahibine bu konuda herhangi bir ispat külfeti yüklenmiş değildir. MSHY m.10’un da asıl etkisi rıza dışı ve hukuka aykırı kullanılma durumunda riskin kartı çıkarana yüklenmesidir. Kart sahibinin beyanının varlığı halin de, kartı çıkaran kuruluş, beyanın kendisine ulaşmasından itibaren on gün içerisinde itiraz konusu işlemin tutarını iade etmek zorundadır. Buradaki iadede kast edilen, kart sahibine nakit iadesi değil, kart sahibinin kredi hesabına işlem tutarının alacak olarak kaydedilmesidir.

MSHY m.10 süre konusunu da düzenlemektedir. Buna göre kartı çıkaran kuruluş tüketicinin itirazını kendisine bildirmesinden itibaren 10 gün içinde ödeme tutarını tüketiciye iade etmektedir. Yönetmelikte kart sahibinin itirazı için herhangi bir süre öngörülmemiştir. Ancak Yönetmelikte süre öngörülmemiş olması, kart sahibinin itiraz hakkının sonsuza kadar var olduğu anlamına da gelmemektedir¹⁸⁸. Kart sahibine bildirilen hesap özetlerine itiraz süresi sözleşmelerde belirlenmiştir. Bu konuda banka ve kart sahipleri arasında akdedilen kredi sözleşmesinde, dönemsel hesap özetlerine itiraz için kararlaştırılan süre, kart sahibi açısından bağlayıcıdır. Bu süre geçirildikten sonra yapılacak olan itirazın herhangi bir hükmü yoktur.

E. ZAMANAŞAMI

Borçlar Kanunu borcu sona erdiren sebepler arasında zaman aşımına da yer vermiştir. Zaman aşımının borcu sona erdiren bir sebep olarak kabul edilmesinin

¹⁸⁸ SARIAKÇALI, age, s. 160.

farklı gerekçeleri bulunmaktadır. Tarafları uzun süre borç ilişkisi nedeniyle karşı karşıya getirmek hem taraflar arasında hem de toplumda huzursuzluğa neden olmaktadır. Zaman aşımı tehlikesi sayesinde, alacaklılar alacaklarını zamanında takip ve tahsil etmek suretiyle, borç ilişkileri nedeniyle gereksiz sürtüşme ve uyuşmazlıklara son verilmiş olmaktadır¹⁸⁹.

Zaman aşımı, alacak hakkını değil dava ve takip hakkını ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle hak düşürücü süreden de ayrılmaktadır. Zaman aşımından dolayı dava hakkının ortadan kalkabilmesi için;

- Zaman aşımına tabi olan bir borcun varlığı
- Borcun muaccel olması
- Yasada öngörülen sürelerin dolması gerekmektedir.

Genel olarak sözleşmelerden doğan alacaklarda Borçlar Kanunun 125. maddesine göre zamanaşımı süresi borcun muaccel olduğu tarihten itibaren 10 yıldır. Elektronik sözleşmelerden doğan ihtilaflarda da kıyas yoluyla 10 yıllık zamanaşımının uygulanması gerekmektedir.

Zamanaşımı, borcu kendiliğinden ve yalnız başına sona erdiren bir sebep değildir. BK. m.140 zamanaşımının, ancak borçlunun ileri sürmesi ile borcu sona erdirebileceğini, böyle bir savunma ileri sürülmedikçe mahkemenin zamanaşımını kendiliğinden göz önünde tutamayacağını hükme bağlamıştır.

Zamanaşımının yukarıda sayılan koşulları gerçekleştiğinde borç son bulacaktır. Zamanaşımı sadece asıl borcu değil, borcun ferilerini de sona erdirmektedir. Feri borçlara örnek olarak faiz, cezai şart, rehin, kefalet, banka teminat mektubu gösterilebilir¹⁹⁰.

¹⁸⁹ KILIÇOĞLU, Ahmet M: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Cilt 1, Ankara 2001, s. 600.

¹⁹⁰ KILIÇOĞLU, age, s. 617.

F. İSPAT

İspat yüküne ilişkin, TKHK 48’nci madde bir hükme yer vermiştir. Mezkur Kanun’un söz konusu maddesine göre; *“Tüketicinin bilgilendirildiğine ilişkin ispat yükü satıcı veya sağlayıcıya aittir.”* Benzer şekilde MSHY dokuzuncu madde üçüncü fıkraya göre de; *“Satıcı veya sağlayıcı mesafeli sözleşme konusu malın veya hizmetin tüketiciye teslimi veya ifasından önce sözleşmenin bir nüshasını ve ön bilgilerin teyidine ilişkin yazılı onayın bir nüshasını tüketicinin kendi el yazısı ile imzalanmasını sağlayarak teslim eder. Uyuşmazlık halinde ispat külfeti satıcı ve sağlayıcıya aittir.”*

Bunlarla birlikte TKHK ayıplı mala ilişkin ispat yükü açısından da sağlayıcıyı işaret etmiştir. *“Teslim tarihinden itibaren altı ay içinde ortaya çıkan ayıpların, teslim tarihinde var olduğu kabul edilir. Bu durumda malın ayıplı olmadığının ispatı satıcıya aittir. Bu karine, malın veya ayıbın niteliği ile bağdaşmıyor ise uygulanmaz”¹⁹¹.*

Tüketicinin korunmasına yönelik Anayasa maddesine uygun Kanun ve Yönetmeliklerle tüketicilerin mağdur edilmesi önlenmek istenmektedir. Bu sebeple elektronik ticaret olarak yapılan işlemler dahil ispat yükü de satıcı veya hizmet sağlayıcıya yüklenmiştir.

¹⁹¹ TKHK, 6502, Madde 10.

SONUÇ

Gelişen teknolojinin, özellikle bilgisayar teknolojisinin bir ürünü olan internet ve elektronik ticaret hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel ticaret usullerini değiştiren sayısız faydayı beraberinde getirdiği ve elektronik ticaretin hayatımızda yeni bir çığır açtığı yadsınamaz.

Ancak, elektronik ticaret bakımından genel kabul görmüş tek bir tanım bulunmamakla birlikte, alıcı ve satıcı ya da hizmet sunan konumundaki tarafların bir araya gelmeksizin, elektronik ortamlarda yapılmasının amaçlandığı mal ve/veya hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sunum, dağıtım, sigorta ve ödeme işlemlerinin elektronik ticaret kapsamına girdiği kabul edilmektedir. Özellikle sınırları kaldıran gelişmeler sonrasında elektronik ortamlarda alımı satımı yapılan hizmetler ön plana çıkmaya devam etmektedir.

Elektronik ticaretin giderek yaygınlaşması hukuk sisteminin yetersiz kalmasına sebep olmuş ve gözden geçirilmesini zorunlu kılmıştır. Küresel gelişmelerle birlikte Türkiye’de genel hükümlerin yanında belirli kanun ve yönetmeliklerle elektronik ticaret ile ilgili düzenleme yapılmıştır. Bu çalışmanın konusunu da bu düzenlemeler oluşturmaktadır.

Özellikle AB müktesebatına uyum kapsamında diğer alanlarda olduğu gibi tüketicilerin korunmasına yönelik çabalarla elektronik ticaret kapsamında yapılan düzenlemeler birbirini tamamlayıcı ve bütünleyici mahiyettedir. Ancak ulusal yazında her iki konuyu birlikte ele alarak inceleme yapan çalışma sayısının çok sınırlı kaldığını ifade etmekte fayda vardır. Çalışmalar genellikle tüketicinin korunmasına yönelik alanda yoğunlaşmaktadır.

Diğer taraftan, elektronik ticareti konu edinen çalışmalar ağırlıklı olarak mesafeli sözleşmelere yönelik incelemelerle konuyu ele almaktadır. Halbuki hizmet sektöründeki gelişmeler, mobilitenin sınır tanınaması, bilgiye erişim olanağı artan ve değişen demografi ile birlikte elektronik ortamın daha sıklıkla kullanılması gibi artış

elektronik ticaret mesafeli sözleşmeler kapsamında giren diğer hizmet türlerine nazaran temel farklılıklar göstermektedir.

Bu çalışmadaki temel amaç kapsamında elektronik ticarete ilişkin yapılan düzenlemeleri gözden geçirilmiş ve farklı düzenlemelere ihtiyaç olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede Borçlar Kanunu başta olmak üzere elektronik ticaretle birlikte elektronik sözleşmeleri ve elektronik imzayı düzenleyen mevzuat incelenmiş ve Türkiye’deki mevcut durum irdelenmiştir.

Türkiye’de e-ticaret, finans sektöründe internet bankacılığıyla başlayarak diğer sektörlerde de uygulanmaya başlamıştır. Etkili ve hızlı bir yöntem olması, masrafları azaltması, rekabeti arttırması, ulusal ve uluslararası pazara rahat erişim olanağı sağlaması, tüketicilere daha çok seçenek sunması gibi sayısız yararının yanı sıra, elektronik ticaret pek çok sorunu da bünyesinde barındırmaktadır. Bu sorunlar arasında, toplumdaki herkesin bilgisayar ve/veya Internet erişimi sahibi olmaması ile bu konudaki eğitim ve bilgi eksikliği, özel bilgiler bakımından gizliliğin sağlanamayacağı yönünde duyulan korku, tüketicilerin korunmasına ilişkin karşılaşılan sorunlar sayılabilir.

İnternete erişim maliyetleri, satın alma gücü paritesine göre OECD ortalamasının altındadır. Fiziki altyapı açısından sorun olarak görülebilecek unsur, geniş bantta erişimin yüksek kaliteye ve yaygınlığa çıkmamış olmasıdır. Oldukça gelişmiş bir transmisyon altyapısına sahip olan Türk Telekom’un, uygun teknolojik tercihlerle geniş bantta hizmet vermesi mümkün olacaktır. İletişim altyapısı azımsanmayacak nitelikte bir veri haberleşmesi imkanı tanısa da, örneğin evlerde internet kullanımının yaygınlaşması bilgisayarlaşma oranının düşük kalması nedeniyle hızla artmamaktadır. Bu sorunun altında şüphesiz önce ekonomik gerekçeler ve sonra eğitim ile kültürel tercihler yatmaktadır.

Bu alanda karşılaşılan en önemli sorunlardan bir tanesi de, çok hızlı gelişen teknolojiye, hukuk düzeninin aynı hızla ayak uyduramamasıdır. Elektronik ticaret çok çeşitli faaliyet ve uygulama alanları içermesi ve hızla gelişen yapısı ile değişik hukukî sorunları da beraberinde getirmektedir. Özellikle elektronik ortamda

sözleşme kurulması aşamasında, hukuki bazı yeni düzenlemelere ihtiyaç olduğu açıktır. Elektronik belge, elektronik işlem, elektronik imza hakkındaki düzenlemelerin yanı sıra, vergi ve ticaret kanunlarında da e-ticarete uygun değişikliklere gidilmesi gerekmektedir.

Ayrıca, tüketicilerin bilgilendirilmesi ile ilişkili olarak elektronik sözleşmelerde tüketicilere tanınan haklar irdelenmiş ve tüketicinin korunması için hayat bulan düzenlemelere yer verilmiştir. Tüketicilerle birlikte satıcı ya da hizmet sağlayıcının tüketicilerin korunması kapsamında bu temel hakları bilmesi ileride karşılaşılması muhtemel olaylar açısından da önem taşımaktadır. Bu sebeple sözleşmeden cayma hakkından zamanaşımına bilgi alma hakkından ödemenin iptali istemine geri alma hakkında kadar farklı alanlarda bilgilere de yer verilmiştir.

Ülkemizde, tüketicinin korunmasına ilişkin temel düzenleme 1982 Anayasasında yer almış ve devlete bu ödevi yerine getirme yükümlülüğü vermiştir. 1995 yılında ayrı bir kanun olarak düzenlenmiş ve mevzuatta Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun olarak yerini almıştır. Aynı isimle 2013 yılında güncellenen Kanun önemini korumuş ve yeni düzenlemelerle küresel gelişmelere ayak uydurulmuştur.

Ancak mezkur Kanun'da elektronik ticaret ayrıca düzenlenmemiştir. Bununla birlikte, Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esaslarına Dair Tebliğ'de, kapıdan satış; iş yeri, fuar, panayır gibi satış mekanları dışında önceden mutabakat olmaksızın tüketicinin evinde veya iş yerinde yapılan satışlar ile toplantılı, katalogdan seçim yolu ile yapılan ve mesafeli satışlar olarak tanımlanmıştır. Mesafeli satışlarda bu tanım içinde yer aldığından, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 48 ve 49. maddelerinde düzenlenen kapıdan satışlara ilişkin hükümlerin, mesafeli satışlar, dolayısıyla elektronik ticaret bakımından da uygulanmaktadır.

Ancak kapıdan satışlar ile elektronik ticaretin aslında birbirinden çok farklı olduğu, kapıdan satışta, elektronik ticaretin tam tersine, tarafların yüzyüze gelmesi gerektiği düşünülecek olursa, ayrıca hukuki açıdan kanunda hüküm bulunmayan bir hususun tebliğ ile düzenlenmesinin mümkün olmayacağı göz önüne alınırsa, bu hükümlerin uygulama kabiliyeti tartışmaya açıktır. Dolayısıyla, Tüketicinin

Korunması Hakkında Kanun'a, özellikle elektronik ticaret konusunu düzenlemeye yönelik en azından bir hükmün eklenmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, elektronik ticareti konu edinen çalışmalara ihtiyaç olduğu görülmektedir. Çok sık olmamakla birlikte, elektronik ticareti işleyen kavramsal tartışmalar Türkiye’de yapılmıştır. Ancak bu çalışmalar çalışılan bilim dalı kapsamında tutularak tam anlamıyla hem tüketici hem satıcı ya da sağlayıcıya hitap etmediği gibi hukuksal açıdan da tam bir açıklık getirmemektedir. Bu nedenlerle, bu çalışmada genel durum değerlendirildikten sonra bazı politika önerilerinde bulunulmuştur.

Bu çalışma ile taraflarda farkındalık yaratılması yönündeki çalışmalara katkı sağlanabildiği düşünülmektedir. Öncelikle elektronik ticaretin giderek daha yaygınlaşacağı anlaşıldığından kavramsal çalışmaların yanında ampirik çalışmalara ağırlık verilmesi gerekliliğine vurgu yapmakta fayda görülmektedir. Örnek olaylarla içtihatlardan yararlanılarak tüm paydaşların istifadesine sunulacak çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

2000/31/EC sayılı Elektronik Ticaret YönergesiA

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (Yürürlükten kaldırılmıştır.)

4822 sayılı Kanunla Değişik 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

5070 sayılı Türk Elektronik İmza Kanunu,
<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/01/20040123.htm>
,08/04/2014.

6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

http://www.koniks.com/topic.asp?TOPIC_ID=48222, 17/03/2014.

<http://web.deu.edu.tr/hukuk/dergiler/dergimiz9ozel/auyumaz.pdf> , 13/04/2014.

<http://eticaretgundem.com/tag/tuketici-bilgilendirme-yukumlulugu/>, 18/04/2014.

http://www.ito.org.tr/wps/portal/mevzuatbilgilendirme?WCM_GLOBAL_CONTEXT=tuketicin-dogru-bilgilendirilmesi, 20/04/2014.

AKBULUT, Akın: **Bilişim Ekonomisi ve E-Ticaret**, Maliye Hesap Uzmanları Derneği, Yapım Tanıtım, İstanbul, 2007.

AKÇEŞME, Dursun/SÖNMEZ, A.Coşkun: **Bir Sanal Noter Uygulamasının Teknolojik ve Hukuki Gereksinimleri**, 3. Uluslararası Katılımlı Bilgi Güvenliği ve Kriptoloji Konferansı, 2004,
<http://www.iscturkey.org/iscold/ISCTURKEY2008/papers/17.pdf>,
21/04/2014.

- AKGÖZ, S.Sedat: **E-Dış Ticaret İşlemleri**, Beta Yayınları, İstanbul, 2009.
- AKKURT, Sinan Sami: **Elektronik Ortamda Hizmet Sunumu ve Buna İlişkin Sözleşmelerin Hukuki Özellikleri**, AUHFD, 60 (1), 2011, s.19.
- AKSU, Sırma: **Türkiye'deki KOBİ'lerin Avrupa Birliği Pazarlarına Açılmasında Elektronik Ticaretin Rolü**, İzmir, 2003.
- ALBAYRAK, Mevhibe: **Gıda Pazarlamasında E-Ticaretin Uygulanma Şekilleri ve Olası Gelişmeleri**. VIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildirileri: Gıda Pazarlaması, 25-27 Haziran, Bursa, 2008.
- ALTINIŞIK, Ulvi: **Elektronik Sözleşmeler**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2003.
- ALTUNDAĞ, Selahattin: **Dijital İmzanın Ticari Hayatta Kullanılması ve Düzenlenmesi**, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 1-2, 2006, www.geocities.com/ceteris_paribus_tr2/g_kucukozyigit2.doc, 18/04/2014.
- ANDERSEN, Arthur: **İnternette Gelişimde Türkiye**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2002.
- ARIKAN, A.Saadet: **Elektronik Ticaret, Hukuk Ve Noterler**, A.Ü. Hukuk Fakültesi- Türkiye Noterler Birliği, Elektronikteki Gelişmeler ve Hukuk Sempozyumu, 26 Ocak, Ankara, 2001.
- ASLAN, İ. Yılmaz: **Tüketici Hukuku Dersleri**, Bursa, 2006.
- ATAMER, Yeşim M.: **TKHK m. 9/A ve Mesafeli Sözleşmelere İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'in AB Mevzuatı Uyumuna İlişkin Görüş ve Değişiklik Önerileri**, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, Cilt XXIII, Sayı 1, Haziran, 2005.
- AYDEMİR, İbrahim: **Elektronik Ticaret Alanındaki Rekabet Sorunları**, Ankara, 2004.

BOZBEL, Savaş: **İnternet Üzerinde Yapılan Hukuki İşlemler**, Yargıtay Dergisi, Ocak-Nisan, Sayı 1-2, Cilt 27, 2001.

Birsen, Kemaleddin, **Borçlar Hukuku Dersleri Borçların Genel Hükümleri**, 4.bs., İstanbul, 1967, s.53, <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2008-77-433>, 15/04/2014.

CANPOLAT, Önder: **E-Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler**, T.C. Sanayi ve Hukuk Müşavirliği,

[http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-devlet/Feb/att-0005/01e.ticaret Sanayi ve Ticaret Bakanl .pdf](http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-devlet/Feb/att-0005/01e.ticaret%20Sanayi%20ve%20Ticaret%20Bakanl.pdf) ,03/02/2014

CHATTERJEE, Charles: **E-Commerce Law For Business Managers**, United Kingdom, Financial World Publishing, 2002.

CHOI, S.Y./STAHL, D.O./WHINSTON, A.B.: **Electronic Payments and The Future Of Electronic Commerce**, 1997, <http://www.kto.org.tr/tr/dergi/dergiyazioku.asp?yno=938&ano=70>, 01.03.2014.

ÇAK, Murat: **Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No.2002/6, İstanbul, 2002.

ÇETİN, Esra: **Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Elektronik Ticaret**, Eskişehir, 2002.

DEMİR, Mehmet: **Kapıdan İşlemlerde Tüketiciyi Koruyan Geri Alma Hakkı**, Ankara, 2001.

DEMİR, Mehmet: **Mesafeli Sözleşmelerin İnternet Üzerinden Kurulması**, Ankara, Turhan Kitabevi Yayınları, 2004.

DOĞANER, Murat: **Elektronik Ticaret Türkiye’de Elektronik Ticaretin Gelişimi Ve İşletmeden Tüketicie Elektronik Ticaret Üzerine Bir**

- Araştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Konya, 2007.
- DOLANBAY, Coşkun: **E-Ticaret Strateji ve Yöntemleri**, Sistem Yayınları, Ankara, 2000.
- EKİN, Nusret: **Bilgi Ekonomisi'nde Elektronik Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:1998-61, İstanbul, 1998.
- Elektronik İmza Kanunu'nun Uygulanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik.
- EREN, Fikret: **Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Cilt 1**, 6. Baskı, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1998, <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2012-98-112>, 03/04/2014.
- EREN, Fikret: **Borçlar Hukuku, Genel Hükümler**, İstanbul 2008.
- ERSOY, Zeynep: **Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları**, İGEME, Ankara, 1999.
- ETKK, 1998, **Dış Ticaret Müsteşarlığı Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu, Hukuk Çalışması Grubu Raporu**, http://www.merno.org/enoterlik_hukuk/rapor.htm, 08/02/2014.
- FALCIOĞLU, M. Özgür: **Türk Hukukunda Elektronik Satım Sözleşmesi ve Kuruluşu**, Ankara, 2004.
- GEZDER, Ümit: **Mukayeseli Hukuk Açısından İnternette Akdedilen Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, Beta, İstanbul, 2004, <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/sayi95>, 17/04/2014.
- GÖÇGÜRBÜZ, Didem: **Elektronik Ticarete Hukuki Yapı ve Yasal Düzenlemeler I**, Mükellefin Dergisi, Kasım, Sayı:95, 2000.
- HAŞILOĞLU, Selçuk B.: **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 1999.

İktisadi Kalkınma Vakfı, (1999) Türkiye'nin Tüketici Koruması Mevzuatının Avrupa Birliği ile Uyumlaştırılması, S. 155, İstanbul <http://kentcevre.politics.ankara.edu.tr/duruabcevre.pdf> , 16/04/2014.

İNAL, Emrehan: **E-Ticaret Hukukunda Gelişmeler ve İnternette Sözleşmelerin Kurulması**, İstanbul, Vedat Kitapçılık Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti., 2005.

İNCE, Murat: **Elektronik Ticaret: Gelişmekte Yolundaki Ülkeler için İmkanlar ve Politikalar**, DPT Yayınları, Ankara, 1999.

İTO, **E-ticaret. Rehberi**, İstanbul, 2006, www.ito.org.tr, 22/02/2014.

Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esaslarına Dair Tebliğ.

KESER, Leyla: **İnternet Üzerinden Yapılan İşlemlerde Elektronik Para ve Dijital İmza**, Ankara, 2002.

KILIÇOĞLU, Ahmet M.: **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, Cilt 1, Ankara, Turhan Kitabevi 2001.

KIRCA, Çiğdem: **İnternette Sözleşme Kurulması**. Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, 20 (4), 2000, <http://www.academia.edu/6987799/> ,24/03/2014.

KIRÇOVA, İbrahim: **İnternette Pazarlama**, Beta Basım Yayım, 2000.

KIRÇOVA, İbrahim/ÖZTÜRK, Pınar: **İnternet'te Ticaret ve Hukuksal Sorunlar**, İTO Yayınları Yayın No:2000-29, 2000.

KÖSE, Nida: **Türk Hukukunda Tüketicinin Ayıplı Mal ve Hizmetlere Karşı Korunması**, İstanbul, 2000.

KÜÇÜKGÖRKEY, Aslı: **Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret**, Kocaeli Üniversitesi İİBF İktisat ve İşletme Bölümü, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi

ve Yönetim Kongresi/Bildiriler Kitabı, 10-11 Mayıs, Hereke - Kocaeli, 2000.

KÜÇÜKÖZYİĞİT, H.Galip: **Elektronik Ticaret, Elektronik İmza ve Hukuk**, 2013, s.3,
www.geocities.com/ceteris_paribus_tr2/g_kucukozyigit2.doc,
08.04.2014.

KÜÇÜKPEHLİVAN, Olcay: **Sözleşmelerin İnternet Aracılığıyla Kurulması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006.

LAUDON, C.K./TRAVER, G.C.: **E-Commerce: Business, Techonology, Society**, The Davis Group Inc.Eyewire, 2001.

Mesafeli Sözleşmelere İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik.

OĞUZMAN, Kemal/ÖZ, M.Turgut: **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, Filiz, İstanbul,2005,<http://journals.istanbul.edu.tr/iuhfm/article/viewFile/1023003787/1023003363>, 01/04/2014.

OECD, OECD Ministerial Conference, **A Borderless World: Realising The Potential of Global Electronic Commerce**, OECD Action Plan for Electronic Commerce, SG/EC(98)9/REV5, Ottawa, 1998.

ÖZDEMİR KOCASAKAL, Hatice: **Elektronik Sözleşmelerden Doğan Uyuşmazlıkların Çözümünde Uygulanacak Hukukun ve Yetkili Mahkemenin Tespiti**, İstanbul, 2003.

ÖZTUNA COX, Buket: **Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler**, İstanbul, Pusula Yayıncılık, <http://web.deu.edu.tr/hukuk/dergiler/dergimiz9ozel/auyumaz.pdf>, 2002, 18/02/2014.

PALMER, C.: **Using IT for competitive advantage at Thomson Holidays**, Long Range Planning, Institute of Strategic Studies Journal, Cilt 21, Sayı 6,

1988, s.26-29, <http://acikarsiv.atilim.edu.tr/browse/300/372352.pdf>, 05/02/2014.

PARLAK, Belda Senel: **Tüketici Kredisinden Doğan Hukuki Uyuşmazlıklar ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Uygulaması**, Ankara, 2001.

PENSE, Funda: **Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde, E-Ticaretin Rekabet Şartlarına Etkilerinin Araştırılması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2008.

SAĞLAM, İpek: **Elektronik Sözleşmeler**, İstanbul, 2007.

SARIAKÇALI, Turgay: **İnternet Üzerinden Akdedilen Sözleşmeler**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008.

SAVAŞ, Abdurrahman: **İnternet Ortamında Yapılan Sözleşmeler**, Konya, 2005, <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2011-95-728>, 27/03/2014.

SEVİNÇ, Erkan: Ege Yeminli Mali Müşavirlik ve Bağımsız Denetim A.Ş., 2014, <http://www.ymm.net/e-ticaret/e-imza.html>, 14/03/2014.

SMEDINGHOFF, Thomas J.: **Online Transactions: The Rules for Ensuring Enforceability in a Global Environment**, The Computer & Internet Lawyer, April, 2006.

SÖZER, Bülent: **Elektronik Sözleşmeler**, İstanbul, 2002.

TEKİNAY, Selahattin S./AKMAN, Sermet/BURCUOĞLU, Haluk/ALTOP, Atilla: **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1993, <http://calismatoplum.org/sayi24/sevimli.pdf>, 08/04/2014.

TURBAN, Efraim/CHUNG, H.Michael/LEE, Jae Kyu/CHUNG, Michael: **Electronic Commerce: A Managerial Perspective**, Prentice Hall, USA, , <http://www.allbookez.com/electronic-commerce-managerial-perspective>, 14/02/2014.

ULUÇAY, Utku: **Dünyada ve Türkiye’de E-Ticaret**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2012

Understanding the WTO,
http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/tif_e.htm, Erişim,
27/02/2014.

UYGUR, Eren: **E-Ticaret ve Türkiye’deki Durumu**. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2010.

UYUMAZ, Alper: **Elektronik Sözleşmelerin Web Siteleri Aracılığıyla Kurulması ve Bu Sözleşmelerin İfası**, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt: 9, Özel Sayı, 2007,
<http://web.deu.edu.tr/hukuk/dergiler/dergimiz9ozel/auyumaz.pdf>,
,18/03/2014.

ÜSTÜN, Zübeyde Meltem: **Türk ve Avrupa Birliği Tüketici Hukukunda İmalatçının Hukuki Sorumluluğu**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007.

WHITELEY, David: **E-Commerce; Strategy, Technologies and Applications**, The McGrawHill Companies, Manchester Metropolitan University, 2000.

YILDIRIM, Abdülkerim: **Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2008.

YILDIZ, Habib/KAYIHAN, Şaban: **Elektronik Ticaretin Hukuki ve Vergi Boyutu**, Seçkin Yayıncılık, Ankara,
http://www.turkhukuksitesi.com/makale_1233.htm , 2004, Erişim,
09/03/2014,2004.

YILDIZ, Ramazan: **Tüketicinin Korunması Ve Temsili Açısından AB ve Türkiye Karşılaştırması**, Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul, 2009.

ZEVKLİLER, Aydın: **Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a Göre Satılan Ayıplı Mallardan Dolayı Sorumluluk**, İçinde: Yazman, İrfan (Yayına Hazırlayan); Türkiye’de Tüketicinin Korunması Sorunlar Perspektifler, Türkiye Esnaf Sanatkar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü, S. 18, Ankara, 1996.