

T. C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ULUSLARARASI TİCARET HUKUKU VE AB ANABİLİM DALI  
ULUSLARARASI TİCARET HUKUKU VE AB YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**AZERBAYCAN'DA E-TİCARETİN KULLANIMI,  
HUKUKSAL YAPISI, SORUNLARI VE ÇÖZÜM  
YOLLARI**

Yüksek Lisans Tezi

CABİR SÜLEYMANLI  
1150Y73205

İSTANBUL, 2015

T. C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ULUSLARARASI TİCARET HUKUKU VE AB ANABİLİM DALI  
ULUSLARARASI TİCARET HUKUKU VE AB YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**AZERBAJCAN'DA E-TİCARETİN KULLANIMI,  
HUKUKSAL YAPISI, SORUNLARI VE ÇÖZÜM  
YOLLARI**

Yüksek Lisans Tezi

CABİR SÜLEYMANLI  
1150Y73205

Danışman  
Prof. Dr. Ömer ÖZKAN

İSTANBUL, 2015

T. C.  
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi **Cabir Süleymanlı**'nın "Azerbaycan'da E-Ticaret Kullanımı, Hukuksal Yapısı, Sorunları ve Çözüm Yolları" konulu tez çalışması jürimiz tarafından ..... Yüksek Lisans tezi olarak (oybirliği  / oyçokluğu ) ile başarılı bulunmuştur.


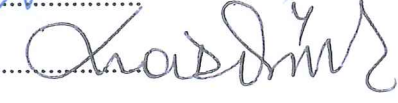
Adı- Soyadı

İmza

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ömer ÖZKAN

Jüri Üyesi :

Jüri Üyesi :

  
Prof. Dr. Mehmet Akdemir  
Yrd. Doç. Dr. Muhittin ADIGÜZEL  


Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

**Cabir SÜLEYMANLI**

# ÖZET

**Yüksek Lisans Tezi**

## **AZERBAYCAN'DA ELEKTRONİK TİCARETİN KULLANIMI, HUKUKSAL YAPISI, SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI**

**Cabir SÜLEYMANLI**

**İstanbul Ticaret Üniversitesi**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Uluslararası Ticaret Hukuku ve Avrupa Birliği Anabilim Dalı**

**Uluslararası Ticaret Hukuku ve Avrupa Birliği Yüksek Lisans Programı**

**Tez Danışmanı :**

**Prof. Dr. Ömer ÖZKAN**

**Şubat 2015**

Hızla gelişen dünyamızda hayatımızın her alanına nüfuz etmiş olan teknolojiye gelişmeler de aynı hızla devam etmektedir. Özellikle internetin ortaya çıkmasından sonra uzak mesafelerden etkileşimin çok daha rahat olmasıyla birlikte teknolojiyi, interneti gündelik hayatımızda sık sık kullanmaktayız. İş süreçlerini ve alışkanlıklarını değiştirerek iş hayatını da etkileyen internetin ticaret alanında etkileri de büyük olmuştur. Günümüzde internet üzerinden yapılan elektronik ticaret sayesinde küçük yerli firmalar bile uluslararası pazarlara açılabilirler.

Ticaret hayatındaki bu değişiklikler tabiki bu alandaki alışkanlıkların ve kuralların da değiştirilmesi ihtiyacını gerektirmiştir. Ekonomik açıdan güçlü olmak isteyen devletler bu yeni iş sahasında uluslararası ortama ayak uydurmak için hem ülke enformasyon altyapılarına yönelik yatırımlar yapmakta, hem de kendi iç hukuklarında düzenlemeler yapma yoluna gitmektedirler.

Çalışmamızın esas konusu da elektronik ticaret alanında ciddi çalışmalar yapan ülkelerden birisi olan Azerbaycan`ın bu alana yönelik olarak yapmış olduğu altyapı çalışmalarını, hukuki düzenlemerini ve e-ticaretin genel durumunu inceleyerek, mevcut olan bazı sorunları ortaya koyarak onlar için çözüm önerileri sunmaktır. Azerbaycan`la ilgili bu alanda yapılmış çalışmaların çok kıt olması göz önüne alındığında, çalışmamızın henüz e-ticarette kat etmesi gereken uzun bir yolu olan ülke için yararlı olacağını umuyoruz.

# **ABSTRACT**

**Master Sciences Thesis**

## **USE, LEGAL INFRASTRUCTURE, PROBLEMS AND SOLVING METHODS OF ELECTRONIC COMMERCE IN AZERBAIJAN**

**Cabir SÜLEYMANLI**

**Istambul Commerce University**

**Institute of Social Sciences**

**Department of International Trade Law and European Union**

**International Trade Law and European Union Master`s Program**

**Thesis Advisor :**

**Prof. Dr. Ömer ÖZKAN**

**February 2015**

In our rapidly developing world developments in technology which penetrate every aspect of our lives continue at the same pace. Especially after the emergence of the internet with effect of much more comfortable interaction from long distances we use the technology and internet frequently in our daily lives. Internet which affect business life by changing business porcesses and habits has also big impacts on trade area. Now even small local companies can go to international markets through electronic commerce conducted over the internet.

These changes in business life, of course, have required changing of habits and rules in this area. To keep up with the international environment in this new business area governments who want to be economically strong are investing in information infrastructure of their country, as well as, making regulations in their national law.

The main subject of our study is revealing some existing problems in electronic commerce area of Azerbaijan who is one of the countries doing its best in this area, by reviewing the infrastructure projects and legal regulations of country. Considering that there are just few studies related this area of Azerbaijan, we hope our study will be usefull as yet the country needs to go long way on e-commerce way.



## TEŞEKKÜR

Lisans eğitimimden bu yana kendine has stili ve duruşu ile okutmuş olduğu dersler bir yana, ahlaki yönleriyle de bize örnek olarak en zor anlarımızda yanımızda olan, bu tez çalışması süresince gösterdiği sabır ve hoşgöründen dolayı değerli hocam, Prof. Dr. Ömer ÖZKAN'A

Değerli fikirleriyle çalışma boyunca bana yön veren, yetkilerle görüşmem için daim yardım eden, çok değerli arkadaşım, İletişim ve İleri Teknolojiler Bakanlığı Bilgi İşlem Merkezi'nin Yeni Teknolojiler şube müdürü Cemşid Nahçıvanski'ye

Çalışmamın Azerbaycan'da ödeme sistemleri ile ilgili kısımları için değerli zamanını ayırarak bu konudaki geniş bilgisini benimle paylaşan, GoldenPay şirketinin kurucusu ve genel müdürü Ferid İslamyılmazade'ye

Azerbaycan'da e-ticaretin durumu, son gelişmeler ve gelecek hakkındaki beklentilerini ofislerindeki samimi ortamda benimle bölüşerek katkıda bulunan, "www.shopera.az" e-ticaret sitesinin kurucusu ve genel müdürü Reşad Cemal'e

Tez çalışması süresince benden desteğini bir an bile esirgemeyen Aileme ve sevgili eşim Nergiz'e çok teşekkür ederim.

# İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI.....	i
ÖZET .....	iii
ABSTRACT .....	v
TEŞEKKÜR .....	vii
İÇİNDEKİLER .....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
TABLolar LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR .....	xii
<b>1. ELEKTRONİK TİCARET KAVRAMI VE TANIMI .....</b>	<b>1</b>
1.1 Ticaret ve Elektronik Ticaret Kavramları.....	1
1.2 E-ticaretin Tarihi Gelişimi.....	3
1.3 E-ticaretin Araçları .....	5
1.3.1 Telefon .....	6
1.3.2 Faks .....	7
1.3.3 Televizyon.....	7
1.3.4 Elektronik Ödeme ve Para Transfer Sistemleri.....	8
1.3.5 Elektronik Veri Alışverişi (Electronic Data Interchange / EDI).....	8
1.3.6 İnternet .....	10
1.4 Elektronik Ticaretin Türleri.....	12
1.4.1 Yapılış Şekli Açısından E-Ticaret Türleri.....	12
1.4.1.1 Doğrudan E-Ticaret .....	13
1.4.1.2 Dolaylı E-Ticaret .....	13
1.4.2 Düzenlediği İlişkiler Açısından E-Ticaret Türleri .....	13
1.4.2.1 İşletmeden İşletmeye E-Ticaret (Business to Business – B2B).....	14
1.4.2.2 İşletmeden Tüketicisy E-Ticaret (Business to Consumer – B2C).....	15
1.4.2.3 Tüketiciden Tüketicisy E-Ticaret (Consumer to Consumer – C2C).....	17
1.4.2.4 İşletmeden Devlete E-Ticaret (Business to Government - B2G) .....	18
1.4.2.5 Devletten Vatandaşa E-Ticaret (Government to Citizen - G2C).....	18
1.4.2.6 Mobil-ticaret .....	19
1.5 Elektronik Ödeme Yolları .....	20
1.5.1 Kredi kartı .....	22

1.5.2	Elektronik para .....	25
1.5.3	Elektronik Çek .....	26
1.5.4	Elektronik Cüzdanlar .....	26
1.5.5	Mobil Ödeme Yolları .....	28
1.6	Elektronik Ticaretin Avantaj ve Dezavantajları .....	29
1.6.1	E-Ticaretin Avantajları.....	29
1.6.2	E-Ticaretin Dezavantajları .....	31
<b>2.</b>	<b>ELEKTRONİK TİCARETİN HUKUKİ ALTYAPISI VE BAZI ÜLKELERDEKİ DÜZENLEMELER.....</b>	<b>34</b>
2.1	E-Ticaretin Durumu .....	34
2.2	Avrupa Birliğinde E-Ticaret.....	35
2.2.1	AB Elektronik Ticaret Yönergesi.....	36
2.2.2	AB Elektronik İmza Yönergesi.....	41
2.3	Türkiye`de Elektronik Ticaret Düzenlemeleri .....	45
2.3.1	Teknik ve İdari Altyapıyla İlgili Çalışmalar .....	48
2.3.2	Hukuki Düzenlemeyle İlgili Çalışmalar .....	51
2.3.2.1	Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun.....	53
2.3.2.2	Elektronik İmza Kanunu.....	56
<b>3.</b>	<b>AZERBAIJAN`DA ELEKTRONİK TİCARETİN GENEL DURUMU, E-TİCARET MEVZUATI, SORUNLARI VE BAZI ÖRNEK UYGULAMALAR....</b>	<b>60</b>
3.1	Azerbaycan`da Elektronik Ticaretin Durumu ve İstatistik Bilgiler .....	60
3.2	Altyapı Çalışmaları.....	63
3.2.1	Milli Ödeme Sistemi .....	63
3.2.1.1	AZIPS (Azerbaijan Interbank Payment System).....	64
3.2.1.2	Küçük Çaplı Ödemeler Kliring Sistemi.....	65
3.2.1.3	Yaygın Ödemeler için Merkezi Bilgi Sistemi.....	66
3.2.2	Elektronik Azerbaycan Devlet Programı .....	67
3.3	Hukuki Düzenlemeler.....	70
3.3.1	Azerbaycan Cumhuriyeti`nin Elektronik Ticaret Hakkında Kanunu.....	71
3.3.2	Azerbaycan Cumhuriyeti`nin Elektronik İmza Hakkında Kanunu.....	77
	<b>Sonuç ve Çözüm Önerileri .....</b>	<b>83</b>
	<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>86</b>

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1:</b> Geleneksel ödeme işleminin işleyişi .....	<b>21</b>
<b>Şekil 2:</b> Türkiyede internet üzerinden yapılan alışverişlerde tercih edilen ödeme sistemleri .....	<b>23</b>
<b>Şekil 3:</b> Hanelerde bilgisayar kullanımı ve internet erişimi .....	<b>46</b>
<b>Şekil 4:</b> Azerbaycan`da GSYİH hacminin yıllar göre değişimi .....	<b>60</b>
<b>Şekil 5:</b> İnternet ve Bilgisayar kullanıcılarının ülke nüfusundaki payı .....	<b>61</b>
<b>Şekil 6:</b> Hesaptan hesaba fon aktarımı .....	<b>65</b>

## TABLÖLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> B2B ve B2C karşılaştırması .....	<b>16</b>
<b>Tablo 2:</b> B2C e-ticaret satışlarının bölgelere göre dağılım yüzdesi (%) .....	<b>34</b>
<b>Tablo 3:</b> E-Ticaretin küresel karşılaştırılması (2013) .....	<b>47</b>

## KISALTMALAR

a.g.e.	adı geçen eser
AB	Avrupa Birliği
ABMMV	Azerbaycan Adliye Bakanlığı Merkezi Mevzuat Veritabanı
ACMM	Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisi
ACRİS	Azerbaycan Cumhurbaşkanlığı Resmi İnternet Sitesi
AİBRİS	Azerbaycan İletişim Bakanlığı resmi internet sitesi
AMB	Azerbaycan Merkez Bankası
Ar:Ge	Araştırma Geliştirme
ATM	Otomatik Paraekme Makinası
AZIPS	Azerbaycan bankalararası hesaplaşma sistemi
B2B	Business to Business (İşletmeden İşletmeye E-Ticaret)
B2C	Business to Consumer (İşletmeden Tüketickiye E-Ticaret)
B2G	Business to Government (İşletmeden Devlete E-Ticaret)
BİLGE	Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri
BİT	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
BM	Birleşmiş Milletler
BTYK	Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu
C2C	Consumer to Consumer (Tüketiciden Tüketickiye E-Ticaret)
DİK	Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
EFT	Elektronik Fon Transferi
EMKT	Elektronik Menkul Kıymetler Transferi
ESHS	Elektronik sertifika hizmet sağlayıcılarından
ETKK	Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu
EVA/EDI	Elektronik Veri Değişimi
G2C	Government to Citizen (Devletten Vatandaşa E-Ticaret)

HÖP	Hükümet Ödeme Portalı
İİBF	İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
KDV	Katma Değer Vergisi
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KÖMİS	Yaygın Ödemeler için Merkezi Bilgi Sistemi
m.	madde
MÖS	Azerbaycan Milli Ödeme Sistemi
MSHM	Milli Sertifika Hizmetleri Merkezi
NSF	Ulusam Bilim Vakfı
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
s.	sayfa numarası
SET	Secured Electronic Transactions (Güvenli Elektronik İşlemler)
SGML	Genelleştirilmiş Standart İşaretleme Dili
SSL	Secure Sockets Layer (Güvenli Giriş Katmanı)
TCGB	Türkiye Cumhuriyeti Gümrük Bakanlığı
TCMB	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TUENA	Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı
TÜBİSAD	Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türkiye Sanayici İşadamları Derneği
UNCTAD	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
ÜD	Üye Devletler
v.b.	ve benzeri
WTO	World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)
XÖHKS	Küçük Çaplı Ödemeler Kliring Sistemi

# 1. ELEKTRONİK TİCARET KAVRAMI VE TANIMI

## 1.1 Ticaret ve Elektronik Ticaret Kavramları

Bilgi çağı olarak adlandırdığımız çağımızda küreselleşme ve teknolojinin sağladığı hızla etrafımızdaki her şey süratle değişmekte, gelişmektedir. Hayatımızın her alanına nüfuz etmiş olan teknolojideki hızlı gelişim etkilerini iş dünyası üzerinde de göstermiş ve iş dünyasının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Ticaret yapan taraflar arasında iletişim ve haberleşmeyi kolaylaştıran, belge alış verişinde hızlanma sağlayan, sipariş alım ve onayını tek tuşa basmak kadar kısa bir süreye indiren teknoloji, ticaretin de vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Öyle ki, ticaret isminden daha çok elektronik ticaret kavramı duyulmaya başlamıştır. Artık alanında iyi bir konuma gelmek isteyen kurumlar, ulusal pazarlardan uluslararası pazarlara açılmak isteyen şirketler için e-ticaret kullanmak, elektronik hizmetlerden yararlanmak zorunlu hale gelmiştir. İnternet sayesinde artık şirketler isterlerse bütün dünyayı kendi pazarları olarak görebilirler. Nitekim, dünyanın diğer ucundaki müşteriye ulaşmaları veya tam tersine bu müşterinin onların ürünleri hakkında bilgi sahip olmaları bir tuşa basmak kadar kolay ve hızlı hale gelmiştir. Bu bakımdan, günümüz şirketlerini e-şirket olarak tanımlamak büyük ölçüde geçerli bir tanımdır<sup>1</sup>.

Klasik olarak ticaret kavramı, kar amacıyla yapılan mal ve hizmetlerin, para ile ifade edilebilen değerlerin değişimi, alım ve satım işlemleri olarak tanımlanabilir. Ticaretten söz edilebilmesi için kar amacı olmalı, mal veya hizmet üreterek pazarlayan üretici ve tüketici unsurları yer almalıdır. Çoğu zamansa bu iki taraf arasına kendileri de kar amacı güden aracılar girmektedir. Aşağıda değişik kurumların tanımlamalarını vereceğimiz elektronik ticaret kavramıysa, yapılan bu işlemlerin eletronik ortamda, elektronik araçlar

---

<sup>1</sup> **Adıgüzel**, Muhittin "Bilgi Toplumu ve Küreselleşme Bağlamında Küresel Rekabet Ortamı", Nobel Yayıncılık, Ankara 2011, s 188



kullanarak yapılması anlamına gelmektedir. Sınırları ve kapsamı belli olmadığından ve durmadan geliştiğinden tanımlamasını yapmak oldukça güç olsa da, yaygın olarak kullanılan bazı tanımları aşağıda vermiştir.

DPT'nin Bilişim Teknolojileri ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporunda kavram bu şekilde tanımlanmıştır: "Elektronik Ticaret iş dünyası ve hükümet kurumları ağlarının birbiri ile güvenli bir ortamda birleştirilmesi suretiyle ticaret yapma ve ticaretle ilgili belgelerin onaylanmasını içeren bir sistem bütünlüğüdür"<sup>2</sup>.

Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tanımı ise şu şekildedir: "Elektronik ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır"<sup>3</sup>.

OECD'nin yapmış olduğu daha yaygın olan bir tanım ise şöyledir: "Elektronik ticaret genel tanımıyla, örgüt ve bireylerin metin, ses ve görsel resimler de dahil, dijital verilerin işlenmesi ve aktarımına dayalı bütün ticari işlemlerini tanımlamaktadır"<sup>4</sup>.

Avrupa Komisyonu tarafından yapılmış olan, hem işletmeden işletmeye, hem de işletmeden tüketiciye aktarımı kapsayan geniş kapsamlı tanım ise şöyledir:

- Elektronik ortamda alınan, ancak elektronik olmayan ortamda iletilen mal ve hizmetler.

Mesela: Norveç'teki bir tüketici bir İsveç sitesinden kitap sipariş ediyor. Kitap daha sonradan İsveç'den Norveç'e ulaştırılıyor.

- Geleneksel olarak dağıtılan fiziksel malların ağlar üzerinden dijital olarak gönderilmesi.

Mesela: Norveç'teki bir tüketici bir İsveç sitesinden e-kitap indiriyor.

- Hizmetlerin elektronik sunumu

---

<sup>2</sup> DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: Bilişim Teknolojileri ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2001, s. 11

<sup>3</sup> WTO, "Understanding the WTO: E-Commerce"

<sup>4</sup> Singh, Nirvikar (2004), "The Digital Economy: An Overview", s. 9

Mesela: Norveçli bir muhasebeci kendi hizmetlerini İsveç'te yerleşen bir firmaya internet üzerinden satması.

Yukarıdaki tanım e-ticaret kavramının malların internet üzerinden siparişi ve elektronik olmayan ortamda teslimini içeren geleneksel tanımından daha geniş olduğunu gösteriyor<sup>5</sup>.

## 1.2 E-ticaretin Tarihi Gelişimi

Günümüzde hayatımızın her alanında kullandığımız e-ticaret bir kaç sene önce bu kadar yaygın, bu kadar devasa boyutlara ulaşacak denilseydi inanmazdık. Yaklaşık 40 yıl önce ortaya çıkan bu kavram, ortaya çıkan yeni teknolojiler, yeni buluşlar ve online pazara dahil olan binlerce işletmeyle bugüne kadar gelişimini sürdürüyor. E-ticarette kolaylık, güvenlik ve kullanıcı tecrübesi, ortaya çıktığı 1970'li yıllardan bu yana katlanarak artmıştır. Elektronik ticaretin gelişim sürecini kabaca 3 aşamada inceleyebiliriz:

### 1) 1960 – 1982 yılları

E-ticaretin önünün açılmasını sağlayan en önemli etken EDI'nin (Electronic Data Interchange – Elektronik Alışverişi) gelişimi oldu. EDI belgelerin geleneksel e-posta ve faks yoluyla değişimini, bir bilgisayardan diğerine dijital veri aktarımı olarak değiştirdi<sup>6</sup>. E-ticaret uygulamalarının gelişimi 1970'lerde bilgisayar tabanlı sistemlere mali işlemlerini elektronik olarak yapmalarına olanak sağlayan EFT (Elektronik Funds Transfer – Elektronik Fon Transferi) ile başlamıştır. Ancak bu uygulamaların kullanımı finans kurumları, büyük şirketler ve bazı cesur işletmelerle sınırlıydı<sup>7</sup>. EVA uygulamaları, EFT uygulamalarındaki limitleri ortadan kaldırmak için geliştirilmiştir.

---

<sup>5</sup> **Kommerskollegium** , (2012) “E-commerce – New Opportunities, New Barriers”, s. 4-5

<sup>6</sup> **Merchant**, Miva “The History of E-Commerce: How did it all begin?”, Çevirimiçi:  
<http://www.miva.com/blog/the-history-of-ecommerce-how-did-it-all-begin/> (Erişim tarihi: 03.08.2013)

<sup>7</sup> **Ying**, Lim Xin “The History and Evolution of E-Commerce”, Çevirimiçi:  
<https://ecommerce.wordpress.com/2008/06/12/the-history-and-evolution-of-e-commerce/> (Erişim tarihi: 03.08.2013)

EVA vasıtasıyla ticaret yapan ortaklar siparişlerini, faturalarını ve diğer ticari işlemlerini daha önceden belirlenmiş veri formatlarıyla aktara bilirler. Sipariş geçildikten sonra VAN ( Value added network – Değer eklenmiş ağ) tarafından incelenir ve alıcının sipariş işleme sistemine iletilir. EVA insan müdahalesi olmadan verilerin sorunsuz şekilde aktarımını sağlar.

## 2) 1982 – 1990 yılları

En başından beri B2B (business to business – işletmeden işletmeye) e-ticaretin kazançlı olacağı öngörülebiliyordu. Ancak kişisel bilgisayarların ve “www”, diğer adıyla İnternet kullanımı yaygınlaşmadan B2C`de başarılı olunamazdı. 1982`de Fransa Minitel adlanan internet öncüsünü kurdu.

Çevrimiçi hizmet telefon hatları aracılığıyla kullanılan Videomax terminal makinesini kullanıyordu. Minitel telefon kullanıcıları için ücretsizdi ve milyonlarca kullanıcıyı bilgisayar ağlarına bağladı.

1999 yılına gelindiğinde, 9 milyonun üzerinde Minitel terminali dağıtılmış ve bu irtibatlı ağ makineleri üzerinde 25 milyon kullanıcı bağlanmaktaydı. 1991 yılında Minitel sistemi zirve noktasına ulaştı ve İnternetin başarısının 3 yıl ardından kendi çöküşüyle karşılaştı. En sonunda, 2011 yılında France Telecom Minitel`in kapandığını duyurdu. Ne yazıkki o, olmasının arzu edildiği şeye –İnternete dönüşemedi<sup>8</sup>.

## 3) 1990`lı yıllardan günümüze

1990 yılında Tim Berners Lee, arkadaşı Calilliauille birlikte “World Wide Web” (www) olarak isimlendirilen “Hypertext projesi” hayata geçirmek için öneri yayınladı. Bu projenin ilham kaynağı CERN tarafından Dynatex SGML (Standard Generalized Markup Language – Genelleştirilmiş standart işaretleme dili) okuyucusunun lisanslanmasından sonra modellenmiştir.

Aynı sene Lee, Next bilgisayarını kullanarak ilk web sunucusunu oluşturdu ve ilk web tarayıcısını kurdu. Kısa bir süre sonra, 6 Ağustos 1991`de İnternette kamuya açık

---

<sup>8</sup> Merchant, a.g.e.

bir hizmeti piyasaya sundu. Berners Lee hypertext'i İnternetle entegre etmeye karar verdiğinde, bu süreç onu URL, HTML ve HTTP'nin gelişimine sürükledi.

1991'de Ulusal Bilim Vakfı (National Science Foundation - NSF) internetin ticari kullanımını üzerindeki kısıtlamayı kaldırınca, internet ve çevrimiçi alışveriş kaydeder bir büyüme seyretti. Eylül 1995'te NSF alan adları (domain names) kaydı için ücret talep etmeye başladı. O zaman kayıtlı alan adı sayısı 120.000'di ve 3 yıl içerisinde bu sayı 2 milyonun üzerine ulaştı. Bu zaman içerisinde, NSF'nin internet'teki rolü sonlanmaktaydı ve denetim çoğunlukla ticari sektöre kaymıştır.

En başından beri çevrimiçi alışverişle ilgili tereddüt ve endişeler vardı. Ancak, güvenlik protokolü olan SSL (Secure Sockets Protocole – Güvenli Yuva Katmanı) şifreleme sertifikasının 1994'te Netspace tarafından geliştirilmesi internet üzerinden veri transferinde güvenli araçlar sağlamaktadır. Web tarayıcılar sitelerin doğrulanmış bir SSL sertifikalarının olup olmadığını kontrol ve tanımlama yapıyor ve buna dayanarak siteye güvenilip güvenilemeyeceğini tanımlayabiliyorlardı. Şu an SSL şifreleme sertifikaları web güvenliğinin önemli bir parçası haline gelmiş ve 3.0 versiyonu bir çok web servisi için standart haline gelmiştir<sup>9</sup>.

### **1.3 E-ticaretin Araçları**

Bir çok tartışmalarda e-ticaret sadece internet ve diğer ağ tabanlı ticaret olarak ifade edilmektedir. Bununla birlikte, telefon, faks ve televizyon gibi araçlar da, özellikle sanayileşmiş ülkelerde ticari işlemler için kullanılmaktadır. Örneğin, telefon üzerinden sipariş verilmesi ve ödemenin kredi kartıyla yapılması hiç de alışılmadık bir durum değildir. İnternet gibi yeni araçların ortaya çıkması e-ticareti doğurmadı. Ama internet bir çok yeni fırsatlar ortaya çıkarmaktadır: internet vasıtasıyla ticari işlemlerin tüm unsurları bir veya daha çok kişi olmakla, zaman ve mekandan kısıtsız, ses, görüntü ve metin iletimi aynı multimedya ortamında, ve nispeten daha düşük (gittikçe daha da

---

<sup>9</sup> Merchant, a.g.e.

düŖen) maliyetlerle interaktif bazda yürütülebilmektedir. Bu Interneti elektronik ticaretin diğer araçlarından daha çok yönlü hale getirir<sup>10</sup>.

E-ticaretin araçları için, “birbirleriyle ticaret yapanların ticari işlemlerini kolaylaştıran her türlü teknolojik ürünlerdir” şeklinde ifade edilmiştir<sup>11</sup>. Bu araçları sayarken, günümüzde en çok kullanılanlarına değinmek yeterli olacaktır. Bunlar da “telefon, faks, televizyon, elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik veri değişim (EDI) sistemleri ve internet”tir.

### 1.3.1 Telefon

Elektronik ticaretin bir aracı olan telefon dünya çapında bir milyar hatlık bir alana yayılmıştır. Elektronik ticaretin en eski aracı ağ sistemiyle çalışan telefondur. Telefon, çok geniş ve yaygın kullanımından ötürü, işletmelerde ticari işlemlerin gerçekleştirilmesinde lider rolü oynamaktadır. OECD ülkelerinde her iki şahsın kullanımına bir telefon düşmektedir. Ayrıca telefon kullanımının kolaylığı ve giderek ucuzlaşması yaygınlaşmasını arttırmaktadır. Telefon mal ve hizmetlerin reklamının yapılmasını ve kredi kartı yoluyla ödemeleri mümkün kılmaktadır<sup>12</sup>.

Hatta bazı hizmetlerin telefon üzerinden iletilmesi ve daha sonra telefon faturasına yansıtılarak ödenmesi de yapılmaktadır. Bu tür hizmetlere örnek olarak, telefon bankacılığı, telefon defteri sorgulama, çocukları uykuya göndermek için uyku perisi çağırma veya yetişkinler için belirli tür eyelenceler gösterilebilir. Bazı pazarlık gerektiren görüşmeler telefon üzerinden postaya (elektronik posta) nazaran daha kolay ve etkileşimli şekilde yapılabilir<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> **Bachetta**, Marc ve diğer. “Electronic Commerce and the Role of the WTO”, WTO yayınları III-1998-3,200, s.5 Çevirimiçi: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/ecom\\_e/special\\_study\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/special_study_e.pdf) (Erişim tarihi: 05.08.2013)

<sup>11</sup> **Uluçay**, Utku, “Dünya’da ve Türkiye’de E-Ticaret: Tüketicilerin Internet Üzerinden Alışveriş Alışkanlıkları Üzerine Bir Uygulama”, Atılım Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2012, s.27

<sup>12</sup> **Tarakcı**, Selvi “E-ticaretin vergilendirmesi ve getirdiği sorunlar”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006, s.5-6

<sup>13</sup> **Bachetta**, Marc ve diğer. a.g.e. s.5

### 1.3.2 Faks

Faks hızlı ticari işlemler ve belge iletimi sunmaktadır. Faksın en önemli avantajı geleneksel posta hizmetlerinin yerine daha hızlı belge iletimi sağlamasıdır. Faks sıklıkla geçmişte ticari işlemler için belge takibinde kullanılan teleksin yerine ikame olarak kullanılmaktadır<sup>14</sup>. Yararlarına rağmen, pahalı ve gönderilen dökümanın görüntü kalitesi açısından verimli olmadığından fazla tercih edilmemektedir. Özellikle, evlerde çok fazla bulunmadığından işletmeyle tüketici arasındaki işlemlerden daha çok işletmelerarası veya işletme içi işlemlerde rastlanmaktadır.

### 1.3.3 Televizyon

Hemen hemen her evde bulunan televizyon telefona nazaran bile daha yaygın bir dağılıma sahiptir. Elektronik ticaretin en yaygın araçlarından biri olarak karşımıza çıkan televizyon, ilk başlarda “tek taraflı” etkileşim sağladığı için kısıtlı olmaktadır<sup>15</sup>. Ancak, televizyon sektöründeki teknolojik gelişim sonucu yaygın kullanılan analog televizyonların yanı sıra çağın gereksinimlerine cevap verebilecek sayısal (dijital) televizyonlar geliştirilmiştir. Analog televizyonların tüketiciyle kurduğu iletişim bağı tek yönlü olup sadece kişileri alışverişe yönlendirici etkileri bulunmakta iken, sayısal televizyonlar etkileşimli bir ticaret sahasını olanaklı kılmaktadır<sup>16</sup>. Televizyonlar vasıtasıyla internete bağlanabilme imkanları, telefon hatları ile entegre edilmeleri sonucu anında sipariş etme seçenekleri televizyonu gittikçe elektronik ticaret açısından daha cazip kılmaktadır. Özellikle, kablolu TV hatlarının yaygınlaşması e-ticaretin potansiyelini arttıracak gibi görünüyor<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> **Bachetta**, Marc ve diğ. a.g.e. s.8

<sup>15</sup> **Ekin**, Nusret “Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret”, ITO Yayın No:1998-61 s:76

<sup>16</sup> **Yıldız**, Mehmet R. “E-ticaretin Gelişimi ve Risk Sermayesi Finansı”, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli 2007, s. 14-15

<sup>17</sup> **Karaca**, Derya. “Avrupa Birliği’nde E-Ticaret Kavramı, AB’de ve Türkiye’de Bu Konuda Yapılan Hazırlıklar, Çalışmalar ve E-Ticaretin Vergilendirilmesi”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006, s. 10

### 1.3.4 Elektronik Ödeme ve Para Transfer Sistemleri

Elektronik ödeme ve para transferi sistemleri, elektronik ticarete kullanılmaları nedeniyle, e-ticareti önemli ölçüde kolaylaştırmakta ve ayrılmaz bir parçası haline gelmektedirler<sup>18</sup>. E-ticarette kullanılan birkaç ödeme ve para transfer yolları vardır ki, bunların en başında da kredi kartları ve akıllı kartlar, elektronik imza vb. gelmektedir.

En bilinen örneğiyle; kredi kartları ile yapıla gelen alışverişler, bir elektronik ticaret yöntemidir. Yalnızca banka hesaplarında gerçekleşmekte olan transferlerle, sanal olma özelliği taşıyan para, bir hesaptan aynı bankadaki ya da farklı bir bankadaki bir diğer hesaba aktarılmaktadır<sup>19</sup>.

Kredi ve borç verme, para saklama gibi özellikleriyle bilinen ve daha fazla bilgi depolama potansiyeli olan mikroişlemci tabanlı “akıllı kartlar” (smart cards) son yıllarda ortaya çıkan en önemli e-ticaret araçlarından<sup>20</sup>.

Bir bilginin üçüncü tarafların erişimine kapalı bir ortamda, bütünlüğü bozulmadan (bilgiyi ileten tarafın oluşturduğu orijinal haliyle) ve tarafların kimlikleri doğrulanarak iletildiğini elektronik veya benzeri araçlarla garanti eden harf, karakter veya sembollerden oluşmuş bir seti ifade eden elektronik imza da son yıllarda ortaya çıkmış e-ticaret araçlarından<sup>21</sup>. Elektronik imza vasıtasıyla kişilere özel tasarlanan elektronik işaretlemeyle, güvenli biçimde e-ticaret yapmalarının sağlanması amaçlanmaktadır.

### 1.3.5 Elektronik Veri Alışverişi (Electronic Data Interchange / EDI)

Telefon ve faks gibi geleneksel iletişim kanalları sayılmazsa elektronik veri alışverişi (EVA), e-ticaretin ilk formu sayılabilir ve 60'lı yılların sonlarından bu yana kullanılmaktadır. EVA, standartlaştırılmış bilginin kurumlar arasında iletilmesine

---

<sup>18</sup> **Gezgin**, Osman “E-ticaret E-devlet İlişkisi ve Türkiyede Elektronik Ticaret”, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya 2009, s. 13

<sup>19</sup> **Yıldız**, a.g.e. s. 16

<sup>20</sup> **Bachetta**, Marc ve diğ. a.g.e. s. 9

<sup>21</sup> **Özbay**, Sabahat ve Akyazı, Selma, “Elektronik Ticaret”, Detay Yayıncılık, Ankara 2004, s:17

dayanır<sup>22</sup>. Bilgi ve belgelerin fiziksel iletimi yerine elektronik iletişim araçları yardımıyla aynı kuruluş içinde veya ticaret yapan iki kuruluş arasında iletilmesini sağlayan EVA, önemli ve eski bir elektronik ticaret aracıdır. Etkin iletişim ihtiyacına cevap vermek üzere geliştirilen bir sistemdir<sup>23</sup>.

EVA, kamu ve özel sektör kuruluşlarının etkin biçimde iletişim kurmaları ihtiyacından doğmuş olup, modern bilgi teknolojilerinin getirdiği avantajlardan yararlanmaktadır. Geleneksel ticari işlemlerde, mektuplar, notlar gibi yapılanmamış dökümanlarla birlikte faturalar, sipariş formları, teslim belgeleri gibi standart şekilde yapılanmış dökümanlar kullanılmaktadır. Elektronik posta (e-mail) yapılanmamış tipte dökümanların iletilmesinde kullanılırken EVA yapılanmış mesaj değişimini sağlamaktadır. Böylece standart bilgilerin diğer bilgisayar sistemlerine kolayca aktarılmasını olanaklı kılmaktadır<sup>24</sup>.

EVA, bir işletmenin diğer işletmelerle olan her türlü iş evrakı alışverişini elektronik olarak ve belirli bir veri standardı yardımıyla gerçekleştirilmesi işlemidir. Bu işlem, temel iş verilerinin bir bilgisayardan diğerine gönderilmesinde kullanılacak işlem setlerinin veya mesajların standardize edilerek belirli bir formata oturtulması prensibine dayanmaktadır. EVA uygulaması ile veriyi gönderen konumdaki şirket bir işlem oluşturur ve bunu alıcıya gönderir. Alıcı gelen bilgi doğrultusunda işlemi gerçekleştirmek için kendi sistemi içindeki düzenlemeleri, operasyonları yerine getirir<sup>25</sup>.

EVA`de amaç, sipariş alınması, ticari sözleşmelerin ve faturaların hazırlanması gibi işlemler ile gümrük, bankacılık ve buna benzer işlemlerin yapılanmasında maliyetlerin düşürülmesi ve işlemlerin en az hata ile en kısa sürede tamamlanmasıdır. EVA gümrük idarelerinin otomasyonunda oldukça etkili biçimde kullanılmaktadır. Ticarete daha etkin olunması amacıyla tam zamanında (Just in Time-JIT) ve hızlı yanıt (Quick Response-QR) gibi anlayışlar geliştirmiş ve bunların gerçekleştirilmesi için, iş akışında

---

<sup>22</sup> **Küpoğlu**, Can “Dünya`da ve Türkiye`de Perakendecilik ve E-Ticaret Karşılaştırması”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2008, s. 14

<sup>23</sup> **Yıldız**, a.g.e. s. 17

<sup>24</sup> **Tarakcı**, a.g.e. s. 7

<sup>25</sup> **Uygur**, Eren “E-ticaret ve Türkiye`deki Durumu”, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2010, s.19



her hangi bir katma değer (value added) yaratmayacak işlemlerin elimine edilmesi gerektiği belirlenmiştir. Bu nedenle, bir çok uluslararası kuruluş ve büyük bölgesel organizasyonlar EVA kullanmakta ve ticaret yapan herkesinde EVA kullanabilir duruma gelmesi önerilmektedir. EVA uygulamasıyla, zamandan ve işlem maliyetlerinden tasarruf sağlamanın yanı sıra bilgilerin elektronik ortamda değişimi nedeniyle insan faktöründen kaynaklanan hatalar da ortadan kalkmış olacaktır. Uluslararası ticaret, nakliyeciler, komisyoncular, bankalar, sigortacılar, gümrük idareleri ve diğer ilgili devlet kuruluşlarının katıldığı bir süreçtir. EVA, tüm tarafların bilgiye elektronik ortamda ulaşmasına imkan vererek süreyi kısaltmakta, işlemlerin tekrarlanmamasını ve muhtemel hataların ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır<sup>26</sup>.

### 1.3.6 İnternet

Elektronik ticaretin altyapı aracı olarak internet, mesafeleri ortadan kaldırmaktadır. Bulunulan mekandan çok uzakta olan başka bir mekandaki işletmeye sipariş verebilme, anlaşma yapma, ödemede bulunma imkanları sağlayabilmektedir. Böylelikle, zaman kaybı, kur farklarında oluşabilecek zararlar önlenmekte, maliyetler azaltılabilmekte, verim artmakta ve işlem kolaylığı sağlanabilmektedir. Tüm bu ekonomik kazanımlar elektronik ticaretin temel altyapı aracı olan internet üzerinden sağlanan hizmetler (elektronik posta, alan adı sistemi (domain name system), www hizmeti, intranet, extranet vb.) sayesinde olmaktadır<sup>27</sup>.

İnternetin sahip olduğu, zaman ve mekan sınırının olmayışı, daha düşük maliyetlerle çalışabilmesi, bir işlem sırasında ses, görüntü ve metinlerin aynı anda elektronik ortamda aktarılabilmesi gibi esneklik özellikleri, elektronik ticaretin internet üzerinden daha yaygın olarak yapılmasını sağlamaktadır. İnternet, elektronik ticareti; alıcı ve satıcıyı coğrafi uzaklıkları ne olursa olsun bir araya getirerek, işlemlerin daha hızlı yapılmasını sağlayarak, interaktif uygulamalarını destekleyerek, iş süreçlerinin iyileştirilmesini

---

<sup>26</sup> Atabay, Varol “Elektronik Ticaret ve Kamu Kesiminde Sürdürülen Çalışmalar” Asomedia , İstanbul 1998, s. 31

<sup>27</sup> Akgül, Birol “Elektronik Ticaretin Kalkınma Üzerindeki Etkileri”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Konya 2004, s. 32

sağlayarak kolaylaştırmaktadır. Ayrıca internet ile yapılan elektronik ticaret, büyük bir pazar yığına girişi olanaklı kılmaktadır, çünkü elektronik olarak bağlanmış kullanıcıların bulunduğu pazar, bir tek internette bulunmaktadır. İnternetle, kapalı yapıdan açık yapıya geçerek küresel ağların getireceği avantajlardan yararlanmak mümkün olacaktır. Bu da, özellikle KOBİ'lerin dünya ticaretinde daha fazla yer almalarına imkan sağlayacaktır. İnternet elektronik ticaret işlemlerinin tüm aşamalarının üzerinde gerçekleştirilebildiği tek araçtır<sup>28</sup>.

İnternetin elektronik ticaret içindeki rolü o kadar önemlidir ki, günümüzde e-ticaret denildiğinde “İnternette ticaret” veya bilgisayarlar üzerinden yapılan işlemler (Elektronik veri alışverişi – EVA) akla gelmektedir ve birçok kişi de bunu bu şekilde kabul etmektedir. Ancak bu dar anlamda elektronik ticaret olarak kabul edilmektedir. Oysa ki, e-ticaret sadece internet üzerinden yapılmaz ve internet olmadığı zamanlarda da telefon, faks ve başka araçlar üzerinden e-ticaret yapılmaktaydı. Bu durum da geniş anlamda elektronik ticaretten bahsedilmektedir<sup>29</sup>. Yani burdan da anlayacağımız gibi, elektronik ticaret sadece bilgisayar ağları üzerinden yapılan işlemleri içermemekte ve çıkarılan hukuki düzenlemeler de bahsi geçen “geniş anlamda elektronik ticaret” işlemlerini kapsamaktadır. Ancak daha önce de değindiğimiz gibi, bunlardan en çok kullanılanları, yani dar anlamda baktığımızda, internet ve EVA'yı görmekteyiz.

EVA, yukarıda da bahsettiğimiz üzere, şirketlerin daha önceden aralarında anlaşma sağladıkları veri standartları ile işlemleri gerçekleştirdiği bir sistemdir. Mesela, EVA sistemine bir şirketin deposunda bulunan malların alt limiti belirtilir ve mal miktarı bu limite ulaştığında sistem otomatik olarak o malın tedarikçisine mesaj gönderir. Tedarikçinin sistemi otomatik olarak mesajı işleme alır ve bu insan faktörü olmadan gerçekleşir<sup>30</sup>.

Kapalı bir ağ olan ve taraflar arasında önceden kurulmuş sözleşmeye dayanan EVA'nın tam tersine, internet üzerinden gerçekleştirilen ticaret, açık ağ ortamında, ne

---

<sup>28</sup> Karaca, a.g.e. 2006 s. 17

<sup>29</sup> İnal, Emrehan “İnternet Üzerinden Kurulan Sözleşmeler”, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul 2004, s.14

<sup>30</sup> İnal, a.g.e. s. 18

önceden kurulmuş bir sözleşmeye, ne de sürekli bir iş ilişkisine ihtiyaç gösterir. Önceden kurulmuş sözleşme bir yana, işleyişi çoğu zaman yeni sözleşmeler kurulmasına dayanan, sınırlarını çizmenin neredeyse imkansız olduğu faaliyetlere imkan tanıyan elektronik ticaret şeklidir.

Biz de çalışmamızda, “dar anlamda elektronik ticarete” odaklanmakla birlikte, “geniş anlamda elektronik ticaret”in Azerbaycan`da kullanımını inceleyeceğiz.

#### **1.4 Elektronik Ticaretin Türleri**

Klasik ticaret işlemlerinde olduğu gibi e-ticarette de işlemler muhtelif taraflar arasında gerçekleşmekte, taraflar arasında dolaylı veya doğrudan işlem yapılmaktadır. Yani elektronik ticaretin tarafları dediğimizde aklımıza sadece alıcı ve satıcı gelmemelidir.

Dolaylı olarak e-ticaret sürecinin içerisine bankalar, komisyoncular, sigorta şirketleri, nakliye şirketleri, özel sektör bilgi teknolojileri, sivil toplum örgütleri, üniversiteler, gümrük müsteşarlığı, onay kurumları, elektronik noterler gibi taraflar da katılmaktadır<sup>31</sup>.

##### **1.4.1 Yapılış Şekli Açısından E-Ticaret Türleri**

Elektronik ticareti yapılış şekli açısından doğrudan ve dolaylı olarak iki çeşide ayırabiliriz. Bu ayırımında esas alınan sunulan mal veya hizmetlerinin ulaştırılmasının satış anında mı yoksa sonradan mı yapıldığı ile ilgilidir.

---

<sup>31</sup> **E-Ticaret Merkezi**, Çevirimiçi: <http://www.e-ticaretmerkezi.net/taraflar.php> (Erişim tarihi: 10.08.2013)

#### **1.4.1.1 Doğrudan E-Ticaret**

Elektronik-ticaretin bu sınıfa ait olması için işlemin tamamıyla dijital ortamda yapılmış olması gerekmektedir. Yani, dijital ortamda tarafların fiziksel olarak teması sağlanamayacağından doğrudan e-ticaret işlemi için bütünüyle dijital olan, e-kitap, müzik parçası, video ve bu gibi başka dijital ürünlerin alım satımının söz konusu olması gerekmektedir. Bu ürünleri alırken alıcı bulunduğu ortamı terk etmeden kredi kartı veya herhangi başka bir elektronik ödeme yoluyla işlemi gerçekleştirebilmektedir. Fiziksel bir temas olmamasına rağmen, doğrudan bir ticaret ilişkisi doğmuş olmaktadır.

#### **1.4.1.2 Dolaylı E-Ticaret**

Bildiğimiz gibi internet üzerinden artık her çeşitte mal ve hizmetler sunulmaktadır. Sonuç olarak bir çok malın alıcıya ulaştırılması yalnızca fiziksel yolla mümkün olmaktadır. Aracı hizmet sağlayanların (kargo şirketleri ve b.) araya girmesiyle dolaylı e-ticaret doğmaktadır. Bu işlemler elektronik ortamda yapılmakla birlikte, edimin ifası, yani hizmetin görülmesi veya malın teslimi, off-line olarak, yani posta hizmeti veya ticari kuryeler gibi geleneksel vasıtalarla yapılmaktadır<sup>32</sup>.

#### **1.4.2 Düzenlediği İlişkiler Açısından E-Ticaret Türleri**

E-ticaretin, meydana getirdiği ilişkilerde taraf olanların statüsü baz alındığında da farklı türleri ortaya çıkmaktadır. Elektronik ticaret temel olarak iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Bunlar; firmadan firmaya, firmadan tüketiciye olan e-ticaret türleridir. Bununla beraber, elektronik iş olarak daha geniş bir perspektiften olaya bakarsak bunun içerisine kamu kurum ve kuruluşları, bireyler, yurtdışındaki bireyler, kurumlar ve firmaları da dahil etmek gerekmektedir. Çünkü, elektronik işlemler; firmalarla firmalar arasında, firmalarla tüketiciler arasında, firmalarla kamu kurum ve kuruluşları arasında, firmalarla yabancı bireyler, firmalar ve kuruluşlar arasındaki bir ilişkiyi ifade etmektedir. Yine aynı şekilde, kamu kurum ve kuruluşlarının kendi

---

<sup>32</sup> İnal, Emrehan a.g.e. s. 24

aralarındaki, firmalarla olan ilişkilerinde, vatandaşlarla olan ilişkilerinde ve yabancılarla olan ilişkilerinde elektronik işlemler yapılmaktadır. Bunu bireyler açısından ve/veya yabancı kurumlar, kuruluşlar, firmalar ve bireyler açılarından da düşündüğümüzde yine aynı sonuçlara varmak mümkündür<sup>33</sup>. Literatürde en çok kısaltmalar (B2B, B2C, C2C, B2G, G2C) şeklinde karşımıza çıkan bu e-ticaret türlerini açıklamaya çalışalım.

#### **1.4.2.1 İşletmeden İşletmeye E-Ticaret (Business to Business – B2B)**

İşletmeden işletmeye e-ticaret (B2B) şirketlerin kendi aralarında yaptıkları, tarafların hepsinin şirketlerden oluştuğu alım satım işlemlerinde ortaya çıkmaktadır. E-ticaret türlerinin arasında en yaygını olan B2B, toplam e-ticaret hacminin %70-80'ini oluşturmaktadır.

B2B e-ticaretin diğer türlerden farklılığı, internet ve klasik e-ticaret araçlarının yanında EVA'nin de kullanılıyor olmasıdır. Daha önce de bahsetmiş olduğumuz gibi EVA – yani, elektronik veri alışverişi – şirketlerin kendi aralarında daha önceden belirlemiş oldukları standartlar uyarınca kendi aralarındaki veri transferlerini sağlayan yazılımlardır. EVA şirketlere hız ve düşük maliyetler sağladığından şirketler tarafından çokça tercih edilmektedir. Günümüzdeyse, EVA'ne internetin de desteğiyle işletmeler için daha da vazgeçilmez bir sistem haline dönüşmüştür. Buna rağmen, EVA üzerinden yapılan ticaret hacmi internet üzerinden yapılabildiğine göre çok daha fazladır. Şöyleki, 2012 yılı verilerine göre, 28 Avrupa ülkesindeki şirketlerin toplam satınalma hacminin %14-ü EVA mesajları ve web sayfaları üzerinden yapılmıştır. Bu %14-lük dilimin %10-u EVA'nın geri kalanı ise internet sayfaları üzerinden yapılmıştır. Şirketlerin %80-i (B2C satışları da dahil olduğundan) satışlarını internet sayfası üzerinden yaparken, %33-ü (EVA sadece B2B-i içeriyor) EVA kullanarak satış yapmıştır<sup>34</sup>.

---

<sup>33</sup> **Süleymanov**, Elçin (2011), “Elektronik Ticaret ve Azerbaycan Ekonomisine Beklenen Etkileri”, *Kafkas Üniversitesi dergisi*, Sayı 155, s. 99

<sup>34</sup> **Avrupa Komisyonu**, Statistiker Çevirimiçi: E-commerce statistics, [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main\\_Page#Wide\\_variation\\_in\\_the\\_share\\_of\\_e-commerce\\_sales\\_and\\_purchases\\_among\\_countries](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main_Page#Wide_variation_in_the_share_of_e-commerce_sales_and_purchases_among_countries) (Erişim tarihi: 12.08.2013)

B2B'nin kullanılması; bilgi ve belgenin sanal ortamda web siteleri üzerinden karşılıklı olarak akışının sağlanması yoluyla yapılmaktadır. Bir mal veya hizmetin sipariş aşamasından, pazarlama, satış, sigorta, nakliyat, fatura, ödeme ve satış sonrası hizmetlerine kadar ticaretle ilgili hemen bütün faaliyetlerin yapılmasıdır. Ayrıca, şirketlerarası ortak Ar-Ge, projelendirme, ürün tasarımı, mühendislik hizmetleri ile ürün dağıtım ve teslimat işlemleri de bu kapsamda yer almaktadır. Şirketlerarası ilişkiler olabileceği gibi firmamarka içi ilişkiler de (firma-bayi-dağıtıcı-tedarikçi) bu kapsamda B2B sayılmaktadır<sup>35</sup>.

B2B elektronik ticaret, antitröst konularını gündeme getirmiştir. Rekabet otoriteleri piyasadaki rakiplerin web sayfası aracılığıyla fiyat bilgilerini öğrenerek, fiyat konusunda işbirliğe gitmelerinden endişe duymaktadırlar. Bir diğer endişe duyulan konu da bazı işletmelerin rakiplerinin katılımlarını engelleyerek piyasa segmentlerinin dışında kalmalarına neden olma ihtimalidir<sup>36</sup>.

#### **1.4.2.2 İşletmeden Tüketicie E-Ticaret (Business to Consumer – B2C)**

İşletmeden tüketiciye (B2C) e-ticaret en çok bilinen e-ticaret çeşididir. Günlük olarak pek çoğumuzun çeşitli şirketlerin internet sitelerini, yani sanal mağazalarını ziyaret ederek yaptığımız alışverişler B2C e-ticaret çerçevesinde değerlendirilmektedir. Örneğin, bir havayolu şirketinin web-sitesine dahil olarak kredi kartınızla yapacağınız e-bilet alımı veya bir mobil telefon operatörünün sitesinden veya her hangi bir bankanın ATM'sinden cep telefonunuza TL yüklemeniz B2C e-ticaret örnekleridir.

Teknolojinin gelişimi ile tüketici davranışlarında da değişimler meydana gelmiş ve insanlar daha tembel, daha üşengeç bir hale gelmişlerdir. Artık günlük alışverişlerini bile dışarı çıkmadan bilgisayar başından yapmak isteyen insanların oluşturduğu pazar talebine, web ve wap uygulamalarının da yardımıyla kurulan sanal mağazalarla arz sağlanmaktadır. Evden bir tıklamayla istediklerine ulaşabilen insanların alacakları

---

<sup>35</sup> UYGUR, a.g.e. s.25

<sup>36</sup> REILEY, David Lucking, Spulber, Daniel F., "Business – to – Business Electronic Commerce" Journal of Economic Perspectives, November 1, 2000. S. 64 Çevirimiçi:  
<http://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.15.1.55> (Erişim tarihi: 13.08.2013)

ürünlerle ilgili dokunarak karar verme alışkanlıkları da değişmektedir. Ayrıca, bu şekilde fiyat kıyaslamalarını daha kolay yapabilen, daha önce kullananların ürününün kalitesi hakkındaki yorumlarını değerlendirebilen ve 7/24 alışveriş yapabilen tüketici için B2C e-ticaret daha cazip olmaktadır. Üretici ve satıcıların, fiziki bir mağaza kiralama ve daha çok işçi çalıştırma gereği olmadığından daha düşük maliyetle daha ucuz fiyata satış yapma bilmesi, müşteri hizmetlerini daha kolay sağlayabilme gibi avantajlardan dolayı B2C e-ticareti cazip bulmaktadırlar.

İşlem sayısı esas alındığında dünya genelinde B2C işlemleri daha çok olsa da, tüketicilerin hep en uygun fiyata mal almaları sonucu B2B'ye nazaran hacim olarak daha azdır. Örneğin, e-ticaretin en çok kullanıldığı ülke olan ABD'de 2013 yılı B2B e-ticaret harcamaları 559 milyar dolar iken, B2C e-ticaret yönünde yapılan harcamaların miktarı bunun yarısından bile az, 252 milyar dolar olmuştur<sup>37</sup>. Biri hacim, diğeri işlem sayısında üstün olan bu iki e-ticaret çeşidini karşılaştırdığımızda, Tablo 1'deki sonuçları alıyoruz.

**Tablo 1:** B2B ve B2C karşılaştırması

<b><u>Kriterler</u></b>	<b><u>B2B</u></b>	<b><u>B2C</u></b>
<b><i>Taraflar</i></b>	Şirketler arası veya şirket içi	Şirket ve son kullanıcılar arasında
<b><i>Satışlar</i></b>	Yüksek hacimlerde ve uzun dönemli ödemeler	Düşük hacimde ve kısa dönemli ödemeler
<b><i>Satınalma süreci</i></b>	Genelde aylar süren karışık bir süreçtir ve genelde ek süreler talep eder	Bir kaç dakika veya bir kaç gün süren ve genelde hızlı tamamlanan sade bir süreçtir
<b><i>Etkileşim</i></b>	Karşılıklı iş görüşmelerine ve güvene dayalıdır	Genelde alıcı ile satıcı iletişim kurmaz
<b><i>Alım kararı</i></b>	Uzun vadeli, planlı ve değerlendirilmiş	Dürtüye bağlı, ani ihtiyaçlarda

<sup>37</sup> **Fredriksson**, Torbjörn "E-commerce and Development Key Trends and Issues", UNCTAD publications, Geneva, 8-9 Nisan, 2013. s. 5

Çevirimiçi: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/devel\\_e/wkshop\\_apr13\\_e/fredriksson\\_ecommerce\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/wkshop_apr13_e/fredriksson_ecommerce_e.pdf) (Erişim tarihi: 13.08.2013)

Kaynak: Dunne Greg, "B2B vs B2C Sales, Similarities and Differences"<sup>38</sup>

B2C e-ticaretin en iyi örneklerinden biri Amazon.com'dur. Tüm dünyadan milyonlarca üyesi ve kullanıcısı olan site, 2012 satış hacmini 60 milyar doların üzerinde olduğunu açıklamıştır. Bu rakamlar günümüzde e-ticaretin geldiği boyutları görmemizi sağlıyor.

### 1.4.2.3 Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret (Consumer to Consumer – C2C)

Şahıslar arası işlemler e-işin en eski yöntemidir. İnternetin yayılmamış olduğu çok uzun zaman önce de bu böyle olmuştur. En önemli C2C e-iş modeliyse açık artırmalardır. Kurulan web siteleri üzerinden satıcılar kendi eşyalarını bilgilerini belirtmekle satışa çıkarırken, alıcılar da onlarla iletişime geçerek bu malları almaktadır. Sadece kayıtlı üyeler bu müzayedelere katılabiliyor ve sadece kayıtlı üyeler kendi mallarını açık artırmaya çıkartabiliyorlar<sup>39</sup>.

Bu model, daha önceki iki modele göre daha sadedir. Alıcılar, satıcılar ve aracılar bu modelin taraflarıdır. Aracı işletme veya birey internet platformu oluşturarak ortamı kurar. Bu ortam sanal bir işletme olarak çalışmakta ve bu sebeple de "Sanal İşletme" olarak da adlandırılmaktadır. Sanal işletmelerin amacı, üye elde etmek ve kazandıkları üyelere gelir elde etmektir. Satıcılar, sanal şirketin kurduğu sanal pazarda mallarını veya hizmetlerini satışa sunmakta, alıcılar da satışa sunulan mal ve hizmetler arasında seçim yaparak elektronik ortamda iş yapmaktadırlar<sup>40</sup>.

Amerikan eBay şirketi C2C e-ticaret yapan sitelere en iyi örneklerden biri ve pazar lideridir. 84 milyonun üzerinde kullanıcısı ve 20 milyar dolar yıllık geliriyle internetteki

---

<sup>38</sup> **Greg, Dunne** "B2B vs B2C Sales, Similarities and Differences", Mart 2011, Çevirimiçi: <http://www.mansfieldsp.com/mansfield-sales-blog/bid/50959/B2B-vs-B2C-Sales-Similarities-and-Differences> (Erişim tarihi: 13.08.2013)

<sup>39</sup> **Erdilek, Melisa** " A Research on Electronic Business: Comparison of Electronic Business Models", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşleme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2002. s. 60

<sup>40</sup> **Esat, Demet Nimet** "Elektronik Ticaret ve Elektronik Ticaret Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma", Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli 2004, s. 24



en büyük açık artırma sitesidir. İsteyen herkes tarayıcı vasıtasıyla bağlanarak bu sitede bir şeyler alıp sata bilir.

#### **1.4.2.4 İşletmeden Devlete E-Ticaret (Business to Government - B2G)**

İnsanların teknolojiye ve internete olan eğilimini sadece işletmeler değil, kendi vatandaşlarını düşünen ve onlara daha iyi hizmet göstermeyi isteyen devletler de değerlendirmektedirler. Devletin işin içine girdiği e-ticaret modellerinde karşımıza e-devlet kavramıyla tanımlayabileceğimiz uygulamalar çıkmaktadır.

B2G e-ticaret modeli işletmeler ile devlet arasındaki işlemleri tanımlayan e-ticaret türüdür. Genelde devlet yapısıyla ilişkiler içerisinde geçen ticaret hayatını daha da kolaylaştırmak ve daha sağlam bir kayıt sistemi kurmak için devletler kendi hizmetleri e-devlet adı altında çevrimiçi olarak sunmaktadırlar. Örneğin, bir firma devletin açtığı ihalelere online olarak başvurarak ihale aşamalarını takip edebilmekte, yeni kurulacak bir şirket tescilini online olarak yapabilmekte, vergi formunu online olarak doldurabilmekte, devlet malzeme ofislerinden e-satınalmalar yapabilmekte veya sadece devlet kurumları için tasarlanmış bir veritabanı veya uygulamayı e-devlet üzerinden edinebilmektedir.

#### **1.4.2.5 Devletten Vatandaşa E-Ticaret (Government to Citizen - G2C)**

Devletle işletmeler arasındaki hizmetlerin daha etkin olmasını sağlayan B2G modelinin benzeri olan bu modelde de, devletin kendi vatandaşları ile olan ilişkileri internet üzerinden yapılmaktadır.

Devletin elektronik ticaretteki yeri, hem bir katılımcı olması hem de elektronik ticaretin gerçekleştiği bilgi ağlarının kurulması ve işleyiş kurallarının belirlenmesinde otorite olmasından dolayı önem kazanmaktadır<sup>41</sup>. Bu bağlamda, devletin elektronik hizmete geçmesi, yani, vatandaşlara sunduğu hizmetleri elektronik ortama taşınmasıyla e-

---

<sup>41</sup> **Metal Maden**, (1999) "Elektronik Ticaret", *İhracat Dergisi*, Cilt:8, Sayı:47, s. 11

devlet kavramı ortaya çıkmıştır. G2C modelinde genellikle ticari amaç yoktur, esas olarak kamu yararı esası söz konusudur<sup>42</sup>. Bireylere vergi ödenmesi, sosyal güvenlik primleri ödemeleri, pasaport başvurusu, ehliyet başvurusu gibi işlemlerde geleneksel yoldan sağlanan hizmetlerin, internet üzerinden sağlanmasıyla bürokrasinin azalması ve daha kolay kayıt sistemi amaçlanır.

Ancak bu noktada belirtmek gerekir ki, vatandaşların e-devlet hizmetlerinden faydalanabilmeleri için internete erişimlerinin olması gerekir. Ancak günümüzde, internetin en yaygın olduğu ülkelerde bile nüfusun kayda değer bir kısmının internete erişimi bulunmamaktadır. Bu nedenle vatandaşların hepsinin, en azından önemli bir çoğunluğunun internet erişimi olmadığı müddetce kamu hizmetlerinin tamamıyla online olarak e-devlet üzerinden yapılması mümkün değildir. Çünkü, devlet kurumları kendi müşterilerini seçemezler, onların hizmeti herkes için erişilebilir olmalıdır<sup>43</sup>.

Diğer yandan, bu konuda daha da ileri giden ülkeler de yok değil. Bazı ülkelerde elektronik cihaz ve internet kullanımı o kadar yaygın hale gelmiştir ki, bu ülkelerde (Avustralya, Birleşik Krallık, Estonya, Hollanda vb.) e-seçim bile yapılmıştır.

#### **1.4.2.6 Mobil-ticaret**

Etrafımızda cep telefonu olmayan kaç tanıdığımız vardır?! Çoğumuz düşünüp bir kişi bile bulamayacağız. 7`den 70`e nerdeyse herkeste bulunan kablosuz, mobil cihazlar (cep telefonu, planşet vb.) ürünlerini satmak isteyen üreticiler için kaçınılmaz bir pazarlama yeridir. Tüketiciler belki gün boyu bilgisayarlarının, televizyonlarının veya reklam verilebilecek diğer cihazlarının önünde bulunamayabilirler, ama mobil cihazları hep yanlarındadır ve onun ekranına bakma sıklıkları daha yüksektir. Cep telefonu operatörlerinin sağladığı mobil internet teknoloji sayesinde kullanım sıklığı daha da artmış olan mobil cihazlar e-ticaretin de daha da yaygınlaşmasını sağlamıştır.

---

<sup>42</sup> Altun, Ayşen " Elektronik ticaretin ekonomik etkilerinin gelişmiş ülkeler ve Türkiye açısından değerlendirilmesi", Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya 2005, s. 24

<sup>43</sup> Gezgin, Osman " E-ticaret E-devlet ilişkisi ve Türkiye`de Elektronik Ticaret", Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya 2009, s.39

Ucuzlayan fiyatları, kullanım kolaylığı ve sağladığı rahatlık gibi unsurlar mobil kullanıcı sayısını hızla arttırmıştır. Mobil araçlar yardımıyla sunulan mobil İnternet servisleri, kullanıcıların sabit bir bağlantı noktasına ihtiyaç duymasını gerektirmeden, onlara daha kişisel içerikler ve özel servisler sunmaktadır. Bu servislerden bazıları şunlardır; Cep telefonlarıyla ya da küçük mobil cihazlarla kullanılacak şekilde özelleştirilmiş, sadece ihtiyacımız olan bilgi ve hizmeti verecek şekilde kişiselleştirilebilir, kullanıcıyı belli bir konumda bulunmaya zorlamaz, mobil şebekenin kapsama alanı dahilinde olan herhangi bir yerden hiçbir kablo ya da bilgisayar bağlantısına ihtiyaç duyulmadan bu servislere erişilebilir. M-ticaret, “mobil telefon veya benzeri araçlar yardımıyla yapılan, mal ve hizmetlerin satın alınması ve ücretlerinin ödenmesi işlemlerine verilen genel bir tanımdır. M-ticaret, e-ticaretin biraz daha genişlemiş bir durumudur. Çünkü m-ticaret, kullanılan mobil teknoloji sayesinde PC ve TV gibi araçların sabitlik kısıtlarını ortadan kaldırmaktadır. M-ticaretin sahip olduğu potansiyel, mal ve hizmet alışveriş alışkanlıklarını kökten değiştireceği düşünülmektedir<sup>44</sup>.

WAP (Wireless Application Protocol) ve sonrasında GPRS (General Packet Radio Services) ortaya çıkmasıyla gelişen mobil internetde, artık 3G (Third Generation) vasıtasıyla teorik olarak saniyede 42 Mb internet hızına ulaşabiliyor. Geleceğin 4G ve 5G projeleriyle teoride mümkün olacak olan 129 Mb hıza ulaşılabilinmesi umuluyor<sup>45</sup>.

## 1.5 Elektronik Ödeme Yolları

Elektronik ticaret ortaya çıktığından bu yana yeni türleri ortaya çıktığı ve gittikçe daha çok insan tarafından tercih edildiği için, elektronik ticaret yapılırken kullanılmak için de bir çok ödeme şekilleri geliştirilmiştir. Yeni geliştirilen yöntemlerde genel amaç, kullanıcıların daha güvenli alışveriş yapabilmelerini sağlamaktır.

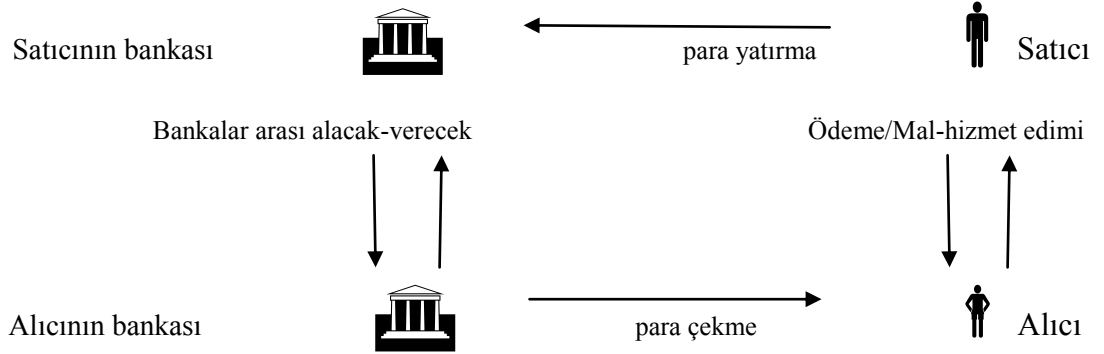
---

<sup>44</sup> **Sarısakal**, Nusret, Aydın Ali, "E-ticaretin Yeni Yüzü Mobil Ticaret", Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi, İstanbul Temmuz 2003, Cilt 1 Sayı 2, s. 85

<sup>45</sup> **Proximus**, "Wi-Fi and mobile Internet (2G, 3G, 3G+ and 4G)", Çevirimiçi: [http://support.en.proximus.be/app/answers/detail/a\\_id/13580/~wi-fi-and-mobile-internet-%282g,-3g,-3g%2B-and-4g%29](http://support.en.proximus.be/app/answers/detail/a_id/13580/~wi-fi-and-mobile-internet-%282g,-3g,-3g%2B-and-4g%29) (Erişim tarihi: 14.08.2013)

Elektronik-ödeme şekillerinin işleyişiyle klasik ödeme şekillerini karşılaştırmak konuyu anlamamız açısından daha etkili olacaktır. Geleneksel ödeme şekli kendisinde satıcı ile alıcı arasındaki nakit akışını ve ya ödeme bilgilerinin aktarımını içerir. Fiili olarak işlemin gerçekleştiği yer ise bir finansal işlem ağıdır. Nakit ödemede para alıcının bankasından çekilmekte, satıcıya aktarılmakta ve satıcının banka hesabına yatırılmaktadır. Nakit olmayan ödeme mekanizmaları ise bankaların, onlara iletilen çek ve kredi kartlarının bilgilerini esas alarak bir birlerini kredilendirmeleri ve borçlandırmaları şeklinde işler. Şekil 1`de geleneksel ödeme işleminin işleyişini görsel olarak göre biliriz.

**Şekil 1:** Geleneksel ödeme işleminin işleyişi



**Kaynak:** Sumanjeet (2009)<sup>46</sup>

Geleneksel ödeme sistemleri kullanılmaya devam ederken, 1960`lı yıllardan kullanılmakta olan elektronik ödeme sistemleriye hızla büyümeye devam etmiş ve yeni türleri meydana gelmiştir. Elektronik Fon Transferi (EFT), aracıya ihtiyaç duymadan para aktarımını sağlayan ilk sistem olmuştur. EFT , bankalar ve diğer yetkili kuruluşlar arasında kredi kartı bilgilerinin veya elektronik çeklerin güvenli bir ağ üzerinden gönderildiği Elektronik Veri Alışverişi sisteminin finansal bir uygulamasıdır<sup>47</sup>. Gündelik

<sup>46</sup> Sumanjeet , Singh "Emergence of Payment Systems in the Age of Electronic Commerce: The State of Art", Asia Pacific Journal of Finance and Banking Research, Delhi 2009, s. 20 Çevirimiçi: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1536620](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1536620) (Erişim tarihi: 20.08.2013)

<sup>47</sup> Sumanjeet , a.g.e. s. 22

hayatımızda harç yatırma, kira yatırma, arkadaşımıza para gönderdiğimizde bankalar üzerinden yaptığımız para transferlerini (havale) EFT`ye örnek olarak göstere biliriz. EFT geleneksel olarak özel bilişim ağları üzerinden yapılmaktadır. Sistemin özellikleri şöyle sıralanabilir:

- ✓ Sisteme ödeme mesajı gönderilerek yalnızca alacaklandırma yapılabilir;
- ✓ EFT sistemi gerçek zamanlı mutabakat sistemidir;
- ✓ Ödeme, mesaj EFT merkezinde işleme alındıktan sonra kesinleşir;
- ✓ Ödeme geri dönülemezdir;
- ✓ Gün sonu ve gün başı işlemlerinin yapıldığı saatler dışında sürekli hizmet verir;
- ✓ Sisteme, bankalar, finans kurumları ve Merkez Bankası'nca uygun görülecek diğer kuruluşlar katılabilir<sup>48</sup>.

İnternet üzerinden alışverişlerde kullanılan diğer başlıca ödeme yollarını inceleyelim.

### 1.5.1 Kredi kartı

Dünyada internet üzerinden ödemelerde en çok kullanılan yöntem olan kredi kartı ile ödeme şekli gün geçtikçe gelişen teknolojiler sayesinde daha güvenilir hale gelmekte ve hem müşteriler (mal/hizmet alıcıları), hem de satıcılar tarafından daha çok tercih edilmektedir.

Şekil 2`den de görüleceği gibi, 2013 yılı verilerine göre internet üzerinden alışveriş yapanlar %68`lik bir oranla ödeme sistemi olarak kredi kartlarını kullanmışlardır. İnternette hemen hemen bütün mağazalarda ödeme seçeneklerinden biri olan, olgunlaşmış standartlara sahip ve online alışverişe uygun olan altyapısı dolayısıyla kredi kartları günümüzde kullanıcılar tarafından en çok tercih edilen ödeme şeklidir<sup>49</sup>. Elektronik kredi kartlarının meydana çıkmasıyla bu kullanım oranı daha da artmıştır. Klasik bankomatik ve kredi kartlarında ortaya çıkan sipariş vermenin aksamaması,

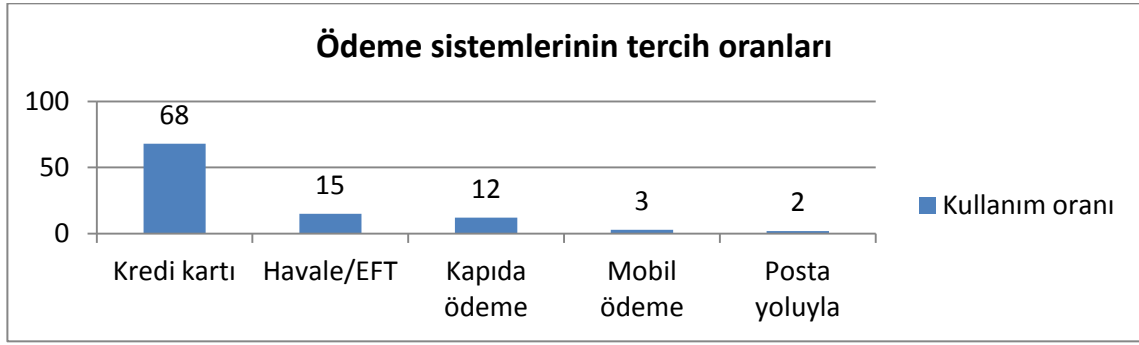
---

<sup>48</sup> **Bozkurt**, Veysel "Elektronik Ticaret", Alfa Yayınları, İstanbul 2000, s. 297

<sup>49</sup> **Canbaz**, Serar " Türkiye`de Elektronik Ticaret Uygulamasında Karşılaşılan Muhasebe Sorunları", Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Edirne 2006, s. 27

ödemenin gerçekleştirilememesi gibi durumlar ortadan kaldırılmıştır. Ayrıca elektronik kartları cep telefonu operatörlerinin sağladığı SMS hizmetine bağladığımız zaman kartlar daha güvenli hale gelmektedir. Şöyle ki, bu SMS hizmeti vasıtasıyla ödemeyi gerçekleştirirmeden önce cep telefonumuza gelen onay şifresini girmeden sipariş tamamlanamamaktadır. Bu sayede siparişler bizim daha önceden belirtmiş olduğumuz cep telefonu numaramıza gelen SMS'teki onay şifresi olmadan üçüncü kişiler kartımızı kullanamayacaklardır.

**Şekil 2:** Türkiye'de internet üzerinden yapılan alışverişlerde tercih edilen ödeme sistemleri



**Kaynak:** Webrazzi E-ticaret Raporu, Mart 2014<sup>50</sup>

Alışveriş sırasında bilginin 3'üncü kişilerin eline geçmesi gibi güvenlik sorunları kredi kartıyla yapılan ödemelere yapılan en önemli eleştirilerdendir. Bu problemin çözümü için geliştirilen SSL (Secure Sockets Layer) ve SET (Secure Electronic Transactions) protokolleri sorunun büyük kısmının ortadan kaldırılmasına yardımcı olmuştur. Ancak yine de bilgilerin üçüncü kişilerin eline geçmesi mümkün olabilmektedir.

SSL - Secure Sockets Layer, yani Güvenli Giriş Katmanı adı verilen bu internet protokolü iki esas yöntemle güvenliği sağlamaktadır.

- ✓ Verilerinizi şifreleme yöntemi - bu yöntemle kötü niyetli insanların sizin internet üzerinden ne gönderip aldığınızı görmesi engellenir (alıcılar açısından önemli)
- ✓ Sitenizin doğrulanması - bu yöntemle ise SSL sertifikalı bir siteye dahil olduğunuzda tarayıcınız bu sertifikayı tanıyacak ve siteye otomatik bağlanacaktır<sup>51</sup>. Aksi halde, eğer

<sup>50</sup> **Webrazzi**, Çevirimiçi: <http://webrazzi.com/2014/03/05/webrazzi-e-ticaret-raporu-yayinlandi/> (Erişim tarihi: 22.08.2013)

sitenin SSL sertifikası yoksa tarayıcınız sizi siteye dahil olmanızın güvenli olmadığı konusunda uyaracaktır. SSL protokolünde alıcının alışveriş formunda doldurmuş olduğu kredi kartı bilgileri alıcı tarafında görülebilmekte ve ödeme bu şekilde hayata geçmektedir.

SET - Secure Electronic Transactions (Güvenli Elektronik İşlemler) protokolü ise alıcı, satıcı ve alıcının bankasını içine alan 3'lü bir bağ vardır. SET protokolü üzerinden yapılan alışverişlerde satıcı alıcının bilgilerini (özellikle de kredi kartı bilgilerini) göremediğinden bu protokol daha güvenli bir işlem vadetmektedir<sup>52</sup>. SET protokolünün işleyiş şekli aşağıdaki gibidir<sup>53</sup>:

- 1) Müşteri kredi kartı hizmeti sunan herhangi bir bankadan Mastercard veya Visa card hesabı açar;
- 2) Müşteri bir dijital sertifika elde eder. Bu elektronik dosya elektronik satınalmalar ve diğer işlemler için kredi kartı fonksiyonunu icra eder. Bu dosya son kullanma tarihi olan bir ortak anahtar içerir ki, bu da bankanın dosyanın geçerliliğini teyit etmesi içindir;
- 3) Üçüncü taraf olan satıcılar da kendi bankasında bir dijital sertifika alır. Bu sertifikalarda da satıcının ve bankasının ortak anahtarı bulunur;
- 4) Alıcı tarayıcısı, cep telefonu veya herhangi başka bir şekilde siparişini verir;
- 5) Müşterinin (alıcının) tarayıcısı satıcının sertifikası vasıtasıyla onun (satıcının) gerçek olduğu bilgisini alır ve doğrular;
- 6) Tarayıcı sipariş bilgilerini gönderir. Bu mesaj, satıcının ortak anahtarı, bankanın ortak anahtarı ile şifrelenmiş ödeme bilgisi (sadece satıcının görebileceği) ve ödemenin sadece bu sipariş için yapılabileceğini gösteren bilgi ile şifrelenir;
- 7) Satıcı müşterinin sertifikasındaki dijital imzasına bakarak müşteriye doğrular. Bu, sertifikanın bankaya veya üçüncü bir taraf olan doğrulayıcıya onaylatılmasıyla yapılabilir;

---

<sup>51</sup> **WPengine**, "How does all this work? HTTPS and SSL" Çevirimiçi:  
<http://wpengine.com/support/how-does-all-this-work-https/> (Erişim tarihi: 22.08.2014)

<sup>52</sup> **Çeşmecioglu**, Senem "Sorularla Elektronik Ticaret", İTO Yayınları, No: 2001-2, İstanbul 2001, s. 13

<sup>53</sup> **TechTarget**, Secure Electronic Transaction (SET) Çevirimiçi:  
<http://searchfinancialsecurity.techtarget.com/definition/Secure-Electronic-Transaction> (Erişim: 23.08.2013)

- 8) Satıcı bankaya sipariş mektubunu da yollar. Bu mesaj bankanın sertifikasını, müşterinin ödeme bilgilerini (satıcı kendisi bunu deşifre edemiyor) ve satıcının kendisinin sertifikasını içerir;
- 9) Banka satıcıyı ve mesajı doğrular. Mesajla birlikte sertifika üzerindeki dijital imzayı kullanarak mesajın ödeme kısmını doğrular;
- 10) Banka yetkilendirmeyi dijital olarak imzalar ve daha sonra siparişı doldurabilecek olan satıcıya gönderir.

### 1.5.2 Elektronik para

Alternatif bir ödeme yolu olarak ortaya çıkmış olan elektronik para (digital cash) daha çok küçük ödemelerde kullanılmaktadır. Elektronik parayı "kabul edilen nakit para miktarı kadar emisyon edilerek elektronik ortamda saklanan, emisyon edenle birlikte üçüncü taraflarında ödeme aracı olarak da kabul ettiği, ödeme işlemlerinin yapılmasına olanak sağlayan para değeri" olarak tanımlayabiliriz<sup>54</sup>.

Elektronik para aslında bir çoğumuzun günlük hayatımızda kullandığımız bir ödeme şeklidir. İki farklı türü bulunan elektronik para, daha çok küçük çaplı ödemelerde kullanılmaktadır.

– **Kart tabanlı** elektronik para veya diğer bilinen ismiyle akıllı kartlar (smart cards) gündelik hayatımızda çoğumuzun doğal gaz, elektrik, su faturası veya otobüse binerken kullandığımız akbillerimizin içindeki para, elektronik paradır (e-para). E-para önceden ödendiği için her seferinde ödeme bilgilerinin girilmesine gerek yoktur.

– **Yazılım tabanlı** e-para ise internet üzerinden hizmet gösteren elektronik para hizmeti sağlayıcıları vasıtasıyla kullanılmaktadır. İşleyiş şekli kodlama esasına dayanmaktadır. Kodları banka basmakta ve hesaba kullanılan kurun eşdeğer haliyle yatırılmaktadır. Her para, dijital bir mühürle müşterinin bilgisayarına transfer edilmeden önce damgalanmaktadır. İnternet üzerinden alışveriş yapmak isteyenler ödemeleri satıcıya transfer etmekte ve satıcı da paraları doğrulamak ve nakde çevirmek için bankaya transfer etmektedir. Banka her paranın yalnız bir kere kullanıldığını kontrol etmek için

---

<sup>54</sup> "Ödeme Hizmetleri Hakkında" Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu, s. 3



her harcanan paranın seri numarasını kaydetmekte ve eğer para veri bankasında önceden kaydedilmişse banka kişinin aynı parayı yeniden kullanmasına izin vermemektedir<sup>55</sup>.

### 1.5.3 Elektronik Çek

Türkiyede henüz kullanılmamakta olan elektronik çekler (e-çek) kağıt çeklerin birebir karşılığı olarak karşımıza çıkmaktadır. E-çekler kağıt çeklerle aynı yasal çerçeveye dayanır ve aynı bilgileri içerirler. Yüzyüze olmayan bütün ödeme işlemlerinde kullanılabilir. İşleyiş şekli de kağıt çeklerde olduğu gibidir<sup>56</sup>:

- Çeki ibraz eden gerekli bilgileri doldurarak herhangi bir elektronik cihaz üzerinden alacaklıya gönderir;
- Alacaklı e-çeki mevduat olarak kullanarak bankasından para çeker (çeki kırdırılmış olur). Alacaklının bankası da hesabını ödeme yapacak olan bankayla kapatır, çeki ödeme için takdim eder.
- Ödeme yaapacak olan banka da e-çeki doğrular ve e-çeki ibraz edenin hesabından çek miktarı düşülür.

Kullanılması kolay bir sistem olmakla birlikte, daha yaygın kullanımı için gerekli sistemlerin finans sektörü tarafından kabul görmesi gereklidir. Bu hizmet Türkiye`de herhangi bir kuruluş tarafından henüz uygulamaya konulmamıştır<sup>57</sup>.

### 1.5.4 Elektronik Cüzdanlar

Elektronik cüzdanlar (e-cüzdan) e-ticaret işlemlerinde aynı gerçek anlamdaki bir cüzdan rolündedir. Nasılki, cüzdanımızda kredi kartlarımızı, paramızı, kimlik kartımızı vb. taşıyoruz, aynı şekilde e-cüzdanlarımızda da ödeme bilgilerimiz, bizi tanımlayan dijital

---

<sup>55</sup> Çeşmecioglu, age. s. 14

<sup>56</sup> E-Check, Çevirimiçi: <http://www.echeck.org/overview/what.html> (Erişim tarihi: 23.08.2013)

<sup>57</sup> Kuşçu, Hilmi "E-Ticaret Nedir?", Trakya Üniversitesi, Makine Mühendisliği Bölümü, Ders Notları, s.9  
Çevirimiçi: [http://hilmi.trakya.edu.tr/ders\\_notlari/e\\_ticaret/ETICARET.pdf](http://hilmi.trakya.edu.tr/ders_notlari/e_ticaret/ETICARET.pdf) (Erişim tarihi: 23.08.2013)

sertifikalarımızı ve adres bilgilerimiz yer alır. Bu şekilde işlem zamanı her zaman bilgileri baştan doldurmak zorunda kalmayız ve işlem hızı artar<sup>58</sup>.

E-cüzdan hizmetleri genelde hem satıcıların, hem de alıcıların güvenmekte olduğu sağlayıcılar tarafından verilir. Kullanıcılar daha önceden kayıt yaptırarak kendi bilgilerini dahil ederler ve kullanıcı hesabı elde ederler. Bu hesaplarını bağladıkları uluslararası bir ödeme yöntemi ile (bu bir kredi kartı, banka hesabı veya her hangi başka bir yöntem ola bilir) finanse ederler. Daha sonra finanse ettikleri e-cüzdanlarına dahil olarak her seferinde bilgilerini tekraren girmeden ödemelerini kolayca yapabilirler<sup>59</sup>. E-cüzdan verileri kullanıcının bilgisayarında veya sağlayıcının sunucularında saklanabilir. Kullanıcı bilgisayarındaki veriler şifrelenmiş bir şekilde yer alır ve e-cüzdan içerdiği özel dijital sertifika ile önceden yetkilendirilmiş kart sahibini tanır<sup>60</sup>.

Genelde e-cüzdanlar 2 farklı şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki *Ödeme İşlemleri E-cüzdanlar*'dır. Bu tip ödeme hizmeti e-cüzdan hizmeti sunan şirketin kendisi tarafından sağlanmaktadır. Alış veriş zamanı önceden finanse ettiği e-cüzdan hesabı ile bağlanan kullanıcının hesabı borçlandırılır (para çekilir) ve aynı sunucuda kaydı bulunan satıcının hesabına aktarılır. Bu sistem, PayPal ve Amazon'un Checkout'u örnek gösterilebilir. *Ödeme İşlemi olmayan E-cüzdanlar*'da ise ödemeyi yapan e-cüzdan hizmeti sunucusu olmamaktadır. Sunucu şirket ödeme işlemi zamanı kullanıcının kayıt altındaki bilgilerini aktararak satıcının ödeme sistemi ile ödeme işlemini başlatır. Ödeme doğrudan satıcının banka hesabına ödenilmiş olur<sup>61</sup>.

---

<sup>58</sup> **Webopedia**, Digital Wallet, Çevirimiçi: [http://www.webopedia.com/TERM/D/digital\\_wallet.html](http://www.webopedia.com/TERM/D/digital_wallet.html) (Erişim tarihi: 23.08.2013)

<sup>57</sup> **Cheok**, Lawrence and others "E-Commerce Trends and Payment Challenges for Online Merchants: Beyond Payment", Moduslink Whitepaper 2013, s. 5 Çevirimiçi: [http://cardnotpresent.com/uploadedFiles/news/ModusLink\\_WhitePaper.pdf](http://cardnotpresent.com/uploadedFiles/news/ModusLink_WhitePaper.pdf) (Erişim tarihi: 25.08.2013)

<sup>60</sup> **PC Magazine**, Digital wallet, Çevirimiçi: <http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/41399/digital-wallet> (Erişim tarihi: 25.08.2013)

<sup>61</sup> **Cheok**, a.g.e. s. 5

### 1.5.5 Mobil Ödeme Yolları

Mobil cihazların hızla yayılması ve diğer elektronik cihazlarla yapılan ticaretten farklı olarak kullanıcıların hareket halindeyken de alışveriş yapabilmelerine olanak sağlayan m-ticaret daha da gelişmesi için en önemli faktörlerden biri de tabiki uygun ödeme şekillerinin olmasıdır. M-ticaret üzerinden yapılan alışverişlerde de e-ticarette genel olarak kullanılan kredi kartı, banka havalesi yoluyla ödeme şekilleri kullanılabilir. Ancak bunun yanında mobil ticarete has olan ve kullanıcılara daha fazla imkanlar sağlayan başka ödeme şekilleri de mevcuttur:

- **Kontörle (bakiye ile) ödeme:** Bu ödeme şeklinde kullanıcının daha önceden kontör kartı vasıtasıyla bakiyesini artırması ve m-alışverişlerinde bu bakiye miktarınca ödemeler yapabilmesi söz konusudur. Bu ödeme şekli daha çok küçük miktarlardaki ödemelerde ve genelde akıllı telefonların mağazalarından oyunlar, uygulamalar indirilirken kullanılmaktadır.
- **SMS yoluyla ödeme:** Kullanıcı belirli bir numaraya kısa mesaj (SMS-short message service) göndermekle önceden belirlenmiş bir miktar bakiyesinde düşülür. Bunun karşılığında ya doğrudan, ya da kendisine gönderilen bir şifre vasıtasıyla ödeme yapılabilir. Bu yöntem genelde operatörlerin veya her hangi bir kurumun kampanyalarından yararlanırken, üyelik başvurusu yaparken ve yine küçük miktarlarda ödemeler için işe yaramaktadır.
- **Faturaya yansıtma:** Faturalı cep telefonu kullanıcıları için geçerli olan bu ödeme şeklinde kullanıcının internete bağlanarak veya diğer bir şekilde yaptığı ödemeleri dönem sonunda onun faturasına ek olarak gönderilir<sup>62</sup>.

M-ticarete has olan yukarıda gösterilmiş olan ödeme şekilleri hem mobil cihazlar üzerinden yapıldığından, hem de bir banka hesabı veya kredi kartına sahip olma kısıtı getirmediğinden kullanıcılara ulaşmakta daha etkin olmaktadır<sup>63</sup>.

---

<sup>62</sup> **Herstatt**, Cornelius and others "From Electronic To Mobile Commerce: Technology Convergence Enables Innovative Business Services" Hamburg University of Technology, Hamburg 2008, s. 11 Çevirimiçi: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1583445](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1583445) (Erişim tarihi: 02.09.2013)

<sup>63</sup> **Cheok**, age., s. 7

## 1.6 Elektronik Ticaretin Avantaj ve Dezavantajları

Teknolojinin doğasındaki küresellik, düşük maliyetler, milyonlarca insana ulaşma fırsatı, etkileşime imkan tanıyan doğası, çeşitli olanakları ve güçlü ve hızla büyüyen destek altyapısıyla e-ticaret hem işletmeler, hem bireylere ve hem de topluma bir çok faydalar sağlamaktadır. E-ticaret daha fazla kullanıldıkça bu faydalar artacaktır<sup>64</sup>. Bunun yanında kullanan tarafa göre farklı olmakla, e-ticaretin de işlem güvenliği ve gizliliğin ortaya çıkması gibi dezavantajları vardır<sup>65</sup>.

### 1.6.1 E-Ticaretin Avantajları

Yukarıda da bahsedildiği gibi e-ticaretin sağladığı avantajları yararlanan taraflara göre farklılık göstermektedir. Bu sebeple sağlanan avantajları işletmeler ve bireyler için avantajlar veya faydalar şeklinde gruplaştırmaya çalışalım:

#### *İşletmeler için avantajlar:*

- Elektronik ticaret yerel pazar yerlerini ülke ve hatta uluslararası çapta pazarlara açıyor. Şöyle ki, büyük şirketlerle rekabet etmekte ve reklamlarını yapmakta zorlanan küçük işletmeler küçük sermaye yatırımlarıyla uluslararası pazarlara açılabilirler. Özellikle www teknolojisinin yaygınlaşması bu imkanı daha da artırmaktadır. Ayrıca büyük işletmelere göre daha esnek ve çevik olan, daha kolay karar alma mekanizması olan küçük işletmeler, büyüklere göre daha avantajlı durumdadırlar<sup>66</sup>.
- İşletmelere 7/24 hizmet sunmaya imkan tanır. Bu hem de müşteriler için avantaj sağlar.
- Daha ihtisaslaşmış işletmeler için imkan sağlanması. Örneğin, daha önceleri sadece marketlerde veya petshoplarda satılan, ayrıca satımı için fiziksel bir mağaza açmanın

---

<sup>64</sup> **Rai University**, "Benefits and Limitations of E-commerce", Lecture Notes, s. 5 Çevirimiçi: <http://saravanesh.files.wordpress.com/2009/06/lecture-02.pdf> (Erişim tarihi: 02.09.2013)

<sup>65</sup> **Liliana**, Nicodim "Advantages and Disadvantages of Electronic Commerce", Ovidius University of Constanta, Constanta 2006, s. 296 Çevirimiçi: <http://magazin-discount.ru/out.php?url=http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2006/economie-si-administrarea-afacerilor/42.pdf> (Erişim tarihi: 03.09.2013)

<sup>66</sup> **Liliana**, age.s. 296

karlı olmayacağı köpek oyuncakları için ayrıca bir sanal mağaza açılabilir (www.dogtoys.com).

- E-Ticaret işletmelerde "çeken" tipi tedarik zinciri yönetimiyle (Pull-type systems) demirbaş miktarını ve işletme giderlerini azaltır. Çekme tipli işlem müşteri siparişi ile başlar ve tam zamanında üretim (Just-in-Time) yöntemini kullanır.
- Çeken tipi sistemler uygulayıcılarına rekabet avantajı sağlayan pahalı özelleştirme imkanı sağlar.
- Elektronik ticaret sermaye yatırma ile ürün ve hizmetlerin alınması arasındaki süreyi kısaltır.
- E-Ticaret iş süreçlerinin yeniden yapılandırılmasına yardımcı olur. Bazen süreçleri değiştirerek satış temsilcilerinin, uzman çalışanlarınızın ve yöneticilerinizin verimini %100 artırabilirsiniz.
- E-Ticaret diğer iletişim ücretlerini düşürür, çünkü internet diğer iletişim araçlarına göre daha ucuzdur<sup>67</sup>.
- Online olarak ihale yapılabilmesi de e-ticaretin işletmeler için faydalarındadır. Artık çevrimiçi ihale ilan edebilir ve gelen teklifleri değerlendirerek tedarikçilerinizi seçebilirsiniz.
- Sattığımız ürünleri tutmak için fiziksel bir saklama alanı ihtiyacı olmadığından raf alanı kısıtlaması olmaz.
- Çeşitli uygulamalar geliştirilerek müşteri davranışlarının izlenebilmesi ve bu sayede her müşteriye özel ürün teklifi yapabilme imkanı vardır.
- E-Ticaret işlemlerinin bir çoğu otomatikleştiğinden daha az personel maliyetleri de avantaj haline gelmektedir. Böylece insan kaynakları daha üst seviye fonksiyonlar için kullanılabilir<sup>68</sup>.

---

<sup>67</sup> Rai University, age., s. 6

<sup>68</sup> Jagannath and others, "Analysis of E-Commerce and M-Commerce: Advantages, Limitations and Security issues", International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering, Hindistan, Bangalore Haziran 2013, s. 2360

Çevirimiçi: <http://www.ijarce.com/upload/2013/june/7-Niranjanamurthy-Analysis%20of%20E-Commerce%20and%20M-Commerce%20Advantages.pdf> (Erişim tarihi: 04.09.2013)

### ***Bireyler (müşteriler) için avantajları:***

- E-Ticaret müşterilere bütün yıl boyunca günün 24 saati ve diledikleri yerden alışveriş yapabilme imkanı tanır. Bu hem alıcılar, hem de satıcılar için avantaj sayılmaktadır.
- Müşteriye daha geniş ürün yelpazesi sunulur ve kısa süre içerisinde diğer mağaza fiyatları ile kıyaslama yapması mümkündür.
- Bazı durumlarda, özellikle de dijital ürünler de (müzik parçası, online kitap, uygulama vb.) ulaştırma süresi çok kısalmaktadır.
- Müşteriler gerekli ve detaylı bilgiyi günlerce veya haftalarca beklemek yerine, bir kaç saniyede elde edebilirler.
- Açık artırmalara katılarak daha uygun fiyata ikinci el ürünler bulunabilmektedir.
- Elektronik ticaret müşterilere elektronik ortamlarda kendi deneyimlerini bölüşerek etkileşime geçmelerine imkan tanır ki, bu da pazar hakkında daha bilgisiz olan alıcılara satıcı karşısında avantaj sağlar.
- Elektronik ticaret rekabetin artmasını ve dolayısıyla da fiyatların aşağı çekilmesini sağlar<sup>69</sup>.
- Kuyruklarda ve uzun süren telefonda hatta bekletilmeden e-ticaret vasıtasıyla kurtulabilirsiniz.
- Hiç ismini duymadığınız lokasyonlardan bile size gereken ürünü bularak elde edebilirsiniz<sup>70</sup>.

### **1.6.2 E-Ticaretin Dezavantajları**

Bahsettiğimiz bir çok fayda ve faydalarıyla birlikte e-ticaretin bir sıra dezavantajları ve belli başlı kısıtları vardır. Bunların da üzerinde durularak zamanla giderilmesinin temin edilmesi, dünya e-ticaret hacminin daha da büyümesini sağlayacak ve kısıtlarla karşılaşan işletmelerin bu pazara daha kolay dahil olmasına imkan sağlayacaktır.

---

<sup>69</sup> Rai University, age., s. 6

<sup>70</sup> Jagannath and others, age., s. 2364

Elektronik ticareti tercih etmeyenler buna çeşitli gerekçeler göstermektedirler. Özellikle kredi kartlarıyla alışveriş edenler güvenlik sıkıntılarından dolayı kaygılanmakta, bazıları psikolojik açıdan bilgisayar başında alışveriş etmeyi karmaşık bulmakta, bazılarıysa ürünü yakından görmek ve fiziksel temas yapmadan almak istememelerini bahane göstermektedirler<sup>71</sup>.

Elektronik ticarete yeni bir iş kurmanın kolay olması iyi ya da kötü her kesin e-ışletme olarak pazara dahil olmasına imkan tanımaktadır. Bunun sonucu olarak da tüketicilerin paralarını "yiyen" bir sürü kötü e-ticaret siteleri ortaya çıkmaktadır. Ürün kalite garantisinin olmaması ve e-ticaret sitelerinde veya ödeme arayüzlerinde heran karşılaşılabilecek bilgisayar korsanları saldırıları dezavantajlar olarak sıralabilir<sup>72</sup>.

E-ticaretin eksik yönlerinden biri de deneyimdir. Tüketici bir ürün almadan önce ona dokunmak ve nasıl bir maddeden yapıldığını, sağlamlığını ve benzeri özelliklerini incelemek ister; fakat bu, online alışverişte kullanıcıya verilmesi pek mümkün olmayan bir özellik. Tüketiciler, internetten kokusunu hiç bilmediği bir parfümü satın almayı tercih etmez yoksa bunun piyangodan bir farkı kalmaz. Bunun için e-ticaret şirketleri sattıkları ürünlerin görsellerini çok iyi bir şekilde hazırlamalılar ve her açıdan mümkün olduğunca yüksek kalitede görseller hazırlayarak, gerekirse videolar hazırlayarak kullanıcıya bu ürünlerin nasıl görüldüğünü net bir şekilde göstererek kullanıcıya o ürün hakkında mümkün olduğunca bilgi vermeye çalışmalılar.

Online alışverişin, geleneksel ticarete göre bir diğer dezavantajı da ürünlerin kargo ile teslim edilmesi ve yani en hızlı işlemde bile kargonun en erken bir sonraki gün kullanıcıya ulaşıyor olmasıdır. Tabi eğer yemek hizmeti sunmuyorsanız. Onun dışında bir kazak ya da bir vazo satın alan bir kişi o ürüne anında sahip olamıyor. Birkaç günlük bir bekleme sürecinden sonra kargo kullanıcıya teslim edilebiliyor. Bu süreyi en aza indirmek için, kargo şirketleriyle anlaşılabilir ve günün belli bir saatine kadar (örneğin öğlen 1'e kadar) verilen siparişlerin ertesi gün kullanıcının eline ulaşmasını sağlayabilirsiniz kullanıcılar o ürünü almaya daha çok yatkın olacaklardır. Ürün

---

<sup>71</sup> **Küpoğlu**, age. s. 31-32

<sup>72</sup> **Jagannath** and others, age., s. 2362

kullanıcının eline ne kadar çabuk geçerse o kadar çabuk tekrar alışveriş yapmaya yönlenebilir. Ayrıca çoğu zaman e-ticaret sitesindeki fiyatın uygun olmasına rağmen kargo fiyatlarının çok yüksek olması da siparişin satınalma işlemi tamamlanmadan sonlanmasına neden olmaktadır<sup>73</sup>.

Toplumsal açıdan bakıldığında, e-ticaret, bilim ve teknolojiyi üreten, süratle ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştüren gelişmiş ülkeler ile endüstri toplumu olmadan bilgi toplumu olmaya çalışan gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki refah düzeyi farkını daha da arttırmaktadır.

Elektronik ticaret (internet), bir yandan yeni iş alanları, görev ve ünvanlar ortaya çıkarırken, diğer yandan da organizasyonların yatay ve dikey olarak büzülmesi ve geleneksel ticarete rol alan bazı unsurların ortadan kalkması nedenleriyle uzun vadede işgücü fazlası ortaya çıkacak, dolayısıyla işsizliği artıracaktır.

E-Ticaret, bütünü ile ele alındığında teknik yapısı itibari ile de denetime müsait bir nitelikte değildir. İnternete girmek, yararlanmak ve çeşitli olanakları kullanmak için herhangi bir yasal formalite, başvuru izni, onay gibi işlemler söz konusu değildir. İnternetin hukuki anlamda bir sahibi yoktur; belli bir işleticisi ve/veya yöneticisi de yoktur<sup>74</sup>.

---

<sup>73</sup> E-TicaretMag, Çevirimiçi: <http://eticaretmag.com/yeni-baslayanlar-icin-e-ticaretin-avantaj-ve-dezavantajlari/> (Erişim tarihi:05.09.2013)

<sup>74</sup> Karaca, age., s. 33-34



## 2. ELEKTRONİK TİCARETİN HUKUKİ ALTYAPISI VE BAZI ÜLKELERDEKİ DÜZENLEMELER

### 2.1 E-Ticaretin Durumu

Bilgi teknolojilerinin giderek daha fazla yaygınlaşması e-ticaretin de daha fazla kullanıcı kazanmasını sağlamaktadır. Buna karşın, e-ticaret kullanım oranlarında ülkeler arasında ciddi farklılıklar gözlemlenmektedir. Bu da ülkelerin gelişmişlik düzeylerinden dolayı meydana gelmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki toplumun bilgi teknolojileri ve e-ticaret hakkında daha bilgili olması, gelir seviyesinin daha yukarı olması, internet altyapısının daha sağlam olması gibi sebepler bu ülke bireylerinin e-ticareti daha sık ve daha çok kullanabilmelerine imkan tanımaktadır. Bütün bunlarla birlikte, gelişmiş ülkelerin e-ticaret kullanım oranında daha irili olmalarının nedenlerinde en önemli olanlardan birisi de, bu ülkelerde elektronik ticaretin hukuki açıdan düzenlenmesidir.

**Tablo 2:** B2C e-ticaret satışlarının bölgelere göre dağılım yüzdesi (%).

<b><u>Bölgeler</u></b>	<b><u>2013</u></b>	<b><u>2014</u></b>	<b><u>2015</u></b> <b><u>(tahmini)</u></b>
<b>Kuzey Amerika</b>	34.9	32.9	31.7
<b>Asya-Pasifik</b>	28.3	31.2	33.4
<b>Batı Avrupa</b>	26.4	25.4	24.6
<b>Latin Amerika</b>	4.2	4.3	4.2
<b>Merkezi ve Doğu Avrupa</b>	4.1	4	3.8
<b>Orta doğu ve Afrika</b>	2.1	2.2	2.3

Kaynak: [www.emarketer.com](http://www.emarketer.com)<sup>75</sup>

<sup>75</sup> **Emarketer**, Worldwide E-Commerce Sales, Çevirimiçi: <http://www.emarketer.com/Article/Worldwide-Ecommerce-Sales-Increase-Nearly-20-2014/1011039> (Erişim tarihi: 16.05.2014)

Tablo 2`den de göreceğimiz gibi dünyanın daha gelişmiş ülkeleri olan bölgelerin e-ticaret satışlarındaki yüzdesi daha fazladır. Bu ülkelerin e-ticaret alanında yapılan hukuki düzenlemelerde de ileride olmaları tesadüf değildir. Bu düzenlemeler sayesinde bu ülkelerde e-ticaret belirli kurallar çerçevesinde kullanılıyor ve toplum e-ticaret uygulamalarına daha çok güveniyor. Tablodan görüldüğü gibi Kuzey Amerika (özellikle de Amerika Birleşik Devletleri), Asya-Pasifik (özellikle de Çin, Japonya ve Singapur) ve Batı Avrupa (özellikle de Birleşik Krallık<sup>76</sup>) e-ticaretin lokomotif bölgeleri olmaktadır. Örnek olarak, e-ticaret alanında en çok düzenleme yapan Avrupa Birliğinin (AB) ve de Türkiye`nin bu alandaki düzenlemelerini gözden geçirelim.

## 2.2 Avrupa Birliğinde E-Ticaret

Avrupa Birliği, e-ticaret konusunda en yoğun çalışmaları yapan kuruluşların başında gelmektedir. AB Komisyonu 1997`de yayınladığı bildirimle e-ticaret planını açıklamıştır. Bu planın amacı AB için çatı planı oluşturmaktır. Bildiride Birliğin temel hedefinin e-ticaretin AB`de hızla gelişmesini sağlamak olduğu belirtilmiş ve e-ticaretle ilgili çalışmalarda bir birini tamamlayıcı iki hedef belirlenmiştir. Bunlar, e-ticarete güveni oluşturmak ve Tek pazara tam olarak girilmesini sağlamaktır<sup>77</sup>.

AB komisyonu e-ticarete güvenliğin tesisi için gerekli olacak her nevi şifreleme teknolojisinin ve ürününün geliştirilmesini ve bunların birlik içinde serbest dolaşımının garanti altına alınmasını hedefleyen politikalar oluşturmaya, e-ticaret faaliyetlerinin, kamu düzen ve gereklerini de sağlayacak bir ortamda sürdürülmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu konuda OECD`nin hazırladığı şifreleme rehberinde yer verilen şifreleme ilkeleri, uluslararası uzlaşmaya yönelik önemli bir adım olarak değerlendirilerek, komisyonun birlik nezdinde e-ticaret güvenlik mevzuatının oluşturulması çalışmalarında bu rehberden faydalanılmıştır. Komisyon elektronik ortamlarda yapılan işlemlerde, işlemin yapana aidiyetini ispata yarayacak ve elektronik kontratlardaki imza unsurunu

---

<sup>76</sup> **E-Commerce Europe**, Statistics, Çevirimiçi: <http://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures/infographics/western-europe> (Erişim tarihi: 16.05.2013)

<sup>77</sup> **Muradov**, Elman "Elektronik Ticaret ve Küreselleşme", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2003, s. 112

karşılacak olan sayısal imzanın, ortak pazarda kabul edilmesi konusunda yoğun çalışmalar yapmıştır. Nihayet parlamento tarafından elektronik imza yönergesi kabul edilerek, elektronik imzanın, elektronik ortamda akdedilen sözleşmelerde veya imzanın gerekli olduğu her nevi işlemde kullanılmasının, yasal olarak geçerli bir imzanın sonuçlarını doğurması sağlanmıştır. Komisyon buna ek olarak elektronik imza için dünya çapında bir anlaşmanın da gerekliliği görüşüne sahiptir<sup>78</sup>.

AB, elektronik ticarete tek pazara tam olarak girilmesini sağlamayı ikinci hedefi olarak ortaya koymuştur. E-ticarete üye ülkelerin geliştirdikleri değişik çözüm ve uygulamaların tek pazar uygulaması açısından bir engel teşkil etmemesi için, tek pazarın bütünlüğünü bozmayacak kurallar bütününe devreye sokulması hedeflenmiştir. Bu amaçla en son bilgi toplumu hizmetlerinden, elektronik ticaretin yasal boyutlarını düzenleyen AB Parlamento ve Konseyinin 17/7/2000 tarihinde Avrupa toplulukları resmi gazetesinde yayınlanarak yürürlüğe giren, 8/6/2000 tarihli 2000/31 sayılı elektronik ticaret yönergesi tasarlanmıştır<sup>79</sup>.

Hukuki belirsizliğin elektronik ticaretin gelişimini olumsuz yönde etkilediğini gören AB, rekabeti, yatırımı, büyümeyi ve istihdamı artırıcı ve özellikle KOBİ'lerin gelişimini sağlayıcı imkanlar vaat eden elektronik ticaretin hukuki boyutunu düzenleme konusunda mümkün olduğunca hızlı hareket etmeye çalışmıştır. Ancak belirtmek gerekir ki, yönergenin adından da anlaşıldığı gibi, bu yönergeyle elektronik ticaret bütünüyle değil, sadece belirli hukuki yönleri itibariyle düzenlenmiş bulunmaktadır<sup>80</sup>. AB'nin başta Elektronik Ticaret Yönergesi olmakla elektronik ticaretle ilgili en esas yönergelerini daha yakından incelemeye çalışalım.

### 2.2.1 AB Elektronik Ticaret Yönergesi

AB Parlamento ve Konseyinin 17/7/2000 tarihinde Avrupa toplulukları resmi gazetesinde yayınlanarak yürürlüğe giren, 8/6/2000 tarihli 2000/31 sayılı Elektronik

---

<sup>78</sup> Karaca, Derya, age., s. 38

<sup>79</sup> Öztuna, Buket Cox, "Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler", Pusula Yayıncılık, Eylül 2002, s. 22

<sup>80</sup> Karaca, Derya, age., s. 36

Ticaret Yönergesi<sup>81</sup> 4 bölüm başlığı (Genel Hükümler, İlkeler, Uygulama, Son Hükümler) altında toplanan 24 maddeden oluşmaktadır.

Üç maddeden oluşan birinci bölümde yönergenin amacı, kapsamı ve tanımlamalar yer almaktadır. Yönergenin 1.(1) maddesinde amacı şu şekilde gösterilmektedir; "*Bu Yönerge Üye Devletler arasında bilgi toplumu hizmetlerinin serbest dolaşımını sağlayarak iç pazarın düzgün işleyişine katkıda bulunmayı hedeflemektedir*". 1. maddenin geri kalan kısmında yönergenin kapsamına değinilmiştir. Tanımlardan bahseden 2. maddede madde 1'deki bilgi toplumu hizmetleri kavramı da açıklanmış, bunun için diğer yönergelere göndermede bulunulmuştur.

AB'nin şeffaflık yönergesi olarak tanımlanan 98/34/EC sayılı yönergesi ve 98/48/EC sayılı yönergesinde "bilgi toplumu hizmetleri" şu şekilde tanımlanmıştır: "Kullanıcının bireysel talebi üzerine ve elektronik vasıtalar ile, kural olarak bir karşılık elde etmek amacıyla, uzaktan sağlanan her türlü hizmet bilgi toplumu hizmetidir." Maddenin devamında, bu tanımda yer alan ifadelerin ne anlama geldikleri açıklanmıştır. Buna göre tanımda yer alan "uzaktan" kavramı, " tarafların eşzamanlı birlikteliği olmaksızın sağlanan hizmetleri" ifade etmektedir. "Elektronik vasıtalar ile sağlanan hizmetler" kavramı ise, "çıkış noktasından elektronik veri işleme ve saklama araçları vasıtasıyla gönderilen ve gönderildiği yerden yine aynı araçlarla alınan ve tamamıyla radyo, kablo, optik ve diğer elektromanyetik gereçler vasıtasıyla iletilen, taşınan ve alınan hizmetlerdir" anlamına gelmektedir. Nihayet, "kullanıcının bireysel talebi üzerine" ifadesinin, "bireysel talep üzerine iletilen veri yoluyla sağlanan hizmetleri" ifade ettiği belirtilmiştir<sup>82</sup>.

Madde 3'de ise iç pazar kavramı ile şirketin yerleşim yerinin neresi sayılacağı açıklanmıştır. İstisnaları yine aynı madde içerisinde belirtilmiş olmakla AB'de bir e-ticaret şirketinin yerleşim yeri o şirketin merkezi bulunan, sabit servis sunucusu olan,

---

<sup>81</sup> Erişim: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:EN:HTML>

<sup>82</sup> **İnal**, age. s.50

yani hizmetin sağlanmakata olduğu ülkedir. Ancak diğer üye devletlere hizmet sağlamak istemesi durumunda diğer ülke bu şirketin hizmetlerine sınırlama getiremeyecektir.

İlkeler (prensipler) başlıklı ikinci bölüm 4-15. maddelerden oluşuyor. AB'nin malların, kişilerin, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaşımı ilkeleriniin bir devamı olarak Elektronik ticaret yönergesinin 4(1). maddesinde de "Üye devletler bilgi toplumu hizmetleri sağlayıcısının faaliyetine başlamasının veya devam etmesinin hiç bir ön izine veya buna benzer etki doğuracak şarta tabi tutulmamasını sağlar" şeklinde bir serbest dolaşım ilkesi belirtilmiştir.

Beşinci ve altıncı maddelerde ticari iletişimin kurulabilmesi için sağlanması gereken bilgiler sayılmıştır. 5. maddede bu bilgiler aşağıdaki genel başlıklar olarak sayılmıştır<sup>83</sup>;

- ✓ Hizmet sunucunun adı;
- ✓ Hizmet sunucunun yerleşik olduğu coğrafi adres;
- ✓ Hizmet sunucuya ilişkin ayrıntılar, elektronik posta adresi de dahil olmak üzere, kendisine hızlı bir biçimde ulaştırılmasına ve doğrudan ve etkili biçimde iletişim kurulmasına imkan verecek bilgiler;
- ✓ hizmet sunucu ticaret veya benzeri bir kamu siciline kayıtlı ise, kayıtlı olduğu ticari sicil ve sicil kayıt numarası veya bu şekilde teşhis edilmesine imkan verecek eş etkili vasıtalar;
- ✓ faaliyetin bir izin sistemine tabi olduğu durumlarda, ilgili denetim makamına ilişkin hususlar;
- ✓ düzenlenmiş mesleklerle ilgili olarak,
  - hizmet sunucunun kayıtlı olduğu herhangi bir meslek örgütü veya benzeri kuruluş,
  - mesleki ünvan ve verildiği üye devlet,
  - yerleşik bulunulan üye devlette uygulanan mesleki kurallara ve bunlara ne şekilde ulaşılabileceğine dair bir atıf (ibare) (gönderme)
- ✓ hizmet sunucunun KDV'ye tabi bir faaliyette bulunması halinde, KDV kimlik numarası.

---

<sup>83</sup> **E-Ticaret Merkezi**, AB E-Ticaret Direktifi, Çevirimiçi: <http://www.e-ticaretmerkezi.net/abdirektif.php> (Erişim tarihi: 22.05.2013)

Yönergeye 6. maddesine göre, mal veya hizmetleri özendirmek için elektronik reklam yapan bir kişinin, bunun bir reklam olduğunu açıkça belirtmesi gerekir (m.6(a)). Bu, web sitelerinde yer alan herhangi materyalde, gizli ticari beyanlara ve görüntülere yer verilemeyeceği anlamına gelir. Bu kural çok geneldir, yani tipik bir elektronik ticaret kuralı olmayıp geleneksel araçlara da uygulanır. Yönergedeki diğer bir şart ta, ticari iletişimin kim tarafından ya da kimin adına yapıldığının açıkça belirtilmiş olmasıdır(m.6(b)). Bu şartın da özellikle elektronik araçlara uygulanan bir kural olduğunu söyleyemeyiz. Ancak, komisyon önerisinin eki olarak, müstakil maddelerde, internette kullanılan araçlar olarak, sadece reklâm bandı ve ilişimlerden söz edilmektedir. Reklam bantlarında isimden söz etmek gerekli değildir. Reklam bandında yer alan bir ilişim ile ticari iletişimi yapan kişinin kimliğini içeren sayfaya bağlantılıyorsa bu yeterlidir. Aynı şekilde, örneğin bir işletme tarafından finanse edilen bir web sitesinde de ilişim kullanılabilir. Sitenin kim tarafından finanse edildiğini gösteren bir açıklama notu veya sitenin tüm sayfalarında görünen bir bilgi, ilişimli ikon veya ayırmaç (logo) yeterli olacaktır. Madde 6'nın son iki bölümü, indirimler, primler, hediyeler, özendirici rekabet ve oyunlar gibi satışı özendirici önerilerle ilgili kuralları içerir. İşletmenin kurulduğu üye devletçe izin verilen bu satışı özendirici faaliyetler, açıkça anlaşılabilir, koşullarına kolaylıkla ulaşılabilir, doğru ve net bir şekilde sunulmalıdır<sup>84</sup>.

Yönergenin 9-11. maddeleri "Elektronik araçlarla yapılan sözleşmeler" başlıklı 3. Kısımını oluşturmakta ve hukuki açıdan da çok önemli olan elektronik sözleşme ve onun ilkelerini düzenlemektedir. Madde 9(1)'de Üye Devletlerin elektronik ticaretle ilgili olarak hukuk sistemlerinde düzenlemeler yapmasını zorunlu olarak talep etmektedir. 9. maddenin 2. fıkrasıysa bu zorunluluklara aşağıdaki istisnaları getirmektedir:

*(a) Gayrimenkul sahiplik hakkını doğuran veya devreden sözleşmeler (kira sözleşmeleri hariç);*

*(b) Mahkeme, noter, devlet kurumları ve onların yetkisini kullanan uzmanların işlerinde;*

---

<sup>84</sup> **Okan**, Neval "İnternette Haksız Rekabet", İnönü Üniversitesi, Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt:2, Sayı:1, Malatya 2011, s. 132

(c) Kefalet sözleşmeleri ve kendi ticari, iş veya mesleki amaçları dışında hareket eden kişilerce verilen teminat sözleşmeleri;

(d) aile ve miras hukuku kapsamına giren sözleşmeler<sup>85</sup>.

Madde 10'da sözleşmenin kurulması belli şekil şartlarına bağlanmış ve 1. fıkrasında sözleşmenin hukuka uygun olması için belirtilmiş olması gereken bilgiler sayılmıştır<sup>86</sup>:

- a) Sözleşmeyi sonuçlandırmak için takip edilmesi gereken farklı teknik adımlar
- b) Ulaşılabiliriyorsa sonuçlanan sözleşmenin servis sağlayıcı tarafından kayda alınıp alınmayacağı
- c) Önceden alınan sipariş giriş hatalarının düzeltilmesi ve belirlenmesi için teknik araçlar.
- d) Sözleşmenin bitirilmesi için önerilen dil.

Yönergenin 11. maddesinde sipariş geçilmesi ile ilgili hususlar belirtilmiştir. Burada tüketicinin korunması açısından 10. maddedeki gibi hizmet sağlayan tarafa yükümlülükler getirmektedir. Bu maddenin 1 ve 2. fıkralarında hizmet sağlayan taraflarca, yani e-işletme sahiplerince, siparişi aldıklarını elektronik bir bildirimle onaylamalarını ve siparişin verilmesinden önce dahil edilen bilgilerin doğruluğunu kontrol ederek düzeltme yapmalarına imkan tanıdıklarını zorunlu kılmıştır. Bu durumun istisnaları tarafların kendi aralarında aksi bir anlaşma yapmış olmaları veya sözleşmenin elektronik posta yazışmasıyla yapıldığı durumlardır.

İkinci bölümün diğer, 12, 13, 14 ve 15. maddeleri 4. Kısımını oluşturmakta ve "Ara Hizmet Sunucularının Sorumluluklarını belirlemektedir.

Uygulama başlıklı üçüncü bölüm elektronik ticaretin yapılması için davranış kurallarını (m. 16), uyuşmazlıkların yargı dışı çözüm yollarını (m.17) ve dava türlerini açıklamaktadır (m.18).

---

<sup>85</sup> İnal, age., 68

<sup>86</sup> Pençe, M. Seyfeddin "Türkiye – Avrupa Birliği Dış Ticaret İlişkileri Açısından Elektronik Ticaret", İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2014, s.33

Son dördüncü bölüm yönergenin son hükümlerini içermektedir. Bu hükümlere göre Üye Devletler yönergeden doğan sorumluluklarını yerine getirmeye zorunlu, ancak zorunluluklarını hayata geçirmek için seçecekleri yöntemlerde serbesttirler.

### 2.2.2 AB Elektronik İmza Yönergesi

AB mevzuatının elektronik ticaretle ilgili diğer çok önemli bir kaynağı da 19 Ocak 2000 tarihinde yürürlüğe giren 1999/93/EC sayılı Elektronik İmza Yönergesidir. Bu yönerge ile esas amaç AB ülkelerinde e-imza kullanımının hukuki olarak düzenlenmesi olmuştur. Yönergenin 1. maddesinde, "Bu yönergenin amacı e-imzanın kullanımını kolaylaştırmak ve onun yasal olarak tanınmasına katkıda bulunmaktır" şeklinde tanımlanmıştır.

Madde 2'nin 1. fıkrasında yönergedeki kavramlar tanımlanırken elektronik imza şu şekilde anlatılmıştır: "*Elektronik imza başka bir elektronik veriye eklenen veya onunla mantıksal bir bağı bulunan elektronik veri biçimidir*". Aynı maddenin 2. fıkrasında "gelişmiş elektronik imza" ve 9. fıkrasında "sertifika" tanımları açıklanmıştır:

Madde 2, (2). fıkra: "*Gelişmiş elektronik imza*" aşağıda gösterilenlere sahip olan bir elektronik imza şeklidir:

- a) *Benzersiz biçimde imza sahibiyle bağlantılıdır;*
- b) *İmza sahibi belirleme imkanına sahiptir;*
- c) *Tamamile imza sahibinin kontrolü altında olan araçlarla oluşturulmuştur; ve*
- d) *Bağlı olduğu verilerdeki sonradan yapılan değişiklikleri tespit edebilecek niteliktedir.*

Madde 2, (9). fıkra: "*Sertifika*" imza-doğrulama verisini bir şahısla ilişkilendiren ve bu şahsın kimliğini doğrulayan bir onaylamadır.

Pazara erişim başlıklı üçüncü maddede e-imzanın yaygınlaşması için Üye Devletlere (ÜD) bazı sorumluluklar ve zorunluluklar öngörülmektedir. Maddenin 1. fıkrasında "*Üye Devletler sertifika hizmetlerinin sağlanmasını ön izne tabi tutmayacaklardır*" şeklinde vurgu yapılarak sertifika hizmetleri sağlayıcılarının AB pazarına kolayca girebilmelerine olanak sağlamaktadır. Ayrıca, 2. fıkrada "*Üye Devletler 1. fıkra hükümleri saklı kalmakla, gelişmiş sertifika hizmetleri sağlanması amaçlayan gönüllü akreditasyon planlarını takdim edebilir veya düzenleyebilirler*" denilerek ÜD de sertifika



hizmetlerinin sunulmasında teşvik edilmektedirler. Ancak bu fıkranın devamında, pazara erişimin karşısının alınmasına yönelik başka sorumluluklar da getirilmiştir; *"Bu planlar, bütün koşullarda, objektif, şeffaf, orantılı ve ayrımcılık gözetmeyecek şekilde düzenlenmelidir. Üye Devletler bu Yönerge kapsamına giren nedenlerden dolayı akredite edilmiş sertifika hizmeti sunucularının sayısına limit koyamazlar."*

Yönergenin dördüncü maddesinde ÜD`in bu Yönergeden doğan sorumluluklarını yerine getirmeleri için kendi milli hükümlerini uygulayabileceklerine değinilmiştir. Yani ÜD Yönergeye uymakta zorunlu, ancak koşulları yerine getirmede seçecekleri yollarda serbesttirler.

Beşinci madde "Elektronik imzanın hukuki etkileri" başlığını taşımaktadır. Bu maddenin birinci fıkrasında e-imzanın bir ıslak imza gibi hukuki sonuçlar doğuracağı ve delil olarak kullanılabilmesi belirtilmiştir:

*"Üye Devletler nitelikli bir sertifikaya dayalı ve güvenilir bir imza oluşturma cihazı ile oluşturulmuş gelişmiş elektronik imzaya dair takip edenleri sağlarlar:*

- a) Elektronik bir veriyle ilişkili elektronik imzanın, aynen kağıttaki veriye bağlı olan ıslak bir imzanın doğurduğu hukuki gereklilikleri temin etmesi; ve*
- b) Yasal işlemlerde delil olarak kullanılabilirler."*

Beşinci maddenin 2. fıkrasında e-imzaların yasal işlemlerde delil olarak geçerli olacağı daha da açık şekilde belirtilmiştir;

*"Üye Devletler sadece aşağıdaki nedenlere dayalı olarak elektronik imzanın yasal işlemlerde delil olarak etkinliğinin ve kabul edilebilirliğinin reddedilmezliğini sağlayacaklardır:*

- Elektronik biçimde olması; veya*
- Nitelikli bir sertifika temelli olmaması; veya*
- Akkredite bir sertifika hizmet sağlayıcısı tarafından sunulmuş nitelikli bir sertifika temelli olmayışı; veya*
- Güvenli bir imza oluşturma cihazı tarafından oluşturulmaması."*

Bu fıkıyla yukarıda sayılan nedenlerden herhangi birini esas alarak e-imzaların yasal işlemlerde delil olarak geçerliliğinin reddedilmeyeceği öngörölmüştür.

Elektronik imza yönergesinin 6. maddesi sertifika hizmeti sağlayıcılarını bazı yükümlölükler getirmekte ve bunları maddeler halinde sıralamaktadır. Maddenin 1. fıkrası sertifika hizmeti sağlayıcılarının yükümlölükleri şu şekilde özetlemektedir:

*"Üye Devletler, asgari olarak, nitelikli sertifika olmakla kamuya yönelik bir sertifika düzenleyen veya kamuya böyle bir sertifikayı garanti eden sertifika hizmet sunucusunun, her hangi bir kuruluşa, gerçek veya tüzel kişiye esaslı surette güvenerek kullandığı bu sertifikadan dolayı değecek zarardan şu durumlarda sorumlu olmalarını temin edeceklerdir:*

*a) Nitelikli sertifikada bulunan bütün bilgilerin girilirken doğru olarak girilmesi ve sertifikanın nitelikli bir sertifika için öngörölmüş olan bütün detalları kendinde bulunduruyor olması durumunda;*

*b) Sertifikanın verilmesi sırasında nitelikli sertifikada tanımlanan imza sahibi sertifikada verilen veya tanımlanan imza doğrulama verisine karşılık gelen imza oluşturma verisini elinde bulundurduğunun güvence altında olduğu durumda;*

*c) Sertifika hizmet sağlayıcının her ikisini de sunması durumunda sertifika oluşturma verisi ve sertifika doğrulama verilerinin bir bütünün tamamlayıcıları olarak kullanılabilinmelerinin güvence altında olduğu durumlarda;*

*sertifika hizmeti sağlayıcı ihmalkar davranmadığını kanıtlayamadığı sürece."*

Ancak sertifika hizmeti sağlayıcılarının sorumlulukları bunlarla sınırlanmıyor. Bu maddenin ikinci fıkrasında sertifika hizmetinden vazgeçerek iptal isteminde bulunulmasına rağmen sertifikanın hala işlem görmeye devam etmesinden dolayı doğacak zararlardan sertifika hizmet sağlayıcıları sorumlu tutulmaktadırlar.

Birinci ve ikinci fıkralarda sertifika kullanıcılarının zararının karşısının alınması ve haklarının korunmasına yönelik hükümler getirilirken, 3 ve 4. fıkralarda da sertifika hizmeti sağlayıcılarının hakları gözetilmektedir. Bu fıkralarda, Üye Devletlerin sertifika hizmeti sağlayıcılarının, üçüncü taraflarca anlaşılabilir olması şartıyla, sertifikaların

kullanımına ve onlarla yapılabilecek işlemlerin değerlerine sınırlamalar getirmelerine imkan tanımaları istenmiştir.

Elektronik İmza Yönergesi yürürlüğe girdiği günden itibaren AB Üye Devletleri için yükümlülükler doğurmakta ve ÜD bu yükümlülükleri iç hukuklarına geçirmekle sorumludurlar. Ancak yönergenin 7. maddesinde uluslararası yönleri de ele alınmış ve AB pazarına erişim sağlamak isteyen üçüncü taraf ülkelerden sertifika hizmet sağlayıcıları için belirli şartlar getirilmiştir. Madde 7 şu şekildedir:

*"Üye Devletler, kuruluş yeri üçüncü bir ülke olan sertifika hizmet sağlayıcılarının sunduğu sertifikaları Birlik ülkelerinden birinde kurulan bir sertifika hizmet sağlayıcısının sunduğu sertifikaya yasal olarak eşdeğer sayılmasını temin edeceklerdir, eğer:*

- (a)Sertifika hizmet sağlayıcısı bu Yönergede belirtilen şartları yerine getirmiş ve Üye Devletlerin birindeki gönüllü akredite programı çerçevesinde akredite olunmuşsa; veya*
- (b)Birlik ülkelerinde kurulmuş bir sertifika hizmet sağlayıcısı tarafından sertifikaya garanti verilirse; veya*
- (c)Sertifika veya sertifika hizmet sağlayıcısı Birlik ve üçüncü ülke arasında veya uluslararası kuruluşlar arasında ikili veya çoktarafli anlaşma ile tanınıyorsa.*

Madde 7'nin diğer fıkralarında da üçüncü taraf ülkelerin sertifika hizmet sağlayıcılarının pazara erişimini kolaylaştırmak için ÜD teklifler ve öneriler hazırlaması ve hatta gerektiğinde bu ülkelerle ikili veya çoktarafli anlaşmalar sağlanmasına yönelik adımlar atılmasını hükme bağlamıştır.

Yönergede ayrıca AB Komisyonuna bir "Elektronik İmza Komitesi"nin yardım edeceği de belirtilmiştir (1999/93/EC sayılı Yönerge, m.9).

AB mevzuatının elektronik imzaya yönelik bu 2 en önemli Yönergesi ile gittikçe gelişmekte olan elektronik ticaret işlemleri ve elektronik pazar yerleriyle ilgili hukuki düzenlemeler getirilmeye çalışılmaktadır. Ancak sadece bu yönergeler bu amaç doğrultusunda yeterli olmamakta ve Birliyin "Tüketiciyi koruma", "Telif hakları",

"Veritabanı hakları", "Veriyi koruma", "Vergilendirme" gibi e-ticaret bir çok yönlerine ilişkin çeşitli yönergeler bulunmaktadır<sup>87</sup>.

### 2.3 Türkiye`de Elektronik Ticaret Düzenlemeri

Kalkınma bakanlığının verilerine göre<sup>88</sup> Türkiye`de e-ticaretin başlangıcı olarak 1998 yılı görülmektedir. Ancak e-ticaret kavramına daha kapsamlı bir şekilde baktığımızda ise TC Merkez Bankasının (TCMB) henüz 1 Nisan 1992`de kurmuş olduğu EFT sistemi ile karşılaşmaktayız. O tarihte kurulan sistem dünyadaki erken örneklerden biri olmuştur.

Teknolojideki gelişmeler ve artan gereksinimler nedeniyle sistem yeni özelliklerle geliştirilmiş ve ikinci kuşak EFT sistemi (EFT-II) 24 Nisan 2000`de devreye alınmıştır. EFT-II sistemiyle birlikte çalışan ve bu sayede menkul kıymetlerin ödeme karşılığında teslim edilerek el değiştirmesine olanak sağlayan EMKT sistemi ise, türünün dünyadaki sayılı örneklerinden biri olarak 30 Ekim 2000`de hizmet vermeye başlamıştır. EFT ve EMKT sistemleri birbirleriyle tümleşik olarak çalıştıklarından ve ortak bir arayüz üzerinden erişildiklerinden genellikle tek sistem olarak EFT-EMKT Sistemi olarak adlandırılırlar. EFT-EMKT Sisteminin sahibi olan TCMB aynı zamanda sistemlerin işletimini de yapmaktadır<sup>89</sup>.

Türkiye`de bilim ve teknoloji yüksek kurulunun 25 ağustos 1997 tarihli kararı gereğince, Dış Ticaret Müsteşarlığı<sup>90</sup> koordinasyonunda çalışmalarını sürdüren elektronik ticaret koordinasyon kurulu, çalışma konusu ile ilgili yoğun araştırma sonuçlarını kamuoyuna duyurmuştur. Söz konusu komisyon, ülkede elektronik ticaretin

---

<sup>87</sup> **Oklahoma City University**, School of Law, Çevirimiçi: <http://law.okcu.libguides.com/content.php?pid=197073&sid=1649439#5377966> (Erişim tarihi: 03.06.2014)

<sup>88</sup> **E-Ticaret Magazin**, Türk E-ticaret Pazarı ve İstatistikleri, Çevirimiçi: <http://eticaretmag.com/turk-e-ticaret-pazarı-ve-istatistikleri/> (Erişim tarihi: 06.06.2014)

<sup>89</sup> **TCMB**, Çevirimiçi: <http://eft.tcmb.gov.tr/EFT-tanitim.htm>

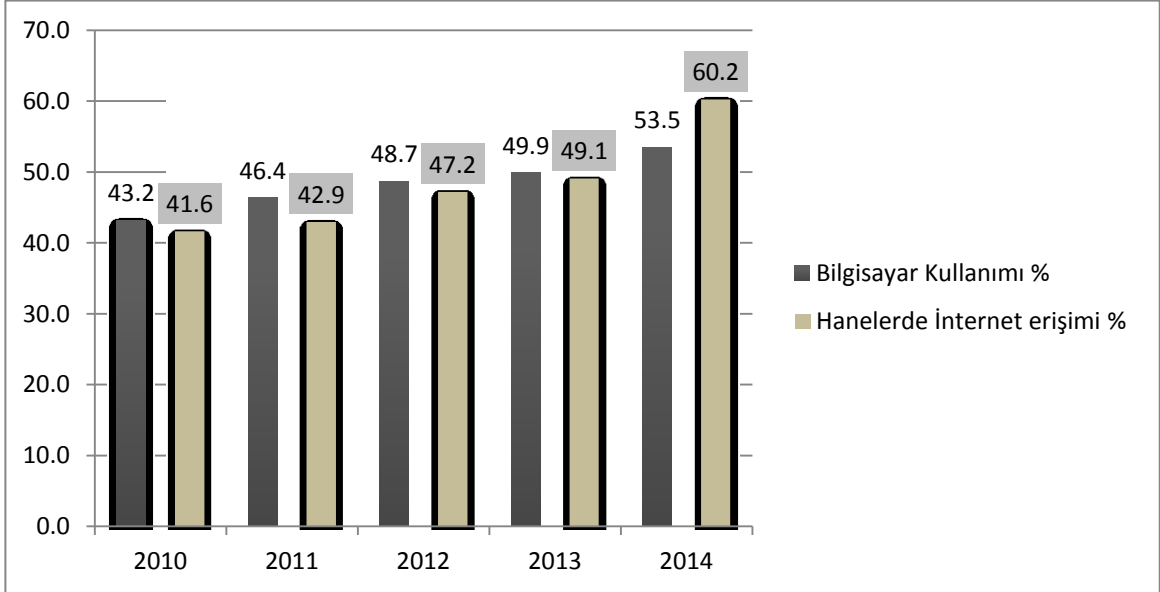
<sup>90</sup> 2011`de Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı'nın kurulması neticesinde yetkileri bu bakanlığa devredilmiştir.

gelişebilmesi için yapılması gerekenler hakkında görüş ve önerilerini dört grupta toplamıştır<sup>91</sup>:

- Teknik ve idari altyapı
- Hukuki altyapı
- Elektronik ticaretin özendirilmesi
- Uluslararası uyum

TÜİK'in yıllık olarak yaptığı araştırmaların sonuçlarına bakacak olursak, Türkiye'de hanelerde bilgisayar kullanımı ve internet erişiminin yeteri kadar sağlanamadığını görmekteyiz (şekil 3). Ancak yıllar bazında baktığımızda, özellikle de internete erişimde sürekli bir artış gözlemlenmektedir. 2013'te %49.1 olan hanelerde internete erişim oranı, 2014 itibariyle %60.2'ye yükselmiştir. Dünya ortalamasının (%42.3<sup>92</sup>) üzerinde olmasına rağmen gelecek yıllarda internet erişiminin artması potansiyeli oldukça yüksektir.

**Şekil 3:** Hanelerde bilgisayar kullanımı ve internet erişimi



**Kaynak:** TÜİK<sup>93</sup>

<sup>91</sup> Karaca, a.g.e. s. 44

<sup>92</sup> Internet world Stats, Çevirimiçi: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim tarihi: 06.06.2014)

<sup>93</sup> TÜİK, Bilgi Toplumu İstatistikleri, Çevirimiçi: [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028) (Erişim tarihi: 06.06.2014)

Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye`de de elektronik ticaret kullanımı internetin yaygınlığı ile doğru orantılıdır. Bunu işletmeden-tüketiciye (B2C) e-ticaret şeklinde daha belirgin görmekteyiz. İnternete erişimi olan vatandaşların toplam nüfusa göre oranı daha çok olan ülkelerde elektronik ticaretin geleneksel ticarete göre oranı da yüksek olmaktadır. Örneğin, tablo 3`de görüldüğü gibi, internet penetrasyonu (interneti kullanan nüfus oranı) yüksek olan ülkelerin online perakende ticaret hacimlerinin toplam perakende ticaretteki payı daha yüksek olmaktadır. Ancak bu tabloda da görebileceğimiz gibi, e-ticaretin yaygınlaşması sadece internet kullanımı faktörüne bağlı değildir. Elektronik ticaretin gelişebilmesi için ülkenin enformasyon altyapısının sağlam, kişi başı gelir seviyesinin yüksek olması, elektronik ticaret yapmanın hukuki temellerinin olması ve bununla da toplumda e-ticarete karşı bir güvenin oluşturulması gerekmektedir.

**Tablo 3:** E-Ticaretin küresel karşılaştırılması (2013)

	Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende	İnternet Penetrasyonu (%)	Online Alışveriş Yapanlar	Kişi Başı Gelir USD k (SGP)	Nüfus (mn)
Gelişmiş Ülkeler	İngiltere	10.40%	87	85	37	64
	ABD	7.40%	81	72	53	316
	Almanya	6.00%	84	79	40	81
	Fransa	5.50%	83	75	36	64
	Japonya	4.20%	79	77	37	127
	İspanya	3.10%	72	55	30	47
	İtalya	1.80%	58	44	30	60
Gelişmekte Olan Ülkeler	Çin	5.60%	42	44	10	1361
	Polonya	5.30%	65	30	21	39
	Brezilya	3.10%	49	34	12	198
	Rusya	2.80%	53	38	18	143
	Hindistan	0.70%	12	23	4	1243
	Türkiye	1.30%	49	24	15	76

Kaynak: TÜBİSAD<sup>94</sup>

<sup>94</sup> TÜBİSAD, Türkiye`de E-Ticaret Haziran 2014, İstanbul Pazar Tanımlama ve 2013 Pazar Büyüklüğü Ölçümleme Çalışması, Haziran 2014 İstanbul. Çevrimiçi: <http://www.tubisad.org.tr/Tr/Library/Sayfalar/Reports.aspx> (Erişim tarihi: 10.06.2014)

Küreselleşmenin doğal bir sonucu olarak devletin piyasalarda yürütülmekte olan ekonomik faaliyetlere doğrudan katılmak yerine; kural koyucu ve sistemin işleyişini düzenleyici-denetleyici bir rol üstlenmesinin günümüzde artık genel olarak benimsendiği ve uluslararası antlaşmalar ile de bunun gözetildiği bilinmektedir. Bu hususta E-Ticaretin fiziki ve yasal altyapısının oluşturulması bakımından; kurucu unsur, yasa koyucu , tatbik edici ve denetleyici irade olarak devletin rolünün önemli olduğu kabul edilmekle birlikte; devletin sınırlayıcı ve engelleyici olmaması ve asli ekonomik aktör olarak özel sektörün öncü olması gibi yaklaşımların devletin bu alandaki rolünün sınırlarını belirleyeceğine değinildiği ve bazı ölçütler ileri sürüldüğü görülmektedir<sup>95</sup>.

Fiziki altyapı yönünden e-ticaret esas olarak internet üzerinden yürütülen bir faaliyet olduğundan internet kullanımı ile e-ticaretin gelişmesi arasında birebir uyumluluk bulunduğu ve internet kullanımının da fiber optik telefon hatları ve sayısal santrallerin yeterliliği ve kullanıcı maliyeti ile doğrudan ilişkili olduğu ve böylece veri iletim altyapısının elektronik ticaretten beklenen faydanın sağlanması açısından hayati öneme sahip olduğu değerlendirildiğinde; devletin büyük ölçekte yatırımlar gerektiren fiziki altyapıyı oluşturmasının bir görev olarak olmasa da sınırlı istisnalar dışında özel sektörün bu alanda sınır ötesi büyük yatırımlar yapmasındaki güçlük dikkate alındığında üstlenilmesi gerekli rol olduğu anlaşılmaktadır<sup>96</sup>. Bununla ilgili Türkiyede yapılan önemli altyapı çalışmalarına göz atalım:

### 2.3.1 Teknik ve İdari Altyapıyla İlgili Çalışmalar

Elektronik Ticaret konusunda dünya genelinde yaşanan gelişmelere ülkemizin de uyum sağlamak zorunluluğu çerçevesinde ulusal bir strateji belirlenmesi amacıyla Türkiye'de de elektronik ticaretin yaygınlaştırılmasına ilişkin önemli kararlar alınmıştır<sup>97</sup>. Ağustos 1997 tarihinde toplanan Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu

---

<sup>95</sup> Çelikoğlu, C. Topel " E-Ticaretin Özel Hukuk Ve İspat Hukuku Boyutu", Yayınlanmış Makale, İstanbul 2002 Çevirimiçi: [http://www.turkhukuksitesi.com/makale\\_49.htm](http://www.turkhukuksitesi.com/makale_49.htm) (Erişim tarihi: 13.06.2014)

<sup>96</sup> Çelikoğlu, a.g.e

<sup>97</sup> Dışişleri Bakanlığı, E-Ticaret, Çevirimiçi: <http://www.mfa.gov.tr/elektronik-ticaret.tr.mfa> (Erişim tarihi: 14.06.2014)

(BTYK) 2 önemli karar almıştır. Bunlardan biri ulusal enformasyon altyapısının kurulması ve diğeri de elektronik ticaret ağının kurulmasıdır. Bu karar çerçevesinde TÜBİTAK, Temmuz 1997 tarihinde “Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapı Planı” (TUENA) çalışmasını başlatmıştır<sup>98</sup>. Aynı zamanda, sözkonusu karar uyarınca, eşgüdüm görevini Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın<sup>99</sup>, sekretarya hizmetlerinin ise TÜBİTAK-BİLTEN'in yürüteceği bir Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) oluşturulmuştur<sup>100</sup>.

TUENA'nın gerçekleştirilmesi, “Ulusal İnovasyon Sistemi”nin omurgasını ve e-ticaretin temel altyapısını oluşturur. Bilim ve teknolojiyi süratle ekonomik ve toplumsal faydaya (pazarlanabilir yeni ürün, yeni sistem, yeni üretim yöntemleri ve yeni toplumsal hizmetlere) dönüştürebilme becerisi, genel olarak İnovasyon (yenilik/yenileme) olarak adlandırılmaktadır<sup>101</sup>. Çok sayıda üst düzeyde idari, teknik, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının katılımıyla yürütülen çalışmanın sonucu, 1999 yılı ortasında hazırlanarak Ulaştırma Bakanlığına sunulan TUENA raporu 1999 yılı Temmuz ayında kabul edilmiştir<sup>102</sup>.

TUENA'nın hazırlanmış olması önemli bir gelişme olmakta birlikte, BTYK'nın 1999 ve 2000 yılı kararlarında bu planın hayata geçirilmesi yönünde bir karar alınmaması önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Bir bilim adamımızın deyimi ile TUENA'nın hayata geçirilmesi ve e-ticaretin gerektirdiği hukuki, teknik ve idari altyapının oluşturulması sürecine ilişkin kararları BTYK'nın gündeminden buharlaşmıştır<sup>103</sup>. Ocak 2000 tarihinden sonra, sık sık gerçekleşen hükümet değişiklikleri ve Ulaştırma Bakanlığının yeni kadrolarının çalışmanın perspektifini ve güncel

---

<sup>98</sup> **Doğaner**, Murat "Elektronik Ticaret Türkiye'de Elektronik Ticaretin Gelişimi ve İşletmeden Tüketiciye Elektronik Ticaret Üzerine Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya 2007, s. 67

<sup>99</sup> 2011'de Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığının kurulması neticesinde yetkileri bu bakanlığa devredilmiştir.

<sup>100</sup> **Dışişleri Bakanlığı**, <http://www.mfa.gov.tr/elektronik-ticaret.tr.mfa>

<sup>101</sup> **Canpolat**, Önder "E-ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler", Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği Yayını, Ankara 2001, s. 41

<sup>102</sup> **Arkun**, Ender "Türkiye için Bir Enformasyon Politikasının Ana Öğeleri Neler Olmalı?", Bilgi Dünyası Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, s.184 Çevirimiçi: <http://bd.org.tr/index.php/bd/article/view/273/268> (Erişim tarihi: 23.06.2014)

<sup>103</sup> **Canpolat**, age. s. 41



konuların baskısı altında bu alana olan ilgilerini yitirmeleri sonucunda proje, uygulamaya yönelik önemli çıktılar oluşturamadan beklemeğe girmiştir<sup>104</sup>.

Diğer yandan, BTYK'nın 98/1 sayılı kararı gereği "Ulusal Bilgi Teknolojileri Konseyi" de kurulamamıştır. 2000 yılında elektronik Türkiye çalışmalarına başlayan Türkiye için, TUENA projesinin tamamlandığında uygulamaya konulmamasının maliyeti yüksek olmuştur<sup>105</sup>.

E-Ticaret alanında ve özellikle de kamu hizmetlerinin elektronik ortama aktarılması ile ilgili yapılan en önemli çalışmalardan bir diğeri de Gümrük müteşarlığının yürütmekte olduğu BİLGE (Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri) sistemidir. AB'ye entegrasyon çalışmaları çerçevesinde mevzuatın AB mevzuatına uyumlaştırılmasının getirdiği yeniliklerle beraber, bu yeniliklere dayalı olarak gümrük hizmetlerinin elektronikleştirilmesi için de önemli adımlar atılmıştır.

Dünya bankası ile yapılan çalışmalarda, Fransız Gümrük İdaresinin de ortak olduğu Douan Export tarafından geliştirilen SOFIX Gümrük yazılımı, Türkiye'deki gümrüklerde karşılaşılabilecek özel durumlar dikkate alınarak, kullanıcı istekleri doğrultusunda adaptasyonu yapılmış ve e-gümrük sistemine BİLGE adı verilmiştir.

Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri Sistemi (BİLGE), gümrük işlemlerinin yaklaşık %99'unu gerçekleştiren 58 noktada 64 gümrük müdürlüğünde kullanılan ve gümrük işlemlerinin bilgisayar ortamında yapılmasına olanak sağlayan, esas itibariyle 4 ana modülden (Özet beyan, TCGB, Entegre tarife, Muhasebe modülleri) oluşan gümrük bilgisayar sistemidir. BİLGE, gümrük işlemlerinin bir parçası olan beyan sahibi veya temsilcisinden gümrük memuruna, idare amirine, merkezdeki gümrük personeline her kullanıcının bir şekilde işlem yaptığı veya eriştiği entegre bir gümrük programıdır. Sistem, Türkiye'de ilk kez 1998 yılı başlarında Atatürk Havalimanı Gümrük Müdürlüğü'nde uygulanmaya başlanmıştır. Bu sisteme bürolarından erişmek isteyen firmaların talepleri ise; 1998 yılı ikinci yarısında EDI sisteminin devreye alınmasıyla

---

<sup>104</sup> Arkun, age. s. 184

<sup>105</sup> E-Ticaret Rehberi, E-Ticaret Kurulu (ETİK), Çevirimiçi: [http://www.elektronicticaretrehberi.com/e-ticaret\\_kurulu\\_etik.php](http://www.elektronicticaretrehberi.com/e-ticaret_kurulu_etik.php) (Erişim tarihi: 24.06.2014)

karşılanabilmiştir. BİLGE sistemi gerçek zamanlı olarak çalışmaktadır. Yani sistemde bilgisayar üzerinde işlem hangi anda yapılıyorsa, gümrük işlemi gerçekte o anda yapılmaktadır. Yükümlüden başlayan süreçte girilen bir veri gümrük işleminin bütün süreçlerinde kullanılmakta, böylece her işlem yapanın tekrar veri girmesi gibi zaman kaybettirici bir süreç yaşanmamaktadır. BİLGE sisteminde, gümrük müdürlükleri ile ithalatçı/ihracatçı ve gümrük müdürlüğü ile Gümrük Müsteşarlığı (merkez) arasındaki iletişim geniş alan ağı (WAN) kullanılarak yapılır<sup>106</sup>.

Elektronik ticaretin yaygınlaşması için en önemli faktörlerden birinin devlet desteği olduğunu anlayan Türkiye`de bir çok başka kamu kurumlarının da bu alanda başlattığı ve halen uygulanan çeşitli projeler vardır. Bunlara, Maliye Bakanlığının "Vergi Dairelerinin Otomasyonu" projesini, Sağlık Bakanlığının "Hastane Bilgi Sistemi" projesini, Adalet Bakanlığının "Ulusal Yargı Ağı" projesini, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının "SSK, Bağkur Otomasyon ve Akıllı Kart" projesini, TÜBİTAK-BİLTEN "E-kimlik" hizmetlerini ve daha birçok uygulamaları gösterebiliriz.

### **2.3.2 Hukuki Düzenlemeyle İlgili Çalışmalar**

Hukuki düzenlemeler genelde ortaya çıkabilecek sorunları değil, artık mevcut olan sorunları bir hukuki düzene sokmak için yapılmakta ve hukuk kurallarının oluşturulması zaman almaktadır.. Bu nedenle çoğu zaman yenilikleri geriden takip etmektedir. Hele hele, bu çalışma yapılırken bile bir çok yenilikleri ortaya çıkmış olabilecek olan teknoloji ve elektronik ticaret gibi olgular için hukuki kurallar oluşturmak ve onları güncel tutmak oldukça zor olmaktadır. Bu sebeple de dünyada bu alanda hala hukuki boşluklar ortaya çıkmaya devam etmektedir.

Elektronik ticaret fiziksel altyapı yönünden genellikle İnternet üzerinden yapılan işlemler bütünü olarak kabul edilmektedir. İşletmeler açısından elektronik ticaret, ticaret platformunun sanal ortama taşınmasıdır. Bu sanal ortam kendine has özellikleri ve

---

<sup>106</sup> **Kara**, Oğuz "Dış Ticarete E-gümrük ve Türkiye Uygulaması, Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF İktisat Fakültesi, Yayınlanmış makale, İzmir 2010, s. 9 Çevirimiçi: <http://www.oguzkara.com/yayinlarim.html> (Erişim tarihi: 25.06.2014)

riskleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu yüzden geleneksel ticari faaliyetleri düzenleyen hukuk kuralları elektronik ticari faaliyetleri kapsayamamakta ve yeni hukuki düzenlemeler gerektirmektedir. Bu konuda iki yaklaşım ön plana çıkmaktadır. İlki yepyeni bir “elektronik ticaret hukuku” oluşturulmasıdır. İkincisi ise, mevcut kurallarda değişiklikler ve eklemeler yapılması suretiyle yeniden gözden geçirilerek elektronik işlemleri kapsayacak şekle getirilmesidir.

Birinci yaklaşım, yani ayrı bir hukuk alanının oluşturulması mantıklı bir düşünce olabilir. Ancak, bu yaklaşım iki açıdan olumsuzluk yaratabilir: Birincisi, sadece iş yapma biçimlerini değiştiren elektronik ticaretin geleneksel ticaretten tamamen uzaklaşmasına neden olabilir. Elektronik ticaretin geleneksel ticareti tamamlayıcı ve kolaylaştırıcı olma özelliği bu iki ticari iş yapma biçimini birbirine bağlamaktadır. Bu nedenle, her iki ticaret biçiminin ayrı kurallarla değil, aynı kurallarla düzenlenmesinde fayda vardır. İkincisi, elektronik ticarete taraf olanlar (alıcılar, satıcılar, tedarikçiler, aracı kuruluşlar vb.) yani hukuk kuralları ile ilişkileri düzenlenen kesim ile kuralları uygulayanlar yani hukukçular için uygulanması zor ve karmaşık bir yapı meydana gelebilir. Bu nedenle, apayrı hukuki düzenleme yerine geleneksel ticareti düzenleyen hukuk kurallarının elektronik ticarete uyarlanması gerek elektronik ticarete taraf olanlar, gerekse hukuki kuralları uygulayanlar açısından önemlidir.

Ancak bu yaklaşımlar elektronik ticarete mevcut kuralların cevap verip veremeyeceği tartışmalarını başlatmıştır. Birinci görüşü savunanlar, gerçek hayattaki ilişkilerden farklı bu sanal âlemin kendine özgü yapısı nedeniyle mevcut kuralların elektronik ticarete cevap veremeyeceğini ileri sürerken, ikinci görüşü savunanlar da ulusal hukuk düzenleri içinde yer alan bir çok kuralın esnek olması sebebiyle elektronik ticarete uygulanma yeteneğine sahip olduğu, ancak çok özel durumlarda mevcut düzenlemelere ek getirilmek suretiyle sorunun aşılabileceğini savunmaktadır. Genel olarak kabul edilen görüş de bu doğrultudadır<sup>107</sup>.

---

<sup>107</sup> **Organ** Arzu., Karadağ Neslihan Coşkun " İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret ve Hukuki Altyapısı", İnternet Uygulamaları ve Yönetim Dergisi, Cilt 2, Sayı 2, s. 86

Türkiye`de de ikinci görüşde savunulduğu gibi ayrı bir hukuk dalı oluşturulmaya gerek duyulmamış ve mevcut mevzuata ek kanunlar çıkarılmakla gerekli düzenlemeler yapılmaya çalışılmaktadır. Türkiye`de yapılan düzenlemelerle daha çok AB mevzuatına uyum sağlanması amaçlanmaktadır. Nitekim, 5 Kasım 2014`de Resmi Gazete`de yayımlanarak 1 Mayıs 2015`te yürürlüğe girecek olan "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun"u ile ilgili TBMM komisyon raporlarında da "Tasarının amaçlarından birisi de söz konusu AB mevzuatına uyumun sağlanmasıdır." denilmektedir<sup>108</sup>.

### **2.3.2.1 Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun**

Kanunun, Adalet Bakanlığınca henüz 2010 yılında hazırlanmış ve Başbakanlık tarafında TBMM`ye gönderilmiş olan tasarı taslağı 23 Ekim 2014 tarihinde kabul edilmiştir. Yürürlüğe 1 Mayıs 2015`te girecek olan 6563 sayılı kanunun kabulü ve mevzuattaki boşlukları doldurması merakla beklenmekteydi.

Elektronik ticaret alanındaki mevzuat eksikliklerine genel bir düzenleme getirmesi beklenen kanunda, daha çok ticari iletişim ve elektronik pazarlama zamanı yapılan istenmeyen iletiler ve hizmet sağlayıcılarla, aracı hizmet sağlayıcılarının yükümlülükleri ile sözleşmelerde bulundurulması gereken bilgiler ve uygulanacak yaptırımlar hakkında düzenlemelere gidilmiştir.

Toplam 16 maddeden oluşan kanunun ilk maddesi kanunun amaç ve kapsamından, 2. maddesi ise kanunda geçen kavramların tanımlarından bahsetmektedir.

Bilgi verme yükümlülüğü başlıklı 3. maddesinin 1. fıkrasında hizmet sağlayıcıların (Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişiler) sözleşmenin yapılmasından önce sunması gereken bilgiler belirtilmiştir:

---

<sup>108</sup> **TBMM**, 'Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı ile Avrupa Birliği Uyum Komisyonu, Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonu ile Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu Raporları (1/488), s. 13 Çevirimiçi: <http://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss240.pdf> (Erişim tarihi: 26.06.2014)

- a) Alıcıların kolayca ulaşabileceği şekilde ve güncel olarak tanıtıcı bilgiler,
- b) Sözleşmenin kurulabilmesi için izlenecek teknik adımlara ilişkin bilgiler,
- c) Sözleşme metninin sözleşmenin kurulmasından sonra, hizmet sağlayıcı tarafından saklanıp saklanmayacağı ile bu sözleşmeye alıcının daha sonra erişiminin mümkün olup olmayacağı ve bu erişimin ne kadar süreyle sağlanacağına ilişkin bilgiler,
- d) Veri girişindeki hataların açık ve anlaşılır bir şekilde belirlenmesine ve düzeltilmesine ilişkin teknik araçlara ilişkin bilgiler,
- e) Uygulanan gizlilik kuralları ve varsa alternatif uyumsuzluk çözüm mekanizmalarına ilişkin bilgiler.

Bu fıkrada belirtilenler ve ilaveten 2. fıkrada belirtilen "Hizmet sağlayıcı, varsa mensubu olduğu meslek odası ile meslekle ilgili davranış kurallarını ve bunlara elektronik olarak ne şekilde ulaşılabilirliğini belirtir" hükümleri 2000/31/EC sayılı AB elektronik ticaret direktifinin 5. maddesi (Bu çalışmanın 39. sayfasında bula bilirsiniz) ve 10. maddesi (Bu çalışmanın 41. sayfasında) hükümleri ile benzerlik göstermektedir.

Sipariş başlıklı 4. madde ile elektronik şekilde sipariş verilirken hizmet sağlayıcı için getirilen yükümlülükler gösterilmektedir. Bu maddenin aşağıda gösterilen 1 ve 2-ci maddeleri 2000/31/EC sayılı AB direktifinin 11. maddesi hükümleri (bu çalışmanın 41. sayfasında bula bilirsiniz) ile birebir örtüşmektedir:

(1) Elektronik iletişim araçlarıyla verilen siparişlerde aşağıdaki esaslar geçerlidir:

- a) Hizmet sağlayıcı, siparişin onaylanması aşamasında ve ödeme bilgilerinin girilmesinden önce, ödeyeceği toplam bedel de dâhil olmak üzere, sözleşmenin şartlarının alıcı tarafından açıkça görülmesini sağlar.
- b) Hizmet sağlayıcı, alıcının siparişini aldığını gecikmeksizin elektronik iletişim araçlarıyla teyit eder.
- c) Sipariş ve siparişin alındığının teyidi, tarafların söz konusu beyanlara erişiminin mümkün olduğu anda gerçekleşmiş sayılır.

(2) Hizmet sağlayıcı, sipariş verilmeden önce alıcıya, veri giriş hatalarını belirleyebilmesi ve düzeltebilmesi için uygun, etkili ve erişilebilir teknik araçları sunar.

Kanunun 6. maddesinde bu kanunla düzenlenen en önemli hükümlerden biri yer almaktadır. Bu maddeye göre "*Ticari elektronik iletiler, alıcılara ancak önceden onayları alınmak kaydıyla gönderilebilir. Bu onay, yazılı olarak veya her türlü elektronik iletişim araçlarıyla alınabilir. Kendisiyle iletişime geçilmesi amacıyla alıcının iletişim bilgilerini vermesi hâlinde, temin edilen mal veya hizmetlere ilişkin değişiklik, kullanım ve bakıma yönelik ticari elektronik iletiler için ayrıca onay alınmaz.*" 2002/58/EC sayılı Kişisel Verilerin İzlenmesi ve Gizliliğin Korunmasına ilişkin AB direktifinin 13. maddesinin 1. fıkrasıyla uyumluluk esasında getirilen bu hüküm kendisinde bazı eksikleri barındırmaktadır. Şöyle ki, 1. fıkrada belirtilen "... alıcılara ancak önceden onayları alınmak kaydıyla..." ifadesinden her gönderiden önce mi izin alınması gerektiği, yoksa bir kereye mahsus alınarak daha sonraları da ileti gönderilip gönderilemeyeceği anlaşılamamaktadır<sup>109</sup>. Maddenin ikinci fıkrasında ise "Esnaf ve tacirlere önceden onay alınmaksızın ticari elektronik iletiler gönderilebilir." şeklinde ifade kullanılarak birinci fıkradaki hükmün tüketici veya müşteri konumundaki sıradan vatandaşlara yönelik olduğu ve onların istemdiği iletilerle rahatsız edilmelerinin karşısını almaya yönelik olduğu anlaşılmaktadır.

Aracı hizmet sağlayıcılarının yükümlülükleri başlıklı madde 9`da internet hizmeti sağlayanların, onların sundukları elektronik ortamı kullanarak hizmet sağlayanların gönderdikleri içerikleri kontrol etme yükümlülüklerini kaldırmaktadır.

Kanunun 10. maddesinden kişisel verilerin korunmasına ilişkin hükümler çok genel bir şekilde düzenlenmiştir:

Hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcı:

---

<sup>109</sup> **TÜSİAD**, "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı'na İlişkin Tüsiad Görüşü" Çevirimiçi: [http://www.tusiad.org/\\_rsc/shared/file/ETK-Gorus-Rev-08-02-2012.pdf](http://www.tusiad.org/_rsc/shared/file/ETK-Gorus-Rev-08-02-2012.pdf) (Erişim tarihi: 27.06.2014)

a) Bu Kanun çerçevesinde yapmış olduğu işlemler nedeniyle elde ettiği kişisel verilerin saklanması ve güvenliğinden sorumludur.

b) Kişisel verileri ilgili kişinin onayı olmaksızın üçüncü kişilere iletmez ve başka amaçlarla kullanamaz.

Genel olarak kanun elektronik ticaretin güvenlik boyutu ile ilgili kapsamlı bir düzenleme getirmemektedir. Veri güvenliğinin sağlanmaması ile ilgili kriterler ve yaptırımlar, elektronik ticaretin gerçekleştiği ortam olan Internet sayfası ile ilgili tanımlar bu taslakta yer almamıştır. Örneğin sepet sayfalarının hangi adımlarının güvenli sayfalar olması gerektiği, hizmet sağlayıcı ile banka arasındaki veri akışının standartları ve bundan kimin sorumlu olduğu gibi konular bu tasarıda yer almamıştır. E-Ticaretin satış sonrası kurallarının yeterince standardize edilmediği gözlenmektedir. Diğer önemli bir husus da internet sitelerindeki veri hataları durumunda bunların nasıl değerlendirileceğidir<sup>110</sup>.

Cezai hükümler başlıklı 12. madde kanunun düzenlediği yükümlülükleri yerine getirmeyenlere uygulanacak yaptırımları belirlemektedir. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, ilgililerin bu kanuna uyup uymadığını denetlemek ve dilediğinde bilgi, belge ve defterleri istemeye, incelemeye yetkilidir. Talep edildiğinde yetkililere bu kolaylığın sağlanması zorunludur. Kanunda sayılanlara uyulmazsa Bakanlık tarafından verilecek idari para cezaları 1000 TL ile 15000 bin TL arasında değişmektedir<sup>111</sup>. Ayrıca, maddenin 2. fıkrasında bir defada birden fazla kimseye 6. maddenin birinci fıkrasına aykırı olarak ileti gönderilmesi hâlinde ise verilecek cezanın (1000-5000 TL) on katı oranında artırılması öngörülmüştür.

### 2.3.2.2 Elektronik İmza Kanunu

Türkiye’de elektronik imza ile ilgili ilk çalışmalar Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu tarafından başlatılmıştır. Adalet Bakanlığı ETKK Hukuk Çalışma Grubu

<sup>110</sup> TÜSİAD, age.

<sup>111</sup> Webrazzi, Yeni Ticaret Kanununun Şirketlere Getirdiği Yükümlülükler ve Sorumluluklar, Çevirimiçi: <http://webrazzi.com/2014/12/13/yeni-eticaret-kanunu/> (Erişim: 05.07.2014)

bünyesinde yürütülen elektronik ticaretin hukuki boyutuna ilişkin çalışmalara öncelik verilmesi konusunda girişimlerde bulunmuş, elektronik imzanın gerektirdiği teknik ve idari gereksinimleri karşılayan yasal bir düzenleme yapmak için çalışmalara başlamıştır. Daha sonra Adalet Bakanlığı bu konudaki çalışmalarını tamamlayarak, Elektronik İmza Kanunu Tasarısı'nı hazırlayıp, meclis gündemine taşımış ve 5070 sayılı, 15 Ocak 2004 tarihli E-İmza kanunu kabul edilmiştir.<sup>112</sup> Bu kanun Türkiye`de elektronik ticaretle ilgili yapılan ilk düzenlemedir<sup>113</sup> ve aynı "Elektronik Ticaret Düzenlenmesi Hakkında Kanun"da olduğu gibi "E-imza Kanun"unda da AB mevzuatı (1999/93/EC sayılı Elektronik İmza Yönergesi) dikkate alınmış ve uyum sağlanmaya çalışılmıştır.

Toplamda 4 kısım ve 26 maddeden oluşan kanunun, birinci kısmının ilk 2 maddesinde kanunun amacı ve kapsamı açıklanmıştır. Birinci maddede kanunun amacı "*elektronik imzanın hukukî ve teknik yönleri ile kullanımına ilişkin esasları düzenlemek*" şeklinde belirtilmiştir. 1999/93/EC sayılı AB Elektronik İmza Yönergesinde de amaç bu şekilde gösterilmiştir.

E-imza kanununun 3. maddesinde açıklanan tanımlar genel olarak AB Yönergesi ile uyumluluk içerisinde olmakla beraber, bazı noktalarda farklılıklar gözlemlenmektedir. Şöyle ki, kanunda geçen elektronik veri, elektronik imza, imza oluşturma verisi, imza oluşturma aracı, imza doğrulama verisi, imza doğrulama aracı, elektronik sertifika kavramları aynen AB Yönergesinde belirtildiği gibi açıklanmıştır (adeta birebir tercüme edilmiştir). Yalnızca, E-imza kanununda elektronik imza sahibinin açıklaması yapılırken "*Elektronik imza oluşturmak amacıyla bir imza oluşturma aracını kullanan gerçek kişi*" tanımlaması yapılmıştır. AB Yönergesinde ise e-imza sahibi için hem gerçek, hem de tüzel kişiler belirtilmiştir.

Kanunun "Güvenli elektronik imza ve Sertifika hizmetleri" başlıklı ikinci kısmı 2 bölümden oluşmaktadır. Güvenli e-imzalardan bahseden birinci bölümde 4. madde

---

<sup>112</sup> **Biçkin**, İnci "Elektronik İmza ve Elektronik İmza ile İlgili Yasal Düzenlemeler", Türkiye Barolar Birliği (TBB) Dergisi, Sayı 63, 2006, s. 119 Çevirimiçi: <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2004-52-24> (Erişim tarihi: 05.07.2014)

<sup>113</sup> **Büyükbali**, Didem, "Türk Ticaret Hukuku`nda Elektronik İşlemler", Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya 2011, s.19



güvenli bir e-imzanın tanımını vermektedir. AB Yönergesinde bu tanımlama Yönergenin "Tanımlar" başlıklı 2. maddesinin 2. fıkrasında yapılmış, ancak güvenli yerine, gelişmiş e-imza kavramı kullanılmıştır. Ancak genel olarak her iki mevzuattaki bu kavramlar aynı anlamları taşımaktadırlar. E-imza kanununda bir imzanın güvenli e-imza olması için şu özellikleri taşıması gerekli görülmüştür:

- a) *Münhasıran imza sahibine bağlı olan,*
- b) *Sadece imza sahibinin tasarrufunda bulunan güvenli elektronik imza oluşturma aracı ile oluşturulan,*
- c) *Nitelikli elektronik sertifikaya dayanarak imza sahibinin kimliğinin tespitini sağlayan,*
- d) *İmzalanmış elektronik veride sonradan herhangi bir değişiklik yapıp yapılmadığının tespitini sağlayan.*

AB Yönergesindeki güvenli e-imza tanımlamasını ise bu çalışmanın 42. sayısında bulabilirsiniz.

Kanunun 5. maddesi aynı AB Yönergesinin 5 numaralı maddesi gibi e-imzanın hukuki sonuçlarından bahsetmektedir. Her iki mevzuatta da güvenli (gelişmiş) e-imzalar ıslak imzalarla aynı hukuki geçerliliğe sahip ve hukuki muamelelerde delil yerine kullanılabilir olarak nitelendirilmektedirler. Ancak, E-imza kanununda delil olarak ispat yüküne haiz olması 5. maddede değil, 22 ve 23. maddelerde belirtilmiştir.

Altı ve yedinci maddelerde güvenli e-imza oluşturma ve doğrulama araçlarının özellikleri sayılmıştır. Bu özellikler AB Yönergesinin III ve IV eklerinde gösterilen özelliklerle birebir örtüşmektedir.

İkinci kısmın ikinci bölümü elektronik sertifikalar ve elektronik sertifika hizmet sağlayıcılarından (ESHS) bahsetmektedir. Bu bölüm 8-14. maddeleri kendinde birleştirmektedir. Bu bölümde bir elektronik sertifikanın nitelikli elektronik sertifika olması için hangi özellikleri taşıması gerektiği (madde 9), elektronik sertifika hizmet sağlayıcılarının tanımı (madde 8) ve yükümlülükleri (madde 10) belirtilmiştir. AB e-imza Yönergesinde ise bu tanımlar Yönergenin 2. maddesinin 9, 10, 11. fıkralarında

açıklanmış ve ESHS`ının yükümlülükleri hemen hemen kanundakilerle uyumlu şekilde Yönergenin 6. maddesinde belirtilmiştir. Kanunda veri güvenliğinin sağlanmasını öngören madde 12 hükümleri de AB Yönergesinin 8. Maddesi ile uyumluluk göstermektedir.

"Denetim ve Ceza hükümleri" başlıklı 3. Kısım 15-19. maddeleri içermektedir. Madde 15`de ESHS`ın faaliyetlerinin denetimi görevi Telekomunikasyon kuruluna yüklenmiştir. AB Yönergesinde madde 9 ve 10`da AB Komisyonuna bu denetim görevinde yardım etmesi için bir "E-imza komitesi" kurulması hükme bağlanmıştır. Bu komite kendi işleyiş prosedürlerini belirleyerek faaliyet gösterir (AB e-imza Yönergesi madde 9, fıkra3).

Cezai sorumluluk olarak imza oluşturma verilerini izinsiz olarak kullananlar için hem hapis cezası (1-3 yıl), hem de para cezaları (en az 500 TL) öngörülmüştür. Bu suçtu ESHS çalışanlarının yapması durumunda cezalar en az yarısı kadar artırılabacaktır. Sahtekarlık suçları (taklit, tahrif) için ise 2 yıldan 5 yıla kadar hapis ve en az 1.000 TL para cezası istenmektedir. Ayrıca, ESHS için yükümlülüklerini yerine getirmeme veya kanun hükümlerine aykırı davranmadan dolayı 8.000 - 20.000 TL arası idari para cezaları belirlenmiştir. Suçların tekrar işlenmesi halinde ise, geriye doğru 3 yıl içerisinde ikinci kez işlenen idari nitelikteki suçlar için 2 katı para cezası, üçüncü kez işlenmesi halindeyse Telekomunikasyon Kurulunca kapatma kararı alınabilir.

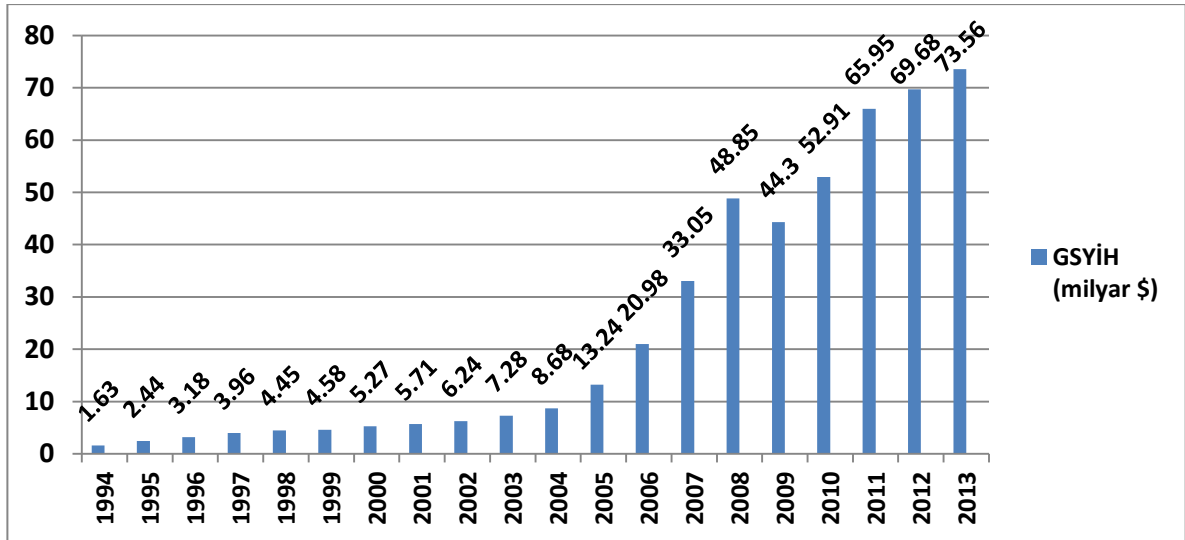
E-imza kanunun dördüncü kısmındaysa yönetmelik ve yürütmeye ve kanunlarda yapılacak değişiklere yönelik hükümler yer almaktadır. Kanun hükümlerinin yürütmesi Bakanlar Kuruluna verilmektedir.

### 3. AZERBAJCAN'DA ELEKTRONİK TİCARETİN GENEL DURUMU, E-TİCARET MEVZUATI, SORUNLARI VE BAZI ÖRNEK UYGULAMALAR

#### 3.1 Azerbaycan`da Elektronik Ticaretin Durumu ve İstatistik Bilgiler

Kafkaslardaki kardeş ülke Azerbaycan, 1991`de Sovyetlerden ayrılıp bağımsızlığını kurduktan sonra kendi ayakları üzerinde durarak gelişim yolunu çizmeye ve bu yolda adım adım ilerlemeye çalışmaktadır. Bağımsızlığın ilk yıllarında karşılaştığı ermeni terörünün ve Karabağın işgalinin derin yaralar açmış olduğu ülke, bütün bunlara toparlanmış, başta petrol ve doğal gaz olmakla bir çok tabii zenginliklerinin de yardımıyla ekonomisini geliştirmeyi başarmıştır. Yıllar üzere GSYİH hacmi rakamlarını (şekil 4) incelediğimizde bu gelişimi kolaylıkla görebiliriz.

Şekil 4: Azerbaycan`da GSYİH hacminin yıllar göre değişimi

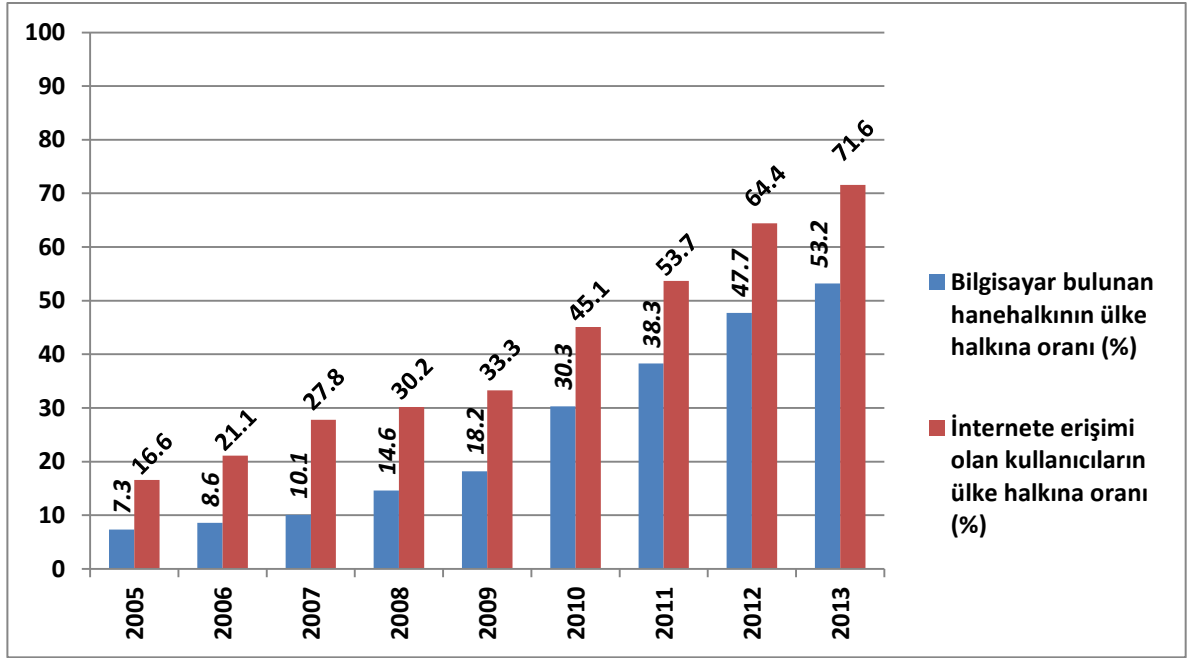


Kaynak: Devlet İstatistik Komitesi (DİK)

Globalleşmenin getirdiği süratli değişikliklere gelişmekte olan her ülke gibi cevap vermeye çalışan Azerbaycan, teknolojik gelişmeleri de yakından takip etmektedir. Hem

bilgisayar kullanıcılarının, hem de internet kullanıcılarının genel ülke nüfusunda payının her geçen yıl artmasını gösteren Şekil 5`deki DİK verilerinde de görebiliriz<sup>114</sup>.

Şekil 5: İnternet ve Bilgisayar kullanıcılarının ülke nüfusundaki payı



Kaynak: DİK

Azerbaycan`da elektronik ticaretin ilk adımları çok geç, 2007 yılında Amerikada eğitim almış genç bir girişimci olan Ferit İsmayılzade tarafından GoldenPay şirketinin tesis edilmesiyle atılmaya başlamıştır. GoldenPay Azerbaycan`da ilk online ödeme sistemini kuran şirkettir. Şirket, 2008 yılı Aralık ayında resmen faaliyete başlamış ve Azerbaycanda ilk e-ödeme 2009 Mart ayında yapılmıştır. Daha sonra 2011 yılında *hesab.az* sitesini kuran şirket, yüzlerce kurum ve kuruluşlarla anlaşma sağlayarak vatandaşların elektrik, su, gaz faturaları, vergi, kredi taksit, sigorta ve daha bir çok ödemelerini burdan yapabilmelerini sağlamıştır. Şu anda Azerbaycan`ın en büyük ödeme sistemidir<sup>115</sup>. Ülkenin bankacılık sisteminde bulunan 3 işlem merkezinden (Azericard, MilliKart, Kapitalkart) biri olan ve "Azerbaycan Cumhuriyetinde 2005-2007

<sup>114</sup> DİK, Bilgi Toplumu İstatistikleri, "Hanehalkının Bilgi ve İletişim Teknolojilerini bulundurma ve kullanım istatistikleri" Çevirimiçi: [http://www.stat.gov.az/source/information\\_society/](http://www.stat.gov.az/source/information_society/) (Erişim tarihi: 24.09.2014)

<sup>115</sup> İsmayılzade, Ferid, GoldenPay genel müdürü, Kişisel görüşme, 2014

yıllarında Milli Ödeme Sisteminin geliştirilmesi devlet programı" çerçevesinde kurulan Millikart işlem merkezinin desteklediği bankalarla (1 banka) işbirliği yapılmaktadır.

Bir diğer işlem merkezi olan Azericard ise "Azerbaycan Uluslararası Bankası" A.Ş.'ye mahsus olup 1996 yılında ülkenin ilk işlem merkezi olarak kurulmuştur. Azerbaycancan'daki en büyük bankalarla çalışan bu işlem merkezi elektron hizmetlerini sağlamak için kendi Azericard Ödeme Sistemini geliştirmiştir. Ülkenin 29 bankasına hizmet vermektedir.

Diğer bir işlem sistemi olan KapitalKart ise sadece Kapital Bankasına hizmet vermektedir. Azericard ve GoldenPay Ödeme Sistemlerinin sadece kendi çalıştıkları bankaları üzerinden ödemeleri desteklemeleri elektronik ödemelerin yaygınlaşmasında sorunlar yaratmakta ve işlemlerin akıcılığına engel olmaktadır.

Üç kart işlem merkezi üzere yaklaşık olarak 4.7 milyon plastik kart bulunmaktadır. Bunlardan %80-i sadece maaş ve sosyal ödeme kartları olup, kredi kartı kullanımı halen de çok fazla yaygınlaşmamıştır. Ülke genelinde 30.853 pos terminal ve 2.077 bankomat kurulmuştur<sup>116</sup>.

Elektronik ödeme sistemlerinin kurulmasını takiben pazarda bir çok E-Ticaret siteleri meydana çıkmaya başlamıştır. Bunlardan ilkleri [aromat.az](http://aromat.az) (parfüm ve hediyelik eşyalar üzerine 2008'de kurulmuştur, [giftshop.az](http://giftshop.az) (2009-2010'da kurulmuştur, çok kanallı faaliyet göstermektedir), [topshops.az](http://topshops.az) (2009-2010, çok kanallı) gibi siteler olmuştur. Günümüzdeyse artık firmalar elektronik ticaretin geleceğinin parlak olduğunu görmüş olmalı ki, e-ticaret sitelerinin yanında bir çok fiziksel mağazalar da kendi siteleri üzerinden online olarak satış yapmaya başlamıştır<sup>117</sup>.

Şekil 5'de gördüğümüz gibi Azerbaycan'da hanehalkının son 5 yıldaki internet kullanım oranları Türkiye halkının internet kullanım oranlarından (şekil 3) daha yüksek

---

<sup>116</sup> **AMB**, Ödeme Sistemleri, Çevirimiçi: <http://www.cbar.az/pages/payment-systems/non-cash-payments/card-infrastructure/card-processing-entities/> (Erişim: 25.09.2014)

<sup>117</sup> **İmanov** Röyal, Verdiyeva Süreyya, "Online alışveriş ve onun artıları ve eksileri", Startup Weekends, Yayınlanmamış Makale, Bakü 2013

seyretmektedir. Bildiyimiz gibi e-ticaretin yaygın olması için en önemli faktörlerden birisi de o ülkede internet kullanımının yaygın olmasıdır. Bu bakımdan internet kullanıcılarının toplam nüfustaki yüzdesi yüksek olmasına rağmen, bunun elektronik ticaret hacmine yansımadağını görmekteyiz. Şöyleki, 2013 yılı toplam perakende ticaret hacmi 25.1 milyar dolar<sup>118</sup> olmasına rağmen, e-ticaretin bundaki payı sadece 3.32 milyon dolar, yani 0.01 % olmuştur. Bu da, Tablo 3`ü yorumlarken de söylediğimiz gibi elektronik ticaretin gelişebilmesi için sadece internetin yaygın olmasının yetmemesi sebebindendir ki, hem de ülkenin güçlü enformasyon altyapısına, elektronik ticaret yapılabilmesi için hukuki düzenlemelere ve bunun da ötesinde vatandaşlarda e-ticarete karşı güvenin oluşması gerekmektedir.

### **3.2 Altyapı Çalışmaları**

Daha önce de değindiğimiz gibi, bir ülkede elektronik ticaretin yaygınlaşması için devletin güçlü desteğinin olması ve bir sıra altyapı çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Bu bakımdan Azerbaycan`da e-ticaretin yaygınlaşması açısında dönüm noktası sayılabilecek bazı gelişmeleri vurgulamak gerekir.

Altyapı çalışmaları arasında en önemlilerinin, Azerbaycan Merkez Bankası (AMB) tarafından yürütölmekte olan "Milli Ödeme Sistemi" (MÖS) ve Azerbaycan İletişim ve İleri Teknolojiler Bakanlığı (Azerbaycan İletişim Bakanlığı) tarafından yürütölen "Elektronik Hükümet" çalışmalarının olduğunu görmekteyiz.

#### **3.2.1 Milli Ödeme Sistemi**

Son on yılda AMB tarafından uluslararası deneyime dayalı olarak uluslararası finans kuruluşlarının teknik yardımı ve mali desteğı de kullanılarak Milli Ödeme Sisteminin kurulması ve gelişmesi yönünde geniş reformlar gerçekleştirilmiştir. 1998 yılında Milli

---

<sup>118</sup> **DİK**, Ticaret, "Perakende Ticaret Hacmi" Çevirimiçi: <http://www.stat.gov.az/source/trade/> (Erişim tarihi 26.09.2014)

Ödeme Kurulu'nda MÖS'nin oluşturulmasının kavramsal temelleri ve stratejisi geliştirilmiştir.

AMB'nın ödeme sistemleri alanındaki faaliyeti onun yapısal birimlerinden biri olan Ödeme Sistemleri ve Hesaplamalar Departmanı tarafından gerçekleştirilmektedir. Departmanın görevi modern standartlara uygun elektronik ödeme sistemlerinin oluşturulması, onların istikrarlı ve kesintisiz kullanımının sağlanması, bu yönde yaşanan uluslararası eğilimler dikkate alınarak sürekli geliştirilmesi ve innovasyonun temin edilmesidir<sup>119</sup>.

### **3.2.1.1 AZIPS (Azerbaijan Interbank Payment System)**

AZIPS sistemi MÖS yapısının esas bileşenlerinden birini oluşturmaktadır. Türkiye'de EFT sisteminin benzeri bir sistem olmakla Azerbaycan sınırları içerisinde gerçek zamanlı çalışan bankalararası milli hesaplaşma sistemidir. AMB'nın belirlediği konsept ve strateji baz alınarak 1998 yılında İngilterenin "Logica" şirketi ile sistemin kurulması için anlaşma sağlanmış ve sistem kurularak 2001 yılı şubat ayında kullanıma sunulmuştur.

AZIPS sisteminin 3 esas bileşeni vardır:

- MHS - Merkezi Hesap Sistemi - ödeme fonksiyonlarını yerine getirmektedir;
- S.W.I.F.T. (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) Dünya Bankalararası Mali Telekomünikasyon Sistemi - ödeme sisteminden gerçek zamanlı (online) kullanımını sağlar;
- MİM - Merkezi Arayüz Modülü - MHS ile SWIFT ağı arasında bağlantıyı sağlar<sup>120</sup>.

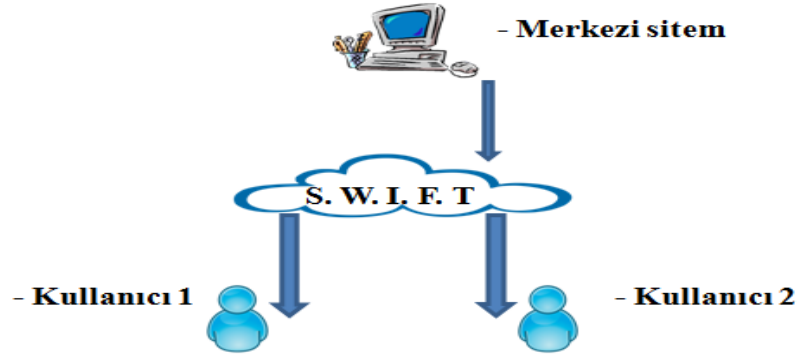
Hesaplar arasında doğrudan fon transferi (hesap transferi) sadece Azerbaycan Merkez Bankası tarafından yapılır. Hesaptan doğrudan aktarma için bilgi akışı Şekil 6'da gösterilmiştir:

---

<sup>119</sup> AMB a.g.e

<sup>120</sup> Azerbaycan Cumhuriyetinde Faaliyette Bulunan Finans Kuruluşları Arasında Hesaplaşmaların Düzenlenmesi Kuralları, Kanun Yayınları, Bakü 2001

**Şekil 6:** Hesaptan hesaba fon aktarımı



**Kaynak:** AMB<sup>121</sup>

Şemadan gördüğümüz gibi, MHS işçi istasyonundan ödemeler otomatik olarak yönetilmektedir. Eğer hesapta bakiye varsa, sistem S.W.I.F.T. üzerinden online olarak kaynağı bir hesaptan diğerine aktarır. Sistemden kullanıcılara alacaklandırma ve kredilendirme ile ilgili MT900 ve MT910 mesajları gönderilir<sup>122</sup>.

### 3.2.1.2 Küçük Çaplı Ödemeler Kliring Sistemi

MÖS'nin diğer bir önemli bileşeni, Azerbaycan'da küçük çaplı ve aciliyeti olmayan ödemeler için öngörülmuş olan, Küçük Çaplı Ödemeler Kliring Sistemidir (XÖHKS<sup>123</sup>). XÖHKS sistemi 2002 yılının sonlarında Dünya Bankasının ihalesinin galibi olan CMA Small Systems AB şirketi tarafından Milli Telekomünikasyon Ağı dahilinde kurulmuştur.

Bu sistemin kurulmasıyla küçük hacimli, ama sürekli tekrarlanan küçük ödemelerin (maaş, sosyal güvenlik ödemeleri, telefon, gaz, su, elektrik enerjisi gibi kamu hizmeti ödemeleri vb.) elektronik cihazlar vasıtasıyla yapılmasına, aynı zamanda, küçük ödemelerin esas katılımcıları olan kamu hizmeti tesislerinin, büyük sayıda ödeme işlemleri (örn., vergi, gümrük ve sosyal güvenlik ödemeleri) yapmakta olan hükümet

<sup>121</sup> AMB, AZİPS sistemi Çevirimiçi: [http://www.cbar.az/assets/620/azips\\_funksional.pdf](http://www.cbar.az/assets/620/azips_funksional.pdf) (Erişim tarihi: 02.10.2014)

<sup>122</sup> AMB, AZİPS sistemi

<sup>123</sup> Azerbaycan türkcesinde "Xırda Ödənişlər üzrə Hesablaşma Klirinq Sistemi"



kurumlarının Milli Ödeme Sisteminin altyapısına entegrasyonu için uygun zemin oluşturulmuştur<sup>124</sup>.

XÖHKS sistemi S.W.I.F.T. uyumlu XML formatlı bilgilerle çalışır. Sistemde bilgiler yerel telekomünikasyon ağı üzerinde kurularak tam fonksiyonel, kriptografik koruma sağlanmaktadır. İletilen bilgiler için 5 seviyeli kontrol ve güvenlik mekanizması uygulanmaktadır<sup>125</sup>.

### 3.2.1.3 Yaygın Ödemeler için Merkezi Bilgi Sistemi

Ödeme sistemleri alanında yapılan reformların kapsama alanının genişletilmesi ve bölgelere yönlendirilmesi, kurulmuş olan Milli Ödeme Sisteminin olanaklarından daha aktif yararlanılması, tüm ülke genelinde tek bir elektronik ödeme mekanının oluşturulması, tüzel ve gerçek kişilerin mali hizmetlerine ulaşılabilirliğinin daha da artırılması amacıyla Cumhurbaşkanının kararnamesi ile "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Milli Ödeme Sisteminin Gelişimi üzere 2005-2007 yılları için Devlet Programı" kabul edilmiştir.

Bu programın kabul edilmesinden sonra MÖS yapısının tamamlanması, kamu hizmeti kurumlarının dahili bilgi sistemlerinin uluslararası standartlara göre geliştirilmesi ve ödeme sistemleri altyapısına teknolojik entegrasyonunun tamamlanmasının uygulanması ile ilgili olarak kamu hizmeti hakları ödemeleri için Yaygın Ödemeler için Merkezi Bilgi Sistemi (KÖMİS<sup>126</sup>) oluşturularak 2008 yılının 11 Temmuz tarihinden itibaren kullanıma sunulmuştur<sup>127</sup>. Sistem aracılığıyla KÖMİS-e katılmış kamu hizmeti kuruluşlarında ödemeleri hem nakit, hem de bankomatlarda ve KÖMİS-in internet hizmeti (www.apus.az) kullanılarak ödeme kartları aracılığıyla gerçekleştirmek mümkün olmaktadır.

---

<sup>124</sup> AMB, XÖHKS sistemi Çevirimiçi: <http://www.cbar.az/pages/payment-systems/> (Erişim: 02.10.2014)

<sup>125</sup> AMB, XÖHKS sistemi

<sup>126</sup> Azerbaycan türkcesinde "Kütləvi Ödənişlər üzrə Mərkəzləşdirilmiş İnformasiya Sistemi"

<sup>127</sup> Bağırzade, Elşen "Bağımsızlığının 20. Yılında Azərbaycan Cumhuriyeti Ekonomisi", Hacettepe Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Türkiyat Araştırmaları, Sayı 15, Ankarara 2011, s. 302 Çevirimiçi: <http://www.turkiyat.hacettepe.edu.tr/dergi/15sayi.pdf> (Erişim tarihi: 05.10.2014)

Daha sonrasında, devlet bütçesine ödenecek fonların tek bir platform üzerinden kabul edilmesinin sağlanması amacıyla KÖMİS-in teknik ve fonksiyonel özellikleri genişlendirilerek "Hükümet Ödeme Portal"ı (HÖP) oluşturulmuştur<sup>128</sup>. KÖMİS'in veritabanı üzerine inşa edilen HÖP'de ödemeyi kabul edenin kurumsal kimliği otomatik olarak sistem tarafından girilerek ortaya çıkabilecek hatalar minimuma indirilmektedir.

Sistemin eskiden "www.apus.az" olan sitesi de "www.gpp.az" (government payment portal) olarak değiştirilmiştir. Ayrıca bütün devlet kurumlarının bu sisteme entegrasyonu ile kayıtdışı ekonominin ve yolsuzluğun önüne geçilmeye çalışılmaktadır.

HÖP'e günümüz itibarıyla bir çok kamu hizmeti kurumları, bir çok bakanlıklar entegre edilmiş ve 220 çeşit e-hizmet bu portal üzerinden sağlanmaktadır. Ödeme yolları için ise, banka ve posta şubelerinden hesaba aktarım, plastik kartlar (hem bankomat, hem de kredi kartları), bankomatlardan nakit para yatırarak ve internet bankacılığı gibi bir çok çeşitler sunulmaktadır.

### **3.2.2 Elektronik Azerbaycan Devlet Programı**

Azerbaycan hükümeti ülkenin bilgi toplumuna dönüşmesi ve bunun bir parçası olarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin geniş uygulanması yönünde sistemli bir faaliyet yürütmektedir. Bu yönde atılan en önemli adımların başında Cumhurbaşkanının 2003 tarihli talimatı ile kabul edilen "Azerbaycan Cumhuriyeti'nin gelişmesi adına bilgi ve iletişim teknolojileri Ulusal Stratejik Planı (2003-2012 yılları)"<sup>129</sup> ve bu Planın uygulanması için öngörülmüş olan "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde iletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişmesi için 2005-2008 yılları Devlet Programı" (veya diğer adıyla I Elektronik Azerbaycan) ve 2010-2012 yılları Devlet Programı (II Elektronik Azerbaycan) gelmektedir. Ülkedeki teknolojik gelişmeler uluslararası kuruluşlar tarafından da değerlendirilmiş, Dünya Ekonomik Forumu "Global Bilgi Teknolojileri

---

<sup>128</sup> **Hükümet Ödeme Portalı**, Çevirimiçi: <https://gpp.az/az/site/page/createddate> (Erişim: 17.10.2014)

<sup>129</sup> **Azerbaycan Cumhurbaşkanlığı resmi internet sitesi ACRİS**, <http://president.az/articles/11312>

2013" raporunda dijital çağın sunduğu fırsatlardan yararlanma kapasiteleri baz alınarak incelenen 144 ülke ekonomisi arasında Azerbaycan 56. sırada yer almıştır<sup>130</sup>.

Birinci Elektronik Azerbaycan programı kapsamındaki görülmüş işler sayesinde ülkenin bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) pazarında serbest rekabet ortamının oluşturulması, bu alana yatırımların teşvik edilmesi ve özel sektörün geliştirilmesi için önemli adımlar atılmıştır. BİT alanında hukuki düzenlemeler yapılmış, telekomünikasyon altyapısı modernleştirilmiş, en yeni teknolojilerin uygulanması başlanmış, halka, işletmelere ve kurumlarına verilen iletişim hizmetlerinin kalitesi yükseltilmiştir. E-devlet uygulamalarının tatbik edilmesi için bütün devlet kurumlarında altyapı çalışmaları yapılmaya başlamıştır. Bütün bunlar BİT Ulusal Stratejik Planının bir sonraki aşaması için esaslı zemin oluşturmuştur.

Bir sonraki aşama olarak, bilgi güvenliğinin sağlanması, e-imza ve elektronik belge dolaşımı hizmetlerinin uygulamaya başlanması ile e-devlet hizmetlerinin yaygınlaştırılması, elektronik ticaret ve posta-finans hizmetlerinin geliştirilmesi ve internet kullanımı seviyesinin artırılması gibi amaçlarla 2010-2012 yıllarını kapsayan İkinci Elektronik Azerbaycan devlet programı kabul edilmiştir. Programın esas amaçları arasında e-devlet uygulamaları ile vatandaşlara bilgi verilmesinin yanı sıra, e-hizmetlerin sunulması ve "tek pencere" sisteminde çalışmasını sağlamak gösterilmiştir ki, bugün Hükümet Ödeme Portalı ile bu amaca büyük ölçüde ulaşıldığı görülmektedir<sup>131</sup>. Birleşmiş Milletler Teşkilatının (BM) 2014-de yayınladığı "E-devlet" uygulamalarının gelişmişlik düzeyine göre ülkeler sıralaması raporunda Azerbaycan 193 ülke arasında 68-ci yerde gösterilmektedir<sup>132</sup>.

---

<sup>130</sup> **World Political Forum**, Çevirimiçi: <http://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2013#map> (Erişim tarihi: 18.10.2014)

<sup>131</sup> **ACRİS**

<sup>132</sup> **BM**, "United Nations E-government Survey 2014", Araştırma Raporu, New York 2014, s.28  
Çevirimiçi: [http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov\\_Complete\\_Survey-2014.pdf](http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf) (Erişim tarihi: 20.10.2014)

BİT Ulusal Stratejik Planının aşama aşama uygulanmasına yönelik kabul edilen Devlet programları 4 ana istikamette hayata geçirilmektedir<sup>133</sup>:

1. Ulusal telekomünikasyon və posta altyapısı və hizmetlerinin geliştirilmesi - program çerçevesinde bu alanda yapılan yatırımların hacmi 1 milyar doların üzerinde olmuştur. Bölgelerin telefon ve posta şebekeleri yenilenmiş ve 2008 yılı itibarıyla bütün ülke arazisi telefon şebekesiyle temin edilmiştir. Ücra bölgelerde bulunan və coğrafi açıdan fiziksel hatla telefon şebekesi kurulması mümkün olmayan yerleşim birimlerinde telefon iletişimi uydu cihazlarının kurulumu aracılığıyla sağlanmıştır. 2011 yılında ise Azerbaycan kendisinin ilk milli "Azerspace-1" isimli iletişim uydusunu yörüngeye göndermiştir.

2. Devlet ve yerel yönetim kuruluşlarında BİT'nin uygulanması və elektronik hizmetlerin geliştirilmesi - E-devlet hizmetlerinin sunulması zorunlu hale getirilmiş, devlet kurumlarının web siteleri kurulmuş ve gov.az alanında yerleştirilmiş, KÖMİS ve HÖP gibi ödeme portallar oluşturulmuştur. Ayrıca kurulan Elektronik Hükümet Portalı (www.e-gov.az) ile devlet kurumlarının e-hizmetleri "tek pencere" prensibiyle bir çatı altına toplanmaktadır. Devlet kurumlarının internet sayfaları üzerinden sundukları 481 adet e-hizmetlerden 398-i bu portal üzerinden sunulmaktadır. Bunlardan ise 321-i tam olarak portala entegre edilmiştir<sup>134</sup>.

3. Bilgi toplumuna geçiş için ortamın oluşturulması - bu alanda yapılan çalışmalar altyapı çalışmalarının yapılmasına karşın BİT-den yararlanamayan halkın bilinçlendirilmesi (okullarda bu yönde derslerin verilmesi, devlet kurumlarında çalışanların ücretsiz kurslara gönderilmesi gibi) yönünde yapılmaktadır. Aynı zamanda ülkede elektronik imza kullanımının düzenlenmesi için Açık Anahtar Altyapısı ve Milli Sertifika Hizmetleri Merkezi kurulmuş ve 2011 yılı Eylül ayından devlet kurumlarına, vatandaşlar ve ticari faaliyette bulunanlara elektronik imzaların verilmesine başlanılmıştır. Elektronik imzanın uygulanması nüfusun elektronik hizmetlerden

---

<sup>133</sup> ACRİS

<sup>134</sup> Elektronik Hükümet Portalı, Çevirimiçi: <https://www.e-gov.az/> (Erişim: 22.10.2014)

faýdalanmasının genişlemesine, onlara daha kaliteli ve güvenli hizmetler sunulmasına, ayrıca elektronik hükümetin ve elektronik ticaretin yaygınlaşmasına hizmet etmiştir<sup>135</sup>.

4. Rekabetçi ve ihracat odaklı BİT potansiyelinin güçlendirilmesi - bu alanda gelişme sağlanabilmesi için devletin yerli teknoloji şirketlerine yönelik çeşitli yatırımları bulunmaktadır.

Yapılan çalışmalara rağmen halen e-hizmetlerle ilgili bilinçlendirme çalışmalarının yetersiz kaldığı, çeşitli devlet kurumlarının bilgi kaynakları ve çalışma sistemleri kurulurken belirli standartlar üzerine yapılandırılma yapılmadığından entegrasyonda sıkıntı yaşandığı, e-imza hizmeti sağlanırken kesintileri olması, internetin çok pahalı olması gibi sorunların halen devam ettiği görülmektedir.

Azerbaycan İletişim ve İleri Teknolojiler bakanı Ali Abbasov'un yaptığı açıklamalara göre, 2003-2012 yıllarını kapsayan BİT Ulusal Stratejik Planının süresinin bitmesinden sonra, 2014 yılı Nisan ayında onaylanan "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde bilgi toplumunun gelişimine ilişkin 2014-2020 yılları için Ulusal Stratejik Plan"<sup>136</sup> ı çerçevesinde yeni Devlet programlarının kabul edilmesiyle bu problemlere yönelik yeni çalışmaların yapılacağı ve sorunların ortadan kaldırılacağı beklenmektedir.

### 3.3 Hukuki Düzenlemeler

Bilgi toplumuna geçişi sağlamak, e-devlet yapısını güçlendirmek ve elektronik ticaretin yaygınlaşması için altyapı çalışmalarına devam eden Azerbaycan'da elektronik ticaretin hukuki düzenlemesi " Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Elektronik Ticaret hakkında Kanunu" ile ve bu kanunun 3. maddesinde de belirtildiği gibi "Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası, Azerbaycan Cumhuriyeti Özel Hukuk mevzuatı, Azerbaycan Cumhuriyeti'nin "Elektronik imza ve elektronik belge hakkında kanunu" ile yapılmaktadır.

---

<sup>135</sup> Azerbaycan İletişim Bakanlığı resmi internet sitesi (AİBRİS), Çevirimiçi: <http://www.mincom.gov.az/fealiyyet/it/e-gov/> (Erişim tarihi: 05.11.2014)

<sup>136</sup> ACRİS

### 3.3.1 Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Elektronik Ticaret Hakkında Kanunu

"Elektronik Ticaret Hakkında Kanun" Mayıs 2005 tarihinde Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisi (ACMM) tarafından kabul edilmiş ve aynı yıl Temmuz ayında yürürlüğe girmiştir. Kanunun giriş kısmında da belirtildiği gibi, "Bu Kanun, Azerbaycan Cumhuriyeti'nde elektronik ticaretin düzenlenmesi ve uygulanmasının hukuki temellerini, taraflarının hakları ve görevlerini, ayrıca elektronik ticaret mevzuatının ihlali durumlarında tarafların sorumluluklarını belirler."<sup>137</sup>

Toplamda 5 bölüm ve 14 maddeden oluşmakta olan kanunun 1-3. maddeleri kapsayan 1. Bölümü Genel Hükümler başlığını taşımaktadır. Birinci maddede kanunda geçen kavramların tanımlamaları yapılmıştır. Maddenin 1. fıkrasında e-ticaret kavramı "bilgi teknolojileri kullanılarak malların alım satımı, hizmetlerin sağlanması ve işlerin yapılması çerçevesinde gerçekleştirilen faaliyet" şeklinde tanımlanmıştır. Aynı maddenin 6. fıkrasında ticari bildirim kavramı tanımlanırken "ticari bildirim - satıcı (tedarikçi) tarafından malların yaygınlaştırılmasına, hizmetlerin sunulmasına, işlerin yapılmasına veya imajının şekillendirilmesine doğrudan veya dolaylı olarak hizmet eden bilgi" şeklinde ifade kullanılmıştır. Burada bahsi geçen kanun elektronik ticaretten bahsettiği için, tanımlamada elektronik ticari bildirim kavramının kullanılması kavramsal kargaşanın yaşanmasını önlemek açısından daha uygun olacaktır.

Birinci bölümün 2. maddesinde kanunun kapsamı alanından bahsedilmektedir. Burada belirtildiği üzere, bu kanun hükümleri Azerbaycan Cumhuriyeti'nde finans piyasası, sigorta ve menkul kıymetler hariç, geri kalan alanlarda yapılan elektronik ticarete uygulanır. Bu alanlarda yapılan işlemler ise diğer mevzuatlarla düzenlenmektedir. Ayrıca kanun hükümleri noter tarafından onaylanmalı olan veya devlet kayıtlarına alınması gereken sözleşmelere uygulanmamaktadır. Halihazırda çalışmaları devam eden elektronik noter hizmetleri kullanılmaya başladığında bu maddede değişiklik yapılması veya kanundan çıkarılması gerekmektedir.

---

<sup>137</sup> Azerbaycan Adliye Bakanlığı Merkezi Mevzuat Veritabanı (ABMMV), Elektronik Ticaret Hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti'nin 908-IIQ numaralı Kanunu, Çevirimiçi: <http://e-qanun.az/print.php?internal=view&target=1&docid=10406&doctype=0> (Erişim tarihi: 06.11.2014)

Kanunun 2. bölümünde E-ticaretin düzenlenmesi prensipleri yer almakta ve 4-5. maddeler yer almaktadır. Madde 4'ün 3. fıkrasında 2000/31/EC sayılı AB Yönergesinin 4.1 maddesinde de belirtildiği gibi e-ticaretin önceden herhangi bir izne tabi tutulamayacağı hükme bağlanmıştır. Ancak özel izin (lisans) gerektiren faaliyet türleri istisna olarak bırakılmıştır. Bu noktada, sadece "özel izin (lisans) gerektiren faaliyet alanları" ifadesinin kullanılarak, bu alanların kesin olarak tanımlanmaması veya en azından örnek gösterilmemesi, hukuken bir boşluk olarak nitelendirilebilir.

E-Ticaretin taraflara yönelik talepler başlıklı 5. maddesi, AB Yönergesinin de 5. maddesinde belirtilmiş hizmet sağlayıcının e-ticaret yaparken belirtmeli olduğu bilgilerle uyumludur. Burada (genellikle kanunda) hizmet sağlayıcı yerine satıcı (tedarikçi) ifadesi kullanılmıştır. Bu maddenin 2. fıkrasında tüketicilerin korunması için belirtmeli olan bilgilerin "*özel bir yeteneğe sahip olmayan alıcılar (müşteriler) tarafından anlaşılabilir ve net olması*" gerektiği vurgulanmıştır. Maddenin 3. fıkrasında hizmet sağlayıcıların (satıcıların) aşağıdaki bilgileri belirtmeli oldukları hükmedilmiştir:

1. *Tüzel kişinin adı, tescil kaydı, yasal organizasyon yapısı, adresi veya gerçek kişinin soyadı, adı ve babasının adı, adresi;*
2. *iletişim bilgileri (telefon, faks, internet ve elektronik posta adresleri);*
3. *satıcının (tedarikçi) ticaret sicilinde veya diğer bir sicilde kaydı olduğu halde, sicilin adı, kayıt numarası veya diğer bir kimlik bilgisi; satıcı (tedarikçi) herhangi bir meslek alanında faaliyet gösterirken ise kayıt yaptırmış olduğu ilgili merci veya devlet kurumunun adı, faaliyet yaptığı meslek üzere yeterlilik derecesi, meslek kuralları ve bu kurullarla tanışma imkanı hakkında bilgi;*
4. *girişimcilik faaliyetine özel izin (lisans) uygulanması halinde özel izin (lisans) ve onu veren tescil organı hakkında bilgi;*
5. *Vergi kimlik numarası;*
6. *malların, hizmetlerin ve çalışmaların fiyatına verginin ve malın (hizmetin, çalışmanın) teslimat ücretinin dahil olup olmadığı ve miktarı hakkında bilgi.*

Tüketicilerin korunması açısından bu kanunun yanında, özel hukuk mevzuatının ve Tüketici Haklarının Korunması hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti kanunu hükümlerinin uygulanacağı 5. maddenin 4.fikrasında belirtilmiştir.

E-ticaretin uygulanması başlıklı 3. bölüm 6-10. maddeleri içermektedir. Madde 6`da ticari bildirim kavramı ve özellikleri ayrıca gösterilmiş olmakla birlikte, kanunun kavram tanımlamaları yapılan 1.6 maddesinde de olduğu gibi ticari bildirimler için elektronik ifadesi kullanılmamıştır. Bu maddenin 3. fıkrasında " Alıcının (müşterinin) rızası olmadan satıcı (tedarikçi) tarafından elektronik posta yoluyla teşebbüs nitelikli ticari bildirimler gönderilebilir" ifadesi bulunmaktadır. Burada sadece elektronik posta zikredilmiş olunmasına rağmen gündelik hayatta diğer yollarla da (kısa mesajlar, elektronik afişler vb.) bildirimlerin gönderildiği görülmektedir. Aynı fıkrada geçen "Satıcı (tedarikçi) teşebbüs nitelikli ticari bildirimlerini almak istemeyen kişilerin vazgeçebilmesine imkan tanımalı ve buna uymalıdır. Teşebbüs nitelikli ticari bildirimlere cevap verilmemesi kabul sayılmaz" hükümlerine rağmen Tüketicilerin Korunması hattına yapılan çok sayılı şikayetler üzerine mesele ACMM`ne taşınmış ve gelecekte Türkiye`de "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi hakkında kanun"un 6.1 maddesiyle hükme bağlanan tüketiciden önceden izin alma şartlarının Azerbaycan`da da tatbik edileceği beklenmektedir.

Kanunun 7. maddesinde elektronik sözleşmelerin düzenlenmesine yönelik hükümler yer almaktadır. Maddenin 1. fıkrasında e-sözleşmelerin elektronik belge niteliği taşıdığı vurgulanmıştır. İkinci fıkrada icabın, herhangi bir kişi (gerçek veya tüzel olmaları belirtilmemiştir) veya onun kanuni temsilcisi, ve yahut da otomatik bir sistem tarafından yapılabileceği belirtilmektedir. Bu kanunda da türk mevzuatında olduğu gibi e-sözleşmeler hazır olmayanlar arasındaki sözleşme hükmünde olmaktadır. Bu nedenle de e-sözleşmenin kurulma anı hazır olanlar arasındaki gibi icabın kabul edildiği an değil, kabul beyanının icapta bulunana ulaştığı an olarak gösterilmiştir (Madde 7.5).



Sekizinci madde hükümleri sözleşmenin kurulması şartlarını düzenlemektedir ve AB Yönergesi (madde 10<sup>138</sup>) ve Türk mevzuatıyla (Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği, madde 5<sup>139</sup>) büyük ölçüde uyumludur. Bu maddede sözleşmenin kurulmasından önce tüketicinin aşağıdaki bilgilerle temin edilmesi gerektiği belirlenmiştir (Madde 8.1):

1. *Tedarikçinin adı, adresi;*
2. *malların (hizmetlerin, işlerin) özellikleri hakkında temel bilgiler;*
3. *vergiler dikkate alınarak malların (hizmetlerin, işlerin) fiyatları;*
4. *teslimat koşulunu taşıyorsa, maliyeti ve diğer şartları;*
5. *ödeme ve siparişin sağlanma şartlarını;*
6. *bu Kanunda öngörülen imtina hakkından yararlanma imkanı;*
7. *icap veya fiyatın geçerli olduğu süre;*
8. *gerekirse, malların, işlerin ve hizmetlerin sürekli veya düzenli tedarik edilmesinin asgari süresi;*
9. *sözleşmenin kuruluş yöntemi ve aşamaları;*
10. *satıcı (tedarikçi) tarafından sözleşmenin kaydının yapılması ve ona erişim;*
11. *siparişin verilmesi sırasında yapılan hataların tespiti ve düzeltilmesi için mevcut olan teknik olanaklar.*

Sözleşmenin kurulma anı alıcının kabul beyanının satıcıya ulaştığı an olarak gösterildiği gibi (Madde 7.5), siparişin alınma anı olarak da, kabul beyanını aldığını onaylayan satıcının elektronik beyanının alıcıya ulaşma anı olarak düzenlenmiştir (Madde 8.2).

Ayrıca, "Elektronik Ticaret Hakkında Kanunun" uygulanması ile ilgili olarak mevzuatta yapılacak başka değişiklikler için 28 Şubat 2006`da yürürlüğe giren bir diğer kanunla<sup>140</sup> Özel Hukuk alanında bazı değişiklikler yapılmıştır. Bu kanunla Özel Hukuk

---

<sup>138</sup> Bu çalışmanın 40. sayfasında bulabilirsiniz

<sup>139</sup> **Resmi Gazete**, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/11/20141127-6.htm>

<sup>140</sup> Elektronik Ticaret Hakkında AC Kanunun uygulaması ile ilgili olarak bazı mevzuatta yapılacak ilaveler hakkında Kanun

mevzuatının sözleşmeler başlıklı 13. faslının 331.5 maddesine ve Borçlar Kanununun<sup>141</sup> 386.4 maddesine aşağıdaki ifadeler eklenmiştir:

331.5. "Sözleşmelerin elektronik ortamda kurulması ile ilgili konular elektronik ticaret ve elektronik belge dolaşımına dair Azerbaycan Cumhuriyeti yasalarınca düzenlenir."

386.4. " Elektronik biçimde kurulan sözleşmelerden kaynaklanan yükümlülüklerin içeriği ve uygulanması ile ilgili konular, elektronik ticaret hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti'nin kanunu ile belirtilener hariç, bu kanunla ile düzenlenir.

Madde 9`da tüketicinin (alıcının) cayma hakkı düzenlenmiştir. Maddenin 1. fıkrasında tüketicilere ödeme şekline bakılmaksızın, cezasız olarak ve gerekçe göstermeden 7 iş günü içerisinde sözleşmeden cayma hakkı verilmiştir. Bu sürenin ne zamandan başlayacağı 2 ve 3. fıkralarda belirlenmiştir. Buna göre, eğer hizmet sağlayıcı sözleşmenin kurulması ile ilgili bu kanunun 8.1 maddesindeki bilgileri tamamıyla temin etmişse, 7 günlük bu süre sözleşmenin kurulduğu andan başlamaktadır. Hizmet sağlayıcının bu bilgilerin teminini tamamıyla sağlayamadığı durumlarda bilgilerin tam olarak sağlanması için 3 aylık bir süre belirlenmiştir. Satıcının bu 3 aylık sürede bilgileri tam olarak temin etmesi halinde tüketicinin cayma hakkı, bilgilerin temin edildiği günden başlamaktadır. Müşterinin cayma hakkını kullanması durumunda satıcı caymanın yapıldığı günden itibaren 7 iş günü içerisinde mal (hizmet) bedelini kesintisiz olarak (malın iade edilme masrafları istisna tutulmuştur) müşteriye geri ödemek zorundadır (madde 9.4).

Cayma hakkına istisnalar 9. maddenin 5. fıkrasında getirilmiştir:

1. Bu kanunun 9.1 maddesinde belirtilen 7 günlük süre içerisinde alıcının onayıyla sözleşmenin icrasına başladığında;
2. fiyatı satıcı tarafından düzenlenmeyen para piyasasındaki değişmelerden etkilenen malların tedariki sözleşmelerinde;

---

<sup>141</sup> Azerbaycan türkcesinde "Mülki Məcəllə, Öhdəliklər hüququ , madde 386", "

3. alıcının (müşterinin) özel talebi üzerine üretim veya uyarlama nedeniyle iadesi mümkün olmayan, çabuk tahrip olan veya sınırlı kullanım süresi olan malların tedarik sözleşmelerinde;
4. ses, video kayıtları veya bilgisayar yazılımı, aynı zamanda diğer malların ambalaj malzemesi alıcı (müşteri) tarafından açıldığında veya başka şekilde ihlal edildiğinde;
5. gazete, dergi ve diğer süreli yayınlar tedarik edildiğinde.

Daha önce de belirttiğimiz gibi bu kanun hükümlerinin uygulanması için Özel Hukukta bazı değişiklikler yapılmıştır. Cayma hakkı ile ilgili olarak Özel Hukuk mevzuatında Sözleşmeler kanununun "Yükümlülüklerin icarsından cayma" başlıklı 430.4 maddesine şu ifade eklenmiştir: "Elektronik ticaret yapılırken yükümlülüklerin icarsından cayma hallerine Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Elektronik Ticaret kanununa uygun olarak izin verilir."

Sözleşmelerin icrası başlıklı 10. maddede siparişin temin edilmesi için 30 günlük süre belirlenmiştir ve bu süre alıcının siparişi gönderdiği günden itibaren işlemektedir. Eğer satıcı malları veya hizmetleri temin edememekte ise bunu müşteriye bildirmeli ve 7 iş günü içerisinde müşteriye geri ödeme yapmalıdır.

Dördüncü bölüm, kanun hükümlerinin ihlali halindeki sorumlulukları belirlemektedir. E-Ticaret alanında en önemli sorunlardan biri olan fikri mülkiyet hakları konusuna bu bölümde yer verilmiştir. Madde 11.3`de fikri mülkiyet haklarının ihlali vasıtasıyla gerçekleştirilen e-ticaretin kanunen hükümsüz olduğu ve ilgili kanunla belirtilmiş şekilde işlem uygulanacağı belirtilmiştir. Burada bahsi geçen ilgili kanunsa "Fikri mülkiyet haklarının teminatı ve korsana karşı mücadele kanunu"dur. Nitekim, adigeçen kanunda fikri mülkiyet haklarının ihlali ve korsan yayımların tespit edilmesi halinde, filli işleyen ve dolaylı olarak iştirak eden üçüncü şahıslar hakkında, eylemlerinin kanuna aykırı olduğunu bilmemeleri veya bilmeleriyle ilgili yeterince esas olmadığı durumlarda bile, mahkeme hak sahibinin zararının karşılanmasını hükme bağlayabilir. Hak sahibinin uğradığı zarar belirlenirken ihlalde bulunanların fikri mülkiyetin kullanımıyla elde ettiği gelirler, hak sahibinin hakkı ihlal olunmasaydı elde edecek olduğu gelirler ve mahkeme

masraflarının da dikkate alınması hükmedilmiştir<sup>142</sup>. Aynı eylemler için idari ve cezai sorumluluklar ise aynı kanunun (Fikri haklar kanunu) 11. maddesinde belirtildiği gibi, İdari Suçlar, Ceza, Ceza Muhakemesi kanunu ve İdari Yargılama Usul kanunlarıyla düzenlenmektedir.

İdari Suçlar Kanununa<sup>143</sup> yapılan değişikliklerle "Elektronik Ticaret hakkında mevzuatın ihlali" başlıklı 240.1 maddesi ilave edilmiştir. Bu maddeyle, tarafların yanlış bilgi vermesi, kanunsuz faaliyetin ihbar edilmemesi ve gerektiğinde yetkili kamu kurumlarına bilgilerin teşhir edilmemesi halleri için 20 manatdan, 300 manatadek idari para cezaları öngörülmüştür. Ancak uygulamada ve günümüz şartları baz alındığında, bu miktarların çok da caydırıcı olmadığı görülmektedir.

Genel olarak, satıcı ile alıcı (hizmet sağlayıcı ile müşteri) için sorumluluklar klasik ticarete olduğu gibi düzenlenmiş, aracı hizmet sağlayıcıların sorumlulukları ise madde 12`de ayrıca düzenlenmiştir. Bu maddede esasen aracı hizmet sağlayıcıların hangi durumlarda sorumluluk taşımadıkları gösterilmiştir. Alıcı ve satıcıların sağladıkları bilgilerde değişiklik yapmadıkları, bilgilerle ilgili tarafların istediği eylemleri hemen gerçekleştirdiği, tarafların kanuna aykırı faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olmadığı veya bilgisinin olması için yeterli delilin olmadığı durumlarda aracı hizmet sağlayıcılar sorumluluk taşımamaktadırlar.

### 3.3.2 Azerbaycan Cumhuriyeti`nin Elektronik İmza Hakkında Kanunu

Azerbaycan`da 9 Mart 2004 tarihli, 602-IIQ numaralı e-imza hakkında kanun<sup>144</sup> e-ticaret kanunundan bile daha önce, 2004 yılında kabul edilmiştir. Kanun kabul edildikten sonra elektronik imza çalışmalarının gerçekleştirilmesi için merkezi yürütme organı görevi İletişim ve İleri Teknolojiler Bakanlığına verilmiştir<sup>145</sup>. Ancak altyapı çalışmaları ve bürokratik geciktirmeler sonucu Milli Sertifika Hizmetleri Merkezi (MSHM) ancak

---

<sup>142</sup> Fikri mülkiyet haklarının teminatı ve korsana karşı mücadele kanunu, madde 6

**Çevirimiçi:** [http://www.e-qanun.az/files/framework/data/23/f\\_23895.htm](http://www.e-qanun.az/files/framework/data/23/f_23895.htm) (Erişim tarihi: 08.11.2014)

<sup>143</sup> Azerbaycan türkcesinde "İnzibati Xətalər Məcəlləsi"

<sup>144</sup> ABMMV, Erişim: <http://e-qanun.az/print.php?internal=view&target=1&docid=5916&doctype=0>

<sup>145</sup> Azerbaycan Cumhurbaşkanı'nın 246 numaralı fermanı ile

2011 yılı Eylül ayında resmi olarak faaliyetine başlamış ve e-imza sertifikaları dağıtmaya başlamıştır. Merkezin esas görevi Yüksek Kurul olarak yerel SHM`lerinin mevzuata uygun faaliyette bulunmalarını, uygun bilgisayar yazılımları kullanmalarını vb. kontrol etmekten oluşmaktadır. E-imza hizmetlerini daha etkili şekilde sağlamak amacıyla Bakü'nün esas posta merkezleri ve şubelerinde, ayrıca ülkenin bölgelerindeki posta şubelerinde Kayıt Merkezleri oluşturulmuştur. MSHM'nin internet sayfası<sup>146</sup> üzerinden de kullanıcılara bilgilendirme hizmetleri verilmekte ve e-imzaların kullanımı için gerekli yazılımların indirilmesine imkan tanınmaktadır.

Toplamda 7 bölümden oluşan kanunun ilk bölümü genel hükümlere ayrılmıştır. E-imza ile ilgili hükümler kanunun 2 ve 3. bölümlerinde yer almaktadır.

Birinci bölüm 4 maddeden oluşmaktadır. Madde 1`de kavramlara yönelik tanımlamalar yapılmıştır. E-imzanın tanımlaması yapılırken, AB ve Türk mevzuatlarındaki ile aynı olarak "diğer bir elektronik veriye bağlı veya onunla mantıksal bağı bulunan ve imza sahibini tanımlamaya imkan tanıyan" ifadesi kullanılmıştır (madde 1.1.4). AB mevzuatında gelişmiş, Türk mevzuatında güvenli e-imza olarak tanımlanan, ancak aynı anlama gelen kavramlar, bu kanunda güçlendirilmiş e-imza olarak tanımlanmıştır. Burada da bir e-imzanın güçlendirilmiş e-imza sayılabilmesi için, imza sahibine sıkı sıkıya bağlı, yalnızca onu tanımlayan, onun kontrolündeki e-imza oluşturma araçlarıyla oluşturulan ve ilişkili olduğu bilginin bütünlüğünün, sonradan değiştirilmediğinin tespit edilebilmesinin mümkün olması şartları aranmaktadır. Ancak Türk mevzuatından güvenli e-imza için aranan nitelikli sertifika ile kimlik tespiti sağlanması şartı<sup>147</sup> burada belirtilmemiştir. Buna rağmen Azerbaycan e-imza mevzuatında nitelikli sertifika anlamına gelen, gelişmiş sertifika ayırımı yapılmıştır.

Kanunun 3. maddesinde e-imzanın hukuki geçerliliğinden bahsedilmektedir. Maddenin 1. fıkrasında belirtildiği üzere sertifikasız imza oluşturma cihazıyla oluşturulmuş olanlar da dahil, e-imzalar elektronik oldukları için itibarsız sayılamazlar. Madde 3.2`de " *Azerbaycan Cumhuriyeti yasalarında öngörülen haller dışında,*

---

<sup>146</sup> <http://www.e-imza.az/>

<sup>147</sup> E-imza kanunu, madde 4(c)

*sertifikalı imza araçları ile oluşturulan ve geçerli olan gelişmiş sertifikalı güçlendirilmiş imza el imzası ile eşit hukuki geçerliliğe sahiptir"* ifadesi kullanılarak, güçlendirilmiş e-imzaların ıslak imzalarla aynı geçerlilikte olduğu, ayrıca bunun için imzanın gelişmiş sertifikalı imza oluşturma cihazıyla oluşturulmuş olması gerektiği belirtilmiştir. Kanunda e-belge kavramı ayrıca tanımlanmakla, bu e-belgelerin hukuki geçerliliğinin olması için e-imzayla onaylanmış olması gerektiği bildirilmiştir (kanunda e-belge kavramı zaten e-imzayla onaylanmış anlamında kullanılmaktadır). Böylece noter onayı gereken belgeler hariç, e-belgeler kağıt belgeler gibi hukuki sonuçlar doğurmaktadır. Gelecekte kurulması planlanan e-devlet hizmetlerinden biri olan e-noter hizmetiyle bu sorunun da ortadan kalkacağı beklenmektedir.

İkinci bölüm Elektronik İmza başlığını taşımakta ve 5, 6 ve 7. maddelerden oluşmaktadır. Bu maddelerde e-imzaların kullanımı ve kullanım alanları açıklanmaktadır. Kanunun 6. maddesinin 1 ve 2 fıkralarında devlet ve yerel yönetim kurumları için e-imza kullanımı şöyle ifade edilmiştir:

*6.1. Devlet ve yerel yönetim kurumlarının bilişim sistemlerinde elektronik belge dolaşımı için ancak güçlendirilmiş imza ve sertifikalı imza araçları kullanılır;*

*6.2. Devlet ve yerel yönetim kurumları kendi alanları üzere yetkilendirilmiş Merkezin hizmetlerini kullanmalıdır.*

Burada belirtmek istenen kamu kurum ve kuruluşları için sağlanan e-imza hizmetlerinin farklı olduğudur. Nitekim, yüksek yürütme ve yasama devlet makamlarının, bakanlık ve komitelerin, belediyelerin ve devlet kurumların personeline güçlendirilmiş sertifikaların verilmesini için e-imza sertifikalarını MSHM dahilinde faaliyet gösteren Kamu Kurumları Merkezi sağlamaktadır.

Kanunun yedinci maddesinde ise kurumsal olarak e-imzaların kullanımı kuralları açıklanmıştır. Kurumsal olarak e-imzaların verilmesi de MSHM dahilinde faaliyet gösteren Elektronik Hükümet Merkezi tarafından sağlanmaktadır<sup>148</sup>.

---

<sup>148</sup> **MSHM resmi internet sitesi**, Erişim: <http://www.e-imza.az/certm.php?pif=33&lang=az>

Ayrıca sıradan vatandaşlar ülke genelinde bulunan "Azerposta" LTD'nin posta şubelerinde yerleşen Kayıt Merkezlerine müracaat ederek veya online kayıt formlarını doldurmakla e-imza sertifikalarını elde edebilirler. Ayrıca MSHM dahilindeki Mobil Merkez'den elde edebileceğini mobil e-imza<sup>149</sup> vasıtasıyla hiç bir karta gerek duymadandan sadece kullanıcı adınız ve parolanızla da e-imza kullanabilirsiniz.

Üçüncü bölüm "Sertifika Hizmetleri, Sertifikalandırma" başlığını taşımaktadır. Kanunun 9. maddesinde SHM'lerinin akredit edilmesi şartları belirtilmiştir (madde 9.1). Bu şartlara göre sertifika hizmeti sağlamak isteyen "Merkez 30 gün öncesinden ilgili yürüte kurumuna müracaat etmelidir". Burada geçen ilgili yürütme kurumu yetkileri Azerbaycan Cumhurbaşkanınının 246 numaralı fermanı<sup>150</sup> ile İletişim ve İleri Teknojiler Bakanlığına verilmiştir. Merkez, gerçek veya tüzel kişi olarak faaliyet gösterebilmektedir (madde9.2). Merkezin başvurusunu takiben 30 gün içerisinde Bakanlık belgeleri kontrol ederek Merkezin kaydı hakkında bilgilendirme yapmalıdır. Ancak, Merkez yalnız Bakanlığın kendisini SHM kayıtlarına geçirmesinden sonra hizmete başlayabilmektedir (madde 9.6). Bu da sui-istimal hallerinin meydana gelmesine sebebiyet verebilmektedir. Oysaki, Türk mevzuatında Sertifika Hizmet Sağlayıcıları bildirimde bulunduktan 2 ay sonra faaliyete başlayabilirler.

Bakanlığın hangi durumlarda SHM'ni kayıt etmeyi reddeceği hükümleri 9. maddenin 7. fıkrasında belirtilmiştir:

- 1. başvuruda bulunan kişi bu Kanunun gereklerine uygun değilse;*
- 2. takdim edilmiş bilgi ve belgeler bu Kanunun gereklerine uygun değilse;*
- 3. başvuruda bulunan kişi yanlış bilgiler takdim etdikde;*
- 4. iletişim sistemi güvenliğinin denetiminin sonuçlarına göre başvuruda bulunan şahsın Merkez olarak faaliyet göstermesi mümkün sayılmadıkda;*
- 5. başvuruda bulunan kişinin sertifikalandırma veya zaman göstergelerinin tescili konusunda öngördüğü faaliyetleri bu Kanunun ve diğer hukuki düzenlemelerin gereklerine uygun değilse;*

---

<sup>149</sup> Sim kart çipleri vasıtasıyla sağlanan bu hizmet dünyada Estonyadan sonra 2. olarak Azerbaycan'da kullanılmaktadır

<sup>150</sup> <http://e-qanun.az/print.php?internal=view&target=1&docid=9940&doctype=0>

6. başvuruda bulunan kişinin devlete vergi borcu olduğunda.

Burada belirtilen kanunun gerekleri ifadesi ile kanunun 18. maddesinde belirtilen sertifika hizmetlerine talepler hükümleri kastedilmektedir:

1. Merkezler faaliyet döneminde teknik, personel ve kullanıcılara değebilecek zararı ödemek için yeterli mali imkanlar da dahil olmak üzere mali imkanlara sahip olmalı, güvenli ve kesintisiz hizmet gösterebilmelidir;
2. Merkezler sertifikaların, elektronik imza oluşturma ve doğrulama verilerinin verilmesi için sertifikalı imza araçlarını kullanmalıdır;
3. Merkezler faaliyete başlamadan önce ve kayıt olduktan sonra her yıl iletişim sistemi denetimini yapmalı, sistemin güvenli kullanımını sağlayan teknikler ve teknolojiler uygulamalıdır;
4. Merkezler faaliyetlerinin sağlanması amacıyla bilgili, tecrübeli ve kalifiye işçilerden oluşan kadroya sahip olmalıdır.

Merkezlerin vereceği sertifikalarda bulunması gereken temel bilgiler 12.1. madde hükümlerinde yer almaktadır. Ayrıca eğer sertifika kağıt üzerinde istenecek olursa, sertifika Merkezin antetli kağıdında, yetkili kişinin ıslak imzası ve mühürüyle düzenlenmek zorundadır. Elektronik olarak verilmesi durumunda ise Merkezin güçlendirilmiş imzası ile onaylanmalıdır. Sertifikada bulunması gereken temel bilgiler aşağıdakilerdir:

1. sertifikayı veren merkezin adı ve adresi (ülke);
2. sertifikanın seri numarası;
3. imza sahibinin adı, babasının adı, soyadı veya kullanmak için gösterdiği takma adı;
4. sertifikanın geçerlilik süresi (sürecin başladığı ve bittiği zaman, tarih);
5. imza sahibinin imza doğrulama bilgisi;
6. imza doğrulama bilgisinin kullanılacağı imza araçlarının adı.

Gelişmiş sertifikalarda ise, yukarıda gösterilenlere ilaveten, sertifikanın gelişmiş bir sertifika olduğuna dair bir ibare bulundurulmalıdır (madde 12.4.2 ve 12.6.2).



SHM'leri faaliyetlerinin sonlandırılmasından 30 gün önceden media vasıtasıyla ilgili kurumları, işbirliği yaptığı diğer SHM'lerini, sertifika hizmeti sağladığı kişileri bilgilendirilmelidir (madde 19.2). Bu 30 günün bitiminde vermiş olduğu güçlendirilmiş sertifikaları Bakanlığa<sup>151</sup> teslim etmelidir. Bu süre sonunda teslim edilmeyen güçlendirilmiş sertifikalar iptal edilecektir.

Kanunun 36. maddesi ile kanun hükümlerinin ihlali durumlarına dair bilgiler yer almıştır. Sertifikasız e-imza araçları kullanan şahıslar bu maddenin 2. fıkrasına göre kişisel sorumluluk taşımaktadırlar. Ayrıca bu E-imza kanunun uygulamasıyla ilgili İdari Suçlar Kanununa eklenen 183.1. madde ile sertifikasız e-imza kullananlar, bilişim sisteminin güvenliğini yeterince sağlamayan sistem sahibi, bilgi bütünlüğünü sağlayamayan, sertifikaları gereksiz iptal etmiş olan Sertifika Hizmet Merkezi, yeteri kadar güvenli teknolojiler kullanmayan, gerekli kalifiye eleman çalıştırmayan aracı hizmet sağlayıcılar için, belirlenmiş para biriminin<sup>152</sup> 15 mislinden 250 misline kadar idari para cezalarına çarptırılmaları öngörülmüştür. Bu para cezalarının caydırıcılık açısından çok düşük olduğu düşünülmektedir.

---

<sup>151</sup> İletişim ve İleri Teknolojiler Bakanlığı

<sup>152</sup> 48-IIQ sayılı kanunla bu para birimi 1.10 manatdır (tahminen 1 euro)

## Sonuç ve Çözüm Önerileri

Çalışmamızdan da görüldüğü gibi artık elektronik ticaret dünyada devasa boyutlara ulaşmıştır. Telefon, faks, televizyon gibi klasik e-ticaret araçları kullanılmaya devam etse de, yerini elektronik ticarete yeni bir çığır açan internete bırakmaktadır. Mobil cihazlardaki gelişmelerin hızı elektronik ticarete de katkı sağlamakta ve mobil cihazlar üzerinden mobil ödeme yöntemleriyle ödeme yapılabilmesi e-ticaretin kısıtlarını daha da azaltmaktadır. Hızla gelişen bu alanda yeniliklere ayak uydurmaya çalışan ülkeler ise kendi mevzuatlarında değişiklikler yaparak elektronik ticaretin gelişimi için fiziksel altyapılarında olduğu kadar, hukuksal altyapılarında da iyileştirmeler yapmaktadırlar.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin yapmış olduğu ve devam eden altyapı çalışmaları, "Elektronik ticaret hakkında kanunu", "E-imza ve E-belge hakkında kanunu" gibi hukuki düzenlemeleri ülkenin bu alanda belirli bir yol kat etmesinde önemli rol oynamıştır. Ancak bütün bu çalışmalara rağmen hem altyapı alanında, hem de hukuki düzenlemeler için henüz bazı eksiklerin olduğu görülmektedir.

– "Bilgi toplumunun gelişimine ilişkin 2014-2020 yılları için Ulusal Stratejik Plan"ın 2014 Nisan ayında kabul edilmesine rağmen, bu Planda bahsedilen aşamalı uygulama için gerekli Devlet Programları (2014-2017 ve 2018-2020 yılları için 2 aşamalı uygulama öngörülmüştür) halen hazır değildir. Bu Programların geciktirilmeden hazırlanması ve uygulamaya konulması gerekmektedir. Ayrıca Strateji Plandaki 2020 yılı gelişim hedefleri sadece sözde ifade edilmiş ve ölçülebilir nitelikte değildir. Devlet Programlarında gelişimin sağlanması için ölçülebilir hedeflerin belirlenmesi, bu hedefler için zaman çizelgesinin belirlenmesi gelişime doğru daha sağlam ilerlemeyi sağlayacaktır.

– Elektronik hizmet altyapısının geliştirilmesi için devlet tarafından kamu kuruluşlarına bütçenin ayrılmaması finans kaynakları sorununu halen gündemde tutmaktadır. Kurumlara e-hizmetlerin geliştirilmesi için sorumlulukların yüklenmesine rağmen, bütçe planlamasında e-hizmetlerle ilgili kalemin bulunmaması bütçeden kenar fon kaynakları olan kurumlarda bu hizmetlerin daha iyi, diğerlerinde ise yavaş gelişimine sebep olmaktadır. Bu bakımdan, bütçe planlamaları yapılırken elektronik hizmetlerle ilgili ayrıca bütçe kalemleri bulundurulması önerilmektedir. Ayrıca, bir kaç

farklı kurumun işbirliği ile sunulan e-hizmetlere öncelik verilerek, onlara daha fazla bütçe ayrılması daha münasip görülmektedir.

– Bazı e-hizmetlerin (gümrük beyannamesi hizmeti, sürücü belgesinin verilmesi vb.) bürokratik işlemler ve geciktirmelere takılarak aktifleştirilmemesi veya e-devlet portalına entegre edilmemeleri iş dünyasının etkinliğinin artmasına ve e-ticaretin gelişmesine engel olmaktadır. İşletmelerin kuruluş aşamasında gerekli izin ve lisansları e-hizmetler vasıtasıyla almaları suni surette geciktirilmektedir. Bunun da e-hizmetlere geçişle daha şeffaf hizmet sağlanacağı ve yolsuzlukla mücadelenin daha da kolaylaşmış olacağı belirli kesimlerin "işine gelmemesi" ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Çözüm olarak, bu e-hizmetlerin sağlanması adına devlet tarafından bahsedilen geciktirmelerin ve suni engellerin ortadan kaldırılması için gerekli iradenin gösterilmesidir.

– Azerbaycan Milli Bankası`a ait Hükümet Ödeme Portalı (www.gpp.az) mevcut olsa da Elektronik Hükümet Portalına (www.e-gov.az) entegre edilmemiştir. Bu portalların entegre edilmeleri önerilmektedir<sup>153</sup>.

– E-Ticaret ve e-imza kanunlarının bazı maddelerinde kavramsal kargaşaların yaşanmasına yol açabilecek ifadeler bulunmaktadır. Bu kanunların gözden geçirilerek ortaya çıkabilecek kavramsal kargaşaların önlenmesi için uygun değişikliklerin yapılması önerilir. (Örneğin, E-Ticaret kanununun 1.6 maddesinde kullanılan "ticari bildirimler" kavramı yerine, "elektronik ticari bildirim" kavramı kullanılması gibi. Bir başka örnek olarak, aynı kanunun 4.1 maddesinde "özel izin (lisans) gerektiren alanlar" kavramını açıklayarak, en azından bu alanlar için örnek gösterilmesi gerekir.)

– E-ticaret yapan işletmelerin elektronik ticari bildirimler gönderirken zamanlamaya veya içeriğin müşteriye rahatsız edebileceğini düşünmeden gönderilmesi tüketici hakları açısından incelenmesi gereken bir meseledir. Bu bakımdan, konunun araştırılarak bildirimlerin gönderilmesinden önce tüketicinin izninin alınması gibi bir şartın (Türkiye`deki Elektronik ticaretin düzenlenmesi hakkında kanunun 6.1 maddesine benzer) getirilmesi tüketicilerin korunması açısından önerilmektedir.

---

<sup>153</sup> Şeffaflık Azerbaycan Sivil Toplum Kuruluşunun Aralık 2014 tarihli, "Azerbaycanda Elektronik Hükümet altyapısı ve elektronik hizmetlerin izlenmesi ve değerlendirilmesi raporu"ndan yararlanılmıştır.

– Hem e-ticaret ve hem de e-imza kanunlarında hükümlerinin ihlali hallerinde öngörülen idari para cezalarının, caydırıcılık açısından çok düşük olduğu düşünülmektedir. Bu cezaların en azı 10 katı arttırılmasının (tahminen 2500-3000 manat civarına çıkarılması) daha caydırıcı olacağı farzedilmektedir.

Bu düzenlemelerin yapılmasının yanında, e-ticaretin halk teşvik edilmesine yönelik daha çok gayretlerin sarfedilmesi, toplumun bilinçlendirilmesi için çalışmaların yapılmasına ihtiyaç olduğu görülmektedir.

## KAYNAKÇA

**AB 2002/58/EC** sayılı Kişisel Verilerin İzlenmesi ve Gizliliğin Korunmasına ilişkin Yönerge

**AB 2000/31/EC** sayılı Elektronik Ticaret Yönergesi

**AB 1999/93/EC** sayılı Elektronik İmza Yönergesi

**Adıgüzel**, Muhittin "Bilgi Toplumu ve Küreselleşme Bağlamında Küresel Rekabet Ortamı", Nobel Yayıncılık, Ankara 2011

**Akgül**, Birol "Elektronik Ticaretin Kalkınma Üzerindeki Etkileri", Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Konya 2004

**Altun**, Ayşen " Elektronik ticaretin ekonomik etkilerinin gelişmiş ülkeler ve Türkiye açısından değerlendirilmesi", Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya 2005

**Arkun**, Ender "Türkiye için Bir Enformasyon Politikasının Ana Öğeleri Neler Olmalı?", Bilgi Dünyası Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, s.184 Çevirimiçi:  
<http://bd.org.tr/index.php/bd/article/view/273/268> (Erişim tarihi: 23.06.2014)

**Atabay**, Varol "Elektronik Ticaret ve Kamu Kesiminde Sürdürülen Çalışmalar" Asomedy , İstanbul 1998

**Azərbaycan Adliye Bakanlığı Merkezi Mevzuat Veritabanı**, (ABMMV)  
Çevirimiçi: <http://e-qanun.az/print.php?internal=view&target=1&docid=10406&doctype=0> (Erişim tarihi: 06.11.2014)

**Azərbaycan Cumhuriyeti İnzibati Xətalar Məcəlləsi** (İdari Suçlar Kanunu)  
Erişim: <http://e-qanun.az/print.php?internal=view&target=1&docid=13&doctype=1>

**Azərbaycan Cumhuriyeti Merkez Bankası**, Ödeme Sistemleri, Çevirimiçi:  
<http://www.cbar.az/pages/payment-systems/non-cash-payments/card-infrastructure/card-processing-entities/> (Erişim: 25.09.2014)

**Azərbaycan Cumhuriyetinde Faaliyette Bulunan Finans Kuruluşları Arasında Hesaplaşmaların Düzenlenmesi Kuralları**, Kanun Yayınları, Bakü 29.01.2001

**Azerbaycan Cumhuriyetinin Fikri mülkiyet haklarının teminatı ve korsana karşı mücadele kanunu** Çevirimiçi: [http://www.e-qanun.az/files/framework/data/23/f\\_23895.htm](http://www.e-qanun.az/files/framework/data/23/f_23895.htm) (Erişim tarihi: 08.11.2014)

**Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi**, Bilgi Toplumu İstatistikleri, "Hanehalkının Bilgi ve İletişim Teknolojilerini bulundurma ve kullanım istatistikleri" Çevirimiçi: [http://www.stat.gov.az/source/information\\_society/](http://www.stat.gov.az/source/information_society/) (Erişim tarihi: 24.09.2014)

**Azerbaycan Hükümet Ödeme Portalı**, Çevirimiçi: <https://gpp.az/az/site/page/createddate> (Erişim: 17.10.2014)

**Azerbaycan İletişim Bakanlığı resmi internet sitesi (AİBRİS)**, Çevirimiçi: <http://www.mincom.gov.az/fealiyyet/it/e-gov/> (Erişim tarihi: 05.11.2014)

**Bachetta**, Marc ve diğ. "Electronic Commerce and the Role of the WTO", WTO yayınları III-1998-3,200 Çevirimiçi: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/ecom\\_e/special\\_study\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/special_study_e.pdf) (Erişim tarihi: 05.08.2013)

**Bağırzade**, Elşen "Bağımsızlığının 20. Yılında Azerbaycan Cumhuriyeti Ekonomisi", Hacettepe Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Türkiyat Araştırmaları, Sayı 15, Ankarara 2011 Çevirimiçi: <http://www.turkiyat.hacettepe.edu.tr/dergi/15sayi.pdf> (Erişim tarihi: 05.10.2014)

**Biçkin**, İnci "Elektronik İmza ve Elektronik İmza ile İlgili Yasal Düzenlemeler", Türkiye Barolar Birliği (TBB) Dergisi, Sayı 63, 2006 Çevirimiçi: <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2004-52-24> (Erişim tarihi: 05.07.2014)

**BM**, "United Nations E-government Survey 2014", Araştırma Raporu, New York 2014, Çevirimiçi: [http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov\\_Complete\\_Survey-2014.pdf](http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf) (Erişim tarihi: 20.10.2014)

**Bozkurt**, Veysel "Elektronik Ticaret", Alfa Yayınları, İstanbul 2000

**Büyükbali**, Didem, "Türk Ticaret Hukuku'nda Elektronik İşlemler", Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya 2011

**Canbaz**, Serar " Türkiye'de Elektronik Ticaret Uygulamasında Karşılaşılan Muhasebe Sorunları", Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Edirne 2006

**Canpolat**, Önder "E-ticaret ve Türkiyedeki Gelişmeler", Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği Yayını, Ankara 2001

**Cheok**, Lawrence and others "E-Commerce Trends and Payment Challenges for Online Merchants: Beyond Payment", Moduslink Whitepaper 2013 Çevirimiçi: [http://cardnotpresent.com/uploadedFiles/news/ModusLink\\_WhitePaper.pdf](http://cardnotpresent.com/uploadedFiles/news/ModusLink_WhitePaper.pdf) (Erişim tarihi: 25.08.2013)

**Çelikoğlu**, C. Topel " E-Ticaretin Özel Hukuk Ve İspat Hukuku Boyutu", Yayınlanmış Makale, İstanbul 2002 Çevirimiçi: [http://www.turkhukusitesi.com/makale\\_49.htm](http://www.turkhukusitesi.com/makale_49.htm) (Erişim tarihi: 13.06.2014)

**Çeşmecioğlu**, Senem "Sorularla Elektronik Ticaret", İTO Yayınları, No: 2001-2, İstanbul 2001

**Dışişleri Bakanlığı**, E-Ticaret, Çevirimiçi: <http://www.mfa.gov.tr/elektronik-ticaret.tr.mfa> (Erişim tarihi: 14.06.2014)

**DİK**, Ticaret, "Perakende Ticaret Hacmi" Çevirimiçi: <http://www.stat.gov.az/source/trade/> (Erişim tarihi 26.09.2014)

**Doğaner**, Murat "Elektronik Ticaret Türkiye’de Elektronik Ticaretin Gelişimi ve İşletmeden Tüketickiye Elektronik Ticaret Üzerine Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya 2007

**DPT**, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: Bilişim Teknolojileri ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2001  
Çevirimiçi: <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20ihtisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/57/oik576.pdf> (Erişim tarihi: 30.07.2013)

**E-Check**, Çevirimiçi: <http://www.echeck.org/overview/what.html> (Erişim tarihi: 23.08.2013)

**E-Commerce Europe**, Statistics, Çevirimiçi: <http://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures/infographics/western-europe> (Erişim tarihi: 16.05.2013)

**Ekin**, Nusret “Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret”, İTO Yayın No:1998-61

**Elektronik Hükümet Portalı**, Çevirimiçi: <https://www.e-gov.az/> (Erişim: 22.10.2014)

**Elektronik İmza ve Elektronik Belge Hakkında 602-IIQ numaralı AC Kanunu**, Bakü 09.03.2004

**Elektronik İmza Hakkında 5070 sayılı, 15.01.2004 tarihli Kanun**

**Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında 6563 sayılı, 23.10.2014 tarihli Kanun,**

**Elektronik Ticaret Hakkında 908-IIQ numaralı AC Kanununu,** Bakü 10.05.2005

**Elektronik Ticaret Hakkında AC Kanunun uygulaması ile ilgili olarak bazı mevzuatta yapılacak ilaveler hakkında Kanun,** Bakü 23.12.2005

**Emarketer,** Worldwide E-Commerce Sales, Çevirimiçi:  
<http://www.emarketer.com/Article/Worldwide-Ecommerce-Sales-Increase-Nearly-20-2014/1011039> (Erişim tarihi: 06.09.2013)

**Erdilek,** Melisa " A Research on Electronic Business: Comparison of Electronic Business Models", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İngilizce İşleme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2002.

**Esat,** Demet Nimet "Elektronik Ticaret ve Elektronik Ticaret Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma", Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli 2004

**E-Ticaret Magazin,** Türk E-ticaret Pazarı ve İstatistikleri, Çevirimiçi:  
<http://eticaretmag.com/turk-e-ticaret-pazari-ve-istatistikleri/> (Erişim tarihi: 06.06.2014)

**E-Ticaret Merkezi,** AB E-Ticaret Direktifi, Çevirimiçi: <http://www.e-ticaretmerkezi.net/abdirektif.php> (Erişim tarihi: 22.05.2013)

**E-Ticaret Merkezi,** Çevirimiçi: <http://www.e-ticaretmerkezi.net/tafilar.php> (Erişim tarihi: 10.08.2013)  
E-TicaretMag, Çevirimiçi: <http://eticaretmag.com/yeni-baslayanlar-icin-e-ticaretin-avantaj-ve-dezavantajlari/> (Erişim tarihi:05.09.2013)

**European Comission,** Statistics Çevirimiçi: E-commerce statistics,  
[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main\\_Page#Wide\\_variation\\_in\\_the\\_share\\_of\\_e-](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main_Page#Wide_variation_in_the_share_of_e-)

**Fredriksson,** Torbjörn "E-commerce and Development Key Trends and Issues", UNCTAD publications, Geneva, 8-9 Nisan, 2013 Çevirimiçi:  
[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/devel\\_e/wkshop\\_apr13\\_e/fredriksson\\_ecommerce\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/wkshop_apr13_e/fredriksson_ecommerce_e.pdf) (Erişim tarihi: 13.08.2013)

**Gezgin,** Osman " E-ticaret E-devlet İlişkisi ve Türkiye’de Elektronik Ticaret", Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya 2009



**Gezgin**, Osman “E-ticaret E-devlet İlişkisi ve Türkiyede Elektronik Ticaret”, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya 2009

**Greg**, Dunne “B2B vs B2C Sales, Similarities and Differences”, Mart 2011, Çevirimiçi: <http://www.mansfieldsp.com/mansfield-sales-blog/bid/50959/B2B-vs-B2C-Sales-Similarities-and-Differences> (Erişim tarihi: 13.08.2013)

**Herstatt**, Cornelius and others "From Electronic To Mobile Commerce: Technology Convergence Enables Innovative Business Services" Hamburg University of Technology, Hamburg 2008 Çevirimiçi: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1583445](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1583445) (Erişim tarihi: 02.09.2013)

**Internet world Stats**, Çevirimiçi: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim tarihi: 06.06.2014)

**İmanov** Röyal, Verdiyeva Süreyya, "Online alış veriş ve onun artıları ve eksileri", Startup Weekends, Yayınlanmamış Makale, Bakü 2013

**İnal**, Emrehan “İnternet Üzerinden Kurulan Sözleşmeler”, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Hukuk Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul 2004

**Jagannath** and others, "Analysis of E-Commerce and M-Commerce: Advantages, Limitations and Security issues", International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering, Hindistan,Bangalore Haziran 2013, s. 2360 Çevirimiçi: <http://www.ijarce.com/upload/2013/june/7-Niranjanamurthy-Analysis%20of%20E-Commerce%20and%20M-Commerce%20Advantages.pdf> (Erişim tarihi: 04.09.2013)

**Kara**, Oğuz "Dış Ticarete E-gümrük ve Türkiye Uygulaması, Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF İktisat Fakültesi, Yayınlanmış makale, İzmir 2010 Çevirimiçi: <http://www.oguzkara.com/yayinlarim.html> (Erişim tarihi: 25.06.2014)

**Karaca**, Derya. “Avrupa Birliği’nde E-Ticaret Kavramı, AB’de ve Türkiye’de Bu Konuda Yapılan Hazırlıklar, Çalışmalar ve E-Ticaretin Vergilendirilmesi”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006

**Kommerskollegium** , (2012) “E-commerce – New Opportunities, New Barriers” Çevirimiçi:[http://www.wto.org/english/tratop\\_e/serv\\_e/wkshop\\_june13\\_e/ecom\\_national\\_board\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/wkshop_june13_e/ecom_national_board_e.pdf) (Erişim tarihi: 02.08.2013)

**Kuşçu**, Hilmi "E-Ticaret Nedir?", Trakya Üniversitesi, Makine Mühendisliği Bölümü, Ders Notları Çevirimiçi:

[http://hilmi.trakya.edu.tr/ders\\_notlari/e\\_ticaret/ETICARET.pdf](http://hilmi.trakya.edu.tr/ders_notlari/e_ticaret/ETICARET.pdf) (Erişim tarihi: 23.08.2013)

**Küpoğlu**, Can “Dünya`da ve Türkiye`de Perakendecilik ve E-Ticaret Karşılaştırması”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2008

**Liliana**, Nicodim "Advantages and Disadvantages of Electronic Commerce", Ovidius University of Constanta, Constanta 2006 Çevirimiçi: <http://magazin-discount.ru/out.php?url=http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2006/economie-si-administrarea-afacerilor/42.pdf>(Erişim tarihi: 03.09.2013)

**Merchant**, Miva “The History of E-Commerce: How did it all begin?”, Çevirimiçi: <http://www.miva.com/blog/the-history-of-ecommerce-how-did-it-all-begin> (Erişim tarihi: 03.08.2013)

**Metal Maden**, İhracat Dergisi, "Elektronik Ticaret", Cilt:8, Sayı:47, Mart-Nisan 1999

**MSHM resmi internet sitesi**, Erişim: <http://www.e-imza.az/>

**Muradov**, Elman "Elektronik Ticaret ve Küreselleşme", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2003

**Oklahoma City University**, School of Law, Çevirimiçi: <http://law.okcu.libguides.com/content.php?pid=197073&sid=1649439#5377966> (Erişim tarihi: 03.06.2014)

**Organ A.**, Karadağ N.C. " İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret ve Hukuki Altyapısı", İnternet Uygulamaları ve Yönetim Dergisi, Cilt 2, Sayı 2

### **Ödeme Hizmetleri Hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu**

**Özbay**, Sabahat ve Akyazı, Selma, “Elektronik Ticaret”, Detay Yayıncılık, Ankara 2004

**Öztuna**, Buket Cox, “Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye`deki Gelişmeler”, Pusula Yayıncılık, Eylül 2002

**PC Magazine**, Digital wallet, Çevirimiçi: <http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/41399/digital-wallet> (Erişim tarihi: 25.08.2013)

**Pençe**, M. Seyfeddin "Türkiye – Avrupa Birliği Dış Ticaret İlişkileri Açısından Elektronik Ticaret", İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi,

Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2014

**Proximus**, "Wi-Fi and mobile Internet (2G, 3G, 3G+ and 4G)", Çevirimiçi: [http://support.en.proximus.be/app/answers/detail/a\\_id/13580/~wi-fi-and-mobile-internet-%282g,-3g,-3g%2B-and-4g%29](http://support.en.proximus.be/app/answers/detail/a_id/13580/~wi-fi-and-mobile-internet-%282g,-3g,-3g%2B-and-4g%29) (Erişim tarihi: 14.08.2013)

**Rai University**, "Benefits and Limitations of E-commerce", Lecture Notes, Çevirimiçi: <http://saravanesh.files.wordpress.com/2009/06/lecture-02.pdf> (Erişim tarihi: 02.09.2013)

**Reiley**, David Lucking, Spulber, Daniel F., "Business – to – Business Electronic Commerce" Journal of Economic Perspectives, November 1, 2000. Çevirimiçi: <http://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.15.1.55> (Erişim tarihi: 13.08.2013)

**Resmi Gazete**, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/11/20141127-6.htm>  
**Sarisakal**, Nusret, Aydın Ali, "E-ticaretin Yeni Yüzü Mobil Ticaret", Havacılık ve Uzay Teknojileri Dergisi, İstanbul Temmuz 2003, Cilt 1 Sayı 2

**Singh**, Nirvikar (2004), "The Digital Economy: An Overview" Çevirimiçi: [http://people.ucsc.edu/~boxjenk/Nirvikar%20Singh\\_rev\\_Oct2004.pdf](http://people.ucsc.edu/~boxjenk/Nirvikar%20Singh_rev_Oct2004.pdf) (Erişim tarihi: 02.08.2013)

**Sumanjeet**, Singh "Emergence of Payment Systems in the Age of Electronic Commerce: The State of Art", Asia Pacific Journal of Finance and Banking Research, Delhi 2009 Çevirimiçi: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1536620](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1536620) (Erişim tarihi: 20.08.2013)

**Süleymanov**, Elçin "Elektronik Ticaret ve Azerbaycan Ekonomisine Beklenen Etkileri", Kafkas Üniversitesi dergisi, Bakü 2011

**Tarakcı**, Selvi "E-ticaretin vergilendirmesi ve getirdiği sorunlar", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006

**TBMM**, "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı ile Avrupa Birliği Uyum Komisyonu, Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonu ile Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu Raporları (1/488) Çevirimiçi: <http://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss240.pdf> (Erişim tarihi: 26.06.2014)

**TCMB**, Çevirimiçi: <http://eft.tcmb.gov.tr/EFT-tanitim.htm>

**TÜBİSAD**, Türkiye’de E-Ticaret Haziran 2014, İstanbul Pazar Tanımlama ve 2013 Pazar Büyüklüğü Ölçümleme Çalışması, Haziran 2014 İstanbul. Çevirimiçi: <http://www.tubisad.org.tr/Tr/Library/Sayfalar/Reports.aspx> (Erişim tarihi: 10.06.2014)

**TÜİK**, Bilgi Toplumu İstatistikleri, Çevirimiçi: [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028) (Erişim tarihi: 06.06.2014)

**Uluçay**, Utku (2012), “Dünya’da ve Türkiye’de E-Ticaret: Tüketicilerin İnternet Üzerinden Alışveriş Alışkanlıkları Üzerine Bir Uygulama”, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2012

**Uygur**, Eren “E-ticaret ve Türkiye’deki Durumu”, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2010

**WebOpedia**, Digital Wallet, Çevirimiçi: [http://www.webopedia.com/TERM/D/digital\\_wallet.html](http://www.webopedia.com/TERM/D/digital_wallet.html) (Erişim tarihi: 23.08.2013)

**Webrazzi**, Çevirimiçi: <http://webrazzi.com/2014/03/05/webrazzi-e-ticaret-raporu-yayinlandi/> (Erişim tarihi: 22.08.2013)

**Webrazzi**, Yeni Ticaret Kanununun Şirketlere Getirdiği Yükümlülükler ve Sorumluluklar, Çevirimiçi: <http://webrazzi.com/2014/12/13/yeni-eticaret-kanunu/> (Erişim: 05.07.2014)

**World Political Forum**, Çevirimiçi: <http://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2013#map> (Erişim tarihi: 18.10.2014)

**WPengine**, "How does all this work? HTTPS and SSL" Çevirimiçi: <http://wpengine.com/support/how-does-all-this-work-https/> (Erişim tarihi: 22.08.2014)

**WTO**, "Understanding the WTO: E-Commerce." Çevirimiçi: [http://www.wto.org/english/thewto\\_e/whatis\\_e/tif\\_e/bey4\\_e.htm](http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/bey4_e.htm) (Erişim Tarihi: 30.07.2013)

**Yıldız**, Mehmet R. “E-ticaretin Gelişimi ve Risk Sermayesi Finansı”, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli 2007

**Ying**, Lim Xin “The History and Evolution of E-Commerce”, Çevirimiçi: <https://ecommerze.wordpress.com/2008/06/12/the-history-and-evolution-of-e-commerce/> (Erişim tarihi: 03.08.2013)