

146184

T. C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

E-TİCARET VE HUKUKSAL ALTYAPISI

Danışman

YARD. DOÇ. DR. ZEKİ YILMAZ

Hazırlayan

Osman ERTÜRK

0091014156

146184

Kütahya – 2004



**E-TİCARET
VE HUKUKSAL ALT YAPISI
(Yüksek Lisans Tezi)**

Osman ERTÜRK

Kütahya 2004

Kabul ve Onay

Osman ERTÜRK'ün hazırladığı “**Elektronik Ticaret ve Hukuksal Alt Yapısı**” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğin ilgili maddelerine göre değerlendirilip kabul edilmiştir.

26.10.2004

Tez Jürisi

Yard. Doç. Dr. Zeki YILMAZ (Danışman)

..... Zeki Yılmaz

Yard. Doç. Dr. İlhan ÜZÜLMEZ

..... İlhan Üzülmöz

Yrd. Doç. Dr. M. Kemal DEMİRCİ

..... M. Kemal Demirci

Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN

Sosyal Bilimler Müdürü

..... Ahmet Karaaslan

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “E-Ticaret ve Hukuksal Altyapısı” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılar yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

20/04/2004

Osman ERTÜRK

Osman Ertürk

ÖZGEÇMİŞ

1975 yılında Gediz / Kütahya'da doğdu. İlköğretimini Fatih İlköğretim Okulunda, orta okulu Gediz'de, liseyi de Bursa'da tamamladı. 1994 yılında başladığı üniversite eğitimini, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nde 1998 yılında tamamladı. Aynı yıl Kütahya Barosuna kayıtlı olarak avukatlık stajına başladı. 2000 yılında D.P.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim-Organizasyon Bilim Dalı'nda yüksek lisansa başladı. Halen Gediz ilçesinde serbest avukat olarak mesleğine devam etmektedir.



ÖZET

İnsanlığın gördüğü en hızlı değişim süreçlerinden birisinin tam ortasındayız. Daha birkaç yıl öncesine kadar bilgi teknolojilerinden haberdar olmayan insanlar bugün sınırsız bilginin kullanıcıları haline geldiler. Bu gün teknolojinin ulaştığı seviye, bireylerin ve devletlerin sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi faaliyetlerini dijital bir ortamda yapmalarına imkan sağladı. Bu durum piyasaların küreselleşmesine, tek bir Pazar haline gelmesine yol açtı. Artık içinde yaşadığımız ekonomi, bilgi ekonomisi ve haberleşmedir. Toplum alanında, ekonomide ve diğer tüm alanlarda ortaya çıkan çok boyutlu ve dinamik gelişmelere özellikle bilişim teknolojisindeki gelişmelerin eklenmesi ile ticaret de değişikliğe uğrayarak geleneksel usulleri aşır teknolojik ortamda gerçekleştirilebilecek bir niteliğe kavuşmuştur. Günümüzde taraflar fiziki bir bağlantı ya da değişime girmeksizin elektronik ortamda karşılıklı olarak alışverişte bulunmaları ve daha bunun gibi sayısız işlem ve faaliyetleri gerçekleştirmeleri, bilinen terimiyle e-ticaret yapmaları mümkün oldu.

Hiç şüphesiz sanal ortamda yapılan bu faaliyetler karşılanması gerekli yeni ihtiyaçları ve cevap bekleyen sayısız soruları da beraberinde getirdi. Bugün tüm elektronik ticaret ve ilgili faaliyetlerini sağlıklı ve güvenli bir sisteme kavuşturacak olan yegane formül etkin ve güvenilir bir yasal çerçevenin oluşturulmasıdır.

İnternete ilişkin düzenlemelerin önündeki en büyük problem, internetin özgür ortamı ile hukukun niteliği gereği düzenleyici ve kısıtlayıcı olan karakterleri arasındaki çatışmanın uzlaştırılabilmesidir. Bu problemi devletlerin iç hukuk hükümleri ile çözmek imkansızdır. Buradaki yegane çözüm tüm dünyayı kapsayan bir düzenlemeye, işbirliğine gidilmesidir.

Ülkemizde internet ve hukuk konusunda ne mevzuatın, ne doktrinin ne de yargı uygulamalarının yeterli olduğu söylenemez. Dünyadaki internet kullanım oranına göre çok düşük kullanıcıya sahip olan ülkemizde internet hukuku da henüz emeklemeye başlayan bir çocuk gibidir.

ABSTRACT

Today we are in a fastest transformation period that the human being has ever seen. Not more than one or more years before the human beings weren't aware of knowledge technology but today they became the users of unlimited knowledge. Today the level that the technology reached gave to person and government the possibility to make their social, cultural economical and political activities into a digital place. This caused the promenading became global and also became a single open market finally the economog that we are living in is a knowledge economy and communication. Various and dynamic developments that is seen in social, economic and other fields, especially when the developments in knowledge technology are added, also the trade changed and it exceeded the traditional methods and reached to a quality which can be certified in an technological field Nowadays the sides can de their shopping's and innumerable transactions like these without having a physical connection or exchange in the electronical space, the term as we know called e-trade.

Uncertainly these activities made in the conjectural fields brought new needs that must be salved innumerable questions which must be replied together. Today the only active and reliable formulas that cause to reach the all electronic commerce and activities like these to a reliable and healthy system is to form a legal frame.

The biggest problem in front of the organization concerning internet is, to salve the dispute between the independent field of internet and the restricting an organizing characteristic which is because of law's quality. It is impossible to solve this problem with the governments' interior law. The unique solution is going to an organization an to a cooperation which in dudes the whole world.

It isn't we can't say said that not the laws the doctrin and the applies in the judgment are enough about the internet and law in our country. According to the internet usage percent in the world we have a very low internet user, in cur country still the internet law is like a child crawling an all front.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VI
İÇİNDEKİLER.....	VII
TABLolar.....	XII
ŞEKİLLER.....	XIII
GRAFİKLER.....	XIV
KISALTMALAR.....	XV
TEZ HAKKINDA.....	XVII

BİRİNCİ BÖLÜM**E-TİCARETİN TANIMI, KAPSAMI VE GELİŞİM SÜRECİ**

1.1. E-Ticaretin Tanımı.....	2
1.2. E-Ticaretin Kapsamı ve Gelişim Süreci	3
1.2.1. Gelişim Sürecinde Sağlanması Gereken Koşullar.....	8
1.2.1.1. Uluslararası Alanda Sağlanması Gereken Koşullar.....	8
1.2.1.1.1. Dünya Ölçeğinde Geçerli İlke, Politika, Norm ve Standartların Oluşturulması.....	8
1.2.1.1.2. Küresel Pazarın Açık Tutulması (Serbest Ticaret).....	9
1.2.1.1.3. Açık Ağ Erişimi Konusunda Ülkeler ve Bölgeler Arasındaki Farkların Azaltılması.....	10
1.3. E-Ticaretin Türleri	11
1.3.1. İşletmeden İşletmeye E-Ticaret.....	11
1.3.2. İşletmeden Tüketicisy E-Ticaret.....	12
1.3.3. Tüketiciden Tüketicisy E-Ticaret.....	12
1.3.4. Tüketiciden İşletmeye E-Ticaret.....	12
1.3.5. İşletmeden Devlete E-Ticaret.....	13
1.4. E-Ticaretin Faydaları.....	13
1.4.1. Küresel İletişim.....	13
1.4.2. Şirket Lojistiği.....	14
1.4.3. Rekabet Avantajı.....	15
1.4.4. Bilgi Kaynakları.....	15
1.4.5. Müşteri Geri Bilgilendirmesi ve Desteği.....	16
1.4.6. Pazarlama ve Satış.....	16

1.4.7. İşbirliği ve Gelişme.....	17
1.4.8. Satıcı Desteği ve Ağ Kurma.....	18
1.5. E-Ticaret Stratejileri	18
1.5.1. Strateji Belirlemek.....	18
1.5.2. Araştırma ve Geliştirmeden Yararlanmak.....	20
1.5.3. İnternet Araçlarını Kullanmak.....	22
1.5.4. E-Ticaretin Gelişmesine Destek Sağlamak.....	22
1.6. E-Ticaret'in Güvenilirliği	23
1.6.1. SSL (Secure Sockets Layer).....	24
1.6.2. SET (Secure Electronic Transaction).....	26
1.6.3. 3D SET (Three Domain Secure Electronic Transaction).....	27
1.7. Küreselleşme ve E-Ticaret	29
1.8. E-Ticaretin Etkileri.....	30
1.8.1. E-Ticaret'in Ekonomik ve Sosyal Etkileri	30
1.8.2. E-Ticaretin Yönetime Etkileri.....	33
1.8.3. E-Ticaretin KOBİ'lere Etkileri.....	35
1.8.4. E-Ticaretin Reklamcılık ve Pazarlamaya Etkileri.....	38
1.8.5. E-Ticaretin Alışverişe ve Tüketicie Etkileri.....	39

İKİNCİ BÖLÜM

E-TİCARETİN HUKUKSAL ALTYAPISI ve DÜNYADAKİ UYGULAMALAR

2.1. Dünyada E-Ticaret Uygulama ve Çalışmaları.....	43
2.1.1. G7 Ülkelerinde Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar.....	43
2.1.2. Japonya'da Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar.....	44
2.1.3. Avrupa Birliğinde Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar.....	44
2.1.4. Avustralya'da Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar.....	45
2.2. E-Ticaret Düzenlemeleri ve Uygulamaları.....	46
2.2.1. Kullanıcı ve Tüketiciler için Güven Oluşturulması.....	46
2.2.2. Sayısal E-Ticaret İçin Temel Kuralların Oluşturulması.....	47
2.2.3. E-Ticaret İçin Bilgi Altyapısının Arttırılması.....	47
2.2.4. Uluslararası Kuruluşlar ve Bölgesel Birliklerdeki Çalışmalar.....	47
2.3. İnternetin Hukuki Düzenleme Altına Alınması.....	49
2.3.1. Hukuki Düzenlemeye İlişkin Başlıca Sorunlar.....	51

2.3.2. İnternet’le ilgili Ortaya Çıkan Başlıca Hukuki Sorunlar.....	53
2.4. Bölgesel Birliklerdeki Elektronik Ticaret Çalışmaları ve AB nezdindeki E-Ticaret	
Düzenlemeleri.....	54
2.4.1. Şeffaflık Yönergesi.....	55
2.4.2. Elektronik İmza Yönergesi.....	55
2.4.3. Elektronik İşlemlerde Güvenlik.....	56
2.4.4. Telif Hakkı Yönergesi.....	58
2.4.5. Veri Koruma Yönergesi.....	58
2.4.6. Dolaylı Vergilendirme.....	59
2.4.7. Mali Hizmetler	59
2.4.8. E-Ticaret Yönergesi.....	60
2.4.9. E-Avrupa.....	60
2.5. Avrupa Birliği Yönergesi Uyarınca Belirlenen Yasal Parametreler	62
2.5.1. 2000/31 EC Yönergesinin Hedefi.....	63
2.5.2. İç Pazar İçin Genel Bir Yasal Çerçevenin Gerekliliği.....	64
2.5.3. İlk Planda Çözüm Getirilmesi Gerekli Sorunlar.....	66
2.5.3.1.İnternet Servis Sağlayıcılarının (İSS’lerin) Kuruluşu.....	65
2.5.3.2.Ticari İletişim.....	66
2.5.3.3.Elektronik Sözleşmeler.....	68
2.5.3.4.Aracı Konumundaki ISS’lerin Sorumlulukları.....	70

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE E-TİCARET UYGULAMALARI VE HUKUKSAL

ALTYAPISI

3.1. Türkiye’de E-Ticaret ve Bilgi-İletişim Teknolojilerinin Alt Yapısı.....	72
3.1.1. Ulusal Enformasyon Altyapısı.....	73
3.2. Türkiye’de Elektronik Ticaretin Hukuksal Alt Yapısı.....	74
3.2.1. Özel Hukuk Açısından Elektronik Ticaretin Hukuksal Alt Yapısı.....	74
3.2.1.1.İnternet Alan İsimlerinin Korunması.....	74
3.2.1. 2.Kişisel Verilerin Korunması.....	77
3.2.1.3.Tüketicinin Korunması.....	78
3.2.1.4.Sözleşme Hukuku.....	85
3.2.1.5.Haksız Rekabet Hukuku.....	86
3.2.1.6. İspat Hukuku.....	87
3.2.1.7. Fikri Haklar Hukuku.....	89

SONUÇ	94
KAYNAKÇA.....	98
DİZİN.....	107



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1: Dünyada İlk 15 Ülkenin Toplam İnternet Kullanıcı Sayıları	5
Tablo 1.2: E-Ticaretin Kullanım Oranı.....	7
Tablo 1.3: Cep Telefonu, İnternet ve E-Ticaret Karşılaştırması	7
Tablo 1.4: Türkiyedeki İnternet Kullanıcı Sayısı ve E-Ticaret Hacminin Karşılaştırılması	8
Tablo 1.5: Sektörler İtibariyle E-Ticaretin Sağladığı Tasarruf Oranları	31

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: İnternet'in ve E-ticaretin Tarihsel Gelişim Evreleri.....4



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1: Bazı Mal ve Hizmetlerin Elektronik Satışında Olası Gelişmeler.....5

Grafik :1.2: 1999-2003 Döneminde İşletmeden İşletmeye E-Ticaret Satışları.....11



KISALTMALAR

ABD.	: Amerika Birleşik Devletleri
AB	: Avrupa Birliği
AR-GE	: Araştırma – Geliştirme
BIS	: Uluslar arası İşlemler Bankası
CA	: Certificate Authority
CEFACT	: Birleşmiş Milletler İdari, Ticari ve Ulaşım İlgili Uygulama ve Usulleri
DES	: Data Encryption
E-	: Elektronik
GTP. NET	: Global Trade Point Network
IEC	: Uluslar arası Elektronik Komisyonu
ILO	: Uluslar arası İş Örgütü
ITO	: Uluslar arası Telekomünikasyon Birliği
KDV	: Katma Değer Vergisi
KOBİ	: Küçük/Orta Boy İşletme
OECD	: Ekonomik İşbirliği Geliştirme Örgütü
RSA	: Rivest Shamir Adleman
SET	: Secure Electronic Transaction
SSL.	: Secure Sockets Layer
TC	: Türkiye Cumhuriyeti
TCK	: Türk Ceza Kanunu
TKY.	: Toplam Kalite Yönetimi
UNCITRAL	: Birleşmiş Milletler Uluslar arası Ticaret Hukuku Komisyonu Kolaylaştırma Merkezi
UNCTAD	: Birleşmiş Milletler Ticaret ve Gelişme Komitesi
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UPU	: Dünya Posta Birliği

WB	: Dünya Bankası
WCO	: Dünya Gümrük Teşkilatı
WIPO	: Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü
WWW.	: Word Wide Web
3D SET	: There Domain Secure Electronic Transaction



TEZ HAKKINDA

Araştırmanın Problemi

Bu gün teknolojinin ulaştığı seviye, bireylerin ve devletlerin sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi faaliyetlerini dijital bir ortamda yapmalarına imkan sağladı. Hiç şüphesiz dijital ortamda yapılan bu faaliyetler karşılansması gerekli yeni ihtiyaçları ve cevap bekleyen soruları da beraberinde getirdi. İşletmeler fiziki bir bağlantıya ve değişime girmeksizin dijital ortamda ticaret yapma imkanına sahip oldular. İnternetin ticaret hayatına girmesiyle de hukuki sorunlar ortaya çıkmaya başladı. İnternette yapılan ticarete ilişkin yeni hukuki düzenlemelerin yeterli olup olmadığı, internetin özgür ortamı ile hukukun niteliği gereği düzenleyici ve kısıtlayıcı olması arasındaki sorunlar araştırmamızın problemidir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmada birinci amaç olarak, teorik bilgiler doğrultusunda E-ticaret'in tanımı, türleri, faydaları, stratejileri, güvenilirliği, dünyaya ve Türkiye'ye etkileri hakkında açıklamalar yapılacak ve bu açıklamalar doğrultusunda e-ticaretin durumu ve güvenli olup olmadığı ortaya konulacaktır.

Bu amaca bağlı olarak işletmelerin e-ticareti kullanmaları sonucu ortaya çıkan sorunların neler olduğu ve bunlara ilişkin çözüm yollarının neler olabileceği araştırılmaktadır.

Diğer bir amacımız İnternete ilişkin düzenlemeler yaparken karşımıza çıkan en büyük sorun, internetin özgür ortamı ile hukukun niteliği gereği düzenleyici ve kısıtlayıcı olan kurumlar arasındaki çatışmanın uzlaştırılabilmesidir. Bu problemi devletlerin iç hukuk uygulamaları ile çözümlenmesinin imkansız olduğu, buradaki yegane çözüm tüm dünyayı kapsayan bir düzenlemeye, işbirliğine gidilmesinin olduğu vurgulanacaktır.

Bir başka amaç olarak ta, Ülkemizde internet ve hukuk konusunda ki mevzuatın, düzenlenmesinin ve yargı uygulamalarının yeterli olup olmadığıdır.

Araştırmanın Önemi

Araştırmamızın önemi;

- E-ticaret çarpan etkisine sahiptir. Başka bir ifade ile, e-ticaretin bir çok olumlu dış etkisi vardır. E-ticaret ile satıcı ve alıcının şeffaf ve tam rekabete yakın bir

ortamda bir araya gelmesine imkan verilerek, kaynakların daha etkin kullanımı, dolayısıyla toplumsal refahın artışına katkı sağlanabilecektir.

- E-ticaret için gerekli düzenlemelerin yapılması ve e-ticaretin gelişimine yönelik engel teşkil edebilecek tüm teknik, hukuki ve idari belirsizliklerin ortadan kaldırılması ile e-ticaret Avrupa Birliği ve Türkiye dahil olmak üzere, global bazda ekonomik ve sosyal hayatı büyük ölçüde etkileyecektir.

Gelişen teknolojinin yarattığı bir kitle iletişim aracı olan internetin tüm sınırları altüst eden global karakteri karşısında internet'e ilişkin olarak öngörülen ulusal hukuki düzenlemeler yeterince etkili olmamaktadır. İnternet ifade özgürlüğünün kullanıldığı bir alandır. Bu nedenle, iletişim özgürlüğünden yararlanmak sureti ile ifade özgürlüğünün kullanıldığı bir alan olarak internet, çok sıkı hukuki sınırlamaların tasvip göreceği ve benimseneceği bir alan değildir.

- Ülkemizde internet ve hukuk konusunda ne mevzuatın, ne doktrinin ne de yargı uygulamalarının yeterli olduğu söylenemez.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada yöntem olarak, literatür taraması ile kütüphane çalışması yapılarak kitap, ve internet kaynaklarından yararlanılacaktır. Bu kaynaklardan elde edilen bilgilerle, ul ve uluslararası bazda karşılaştırmalar yapılarak tezin amacına ulaşılmaya çalışılacaktır.



TEZ METNİ



BİRİNCİ BÖLÜM
E-TİCARETİN TANIMI, KAPSAMI VE GELİŞİM SÜRECİ



1.1. E-Ticaret'in Tanımı

Bilgisayarların gündelik yaşama girmesi, dünyanın çehresini değiştirmekte ve kağıt üzerinde yapılmakta olan bütün işlemler için, bir elektronik ortam sunulmaktadır. İnsanların birbirleriyle yüz yüze konuşarak yaptıkları birçok iş, yerini bilgisayarların otomatik olarak yapabildikleri Elektronik Veri Değişimine bırakmaya başlamıştır.¹ Elektronik Veri Değişimi sayesinde bilgisayarlar, kendilerine belirli bir yazılımla önceden öğretildiği şekilde ve kullanıcılarının istediği konularda, birbirleriyle otomatik olarak veri alış-verişi yapmakta, otomatik olarak yollanan ve alıcısına ulaşan verileri yine otomatik olarak değerlendirebilmektedirler. Böylelikle bilgi, onu kullanacak olanın eline adeta hammaddeden ürüne dönüşmüş olarak ve gerekli son adıma kadar işlenmiş olarak geçebilmektedir.

¹ ÖZTUNA, Buket, *Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*, Pusula Yayınları, İstanbul, 2002, s. 3.

Öte yandan, dünyanın apayrı iki ucundaki birbirini hiç tanımayan iki bilgisayar kullanıcısı, yüzyüze hiç görüşmeden, sanal bir uzay içinde tanışabilmekte, birbirleriyle görgü, bilgi veya mal alışverişinde bulunabilmektedirler. E-Ticaret olgusu, işte böyle bir gelişmenin sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

E-Ticaret, ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi, elektronik ortamda buluşması, ödeme sürecinin ve taahhüdün yerine getirilmesi,² mal veya hizmetin müşteriye teslimi, satış sonrası bakım desteği gibi hizmetlerin temin edilmesi³ sürecini kapsayan bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır.

E-Ticaret ile daha esnek yapıya kavuşan, tedarikçileri ile daha yakın çalışan, müşterilerinin beklenti ve ihtiyaçlarına daha hızlı cevap veren firmalar da global ölçekte değişim yaşamaktadır. E-Ticaret, firmalara en iyi tedarikçiyi seçme ve tüm dünyaya satış yapma imkanı sunmaktadır.

1.2. E-Ticaretin Kapsamı ve Gelişim Süreci

E-ticaret kuşkusuz yenidir, ancak geçerli olan esaslar ve ilkeler bakımından geleneksel ticari yöntemlerle benzerlikler içermekte, zaman zaman aynı yöntemleri kullanmaktadır. Dolayısıyla e-ticaret, her anlamda yeni ve geleneksel ticarete alternatif bir ticari usuller seti değil, iletişim ve bilgi işleme teknolojilerinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan ve ticareti kolaylaştıran bir yeniliktir. E-ticaret, televizyon, telefon, faks vb. geleneksel araçlarla gerçekleştirilmişse de, internette gerçekleştirilen e-ticaret çok önemli yenilikler getirmiştir.⁴

İnternet ortamında e-ticaret şirketler tarafından yoğun olarak 1996 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Bundan önceki yıllarda da e-ticaret uygulamalarının varlığından bahsetmek mümkündür. Ancak, bu tür uygulamalar “intranet” olarak adlandırılan şirket içi ağlarla ya da belirli müşterileri ile bilgi alışverişinde/ticari ilişkide buldukları ve üçüncü taraflara kapalı olan uygulamalardır.⁵

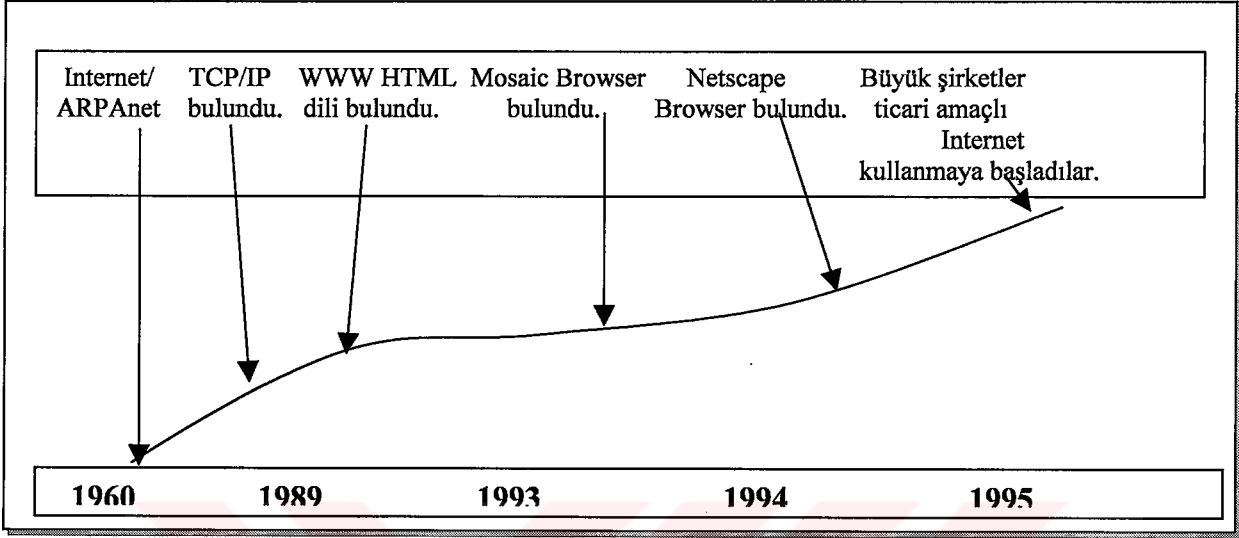
² ERSOY, Zeynep, *Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları*, İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 1999, s.24.

³ ERTAŞ, Sacit, *Elektronik Ticaret, Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, s.2.

⁴ KESER, Aşkın, *Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği Elektronik Ticaret*, Alfa Yayınları, 2000, s.94-95.

⁵ BOZKURT, Veysel, *Elektronik Ticaret*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, s.99.

Şekil 1.1: İnternetin ve E-ticaretin Tarihsel Gelişim Evreleri



Kaynak : <http://www.ekutup.dpt.gov.tr/tuketici/oik557.pdf>. (17 Kasım 2002)

1989 yılında bulunan “world wide web (www) html dili” (standart kodlama sistemi) ve daha önce 1980’lerin ortalarında geliştirilen TCP/IP transfer protokolü, bilgisayarların açık ağlarda, ya da daha iyi bilinen adıyla “İnternet” üzerinde birbirleri ile iletişime geçmesini sağlamıştır. Daha sonra, tarama, sınıflandırma araçları, hızlı işlemciler, uydular, optik kablolar vb. gibi bilgisayar ve iletişim teknolojilerinde sağlanan diğer gelişmeler, söz konusu iletişimi önceden öngörülemeyen boyutlara taşımıştır. 1992 yılında 1 milyon olan host (sunucu) bilgisayar sayısı, 1997 yılında 20 milyon, 2000 yılında 374.9 milyon’dur.⁶ Türkiye’de 2000 yılı Aralık ayı itibariyle mevcut internet abonesi sayısı, 1.550.000 iken dünya genelinde ilk onbeş ülke ve toplam internet kullanıcı sayısı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

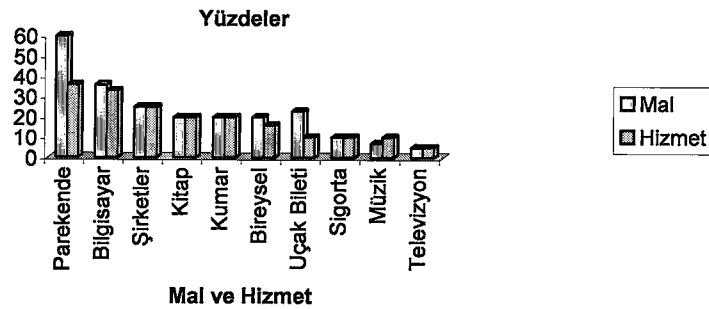
⁶ <http://www.wilsonweb.com/wmt6/start-niche.html>, s.2., 26.02.2001

Tablo 1.1: Dünyada İlk 15 Ülkenin Toplam İnternet Kullanıcı Sayıları

Sıra	Ülke	İnternet Kullanıcısı (Milyon)
1	A.B.D	135.7
2	Japonya	26.9
3	Almanya	19.1
4	İngiltere	17.9
5	Çin	15.8
6	Kanada	15.2
7	Güney Kore	14.8
8	İtalya	11.6
9	Brezilya	10.6
10	Fransa	9
11	Avusturya	8.1
12	Rusya	6.6
13	Tayvan	6.5
14	Hollanda	5.4
15	İspanya	5.2
	Dünya Toplamı	374.9

Kaynak : <http://www.wilsonweb.com/wmt6/start-niche.html>, s.2., (26.02.2001).

E-ticaretin gelişim sürecinin, doğal olarak, İnternet'in gelişimine paralel olduğu gözlenmektedir. Çünkü, e-ticaret kavramı; herkese açık elektronik ağ üzerinden gerçekleştirilen ticari faaliyetleri ifade etmektedir. Toplam e-ticaretin, 1998 yılında tahmin edilen 26 milyar USD'lik seviyesinden, 2002 yılında 330 milyar USD iken, 2005 yılında da 1 trilyon USD seviyesine yükselmesi beklenmektedir.

Grafik 1.1: Bazı Mal ve Hizmetlerin Elektronik Satışında Olası Gelişmeler

Kaynak : <http://ekutup.dpt.gov.tr/ticaret/incem/eticaret.html>, 18.07.2002

Gelişmiş ülkelerde iş dünyası giderek artan bir hızla internet üzerine taşınmaktadır. İnternetin sağladığı avantajları keşfeden işletmeler mevcut organizasyonlarını online ticarete yönelik yeni uygulamalarla geliştirmektedirler.⁷

İnternetteki hızlı gelişmenin en çok etkilendiği sektör web sayfalarıdır. İnternet ile birlikte artık e-ticaretin daha şimdiden beş alanda köklü değişimlere yol açacağı üzerinde görüş birliğine varıldığı söylenmektedir.⁸

a. E-Ticaret, pazaryerine dönüşmektedir. Pazaryeri nesnel bir düzlemden sanal bir düzleme taşınmış bulunmaktadır. Pazaryerinin değişmesi tek başına önemli sayılmayabilir, ancak bununla birlikte alış-veriş yöntemleri tümüyle yeni bir biçim almaktadır. Alıcı satıcı ilişkisinin değişik bir düzleme taşınmasıyla birlikte, önce geleneksel aracılık kalkacaktır. Bunu alışverişin yeniden örgütlenmesi, ticarete bağlı hizmetlerin yeni biçimde sürdürülmesi ve bu işlevleri gerçekleştirecek becerikli insan gücü yetiştirilmesi izleyecektir.

b. E-Ticaret, alım-satım ve buna bağlı işlemleri hızlandırıcı ve yaygınlaştırıcı bir etki yapmaktadır. Özellikle, işletmeler arasında elektronik veri değişim sistemlerinin gelişmesiyle, daha doğrusu teknolojik alt yapı gelişmesine bağlı olarak ekonomik işlemlerin hız-yaygınlık süreçleri de gelişmektedir.

c. E-Ticaret, ekonominin işleyiş yoğunluğunu arttırmaktadır. Gerek büyüklü küçüklü işletmeler gerek işletmelerle tüketiciler arasındaki ekonomik ilişkiler e-ticaret ile pekiştirilmektedir. Yalnız çok büyük işletmelerin değil küçük mal ve hizmet üreticilerinin ve daha da önemlisi tüketicilerin dünya ölçeğinde iş görmesi sağlanmakta, coğrafi ve ekonomik sınırlar henüz tümüyle ortadan kalkmasa da başta finans işlemleri olmak üzere bir çok alanda önemli ölçüde aşamalar sağlanmaktadır.

d. Açıklık, e-ticaretin gerek teknolojik gerek düşünsel bakımdan ana özelliğini teşkil etmektedir. Mülkiyete bağlı gizlilik konusu olmayan işlemlerin ve verilerin, özellikle iki kesime, işletmenin alıcı ve satıcı olarak iş yaptığı işletmelere ve tüketicilere açık olması e-ticaretin temelidir. Açılma sürecinin belirli ilke, kural ve standartlara bağlanması gerekir.

⁷ GATES, Bill, **Dijital Sınır Sistemiyle Dününce Hızında Çalışmak**, (Çev. Ali Cevat Akkoyunlu), Doğan Ofset, İstanbul, 1999, s.83.

⁸ KEPENEK, Yakup, **Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret**, ODTÜ İktisadi Böl. Ve Teknoloji Politikaları Merkezi, Ankara, Mart 1999, s. 55.

e. E-Ticaret zaman kavramını alt üst etmektedir; zamanın görece önemini değiştirmektedir. Bilindiği gibi, ekonomiye ilişkin hemen tüm veriler ve değişkenler zamana bağlı tanımlanmaktadır. Üretim, verimlilik, kar, ücret vb. kavramların anlam ifade etmesi için gün, ay, yıl gibi belli bir süre ile birlikte belirtilmeleri anlaşılır olmaları için gereklidir. Bu anlayışın temelinde ekonomik etkinlik ve verimlilik yatmaktadır.

E-ticaretin gelişimi konusunda yayınlanan başka bir çalışma 1999'daki işlem hacminin yaklaşık %100'den çok daha fazla katlanarak 2004'e kadar yükseleceğini göstermektedir.

Tablo 1.2:E-Ticaretin Kullanım Oranı

YILLAR	İşletme İşlem Hacmi (Milyar \$)
1999	145
2000	403
2001	953
2002	2.180
2003	3.950
2004	7.290

Kaynak: ENE, Selda, **Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama**, Pusula Yayınları, İstanbul, 2002, s.20.

E-ticaretin gelişimini, internet erişimi ve cep telefonunun gelişimine paralel olarak ülkeler itibariyle izleyen başka bir araştırmaya göre sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 1.3: Cep Telefonu, İnternet ve E-Ticaret Karşılaştırması

ÜLKE	CEPTEL (a)	İNTERNET (%)	E-Ticaret (b)
Fransa	28	10	9.20
Almanya	21	15	16.30
İtalya	50	8	5.40
İsveç	55	48	86
İngiltere	32	23	26
ABD	25	43	112

Kaynak : ENE, a.g.e, s. 20.

E-ticaret dünyada olduğu gibi ülkemizde de internet kullanımı ve e-ticaret hacmi hızla artmaktadır. E-ticarete potansiyel pazar hızla büyüyecek ve bu pazarda pay sahibi olmak, giderek daha önemli hale gelecektir. Bu nedenle bu pazarda yer almak isteyen işletmelerin, sektörün ortalama büyüme hızından daha hızlı yatırım yapmaları gerekmektedir.

Tablo 1.4: Türkiyedeki İnternet Kullanıcı Sayısı ve E-Ticaret Hacminin Karşılaştırılması

Tahminler	Türkiye	ABD	TOPLAM
B2C e-ticaret hacmi	20,1 Milyon\$	37 Milyar \$	56 Milyar \$
İnternet Kullanıcı Sayısı	1,8 Milyon	136 Milyon	375 Milyon
Kişi başına düşen yıllık online harcama	11,2 \$	273 \$	149\$
Bilgisayar Sayısı	2,45 Milyon	153 Milyon	521 Milyon

Kaynak: http://www.ykb.com.tr/hizmetler/e_ticaret, 25.03.2002

1.2.1. Gelişim Sürecinde Sağlanması Gereken Koşullar

E-Ticaretin ulusal ve uluslararası alanda gelişimini sağlamak için bazı koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu koşullar;

1.2.1.1. Uluslararası Alanda Sağlanması Gereken Koşullar

1.2.1.1.1. Dünya Ölçeğinde Geçerli İlke, Politika, Norm ve Standartların

Oluşturulması

E-ticaret, dünya ticaretinin küreselleşmesi açısından gelinen en son noktayı ifade etmektedir. Daha ileri bir görüşle e-ticaret; OECD, UNCTAD ve DTÖ gibi birçok uluslararası organizasyonun uzun zamandan beri sağlamaya çalıştığı daha kolay, uyumlu, ucuz ve hızlı bir uluslararası ticari prosedür için bir çıkış noktasıdır.

E-ticaretin gelişmesi için alınacak önlemler esas itibariyle ulusal olmakla ve belirli alanlarda uygulamaya geçen ülke örnekleri bulunmakla birlikte, açık ağ sisteminin “küresel” olma niteliğinden dolayı, her şeyden önce temel ilke ve prensiplerde uluslararası uzlaşma sağlanması gereği kaçınılmazdır. Uluslararası ilke,

norm ve standartlara uyumlu olmayan ulusal uygulamaların birçoğu, söz konusu ülke açısından e-ticaretten beklenen faydanın sağlanamaması sonucunu doğuracaktır.

E-ticaretin gelişmesine engel olabilecek etkenler ve bu konuda uygulayıcıların karşılaşmaları olası sorunlar, 1997 yılında Turku, Finlandiya'da yapılan OECD Konferansında bütün yönleriyle tartışılmıştır. OECD'nin ikinci önemli konferansı ise 1998 yılında Ottawa, Kanada'da yapılmış ve aradan geçen bir yıl içinde üretilen çözümler değerlendirilmiştir. Bugün gelinen noktada, söz konusu çözüm yolları üzerinde uluslararası uzlaşma sağlanmasına yönelik çalışmalar sürdürülmektedir.

Çözümlemesi gereken sorun alanları konusunda yapılan değerlendirmeler ışığında, aşağıdaki sınıflandırma üzerinde anlaşma sağlanmıştır:

- Kullanıcı ve tüketicilerin güveninin sağlanması,
- Sayısal pazarın temel işleyiş kurallarının belirlenmesi,
- Elektronik ticaret bilgi altyapısının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması,
- En yüksek faydanın sağlanması.

Sınıflandırmada yer alan başlıklar, büyük oranda teknik, idari ve yasal düzenlemeler içermektedir. Gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulan yenilik ve değişiklikler, uluslararası örgütlerde oluşturulan tartışma zeminlerinde fikir birliği sağlanarak adım adım yapılacaktır.

1.2.1.1.2. Küresel Pazarın Açık Tutulması (Serbest Ticaret)

Dünya pazarının açık olması, e-ticaretin gelişmesi için en önemli şartlardan biridir. E-ticaret açısından pazarın açık olması, serbest piyasa koşullarında, şeffaf, güvenilir, herkes tarafından hızlı ve ucuz erişilebilir bir altyapının kurulmasını ifade etmektedir. Serbest ticaret politikaları ne kadar geniş ölçekte uygulanırsa, e-ticaret için uygun gelişme ortamı da o ölçüde sağlanmış olacaktır. Bu bakımdan, ülkelerin yapısal reformlara ağırlık vermeleri ve özellikle telekomünikasyon sektörünü ve Internet servis sağlama hizmetlerini serbestleştirmeleri önem taşımaktadır. Ayrıca, uyumlu e-ticaret prosedürlerine paralel olarak uygulanacak uyumlu gümrük prosedürlerinin de uluslararası ticareti önemli ölçüde ucuzlatacağı düşünülmektedir. Özellikle, bilgisayar yazılımı, fatura ödeme, danışmanlık, uçak bileti rezervasyonu gibi fiziksel olmayan mal

ve hizmetlerin alım satımında e-ticaretin maliyetleri büyük oranda düşürdüğü görülmektedir .

Diğer taraftan, fiziksel malların uluslararası ticaretinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesi halinde, gümrük idaresinin teknik olarak uyumlu olması durumunda, bürokratik işlemlerden doğan maliyetin büyük ölçüde azaltılabileceği öngörülmektedir. Bu konuda önemli mesafeler katetmiş bulunan Singapur'da gümrük bildirimlerinin %98'inin elektronik olarak yapıldığı ve maliyetin %50 oranında azaltıldığı gözlenmiştir.⁹

1.2.1.1.3. Açık Ağ Erişimi Konusunda Ülkeler ve Bölgeler Arasındaki Farkların

Azaltılması

E-ticaret temel olarak Internet üzerine kurulduğundan, Internet kullanımı ile e-ticaretin gelişmesi arasında bir korelasyon olması kaçınılmazdır. Aynı şekilde, Internet kullanımının da fiber optik telefon hatları ve sayısal santrallerin (iletişim altyapısı) yeterliliği ve kullanıcı maliyeti ile doğrudan ilişkisi bulunmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerin yer aldığı coğrafyalarda Internet'in ve dolayısıyla e-ticaretin altyapısının bir an önce geliştirilmesi gerekir. Yeterli gelişme sağlanamadığı takdirde, gelişmiş ve gelişmekte olan bölgeler arasındaki farkın daha da açılması kaçınılmaz olacaktır. Bazı uluslararası örgütlerin, böyle bir olası gelişmenin önüne geçme yönünde başlattıkları çalışmalar sürmektedir. Birleşmiş Milletler Teşkilatı bünyesindeki UNCTAD (UN Conference on Trade and Development) tarafından hazırlanan GTPNet Projesi (Global Trade Point Network Project) ile ulusal ticaret noktaları oluşturularak uluslararası ticaretin kolaylaştırılmasına çalışılmaktadır. Türkiye'de söz konusu ticaret noktası çalışmaları İGEME tarafından yürütülmektedir. Ayrıca Dünya Bankası, Kalkınma için Bilgi Programı çerçevesinde, kalkınmakta olan ülkelerin bilgi teknolojisi imkanlarından daha fazla yararlanabilmelerini sağlamak üzere çalışmalar yapmaktadır.

⁹ Dünya Ticaret Örgütü, "Electronic Commerce and the Role of the WTO", Mart 1998.

1.3. E-Ticaret'in Türleri

İşletmeler, internet yolu ile, gerek işletmeden işletmeye ve gerekse işletmeden tüketiciye yönelik e-ticaret faaliyetlerini daha etkin, daha hızlı, ve global boyutlarda gerçekleştirmek olanağı bulmuşlardır.

Temel olarak işletmeler arası e-ticaret ve işletmelerle tüketiciler arasında e-ticaret olmak üzere iki büyük e-ticaret türü bulunmasına rağmen, tüketiciden tüketiciye, tüketiciden işletmeye ve işletmeden devlete gibi elektronik ticaret türleri de bulunmaktadır.¹⁰

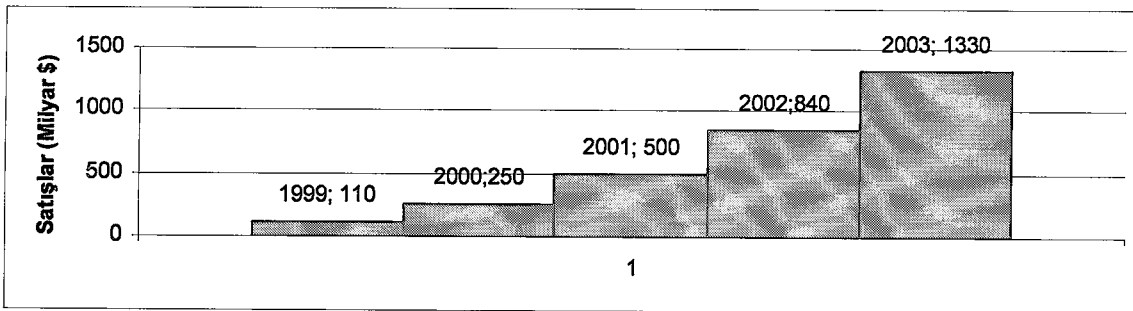
1.3.1. İşletmeden İşletmeye E-Ticaret

Günümüzde, işletmeden işletmeye online olarak gerçekleştirilen satın alma ve satış süreçlerinden oluşan elektronik ticaret uygulamalarının en yaygın ve yüksek hacimde uygulandığı türdür.

İşletmeden işletmeye yapılan e-ticaret faaliyetleri, işletme faaliyetlerinin özel veya kamusal ağlarla, internet ortamında finansal transferleri, on-line değişimleri, açık artırmaları ürün ve hizmetlerin teslimatını, tedarik zinciri faaliyetlerinin diğer işletme faaliyetleri ile entegre bir şekilde gerçekleştirilmesini ifade eder.

Forrester Research'ın 1999 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, internet yoluyla gerçekleştirilen toplam satışların %90'ı işletmeden işletmeye yönelik satışlar olup; 1999 yılında 110 milyar dolar olan söz konusu satışların hacmi 11 kat artışla 2003 yılında 1.3 trilyon dolara ulaşmıştır.

Grafik :1.2: 1999-2003 Döneminde İşletmeden İşletmeye E-Ticaret Satışları



Kaynak : DENİZ, Recep Baki, İşletmeden Tüketicilere İnternet Pazarlama ve Türkiye'deki Boyutları, Beta Yayınları, İstanbul, 2001, s.14.

¹⁰ YAZICI, Selim-YANIK, Serhat, Elektronik Sigortacılık, Der Yayınları, İstanbul, 2002, s.11.

1.3.2. İşletmeden Tüketicie E-Ticaret

Web ortamında gerçekleştirilen perakende satış süreçlerinin gerçekleşmesiyle ortaya çıkan ve bireysel olarak internet kullanıcıları tarafından kullanılan elektronik ticaret uygulamalarının en yaygın ve en hızlı gelişme gösteren türüdür.

İnternet yoluyla işletmeden tüketiciye yönelik gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinin işletmeye sağladığı başlıca avantajlar;¹¹

- Maliyetlerde düşüş sonucu fiyat ve rekabet avantajı elde edilmesi,
- Global pazarlara hızla ve kolayca açılma olanağı ve güçlü müşteri ilişkileri kurarak müşteri sadakati oluşturulmasına katkıda bulunmasıdır.

Tüketiciler açısından ise, internet yolu ile pazarlama, çok hızlı bir şekilde ürünlerin özellikleri, fiyat düzeyleri ve dağıtım ve teslimat konularında zengin bilgi elde ederek karşılaştırma yapabilme ve alışverişlerini hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirerek zaman tasarrufu olanağı sunmaktır.

1.3.3. Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret

Tüketicilerin kendi aralarında ihtiyaç duydukları ürünlerin değişimini içeren elektronik ticaret yapısıdır. Tüketiciden tüketiciye e-ticarete en önemli örnek açık artırma siteleridir.

1.3.4. Tüketiciden İşletmeye E-Ticaret

Genel anlamıyla işletmelerle tüketiciler arasında gerçekleştirilen uygulamalara benzemekle birlikte, bu uygulamalarda sürecin temel birleyicisi müşteri olmaktadır. Bu türde, ürüne olan talep, fiyatın belirlenmesi açısından temel değişken niteliği taşımaktadır. Bir anlamda, tersine bir açık artırma süreci gerçekleşmektedir. En güzel örneklerine özellikle havayolu taşımacılığında

¹¹ DENİZ, Recep Baki, *İşletmeden Tüketicie İnternette Pazarlama ve Türkiyeki Boyutları*, Beta Yayınları, İstanbul, 2001, giriş bölümü.

rastlanmaktadır. Bu şirketlerde, bilet fiyatları müşteriler tarafından belirlenmekte ve böylece şirket müşterilerine en uygun bilet sunabilmektedir.¹²

1.3.5. İşletmeden Devlete E-Ticaret

Devlet, elektronik ortamda vatandaşlarıyla ve ticaret işletmeleriyle farklı şekillerde ilişkiler kurmaktadır. Bu ilişkilerin başında ticaret işletmeleri ile oluşturulan elektronik ticaret uygulamaları bulunmaktadır. En yaygın örnekleri, vergilerin ve sosyal güvenlik ödemelerinin yapılması ve kamu ihalelerinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesidir.

1.4. E-Ticaretin Faydaları

E-Ticaret sürecinin başlamasındaki en temel nedenler, yeni gelir kaynakları yaratmak, pazar payını arttırmak, yeni pazarlara girmek, üretim ve pazarlama maliyetlerini düşürmek, tedarik ve dağıtım süreçlerini etkinleştirmek, global anlamda mekandan bağımsız olarak ve zaman açısından sürekli bir biçimde erişebilir olmak şeklinde sıralanabilir.¹³

1.4.1. Küresel İletişim

Örgütlerin çeşitli küresel iletişim yöntemleri olmasına rağmen, günümüz şartlarında sayısal ağılı iletişimlerin avantajlarını değerlendirmek gereklidir. Çünkü küresel bir ağ yapısında olan internet, kuruluşların bakış açılarını genişleterek, insanlarla hızlı iletişim olanağı sağlar. Gerçekten de enformasyon toplumlarında internet üzerinde rasyonel faaliyetler gösteren bir firmanın dünya pazarındaki payı büyüktür.

Ucuz, emniyetli ve hızlı erişim sayesinde küçük, kırsal endüstriler dahi internette yararlanmaktadır. Böylelikle kentin en büyük biriminde işyeri açma zorunluluğu gibi mekan problemlerinin kalkması mümkündür. Çünkü internetteki pazarda hiçbir firmanın ayrıcalıklı işyeri yoktur, bütün işletmelerin mekanları eşittir.

¹² YAZICI, a.g.e., s.12.

¹³ DOLANBAY, Coşkun, E-Ticaret: Strateji ve Yöntemler, Meteksan Sistem Yayınları, Ankara, 2003, s.33.

İnterneti mekan edinen örgütlerin, diğer firmalara göre ayrıcalığı olduklarından avantajları büyüktür.¹⁴

Küresel yönetim organizasyonu iletişim kalitesi olmasıyla daha da gelişerek, sonuçların tutarlılığına destek sağlar. Kuruluşların değişkenler üzerinde kontrollerini artırarak, bayi, şube ve yan kuruluşlarla yakın temas içinde olmaları mümkündür. Şirket ağı üzerinde standartlar kurabilir, standartlar üzerinde görüşmeler yapabilir ve bu standartları koruyabilir. Ayrıca iç müşteriler, kendi birimleri, bölümleri veya bölgesel ofisleri dışında dahi iş hakkındaki tartışmalara katılarak motivasyonlarını attırabilirler.

1.4.2. Şirket Lojistiği

Lojistik düşüncelerin daha fazla artmasıyla kuruluşlar, üretim ve müşteri hizmetleri alanlarında egemen konumuna gelebilir. İnternette zaman ve mekan problemleri olmadığından, iç ve dış müşteriler kendileriyle daha etkili şekilde iletişim içerisinde olduklarıdır. İnternette haberleşmeyi gerçekleştirmek için iletişimi kuracak tarafların, aynı zamanda ve belli bir mekanda bulunmaları zorunlu değildir. Taraflar, zaman ve uzaklık gözetmeksizin kolaylıkla mesaj ve bilgi alışverişinde bulunabilirler. Bu yöntem, zaman bölgesi farklılıklarından ve çeşitli ülkelerin telefon ve posta sistemlerindeki farklılardan çok fazla haberdar olma gereğini azaltır. Kuruluşlar ağı üzerinde işbirliği yaparak dökümanlar oluşturabilirler ve onların üzerinde düzenlemeler yapabilirler.¹⁵

Postalama listeleri veya grup bilgisayar konferansı yazılımları lojistik sorunların çözümlenmesine yardımcı olan dahili ve harici iletişimin gelişmesini sağlayabilen internet araçlarıdır.¹⁶ Bu servisler bir iş ünitesinin tüm üyelerinin, nerede veya ne zaman sisteme giriş yaptıklarına bağlı olmadan, güncel ve ilgili tutulmasına yardımcı olabilir.

Enformasyon çağının nimetlerinden olan internet sayesinde, işlerine gitmeyen ve evde oturarak işlerini yapan işçiler sınıfı ortaya çıkmıştır. Yani bu işçiler sanal işyerlerinde çalışmaktadır. Burada çalışanlar yalnızca ara sıra yüz yüze gelebilir veya hiçbir zaman ortak fiziksel mekanda bulunmayabilirler.

¹⁴ AKGÜL, Mustafa, *İnternet: Bilgiye Erişimin Yeni Araç ve Olanakları*, TÜBİTAK Matbası, Ankara, 1994, s. 17.

¹⁵ BOZKURT, Veysel, *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1997, s.29.

¹⁶ A.g.e., s. 30.

Benzer olarak kuruluşlar, personeli normal çalışma tarzı olarak ya da geçici bir süre için işletmenin bulunduğu bölge dışında olduklarında uzak bir yerde çalışırken ağ üzerinden çalışma ekipleri oluşturabilirler ve çalışmalarını sürdürebilirler.

1.4.3. Rekabet Avantajı

İnternetin basın ve televizyon gibi diğer kitle iletişim araçlarından en önemli farkı çift taraflı bilgi kanalına sahip olmasıdır. Yani internet, isteyen her izleyicinin katıldığı, etkileşimli bir televizyon programına benzemektedir. Bu durumun, genel kamuoyunun, müşterilerin, iş ortaklarının ve işbirlikçilerin gereksinimlerini karşılamak açısından firma için büyük avantajlar sağlar.

Firmanın rasyonel bir strateji ile girdiği postalamaya listesinin avantajı rekabet açısından büyüktür. Mevcut bazı listeler pazarlama, muhasebe, halkla ilişkiler, ileri teknoloji yöntemlerinin kullanımı ve Toplam Kalite Yönetimi üzerinde odaklandığından etkili bir strateji ile değerlendirilmelidir. Gerekliğinde kuruluş kendi listesini oluşturarak ya da elektronik posta hesaplarının dağıtım kapasitesini kullanarak kendi tartışmalarını başlatabilirler.

Birçok kuruluş interneti firma ve ürün gelişimi konusunda başarılı uygulamaları araştırmak için kullanmaktadır. Genellikle bu araştırmalar, Kaizen ve TKY planını gerçekleştirmek ya da problemlere alternatif çözümler geliştirmek için etkileyici konumdadır.

Bir endüstride işletmenin kendi pazar, ürün, hammadde, üretim vb. ile ilgili durumlarından her an haberdar olması ve bilinçlenmesi rekabet avantajı olabilir. Çünkü işletme için ürün, yeni fikir ve mevcut genel durum ile ilgili bilgiler ve bu bilgilere erişim olanağı çok değerlidir. Enformasyon toplumunda bilgiye ulaşmanın rasyonel yolu internetten geçmektedir.

1.4.4. Bilgi Kaynakları

Kuruluşların birçoğunun her türlü bilgiye gereksinim duymakla birlikte, faaliyetlerin gerçekleştirmek için en yüksek düzeyde bilimsel ve yönetsel bilgiye ihtiyaçları vardır. www, Usenet, listserv, e-posta gibi internet araçları vasıtasıyla ağ üzerinde sayısız konuda bilgiler mevcut olup bu bilgilere ulaşmak diğer araçlara göre

daha hızlı, emniyetli ve düşük maliyetlidir. Elektronik bültenler, dokümanlar, programlar, arabirim ve veritabanları internet üzerinde bulunan bilgi alanlarındadır.

Asya Pasifik bilgileri, ağ üzerindeki kitap ve diğer dökümanlara erişimi sağlayan elektronik metinler kataloğu, demografik, coğrafik, sosyal ve parasal bilgiler, yatırım, ekonomik ve iş bağlantılı yazılar, kara kullanımı, haritalar konusunda bilgi veren küresel toprak bilgi sistemi, hukuki problemler gibi konuları internet üzerinde bulunan spesifik alanların bazılarıdır.¹⁷

1.4.5. Müşteri Geri Bilgilendirmesi ve Desteği

Kuruluşlar müşteri desteğini daha kaliteli yürütmek için interneti tercih ettiklerinden bu hizmet ağda en çok kullanılan alanlar arasındadır. Çünkü, firmalar e-mail, www gibi internet araçlarını kullanarak müşterilerin kendilerine günün her saatinde ulaşım imkanı sağlarlar.¹⁸ Bu servisler tüketicinin yardım almasını, ürünler hakkında bilgi edinmesini ve çalışma saatleri içinde cevaplandırılmak üzere sorular bırakılmasına imkan verir.

Özellikle Web ortamları firmalara geniş yelpazeli satış ve dağıtım kanalları yaratmıştır. Öyle ki, www'den yararlanan kuruluşlar coğrafi sorunları dikkate almadan çok düşük maliyetlerle küresel pazar üzerinde ürünlerini sunarak, pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedirler.

Bazı kuruluşlar ağ üzerinde oluşturdukları etkileşimli web sayfaları ile sipariş ve rezervasyonlar kabul ederek satış işlemlerini gerçekleştirebilecekleri gibi, multimedia ürünlerini pazarlayan firmalar internet aracılığıyla müşterilerine ürünü deneme, kullanma ve hatta anında transfer etme olanaklarını tanırlar.

1.4.6. Pazarlama ve Satış

Kuruluşlar internet ile web üzerinde bir şirket oluşturarak faaliyetlerini gerçekleştirebilirler. Çünkü web merkezleri sörfçülerin firmalara erişmelerine ve temasa geçmelerine imkan verir. Böylelikle üretici firmalar aracısız müşteriye doğrudan ulaşarak satışlarını gerçekleştirebilirler.

¹⁷ HASILOĞLU, Selçuk Burak, **Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, Türkmen Kitapevi, İstanbul, 1999, s. 98

¹⁸ CEYHAN, Umut- KILIÇ, Yasemin- FELLAHOĞLU, Niyazi, **İnternet Bilgisayar Ağı ve Sunduğu Hizmetler**, BAUM, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir, s.29.

Ayrıca kuruluşlar, Listserv ve Usenet gibi tartışma platformlarından yararlanarak stratejik planlarla etkili bir pazarlama odağı yaratabilirler. Yine bu ve benzeri araçlarla ağ üzerinde pazarlama araştırması yapabilirler.

Pazarlama, satış, hammadde ve yedek parça temini hareketlerini internet ile gerçekleştiren firmaların, pazarlama ve tedarik maliyetlerindeki azalmalar kaçınılmazdır. Ağ üzerinden sipariş alarak, stoklarını tutan sanal marketlerin, stok analiz ve raporlama işlemlerini yazılımlarla gerçekleştirerek, elde edilen sonuçlarla satış modelleri ve tahminleri belirlenebilir. Sanal marketlerden yapılan alışverişler, hem hızlı hem kolay hem de ilginç olduğu için klasik alışveriş yöntemine göre şimdilik çok tercih edilmektedir.¹⁹

Günümüzde özellikle yazılım pazarlayan firmalar, internet ile satışlarını ve siparişlerini anında yerine getirmektedirler. Çünkü görsel, sesli bantlar ve yazılım gibi soyut ürünlerin satışları ve anında adrese ulaştırılması klasik satış kanallarına göre daha düşük maliyetli ve hızlıdır.

1.4.7. İşbirliği ve Gelişme

İş ortaklarıyla işbirliğini rasyonel bir şekilde uygulayan işletmelerin yaşantıları da iyileştiğinden, internetin firmalar arasındaki ortaklarını gerçekleştirmede rolü büyüktür. İnternet, ürün tasarımı, satıcı kanalları, araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde işbirliğini kolaylaştırır.

Örgütler, iç ve dış bağlantıları gerçekleştirmek için internette oluşturulan sanal topluluklar ile siberuzaydan yararlanabilirler. Çalışanlar, e-posta ve Listsevr internet araçlarından yararlanarak işletme çevresinin de içinde bulunduğu işi ve endüstri konulu çok çeşitli tartışmalara katılabilirler.²⁰

İnternet, bir ürün serisini genişletme veya yeni bir bölüm yaratma işlemlerine farklı boyutlar getirmiştir. Günümüzde ayrı şirket projeleri hazırlamaya veya bir ürün satın alarak genişlemeye pek gerek yoktur. Yeni yönetim stillerini gelişmesi, aşağıdan yukarı ürün gelişimi ve sanal çalışma ekipleri yaratılmasının desteğiyle, internet yeni iş gerçekleştirme ve iletişimi sürdürme yollarını kolaylaştırmaktadır.

¹⁹ HASILOĞLU, a.g.e., s.99.

²⁰ A.g.e., s.100.

1.4.8. Satıcı Desteği ve Ağ Kurma

İnternet, satıcı ve bayi arasında bağlantıyı sağlamada hız ve çeşitliliği artırdığından etkili konumdadır. Kurum içindeki bilgi ağını sağlayan İtranetlerdeki verileri extranetlerle iş olanaklarında bu sistemlerin önemi büyüktür.

Benzer olarak internet bağlantılı kurulan ve yayılmış örgüt birimlerini birleştiren Listsevr tartışma grupları ile BBS gibi diğer network sistemleri işletmelerin her türlü bilgi akışını düzenli hale getireceğinden gereklilik arz etmektedir.²¹

1.5. E-Ticaret Stratejileri

Enformasyon toplumunda varlık göstermeyi hedef edine örgütlerin e-ticareti de dikkate alarak faaliyet göstermeleri bir zorunluluk haline gelmiştir. Ancak, günümüz şartlarında örgütlerin interneti kullanıyor ve internette faaliyet gösteriyor olmaları yeterli değildir. Rekabette güçlü bir konumda olabilmek için etkili ve doğru elektronik ticaret stratejilerini iyi belirlemeyen örgütler gereksiz yere emek, zaman ve bütçe kaybederler.

1.5.1. Stratejiyi Belirlemek

Domain adresi konusu internetin ilginç ve önemli bir alanıdır. Bu adres yapısı bilinen posta ve telefon adreslerinden çok farklıdır. Çünkü domain adresi işletmenin fiziki ortamının dışında yer alır. Böylelikle nakiller olsa dahi adreste değişiklikler olmaz. Hatta günümüzde birçok işletme ticari faaliyetlerinin büyük bir çoğunluğunu yalnızca bu domain adresi aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Yine benzer olarak müşteri için bir firmanın fiziki mekanındaki avantajında olduğu gibi internette mekan avantajı diye birşey yoktur. Fakat firmanın muhtemel domain adresine sahip olması çok önemli bir avantajıdır. Bu nedenle internete girerken ilk yapılması gereken işlem muhtemel domain adına sahip olmaktır. Aksi takdirde bu dezavantajı kapatmak çok güçtür.

Günümüzde internette faaliyet göstermenin avantajlarını hemen hemen bütün bilinçli örgütler farkındadır. Bilindiği üzere internette rakip firmalara göre mekan farkı gibi bir avantaja sahip olmanın imkanı yoktur. Bu nedenle diğerlerinden en az bir adım önde olmak için geleneksel olan ve basit gibi görünen fakat etkili stratejilerle ipin

²¹ ÖZGER, Oktay,, "Elektronik Ticaret", *Networkworld*, Ocak 1998, s.17-19.

ucundan tutmak gerekir. Bu stratejilerin ilki, elektronik ticarete girme amacı ve hedeflerini netleştirmekle başlar, internet araçlarının kullanımına kadar devam eder.²²

Elektronik ticaret ortamında faaliyet gösterme amacını ve hedeflerini belirlemek işletme kontrol mekanizmasını akışkan hale getirmek açısından gereklidir. Bir ürünün tespit edilen bir dönem sonunda satışlarındaki artış oranını önceden belirlemek, düşünülen zaman içerisinde müşteri taleplerinin çoğunu internetten karşılamak, telefon, faks ve mektup gibi klasik iletişim maliyetlerini belirlenen süreye kadar düşürmek gibi hedefler örnek verilebilir.²³

Benzer olarak internete girmek için örgütlerin bazı temel hedefleri vardır. Potansiyel müşteriye ulaşmak, sanal marketler açmak, maliyetleri düşürmek, ar-ge uygulamalarını ağda gerçekleştirmek, iş olanakları ya da barter grubu ile bir arada olma, etkili reklam yapmak, sipariş, rezervasyon işlemlerini geliştirmek, imaj yaratmak, verimliliği artırmak gibi faaliyetler hedeflerin yalnızca birkaçıdır. Hedefler ne olursa olsun, belirlenen hedefe ulaşıp ulaşmadığı test edilmeli ve elde edilen sonuçlara göre yeni hedefler çizilmelidir.

Elektronik ticaret ile ilgili hedefler belirlendikten sonra atılması gereken diğer adım ise işletmenin internete girdiğine dair tanıtımların bütün dünyaya yapılmasıdır. Bu stratejiyi farklı yollarla yerine getirmek mümkündür. Öncelikle sanal ve somut basında haberler geçilmeli ve tartışma gruplarının haber konusu haline gelinmelidir.²⁴ Yine iş ortakları ve anlaşma yapılan firmaların çekici olarak görülen, yanıp sönen ışıklı yazılara benzeyen banner linkleri yerine günümüzde, dönüşümlü ve birkaç saniyeden meydana gelen, animasyonlar içeren linkler daha modern ve çekici gelmektedir.

Sanal tanıtım faaliyetlerinin yanında işletmenin adı ve adresi geçen hemen hemen her yerde internet adresi sunulmalıdır. Bu işlem, genellikle haber mektubu ve faksları ile faturalara, kartvizitlere, promosyon ürünlerine firmaya ait e-mail ve web adresleri yerleştirilerek gerçekleşmektedir. Enformasyon toplumunda kartvizitlerin üzerinde mutlaka kişiye ait bir e-mail adresi olacağı gibi bulunduğu firmanın da web adresini belirtmek bir telefon numarasını belirtmek kadar önemlidir.

²²YILDIRIM, Bekir "İnternet'te Ticaret", *İnternet World Tr*, Temmuz 1997, s.17

²³HASILOĞLU, a.g.e., s.113.

²⁴ENER, Seres, "Uygulamalı E-Ticaret Eğitimi", *TBD Bilişim Dergisi*, Eylül 1998, s.19.

Diğer bir strateji ise internetten iş yapmaya başlamaktır. Günümüzde birçok firmanın ihale, ihracat ve ithalat talepleri ağda yayınlanmaktadır. Bu ve benzeri hizmetlerin verildiği merkezler sürekli ziyaret edilerek, tekliflere katılmak uygun olacaktır. Benzer olarak firmanın insan kaynakları, ihracat-ithalat, ihale gibi duyuruları öncelikle internetten yapılmalıdır.

1.5.2. Araştırma ve Geliştirmeden Yararlanmak

Temel işletme stratejilerinin yapısı genel olarak sanayinin ürün hayat eğrisinin süresi ile değişime uğramaktadır. Her ürünün kendine özgü bir hayat eğrisi olabileceği gibi, bu ürünlerin diğer ürünlerden süre bakımından farklı bir hayat eğrisine sahip olması da mümkündür. Bu nedenle ar-ge üretim ve pazarlama fonksiyonları arasında yakın ilişkilerin kurulmasını desteklediğinden, bu fonksiyonlar arasında işletme yönünden dengeyi sağlayarak, işletme stratejisini işletme yeteneklerine uygun ve ekonomik bir biçimde gerçekleşmesine yardımcı olacaktır.²⁵

Enformasyon toplumunu yakalayan işletmeler, ar-ge desteği uygulamalarının birçoğunu internette gerçekleştirmektedir. Ayrıca ar-ge, yalnızca geleneksel ticarete olan katkısının dışında, henüz yaygınlaşmaya başlayan ve içerisinde birçok soru işareti bulunan elektronik ticaretin gelişmesine ve sorunların çözümlenmesine destek sağlamaktadır. Bu ifadenin tersine doğruluğu da kaçınılmazdır. Yani elektronik ticaret ortamında yapılan ar-ge uygulamaları, farklı açılarla, daha hızlı, daha pratik, daha modern ve daha az maliyetlerle gerçekleşmektedir. Bu bağlamda, örgütlerin gelişmesine yardımcı olan ar-ge uygulamaları ile enformasyon teknolojisinin bir ürünü olan elektronik ticaret ortamları birbirlerini sürekli desteklemeleri gerekmektedir.

Elektronik ticaret ortamları kullanılarak, anketler düzenlenebilir. Elde edilen bilgiler klasik anket tekniklerine göre çok daha pratik olarak depolanabilir ve oluşturulan veritabanı ile hemen değerlendirilebilir. Bu yöntem, deneklere ulaşma ve verilerin depolanması ve değerlendirilmesi açısından kesinlikle ar-ge maliyetlerini düşürmektedir. Değerlendirilmesi acil olan incelemelerde ise anket çalışmasında elektronik posta ya da postalama listeleri gibi internet araçlarından yararlanılmalıdır.

²⁵ EREN, Erol, *İşletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1990, s. 138-139

Anketler genellikle kuruluşların kendi web ortamına yerleştirilir ve ziyaretçiler tarafından doldurulur. Web ortamlarına yerleştirilen bir anketin en büyük avantajı ise potansiyel müşteriye ulaşma olanağının sağlanmasıdır.

Benzer olarak, örgüt içerisindeki, özellikle intranet gibi yerel networks sistemleri aracılığı ile personelin bilgi ve fikirleri konusunda incelemeler yapılabilir. Kalite çemberleri anlayışının önemli olduğu bir toplumda bu tür sistemlerden yararlanmak etkili bir stratejidir.²⁶

İnternetin ar-ge uygulamalarına sağladığı bir diğer katkı ise işletmenin özellikle üretim departmanı başta olmak üzere, çoğu birimlerinde ortaya çıkan problemlerin çözümünü bulmada etkili bir araç niteliğinde bulunmasıdır. Karşılaşılan problemin gizlilik derecesine göre, extranet, usenet, listserv, e-mail gibi ilgili internet araçlarına mesaj göndererek yardım talep edilmelidir. Ortaya çıkan problemin çözümü hakkında yardım talep etmenin sakıncası olması halinde, daha önce benzer problemleri yaşayan ve çözüm bulan işletmelerin konuyu ağına yerleştirilmesi durumunda bu bilgilere ya da benzeri konu ve olayları içeren sitelere internet veri arama araçları kullanılarak ulaşılmalı ve gerekli bilgiler alınmalıdır.

Rasyonel elektronik ticaret, ar-ge stratejisinde yapılması gerekenlerden biri de rakip firmanın faaliyetlerini incelemektir. İnternette örgütlerin faaliyetlerini incelemenin genel olarak iki yolu vardır. Birincisi, firma hakkında bilgiler içeren tartışma grupları, basın bültenleri, standart araştırma veritabanlarının ve günlük hisse senetleri değerlerinin bulunduğu ve benzeri servislere ulaşmaktır. İkincisi ise, rakiplerin kendi web ortamlarına girmektir. Bu şekilde yöneticilerin görüşlerine, firma politikalarına, ticaret hacimlerine, raporlarına, yeni ürünlerine, plan ve projelerine, müşteri ile ilişkilerine, web ortamlarının tasarım ve içeriklerine, teknolojik hareketlerine ve daha birçok rakip firma hakkında bilgilere ulaşmak mümkündür.²⁷ Bu durum iyi değerlendirilerek rakipler yakından tanınmalıdır. Onların da aynı şekilde faaliyet göstermeleri ihtimali olduğundan, aksi durum dikkate alınarak stratejiler geliştirilmelidir.

²⁶ ARIKOL, Münire, “**Bilgiye Dayalı Yönetim**”, Bilgi Teknolojilerinin Toplam Kalite Organizasyon Yapısındaki Yeri Semine Kitabı, TUSİAD-KALDER yayınları, 1996, s.49.

²⁷ ERSOY, Zeynep, **Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları**, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ekim 1999, s.43.

1.5.3. İnternet Araçlarını Kullanmak

World Wide Web, günümüz şartlarında internetin en etkili araçlarından biridir. Bunu internet üzerinden iş yapmak üzere hızlı bir şekilde büyümesiyle ispatlamıştır. Ağda web merkezi kuran örgütler, iş ortakları ve müşterileri kendilerini daha kolay bulmaları ve farklı içeriklerden oluşan sayfalarına ulaşabilmeleri için arama hizmeti veren web kuruluşlarına kayıt ettirmeleri gerekmektedir. Benzer olarak, firmanın sayfasına bağlantıyı sağlayan modern linkler kurulmalıdır. Ayrıca müşterilerin firmaya ait internet adresini bilmeleri yeterli değildir.²⁸ Müşterilerin, işletmenin sürekli web merkezini ziyaret etmesi için sayfalar kısa periyotlarla güncelleştirilmesi ve ücretsiz internet hizmetleri, yol ve hava durumu bilgilendirmesi gibi tutundurma stratejileri uygulanmalıdır.

Örgütlerin web merkezlerindeki en önemli stratejileri interaktif pazarlama ve ortam geliştirme üzerine olmalıdır. Yani gazete, dergi, teleteks ve TV reklamlarına dahi yerleştirilebilen broşür nitelikteki pazarlama hareketini internette kullanmanın çok büyük yararı yoktur.

Web merkezlerinde sunulan bir pazarlama dokümanının her noktası etkileşimli olmalıdır. Özellikle mamul siparişi yapılması mümkün olan bir kuruluşun web sayfası ile rezervasyon ve hesap işlemleri yapan bir hizmet sektörünün web sayfası, online sipariş yapabilecek etkileşimli bir ortama sahip olması gereklidir.

Web merkezleri müşterileri çekmek için ideal bir araç olmasına rağmen, hatalı tasarımlar sonucunda insanların antipati duyduğu bir ortam haline dönüşme ihtimali de kaçınılmazdır.²⁹ Bir web tasarımı yapılırken dikkat edilmesi gereken belirli stratejiler vardır. Dürüstlük, grafik ortamlara oranla metin ortamlarının fazlalığı ve erişim hızı bu dikkat unsurları arasında önde gelenlerdendir.

1.5.4. E-Ticaretin Gelişmesine Destek Sağlamak

İlk bakışta elektronik ticaretin gelişmesine destek sağlamak çok da önemli olmayan bir strateji olarak görülebilir. Ancak unutulmamalıdır ki internet ortamları yıllardan beri var olmasına rağmen son birkaç yıl içerisinde buralardaki en yoğun faaliyetin elektronik ticarete geçmesi tesadüf değildir.

²⁸ HASILOĞLU, a.g.e., k.116.

²⁹ OĞUZ, Şeref, "Elektronik İş Çağı", Milliyet Gazetesi, 30 Ocak 1998.

Elektronik ticaretin birden bire ıg gibi artması sürekli geliŒen bir kısır döngüye benzetilebilir. Çünkü internet kullanıcı sayısı arttıkça pazarlama alanı artmış, pazarlama alanı artıkça insanların ilgi alanları çoğalmış ve ilgi alanları da çoğaldıkça internet kullanıcı sayıları artmıştır.³⁰ Bu döngü son birkaç yıl içerisinde hızla devam etmektedir ve aksi durumlar olmadıkça daha da devam etmesi beklenmektedir.

Elektronik ticaretin teknik problemlerden dolayı bir gün tıkanıp kalacağını ifade edenler yanılmaktadır.³¹ Toplumlar ve özellikle de enformasyon toplumu için bilginin akışı önemlidir. Bilgi akışının sağlanması için her Şey yapılabileceği gibi teknolojileri de iyileŒtirmek mümkündür. İnternette faaliyet gösteren bazı örgütler, rakiplerinin de bu ortama katılmalarını istemezler. Bu sebeple genellikle yanlış ifadelerle interneti bulandırmak isterler. İnternetin geliŒmesine engel olan en önemli etken, kk kar topu ile baŒlayan ve dönerek büyüyen ıga, kor atarak eritmeyle gerekleŒtirilir.

BaŒkalarının internete girmelerine engel olan örgütler, kendi oturdukları dalı kesenlerdir. İnternet üzerinde sürekli aynı firma ve eylemlerle karŒılaŒan mŒteriler, bir süre sonra sıkılacaklarından ilgi alanları azalır, ilgi alanları azaldıkından internet kullanıcı sayıları da azalır. İnternet kullanıcı sayıları azaldıkından pazarlama alanları azalır, pazarlama alanı azaldıkından da ilgi alanları azalır. Böylelikle ıg gibi büyüyen internet, ateŒi gören buz gibi erir. Unutulmamalıdır ki, rekabet olmayan bir pazar hiçbir zaman geliŒmez. GeliŒmeyen bir pazarda teknolojinin yeri yoktur. Bu sebeple örgütler, iŒ ortakları ve rakiplerinin internete girmeleri ve faaliyet göstermeleri için çok büyük çabalar sarf etmelidirler.

1.6. E-Ticaretin Güvenilirliği

İnternette güvenlik temelde iki baŒlık altında incelenebilmektedir.³²

Birincisi, bu hizmeti vermekte kullanılan donanımın, yazılımın ve networks altyapısının güvenliğidir.

İkincisi ise, mŒterilerin servislerden yararlanırken oluŒan veri trafiğinin güvenliğidir. İnternet gibi herkese açık ağ ortamlarında dolaŒan hassas bilgilerin, kötü niyetli kiŒilerin eline geçmesine engel olmak için her ödeme siteminin, güvenlikle ilgili

³⁰ HASILOĞLU, a.g.e., s.117

³¹ İPEKÇİ, Şebnem, "İnternet'te Ticarete Yeni Uygulamalar", Networkworld, Ocak 1998, s.18.

³² <http://eticaret.garanti.com.tr/icarik/goster.asp?t=a&=8&i=241020011712341202320888705>, (21.03.2002),.

olarak yerine getirmesi gereken bazı görevler vardır. Bu güvenlik unsurlarının bazıları şunlardır:³³

- **Gizlilik** : İşlem bilgilerinin üçüncü partiler tarafından değil sadece doğru kişi ya da kuruluşlar tarafından görülebilmesidir.
- **Bilgi Bütünlüğü** : Bilginin kaynağında üretildiği şekliyle, değişmeden alıcıya ulaşmasını sağlamaktır.
- **Kimliğin Kanıtlanması** : Kredi kartının geçerliliğinin, kart sahibi ve mağazanın kimliklerinin doğruluğunu kanıtlanmasıdır.
- **İnkâr Edememe** : Alıcının ya da satıcının, yaptığı işlem sonrası, o işlemi yaptığını inkâr edememesi olarak özetlenebilir.

Elektronik ticarete, SSL (Secure Sockets Layer), SET (Secure Elektronik Transaction) ve 3D SET (Thee Domain Secure Electronic Transaction) olmak üzere farklı güvenlik uygulamaları mevcuttur.³⁴

1.6.1. SSL (Secure Sockets Layer)

SSL, web üzerindeki iletişim güvenliği için kullanılan ve bilgi transferinin gizliliğini ve bütünlüğünü sağlayan güvenlik protokolüdür. Web siteleri ve tarayıcılar tarafından yaygın olarak desteklenen SSL, müşteri ve mağaza arasındaki mesajların şifrelenmesini ve sadece doğru adreste deşifre edilmesini sağlar.

Netscape Communications Corporation tarafından geliştirilen SSL teknolojisinde hem istemci (bilgi alan) hem de sunucu (bilgi gönderen) bilgisayarda bir doğrulama mekanizması kullanılır.

Bilginin bütünlüğü ve gizliliği için, internet üzerinde iki taraf arasında oluşan trafik şifrelenerek, gizlilik ve bütünlüğün korunmasını sağlayan SSL protokolü kullanılmaktadır. SSL protokolü bütün yaygın web sunucuları ve tarayıcılar tarafından desteklenen bir protokoldür. SSL gönderilen bilginin kesinlikle ve sadece doğru adreste deşifre edilebilmesini sağlar. Bilgi gönderilmeden önce otomatik olarak

³³ http://www.ykb.com/hitmetler/e_ticaret/e_ticarette_guvenlik.html, (21.03.2002).

³⁴ http://www.ykb.com/hitmetler/e_ticaret/e_ticarette_guvenlik.html, (21.03.2002).

şifrelenir ve sadece doğru alacı tarafından deşifre edilebilir. Her iki tarafta da doğrulama yapılarak işlemin ve bilginin gizliliği ve bütünlüğü korunur.³⁵

Web sitelerinin korunması Netscape firması tarafından geliştirilen SSL protokolü herhangi bir TCP/IP bağlantısı için, verilerin şifrelenmesini, sunucuların kimliklerinin belirlenmesini, mesajların bütünlüğünün bozulmamasını, bilgi isteyen kullanıcıların kimliklerinin belirlenmesini sağlar. SSL güvenlik protokolü, oturum anahtarı uzunluğu 40-bit ve 128 bit aralığında olan, her biri şifrelenmiş işlemler tarafından oluşturulmaktadır. En uzun anahtar, kırılması en zor şifreleme kodudur, dolayısıyla daha güvenlidir. 128 bit şifrelemede 2128 değişik anahtar vardır ve bu şifrenin çözülebilmesi için çok büyük bir maliyet ve zaman gerektirir, 128-bit şifreleme, 40-bit şifrelemeden trilyonlarca kez daha güçlüdür.³⁶

SSL, bir internet işleminde rol alan tarafların kimliklerinin doğruluğunu kanıtlamak için dijital sertifikalar kullanmaktadır. Dijital sertifika sahibi, kendisine gönderilecek mesajı şifrelemesi için diğer partiye sertifikası ile birlikte şifreleme anahtarını gönderir. Sertifika ile gönderilen anahtar ile şifrelenen mesaj ancak sertifika sahibi tarafından deşifre edilebileceğinden mesajın doğru kişi tarafından okunması sağlanır.³⁷

Bir sitenin SSL ile çalışması için sitenin web sunucusu üzerine bir SSL sertifikasının yüklü olması gerekir. Bu sertifikalar dünyada sayısal birkaç adet olan CA'lerden (Certificate Authority) temin edilebilir. Sertifika otoritelerinin sağladığı bu sertifikalar İnternet Explorer ve Netscape web tarayıcıları tarafından tanınmaktadır. Web tarayıcıları sertifikaları tanıdıkları için eğer karşı sitenin sertifikası güvenilir bir sertifika ise sunucunun gönderdiği şifreleme anahtarına göre kullanıcının ekrana girdiği bilgiler şifreler ve sunucuya şifreli olarak gönderir. Bu sayede kullanıcının bilgisayarında girdiği bilgilerin web sunucusuna şifrelenmiş olarak gelmesi sağlanır.³⁸

SSL, şifreleme sistemi olarak "Açık Anahtar Şifreleme Yönetimi"ni kullanır. Bu yöntem sayesinde SSL web üzerindeki iletişimde hem transfer edilen bilginin

³⁵ <http://www.deltamenkul.com.tr/guvenlik.htm>, (28.07.2002)

³⁶ <http://www.netscape.com/security/techbriefs/ssl.html>, (27.06.2002)

³⁷ ENE, Selda, **Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama**, Pusula Yayınları, 2002, s.59.

³⁸ <http://www.avukatpro.com/sslblg.asp>, "SSL Nasıl Çalışır". 19 Şubat 2002)

gizliliğini ve bütünlüğünü sağlamakta hem de istemci ve sunucunun kimliklerini doğrulamaktadır.

1.6.2. SET (Secure Electronic Transaction)

İnternet üzerinden kredi kartı ile ödeme sistemleri arasında tüm dünyanın kabul ettiği SET protokolü, Visa ve Mastercard'ın içinde bulunduğu bir konsorsiyum tarafından elektronik ticarete güvenliği sağlamak amacıyla geliştirilmiştir ve bir endüstri Standard haline gelmiştir.³⁹

Açık Anahtar Şifrelemesini (Public Key Cryptography) ve DES (Data Encryption Standard), RSA (Rivest, Shamir, Adleman) şifreleme metotlarının birleşmesini kullanan SET protokolünde alışveriş, sanal cüzdan ve sertifika aracılığı ile daha güvenli bir ortamda gerçekleştirilir.

Kredi kartı sahibi ve mağazanın yanı sıra kartın ait olduğu banka ve POS'un ait olduğu bankayı da kapsadığından uçtan uca ödeme protokolü olarak kabul edilen SET, online işlemlerde rol alan tüm partilerin doğruluğunu kanıtlamaktadır. Aynı zamanda kredi kartı ve sipariş bilgileri farklı olarak şifrelendiğinden kredi kartı bilgilerinin mağaza tarafından görülmesini engellemektedir.⁴⁰

SET Protokolünün üç avantajı:⁴¹

-Veri Gizliliğinin Korunması : Veri gizliliği açık anahtar kriptografisi kullanılarak yapılan şifreleme ile sağlanmaktadır. Mesajı okuyacak parti, mesajı şifreleyecek tarafa açık anahtarını gönderir. Mesajın gönderileceği partinin açık anahtar ile şifrelenen mesaj yalnızca mesajı alan partinin sahip olduğu ilgili kapalı anahtarla deşifre edilebilmektedir.

-Veri Bütünlüğünün Korunması: Mesaj özetlenmek üzere daha önce belirlenmiş sabit bir uzunlukta yeniden işlenir ve şifrelenir. Mesajı alan parti orijinal mesajı deşifre edip aynı sabit uzunlukta işledikten sonra deşifre ettiği mesaj özeti ile karşılaştırır. Her iki özeti aynı olması halinde verinin bütünlüğünü koruduğu kanıtlanır.

³⁹ TUBİTAK-BİLTEN, Türkiye için Elektronik Ticarete Geçiş Durum Değerlendirmesi ve Pilot Uygulama Projesi Raporu, Ankara, Haziran 1999.

⁴⁰ <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaretkütüphanesi>, (20.Ağustos.2002)

⁴¹ http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/e_ticarette_guvenlik.html, (21.Mart.2002)

-İşleme Katılan Diğer Partilerin Kimliklerinin Doğrulanması: İşleme katılan diğer partilerin kimliklerinin doğrulanması bir “güven hiyerarşisi” gerektirmektedir: SET protokolü, sertifika yönetimini desteklemek için bu güven hiyerarşisini tanımlamıştır. Dijital sertifika, güven zincirinin bir üst seviyesindeki otorite tarafından üretilen bir dijital imzadır. Dijital sertifikalar, partilerin doğruluğunu kanıtlamakta kullanılmaktadır.

1.6.3. 3D SET (Three Domain Secure Electronic Transaction)

3D SET, set teknolojisinin kullanan Üç Alan Modeli (Three Domain Model) olarak bilinen mimari üzerine kurulmuştur.

Üç Alan Modeli, işlem akışının farklı alanlarını kapsamaktadır.

- *Mağaza ve POS'un ait olduğu banka* :Mağazanın gerçekliğinden sorumludur.
- *Kart Sahibi ve kartın ait olduğu banka* : Kart sahibinin gerçekliğinden ve kartın geçerliliğinden sorumludur.
- *Kartın ait olduğu banka ve POS'un ait olduğu banka:* İşlem bilgisinin ortak bir protokol kullanarak karşılıklı değiştirildiği yerdir.

Sistemin işleyiş olarak SET'ten tek farklı kart sahibinin yazılımı ve sertifikasının, kartın ait olduğu banka tarafından ve mağaza yazılımı ve sertifikasının ise POS'un ait olduğu banka tarafından tutulabilmesidir.

3-D mimarisinin en önemli iki avantajı şöyle açıklanabilir:⁴²

- Kart sahibinin güvenli ödeme uygulaması kendi PC'si yerine güvenli bir sunucuda tutulduğu için, bu uygulamaya istediği PC'den ulaşabilecektir.
- Kart sahibinin sunucudaki cüzdanına ulaşabilmesi için doğruluğunun kanıtlanması sürecindeki metotları kartın ait olduğu banka belirleyecektir.

Bir e-ticaret sitesinin ne gibi özellikler taşıyacağı ve ne gibi güvenlik önlemleri alınacağı tamamen satıcının ne sattığına, bedeline ve sipariş sıklığına bağlıdır. Başlıca uygulamalar şu şekilde gerçekleşmektedir:⁴³

⁴² ENE, a.g.e., s.61

⁴³ <http://www.acti-form.net>, “Güvenlik ve İşlevsellik”, (25 Aralık 2001).

- Genel olarak ürün ile ilişkili güvenli sipariş formu, basit veya ayrıntılı bir sipariş takip sistemi birçok e-ticaret uygulamasının ortak yönüdür. Eğer uluslararası düzeyde bir satış söz konusu ise ve sanal mal belli bir ağırlığa sahipse dağıtım maliyetlerini de içeren bir form yapısı bulunmalıdır.
- Alışveriş sepeti uygulamaları çoğunlukla birden fazla ürün çeşidinin aynı anda satılmasını gerektiren ürünler için söz konusudur. Eğer böyle bir potansiyel zayıf ise alışveriş sepeti ziyaretçinin işini zorlaştıracaktır. Ziyaretçinin aksayabilecek bir telefon hattı ile internete bağlı olduğunu hesaba katmak gerekir.
- Üyelik veya sipariş takibi sistemleri çoğunlukla işe yaramaktadır. Ancak ziyaretçinin her sipariş verdiği sitede bir şifresinin bulunması çoğu internet kullanıcılarına itici gelmektedir. Bu uygulama ziyaretçiniz için satıcının çok özel bir anlam taşıdığı durumlarda geçerlidir. Özellikle müşterinin kredi kartı bilgileri de bir veritabanında saklanıyorsa bu aynı zamanda bir tehlike anlamına gelmektedir.

İnternet güvenliğinin ve işlevselliğinin sağlanması için alınacak önlemlerin başında, öncelikle internetin satıcı ve personeli tarafından ciddiye alınmasını sağlamak gelmektedir. Kişi veya kuruluşlarda çalışan personelin e-ticaret ile ilgili bir tecrübesi yoksa interneti bir oyun olarak görme eğiliminde bulunabilirler. Sitenizden size sipariş ileten kişi site ile birlikte sizi doğrudan muhatap kabul etmektedir ve samimiyetinize güvenmek zorundadır. Kendisine ürünü veya hizmeti en iyi biçimde teslim etmeniz, sitenizin adı kadar sizin adınızın yayılmasında da önemli bir etkidir.

E-ticaret sitesinde bariz bir teknik güvenlik açığı bulunmaması gereklidir. E-ticaret sistemini hazırlayan kuruluş veya kişilerin teknik olarak yeterli olması bu şekilde açıkların önlenmesi için önemlidir.

Sipariş takibi ile ilgili hata olasılığını düşük tutmak üzere sipariş takip sisteminin sağlıklı olması ve sağlıklı kullanılması gereklidir. Ender olmakla birlikte sipariş takip sistemi gerekmeyen uygulamalarda siparişlerin satıcıya ulaşmasında sorunlara karşı önlem alınmış olmalıdır.

1.7. Küreselleşme ve E-Ticaret

Tüm dünyada ivme kazanan küreselleşme, ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal bir çok açılımları gündeme getirmekte ve ülkelerin hızla birbirlerine entegre olmalarına yol açmaktadır.⁴⁴ Küreselleşme ve buna bağlı olarak gelişen teknolojik gelişme, üçüncü bin yıla girdiğimiz şu günlerde yaşanmakta olan hızlı değişimin yörüngesini işaret etmektedir. Özellikle bilişim ve multimedia teknolojilerini günümüzdeki gelişimi ile dikkat çeken teknolojik gelişmeler insanların çalışma tarzlarından, yaşam tarzlarına, eğlence kültürlerinden, ticari faaliyetlerine kadar pek çok yeni uygulamayı gündeme getirmiştir.

Küreselleşme olgusu, ülkelerarası sınırların kalkmasına ve ulus-devlet kavramının aşınmasına yol açmakla birlikte; gelişmiş ülkelerin global pazara hakim olma düşüncelerine yön veren bir süreç olmuştur. Bu gelişmeler, ticari faaliyetlerin şeklini değiştirerek, elektronik ticaret uygulamalarının yaygınlaşmasında önemli rol oynadığı görülmektedir.

Piyasaların küreselleşmesi, bilgi teknolojisi ve bilgisayar sistemlerinin yaygınlaşması yirminci yüzyılın son on yılına damgasını vuran en önemli iki gelişmedir. 21. yüzyılın başları ise ağırlıklı olarak küçük birimlerde ve internette yaşam bulan bilgi ekonomisine sahne olacaktır. Bu ekonominin temel kaynağını da doğal kaynaklar ve fiziki emek yerine, bilgi ve haberleşme oluşturacaktır.⁴⁵

Haberleşme ve ulaşım alanlarında meydana gelen bu gelişmeler sonucunda dünyanın ekonomik, politik ve kültürel yapısı bütünleşmeye doğru gitmiştir. Böylece mal ve hizmetlerin uluslararası ticareti artmıştır.⁴⁶ İnternet üzerinde ekonomilerin karşılıklı bağımlılığını arttırmaktadır. Ulusal pazarların geleneksel sınırları büyük ölçüde bilgi çağının yükselişine paralel olarak özellikle dijitalleşen mallarda işlevselliğini yitirmektedir.

⁴⁴ KESER, Aşkın, "Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği Elektronik Ticaret", Elektronik Ticaret, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, s.91.

⁴⁵ İzmir Ticaret Odası, "21. Yüzyıl Ticaretinin Yeni Arenası Elektronik Ticaret," Yayın No:86, s.1.

⁴⁶ İYİBOZKURT, Erol, "Küreselleşme ve E-Ticaret", Elektronik Ticaret, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, s.79.

İnternet şirketlerinin en önemli özelliği, hiç kuşkusuz küresel bir şirket olarak dünyanın her yerinden ulaşılabilir olmasıdır. Buda şirketin küresel ve çok uluslu bir şirket olmasına yardımcı olmaktadır. İnternet şirketi olmakla, işletmeler reklamlarını dünyanın her yerine ulaştırabilmektedirler.

1.8. E-Ticaretin Etkileri

1.8.1. E-Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Etkileri

E-Ticaretin temel ekonomik etkisi, engellerin daha az olduğu bir ekonomik faaliyet alanı yaratmasıdır. Söz konusu etki, esas olarak hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin doğurduğu bir sonuçtur.⁴⁷ E-Ticaret, potansiyel olarak bütün üretici, sağlayıcı, kullanıcı ve tüketicileri bir araya getirdiğinden, sanayi devriminden bu yana hayal edilen mal ve hizmet üretimi ile ticari hayatı gerçeğe dönüştürecek özelliklere sahip olduğu düşünülmektedir. Sosyal alanda ise, özellikle istihdam, eğitim politikaları, kültürel gelişim gibi önemli konularda etkili olabileceği tahmin edilmektedir.

Elektronik ticaretin sağladığı potansiyel yararların geliştirilmesi ekonomik anlamda iki açıdan ele alınmaktadır:⁴⁸

- Elektronik ticaret ve internet hizmetlerinin elde edilmesi ve bunların geliştirilmesi için gerekli koşullar, ihtiyaç duyulan teknik altyapı ve bu altyapıya giriş için gerekli olan araçlar ile teknolojik gelişmenin, elektronik ticaret ve internet hizmetlerinin arzındaki maliyet etkinliğine katkısı,
- Elektronik ticaret ve internetin ilgili sektörler üzerinde olabilecek etkiler.

Elektronik ticaretin yaygınlaşması ile işlem ve üretim maliyetlerinin düşmesi, pazara giriş ve rekabetin artması öngörülmektedir. Bunların sonucu olarak da, mal ve hizmetlerin fiyatlarının düşmesi, kalitesinin artması, yeni ve farklı ürünlerin ortaya çıkması, dolayısıyla ekonomik büyüme ve refahın artması beklenmektedir.

Genel olarak e-ticaretin ekonomik ve sosyal hayatı aşağıdaki özellikleri dolayısıyla etkileyeceği düşünülmektedir:⁴⁹

⁴⁷ ENE, a.g.e., s.31.

⁴⁸ <http://www.mfa.gov.tr/turkce/grupe/ues/yoruk.htm>, (26 Nisan 2002).

⁴⁹ İNCE, Murat, **Elektronik Ticaret: Gelişme yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, DPT, İktisadi Sektörler ve Koord. Genel Müdürlüğü, Ankara, 1999, s.17-18.

- Açık ağ üzerinde gerçekleşen e-ticaret faaliyetleri, ekonomik iletişimi büyük ölçüde artıracaktır. ABD’de yapılan araştırma ile işletme-işletme arası ticaretin, elektronik ortamda ve geleneksel yöntemlerle yapılması durumunda ortaya çıkan maliyetlerinin mukayesesi yapılmıştır. Yapılan bu araştırmada, sektörler itibariyle irdelendiğinde e-ticaret ile ortalama %15-20 arasında tasarruf elde edildiği belirlenmiştir.

Tablo 1.5: Sektörler İtibariyle E-Ticaretin Sağladığı Tasarruf Oranları

ENDÜSTRİ	TASARRUF ORANI (%)
Uzay, Makine Endüstrisi	11
Kimyasal Ürünler	10
Kömür Endüstrisi	2
İletişim	5-15
Bilgi Teknolojileri	11-20
Elektronik Parçalar	29-39
Orman Ürünleri	15-25
Havayolu Taşımacılığı	15-20
Sağlık	5
Hayat Bilimleri	12-19
Metal/Makine Endüstrisi	22
Medya ve Tanıtım	10-15
İşletme/Bakım Onarım	10
Benzin ve Gaz	5-15
Kağıt Endüstrisi	10
Çelik Endüstrisi	11

Kaynak : ENE, a.g.e., s.33

İnternet bağlantısı için günümüzde gerekli olan bilgisayarların da önümüzdeki dönemde gerçekleşecek iletişim teknolojisi yenilikleri sonucunda gerekli araçlar olmaktan çıkacağı düşünülmektedir.⁵⁰

⁵⁰ <http://e-ticaret.garanti.con.tr/icerik/goster.asp?>, (20 Mayıs 2002).

- E-Ticaretin giderek daha yaygın şekilde tercih edilmesinde, herkesin kullanımına açık olan ve aynı zamanda da hiçbir kurum ya da kişiye ait olmayan internetin kullanılmasının büyük etkisi vardır. Her yeni teknoloji gibi, internet ve e-ticaretin ne kadar çok kullanıcı tarafından tercih edilirse, kullanımı da o kadar çabuk ve büyük ölçüde yaygınlaşacaktır.
- E-ticaret, mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtım ve satışının yanı sıra her türlü bilgi alışverişinde zaman faktörünün kullanımına yeni olanaklar sağlamaktadır. Pek çok şeyin zaman ile ölçüldüğü gelişmiş ekonomiler seviyesine yükseltmek için, zamanın etkin kullanımı kaçınılmazdır. Ticari faaliyetlerin elektronik ortamda yürütülmesi zaman tasarrufu açısından bilinen en iyi yöntemdir.
- Mal ve hizmet pazarının yapısı e-ticaret ile değişecektir. Yeni ürünler, yeni dağıtım ve pazarlama teknikleri, yeni “tüketici memnuniyeti kavramı”, yeni araçlar ve yeni işgücü profilleri e-ticaretin getirdiği yeniliklere örnek verilebilir.
- E-ticaret çarpan etkisine sahiptir. Başka bir ifade ile e-ticaretin birçok olumlu dışsal etkileri vardır. E-ticaret ile satıcı ve alıcının şeffaf ve tam rekabete yakın bir ortamda bir araya gelmesine imkan verilerek, kaynakların daha etkin kullanımı dolayısıyla toplumsal refah artışına katkı sağlanabilecektir.
- E-ticaretin istihdam yapısını değiştirmesi kaçınılmazdır. E-ticaretin istihdam açısından etkisi; fiziksel üretim sektörlerinde kısıtlı olmak üzere, özellikle hizmet üretiminde ve üretilen mal ve hizmetlerin pazarlaması safhasında görülecektir.
- Yeni iş sahaları, büyük oranda “sayısal okuryazarlık” olarak ifade edilen, bilgisayar uygulamalarına yatkın işgücünü gerekli kılacaktır. Söz konusu gelişme ile birlikte ortaya çıkan bilgisayar ve iletişim teknolojileri konusunda eğitilmiş insan gücü ihtiyacı eğitim politikalarının yeniden gözden geçirilmesine yol açabilecektir.
- Gelişmiş ülkelerden gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelere yönelik yeni teknoloji ihracı, belirli ölçüde kültür ihracını da beraberinde getirecektir.

Bütün bunlarla birlikte, e-ticaret henüz çok yeni bir gelişim olduğundan ekonomik ve sosyal etkilerin bugünden tahmin edilmesi, her durumda varsayımlara dayandırılmakta ve spekülatif olmaktadır.

1.8.2. E-Ticaretin Yönetime Etkileri

Bilim ve teknolojik alanda yaşanan hızlı gelişmeler, işletme yöneticilerinin yönetim şekillerini de etkilemiştir. Başarının birinci girdisi; bilgidir. İkincisi ise bilgiyi özümsemek, kullanmak ve yönlendirmektir. Bunu başarılı olarak yapan şirketlerle diğer şirketler arasında uçurumlar vardır. Dolayısıyla bilgi çok etkili bir şekilde kullanılmalıdır. Üçüncüsü de genel yönetimin kendisini bilgi sektörüne yönlendirmesi ve bundan nasıl istifade edebilirim diye düşünmesidir. Bir diğer öge ise bilgi teknoloji profesyonellerinin şirket hedeflerini bilmeleri ve faaliyetlerini ona göre yönlendirmeleridir.⁵¹

Elektronikleşme

Bilgilerin elektronik ortamda tutulması ile, herhangi birisi, herhangi bir zamanda her hangi bir yerden ihtiyaç duyduğu bilgiye bir başkasına gerek kalmadan ulaşabilmektedir. Fiyat listeleri, sipariş formları, tanıtım filmleri, vb. materyallere işletmenin servis bilgisayarından internet aracılığı ile güncel olarak erişilebilmektedir.⁵²

Hareketlilik

İnternet teknolojisi, kişilere buldukları yerden bağımsız olarak bilgiye erişim imkanı sunmaktadır. Müşterilerine destek vermek için seyahat eden çalışanlarının, ihtiyaç duyduğu bilgiye herhangi bir zamanda herhangi bir yerden güncel olarak ulaşabilmesi, işletmenin müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap vermedeki performansını artırmaktadır.

Çabukluk

İş adamları, güncel bilgilere gece veya gündüz istedikleri zaman ulaşabilmektedir. İş ortağının veya işletmenin web sitesine ulaşarak son fiyat listesine, üretim rakamlarına, malların çıkış tarihine kolaylıkla erişebilmektedir.

⁵¹ KAVRAKOĞLU, İbrahim, "Bilgi Teknolojilerinin Etkin Kullanımı", Bilgi Teknolojilerinin Toplam Kalite Organizasyon Yapısındaki Yeri Seminer Kitabı, TUSİAD-KALDER Yayınları, 1996, s. 48.

⁵² <http://www.eng.bahcesehir.edu.tr/css/bolum11/bolum11.htm#trend>, (14 Aralık 2002)

Çalışma Grupları

İnternet, verinin paylaşımına ve çalışanların işbirliği yapmasına da altyapı sağlamaktadır. İşletmeler, haber grupları, konuşma odaları, vb. araçlar ile değişik coğrafi yerlerdeki çalışanlarını bir araya getirerek çalışma grupları oluşturabilmekte, müşterilerinin önerilerini değerlendirebilmektedir.

E-ticaret konusuna tüm iş çevrelerinin dikkat etmesi ve bunu ciddiye almaları gerekir.⁵³ Çünkü e-iş ve e-ticaret modelleri işletmelerin yeni pazarlara açılmasına yardım etmektedir. Bu yeni pazar hayatlarının önemli bir kısmında internet kullanan yüz milyonlarca insandan oluşmaktadır ve burada herhangi bir coğrafi sınır da yoktur. Ayrıca, iletişim teknolojilerinin sağladığı, hız, ucuzluk ve güven pazarlama stratejileriyle birleştiğinde, global olarak, işletmelerin karlılığını arttırmaktadır. Ticaret ve iş ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internet teknolojilerinin kullanılmasıyla;

- Mevcut iş imkanları büyüyecektir,
- Halen pazarlanan ürünlerin satışı daha kolaylaşacak ve reklam, ürün, tanıtım, satış öncesi ve sonrası destek ve benzeri kanallar tamamen elektronik ortamda daha efektif kullanılacaktır. Otomatik bilgi dağıtım sistemi yardımıyla, müşterilere ve daha geniş kitlelere kolayca ulaşabilecektir.
- Global olarak, iş dünyasıyla olan etkileşim artacaktır,
- İş verimlilik analizleri ve planlamalar daha kolay yapılacaktır.
- Uluslararası pazarlara kolayca ulaşabilme imkanı olacaktır.

İnternet uygulamaları sayesinde işletmelerin iletişim engellerini aşmaları ve yenilikleri izlemeleri giderek kolaylaşmaktadır. Sonuçta müşteri ilişkileri de basitleşmekte, pazarda geri bilgi akışının elde edilmesi çok kolay bir şekilde sağlanmaktadır.

İşletme içi iletişim, işletme dışı iletişim kadar önemlidir. Çokuluslu işletmelerin günümüzde uzantıları olan dünya işletmeleri için, işletme içi haberleşme de internet aracılığı ile hızlı, hem de düşük maliyetli olarak gerçekleşmektedir. Geleneksel

⁵³ ENE, a.g.e., s.41

pazarlama karması oluşturma sürecinde pazarlama bilgi sistemi aracılığıyla, çeşitli yöntemlerle toplanan bilgilerin değerlendirilmesi sonucunda tüketicilerin istek ve beklentilerine uygun ürün ya da hizmet geliştiren işletmeler, internet ortamında bu sürece farklı bir boyut kazandırabilmektedirler.⁵⁴

Herkesin her türlü işlemi gerçekleştirebileceği bir araç olan internet, işletme içinde çalışanların aralarında gerçekleştirdikleri işlemler ya da bir tedarik zinciri üzerindeki üretici, distribütör, bayi ve tüketici arasındaki işlemleri de içermektedir. Dünyanın en büyük bilgi teknolojisi işletmelerinden IBM, bu aşamada yeni bir kavram ortaya atmıştır; e-business (e-iş). E-business internet demek değildir, onun üzerine çıkan bir kavramdır. Kritik iş süreçlerini o iş sürecine dahil olan tüm kesimlere, müşterilere, çalışanlar, satıcılar ve tedarikçilere, internet, extranet ve internet yoluyla bağlayan bir düzendir. E-business kurum ve kişilerin iş yapış biçimlerinde köklü bir değişiklik demektir. Geleceğin dünyası işlerini, e-business'in olanaklarını kullanarak yapan, bu hıza ve gelişmeye ayak uyduran kurumların olacaktır. Bir hayatta kalma şartına dönüşecektir. E-business, halen yapmakta olduğunuz şeyleri daha kolay yapmanızı sağlayacak bir araçtır ve düşük maliyet demektir.⁵⁵

1.8.3. E-Ticaretin KOBİ'lere Etkileri

Birçok dev işletme için yeni pazar anlamına gelen küreselleşmeyle beraber uluslararası pazarlarda geleneksel yöntemlerle iş yapabilmek için gereken kaynaklara sahip olmayan küçük/orta boy işletmelerin (KOBİ) hayatta kalmaları gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Eskiden beri en büyük problemleri ürettikleri ürünün satılabilmesi için hedef kitleye ulaşabilmelerini sağlayacak pazarlama kanallarından mahrum olmaları olan küçük işletmeler, yeni düzene adapte olamazlarsa küresel üretim ve satış yapan işletmeler karşısında çaresiz kalacaklardır. İnternet işte tam bu noktada KOBİ'lere etkili ve ucuz bir pazarlama kanalı sunarak tüm dünyaya milyonlarca kişi ve kuruluşu hedefleyebilmelerini sağlamaktadır. KOBİ'ler böylelikle yüksek yatırım ve harcama yapmak zorunda kalmadan bir çok pazara girebilme, bu pazarlarda hızlı, ucuz ve kaliteli ürün sunabilme fırsatına kavuşacaklardır.

⁵⁴ KIRÇOVA, İbrahim, *İnternette Pazarlama*, Beka Basım A.Ş., İstanbul, 1999, s.54-64.

⁵⁵ Dijital Gelecek, Hürriyet Gazetesi, 15 Haziran 1999,

Son günlerde uluslararası birçok dev işletmenin tüm lojistik ihtiyaçlarını internet üzerinden gerçekleştirmeye başladıkları ile ilgili haberler herkese ulaşmıştır. İlk olarak aralarında General Motors, Ford, Daimler Chrysler, BMW, WV, Renault ve Peugeot'nun da bulunduğu 11 dev otomobil üreticisi bir araya gelip yan sanayiden gerçekleştirdikleri tüm malzeme alımlarını bundan sonra, kurdukları elektronik ticaret sitesinden yapacaklarını bildirmişlerdir. Ardından Boeing, Airbus, General Dynamics gibi büyük askeri ve sivil uçak üreticileri de tedarikçilerinden satın alımlarını elektronik ortamda gerçekleştireceklerini duyurmuşlardır. En son olarak BP, Amaco, Exxon, Shel, Elf gibi dev petrol işletmeleri de tüm satın alımlarını internet üzerinden gerçekleştirmek için gereken sistem altyapılarını kurmaya başladıklarını duyurmuşlardır.⁵⁶

Bütün bu çabaların temelinde alıcılar ile satıcıların birbirlerine kolayca ulaşabilmelerine ve taleplerini hızlı ve etkili olarak iletebilmelerine olanak tanıyacak altyapının oluşturulması, böylece en uygun ürünün en uygun fiyata alınabilmesinin sağlanması çabası yatmaktadır. Alıcı ihtiyaç duyduğu ürün ile ilgili tüm taleplerini kurulan bilgi ağına gönderdiği anda o ürünü sağlayabilecek tüm işletmeler talepten haberdar olmaktadır. Böylece bir taraftan rekabet sayesinde alıcı ürünü piyasadan daha düşük bir fiyata alma şansını elde ederken diğer taraftan da satıcı siparişi zamanında, tam ve doğru alabildiği için üretim ve malzeme planlamasını rahatlıkla yapabildiğinden maliyetlerini düşürebilmekte, sonuçta her iki taraf da alışverişten karlı çıkmaktadır.

Birbirlerine rakip ve kesinlikle hiçbir konuda işbirliği yapamayacaklarına inanılan birçok dev işletmenin elektronik ticaret için bir araya gelmeleri bu işin geleceği ile ilgili çok önemli bir göstergedir. Önümüzdeki dönemde Türkiye'de de büyük işletmelerden başlayarak birçok işletmenin satın alma işlemlerini elektronik ortamda gerçekleştirmeye başlayacaklarını öngörmek zor olmayacaktır. Bu aşamadan sonra elektronik ortamdan uzak kalan KOBİ'ler bu işletmelerin tedarik zincirlerinin dışında kalacaklar ve yaşamları fiilen imkansız hale gelecektir. Elektronik ticaret için gerekli altyapı çalışmalarına şimdiden başlanması ve çağın artan rekabet koşullarında KOBİ'lere ciddi avantaj sağlayabilecektir.

⁵⁶ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?t=a&c=1&i=191020011834053131>, (20 Ocak 2002).

Ülkemiz açısından genel bir değerlendirme yapılacak olursa işyeri sayısı, çalışanların sayısı ve katma değer olmak üzere üç önemli göstergeye bakıldığında küçük ve orta ölçekli işletmelerin ülkemizin gerek sosyal gerek ekonomik dokusunda önemli bir yer işgal ettiği görülmektedir.

E-ticaret ile ilgili KOBİ'lerde son üç yılı kapsamak üzere yapılan aynı araştırmanın diğer bulguları da aşağıda belirtilmiştir:⁵⁷

- Ürün tanıtım amaçlı internet kullanımında artış görülmekte,
- İnternet “karlı satış yöntemi” olarak algılanmakta,
- İnternet, “pazarlama ve yeni müşterilere ulaşma aracı” olarak benimsenmekte,
- E-ticaret, işletme-müşteri ilişkilerini geliştirmekte,
- İşletmelerin e-ticarete ilgisi gün geçtikçe artmakta ancak işletme bütçesinden bu işe ayrılan oran sabit kalmakta,
- İşletmelerin e-ticarete geçen rakiplerini yakalamaları için oldukça az süre bulunmakta,
- İşletmelerin rakiplerinin e-ticaret konusunda ne yaptıklarını mutlaka izlemeleri gerekmektedir.

KOBİ'lerin e-ticaret kapsamında hangi amaçlara yönelik olarak interneti kullandıkları yönünde aynı kaynak tarafından yapılan araştırma sonucunda, internette beş temel amaç için yararlanıldığı belirlenmiştir:

- Pazar Araştırma
- Ürün/Hizmet Arama
- Pazarlama
- Müşteri ile iletişim
- Girdi Temini

⁵⁷ <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/001.html>, (15 Mart 2002).

1.8.4.E-Ticaretin Reklamcılık ve Pazarlamaya Etkileri

İşletmeler açısından sanal pazarlamanın birkaç ayrı yönden avantajı bulunmaktadır.⁵⁸

Etkileşimli Elektronik Pazarlama : İşletmeler, etkileşimli olarak sek, görüntü unsurlarını da kullanarak hazırlayacakları sanal mağazalarda müşteri ile karşılıklı etkileşim içerisinden satışlarını yapabilmektedir.

Etkin ve Hızlı Müşteri Taleplerini Yönetimi : Sanal ortamda yapılan alışveriş hangi müşterinin hangi mala talep duyduğu yönünde bir veri tabanı oluşturulmasına imkan sağlamaktadır. Bu kapsamda işletmeler müşteri taleplerini veya satış reyonlarını yönlendirme şansını elde edebilmektedir.

E-Ödeme İmkani : Elektronik ortamda ücretin ödenmesi ve alışverişin elektronik ortamda tamamlanması, işletmeler açısından lojistik altyapıda tasarruf yapılması açısından avantaj olarak değerlendirilmektedir.

Etkileşimli Tedarik Zincir yönetimi : İşletmelerin nereye, ne kadar, hangi tarihte ürün veya hizmet sağlamaları gerektiğinin kararı ve bunun yönetiminin elektronik ortamda alıcı ve satıcılar arasında etkileşim ile sağlanması bir avantaj oluşturmaktadır.

Etkileşimli Stok Yönetimi: İşletmelerin tedarik yöntemlerinin bir başka yönü de stok yönetimidir. Dolayısıyla etkileşimli olarak hangi üründen ne kadar ve hangi süreyle stok bulunduracağının yönetimi de elektronik ortamda gerçekleştirilebilmektedir.

Bankacılık ve Sigortacılık Hizmetlerinde Etkinlik ve Hız: Bu tür hizmetlerde sonuca hızlı erişilmesi, alışverişin hızlı bir şekilde tamamlanması taraflara zamandan tasarruf sağladığı gibi hizmetin etkinliğini de artırmaktadır.

Sanal Anket ve Kamuoyu: Elektronik ortamda alışveriş yapan kesim ile hızlı ve etkin bir şekilde anket yapıp hizmetin yönlendirilmesi ve istenilen kapsamda kamuoyu oluşturulması da mümkündür.

⁵⁸ <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/ba2.html>, (17 Mart 2002).

Birebir Pazarlama: Elektronik pazarlamada doğrudan tüketiciye hitap ederek birebir pazarlama yapma imkanı bulunmaktadır.

E-ticaretin yaklaşık üç-dört yıllık geçmişinde büyük bir gelişme ile yaygınlaştığı bilinmekle beraber, bir takım zorlukları içerdiği de gözlenmektedir. Bunlar;⁵⁹

- İşletmelerin, değişen Pazar koşullarına uyum sağlayamaması,
- Ayıplı ürün teslimi sonucu işletmelerin ürünü yenilemede lojistik güçlüklerle karşılaşması,
- İşletmelerin hızlı gelişen teknolojik altyapıya uyum sağlayamaması,
- İşletmelerin ürün geliştirmede yetersiz kalmaları
- İşletmelerde, ürün dağıtım amaçlı oluşturulan kanalların lojistik olarak yetersiz kalmasıdır.

1.8.5.E-Ticaretin Alışverişe ve Tüketiciye Etkileri

Sanal dünyada alışveriş yapmak gerek birey gerek işletme olarak müşteriye önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar;⁶⁰

Hesaplı: Sanal dünyadaki alışveriş, klasik mağazada yaptığımız alışverişten daha ucuzdur. Sanal iş dünyasındaki mağaza kirası, personel giderleri, elektrik, vb. masrafların ihmal edilecek düzeyde olması satış fiyatlarına da yansımaktadır.

Kolay Ulaşılabilirlik: sanal dünyadaki alışveriş ile evden çıkmadan, trafik ve park sorunu yaşamadan, zaman ve benzin harcamadan muazzam çeşitlilikteki ürün ve hizmetler incelenebilmektedir. Birçok sanal mağaza, ana caddelerdeki benzerlerine kıyasla daha fazla stok bulundurabilmektedir.

Ayrıca sanal dünyada yapılacak kısa bir gezinti ile, satın alınacak ürün ve hizmet ile ilgili uzmanların raporlarına ulaşılabilenkte, diğer tüketicilerin fikirleri öğrenilebilmektedir.

⁵⁹ <http://cyberatlas.internet.com/markets/advertising/article/0.1323.5941.515571.00.htm>,(07 Mart 2002).

⁶⁰ <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/ba2.html>, (17 Mart 2002).

Hızlı : Satın almak istenilen ürün seçildikten sonra yalnızca beklemek gerekmektedir. Birçok mağaza e-posta servisi ile siparişin hangi aşamada olduğu hakkında müşterisini de bilgilendirmektedir.

Elektronik ticaret tüketiciye, çarşı-pazar gezmeden, yol giderleri ve park ücreti olmadan, ürün çeşitlerinin daha rahat görülebildiği, en iyisi, en ucuzu ve en yeni olanın aranabildiği, kalabalık olmayan ve ürün ile ilgili daha rahat bilgi alınabilecek bir ortam sağlamaktadır.⁶¹

Günün herhangi bir saatine sıkıştırılmış ve kısa bir sürede sadece birkaç mağaza gezerek yapılacak alışveriş yerine, örneğin; evden yapılacak bir bağlantı ile fiyat ve kalite karşılaştırması yapılarak, gerekirse uzmanlara danışarak, evde yaşayan diğer aile fertlerine ürünün rengi, biçimi, stilini ve fiyatını sorarak gerçekleştirilecek bir alışveriş daha doyurucu olmaktadır.⁶²

Güvenli: Birkaç basit önlemi aldığımızda, sanal dünyadaki alışverişte kredi kartı kullanmanın restoran ve dükkanda kullanmaktan daha az riskli olduğu görülmektedir.

Bir çok online satış yapan sanal mağaza, müşterilerin ödeme bilgilerini güvenli olarak ulaştırabilmesi için çeşitli güvenlik önlemleri almaktadır. Bilgileri göndermeden söz konusu güvenlik önlemlerinin alınıp alınmadığının kontrol edilmesi tüketicinin lehine olacaktır. Web tarayıcı programının altında bulunan durum çubuğundaki “Anahtar” ın kapalı olması, mağazanın güvenlik önlemi aldığını göstermektedir. Güvenlik önleminin türü ve derecesinin anahtarın üzerine tıklayarak ve mağazanın web sitesinden öğrenilmesi gerekmektedir.

Ayrıca son dönemde bankalar, internet üzerinde rahat ve güvenli alışveriş yapılabilmesi için “Sanal Kart” uygulamasını başlatmıştır. Yalnızca internette kullanılabilen ve normal zamanda “sıfır TL/\$” limiti olan “Sanal Kart”ın limitini, alışveriş sırasında kart sahibi artırmakta veya belirlemekte, alışverişin sonunda ise kalan miktar olması durumunda tekrar sıfırlayabilmektedir.

Eğlenceli: Web dünyasındaki en keyifli alışverişlerden birisi de online yapılan müzayedelerdir. Dünyanın herhangi bir yerinden insanlar herhangi bir şeyi online olarak müzayedeye katılarak satın alabilirler.

⁶¹ “Elektronik Ticaret”, *Para ve Banka Teknolojileri Dergisi*, 1999, S.2, s.50-52.

⁶² KIRÇOVA, a.g.e., s.60

Küresel : Sanal dünyada müşteriler, en geniş çeşitlilikte mağaza bulma imkanına sahiptir. Bu mağazaların bir kısmı büyük şehirlerde bulunabilecek olmasına karşın bir kısmına ise yalnız internet dünyasında erişilebilmektedir.





İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADAKİ E-TİCARET UYGULAMALARI VE HUKUKSAL DÜZENLEMELERİ



2.1. Dünyadaki E-Ticaret Uygulamaları

2.1.1. G7 Ülkelerinde Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar

G7 ülkelerinde Elektronik Ticaret ile ilgili çalışmalara Amerika Birleşik Devletleri'nin öncülük yaptığı gözlenmektedir. ABD hükümeti, elektronik ticaretteki gelişmeleri yakından takip etmekte, bu konuda özel sektörün çalışmalarını desteklemekte ve hiçbir şekilde bir kısıtlama getirmemeye çalışmaktadır.⁶³

G7 ülkeleri genel olarak kendi altyapılarında sürmekte olan elektronik ticareti yaygınlaştırmayı, vergi kayıplarını engellemek için kontrol mekanizmaları oluşturmayı,

⁶³ DOLANBAY, Coşkun, E-Ticaret Strateji ve Yöntemler, Meteksan Sistem Yayınları, Ankara, 2000, s.162.

gereken güvenlik altyapısını, yasal düzenlemeleri ve yerel uygulamaları geliştirmeyi öngörmektedirler. Bu alanda yapılacak çalışmalarla KOBİ'lerini uluslararası ticarete açmayı ve ticari işlemlerin bilgisayar ağları üzerinden yürütülmesini hedef seçmiş bulunmaktadır. Üzerinde çalıştıkları sistemler ile gümrük işlemleri de dahil olmak üzere ticari işlemlerin güvenli ve hızlı bir şekilde bilgisayar ağları üzerinden yapılmasını sağlayacaklardır.

G7 organizasyonu güvenlik ve yasal düzenlemeler konusunda, hem bilgilerin, hem de ticari işlemlerin güven altına alınması gerektiğini belirtmiş; ayrıca bu konudaki yerel ve uluslararası yasal düzenlemeler için bir model önermiştir. Güvenlik konusuna ek olarak, ticari ilişkide bulunacak tarafların güvenilirliklerinin tarafsız kuruluşlar tarafından onaylanmasının gerekliliği de belirtilmiştir.

2.1.2. Japonya'da Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar

Japonya, elektronik ticarete oldukça temelden ve uzun vadeli yaklaşmaktadır. Japonya'da geliştirilmeye çalışılan yöntem, politika ve teknolojilerin tümü, yakın bir gelecekte kağıt para yerine elektronik paranın geçmesini hedeflemektedir. Bu yüzden de Japonya için elektronik ticarete güvenliğin geliştirilmesi, bunun teknolojik ve yasal yönlerinin araştırılması en çok üzerinde durulan konuların başında gelmektedir. Bu ideale ulaşabilmek için gerekli yasal düzenlemelerin hazırlıkları da yine ECom bünyesindeki çalışma gruplarından "Onay Kurumları Çalışma Grubu" tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu grup, ECom'a üye kurum ve kuruluşlara dağıtılmak üzere, elektronik ticarete yer alacak kurum ve kişilerin yetki ve sorumluluklarını ve birbirleriyle ilişkilerini belirleyen, güvenli elektronik ticaret için bir ön yönetmeliği de içinde barındıran bir rehber yayınlamıştır. Teknolojik olarak güvenli elektronik ticareti sağlamak için ise, ISP (*Information security protocols*) adı altında, daha güvenli iletişimi sağlayacak protokollerin geliştirilmesi için çalışmalar yapılmaktadır.⁶⁴

2.1.3. Avrupa Birliği'nde Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar

1980'lerin başından bu yana Avrupa Birliği, Avrupa - Ağı kapasitesini geliştirmek amacıyla AR-GE ağırlıklı programlar düzenlemekte bu kapsamda elektronik

⁶⁴ UÇKAN, Özgür, E-Devlet, E-Demokrasi ve Türkiye, Literatür Yayınları, İstanbul, 2003, s.91.

veri değişimi sistemlerine ve belirgin olarak da TEDIS(*Trade EDI System*) girişimine destek vermektedir. 1994’de Avrupa Komisyonu’nun isteği ve bilişim teknolojileri sektöründen önemli şirketlerin desteği ile Avrupa Bilişim altyapısını geliştirmek üzere on konuda hedef uygulama çalışmaları başlatılmıştır. Bu çalışmalardan dördü (KOBİ’ler için Telematik Servisleri, Elektronik Sunum, Avrupa Kamu Yönetimi Ağı ve Şehir Bilgi Ağı) elektronik ticaretle doğrudan ilişkilidir.⁶⁵

ESPRIT programı altında 1996’da sunulan AR-GE proje önerileri; yazılım, çoklu ortamlar, yüksek performanslı iletişim ağları, entegre üretim ve iş süreci teknolojilerini içerecek şekilde elektronik ticareti desteklemektedir.

Avrupa komisyonu, elektronik ticaret konusundaki çalışmaları örgütlemek amacıyla kendi altında açtığı birimler arasında bir görev dağılımı yapmıştır. Bu programlar, “Avrupa için Güvenli Elektronik Pazar” oluşturulmasına ve bütün elektronik ticaret çevrimini kapsayan güvenli genel modellemeye (*secure generic modelling*) yöneliktir.⁶⁶

2.1.4. Avustralya’da Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar

Dünyada bilgisayar dağılımında ikinci, kurulu bilgisayar gücü olarak sekizinci sırada yer alan Avustralya’da elektronik ticaretin gelişmesi hiçbir şekilde alışverişlerin parasal boyutlarıyla kısıtlanmamaktadır. Elektronik ticaret düzenlemeleri, sekiz kamu kuruluşu arasında dağıtılmıştır. Şu anda yürütülmekte olan ve “Yönetimsel Hizmetler Birimi” tarafından eşgüdümü sağlanan en önemli proje, bütün kamu tedarik hizmetlerinin elektronik ticaret ortamına geçirilişidir. Bu geçiş, Başsavcılık, Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından yürütülen politik ve yasal yapıların geliştirilmesi çalışmalarıyla desteklenmektedir. Avustralya hükümeti, endüstri ile işbirliği halinde ticaret ve taşıma zincirinde elektronik raporlama süreçlerinden sorumlu *Tradegate* kuruluşunun finansmanını sağlamaktadır.⁶⁷ Bu kuruluş, sözleşmeli olarak ihracatçı ve ithalatçı şirketler ve Avustralya gümrüğü arasında elektronik bağlantıları kurmaktadır.

⁶⁵ D OLANBAY, a.g.e., s.181.

⁶⁶ BAŞALAP, Nilgün, *Kişisel verilerin korunması ve Saklanması*, Yetkin Yayınları, Ankara, 2004, s.25.

⁶⁷ DOLANBAY, a.g.e., s.178.

2.2. Dünyadaki E-Ticaret Düzenlemeleri

E-ticaret, tanım olarak küreseldir. Yapılan eylem ister yerel olsun, ister bölgesel, ister özel sektör, ister kamu sektörü tarafından yapılsın, global bir yaklaşımı kolaylaştırmadığı sürece, tüm e-ticaret politikaları ve aktiviteleri sınırlı düzeyde etki gösterecektir. OECD hükümetleri 7-9 Ekim 1998 tarihleri arasında Ottawa'da toplandıkları zaman, bu konferansta katılımcı olan ülkeler; hükümetler, iş dünyası, çalışanlar ve tüketiciler arasındaki işbirliğinin, e-ticaretin gelişmesinin ve kullanımının, sektörel ve uluslararası uygulamalar bakımından nedenli önem taşıdığını anlamışlardır. Bu konferansta dünya çapında temelleri atılan ve daha sonra uluslararası kuruluş ve bölgesel birlikler nezdindeki tüm çalışmalarda benimsenen temel bir ilke benimsenmiştir.⁶⁸ E-ticaretin her nevi ekonomide ve toplumda büyümesinin, sosyal ve ekonomik potansiyelinin en üst düzeye çıkarılması için hızlı bir şekilde gelişmesi ve yayılmasının, hükümetler, özel sektör kuruluşları ve uluslararası örgütlerin sıkı işbirliği içinde olmaları ile mümkün olacağı ilkesi kabul edilmiştir.

Bu nedenle, küresel e-ticaretin kolaylaştırılması için temelleri OECD ülkelerinde atılan, aşağıdaki dört konu hakkında Dünyada ve Avrupa Birliği'nde esaslı çalışmalar yapılması ve gelişmeler sağlanmasına ilişkin politikalar geliştirilmiştir.

2.2.1. Kullanıcı ve Tüketiciler İçin Güven Oluşturulması

Kullanıcıların sayısal e-pazara güven duymaları gerekmiştir. Fiziki pazarda güveni tesis etmeye yönelik ulusal bazdaki düzenleyici çalışma ve önlemlerin, gerektiğinde sayısal e-pazarı giderek güven duyulacak hale getirecek şekilde uyumlaştırılması gereği doğmuştur.⁶⁹ Bu bağlamda özel sektör girişimcilerinden de çok şey beklenmektedir. Bu amaçla, e-ticaretin geliştirilmesi ve kullanımının teşvik edilmesini sağlamak üzere, hükümetler, özel sektör girişimcileri, ulusal veya uluslararası kuruluşlar nezdinde, güven duyulacak teknoloji ve politikaların oluşturulması ve uygulanması, uygun olduğu yerde temel kanun , tüzük ve yönetmeliklerin geliştirilmesi, uygulamaya yönelik kural ve standartlar ile endüstriyel

⁶⁸ www.ymm.net/e-ticaret/uluslararası_e-ticaret.htm, 06.06.2004.

⁶⁹ YÜCEDAĞ; Armağan, "Özel Hukuk ve Tüketici Haklarının Korunması Açısından İnternet" İNET-TR 99 Paneli, Ankara Üniversitesi, 19-22 Kasım 1999.

ve kurumsal düzenlemelerin getirilmesi ve gerekli teknolojik donanımın sağlanması yönünde global bağlamda düzenlemeler yapılmaktadır.

2.2.2. Sayısal E-Ticaret İçin Temel Kuralların Oluşturulması

Sayısal e-ticareti düzenlemek üzere benimsenecek olan yasal mevzuatın e-ticaretin etkin korunmasının sağlanması ve engellerin ortadan kaldırılması amacıyla sınırlı kurallar getirmesi benimsenmiştir. Diğer bir deyişle, e-ticarete yönelik benimsenecek kuralların, gereğinden fazla müdahale edici olmaması, e-ticareti sınırları kat'ı belirlenmiş olan bir çerçeveye hapsedmeye yönelmemesi gerektiği ilkesi ve bu yönde rekabete açık bir yöntem yaratılmasına ilişkin politikalar benimsenmektedir.⁷⁰

2.2.3. E-Ticaret İçin Bilgi Altyapısının Arttırılması

E-Ticaret altyapısının geliştirilmesi için telekomünikasyon piyasalarında etkin rekabet ortamının geliştirilmesi amaçlanmıştır.⁷¹ Rekabet gücünü arttırmaya yönelik olarak, telekomünikasyon ve internet piyasalarındaki girişimlerin düşük maliyetler geliştirerek, daha fazla e-ticaret kullanıcısının, her geçen gün daha etkin bir biçimde, kaliteli hizmetlere ulaşabilmesini sağlaması hedeflenmiştir.

2.2.4. Uluslararası Kuruluşlar ve Bölgesel Birliklerdeki Çalışmalar

Bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojisindeki gelişmelerin coğrafi sınır olgusunu ortadan kaldırması, ülkelerin farklı hukuki yaklaşımlarının ortak paydalara dayandırılması ihtiyacını, daha güçlü hale getirmiştir. Bu ortak paydanın oluşturulmasında uluslararası kuruluşların büyük katkısı bulunmaktadır.

Uluslararası kuruluşlarda yapılan çalışmalar, konunun özelliğine göre; model kanunların hazırlanmasında, seminer ve sempozyumların yapılmasına, ülkelere uzman göndermek suretiyle hukuki ve teknik konulara yardımcı olmaya varan geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır.⁷²

⁷⁰ www.ymm.net/e-ticaret/uluslararasi_e-ticaret.htm, 06.06.2004.

⁷¹ TOPALOĞLU, Mustafa, *Elektronik Ticaretin Hukuksal Yönü*, PC Life, Mayıs 2000, s. 29.

⁷² ARIKAN Ayşe Saadet, "Dünyada ve Türkiye'de Elektronik Ticaret Çalışmalarına Hukuki Bir Yaklaşım", Adalet Bakanlığı-Avrupa Topluluğu Koordinasyon Dairesi Yayınları, Ankara, Mart 1999, s.160

Ülkemizin de arasında bulunduğu 30 Devletin üyesi olduğu Ekonomik İşbirliği ve Gelişme Örgütü (OECD), ülkeler arasında ekonomik konularda işbirliğini sağlayarak gelişmeye katkıda bulunma amacını taşımaktadır.

OECD nezdindeki e-ticaret çalışmaları, 90'ların ortasında yayımlanan "Sacher Group" ve "E-ticaretteki Fırsatlar ve Devletlerin Yapması Gerekenler" konulu raporların akabinde, gerçekleştirilen bir çok konferansta ortaya koyulan kriterler yoluyla etkinlik kazanmıştır:

19-21 Kasım 1997 tarihleri arasında Finlandiya'da yapılan Turku Konferansı:⁷³ Bu toplantıda, e-ticaretin; vergilendirme, kişisel verilerin korunması, güvenliğin sağlanması, fikri ve sınai hakların koruma altına alınması, internetteki çocuk pornografisinden çocukların korunması, e-pazardaki tüketicilerin korunması, bilginin güvenliğinin ve orijinalliğinin korunmasına yönelik cryptography / şifreleme yöntemleri açısından irdelenmesi gereğine değinilmiştir. Bu konularda yapılacak değerlendirme neticesinde Ottawa'da gerçekleştirilecek Bakanlar Konferansında ilke kararları alınması yönünde mutabakata varılmıştır.

12-13 Ekim 1998 tarihleri arasında yapılan Ottawa Konferansı: Üye ülkeler Bakanları nezdinde yapılan bu toplantıda, e-ticaretin geliştirilebilmesi için esaslı bir eylem planı belirlenmiştir. Bu eylem planında 3 temel ilke benimsenmiş ve benimsenen ilkelerin hayata geçirilmesine yönelik OECD nezdinde yürütülecek girişimler aşağıdaki şekilde tespit edilmiştir:⁷⁴

- Tüketici ve Kullanıcılar Açısından Güven Sağlayıcı Hukuki ve Teknik Tedbirlerin Alınması: Bu amaçla "E-ticarette Tüketici Korunmasına Dair Bakanlar Deklarasyonu" kabul edilmiştir. OECD'nin o zamana kadar üzerinde çalışmalarını sürdürdüğü "E-ticarette Tüketici Korunmasına İlişkin Rehber" çalışmaları tamamlanarak 9 Aralık 1999'da Konsey tarafından kabul edilmiştir. Bu rehber, tüketici şikayetlerini ve uyuşmazlık çözümlerini düzenlemektedir. Komite ayrıca, bu rehber ışığı altında, üye ülkelerin iç hukuklarında yürürlükte olan tüketici korunması hakkındaki

⁷³ OECD, *The Turku Conference Reports*, 9 Ağustos 2001

⁷⁴ www.ymm.net/e-ticaret/uluslararasi_e-ticaret.htm, 06.06.2004.

yasal düzenleme ve uygulamalarını, e-ticarete cevap verecek şekilde uyumlaştırmaları yönünde karar vermiştir.

- Dijital Ortam İçin Temel Kuralların Saptanması: OECD dijital ortamda ortaya çıkan e-ticaretin yasal yapılandırılmasında önemli role sahip olduğu bilinen vergilendirme konusunda politika deklarasyonu yayımlanmıştır. Bu deklarasyon ile, OECD e-ticaret konusunda uluslararası plâformdaki liderliğini bir kez daha vurgulamış ve bu konferanstan 1 yıl sonra, “E-ticaretin Temel Yasal Çerçevesi”nin Mayıs 1999’da APEC Maliye Bakanlarınca da kabul edilmesini sağlamıştır..

- E-ticaret İçin Enformasyon Altyapısının Sağlanması: OECD’de e-ticaretin global düzeyde sağlanacak bir enformasyon altyapısı gerektirdiği prensibinden hareketle “İnternette Fiyat Karşılaştırmaları”, “İnternet ve Fiyat Göstergeleri, İnternette Makul Fiyatla Erişim”, “Telekomünikasyon ve Enformasyon Altyapılarının, E-ticaretin Gelişimindeki Rolü” konularında etkin çalışmalar yapılmıştır.⁷⁵

2.3. İnternetin Hukuki Düzenleme Altına Alınması

İnternet’in çok kısa bir sürede olağanüstü gelişerek çok geniş bir kullanım alanına ulaşmasına rağmen, etkin bir yönetim ve denetim mekanizmasına sahip olmaması, onun belirli bir ölçüde de olsa kontrol altına alınması yönünde düşüncelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.⁷⁶ Her geçen gün gelişen teknoloji zaten ağır işleyen hukuki mekanizmayı iyice zorlamaktadır. Hukuk internetin arkasından koşmaktadır.

İnternet’te hukuk var mı? Ülkelerin hukuk sistemleri internete karışabilir mi, karışmalı mı? İnternet’teki faaliyetler hukukun denetimine tabi olmalı mı? Tüm bu soruların cevapları sadece Türk Hukuk Sistemi açısından değil, tüm gelişmiş ülkelerde hukukçular tarafından her geçen gün daha yoğun olarak tartışılıyor. İnternetteki faaliyetlerin "dokunulmazlık ayrıcalığına" sahip olması gerektiğini savunanlar, internetin ülkelerin hukuk sistemlerine tabi olduğu takdirde, bu sistemlerin hatalı hükümleri ile özgürlüğünün ve büyüme hızının sınırlanacağını, oysa kendi haline bırakılırsa zaman içinde kendi içinde yazılı olmayan bir kurallar bütünü oluşacağını

⁷⁵ OECD, *The Ottawa Conference Reports*, <http://www.oecd.org>, (9 Ağustos 2001).

⁷⁶ GÜRAN, Sait; AKÜNAL, Teoman; BAYRAKTAR, Köksal; YURTCAN, Erdener; KENDİGELEN, Abuzer; BELLER, Önder; SEZER, Bülent; *İnternet ve Hukuk Temel Metni*, İstanbul 2000, s.14.

iddia ederler. İnternetin hukuk sisteminin denetimine girmesi gerektiğini iddia edenler ise, internetin denetlenmediği takdirde çok ciddi suçların işlenebileceği bir platform olabileceğini ve dünya üzerinde tüm faaliyetler bir hukuk sisteminin denetimine tabi iken, internetin bu çerçevenin dışında bırakılması için hiçbir sebep olamayacağını savunurlar.⁷⁷

Mevcut durumda internet faaliyetleri dünyanın tüm ülkelerinde, her ülkenin kendi hukuk sisteminin denetimine tabidir yani hukuktan bağışık değildir. Örneğin öncelikle kendi hukuk sistemimiz açısından çok kısa bir özetle mevcut durumu ortaya koyalım: İnternet ortamı hukuk sistemimiz açısından "dokunulmaz" olmadığı gibi, sanılanın aksine hiçbir ayrıcalığa da sahip değildir. İnternet üzerinde yapılan tüm faaliyetler internet dışında hangi kurallara tabi ise, internette de aynı hukuk kurallarına tabidir. İnternet ortamının bu açıdan herhangi bir muafiyeti olmadığı gibi, zaman zaman bazı dezavantajları olduğu dahi söylenebilir. Gerçekten de internete ve bilgisayara özgü bazı suçlar Türk Ceza Kanununda yer almış ve yine bazılarının da internet üzerinde işlenmesi cezayı arttırma sebebi olarak hükme bağlanmıştır.

Geçtiğimiz yıllarda ülkemizde kitle iletişim araçlarında ortaya çıkan yeni gelişmelerin kamu hukuku alanında yarattığı hukuki düzenleme gereksiniminin karşılanması amacıyla getirilen bazı düzenlemeler ve bu düzenlemelerin yarattığı olumsuz sonuçlar, internet alanında yapılması olası kamu hukuku düzenlemeleri ön plana çıkarmaktadır. Gerçekten ülkemizde, 1990'lı yılların başlarından itibaren özel radyo ve televizyonların fiili olarak yayına başlamalarından yaklaşık 3 yıl sonra, 20.04.1994 tarih ve 3894 sayılı "Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun"⁷⁸ ile bu alandaki eksiklik giderilmeye çalışılmıştır. Ancak bu kanun, gerek dili ve sistematigi ve gerekse öngörmüş olduğu yaptırım düzeni açısından ciddi eleştirilere uğramıştır.⁷⁹ Hatta denilebilir ki söz konusu kanun, özel radyo ve televizyonlarda ortaya çıkan hukuki sorunları çözümlmek yerine, yaşanan sorunların daha da karmaşık bir hal almasına neden olmuştur.⁸⁰

⁷⁷ <http://www.turkhukuksitesi.com/faq/internetozgurlugu.shtml>, 10.02.2004.

⁷⁸ Resmi Gazete, S. 21911, 20.04.1994,

⁷⁹ MAHMUTOĞLU, S. Fatih "3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Üzerine Düşünceler" Marmara İletişim Dergisi, S.7, Temmuz 1994, s.192.

⁸⁰ DEMİR Vedat, "Türkiye'de Özel Radyo ve Televizyonların Çıkışı ve Bu Konuda Devlet Tekelinin Kalkması", Marmara İletişim Dergisi, S. 7, Temmuz 1994, s. 188.

2.3.1. Hukuki Düzenlemeye İlişkin Başlıca Sorunlar

İnternet teknolojilerinin gelişimi ile paralel olarak internet üzerinden veya internet aracılığı ile işlenen suçlar da hem teknik yönden hem de verdikleri zararlar yönünden gelişmişlerdir. Bu tekniklerden bir kısmı aslında internetin fonksiyonlarını daha iyi yerine getirmesi ve gelişmesi için yaratılmışken bir kısmı da sadece internet üzerinde suç işlemek ve çıkar sağlamak amacıyla geliştirilmiştir. Gelişim o kadar hızlıdır ki konuyu yakından takip eden teknik kişiler ve hukukçular çoğu olayı ancak sonuçları meydana geldikten sonra analiz edebilme fırsatı bulmaktadır.

İnternetin hukuki düzenleme altına alınması ilgili olarak ön plana çıkan hususlar:⁸¹

- İnternet'in kullanımı ile birlikte gündeme gelen sorunların, büyük bir kısmının mevcut düzenlemeler kapsamında çözümlenebileceği, bununla birlikte bazı alanlarda özel düzenlemelere ihtiyaç duyulduğunun da kaçınılmaz olduğu,
- Bu yönde bir kanunlaştırma faaliyeti yapılırken İnternet uygulaması alanındaki teknolojik gelişmenin hızının dikkate alınması, hukuki düzenlemelerin teknolojik gelişmeyi izlemesi ve özellikle bu tür düzenlemelerin asgari seviyede tutularak, İnternet uygulamasına mümkün olduğunca geniş bir esneklik tanınmasının gerektiği,
- İnternet uygulamasındaki "yabancılık" unsuru dikkate alındığında ülkesel bazda yapılacak düzenlemelerin amaca ulaşmak açısından çok yararlı olmayabileceği, bu nedenle sorunların ortak çözümünün uluslar arası platformda aranması gerektiği, ayrıca yapılması düşünülen özel düzenlemelerde uluslar arası normların dikkate alınmasının da zorunlu olduğu, bu açıdan AB, OECD, WTO, BM bünyesindeki gelişmelerin yakından izlenmesi gerektiği,
- Bu açılardan ilk planda iç hukukumuzaya yönelik olarak tek el hakkı öngören Telekomünikasyon mevzuatının gözden geçirilmesi ve güncelleştirilmesi ile ISS'lerin sorumluluğu konularında gerekli düzenlemelerin gecikmeksizin yapılması,

⁸¹ <http://www.superonline.com/hukuk/workshop.htm>, 12.02.2004.

- Yine İnternet uygulamasında korunmaya muhtaç süjelerin belirlenmesi ve yapılacak düzenlemelerin uygulanabilirliğine zen gösterilmesinin kaçınılmaz olduğu,
- İnternet'in, düşüncenin en zgr şekilde ifade edildiği bir ortam olduğu dikkate alınarak, yapılacak kısıtlamaların mümkün olduğunca dar bir alana inhisar ettirilmesinin gerektiği,
- Ceza hukuku açısından yapılması öngörülen düzenlemelerde İnternet uygulamasının sağlayacağı toplumsal yararın, bir takım sınırlandırmalar ile sağlanmak istenen toplumsal yararın çok üstünde olduğunun dikkate alınması,
- Bu açıdan İnternet'teki içeriğin % 99'unun hukuka uygun olduğunun ve İnternet'in bir gözetim toplumu değil, demokratik toplum hedefi için bir araç olarak kullanılması gereğinin gözardı edilmemesi,
- Bununla birlikte "suçta ve cezada kanunilik ilkesi" uyarınca, cezai sorumluluğa ilişkin ilkelerin belirlenmesinin de kaçınılmaz olduğu,
- Hazırlanan metinde gündeme getirilmeyen, özellikle "Kişisel Bilgilerin Korunması" sorununun ayrıca irdelenmesi ve bu konuda ABD'den daha farklı ve iyi bir koruma sağlayan Avrupa Birliği kapsamındaki özel düzenlemelerin dikkate alınması gerektiği,
- İnternet ortamında yapılan bazı faaliyetlerin "yayın" olup olmadığının tartişılması ve bir zme bağlanması gerektiği,
- Bu alana müdahale etmek isteyen devletin, İnternet'i bir tehdit olarak algıladığı ve kamu düzeninin korunması amacı ile sınırlayıcı, kontrol edici bir tavır takınılmak istendiği,
- Oysa denetimin neredeyse imkansızlığı bir yana, yapılacak düzenlemelerin İnternet'in gelişmesini engelleyici değil, teşvik edici yönde olmasının zorunlu olduğudur.

Madalyonun teki yüzünden bakıldığında ise, bu olağanüstü özgürlük ortamı, bazı kişi veya grupların diğer kitle iletişim araçlarında yasaklanmış olan faaliyetlerini hayata geçirebilmeleri için harika bir fırsat olma özelliği taşımaktadır. Örneğin ocukların kullanıldığı pornografik materyallerin yayınlanması, diğer kitle iletişim araçlarında kesinlikle yasaklanmış iken, internet üzerinde bu tarz materyallerin bulunduğu pek çok

web sitesi ve haber gruplarına rastlanabilmektedir.⁸² Aynı şekilde, ırkçı grupların faaliyetleri pek çok ülkede yasaklanmış olmakla birlikte, bu grupların internet üzerinden organize oldukları ve seslerini duyurmak ve taraftar toplamak için internet üzerinde web siteleri ve haber grupları açtıkları görülmektedir.⁸³

Ancak bu durumu görerek, internetin geleceği hakkında karamsarlığa kapılmak yanlıştır. Zira, internet üzerindeki söz konusu yasadışı ve zararlı içeriğe sahip yayınlara karşı bizzat internet kullanıcıları tarafından, gönüllü sivil toplum örgütleri ve yerel kolluk güçlerinin desteği ile yürütülen çalışmalar, kullanıcıları, internet kullanımında “netiquette”e uyulması konusunda ne denli duyarlı olduklarını ortaya koymakta ve bu tarz yayınlarla mücadele konusunda önemli mesafeler alınmasını sağlamaktadır.⁸⁴

2.3.2. İnternet’le İlgili Ortaya Çıkan Başlıca Hukuki Sorunlar

İnterneti mevcut hukuki kurallar çerçevesinde ele aldığımızda şu şekilde bir belirleme yapabilmek olanaklıdır. Hukuk düzeni, bir yandan internete ilişkin bir takım unsurların düzenleme altına alınması yönünden yetersiz kalmakta ise de, diğer yandan mevcut kurallar çerçevesinde internetle ilintili diğer pek çok konuya çözüm bulabilmek olanaklı bulunmaktadır.⁸⁵

Ancak, daha önce de belirttiğimiz üzere çoğunluğu özel hukuk alanında geçerli bulunan bu kuralların internet ile ilgili sorunlara, amaca uygun çözümler getirebilmeleri için, özellikle bu kuralların yorumlanması konusunda ciddi çalışmalar yapılması zorunludur. Bu açıdan, öğretisi ve uygulamada, sözü geçen kuralların somut olaylara uyarlanmasında çağdaşlaştırıcı yorum niteliğinin⁸⁶ kullanılması, kanımızca “internet hukuku”nun gelişmesi ve yerleşmesine büyük katkı sağlayacaktır.

⁸² SINAR, Hasan, *İnternet ve Ceza Hukuku*, Beta Yayınları, İstanbul, 2001, s.49-50.

⁸³ WALL, David, S., “The Policing and The Regulation of the Internet”, *Crim. L. Rev. Int. Sp. Ed.*, November 1998, s. 80.

⁸⁴ SINAR, a.g.e., s.50

⁸⁵ GÜRAN ve diğerleri, a.g.e., s.15

⁸⁶ İÇEL, Kayıhan; DONAY, Süheyl, *Karşılaştırmalı ve Uygulamalı Ceza Hukuku*, 3 Baskı, İstanbul 1999, s.125.

Bugün için, internet aracılığıyla gerçekleştirilen “elektronik ticaretin çok büyük rakamlara ulaşması ya da dijital imza teknolojisinin⁸⁷ iş hayatına yeni bir boyut kazandırması gibi gelişmeler, aslında çözümlenmesi gereken yeni ve alışılmadık hukuki sorunları da beraberlerinde getirmektedirler. Bu bağlamda internet ile ortaya çıkan söz konusu hukuki sorunlar, ticaret hukuku, fikri hukuk, borçlar hukuku ve iş hukuku gibi pek çok farklı hukuk dalında etki gösterebilmektedirler.”⁸⁸

2.4. Bölgesel Birliklerdeki Elektronik Ticaret Çalışmaları ve AB Nezdindeki

Hukuksal Düzenlemeler

Bölgesel kuruluşlarda yapılan çalışmalar; yönerge ve anlaşma tasarısı hazırlanmasından, ilgili parlamentolarca bu yönergenin kabul edilip yürürlüğe koyulmasına, konunun özelliğine göre seminer ve sempozyumların yapılmasından, gerekli girişimlerin başlatılmasına ve e-ticaret ile ilgili ileriye yönelik politika deklarasyonlarının hazırlanması suretiyle hukuki ve teknik konulara yardımcı olunmasına varan geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır.⁸⁹

E-ticaret alanında etkin çalışmalarda bulunan başlıca bölgesel kuruluşlar Avrupa Konseyi ve özellikle Avrupa Birliği’dir

1995’deki Global Bilgi Toplumu Konferansında G-7 ülkeleri, içerisinde KOBİ’ler için e-ticaretin de olduğu 11 uluslar arası proje belirlenmiştir. Bu proje 1996 yılı süresince, e-ticaret konusundaki tartışmalara büyük bir başlangıç malzemesi olmuş ve Avrupa seviyesinde e-ticarete ilişkin kararların alınmasına hızlandırıcı etkisi olmuştur. Bu ilk girişim, 1997 yılında yayınlanan “E-ticaret Avrupa Tebliği’ne götüren bir adım olmuştur. Bu tebliğ, ana hatları ile, “bilgi toplumu hizmetleri’ne Birlik bünyesinde etkin erişimin sağlanması için uygun yasal çerçevenin oluşturulması, bilgi teknolojileri ve alt-yapılarına erişimin olanaklı kılınması, iş ve tüketici çevrelerinin geliştirilmesine ilişkin bir çerçeve sağlamaktadır.”⁹⁰

⁸⁷BERBER, Leyla Keser, “İmzalıyorum o Halde Varım”, “Dijital İmza, Dijital İmza Hakkındaki Yasal Düzenlemeler, Dijital İmzalı Elektronik Belgelerin Hukuki Değeri”, **TBB**, Yıl:13, S.2, 2000, s.503-556

⁸⁸ÖZSUNAY, Ergun, “Elektronik Sözleşmeler (AB Hukuku ile Avusturya ve Alman Hukuklarındaki Gelişmelerin Işığında Türk Hukuku’na İlişkin Çözümler)”, **Elektronik Sözleşmeler Sempozyumu**, İstanbul, 12 Mayıs 2000, s.1.

⁸⁹ARIKAN, a.g.e., s.160.

⁹⁰TEKİNALP, Ünal- TEKİNALP Gülören, **Avrupa Birgili Hukuku**, İstanbul, Beta Yayınevi, s.68.

1997 Tebliği yoluyla yapılan Avrupa girişiminden bu yana hemen hemen tüm üye ülkeler kendi e-ticaret aksiyon planını geliştirmiştir. Avrupa Komisyonu da, e-ticaretin her yönüyle geliştirilmesini amaç edinmiştir. Hatta Komisyon bu amaçla özellikle programlara ilişkin olarak politika tasarıları ve uygulamaları formüle etmektedir. Bakanlar Konseyi ve Avrupa Parlamentosu da karar alıcı organlar olarak bu süreçte aktif rol üstlenmektedir.⁹¹

Birlik nezdinde, e-ticaretin değişik boyutlarına kural getirecek ve özellikle, ortak pazar içinde üye ülkelerce serbest erişim sağlanmasına yönelik oluşan engelleri ortadan kaldırmayı amaçlayan çok sayıda yönerge teklif edilmekte ve kabul edilip yürürlüğe girmektedir.

Hiç şüphesiz, Yönergenin muhatabı üye ülkedir, çünkü hukukunu yönergeye uygun olarak değiştirmek üye ülkelerce yönelen bir yükümlülüktür. Bu yükümlülüğe uymamanın sonuçlarına ilgili üye ülke katlanır. Yönergenin ulusal hukuk içine alınması şekil ve yolunu belirlemekte – kural olarak – üye ülke serbesttir.⁹²

2.4.1. Şeffaflık Yönergesi

22 Haziran 1998 tarih ve 98/34 EC No'lu “Şeffaflık Yönergesi” 5 Ağustos 1999'da yürürlüğe girmiştir. Bu yönerge, üye devletlere, “Bilgi Toplumu Hizmetleri” ile ilgili ulusal düzeyde alacakları önlemlere ilişkin düzenleme taslaklarını komisyona bildirmeleri yönünde bir yükümlülük getirmiştir.⁹³

2.4.2 Elektronik İmza Yönergesi

Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin elektronik imza konulu yönergesi Birliğin e-ticaret konusunda hızlı bir ivme kat etmesi yolunda büyük bir önem taşımaktadır. Bu yönerge 30 Aralık 1999 tarihinde Telekomünikasyon Konseyi'nde kabul edilmiştir. 13 Aralık 1999 tarih ve 1999/93 EC no'lu bu yönerge, esnek teknolojiye adapte edilebilen, Avrupa Birliği genelinde bir çerçeve oluşturan elektronik imza ve sertifikaların serbest

⁹¹ A European Initiative in Electronic Commerce, Com. (97) 157, 15.04.1997, s.3.
<http://www.europe.eu.int> (11 Eylül 2001).

⁹² TEKİNALP, a.g.e., s.72

⁹³ TIMMERS Paul, XIII General Director & Joep von Per Veer VV. General Director of European Commission, “Electronic Commerce-a Challenge for Europa” Research Paper of EU, 1997

dolaşımı ile bunların karşılıklı yasal tanınmasını sağlayan bir düzenleme olup 19.1.2000 tarihinde yürürlüğe girmiştir.⁹⁴

Dijital imza ile, belirli bir dokümanın ve içeriğinin belirli bir şahsa izafe edilebilmesi mümkün olmamaktadır. Dokümanla birlikte gönderilen şifleri imzayı deşifre eden kimse bu sayede dokümanın söz konusu kişiden geldiğinden ve her hangi bir değişikliğe uğramadığından emin olabilmektedir. Bu şekilde dijital imzanın şifrelenip deşifre edilmesi onay şifrelemesini oluşturmaktadır.⁹⁵ Birlik elektronik imza yönergesi ile, elektronik imzanın, el yazısı ile atılan imzanın yerine geçebilmesi sağlanmıştır. Diğer bir deyişle, bu yönerge elektronik imzaların el ile atılan imza ile eş yasal değere sahip olması ve bu imza ile yapılmış anlaşma ve her nevi ticari işlemin geçerliliğini ve Avrupa Birliği iç pazarının tümünde serbest dolaşımını sağlamaktadır. Bu yönerge ayrıca, ileri seviyedeki elektronik imzaların işlevselliğini sağlamak için güvenli imza tasarım cihazlarına ilişkin şartları kapsamaktadır.

Yönerge ile, elektronik imzaların yasal geçerliliği yeterli ispat işlevini görmesi ve bunların davalarda delil olarak sunulabilirliği kabul edilmektedir. Bu yönergede elektronik ortamda yapılan sözleşmelerin hüküm doğurma anı ve bu tür sözleşmelerin ifası düzenlenmektedir. Bu yönerge ile ayrıca, sertifika seviisi sağlayıcılarının sorumluluğu düzenlenmiştir. Üye ülkeler işbu yönergeye riayet için gerekli kanun, yönetmelik ve idari hükümleri 19 Temmuz 2001 tarihinden önce yürürlüğe koyacak ve bunu komisyona derhal bildireceklerdir. Şu ana kadar 8 üye ülke, ulusal seviyede yönergeyi uygulamaya sokmuştur. (Fransa,Belçika,Hollanda, İrlanda, Avusturya, Almanya ve İngiltere). Diğer üye devletlerin yasa tasarıları da halen komisyonca incelenmektedir.⁹⁶

2.4.3. Elektronik İşlemlerde Güvenlik

Bölgesel Birlik tarafından yapılan araştırmalara göre e-ticaret yoluyla internetin gelişmesi büyük ölçüde işlemlerde güvenlik ve özel hayatın korunmasına bağlıdır.

⁹⁴ BOZBEL Savaş, "İnternet Üzerinde Yapılan Hukuki İşlemler", *Yargıtay Dergisi*, Ocak-Nisan, 2001, S:1-2, s.289.

⁹⁵ <http://www.turk.internet.com>, "E-İmza Yasayı Beklemedi", s.1-5, 05.04.2004

⁹⁶ BERBER, Leyla Keser, *İnternet Üzerinden Yapılan İşlemlerde Elektronik Para Ve Dijital İmza*, Yetkin yayınları, Ankara, 2002, s.136.

İnternet üzerinden yapılan işlemleri daha güvenli hale getirmek için dört alanda önemli çalışmalar yapılmaktadır. Bunlar, gizlilik, ileti bütünlüğü, taraf doğruluğu ve izinli erişimdir:⁹⁷

- Gizlilik; iletişimle sadece taraf olanların iletiyi okumasına izin veren önlemleri kapsamaktadır. Yetkisi olmayan tarafların özel konuşmaları ve özel veri alışverişini dinlemesini engeller.

- İleti bütünlüğü; alıcısına gider iletilere bozucu ve yıkıcı amaçlı kişilerin müdahale etmesine ve iletiyi tahrifine izin vermez.

- Taraf doğruluğu; bir konuşmada yer alan veya veri alışverişi yapan tarafları itiraz edilmeyecek şekilde teşhis etmeyi sağlamakta; sahtekarlığı ve taklitçiliği önlemektedir.

- İzinli Erişim; tarafların bilgisayarlarındaki dosyalara bilgileri dışında erişilmesini ve dosyaları değiştirebilecek HTML içeriği oluşturulmasını engellemektedir.

Bu amaçla çeşitli güvenlik tedbirleri kullanılmaktadır. Bunlar; şifreleme, ileti kısıtlamaları, sayısal kimlikler ve güvenlik bölgeleridir. Şifreleme, aktarılan bilginin gizliliğini garantilemektedir. Şifreleme, verileri matematiksel tabanlı tekniklerle, sadece doğru şifre çözücülerce çözülebilecek biçimde değiştirmektedir. İleti kısıtlamaları, şifreleme yetkisi olmayan kulak misafirlerinin iletileri okumasını imkansız hale getirmektedir.⁹⁸ Kısıtlama, ilgili mesaj ile bağlantılı matematiksel bir algoritma kullanılarak yaratılan biricik bir sayısal değerdir. Sayısal kimlikler, iletinin, elektronik olarak imzalanmasını ve kimliği kanıtlamayı sağlar, bu şekilde alıcı iletinin göndericiden geldiğini anlar. Güvenlik bölgeleri, yinelenen uyarılarla kullanıcının ve kullandığı bilgisayarın güvenliğini sağlar.

⁹⁷ ERTAŞ, Sacit, **Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği, Ekonomik, Toplumsal, Teknik ve Yasal Yönleriyle Elektronik Ticaret**, Alfa Yayınları, 2000, s.14-17.

⁹⁸ SIRABAŞI, Volkan, **İnternet ve Radyo Televizyon Aracılığı ile Kişilik Haklarına Tecavüz**, Adalet Yayınevi, Ankara, 2003, s.118.139-141

Bölgesel birlikler, ilgili tüm taraflar arasında bir diyalog başlatmak suretiyle, uygun güvenlik düzeyine sahip mal ve hizmetleri ve güçlü şifreleme kullanımını Birlik içinde daha etkin ve esnek hale getirmek konusundaki gerçekleri ortaya koymuştur.⁹⁹

2.4.4. Telif Hakkı Yönergesi

Bölgesel birlik bilgi toplumu hizmetlerinde telif ve ilgili haklara ilişkin sürdürmekte olduğu çalışmalar 9 Nisan 2001'de kabul edilmiştir. Bu yönerge ile amaçlanan, internet yoluyla iletimi sağlanan, telif hakkına konu eser ve ilgili yaratıcılarına yönelik (sanatçı, müzik editörleri, yayın şirketleri vb.) standartların ve gelişmiş seviyede telif hakkı korunmasının Birlik vasıtasıyla sağlanmasıdır. Bu yolla amaçlanan, Birlik iç pazarında özellikle on-line veya fiziki taşıma yoluyla tedavülde bulunan ürün ve hizmetlere ilişkin telif ve diğer ilgili haklara ilişkin düzenlemeler getirilmesidir.¹⁰⁰

- Yasal olmayan şekilde yapılacak kopyalamayı önleyecek teknolojik parça ve ekipmana ilişkin olarak hak sahipleri izinsiz kopyalamayı engelleyen her nevi teknik ekipmanın üretimi ve dağıtımı üzerinde tam kontrole sahip olacaktır. Hak sahipleri sahip oldukları kopyalama yetkisini yapmış oldukları anlaşmalar uyarınca okullara, hastanelere vb. gibi kuruluşlara devredebileceklerdir. Yine bu yönerge ile, dijital içerikli verilerin özel amaçlı kopyalanmalarına ilişkin olarak hak sahiplerine ileri seviyede koruma getirilmektedir.¹⁰¹

2.4.5. Veri Koruma Yönergesi

Avrupa Birliği Konseyinin 24 Ekim 1995 tarih ve 95/46 EC sayılı kişisel verilerin kullanılması ve korunmasına ilişkin bir yönergesi mevcuttur. Yönerge tam anlamıyla Ekim 1998'de yürürlüğe girmiştir. Ancak tüm üye ülkeler nezdinde, ulusal hukuklarda gerekli uyumlaştırma ya da kanunlaştırma hareketlerinin yapılması süreci tamamlanamamıştır.

⁹⁹ COX ÖZTUNA, Buket, *Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*, Pusula Yayınları, İstanbul, 2002, s. 36.

¹⁰⁰ A.g.e., s. 41

¹⁰¹ European Union, *E-Europe Action Plan State of EU Regulatory Framework for E-Commerce*, s.1

Özellikle, hassas verilerin iletimi söz konusu olduğundan (örneğin, mali durum, ırz, din, medeni durumu vb.) kişisel veri sadece, veri sahibinin sarıh rızası ile kullanılabilir. Yönerge ayrıca, kişisel verilerin sadece birlik standartları ile aynı seviyede, gelişmiş veri koruma standartlarının olduğu ve bu korumanın kesintisiz sağlandığı üçüncü ülkelere transfer edilmesini öngören düzenlemeler geliştirilmiştir. Verilerin Korunması Yönergesi de şu ana kadar 10 üye ülke yürürlüğe koymuştur.¹⁰²

2.4.6. Dolaylı Vergilendirme

Haziran 2000'de, Avrupa Komisyonu, Birlik mevzuatındaki Katma Değer Vergisi (KDV) hükümlerinin tadiline ilişkin yönerge çıkarılmasına dair bir tasarı kabul etmiştir. Tüketicinin Avrupa Birliği ülkelerinde veya başka bir yerde yerleşik olmasının önemi olmaksızın, hizmetin verildiği yerde vergilendirilmesini sonuçlandırmaktadır. Bu halde, üye olmayan devletlerden sunulan hizmetlerde, Birlik mevzuatı gereği kabul edilmiş zorunlu KDV uygulama yükümlülüğü olmamakta, Avrupa Birliği vatandaşı için KDV'si daha düşük, Birlik üyesi olmayan bir devletten elektronik hizmet talep etmek, cazip hale gelmektedir. Tasarı uyarınca, KDV uygulaması, hizmet alıcısının yerleşim olduğu yer vergi statüsüne göre belirlenecektir.¹⁰³

2.4.7. Mali Hizmetler

Avrupa Konseyi Lizbon Zirvesi'nde alınan kararlar arasında, Avrupa Birliği'nin istihdam ve büyüme hızı gündeminde yer alan mali hizmetler pazarının 2005 yılına kadar tamamlanması kararı da bulunuyor. Yeni elektronik teknolojilerden faydalanan mali pazarların bütünleşmesinin Euro'ya destek olması ve AB'nin rekabet gücünü artırarak istidamı ve büyümeyi olumlu etkilemesi bekleniyor.

AB Komisyonu bu konudaki önceliklerini ve hedeflerini üç ana alanda topluyor:¹⁰⁴

- a. Hem kontrat dahilinde hem de kontrat dışı olan yükümlülüklerde, özellikle tüketici ve yatırımcının haklarını koruyan yasal düzenlemelerin AB ülkelerinde uyumlaştırılması;

¹⁰² European Union,, s.2

¹⁰³ ESER, Sevinç, Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi, Ekim 2000.

¹⁰⁴ http://www.abhaber.com/belgeler/belge_tr02.htm, 11.06.2004.

- b. Güvenli ödeme sistemlerinin ve mahkeme dışı sınırötesi anlaşmazlık çözüm yollarının geliştirilmesi;
- c. Sınırötesi yeniliklerden doğan ihtiyaçları karşılamak için denetim alanında işbirliğinin ilerletilmesi.

2.4.8. E-Ticaret Yönergesi

Bu çerçevede, e-ticaretin gelişmesine destek olmak amacıyla hazırlanmış ve Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi tarafından 8 Haziran 2000 tarihinde onaylanmış *E-Ticaret Yönergesi*¹⁰⁶ (Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi Yönerge No. 2000/31/EC) bilgi toplumu hizmetlerini, özellikle de e-ticaret hizmetlerini kapsıyor. Üye ülkelerin 17 Ocak 2002 tarihinden önce uyum sağlaması gerektiği bu yönerge, *İç Pazar Maddesi*'ne uygun olarak hizmet sunucularının kuruldukları üye ülkenin kanunlarına uymaları kaydıyla, internet üzerinden e-ticaret hizmetlerini diğer uzak mesafeli satış yollarından farklı olarak ve AB sınırları içinde engelsizce sunabilmelerini sağlıyor.

E-ticaretin en önemli özelliği sınır tanımaması. Sınır ötesi mali hizmetlerin bazı engellere tabi tutulmalarına rağmen, e-ticaret, tüketicinin hizmet sunucu ile dolaysız irtibat kurmasını sağlıyor. Bu kolaylığa rağmen, tüketici, sınırötesi alışverişte internet kullanımının güvenliğine duyduğu şüpheden ötürü internet üzerinden alışverişe yeterli ilgi göstermemektedir. Avrupa Birliği, tüketici güvenini arttırmak, gerek tüketici, gerek ise hizmet sunucularının sınır ötesi alışverişini kolaylaştırmak, berraklaştırmak, düzenlemek ve böylelikle sınırötesi pazarları iki tarafa da cazip kılmakla bu güveni sağlamayı amaçlıyor.¹⁰⁷

2.4.9. E-Avrupa

Avrupa Konseyinin aktif rol oynayarak önemli çalışmalar yaptığı e-Avrupa, Avrupa Birliğinin “ortak Pazar” ve “para birliği”nden sonra siyasal platformda da kendisine amaç edindiği, üçüncü çok büyük girişimdir. Bu girişim, tüm Avrupa üye ülkelerinin, vatandaşlarının ve KOBİ'lerinin internete en ucuz, en verimli ve en güvenli

¹⁰⁶ europa.eu.int/eur-lex/en/lif/dat/2000/en_300L0031.html, 03.06.2004

¹⁰⁷ http://www.abhaber.com/belgeler/belge_tr02.htm 07.05.2004

şekilde erişmelerini sağlamak suretiyle, Avrupa Birliğinin e-ticarette lider bir konuma kavuşturulabilmesini amaçlamaktadır.¹⁰⁸

Birlik nezdinde, dünya ekonomisinin gözle görülür bir biçimde sanayi toplumundan, bilgi toplumuna doğru yön değiştirdiği tespit edilmiş ve yeni ekonomi olarak adlandırılan bu önemli ekonomide söz sahibi olabilmek amacıyla ve özellikle sektördeki Amerika'nın öncü rolü göz önüne alınarak, Avrupa'nın da gücünü artırıp, "dominant" pozisyona sahip olabilmesi için Avrupa Komisyonunca Kasım 1999 tarihinde bir e-Avrupa girişimi başlatılmıştır.¹⁰⁹

E-Avrupa girişimi Konseyin mevcut politikalarında eksiklikleri belirleyip bu eksikliklerin giderilmesi yönünde eylem planı geliştirmeye yönelik bir çalışmadır. Bu amaçla tüm Avrupa genelinde Avrupa bütünleşme stratejilerinin dikkate alındığı, üye ülkeler arasındaki internet erişim ve altyapı farklılıklarının en aza indirildiği ve Avrupa'nun bilgi toplumu hizmetlerinden elde edeceği kârın artırıldığı bir siyasi hareket oluşturulmasına karar verilmiştir. Bu amaçla, ivedilikle çözüm getirilecek olan hususlar ana başlıklar altında toplanmıştır:¹¹⁰

- Dijital çağda Avrupa gençliğinin durumu,
- İnternete daha ucuz erişim sağlanması,
- E-ticaretin hızlandırılması,
- Araştırmacılar ve öğrenciler için özellikle hızlı internet sistemlerinin oluşturulması
- Akıllı kartlar veya benzeri araçlarla güvenli elektronik erişimin sağlanması,
- Yüksek teknolojinin ve KOBİ'ler için risk sermayesinin oluşturulması,
- Özürlüler için e-girişimin başlatılması,

¹⁰⁸ BOZBEL; Savaş, "İnternet Üzerinden Yapılan Hukuku İşlemler ve Bu Konudaki 97/7 Sayılı AB Yönergesi ile Almanya ve İsviçre'deki Düzenlemeler", <http://www.turkhukuksitesi.com>, 30 Ağustos 2001.

¹⁰⁹ <http://www.abgs.gov.tr>, e-Avrupa nedir? 18.06.2002.

¹¹⁰ YILDIRIM, Hakan ve diğerleri, *Her şeyi E-leştirdik*, Macar Yayınları, Ankara, 2003, s.54.

- On-line sağlık planının uygulamaya konulması
- Akıllı erişimin tesis edilmesi (Bankacılık sektöründe)
- On-line hükümlerinin tesis edilmesi (Bir başka deyişle e-devletin hayata geçirilmesi)

Avrupa Komisyonunun tüm amaçlara tek başına sadece politikalar belirlemek, tebliğler yayınlamak ve yönergeler kabul etmek yoluyla oluşamayacağı anlaşılmış ve bu nedenle de Avrupa Komisyonunun, tüm Avrupa sanayi çevreleri ve vatandaşlarının ortak çabasının gerekli olduğu kabul edilmiştir. Avrupa'nın geçmişten günümüze başarı ile ortaya koyduğu tarihsel ve politik projelerden "tek Pazar" ve "Euro" daki başarısı ortada iken, benzer bir politik adımın atılmaması için hiçbir neden olmadığı kabul edilmiştir.¹¹¹

Öncelikle, e-ticaret için yeni bir çerçeve belirlenmesi ve bu amaçla da üye ülkelerin gerekli yasal düzenlemeleri ve uygulamaları gerçekleştirmeleri, e-öğrenim ve e-istihdamın sağlanması, dijital okur yazarlığın sağlanabilmesi için öğretmenlerin öncelikle eğitilmesi, müfredatların uyumlaştırılması, yüksek kalite multi-medya kaynaklarına ulaşımın sağlanması gereklerinin altı çizilmiştir.¹¹²

2.5. Avrupa Birliği Yönergesi Uyarınca Belirlenen Yasal Parametreleri

E-ticaret Birliğe, ekonomik gelişme, Avrupa endüstrisinin rekabet gücünün artırılması, yeni buluşlara yönelik yatırımların hızlandırılması ve yeni iş imkanlarının oluşturulması açısından eşsiz fırsatlar sunmaktadır. Ancak, Birliğin e-ticaretten elde edebileceği söz konusu menfaatlerden en iyi şekilde yararlanabilmesi (özellikle sınır ötesi ticarete ve KOBİ'ler için) on-line hizmetlerinin sağlanması ve erişimindeki yasal engellerin ortadan kaldırılmasına bağlıdır.¹¹³ Bu amaçla, Komisyon e-ticarete bir çerçeve yasal yapılanma kazandırabilmek amacıyla girişimler başlatmış, bu konuda bir yönerge oluşturulmasına ilişkin yönerge teklifleri sunmuştur. Komisyonun 1997 tarihli,

¹¹¹ e-Avrupa Eylem Planının Amaçları ve Uygulama Yöntemleri, <http://www.abgs.gov.tr/dokuman/prezentasyon.htm>, 19 şubat 2002.

¹¹² <http://www.kobinet.org.tr/kosgebabm/hizmetler/dokumantasyon/AB26.html#1> 11.05.2004

¹¹³ DENİZ, Recep Baki, *İşletmeden Tüketicie İnternette Pazarlama ve Türkiye Boyutları*, Beta Yayınları, İstanbul, 2001, s.77.

e-ticaret konulu girişiminde , 2000 yılı itibariyle, uyumlu bir yasal çerçevenin oluşturulmasına yönelik amaç net olarak belirlenmiştir.

Daha sonra 2000/31/EC “iç pazarda özellikle elektronik ticarete ilişkin olmak üzere, bilgi toplumu hizmetlerinin muayyen yasal boyutları” (“e-ticaret Yönergesi”) konulu yönerge 8.6.2000’de kabul edilmiş ve 17.07.2000 tarihinde Topluluk Resmi Gazetesinde yayımlanmak suretiyle yürürlüğe girmiştir.¹¹⁴

2.5.1. 2000/31 EC Yönergesinin Hedefi

E-ticaret, global yapısı gereği etkinliği artırılmış bir uluslar arası koordinasyonu gerektirmektedir.¹¹⁵ Avrupa Birliği, Global İş Diyalog Programı çerçevesinde global e-piyasalarını uygulamaya geçirmeye yarayacak diyalogları başlatmıştır. Akabinde de global seviyede, konuya ilişkin kamu ve özel sektörün yaklaşımlarının uyumlaştırılmasına çalışmıştır. Fakat, global seviyede, değişik alanlardaki ihtiyaçları karşılayacak düzenleyici kurallar dizisinin oluşturulmasından önce, Birlik, e-ticaret için gerçek manada bir tek pazarın Avrupa içinde oluşturulmasına yönelik eylem planının önceliğini belirlemiştir.¹¹⁶ Söz konusu tek pazar, Avrupalı işletmelere ve vatandaşlara Birlik nezdinde her nevi bilgi toplumu hizmetini dahili ülke sınırları gözetilmeksizin alabilme ve bu hizmetleri sunabilmeyi sağlayacak niteliğe sahip olmalıdır. Hakikaten, iç pazarın yasal çerçevesi e-ticaret açısından, e-ticaretin varlığı da iç Pazar açısından büyük önem ve değer taşımaktadır.

Özellikle;¹¹⁷

- Avrupa yapılanması bakımından, e-ticaret sınırlara tabi olmayan bir ortamda, Avrupa'nın bireylerini bir araya getirecek, aralarındaki ticareti geliştirecek ve kültürel çeşitliliği arttıracaktır,

¹¹⁴ BOZBEL, Savaş, “İnternet üzerinden yapılan hukuki işlemler ve bu konudaki AB yönergesi ile Almanya, İsviçre'deki Düzenlemeler”, <http://www.turkhukuksitesi.com>. 30 Ağustos 2001.

¹¹⁵ EKİN; Nusret, **Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 1998-61, İstanbul, 1998, s.75.

¹¹⁶“Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması”, <http://www.hukukcu.com/bilimsel/index.htm>, (16 Nisan 2001)

¹¹⁷Birleşmiş Biletler Ticaret ve Gelişme Konferansı, <http://www.unctad.org> , (3 Temmuz 2001).

- Avrupa vatandaşları ve tüketicileri bakımından, e-ticaret düşük maliyetle daha iyi mal ve hizmete ulaşım imkanını artıracak ve tüketicilerin korunması hususuna sadece ulusal seviyede değil tüm Birlik nezdinde daha büyük oranda önem verilmesini sağlayacaktır,
- Avrupalı girişimciler ve özellikle de KOBİ'ler bakımından, e-ticaret kayda değer ölçüde kalkınma ve gelişme imkanı sağlayacak ve yeni alanlardaki yatırımları teşvik edecektir,
- Birlik içindeki istihdamın gelişmesi bakımından, halen e/ticaret faaliyetlerinde istihdam edilen toplam kişi sayısının tahmini güç olmasına rağmen gelişen e-ticaret aktiviteleri gerçek anlamdaki istihdam olanaklarını beraberinde getirecektir.

2.5.2. İç Pazar için Genel Bir Yasal Çerçevenin Gerekliliği

- E-ticaret bilgi toplumu hizmet faaliyetlerinden oluşmaktadır. Bunlar, geniş çeşitliliğe sahip on-line hizmetleridir. Bu tür hizmetlerin verilmesi esnasında sınır tanımazlığı nedeniyle, tabi olacağı yasal ortam da tek yönlü yasal bir çerçeve olamayacaktır.¹¹⁸ Bazı yasal engeller, söz konusu serbesti ve özgürlüklerin, bilgi toplumu hizmet sağlayıcılarınca kullanılmasını güçleştirmekte veya söz konusu hizmetler birlik vatandaşı olan kullanıcılarca çoğu zaman tercih edilmemektedir.

Farklı üye ülkelerdeki bilgi toplumu hizmetlerini düzenleyen hukuk kurallarındaki farklılık, serbest dolaşım temel prensibine ve Avrupa Mahkemesinin içtihat hukukuna uyumlu olunması konusundaki temel prensiplere aykırılıklara yol açmaktadır. Başka bir deyişle, bu durum uygulamada, iç pazarda hizmetlerini sunmak isteyen bir İSS'nin sadece kurulu olduğu ülke kanunlarına uyumlu değil, ilaveten, hizmetlerini sunmayı planladığı iç pazardaki diğer 14 üye ülkenin de konuya ilişkin hukuki düzenlemelerine uyumlu olması zorunluluğunu beraberinde getirecektir ki bu da uygulamada imkansız gözükmektedir.¹¹⁹ Bu durum yasal belirliliğin olmadığı bu ortamlarda, hizmetlere veya hizmetlerin sunumuna ilişkin olarak üye ülkeden ülkeye

¹¹⁸ OĞUZ, Şeref, "Elektronik İş Çağı", Milliyet Gazetesi, 30 Ocak 1998.

¹¹⁹ SIRABAŞI, Volkan, *İnternet ve Radyo Televizyon Aracılığı ile Kişilik Haklarına Tecavüz*, Adalet Yayınevi, Ankara, 2003, s.118.

değişebilecek farklı tanımlamaları ve değerlendirmeleri de beraberinde getirecek, meşru-gayri meşru kavramlarını, hizmet alıcısı ve İSS açısından belirsiz kılacaktır. Bu belirsizlik aynı zamanda bilgi toplumu hizmeti sunan müteşebbislerin hangi standartlara sahip olmaları veya ne tür yasal yükümlülükleri yerine getirmeleri gerektiği konusunda da bir boşluk yaratmaktadır.

Avrupa Birliğinin yasal sisteminde belirsizlik olması, bilgi toplumu hizmetini Birlik içinde sunmak isteyen müteşebbislerin, yüksek ücretler karşılığı hukuki danışmanlık alması zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. Ortaya çıkan maliyet tablosu gereği çoğu müteşebbis ve özellikle KOBİ'ler yatırımlarını bu sektöre yönlendirmekten kaçınmaktadır.¹²⁰

Ayrıca, tüketici tarafındaki sisteme güvensizlik de, çoğu tüketicinin, on-line kontrat yapmaya yönelmemesi ve bu yolla geliştirilecek çoğu imkanın engellenmesine yol açmaktadır.

Bilgi toplumu hizmetlerine ilişkin üye ülkelerin ulusal mevzuatlarında gerçekleştirmiş oldukları farklı yasal düzenlemeler mevcuttur, ancak bunun hangi seviyede ve hangi sistematik genel çerçeve ile Birlik bünyesinde iç pazarın işleyişini kesintisiz sağlayacak şekilde düzenleneceği hususu, e-ticaret yönergesinin yürürlüğe konulmasının ana gerekçelerini oluşturmaktadır.¹²¹

2.5.3. İlk Planda Çözüm Getirilmesi Gerekli Sorunlar.

2.5.3.1 İnternet Servis Sağlayıcıların (İSS'lerin) Kuruluşu

Bilgi toplumu hizmet sunmak isteyen bir İSS'nin sahip olması gerekli özellikler ve yerine getirilmesi gereken şartlar nelerdir? Bu hususun kesinleştirilmesi, ancak İSS'nin kurulacağı yer üye ülkesindeki ilgili kuralların belirlenmesi ile mümkün olabilecektir. Bu alanda, birçok farklı yaklaşım mevcut olup, bunlar yasal belirsizliği doğurucu etki yaratmaktadır.¹²²

¹²⁰ COX, a.g.e., s.56.

¹²¹ AKGÜL, Mustafa, PEKŞİRİN, Hülya, İnternetin Yasal Düzenlemesi, <http://www.bt-stk.inet-tr.org.tr/yeni-duzenleme.htm>, 15 Haziran 2001.

¹²² PEKŞİRİN, Hülya, "İnternetin Yasal Düzenlemesi", İnternet ve Hukuk Platformu, 13 Mart 2002.

Özellikle İSS'lerin yerleşim yerinin tespiti güç olmaktadır. Bu hususta farklı yaklaşımlar mevcut olmuştur. Üye ülke içinde yerleşik bir siteden yaralanma imkanına sahip olma durumu, siteye ev sahipliği yapan ana birim tarafından mı belirlenecek yoksa basit bir e-posta kutusu yolu ile mi belirlenecektir? Üye ülkelerin bu konudaki tutumu son derece karışıktır ve farklılık içermektedir. Dolayısıyla ulusal yetkililer, sağlayıcı firmalar ve tüketiciler bu konuya hangi kuralların uygulanacağı konusunda net bir bilgiye sahip olmamaktadırlar.¹²³

İSS faaliyetlerinin yetkili makamların katılım gösterdiği bir izne mi yoksa bildirim prosedürüne mi bağlanacağı konularında bir karmaşa mevcuttur. Pek çok üye ülke de bilgi toplumu hizmeti olarak tanımlanabilecek hizmetler özel bir yetki alma prosedürüne tabi değildir. Ancak bunun yanında bazı üye ülkelerde bildirim yükümlülüğü getirilmiştir. Söz konusu belirsizlikler, yeni tür bilgi toplumu hizmetlerinin sunulması esnasında iyice belirgin hale gelmekte zira bu tür yeni hizmetleri mevcut sınıflar altında gruplamak olanaksız olabilmektedir.¹²⁴

İnternet üzerinde hizmet sunan tüm bireylerin veya kuruluşların yerleşme serbestisi prensibi uyarınca bu haklarından serbestçe yararlanabilmeleri gerekir. Ancak bu serbestinin uygulanabilir hale getirilebilmesi için belirsizliklerin giderilmesi, net, anlaşılır ve tatmin edici bir sistemin yaratılması zaruridir.

2.5.3.2. Ticari İletişim

Ticari iletişim, yapısı gereği pek çok e-ticaret hizmetinin oluşumunu sağlarken, iç pazara yönelik engellerin de en fazla belirgin hale geldiği alandır.¹²⁵

Bu alandaki mevcut tanımlar (örneğin “reklam”, “sponsorluk”), bunların on-line hizmetlere uygulanması esnasında belirsizlikleri de beraberinde getirir. Örneğin, pek çok üye ülkede, sadece internet site sahibi olmanın, hypertext hattı kurmanın, veya “domain name” kullanmanın ticari iletişim/iletişim olarak adlandırılıp

¹²³“İnternette Yapılabilecek Hukuki İSS Sorumlulukları Açısından Değerlendirilmesi”, <http://www.tissd.org/calismalar>, 5 Nisan 2002.

¹²⁴ ARIKAN, Ayşe Saadet, *Modern İletişim Araçları ve Özel Hukuk*, Ankara Barosu Hukuk Kurultayı, 2000.

¹²⁵ GÜRAN, Sait, AKÜNAL Teoman, BAYRAKTAR, Köksal, YURTCAN, Erdener, KENDİGELEN, Abuzer, BELER, Önder, , “İnternet ve Hukuk” <http://www.superonline.com/hukuk>, 9 Nisan 2002, s.29.

adlandırılmayacağı net değildir. bu gibi hallerde mevcut tanım ve kuralların yorumlanması yoluna gidilmektedir ki bu, kurulması zaruri olan uyumlu ortama özellikle zarar verici niteliktedir.¹²⁶

Meslek kuralları kanunlarla düzenlenen, doktorluk, avukatlık gibi profesyonel meslek gruplarının reklam vermesine ilişkin üye ülke mevzuatlarında uygulanan kurallardaki farklılık, internet üzerinden profesyonel hizmet verilmesinin gelişmesi önünde net ve belirgin bir engel oluşturmaktadır. Bir sitenin profesyonel hizmetler için kullanılması çoğu üye ülkede mevzuatlarında profesyonel hizmetler için kullanılması çoğu üye ülkede ticari iletişim/iletişim olarak kabul edilmekte ve üye ülke mevzuatlarında profesyonel mesleklerde farklı ayrımları gidilmektedir. Birçok üye ülkede reklam, avukatlık ve doktorluk mesleklerine ilişkin olarak katı surette kanunla yasaklanmıştır. Ancak diğer bazı üye ülkelerde ise avukatlık mesleği için daha esnet kural ve düzenlemeler mevcuttur.¹²⁷

Çoğu zaman üye ülkelerin rekabet hukukuna ilişkin kuralları, promosyon teklifleri, iskonto ve indirim gibi belli bazı ticari faaliyetlerin yasaklanması veya kısıtlanması sonucu doğuracak büyük ölçüde kısıtlayıcı etkiye sahip olabilmektedir. Bu etki özellikle yeni Pazarlama tekniklerinin geçerli olduğu ve internette istihdamın ve hizmetlerin başka hizmetlerle beraber verilmesi gibi farklı dinamiklere sahip bu yeni internet Pazar ortamında daha dikkate değer hal almaktadır.¹²⁸

Üye ülke uygulamalarında şeffaflık/transparanlığa ilişkin gerekler de (örneğin, reklam mesajı olduğuna dair not veya sponsor notu vb.) belirsiz ve çok çeşitlidir. Çoğu üye ülkede ilgili internet sisteminin ticari iletişime özgü olduğu veya sitenin kimin adına işletildiğine dair bir işaret koyulmasına ilişkin net ve kesin bir yasal yükümlülük mevcut değildir. Öte yandan, bazı üye ülkelerde bu çeşit işaret ve notların yokluğu, tüketiciyi koruma genel hükümleri veya rekabet kuralları uyarınca düzenlemeye tabi tutulmuştur.

Ayrıca, sipariş edilmeyen veya talep edilmemiş ticari iletişim konusundaki yeni oluşumlar hakkında uygulamadaki ihlaller doğrultusunda, üye ülkelerce gerekli

¹²⁶ BAŞALP, a.g.e., s.87.

¹²⁷ AKİPEK, Şebnem, "Özel Hukuk Alanında İnternet'in Durumu", İNET-TR 99 Paneli, Ankara Üniversitesi, 19-21 Kasım 1999.

¹²⁸ CAPİTAL, "İnternet Pazarlamayı Nasıl Değiştirecek", Yıl:8, S.8, Ağustos 2000, s. 35.

hukuksal düzenlemelerin benimsenmesi yoluna gidilmektedir. Ancak, bu hususta da bir bütünlük söz konusu değildir.

2.5.3.3 Elektronik Sözleşmeler

Yasalarda belirtilen bazı yasal gereklilikler. Sözleşmelerin elektronik yolla yapılmasını engellemekte veya sözleşmelerin sıhhatine yönelik esaslı bir yasal belirsizlik getirmektedir.¹²⁹ Bunlar, yasal düzenlemelerin elektronik sözleşme türünü tamamıyla alternatif dışı bırakan hükümleri nedeniyle olabileceği gibi, (örneğin; sözleşmenin kağıt üzerine düzenlenmesi zorunluluğunun kanun hükmünden olduğu durumlardaki gibi), daha sıklıkla görüldüğü üzere, kanunlarda yer verilen hukuki kriterlerin yorumlanması nedeniyle de meydana çıkabilmektedir. (Örneğin “yasa ile” kavramının kağıt üzerine olup olmadığı konusundaki farklı yorumlar ve “orijinal/asil” kavramlarının belirlenmesi konusundaki farklı yorumlar vb. gibi).¹³⁰ Bu tür belirsizlikler, on-line işlemlerin aleyhine bir etki yaratmakta ve bu nedenle üye ülkeler mevcut mevzuatlarında gerekli uyarımları mevzuatlarını tadil etme yoluyla veya yeni kanunlaştırma çalışmaları ile gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar.

Elektronik sözleşme kurulma şekilleri;¹³¹

a. İki Bilgisayar Aracılığıyla Kurulan Basit İlişki: Bu durum karşımıza genellikle arada bir servis sunucu (server) olmaksızın sözleşme yapmak isteyen tarafların, kendi bilgisayarları başında, e-mail yoluyla, aynı anda haberleşmesi halinde çıkar. İki bilgisayar aracılığıyla kurulan bu basit ilişkiyi, telefon aracılığıyla yapılan sözleşmelere benzetmek mümkündür. Hukukumuzda telefon aracılığıyla yapılan sözleşmeler, kurul olarak hazırlar arasında yapılmış kabul edilmektedir. Dolayısıyla icapçı, hemen bir kabul cevabı bekleyecek ve kabul haberi icapçının bilgisayarına ulaştığı anda da sözleşme kurulmuş olacaktır.

b.Ortak Bir Servis Sunucu Aracılığıyla Kurulan İlişki : Sözleşme yapmak isteyen tarafların her ikisinde de kullanıldığı orta bir servis sunucu olması halinde bu

¹²⁹ SOYDAN, Billur Yatlı, “E-İmza ve E-Belge: Kağıtsız ve Mürekepsiz Dünyada Hukuk I-II”, Maliye Gelirler Kontrolörleri Dergisi Yayını Özel Ek, S.151-152, Nisan-Mayıs 2001.

¹³⁰ KESER, BERBER, Leyla, İnternet Üzerinden Yapılan İşlemlerde Elektronik Para ve Dijital İmza, Yektin Yayınları, Ankara, 2002, s. 121.

¹³¹ <http://inet-tr.org.tr/inetconf5/tammetin/hukuk.html>,10.05.2004

ilişki karşımıza çıkar. Sözleşmeye ilişkin tüm bilgiler bu servis sunucu aracılığıyla sözleşme ile hiç ilgisi olmayan bir üçüncü kişi girmiş olur. Servis sunucu ile bağlantı kurulmadığı sürece, sözleşmeye katılan tarafların birbirine bilgi göndermesi, irade beyanlarını açıklaması ve kendilerine gönderilene öğrenmesi mümkün değildir. Bu nedenle, belirttiğimiz senaryo bakımından hazır olmayanlar arasında akdedilen bir sözleşmenin varlığının kabul edilmesi gerekir. Dolayısıyla hazır olmayanlar arasındaki sözleşmeler bakımından yaptığımız açıklamalar, bu senaryo için de geçerli olur.

c. Birden Çok Servis Sunucu Vasıtasıyla İlişkinin Kurulması : Sözleşme yapmak isteyen tarafların, farklı servis sunucular vasıtasıyla iletişim kurması durumunda bu ilişki ortaya çıkar. Burada da hazır olmayanlar arasında bir sözleşme olduğu açıktır. Ancak böyle bir sözleşmede, tarafların ve servis sunucuların farklı farklı ülkelerde olması halinde, önemli sorunlar ortaya çıkabileceği, özellikle sözleşmenin devletler özel hukuku ilkeleri de dikkate alınarak kurulduğu yerin belirlenmesinin zor olacağı bir gerçektir.

d.Çeşitli Aracı Servis Sunucular ve Networklar Vasıtasıyla İlişkinin Kurulması : Üçüncü senaryoda belirttiğimiz durumun biraz daha genişlemesi ve servis sunucuların çeşitlenmesi halinde, yine aynı kuralların uygulanacağı karmaşık bir ilişki ortaya çıkar.

e.Satıcının Kendisine Ait Web Sitesinin Bulunması : Taraflardan birinin, ki bu taraf genellikle satıcı ya da hizmet sunan konumundaki taraftır, kendisine ait Web sitesinin bulunması durumunda bu ilişki karşımıza gelir. Satıcı veya hizmet sunana kendisine, sattığı mal ya da hizmete ve sözleşme yapma koşullarına ilişkin bilgileri Web sayfasında, sözleşme yapmak isteyebilecek diğer tarafa (kural olarak kamuya aleni bir şekilde) sunar. Eğer sunulan bu bilgiler, sözleşmenin tüm esaslı unsurlarını içerir ve satıcı ya da hizmet sunan tarafından bağlanma niyeti ile sunulursa bu bir icap olarak değerlendirilecek, karşı tarafın kabul beyanını göndermesi ile de sözleşme kurulmuş olacaktır. Aksi takdirde, yani satıcı yada hizmet sunanın bağlanma ve sözleşme kurma iradesini tam olarak ortaya koymaması durumunda, verilen bilgiler icaba davet olarak değerlendirilecek ; bu bilgileri görüp de sözleşme yapmak isteyen kişiden icap beklenenecektir. Gelecek icaba göre satıcı ya da hizmet sunan, icapçıya kabul beyanını gönderip, bu beyan ona ulaştığı anda sözleşme kurulacaktır

2.5.3.4 Aracı Konumundaki İSS'lerin Sorumlulukları

Üye ülkelerin, hizmet kullanıcısı tarafından verilen üçüncü kişilere ait bilgileri depolayan, bulunduran veya iletimini sağlayan “aracı / intermediary” konumundaki bilgi toplumu İSS'lere uygulanacak sorumluluk hükümlerinde önemli hukuki belirsizlikler olduğu görülmüştür. Bu tür aracı faaliyetler üye ülkelerce değişik girişim veya kanunlaştırma çalışmaları ile düzenlenmeye çalışılmaktadır.¹³²

Temel problem, içeriği suç teşkil eden bilginin iletiminden ve saklanmasıyla doğacak sorumluluğun İSS'ler ile söz konusu bilgiyi on-line hale getiren ve bu bilgiyi on-line erişebilir kılan kişiler arasındaki paylaşımının belirlenmesinde ortaya çıkmaktadır. Bir başka sorun, sağlayıcıların, ilettikleri veya sakladıkları bilgileri güvenlik amaçlı kontrol edip etmeme zorunlulukları noktasında ortaya çıkmıştır.¹³³ Bu konuda, üye ülkelerin kendi ulusal mevzuatlarında gerçekleştirdikleri veya halen üzerinde çalıştıkları yasal düzenlemeler bulunmakla birlikte, bu hususta tüm Avrupa genelinde bir bütünlük olduğundan söz edilememektedir.

¹³² <http://www.tissd.org/calismalar>, “İnternette Yapılabilecek Hukuki ISS Sorumlulukları Açısından Değerlendirilmesi”, 5 Nisan 2002.

¹³³ ÖZDİLEK, Ali Osman, *İnternet ve Hukuk*, Papatya Yayınları, İstanbul, 2002, s.102.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

**TÜRKİYE'DE E-TİCARET UYGULAMALARI ve HUKUKSAL
ALTYAPISI**

3.1. Türkiye’de E-Ticaret ve Bilgi-İletişim Teknolojilerinin Alt Yapısı

Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı hazırlanması ile ilgili olarak çalışmalar Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği tarafından 23 Ocak, 1996 tarihinde düzenlenen "İnternet Faaliyetleri" konulu toplantı ile başlamıştır. İnternet ve Yasal Düzenlemeler konusundaki toplantıda,¹³⁴

- "Yeni teknolojik olanakların getireceği yasal sorunlardan kurtulmanın yolunun elbette bu teknolojilerin ülkeye girmesi ve yaygınlaşmasını engellemek olmadığı, küreselleşen dünyada ve kitle iletişim araçlarıyla bilinçlenmiş yurttaşların varlığında yasakçı yöntemlerin çözüm olamayacağı"
- "Dünya nimetlerinden alınacak payın belirlenmesinde en büyük rolü oynayan teknolojinin, benzer rolü yasaların ve uluslararası hukukun biçimlenmesinde de oynadığının, göz ardı edilmemesi gerektiği",
- "Enformasyon teknolojisi üzerinde etkinliğini artıranların, geleceğin enformasyon toplumunun ekonomisine olduğu kadar hukukunda da hakim olacakları",

¹³⁴ Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı Konusundaki Gelişmeler ile İlgili Bilgi Notu
<http://www.tuena.tubitak.gov.tr/dokuman/gelisme2.html>, , 01 Ocak 2003.

- "Bu nedenle yapılacak düzenlemelerin zaten kullanılması kaçınılmaz olan bu teknolojilerin önünü açması ve bunu yaparken de ulusal çıkarları gözetmesi gerekliliği",
- "Internet'in ulusal enformasyon altyapısının başlangıcı olarak değerlendirilmesi; bu bağlamda ulusal enformasyon altyapısı ve bunun üzerinde geliştirilecek telematik hizmetlere ilişkin ek altyapıların inşası konusunun bir Master Plan çerçevesinde ele alınması gerekliliği",
- "Master Plan'ın ulusal yararın maksimumlaştırılabilmesi ve hedeflenen yetenek düzlemlerine erişilebilmesi için, kaçınılmaz olduğu"

görüşleri dile getirilmiştir. "Enformasyon teknolojilerinin geliştirilmesi ve bilgi toplumuna geçişin sağlanması amacıyla enformasyon alanında kamu güvenliği ve menfaatleri, sosyo-ekonomik, yasal, kurumsal ve düşünülebilecek diğer hususları da kapsayan bir enformasyon politikasının geliştirilmesine duyulan ihtiyacı belirtmiştir.

3.1.1. Ulusal Enformasyon Altyapısı

Türkiye'nin bilgi teknolojileri alanında gelecekte izleyeceği stratejiye ilişkin olarak Temmuz 1997' de "Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı (TUENA)" projesi başlatılmıştır. Ulaştırma Bakanlığı'nın koordinatörlüğünde ve TÜBİTAK-BİLTEN'in sekreteryasında yürütülen projede temel sorulara yanıt aranmıştır.¹³⁵

Bu projede, Türkiye'nin enformasyon teknolojisi alanındaki konumu ve birikimi, dünyadaki teknolojik / kurumsal eğilimler ve gelişimin yönü, dünyadaki gelişmeler ışığında ülkemizde ileride görülebilecek gereksinim ve talepler, enformasyon teknolojisi altyapısının kurulmasında ulusal bazda katkıda bulunabileceğimiz alan, ürün ve hizmetler ile enformasyon teknolojisi alanında nasıl bir kurumsal yapılanma ile öngörülen hedeflere ulaşılacağı hususlarında tespitler yapılmıştır.

1999'un sonunda tamamlanan Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı'nın bulgularının süreç içinde güncellenmesi hedeflenmektedir. Ancak, raporlama anlamında yakın tarihli bir çalışma mevcut değildir. Ayrıca Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun 2 Haziran 1998 tarihli toplantısında alınan kararlar doğrultusunda

¹³⁵ TUENA, **Sonuç Raporu**, <http://www.tuena.tubitak.gov.tr>, T.C. Ulaştırma Bakanlığı Ekim 1999, s.4, 8 Ekim 2002.

oluşturulmaya çalışılan “Ulusal Bilgi Teknolojileri Konseyi”nin kuruluş çalışmalarına hız verilmiştir. TUENA’nın uygulanmasında koordinasyon görevi görecektir olan Konsey; enformasyon teknolojisi sanayii, eğitim, güvenlik, ekonomi, dış ticaret konularında ilgili kamu kurumlarını ve sivil toplum örgütlerini bir araya getirerek, Türkiye için öncelikleri belirleyebilecek, toplumsal kabulü arttıracak bir yapılanma oluşturulmaktadır.¹³⁶

- TUENA çalışmasının resmi sonuçları temel alındığında ülkemizin bilişim sektörünün görünümü 1997 yılı verileri uyarınca haberleşmede, yurtdışı iletim kapasitesinin %62’si Batı Avrupa ülkelerindedir. Yurtdışı iletim teknolojisinde %68 F/O (denizaltı fiber optik kablolar), %24 oranında ise uydu kullanılmaktadır. Bilgisayar ve yazılım konusunda, kişisel bilgisayar sayısı 1,141,581 olup, Türkiye’de kullanılan modemlerin (310,948) %79’unun hızı 9600’dir.

Maalesef bu verilerin güncellendiği, aynı proje grubunun oluşturduğu bir çalışma daha mevcut değildir. sadece, TUENA’nın “Bilgi Toplumu 2010 Yılı Vizyon Raporu” vardır ki, bu da ileriye yönelik yapılması gerekenleri bütün olarak ortaya koyan bir çalışmadır.

3.2. Türkiye’de Elektronik Ticaretin Hukuksal Altyapısı

Ülkemizde maalesef internetin geçmişi çok uzun olmamakla beraber kullanımı dünyadaki gelişmeler ile paralellik arz etmektedir. İnternet kullanımının yaygın olmamasının temel nedenlerinden biri ülkemizi bilgi teknolojisi altyapılarının yeterli olmamasıdır. Ancak, e-ticaret faaliyetlerini kısıtlamaktadır. Ülkemizde, e-ticaretin hukuksal boyutunun anlaşılması ve bu yönde mevzuat oluşturulmasına yönelik, devlet, TBMM, sivil örgüt kuruluşları ve üniversiteler bünyesinde çalışmalar sürdürülmektedir.¹³⁷

3.2.1. Özel Hukuk Açısından Elektronik Ticaretin Hukuksal Altyapısı

3.2.1.1. İnternet Alan İsimlerinin Korunması

İnternet giderek artan bir hızda ticaret, eğitim ve iletişim için uluslar arası bir araç haline gelmekte, bu ortamdaki adreslere işaret eden alan isimleri kullanımının da

¹³⁶Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları, <http://www.igeme.org.tr>, Dış Ticaret Müsteşarlığı, 14 Kasım 2002

¹³⁷ COX, a.g.e., s.94.

belirli esaslara bağlanması kaçınılmaz olmaktadır. Bu konuda, ağlara herkesin güvenli bir şekilde ve kolayca ulaşabilmesi için; ağ sitelerinin isimlerinin sahiplerine özgülenmesi ve sınıflandırılması gerekmekte ve bunun da haksız rekabete yol açmayacak şekilde yapılması için alan isimleri tahsisinin saydam ve uluslar arası normlara uygun şekilde işleyen bir kurumca yürütülmesi gerekmektedir. Dünyada internet adresleri “İnternet Protocol” denilen sayısal adlandırmalar ile “Domain Name” denilen alan isimleri ve bir anlam ifade eden kısaltmalar şeklinde oluşturulmaktadır.¹³⁸

Ülkemizde 1993 yılından bu yana Domain – Name, yani tr – altında yer alan internet alan adlarının dağıtımı ODTÜ tarafından yapılmaktadır. Bu alan adlarının belirlenmesinde uygulanan kuralların çok katı olması internet alan adları sayısının artmasını engellemektedir. Mesela “com.tr” alan adı için Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından verilen Ticaret Sicil Tescil belgesi istenmektedir. Dolayısıyla küçük çapta iş yapan birisinin Türkiye’de alan adı alması çok zor olduğundan Top Level Domain denilen com, net gibi, kredi kartı numarası dışında başka hiçbir bilginin istenmediği alan adreslerinin tercih edilmesi kaçınılmaz olmaktadır. Her ne kadar bu uygulama bütün dünyada şikayet konusu olan haksız domain-name ticaretini engellemekte ise de, esasen hukuki dayanaktan yoksun bu uygulaması ile ODTÜ domain-name verilmesinde adeta “taraf” durumuna düşmektedir. Eğer verilen alan adı bir başkasının isim veya markasına tecavüz teşkil ediyorsa, hukuki yollara müracaat edilecek, yapılan uyarıya rağmen alan adını kullanmaya devam eden kişiye karşı isim ve marka tecavüzüne veya haksız rekabete dair hükümlere binaen TTK 56-65. maddelerine göre ihtiyati tedbir kararı aldirmek gerekecektir. “Domain-grabbing” halinde ise ağır para ve hapis cezaları söz konusu¹³⁹ olabilecektir.

Burada “Ulusal Bilgi Güvenliği Teşkilatı ve Görevleri Hakkında Kanun Taslağı”na da kısaca temas etmek yerinde olacaktır. Bu kanun taslağı ile Başbakanlığa bağlı bir Ulusal Bilgi Güvenliği Üst Kurulu ile tüzel kişiliğe sahip ve katma bütçeli Ulusal Bilgi Güvenliği Kurumu Başkanlığı kurulması öngörülmektedir. Teknolojiye ve bilgiye olan bağımlılıktan ötürü, bilginin korunması için usuller geliştirilmesi ve yasal düzenlemeler yapılması mecburiyetinden doğan bu çalışma, genelde olumlu bulunmakla

¹³⁸ ÇELİKOĞLU Cengiz Topal, “E-ticaretin Özel Hukuk ve İspat Hukuku Boyutu”, <http://www.turkhukuk sitesi.com>, 1 Şubat 2002,s.3

¹³⁹ TEKİNALP, Ünal, ÇAMOĞLU, Ersin, **Türk Ticaret Kanunu**, Beta Yayınları, 1995, s.37-48.

beraber, içerdiği muğlak kavramlar nedeniyle bir takım kısıtlamaları da beraberinde getirebileceği eleştirileri ile karşı karşıyadır.¹⁴⁰

Kanun koyucu, fikrî hakların yanı sıra sınai haklar kapsamında değerlendirilen marka, coğrafi işaretler, ticaret unvanı ve işletme dışı gibi ayırt edici ad ve işaretleri de özel olarak düzenlemiş ve korumuştur.¹⁴¹ İnternet ile bağlantılı olarak bu alanda gündeme gelen temel sorun internet adresi olarak nitelendirilen alan isimlerinin (Domain Name), hukuken korunan ayırt edici ad ve işaretlerle çatışmasıdır. O kadar ki, “erken davranan” bazı müteşebbisler özellikle bölgesel nitelik taşımayan alan isimlerini kendi adlarına tescil ettirmiş ve ciddi olarak bu işin ticareti ile uğraşır duruma gelmişlerdir. Dolayısıyla bu aşamada ilk olarak hukuken korunan ayırt edici ad ve işaret hakkı sahibinin, bu sınai hakkına yapılan tecavüze karşı özel bir korumadan yararlanabilip yararlanamayacağı sorununa cevap aranmalıdır.¹⁴² Bir başka deyişle ayırt edici işaret/isim üzerinde hak sahibi olan kişinin, internet adresini kendi adına tescil ettiren kişiye karşı, ismi/işareti koruyan hükümlere göre (örneğin, marka hukuku, haksız rekabet hükümleri, ticaret ünvanı, işletme adı ya da kişisel adı koruyan diğer hükümlere göre) bir başvuru hakkı olacak mıdır?

Sorun hem ulusal, hem de özellikle uluslararası platformda önem taşımaktadır. Çünkü alan isimlerinin dağıtımını konusunda ülkesel planda dahi herhangi bir yasal düzenleme olmadığı gibi, alan isimlerini dağıtan kuruluşların belirledikleri, ancak hukuki bir yaptırım olmayan bazı ilkeler dışında uyulması zorunlu temel ilkeler de saptanmıştır.¹⁴³

Ulusal planla ayırt edici ad ve işaret sahibinin, (.tr) ekini taşıyan alan adlarının kendi adlarına tescil ettiren kişilere karşı, marka, ticari işletme, hatta haksız rekabet hakları kapsamında başvurmaları düşünülebilir.¹⁴⁴ Bu konuda uluslararası gelişmeler de dikkate alınarak alan isimlerinin verilmesi ve korunmasına ilişkin etkin hukuk kurallarının iç hukuk mevzuatımıza kazandırılması gereklidir.

¹⁴⁰ BOZBEL Savaş “İnternet Üzerinden Yapılan Hukuki İşlemler ve bu konudaki 97/7 sayılı AB Yönergesi ile Alman ve İsviçre’deki düzenlemeler” <http://www.turkhukuksitesi.com>, 30 Ağustos 2001

¹⁴¹ TEKİNALP, Ünal, A.g.e., s.10.

¹⁴² SIRABAŞI, a.g.e., s.57.

¹⁴³ KIRÇOVA, İbrahim, ÖZTÜRK, Pınar, *İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar*, İTO yayınları, İstanbul, 2000, s.6-8.

¹⁴⁴ GÜRAN Sait; AKÜNAL, Teoman; BAYRAKTAR, Köksal; YURTCAN, Erdener; KENDİGELEN, Abuzer; BELER, Önder; SÖZER, Bülent, “İnternet ve Hukuk” http://www.superonline.com/hukuk_ (14 Nisan 2002).

3.2.1.2. Kişisel Verilerin Korunması

E-ticaret faaliyeti sırasında kişisel verilerin toplanarak işlenmesinin gerekli ve hatta zorunlu olduğu kuşkusuzdur. Ancak bunun, toplanan kişisel bilgilerin kötüye kullanılmaması bağlamında, hakkında veri toplanan kişinin kişilik haklarının ihlal edilmemesi suretiyle yapılması gerekmektedir. Bu noktada, kişilerle ilgili bilgilerin bilişim sistemlerine yerleştirilmesi ve işlenmesiyle ilgili esas ve usullerin düzenlenmesi, bunlara uymayanlar hakkında yaptırımların getirilmesi, kısaca kişilik haklarının korunması gereği ortaya çıkmaktadır. Hukuk sistemlerinde kişisel hakların korunması kişiler hukuku bahsinde düzenlenmiştir. Kişilik hakları uluslararası hukuk kurallarında ve mevzuatımızda genel olarak; herkesin özel hayatına, aile hayatına, meskenine ve haberleşmesine saygı gösterilmesi şeklinde ifade edilmektedir. Ülkemizde Medeni Kanununun 24.maddesine göre, hukuka aykırı olarak şahsiyet hakkına tecavüz edilen kişi, yargı merciinden bu tecavüzün durdurulmasını ve sonuçlarının ortadan kaldırılmasını isteyebilir.¹⁴⁵ Ancak genel nitelikte bu kuralların iletişim alanında gelişen bilim ve teknoloji karşısında, kişilik haklarının korunmasında yetersiz kaldığı görülmektedir.

Gelişmiş telekomünikasyon araçları ile gerçekleştirilen, ülkeler arasındaki bilgi akışında kişilik haklarının korunmasında üye ülkeler milli mevzuatının yetersiz kalması, bu alanda bir uluslar arası sözleşme hazırlanmasını zorunlu kılmıştır.¹⁴⁶ “Kişisel Verilerin Otomatik İşleme Tabi Tutulması Karşısında Bireylerin Korunması”na ilişkin 108 sayılı Sözleşme, 28 Ocak 1981 tarihinde imzaya açılmış ve aynı tarihte diğer Avrupa Konseyi üyeleriyle birlikte Türkiye tarafından da imzalanmıştır.¹⁴⁷ Anılan sözleşme gereğince imzacı devletlerin sözleşmede öngörülen ilkeler çerçevesinde bir yasa yapma zorunluluğunu teminen ülkemizde de Adalet Bakanlığınca “Kişisel Verilerin Korunması Kanun Tasarısı” hazırlanmakta olup yine hazırlıkları devam eden yeni Ceza Kanunu ile kişisel bilgilerin bilişim sistemlerine yerleştirilmesi ve işlenmesi ile ilgili esas ve usullere uymayanlar hakkında ceza yaptırımlarının getirilmesi öngörülmektedir.¹⁴⁸

¹⁴⁵ ERGÜN, Zafer, **Türk Medeni Kanunu**, Adil Yayınevi, Ankara, 2002, s.5

¹⁴⁶ <http://www.adalet.gov.tr/kanun/newfolder/kisiselveri.htm>, 07/09/2003.

¹⁴⁷ AB 2002 yılı İlerleme Raporu, Brüksel, 2002, s.106.

¹⁴⁸ ÇELİKOĞLU Cengiz Topel, “E-ticaretin Özel Hukuk ve İspat Hukuku Boyutu” <http://www.turkhukuk sitesi.com>, (27 Şubat 2002).

3.2.1.3. Tüketicinin Korunması

Bir mal veya hizmetin son kullanıcı olarak satın alan kişi tüketici olmaktadır. Tüketici hukukunda genel olarak tüketiciye; önleyici ve giderici olmak üzere iki şekilde korunma sağlanması öngörülmekte ve bunlar; korumayı gerektiren olgunun gerçekleşmemesine yönelik tedbirler ve korunması gereken olgu gerçekleştiğinde de tüketiciye tanınacak yargısal başvuru haklarıdır. Klasik ticaretteki tüketici hakları e-ticaret için de geçerli olmakla birlikte elektronik ortam sebebi ile satıcı ve tüketicinin mesafeli olması, alışveriş sözleşme ve ödeme işlemlerinin hızlı yapılması ve özellikle gayri maddi mallarda alışverişin tamamen gıyaben gerçekleşmesi gibi özellikler tüketiciye ilave korunma sağlanmasını gerektirmektedir. E-ticarette tüketicinin korunmasını zorlaştıran önemli bir nokta da ortamın sınır ötesi niteliğidir. Bu alandaki tüketici sorunları; aldatıcı reklam ve hileli işlemlerden korunma, ödeme kartlarının suiistimalinin engellenmesi, tüketici mahremiyeti anlamında alışveriş esnasında toplanan müşteri bilgilerinin korunması, mal ve hizmetteki ayıpların tazmini şeklinde özetlenebilir. Genel tüketici hukukunun önemli bir konusu olan – sözleşme yapılması sırasında sözleşmenin kuvvetli tarafının öne sürdüğü – genel işlem şartları e-ticaret tüketicisi yönünden özel öneme sahip bir sorun alanıdır.¹⁴⁹

Yukarıda anılan konularda ülkemizde henüz herhangi bir düzenleme mevcut olmamakla birlikte 1995'ten beri uygulanmakta olan Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun bu konuları da içerecek nitelikte bazı hükümlerinin değiştirilmesine yönelik hazırlıklar mevcut olup, e-ticaretin önemli bir kalemini teşkil eden gayri maddi malların kanun kapsamına sokulması, e-ortamda yapılan alışverişlerin mesafeli satış sayılması ve mesafeli satışları da içeren kapıdan satışlarına bakanlık iznine bağlanması, 7 günlük cayma süresi içinde satım bedelinin nakdi ya da gayri nakdi ödenmesinin istenemeyeceği, genel işlem şartlarında yer alan ve tüketici aleyhine tek taraflı şartların geçersizliği şeklinde özetleyebileceğimiz idari ve yargısal başvuru hakları gündemdedir.¹⁵⁰

¹⁴⁹ COX, a.g.e., s.98.

¹⁵⁰ ÇELİKOĞLU, a.g.m., s.4.

3.2.1.3.1. E-Ticaretle İlgili Olarak Ülkemizde Tüketicinin Korunması Bakımından Mevcut Durum

Bilindiği üzere, 4077 sayılı Kanun 8 Eylül 1995 tarihinden beri ülkemizde uygulanmakta olup, bu konuda önemli gelişmeler kaydedilmiş bulunmaktadır. Kanununun 8 ve 9'uncu maddeleri kapıdan satışları düzenlemektedir. Kanuna ve TRKGM-95/136-137 sayılı Kapıdan Satışlara İlişkin Uygulama ve Esaslara Dair Tebliğ'e göre kapıdan satış; işyeri, fuar, panayır gibi satış mekanları dışında önceden mutabakat olmaksızın tüketicinin evinde veya işyerinde yapılan satışlar ile toplantılı, katalogdan seçim yoluyla yapılan ve mesafeli satışları içermektedir. Bu tanımdan hareketle, on-line yapılan satışların da bir an anlamda tapıdan satış gibi değerlendirilebileceği kabul edilebilir.¹⁵¹

Bu tür satışlarda kanun tüketiciye 7 günlük cayma hakkı tanımıştır. Tüketici herhangi bir gerekçe göstermeksizin 7 gün içinde malı iade edip ödemiş olduğu para ve kıymetli evrakı geri isteme hakkına sahiptir. Ancak, kanunun 9'uncu maddesine göre satıcının tüketiciye vermek zorunda olduğu cayma bildirim belgesinin nasıl verileceği ve bunun nasıl belgeleneceği hususu çözülmesi gereken bir sorundur.

Diğer taraftan, kanunda tüketici kredilerine, aldatıcı ticari reklam ve ilanlara ilişkin özel düzenlemeler de bulunmaktadır. Bu düzenlemeler de elektronik ticarete uygulanabilecek niteliktedir.

Ancak, haksız sözleşme şartlarının düzenlenmesini yasaklayan ve "Genel İşlem Şartları" denilen yasal düzenlemelere ve elektronik imza ile elektronik noter gibi konuların düzenlenmesine, ayrıca 4077 sayılı Kanunun kapıdan satışlara ve ayıplı maldan dolayı ürün sorumluluğuna ilişkin düzenlemelerin yeniden gözden geçirilmesinin gerektiği de gözden kaçırılmamalıdır.¹⁵²

Dünyada ve Türkiye'de e-ticaret çalışmalarında, hukuki sorunlara şu temel yaklaşımlarla yanıt verilmektedir.¹⁵³

¹⁵¹"TüketicininKorunması",

<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=b&t=a&i=03112001172107023201084705>, (21 Aralık 2001).

¹⁵² <http://tubitak.gov.tr/btpd/btspd/btyk/kararlar/karar3-bl3.htm>, (20 Aralık 2000).

¹⁵³ <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaretkutuphanesi>, (20 Mart 2002).

- Hızla bir yasal düzenlemeye gidilmesi gereken konu, sayısal imzanın hukuken tanınmasıdır.
- Sayısal imzanın hukuken tanınabilmesi için, açık anahtarlı altyapının kurumlarıyla kurulması gerekmektedir. Bu bağlamda, örneğin onay kurumları ve standartları yasalarca tanınmalıdır.
- Sayısal imza yürürlüğe girene kadar, “delil sözleşmesi” uygulamasına gidilerek, e-ticaretin önü açık tutulmalıdır. Tür hukuk sistemi de bu uygulamaya izin vermektedir.
- Uluslar arası çalışmalarda da önerildiği üzere, e-ticareti yapan tarafların tayin edeceği hakemlerle ihtilafların çözümüne gidilmelidir. Türk hukuk sisteminde, “tahkim” olarak nitelenen bu uygulama, yazılı olarak kabul görmektedir.
- Elektronik ortamda yapılan sözleşmelerde borçlar kanununun öngördüğü “sözleşme serbestisi” ilkesi uygulanabilir. Uygulamadaki anlaşmazlıkları en aza indirmek amacıyla, uluslar arası çalışmalara incelenerek bir hukuki terimler sözlüğü oluşturulmalıdır.
- Dünyadaki eğilimlere paralel olarak, özel sektörün oto-kontrol sistemleri geliştirilerek, e-ticarette güveni sağlaması desteklenmelidir.

3.2.1.3.2 E-Ticarette Tüketicinin Korunmasına İlişkin Olarak Tartışılması

Gereken Hususlar

Özellikle İnternet gibi açık sistemlerin kullanılması suretiyle yapılan elektronik işlemlerde tüketici ve diğer kullanıcılar açısından en önemli hususlar şu şekilde gruplanabilmektedir.¹⁵⁴

- Altyapıda yer alan ağ hizmetlerinin güvenilirliği ve hukuki işlemlerin güvenli olabilmesi
- Altyapıda ve hukuki işlemlerde sağlanan güven ve güvenlik sayesinde hem yapılan işlemler, hem de bu işlemleri yapan taraflar hakkındaki bilginin doğrulanabilmesi.

¹⁵⁴ ARIKAN, a.g.e., s. 146.

Bu önemli noktalar altyapı ve bu altyapıda kullanılacak teknolojileri gündeme getirdiği gibi; yine altyapı içinde yar alıp, bu teknolojiler sayesinde güveni tesis edici doğrulamaları yapabilecek, bu işe özgü yeni fonksiyonları olan kurumlara da ihtiyaç gösterecektir.

Tüketici, elektronik ortamda seyahat ederken yaptığı sözleşmeler veya sanal ziyaretleri sırasında doldurduğu formlar nedeniyle verdiği kişisel verilerin; hem derlenmesini, hem de daha sonra kullanılmasını kontrol etmek isteyecektir.¹⁵⁵ Tüketicinin özellikle aradığı bir diğer husus ise, korunmasını sağlayıcı etkin yasal yolların olmasıdır. Elektronik ticaretin sağlıklı bir şekilde gelişebilmesi; güveni tesis edici bir politikayı, teknolojiyi, kurumları, yasal yolları, etkin kuralları ve tüm bu konularda bilgilendirmeyi gerektirmektedir.¹⁵⁶ Elektronik ticaretin dünyanın dört bir yanına yayılması ve güvenin sağlanması, ancak devletin ve özel sektörün ortaklaşa çalışmalarıyla ve de uluslararası düzeyde yapılacak çalışmalarla mümkün olabilecektir.

3.2.1.3.3. E-Ticarette Mal ve Hizmet Alışverişinde Sipariş, Teslim ve Ödemeye

İlişkin Sorunlar

Bir ticari satış sözleşmesinde satıcı malı veya hizmeti teslim etmedikçe veya teslim hazırlanmadıkça malın bedelini talep edemez. Eğer mal veya hizmetin bedeli talep edilirse, alıcı, satıcının taahhüdü yerine getirmediği definde bulunabilir. Alıcı mal veya hizmetin teslimi talebinde bulunursa satıcı da onun bedeli ödemediği definde bulunabilir. Bu kuraldan aksine bir gelenek veya sözleşme varsa ayrılabilir. Örneğin, taksitli satışlarda önce malın teslim edileceği, paranın bir süre sonra ödeneceği kararlaştırılır. Bazen de önce paranın ödeneceği sonra malın veya hizmetin teslim edileceği kararlaştırılabilir. Mesela gazete ve dergilere abonelikte bu durum görülebilir.¹⁵⁷ İnternette gerçekleşen sahtekarlık (fraud) olaylarını tüketicilerin korunması açısından bazı basit yöntemler kullanarak asgariye indirmek mümkün olmaktadır. Bu sorunları giderebilmek için alınacak başlıca önlemleri şöyle sıralayabiliriz:¹⁵⁸

¹⁵⁵ ÖNÜGÖREN, Gürsel, "İnternet Hukuku", <http://www.hukukcu.com/bilimsel/index.htm>, 03.06.2004

¹⁵⁶ TOPALOĞLU, Mustafa, "Elektronik Ticaretin Hukuksal Yönü", PC Life Dergisi, Mayıs 2000.

¹⁵⁷ ÖNÜGÖREN, Gürsel, "İnternet Hukuku", <http://www.hukukcu.com/bilimsel/index.htm>, 12.06.2004

¹⁵⁸ ENE, a.g.e., s.81.

- Sipariş aşamasında müşteriden alınabilecek tüm bilginin alınması, kart hamilinin kartın üstünde yer alan adı (emboss adı), kart son kullanma tarihi, kart numarasının, postalama adresi, kart hamilinin ev ve iş telefonları, e-mail adresi, teslimatın yapılacağı kişinin adı, teslimat adresi ve telefon numarasının alınması gerekmektedir.

- Teslim aşamasında alınabilecek önlemler ise, güvendiğiniz bir dağıtım şirketi seçmek ve teslimat şartlarını, dikkat ettikleri konuları öğrenmektir. Dağıtım şirketinin kıymetli ürünlerin teslimat adresinin değiştirilmesi karşısında ne kadar hassas olduklarını irdelenmelidir. Teslimatların imza karşılığı ve resimli bir kimlik belgesi görülerek yapılmasına dikkat edilmelidir.

- Gelecekteki risklerin elimine edilmesi için, müşteri bazında alımların sıklığına dikkat edilmelidir. Kart çalan kişinin çalındı bildirimini yapılmadan maksimum alımı yapmaya çalışacağı göz önünde tutulmalıdır. Hileli satışların teslimat adresleri bir database halinde derlenmelidir. İtiraz süresi geçinceye kadar tüm satış bilgileri muhafaza edilmelidir. Müşterinin faturasının üzerine, bir hilekarlık ile karşılaşılması durumunda işletmeye kolay ve hızlı ulaşabilmesi için işletmenin ücretsiz telefon numarası yazılmalıdır.

3.2.1.3.3.1. E-Ticarete Sipariş İle İlgili Sorunlar

Sipariş ile ilgili yaşanan sorunların başlıcaları şu şekillerde ortaya çıkmaktadır.¹⁵⁹

- Sipariş verenle ilgili sorunlar yaşanmaktadır.
- Sipariştan vazgeçme halinde sipariş verenle, karşı taraf arasındaki ilişkilerin ve o ana kadar yapılan işlerin durumunda sorunlar yaşanmaktadır.
- Elektronik ortamda sipariş verileceğinden, düzenlenecek sözleşmenin şekli ve imzalarla ilgili sorunlar yaşanmaktadır.
- Elektronik işlemin onaylanması söz konusu olduğunda onay makamları ile ilgili hizmetlerde sorunlar yaşanmaktadır.

¹⁵⁹ <http://www.igeme.org.tr/TUR/etrade/etkk/hukuk/hukuk.htm>, (25 Aralık 2001).

- Elektronik ortamda tarafların karşılıklı vereceği bilgilerin taraflarca veya üçüncü kişilerce izinsiz kullanılabilmesi sorunu ve buna karşı cezai müeyyidelerin getirilmesinde sorunlar yaşanmaktadır.

Sipariş sırasında yaşanan sorunlar en aza indirilebilmek için müşterilerden alınabilecek tüm bilginin alınması çok yerinde ve çok yararlı olacaktır.¹⁶⁰

- Kart hamilinin kartın üstünde yer alan adı (emboss adı), kart son kullanım tarihi, kart numarası mutlaka alınmalıdır.
- Postalama adresi, kart hamilinin ev ve iş telefonları, e-mail adresi teslimatın yapılacağı kişinin adı, teslimat adresi ve telefon numarası mutlaka alınmalıdır.

3.2.1.3.3.2. E-Ticarette Siparişin Teslimi ile İlgili Sorunlar

Siparişin teslimi ile ilgili yaşanan sorunların başlıcaları şunlardır.¹⁶¹

- Sipariş dış piyasadan ise yurt dışında malın gönderilmesi ile ilgili hangi kuralların geçerli olacağı hususunda sorunlar yaşanmaktadır.
- Ürün değiştirme veya ürün iadesine ilişkin sorunlar yaşanmaktadır.
- Malın sigortalanmasında sorunlar yaşanmaktadır.
- Satış sonrası servis hizmetlerinde bazı durumlarda sorunlar yaşanmaktadır.

Teslimat öncesinde güvenlik sistemini zedeleyen bazı sorunlarla karşılaşıldığından müşteri ile bağlantı kurulması ve teyit alınması faydalı olacaktır. Bu amaçla şu koşulların irdelenmesi yerinde olacaktır.¹⁶²

- Teslimat ve fatura adresinin farklı olması durumuna dikkat edilmelidir.
- Çok pahalı mallardan fazla miktarda sipariş yapıldığına dikkat edilmelidir.
- Pahalı teslimatların hemen talep edilmesi durumunda dikkatli olunmalıdır.

¹⁶⁰ “Ticarete Başlarken Nelere Dikkat Etmek Gerekir?”<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=1&t=a&i=231020010912493131>, (25 Mayıs 2001).

¹⁶¹ <http://tubitak.gov.tr/btpd/btspd/btyk/kararlar/karar3-bl3.htm>, (20 Aralık 2000).

¹⁶² “Ticarete Başlarken Nelere Dikkat Etmek gerekir?”<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=1&t=a&i=231020010912493131>, (25 Mayıs 2001).

- Aynı IP adresinden farklı kart numaraları ile yapılan siparişlere dikkat edilmelidir.
- IP adresi ile fatura adresinin birbirini tutmaması gerekmektedir.
- Birbirine çok yakın kart numaraları ile yapılan siparişlerde, tek bir kart ile birçok teslimat adresi için sipariş verilmesi ve bir çok müşterinin tek bir teslimat adresi vermesi gibi durumlarda dikkatli davranılmalıdır.
- Müşteriye kartın ait olduğu banka isminin sorulması gerekmektedir.
- Güvenilen bir dağıtım şirketi seçilmelidir ve dağıtım şirketinin kıymetli ürünlerin teslimat adresinin değiştirilmesi karşısında ne kadar hassas olduğu irdelenmelidir.
- Teslimatların imza karşılığı ve resimli bir kimlik belgesi görülerek
- yapılmasının talep edilmesinin faydalı olacağı göz önünde tutulmalıdır.

3.2.1.3.3.3. E-Ticarette Ödemeye İlişkin Sorunlar

Ödeme sistemi ile ilgili yaşanan sorunların başlıcaları da şu şekilde sıralanabilir:¹⁶³

- Ödemenin nasıl yapılacağı sorunu (peşin veya kredi kartı)çözümlemesi gereken önemli bir sorundur.
- Ödemenin malın tesliminden önce yapılması halinde karşı tarafça mal teslim edilmediği takdirde doğacak sorunlar yaşanabilecek başlıca sorunlar arasında yer almaktadır.
- Ödemenin malın tesliminden sonra yapılması durumunda mal teslim edildiği halde ödeme yapılmadığı takdirde doğacak sorunlar yaşanabilecek başlıca sorunlar arasında yer almaktadır.
- Vergilendirme ile ilgili sorunlar yaşanmaktadır.
- Gümrükleme ile ilgili sorunlar yaşanmaktadır.

¹⁶³ <http://tubitak.gov.tr/btpd/btspd/btyk/kararlar/karar3-bl3.htm>, (20 Aralık 2000).

3.2.1.4. Sözleşme Hukuku

3.2.1.4.1-E-Sözleşme

Ülkemizin de benimsediği Kıta Avrupası Sözleşme Hukuku Kuralları'na göre sözleşmelerin hukuki geçerliliği belirli sözleşmeler haricinde hiçbir şekle bağlı değildir. Kanunen yazılı şekillerin arandığı hallerde ise tarafların irade beyanlarının yazılı yapılması ve bunun imza ile teyid olunması ve resmi şekil arandığı hallerde işleme resmiyet kazandıracak kurum önünde sözleşilmesi gereklidir.¹⁶⁴

İmza yerine kaim olacak işaretler mevcut kanunlarda sıkı şartlara tâbi tutulmuştur. Buna göre mühür veya faksla veya diğer mekanik araçlar yardımıyla imzanın atılması el yazısı şartını gerçekleştirilmemektedir.

Bu sebeple yeni düzenlemeler yapılana dek ancak kanunen yazılı ve resmi şekil aranmayan bütün hallerde; e-mail vasıtası ile veya web sitesi üzerinden ağ ortamında sözleşme yapılması mümkündür.

E-ortamda iletilen sözleşme yapma teklifinin muhatab tarafından kabulüne yönelik karşı iletinin icapçıya ulaşması ile sözleşme kurulmuş olmaktadır. 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 aynı andır. Ancak İcapçının, muhatabın kabul beyanını gönderdiği zamanda çeşitli sebeplerle kabul beyanını aynı gün öğrenememesi halinde kabul beyanının icapçı tarafından öğrenilmesi ile akit kurulacak, muhatap tarafından kabul beyanının gönderildiği tarihte ise ticari sözleşme hükümlerini doğurmaya başlayacaktır.¹⁶⁵

E-ortamda taraflarca işlem anında veya daha sonra sonuçlandırılan ve icap ve kabul beyanları dışında bilgisayar tarafından otomatik olarak yapılan irade beyanları bir takım özellikler gösterir.

¹⁶⁴ ÇELİKOĞLU, Cengiz Topel, “Elektronik Ticaretin Özel Hukuk Ve İspat Hukuku Boyutu”, <http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/elektronikticaret.htm>, 11.06.2004

¹⁶⁵ ÖZSUNAY, Ergun, “Elektronik Sözleşmelerin Temel Sorunları”, *Uluslar arası İnternet Hukuk Sempozyumu*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 21-22 Mayıs 2001, s.132-133.

Bu sistemde bilgisayara yüklenmiş olan bir program – araya insan unsuru girmeden - otomatik olarak “irade beyanında” bulunur ve bunu yine otomatik olarak muhatabına gönderir. Mesela büyük bir hipermarketin bilgisayar sistemi kendiliğinden deponun son durumunu kontrol etmekte ve gerekirse ihtiyaç halinde daha önceden belirlenmiş firmaya siparişte bulunmaktadır.

Burada insan tarafından yapılan aktif bir hareket söz konusu olmamakla birlikte taraflarca açıklanmış bir iradenin mevcudiyeti kabul edilmektedir. Zira beyanda bulunan burada sadece irade beyanının kurulması ve karşı tarafa iletilmesinde bilgisayardan faydalanmaktadır. Bu beyan, daha önce belirlenmiş parametreler vasıtasıyla yapılmaktadır ve dolayısıyla beyanda bulunanın arzusuna uygundur. Ayrıca böyle bir bilgisayar sistemi kullanan, bu sistem tarafından yapılan irade beyanlarıyla bağlı olacağı hususunda karşı tarafta bir güven oluşturmuştur ve dolayısıyla bu tür beyanlar kendisine izafe edilmek gerekir.

E-ortamda yapılan en yoğun sözleşme olan (mal ve hizmet) satımı genellikle tüm hukuk sistemlerinde yazılı şekle bağlı olmadığından sözleşmenin hukuki geçerliliği konusunda e-ortam bir engel oluşturmamakla birlikte asıl sorun yapılan hukuki işlemlerin ispatlanması alanındadır. Öyle ki gerçeğe uygun olarak iletilen veri ve beyanlarda dahi kimlik ve içerik bütünlüğünün sağlanması ve korunması sorun yaratmaktadır.¹⁶⁶ Bir kimsenin bir takım manipülasyonlarla, kendi adına bir doküman düzenlemesi veya kendisini gönderici olarak göstermesinin mümkün olması ispat ve güvenlik zaafiyeti doğurmaktadır. İşte bu sorunların çözümü için şifreleme tekniklerinden yararlanılarak bazı kavram ve kurumlar önerilmektedir.

3.2.1.5. Haksız Rekabet Hukuku

Haksız rekabetin önlenmesine ilişkin hükümlerin öngörülmesi amacı dikkate alındığında, haksız rekabet oluşturacak bir eylemin internet ortamında ya da bu ortamın dışında gerçekleştirilmesi arasında ilke olarak bir fark yoktur. Bu nedenle İnternet ortamında gündeme gelecek olan haksız rekabete ilişkin uyuşmazlıklara TTK. 56.

¹⁶⁶ KILIAN, Wolfgang, “Dijital İletişim ve Sözleşme Hukuku”, (Çev. Ayça Akkayan YILDIRIM), **Uluslar arası İnternet Hukuk Sempozyumu**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 21-22 Mayıs 2001, s.132-133.

maddesi¹⁶⁷ veya Borçlar Kanununun 48. maddesi¹⁶⁸ uygulanacaktır. hükümleri uygulanacaktır.¹⁶⁹

Fakat, işleyiş tarzı itibariyle İnternet ortamındaki haksız rekabet eylemleri klasik eylemlerden farklı bir görünüm arz edebilmektedir. Örneğin arzu edilmesine rağmen çok sayıda kişiye internet ortamında e-mail gönderilerek yapılan reklamların web linklerinin izinsiz olarak kurulmasının, özellikle linklerden yararlanılarak haksız surette bilgi elde edilmesinin veya linklerden nüfus ederek web sayfalarını bozmak virüs bulaştırmanın veya bir web sayfasının reklam olduğunun açıkça belirtilmemesinin, reklam yasağına veya fiyat bildirim yükümlülüğüne aykırılıkların haksız rekabet oluşturup oluşturmadığı hususları gibi.

Bu yeni görünümlere rağmen, haksız rekabet hallerini sınırlı olarak saymayan, aksine genel bir ilke ile “ekonomik rekabetin iyi niyet kurallarına aykırı bir şekilde her türlü kullanımını” haksız rekabet kabul eden TTK 56. maddesi¹⁷⁰ kapsamında, gündeme gelen yeni görünümlerin bir haksız rekabet oluşturup oluşturmadığı sonucuna ulaşılabilecektir. Elbette burada yük daha çok ilke ve içtihatlarla soruna ışık tutacak olan doktrin ile yargıya düşmektedir. Bununla birlikte haksız rekabete ilişkin hükümlerin yeniden gözden geçirilmesi halinde, İnternet ortamında gerçekleştirilebilecek haksız rekabet eylemlerin de dikkate alınması yerinde olacaktır.¹⁷¹

Nihayet haksız rekabet eylemlerinden de ilke olarak sorumlu olan içerik sağlayıcıların yanı sıra, TTK 60. maddesinde¹⁷² öngörülen ilkelere kıyasen, ISS’ler de haksız rekabetin tespiti, önlenmesi ve giderilmesi davalarına – yayıncı sıfatıyla – muhatap olabileceklerdir.

3.2.1.6. İspat Hukuku

Teknolojik gelişmelerden öncelikle bankacılık işlemlerinde yararlanılmaya başlanmış ve ilk olarak müşterinin banka veznesine gitmeden hesabından para çekmesine olanak veren sistemler kullanılmıştır. Bu sistem daha sonra para çekmenin

¹⁶⁷ TEKİNALP, a.g.e., s.37

¹⁶⁸ YAVUZ, Cevdet, *Medeni Kanun ve Borçlar Kanunu ve Diğer Mevzuat*, Beta Yayınları, İstanbul, 1993, s. 710

¹⁶⁹ GÜRAN ve diğerleri, a.g.m., s. 34.

¹⁷⁰ TEKİNALP, a.g.e., s.37.

¹⁷¹ ZEVKLİLER, Aydın, *Açıklamalı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun*, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2001, 151-152.

¹⁷² TEKİNALP, a.g.e., s.46.

yanı sıra diğer bankacılık işlemlerini de gerçekleştirebilecek teknik olanaklara kavuşturularak, otomatik vezne makineleri kullanılmaya, ardından da yine elektronik sistemlerden yararlanılarak satış işlemlerinin yapılması anında alıcının hesabından satıcının hesabına satış bedelinin aktarılması sağlanmış ve ev/ofis bankacılığı üzerinde durulmaya başlanmıştır.¹⁷³ Bilgisayar kullanımının daha da yaygınlaşması sonucunda kapalı sistemlerin yanısıra internet gibi açık sistemler ortaya çıkmış ve klasik iletişim araçlarının yerini bilgisayarla iletişim almıştır.

Önceleri elektronik bilgi değişimi adı altında karşılıklı bilgi aktarımı şeklinde çalışan sistem, daha sonra elektronik ticarete dönüşmüştür. Bu durumda da ticari işlemlerin kağıt üretilmeksizin bilgisayar aracılığı ile elektronik ortamda yapılması gündeme gelmiştir.

Dijital imza ile imzalanmış bir belgenin güvenilir olarak kabul edilebilmesi için üç özelliği taşıması gerekmektedir.¹⁷⁴

- Elektronik belge imza edildikten sonra değiştirilmemelidir. Bu kripto usulü ile mümkün olabilmektedir.
- İmza, imza hakkı sahibi tarafından atılmış olmalıdır. Bu da sertifikayı veren makamdan öğrenilerek ispatlanabilir.
- İmzalanmış irade açıklaması gönderenin iradesine uygun olmalıdır. Bu unsur belgenin güvenilir olmasında en çok kuşku duyulanıdır. Çünkü gönderilen belgenin gerçekte imzalayan kişinin iradesine uygun olup olmadığını her zaman bilmek mümkün değildir.

Elektronik belgeler üç şekilde karşımıza çıkmaktadır.¹⁷⁵

Evraka dayalı olarak yürüyen klasik ticari işlemler ve idari sistem içinde “elektronik belge” olarak adlandırılacak kağıtsız belgenin hukuk sistemlerinde geçerlilik kazanması için ülkesel boyutlarda çalışmalar yapıldığı gibi değişik uluslararası kurumlar da aynı konuda çalışmalar sürdürmektedir.

¹⁷³ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?t=a&c=4&i=031120011623521023201084705>, 11.06.2004.

¹⁷⁴ PEKCANITEZ, Hakan, “Elektronik Ticaretin Türk İspat Hukukuna Getirdiği Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, ”, Uluslar arası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 2002, s.397.

¹⁷⁵ PEKCANITEZ, a.g.e., s.409.

3.2.1.7. Fikri Haklar Hukuku

İnternet ortamındaki önemli hukuksal alanlardan biri de fikri mülkiyet kapsamında eser, veri tabanı ve yaratıların nasıl korunacağıdır. Bu alanda Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nda 1995 yılında yapılan değişiklikle çağdaş bir koruma hemen hemen sağlanmıştır diyebiliriz. Bu koruma iki alandadır. İlki tazminat ve yasaklama davaları ile, ikincisi ise ceza hükümleri doğrultusunda yapılan korumadır.

3.2.1.7.1. İnternet İçeriğinde Eser Sahipliği Ve Eser Türlerine Göre Koruma

Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ilk maddesindeki düzenlemesi ile, “sahibinin hususiyetini taşıyan ... ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri sayılan her nevi fikir ve (veya) sanat mahsulü”, eser olarak nitelendirilmiş ve sadece eser olan yaratılara koruma sağlanmıştır.

3.2.1.7.1.1.Eserin İnternet Ortamında Sahibinin Rızası İle Kullanıcılara Sunulması

O ana kadar hiçbir araçla kamuya sunulmamış olan ve sahibi veya birkaç sınırlı kişinin bilgisinde olan bir eserin, veri tabanının veya sitenin internet ortamına aktarılması ve internet kullanıcılarının bilgilerine sunulması kanuna göre “umuma arz” olarak kabul edilir. Umuma arz yetkisi münhasıran eser sahibine aittir. Eser sahibi bu konuda üçüncü kişileri de yetkilendirebilir. Eser sahibinin onayı ile (bizzat eser sahibi veya onun yetki-izin verdiği bir üçüncü kişi tarafından) internet ortamına aktarılması da, kesinlikle eser sahibinin diğer manevi ve mali haklarından feragat ettiği anlamını taşımayacaktır. İlke olarak eser sahibi FSEK'nun kendisine sağladığı diğer bütün haklardan yararlanabilir. Ancak internet ortamındaki bir eserin üçüncü kişilerin müdahalesine oldukça açık olması ve bu müdahaleye eser sahibinin bir anlamda izin vermesi, özellikle FSEK kapsamındaki mali hakların ve bu hakların sınırlandırılmasına (özellikle tükenme ilkesi ile kişisel kullanıma) ilişkin istisnaların kapsamının belirlenmesi ve elektronik iletişim açısından yeniden gözden geçirilmesi sorununun gündeme getirecektir. Aynı şekilde bilgisayar programlarının yüklenmesi, görüntülenmesi, çalıştırılması, iletilmesi ve depolanmasını da kesinlikle yasaklayan

FSEK md. 22/3 hükmü, sahibinin izni ile internet ortamına taşınan bilgisayar programları açısından sorun yaratabilir.¹⁷⁶

FSEK 22. maddeye göre, çoğaltma hakkı münhasıran eser sahibine aittir. Eserlerin aslından ikinci bir kopyasının çıkarılması, eserin nakli veya tekrarına yarayacak şekilde kayıt edilmesi çoğaltma sayılır. Eğer amaç bunları çoğaltma ise bunu sağlamak için yüklenme, depolama ve iletme de çoğaltma kapsamındadır. FSEK 38'e göre ise, başkalarına sunulmaması ve yayınlanmamak kaydıyla internetteki bir programı şahsi amaçla kullanma amacıyla çoğaltma sadece parayla satılan programlardaki gibi sahibinin meşru menfaatine zarar vermeme şartıyla hukuken olanaklıdır.

Bir programı para ile satın alan veya para ile satılmayan bir programı şahsi kullanım amacıyla indiren kişi programın altında yatan sistemi gözlemleyebilir ve tetkik edebilir. Bilgisayar programının içindeki kodu ve kod formunu çoğaltma ise, ancak ara işlerliği sağlamak için mümkündür. Ancak bu çoğaltma, ara işlerlik amacı dışında, benzer bir programın geliştirilmesi, üretilmesi veya pazarlanması veya bu yönde bir faaliyet için başkalarına vermek amacıyla ve nihayet para veya üyelik ile yararlanılıyorsa bu yararlanma ile çelişir şekilde ve sahibinin zararına yapılamaz. Bu kuralı internetteki sitelerdeki eserlere ve veri tabanlarına da uyarlayabiliriz.

Eserini internet ortamında kullanıcıların hizmetine sunan veya buna muvafakat eden eser sahibi, en azından şahsi kullanım için bir müdahaleye de izin vermiş kabul edilebilir. FSEK 38. maddenin yanı sıra eser, kamuya sunulurken dijital ortamda kopyalama belirli şartlara, özellikle belirli bir ücret ödenmesi kaydına bağlanabileceği gibi, kopyalamayı önleyici teknolojilerden de yararlanılabilir.¹⁷⁷ Bu durumda sınırlamaların aksine yararlanma hukuka aykırı olur.

3.2.1.7.1.2. Eserin İnternet Ortamında Sahibinin Rızası Alınmadan Kullanıcılara Sunulması

Bir eserin, sahibinin onayı olmaksızın internet ortamına taşınması ve umuma arz edilmesi şüphesiz eser sahibinin hem manevi, hem de mali haklarının, özellikle çoğaltma ve yayın haklarının ihlâli anlamını taşıyacaktır.

¹⁷⁶ GÜRAN, Sait, AKÜNAL, Teoman, BAYRAKTAR, Köksal, YURTCAN, Erdener, BELLER, Abuzer, Önder, SÖZER, Bülent, *İnternet ve Hukuk*, <http://www.superonline.com/hukuk/workshop.htm>. 10.05.2004

¹⁷⁷ EREL, N. Şafak, *Türk Fikir ve Sanat Hukuku*, Ankara, 1998.

Eğer eser yetkisiz kişilerce ve izinsiz olarak internette sunuluyorsa tazminat ve ceza davaları söz konusu olur. Yine aynı davalar eseri kitap veya film olarak yayınlama hakkı olan kişinin bu eseri başka bir yayın türü olan internette yayınlaması da hukuka aykırıdır. Zira FSEK 52. maddeye göre eser sahibinin mali haklarından biri olan temsil (sunma) ve yayın; ancak konusu olan hakkı açıkça gösteren yazılı bir sözleşme veya tek taraflı bir izin tasarrufu ile söz konusu olabilir. Bir eserin tüm yayın araçlarında yayını amaçlayan bir sözleşmede genel bir ifade ile her tür çoğaltma, yayma veya yayın hakkı alınmışsa kanaatimce buna internette dahildir. Bu yorum yapılırken sözleşmenin diğer hükümleri ve bütünündeki amaç da göz önüne alınmalıdır. Yani kitap basımı için yapıldığı diğer hükümlerinden açık olan bir sözleşme ile bu kitabın internette yayını sağlanamaz. Her tür çoğaltma, yayma ve yayınlama hakkını kapsayan izinler ya sadece bu kişiye verilir ve münhasırdır yani başkasına da eser sahibince verilmez. Ki buna tam ruhsat deriz ve bu izni alan bunu başkalarına da devredebilir. Veya sadece basit ruhsat denen bir yöntemle eser sahibi veya devralan kişi tarafından üçüncü kişilere devredilmemek üzere verilebilir. Bu durumda eser sahibi aynı hakkı başkalarına da verebilir.

Burada aklımıza gelen bir konu ise, web kullanıcılarının bunları başkalarına sergilemesi için FSEK 40 ve 41. maddelerini kullanılıp kullanılmayacağıdır. Bu iki düzenleme sadece kamuya açık mahalleri kapsamaktadır. Şu anki kapalı yerlerde internet kullanımını kamuya açık alan kapsamında değerlendiremeyeceğinden bu olanak yoktur. İnternet yoluyla kamuya açık bir alanda yayın yapılıyorsa bu olasılık halinde eser sahiplerinden izin alınmadan ve maddenin imkan tanıdığı kadarıyla bir sergileme söz konusu olabilir.¹⁷⁸

Eser sahibinin hakları FSEK 66 ve diğer hükümlerinde ayrıntılı bir şekilde öngörülen hukuk ve ceza davaları ile korunmuştur. Her ne kadar haklara tecavüz tehlikesinin varlığı halinde tecavüzün men'i davası açılabilirse de, internet ortamında vaki tecavüzlerde daha çok tecavüzün tesbiti ile giderilmesi ve tazminat davaları gündeme gelebilir. Fiilin internet ortamında işlenmiş olması, fiilin, failin ve zararın belirlenmesi noktalarında bazı güçlükler çıkarabilirse de, genel anlamda koruyucu hükümlerin uygulanması açısından herhangi bir özellik taşımayacaktır. Bu nedenle

¹⁷⁸ EROĞLU, Sevilay, "İnternette Telif Hakkı", Uluslararası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 2002, s.70-71.

FSEK'nun koruyucu hükümleri internet ortamında gerçekleşen ihlaller açısından da aynen uygulanacaktır.

Sorumluluk açısından akit dışı sorumluluğa ilişkin bölüme genel olarak yollama yapmakla birlikte sorumluluğun ilke olarak içerik sağlayıcılara ait olduğunu, sadece erişim sağlayan, yani başkalarına ait içeriklere ulaşılmasına sadece aracılık edenlerin sorumlu tutulmalarının söz konusu olmayacağını özellikle belirtmek istiyoruz.¹⁷⁹ Buna karşılık servis sağlayıcılar, yani başkalarının hazırladığı içeriği hizmete sunanların haberinin ve engelleme imkanının olması gibi şartlarla sorumluluğu gündeme gelebilirse de, kanaatimizce toplumsal yarar, teknik imkansızlık ve internetin niteliği gereği serbest bilgi akışının sağlanmasının zorunlu olması gerekçeleriyle servis sağlayıcılarının gerek hukuki, gerek cezai sorumluluklarının sınırlandırılması zorunludur.¹⁸⁰

Eser veya komşu hak sahiplerinin izni, bir başka deyişle internet ortamında yayın için gerekli hakların kullanılması konusunda lisans alınmaksızın bir musiki eserin İnternet ortamına taşınmasının, eser sahibinin özellikle çoğaltma ve yayma hakkına tecavüz teşkil edeceği yukarıda genel hükümler anlatılarak kapsanmıştır. Müzik eserlerinde bireysel olarak tüm eser sahiplerinden onay alınması ise imkansız olmamakla beraber çok uzun çabalar gerektirir. İşte bu aşamada uygulamada yeni çözüm yolları aranmaktadır. Bunların başında ise müzik sitelerini yayınlayanların, ilgili meslek birlikleri ile görüşme ve uzlaşmaya çalışmaları gelmektedir.¹⁸¹ Son dönemlerde geliştirilen bir diğer yöntem ise, elektronik yönetim sistemidir. Bu sistemde dijital eserler tanıtıcı kod, eser sahibi, lisans sahibi ve lisans şartları gibi bilgilerle -eserden ayrılmayacak şekilde- donatılmakta ve böylece eserin sonradan çoğaltılması elektronik lisans sertifikası alma şartına bağlanmaktadır. Dijital esere yerleştirilen bilgiler

¹⁷⁹ İNANCI, Haluk, "Web Dokümanının Fikri Haklar ve Basın Hukuku Açısından Değerlendirilmesi", *İstanbul Barosu Dergisi*, C.74, S.2, s.15.

¹⁸⁰ GÜRAN, Sait, AKÜNAL, Teoman, BAYRAKTAR, Köksal, YURTCAN, Erdener, BELLER, Abuzer, Önder, SÖZER, Bülent, *İnternet ve Hukuk*, <http://www.superonline.com/hukuk/workshop.htm>.11.05.2004

¹⁸¹ ARIKAN, Ayşe, Saadet, "İnternetin Fikri ve Sınai Haklar Üzerindeki Etkisi," *Uluslar arası İnternet Hukuku Sempozyumu*, 21-22 Mayıs 2001, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 2002, s.89-91.

sayesinde de sonradan yapılan kopyaların onaylanmış mı, yoksa korsan mı olduğunun tespitine çalışılmaktadır.¹⁸²



¹⁸² DAĞDAN, Esra, **Fikir ve Sanat Eserleri Üzerindeki Haklardan Doğan Kanunlar İhtilafı**, Ankara, 2000, s.35.

SONUÇ

Son yıllarda yapılan bir dizi buluş ile başlayan hızlı teknolojik gelişme, toplumları etkilemektedir. Kimi toplumlar bilgiyi üreterek ve teknolojiye dönüştürerek lider toplum vasfını kazanmakta; kimileri de gelişmeleri bir kenarından yakalayıp, geride kalmamak için çaba göstermekte ya da bu gelişmelere tamamen ilgisiz kalmaktadır. Ancak, temelinde bilgi ve teknolojinin yarattığı yeni dünya düzeninin kurallarını lider toplumlar belirlemektedir.

Değişimin inanılmaz hızı, sistemi ve o sistemin bir parçası olan işletme ve alt sistemlerini de değişime zorlamaktadır. İşletmelerin değişimi yapabilmesi öncelikle bu değişimden haberdar olmasına bağlıdır. Yaşayan bir varlık olan işletme iç ve dış çevresinden gelen bilgiler ile geleceğe dönük stratejik planlama yapmaktadır. İşletmenin bilişim sistemlerini yoğun olarak kullanmaya başlaması, işletmenin iç ve dış çevresi ile ilgili bilgileri istenilen zamanda, yerde ve miktarda karar vericiye ulaştırma, böylelikle değişimin dinamiğini yaşama ihtiyacından kaynaklanmaktadır.

20. yüzyılın son on yılında ortaya çıkıp gelişme imkanı bulan bilgi teknolojileri ve bilgisayar kullanımı, 21. yüzyılın başlarında da gelişmesine devam edecektir. Çağın teknolojisini yakalamanın, bilgi ve iletişimi en hızlı yolla sağlamanın en kolay yolu bilgisayar ve internet kullanımının artmasıdır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ve web'in bilgi aktarmada ortak bir birim olarak kullanılması erişilebilecek kitlenin ticari faaliyette bulunabilecek kadar çok sayıya ulaşmasını sağlamıştır. Çağa ayak uydurabilmek ve dijital ekonomiden pay almak için gerekli olan internet; yeni pazarlar bulmak, elektronik iletişim ortamından ticaret yapmak (e-ticaret) ve yeni iş ilişkileri kurmak için çok büyük bir avantaj sağlamaktadır. Amaçlanan düzeyde e-ticaretin gerçekleşebilmesi için belli bir zamana ihtiyaç vardır. Çünkü, sistemlerde daima kademeli bir geçiş söz konusudur. Amaçlanan düzeyde e-ticaretin gerçekleşebilmesine ülkemizin olduğu kadar diğer ülkelerin de ihtiyacı vardır. Çünkü ülkeler e-ticarete geçiş sürelerini kısıtladıkları ölçüde uluslararası ticarete üstünlük sağlayacaklardır. Ekonomik kalkınma ve toplumsal refahın sağlanmasında e-ticaretin stratejik bir önemi vardır. E-ticaretin gelişmesinin öncelik sırasına göre iki temel dayanağı vardır. Birincisi,

bilgi ve iletişim teknolojisinin altyapısının oluşturulması, ikincisi ise, yasal ve kurumsal yapılanmadır. E-ticaret ekonomisi, bu ikisinin birlikte sağlanmasına bağlıdır.

Elektronik ticaret konusunda yasal düzenlemelerini tamamlamış örnek bir ülke olmadığı gibi, uluslararası platformda da bu konudaki tartışmalar devam etmektedir. Bu nedenle Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkenin gelişmiş ülkelere göre geri kaldığı söylenemez. Ancak, e-ticarete yaşanan hızlı gelişme ülkemizde fiziki altyapı eksikliklerinin hızla tamamlanmasını ve gerekli yasal düzenlemelere ilişkin çalışmaların bir an önce başlatılmasını zorunlu kılmaktadır.

Türkiye’de e-ticaret kullanımı incelendiğinde, işletmeden işletmeye değil, satıcı ile tüketici arasında yoğunluk kazandığı görülmektedir. Bu gelişme, gerek e-ticaret politikaları, gerekse e-ticaret konusunda yapılacak yasal ve kurumsal düzenlemeler çerçevesinde göz önünde tutulmalıdır.

E-ticaret için gerekli düzenlemelerin yapılması ve e-ticaretin gelişimine yönelik engel teşkil edebilecek tüm teknik, hukuki ve idari belirsizliklerin ortadan kaldırılması ile e-ticaret Avrupa Birliği ve Türkiye dahil olmak üzere, global bazda ekonomik ve sosyal hayatı büyük ölçüde etkileyecektir.

Açık ağ üzerinden gerçekleşen e-ticaret faaliyetleri, ekonomik iletişimi büyük ölçüde arttıracaktır. Bunun sonucunda özellikle küçük ve orta ölçekli sanayici ve bireysel müşteriler, diğer pazarlama usullerine göre daha kolay ve ucuz maliyetle ticari faaliyetlerde bulunabilecektir.

E-ticaretin giderek daha yaygın bir şekilde tercih edilmesinde, herkesin kullanımına açık olan ve aynı zamanda da hiçbir kurum ya da kişiye ait olmayan internetin kullanılmasının büyük etkisi vardır. Her yeni teknoloji gibi, internet ve e-ticaret ne kadar çok kullanıcı tarafından tercih edilirse, kullanımı da o kadar çabuk artacak ve yaygınlaşacaktır.

E-ticaret mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve pazarlamasının yanı sıra her türlü bilgi alışverişinde zaman faktörünün kullanımına yeni olanaklar sağlamaktadır. Pekçok şeyin zaman ile ölçüldüğü gelişmiş ekonomiler sayesinde yükselmek için,

zamanın etkili kullanımı kaçınılmazdır. Ticari faaliyetlerin elektronik ortamda yürütülmesi zaman tasarrufu açısından bilinen en iyi yöntemdir.

Mal ve hizmetler piyasanın yapısı e-ticaret ile değişecektir. Yeni ürünler, yeni dağıtım kanalları ve pazarlama teknikleri, yeni tüketici memnuniyeti kavramı, yeni araçlar ve yeni işgücü profilleri e-ticaretin getirdiği yeniliklerden bazılarıdır.

E-ticaret çarpan etkisine sahiptir. Başka bir ifade ile, e-ticaretin bir çok olumlu dış etkisi vardır. E-ticaret ile satıcı ve alıcının şeffaf ve tam rekabete yakın bir ortamda bir araya gelmesine imkan verilerek, kaynakların daha etkin kullanımı, dolayısıyla toplumsal refahın artışına katkı sağlanabilecektir.

E-ticaretin istihdam yapısını değiştirmesi kaçınılmazdır. E-ticaretin istihdam üzerindeki etkisi, fiziksel üretim sektörlerinde kısıtlı olmak üzere, özellikle hizmet üretiminde ve üretilen, mal ve hizmetlerin pazarlaması safhasında olacaktır.

İnternet ifade özgürlüğünün kullanıldığı bir alandır. Bu nedenle, iletişim özgürlüğünden yararlanmak sureti ile ifade özgürlüğünün kullanıldığı bir alan olarak internet, çok sıkı hukuki sınırlamaların tasvip göreceği ve benimseneceği bir alan değildir. Çağımızda internet'in yaygınlaştırılması ile kitle iletişiminin en üst düzeye çıkarılması temel amaç olunca, bu konuda yapılacak hukuki düzenlemeler üzerinde derinlemesine düşünmek, söz konusu olabilecek değişik menfaatleri dengelemek bir zorunluluk olarak görülmektedir. Bu yaklaşım içinde, ceza hukukunun çok kalın çizgiler içinde tanımlandığında, özgürlükleri sınırlandıran bir hukuk dalı olması nedeni ile, internet hukukuna ilişkin kurallar konulurken, yukarıda belirtilmeye çalışılan niteliğin ve özelliklerin dikkatten kaçırılmaması şarttır.

Gelişen teknolojinin yarattığı bir kitle iletişim aracı olan internetin tüm sınırları altüst eden global karakteri karşısında internet'e ilişkin olarak öngörülen ulusal hukuki düzenlemeler yeterince etkili olmamaktadır. Bu düzenlemelerin etkili olabilmesi için ulusalüstü düzenlemeler ile desteklenmesi gerekmektedir.

Ülkemizde internet ve hukuk konusunda ne mevzuatın, ne doktrinin ne de yargı uygulamalarının yeterli olduğu söylenemez. Hatta denebilir ki, dünyadaki internet

kullanım oranına göre çok düşük bir kullanım oranına sahip olan ülkemizde internet hukuku da henüz emeklemeye başlamış çocuk gibidir.

İnternette kuru kuruya özgürlük çığlıkları atmak yerine insanlığın en çok ihtiyaç duyduğu adaleti internete özgü meselelerle sağlamak için akılcı ve bilimsel yöntemlerle çalışmalar yapılması bir zorunluluktur.



KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- AKGÜL, Mustafa, **İnternet: Bilgiye Erişimin Yeni Araç ve Olanakları**, TÜBİTAK Matbası, Ankara, 1994.
- ARIKAN, Ayşe Saadet, **Modern İletişim Araçları ve Özel Hukuk**, Ankara Barosu Hukuk Kurultayı, 2000.
- AYDIN Emin Doğan , **Bilişim ve Telekomünikasyon Terimler Sözlüğü**, 1999.
- BAKICI, Sedat, **Notlu İçtihatlı TCK, CMUK, CİK**, Adalet Yayınevi, Ankara, 2003.
- BAKICI, Sedat, KAÇAK, Nazif, **Ceza ve Yargılama Usulüne İlişkin Temel Kanunlar**, Adalet Yayınevi, Ankara, 1997.
- BAŞALAP, Nilgün, **Kişisel verilerin korunması ve Saklanması**, Yetkin Yayınları, Ankara, 2004.
- BERBER, Leyla Keser, **İnternet Üzerinden Yapılan İşlemlerde Elektronik Para Ve Dijital İmza**, Yetkin yayınları, Ankara, 2002
- BOZKURT, Veysel, **Elektronik Ticaret**, Alfa Ya5.4yınları, İstanbul, 2000.
- BOZKURT, Veysel, **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1997.
- CEYHAN, Umut- KILIÇ, Yasemin- FELLAHOĞLU, Niyazi, **İnternet Bilgisayar Ağı ve Sunduğu Hizmetler**, BAUM, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- COX ÖZTUNA, Buket, **Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler**, Pusula Yayınları, İstanbul, 2002.
- DAĞDAN, Esra, **Fikir ve Sanat Eserleri Üzerindeki Haklardan Doğan Kanunlar İhtilafı**, Ankara, 2000
- DENİZ, Recep Baki, **İşletmeden Tüketicie İnternette Pazarlama ve Türkiye Boyutları**, Beta Yayınları, İstanbul, 2001.

DERKSEN, Doland, **Uluslararası Bilgisayar Ağlarında Yayınlanan Suç İçerikli Bilgilerden Doğan Cezai Sorumluluk** (Çev. Barış Erman Yayınlanmamış Yüksek Lisans Ödevi,), İstanbul 1999.

DOLANBAY, Çoşkun, **E-Ticaret Strateji ve Yöntemler**, Meteksan Sistem Yayınları, Ankara, 2000.

EKİN; Nusret, **Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 1998-61, İstanbul, 1998.

ENE, Selda, **Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama**, Pusula Yayınları, 2002.

EREL, N. Şafak, **Türk Fikir ve Sanat Hukuku**, Ankara, 1998.

EREN, Erol, **işletmelerde Stratejik Planlama ve Yönetim**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1990.

ERGÜN, Zafer, **Türk Medeni Kanunu**, Adil Yayınevi, Ankara, 2002.

ERSOY, Zeynep, **Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları**, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ekim 1999.

ERTAŞ Sacit, **Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği, Ekonomik, Toplumsal, Teknik ve Yasal Yönleriyle Elektronik Ticaret**, Alfa Yayınları, 2000.

ESER, Sevinç, **Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi**, Ekim 2000.

European Union, **E-Europe Action Plan State of EU Regulatory Framework for E-Commerce**.

GATES, Bill, **Dijital Sinir Sistemiyle Dününce Hızında Çalışmak**, (Çev. Ali Cevat Akkoyunlu), Doğan Ofset, İstanbul, 1999.

HASILOĞLU, Selçuk Burak, **Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, Türkmen Kitapevi, İstanbul, 1999.

İÇEL, Kayıhan, **Kitle Haberleşme Hukuku**, (Basın, Radyo, Televizyon, Sinema, İnternet) 4. Baskı, İstanbul, Beta Yayınevi, 1998.

İÇEL, Kayıhan; DONAY, Süheyl, **Karşılaştırmalı ve Uygulamalı Ceza Hukuku**, 3 Baskı, İstanbul 1999.

- İNCE, Murat, **Elektronik Ticaret: Gelişme yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, DPT, İktisadi Sektörler ve Koord. Genel Müdürlüğü, Ankara, 1999.
- KEPENEK, Yakup, **Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret**, ODTÜ İktisadi Böl. Ve Teknoloji Politikaları Merkezi, Ankara, Mart 1999.
- KESER, Aşkın, “**Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği Elektronik Ticaret**”, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000.
- KESER, BERBER, Leyla, **İnternet Üzerinden Yapılan İşlemlerde Elektronik Para ve Dijital İmza**, Yektin Yayınları, Ankara, 2002
- KIRÇOVA, İbrahim, **İnternette Pazarlama**, Beka Basım A.Ş., İstanbul, 1999.
- MURPHY, Tom, **Web Kuralları**, (Çev: İnci Berna KALINYAZGAN), EdiaCat Kitapları, Ankara, 2000.
- ÖZDİLEK, Ali Osman, **İnternet ve Hukuk**, Papatya Yayınları, İstanbul, 2002
- ÖZTUNA, Buket, **Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler**, Pusula Yayınlar, İstanbul, 2002.
- SINAR, Hasan, **İnternet ve Ceza Hukuku**, Beta Yayınevi, İstanbul..
- SIRABAŞI, Volkan, **İnternet ve Radyo Televizyon Aracılığı ile Kişilik Haklarına Tecavüz**, Adalet Yayınevi, Ankara, 2003
- SOYASLAN, Doğan, **Ceza Hukuku Özel Hükümler**, C:2, Savaş Yayınevi, Ankara, 1995
- TEKİNALP, Ünal- TEKİNALP Gülören, **Avrupa Birgili Hukuku**, , Beta Yayınevi, İstanbul.
- TEZİÇ, Erdoğan, **Anayasa Hukuku**, Beta Yayınevi, İstanbul, 1991
- TOPALOĞLU, Mustafa, **Elektronik Ticaretin Hukuksal Yönü**, PC Life, Mayıs 2000.
- TOROSLU, Nevzat, **Türk Ceza Kanunu, CMUK ve İlgili Kanunlar**, Savaş Yayınları, Ankara, 1995

TUBİTAK-BİLTEN, **Türkiye için Elektronik Ticarete Geçiş Durum**

Değerlendirmesi ve Pilot Uygulama Projesi Raporu, Ankara, Haziran 1999.

UÇKAN, Özgür, **E-Devlet, E-Demokrasi ve Türkiye**, Literatür Yayınları, İstanbul, 2003

YAVUZ, Cevdet, **Medeni Kanun ve Borçlar Kanunu ve Diğer Mevzuat**, Beta Yayınları, İstanbul, 1993

YAZICI, Selim-YANIK, Serhat, **Elektronik Sigortacılık**, Der Yayınları, İstanbul, 2002.

YAZICIOĞLU, Yılmaz, **Bilgisayar Suçları**, İstanbul, 1997, s.224

YILDIRIM, Hakan ve diğerleri, **Her şeyi E-leştirdik**, Macar Yayınları, Ankara, 2003.

ZEVKLİLER, Aydın, **Açıklamalı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun**, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2001.

MAKALELER

A European Initiative in Electronic Commerce, Com. (97) 157, 15.04.1997, s.3.
<http://www.europe.eu.int>, 11 Eylül 2001.

AKDENİZ, Yaman, BOHM Nicholas, WALKER, Clive, “**İnternet privacy: Cyber Crimes vs, Cyber Rights**”, <http://www.scl.org/members/emagazine/voll0-issl/akdeniz-bochm-walker-art.htm>, 30.09.2000.

AKİPEK, Şebnem, “**Özel Hukuk Alanında İnternet’in Durumu**”, INET-TR 99 Paneli, Ankara Üniversitesi, 19-21 Kasım 1999.

ARIKAN Ayşe Saadet, “**Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret Çalışmalarına Hukuki Bir Yaklaşım**”, Adalet Bakanlığı-Avrupa Topluluğu Koordinasyon Dairesi Yayınları, Ankara, Mart 1999.

ARIKAN, Ayşe, Saadet, “**İnternetin Fikri ve Sınai Haklar Üzerindeki Etkisi**,”Uluslararası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 2002, s.89-91.

- ARIKOL, Münire, “**Bilgiye Dayalı Yönetim**”, Bilgi Teknolojilerinin Toplam Kalite Organizasyon Yapısındaki Yeri Semine Kitabı, TUSİAD-KALDER yayınları, 1996.
- ATASOY, Rahşan, “**Bilgisayar Suçları**”, <http://www.turkhukuksitesi.com>, 11.06.2004.
- BAYRAK, Hakan, “**İnternet Servis Sağlayıcıları**”, PC Life, Haziran 2000.
- BERBER, Leyla Keser, “**İmzalıyorum o Halde Varım**”, “**Dijital İmza, Dijital İmza Hakkındaki Yasal Düzenlemeler, Dijital İmzalı Elektronik Belgelerin Hukuki Değeri**”, TBBĐ, Yıl:13, S.2, 2000.
- Birleşmiş Biletler Ticaret ve Gelişme Konferansı (UNCTAD), <http://www.unctad.org>, 3 Temmuz 2001.
- BOZBEL, Savaş, “**İnternet üzerinden yapılan hukuki işlemler ve bu konudaki AB yönergesi ile Almanya, İsviçre’deki Düzenlemeler**”, <http://www.turkhukuksitesi.com>, 30 Ağustos 2001.
- BOZBEL Savaş “**İnternet Üzerinden Yapılan Hukuki İşlemler ve bu konudaki 97/7 sayılı AB Yönergesi ile Alman ve İsviçre’deki düzenlemeler**” <http://www.turkhukuksitesi.com>, 30 Ağustos 2001
- BOZBEL Savaş, “**İnternet Üzerinde Yapılan Hukuki İşlemler**”, Yargıtay Dergisi, Ocak-Nisan, 2001, S:1-2.
- CAPİTAL, “**İnternet Pazarlamayı Nasıl Değiştirecek**”, Yıl:8, S.8, Ağustos 2000.
- ÇELİKOĞLU Cengiz Topal, “**E-ticaretin Özel Hukuk ve İspat Hukuku Boyutu**”, <http://www.turkhukuksitesi.com>, 1 Şubat 2002.
- DEMİR Vedat, “**Türkiye’de Özel Radyo ve Televizyonların Çıkışı ve Bu Konuda Devlet Tekelinin Kalkması**”, Marmara İletişim Dergisi, S. 7, Temmuz 1994.
- Dijital Gelecek, Hürriyet Gazetesi, 15 Haziran 1999,
- Dünya Ticaret Örgütü, “**Electronic Commerce and the Role of the WTO**”, Mart 1998.
- ENER, Seres, “**Uygulamalı E-Ticaret Eğitimi**”, TBD Bilişim Dergisi, Eylül 1998.
- EROĞLU, Sevilay, “**İnternette Telif Hakkı**”, Uluslar arası İnternet Hukuku

Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 2002.

GÜRAN Sait; AKÜNAL, Teoman; BAYRAKTAR, Köksal; YURTCAN, Erdener; KENDİGELEN, Abuzer; BELER, Önder; SÖZER, Bülent, “**İnternet ve Hukuk**” <http://www.superonline.com/hukuk>, 14 Nisan 2002.

İNANCI, Haluk, “**Web Dokümanının Fikri Haklar ve Basın Hukuku Açısından Değerlendirilmesi**”, İstanbul Barosu Dergisi, C.74, S.2.

İPEKÇİ, Şebnem, “**İnternet’te Ticarete Yeni Uygulamalar**”, Networkworld, Ocak 1998.

İYİBOZKURT, Erol, “**Küreselleşme ve E-Ticaret**”, Elektronik Ticaret, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000.

İzmir Ticaret Odası, “**21. Yüzyıl Ticaretinin Yeni Arenası Elektronik Ticaret,**” Yayın No:86.

KAVRAKOĞLU, İbrahim, “**Bilgi Teknolojilerinin Etkin Kullanımı**”, Bilgi Teknolojilerinin Toplam Kalite Organizasyon Yapısındaki Yeri Seminer Kitabı, TUSİAD-KALDER Yayınları, 1996.

KILIAN, Wolfgang, “**Dijital İletişim ve Sözleşme Hukuku**”, (Çev. Ayça Akkayan YILDIRIM), Uluslar arası İnternet Hukuk Sempozyumu, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 21-22 Mayıs 2001

KIRÇOVA, İbrahim, ÖZTÜRK, Pınar, **İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar**, İTO yayınları, İstanbul, 2000

MAHMUTOĞLU, S. Fatih “**3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Üzerine Düşünceler**” Marmara İletişim Dergisi, S.7, Temmuz 1994.

OECD, The Ottawa Conference Reports, <http://www.oecd.org>, 9 Ağustos 2001.

OĞUZ, Şeref, “**Elektronik İş Çağı**”, Milliyet Gazetesi, 30 Ocak 1998.

ÖNÜGÖREN, Gürsel, “**İnternet Hukuku**”, <http://www.hukukcu.com/bilimsel/index.htm>, 12.06.2004

ÖZGER, Oktay,, **“Elektronik Ticaret”**, Networkworld, Ocak 1998.

ÖZSUNAY, Ergun, **“Elektronik Sözleşmeler (AB Hukuku ile Avusturya ve Alman Hukuklarındaki Gelişmelerin Işığında Türk Hukuku’na İlişkin Çözümler)”**, Elektronik Sözleşmeler Konulu Sempozyum’a sunulan yayınlanmamış tebliği, İstanbul, 12 Mayıs 2000.

ÖZSUNAY, Ergun, **“Elektronik Sözleşmelerin Temel Sorunları”**, Uluslar arası İnternet Hukuk Sempozyumu, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 21-22 Mayıs 2001

Para ve Banka Teknolojileri Dergisi, **“Elektronik Ticaret”**, 1999, S.2.

Paul Timmers, XIII General Director & Joep von Per Veer VV. General Director of European Commission, **“Electronic Commerce-a Challenge for Europa”** Research Paper of EU, 1997.

PEKCANITEZ, Hakan, **“Elektronik Ticaretin Türk İspat Hukukuna Getirdiği Sorunlar ve Çözüm Önerileri”**, ”, Uluslar arası İnternet Hukuku Sempozyumu, 21-22 Mayıs 2001, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 2002

PEKŞİRİN, Hülya, **“İnternetin Yasal Düzenlemesi”**, İnternet ve Hukuk Platformu, 13 Mart 2002.

RAVIA, Haim, **“The Liability of İnternet Providers”**,

<http://www.netvision.net.il/~rivia/articles/isp.htm>. 16.04.2000

Resmi Gazete, S. 21911, 20.04.1994,.

SINAR, Hasan, **“İnternetin Ortaya Çıkardığı Hukuki Sorunlara Bir Ceza Hukuku Yaklaşımı”**, Yıl:17-18, S.1-2, İstanbul, 2000.

SOYDAN, Billur Yatlı, **“E-İmza ve E-Belge: Kağıtsız ve Mürekepsiz Dünyada Hukuk I-II”**, Maliye Gelirler Kontrolörleri Dergisi Yayını Özel Ek, S.151-152, Nisan-Mayıs 2001.

WALL, David, S., “**The Policing and The Regulation of the Internet**”, Crim. L. Rev. Int. Sp. Ed., November 1998.

YILDIRIM, Bekir “**İnternet’te Ticaret**”, İnternet World Tr., Temmuz 1997.

YÜCEDAĞ; Armağan, “**Özel Hukuk ve Tüketici Haklarının Korunması Açısından İnternet**” İNET-TR 99 Paneli, Ankara Üniversitesi, 19-22 Kasım 1999.

İNTERNET ADRESLERİ

<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaretkütüphanesi>, 20.08.2002

<http://cyberatlas.internet.com/markets/advertising/article/0.1323.5941.515571.00.htm>,
07 Mart 2002.

<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/ggoster.asp?t=a&ç=8&i=241020011712341202320888705>, 21.03.2002

<http://e-ticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?>, 20.05.2002.

<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=1&t=a&i=231020010912493131>,
“**Ticarete Başlarken Nelere Dikkat Etmek Gerekir?**” 25 Mayıs 2001.

<http://e-ticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=b&t=a&i=031120011721023201084705>, “**Tüketicinin Korunması**”,04 Nisan 2001.

<http://e-ticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=b&t=a&i=191020011834053131>
20.01.2002

<http://igeme.org.tr/TUR/etrade/etkk/hukuk/hukuk.htm>, 25 Aralık 2001.

<http://tubitak.gov.tr/btpd/btspd/btyk/kararlar/karar3-bl3.htm>, 20 Aralık 2000.

<http://www.acti-form.net>, “**Güvenlik ve İşlevsellik**”,25.12.2001

<http://www.avukatpro.com/sslblg.asp>, “**SSL Nasıl Çalışır**”.

<http://www.deltamenkul.com.tr/guvenlik.htm>, 28.07.2002

<http://www.eng.bahcesehir.edu.tr/css/bolum11/bolum11.htm#trend>, 14.12.2002

<http://www.e-ticaret.gov.tr/genel.htm>, 29 Kasım 2000

<http://www.hukukcu.com/bilimsel/index.htm>, “**Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması**”, 16.04.2001.

<http://www.igeme.org.tr/TUR/etrade/etkk/hukuk/hukuk.htm>, (25 Aralık 2001)

<http://www.igeme.org.tr>, **Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları**, Dış Ticaret Müsteşarlığı, 14 Kasım 2002

<http://www.igeme.org.tr/TUR/etrade/etkk/hukuk/hukuk.htm>, 25 Aralık 2001.

<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/001.html>, 15 Mart 2002.

<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/ba2.html>, 17 Mart 2002.

<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaretkutuphanesi>, 20 Mart 2002.

<http://www.mfa.gov.tr/turkce/grupe/ues/yoruk.htm>, 26.04.2002

<http://www.netscape.com/security/techbriefs/ssl.html>, 27.06.2002

<http://www.tissd.org/calismalar>, “**İnternette Yapılabilecek Hukuki İSS Sorumlulukları Açısından Değerlendirilmesi**” 5 Nisan 2002

<http://www.tissd.org/calismalar>, “**İnternette Yapılabilecek Hukuki İSS Sorumlulukları Açısından Değerlendirilmesi**”, 5 Nisan 2002.

<http://www.tuena.tubitak.gov.tr>, **TUENA, Sonuç Raporu**, T.C. Ulaştırma Bakanlığı Ekim 1999, s.4, 8 Ekim 2002.

<http://www.tuena.tubitak.gov.tr/dokuman/gelisme2.html>, Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı Konusundaki Gelişmeler ile İlgili Bilgi Notu, **01 Ocak 2003**.

<http://www.wilsonweb.com/wmt6/start-niche.html>, 26.02.2001

http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/e_ticarette_guvenlik.html, 21.03.2002

DİZİN

A

AB, 44, 46, 51, 62, 63
 ABD, 7, 10, 51, 61, 92
 Adalet Bakanlığı, 49
 Ağ, 10, 17, 18
 Amsterdam Anlaşması, 60
 AR-GE, 94
 Avusturya, 4, 46, 55, 91
 B
 Bilgisayar, 8, 16, 48, 59, 80

C

Caching, 79, 86
 Ceza Hukuku, 46
 D
 Devlet, 13, 43
 Dijital, 5, 25, 27, 36, 46, 51, 54, 64
 Domain Name, 89

E

e-Avrupa, 63, 64, 65
 Elektronik Veri Değişimi, 1, 94
 e-Öğrenim, 65
 e-posta, 16, 17, 40, 70, 75, 80, 81, 85, 91
 E-Ticaret, 1, 2, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 18, 19, 23, 24, 29, 30, 31, 32, 33, 36, 38, 39, 47, 48, 51, 62, 66, 75, 92

F

Finlandiya, 91
 G
 G7 ülkeleri, 92, 93
 Güvenlik, 28, 41, 55, 56, 57, 93
 H
 Haksız Rekabet, 35
 Hollanda, 4, 55, 92
 Host, 87
 Hosting, 79, 86
 Hukuk, 42, 46, 47, 60, 70, 71, 72
 hyperlink, 91

İ

İç Pazar, 58, 66, 68, 78
 İnternet, 2, 4, 5, 7, 8, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 26, 30, 32, 34, 35, 36, 37, 42, 43, 44, 45, 47, 51, 54, 55, 63, 70, 71, 72, 74, 79, 82

İntranet, 21

İSS, 59, 69, 70, 78, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 88, 89

İşletme, 6, 20, 32, 35

J

Japonya, 4, 57, 92, 94

K

Kaizen, 15

Kanada, 4, 57

KDV, 61, 80

L

Lizbon, 62, 65

locatinon, 91

N

Netscape, 25, 26

Norveç, 57, 91

O

ODTÜ, 5

OECD, 8, 44, 47, 49, 50, 51

On-line, 65

Ortak Pazar, 52

P

Pazarlama, 12, 17, 35, 38, 39, 66, 71

R

Resmi Gazete, 43, 63, 67, 91

S

Siberuzay, 79

SSL, 24, 25, 26

T

TCP/IP, 3, 25

Televizyon, 43

Telif Hakkı, 58

TKY, 15

TTK, 82, 84, 90

TUENA, 91

Turku, 8, 50

Türkiye, 7, 14, 26, 66

U

UNESCO, 49

UPU, 49

USD, 4

Usenet, 16, 17, 21

V

Visa, 26

W

Web, 12, 16, 21, 22, 24, 25, 26, 40, 41,
81, 87

WIPO, 49, 59

Y

Yargı, 60, 88

Yönerge, 54, 56, 59, 60, 61, 66, 76, 77,
90

Yunanistan, 92

