

İş dünyasının önde gelen iş kadınlarından Tuğçe ve Gizem, Mardin’de yerel olarak üretilen ürünleri internette satmak için çalışma başlatır. Tuğçe, Türkiye’nin en büyük online platformlarından olan MardinSepeti.com isimli online pazar yerinde satış yapmanın en pratik olduğunu düşünmektedir. Gizem ise RealMardin.com isimli web sitesi üzerinden doğrudan satış yapmanın pratik olduğunu düşünmektedir. Tuğçe, MardinSepeti.com platformunda satıcı hesabını oluşturur. Gizem ise RealMardin.com isimli kendi web sitesini yapmak için kuzeniyle anlaşır.

SORU 1- Tuğçe ve Gizem, internet ortamında satış yapmak için kimlerle hangi sözleşme ilişkisine girmek durumunda kalacaklardır? Tüm ihtimalleri değerlendiriniz.

İnternet üzerinden satış yapmak isteyen Tuğçe ve Gizem birbirinden farklı iki yol takip etmektedir. Tuğçe bunun için Türkiye’nin en büyük online platformlarından olan mardinsepeti.com isimli online pazar yerinde satış yapmayı düşünür. Gizem ise realmardin.com isimli web sitesi üzerinden doğrudan satış yapmayı daha pratik bulur. Bu bağlamda somut olayda elektronik ticaret hukuku kapsamında iki önemli detay vardır. Bunlardan biri online pazar yeri platformunda satış, diğeri ise web sitesi üzerinden satıştır. Tuğçe ve Gizem’in internet ortamında satış yapmak için birbirinden farklı taraflarla sözleşme ilişkisine girmesi gerekmektedir. Bunun başlıca sebebi e-ticaret işlemlerinin çeşitli hukuki soruları veya sorunları gündeme getirmesidir: alan adı kullanımına ilişkin sorunlar, ispat hukuku bakımından delillerin değerlendirilmesi, e-posta bildirimlerinin alınmasının ve teyidinin hukuki niteliği, fikri mülkiyet haklarıyla bağlantılı internet korsanlığı, e-ticarette tüketicilerin korunması, kişisel verilerin korunması ve mahremiyet hakkı, e-ticaret işleminin uluslararası nitelikte olması halinde hangi ülke hukukunun uygulanacağına ilişkin sorunlar ve e-ticaret tarafları arasındaki uyuşmazlıkların çözümünde hangi mahkemenin yetkili olduğuna dair yargı yetkisi problemleri gibi.¹ Bunlar karşısında önceden önlem alabilmek için hangi sözleşmelerin yapılması gerektiğini borçlar hukuku, elektronik ticaret hukuku ve ticaret hukuku normlarını göz önünde bulundurarak tartışacağız.

¹ Lina Maulidiana-Idham-Lenny Nadriana, “Contract Law in E-Commerce Perspective and Its Implications for Consumers”, International Journal of Business Law and Education, Cilt 6, Sayı 1, 2025, s.696.

Elektronik Ticaret Hukuku bakımından ele aldığımızda bu konudaki temel mevzuatımız 6563 sayılı *Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun* olmakla birlikte aslında e-ticaret konusu olan sözleşmelerin çoğunun borçlar hukuku temelinden geldiğini biliyoruz. Öncelikle e-ticarete tüketicinin bilinçli bir şekilde seçim yapabilmesi için sözleşme kurulmadan önce doğru ve eksiksiz olarak bilgilendirilmesi gerekir. Bu sebeple “Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği” m.5, satıcıya zorunlu bir ön bilgilendirme yükümlülüğü getirmiştir. Formda; ürünün temel özellikleri, vergiler dahil satış fiyatı, teslimat bilgileri, cayma hakkı ve satıcıya ait iletişim bilgileri gibi unsurlar yer almalıdır. Tüketicinin bu bilgileri elektronik ortamda teyit etmesi şarttır; aksi halde sözleşme kurulmuş sayılmaz ve satıcı Tüketici Kanunu karşısında korunmasız kalabilir.²

- Tuğçe ve Gizem, öncelikle müşterileriyle yani tüketicilerle borçlar hukukunun en temel sözleşmelerinden biri olan “satış sözleşmesi” yaparlar. Bu ayrıca tüketici hukuku bağlamında da konumuz çerçevesinde çok temel bir sözleşmedir. İlerleyen kısımlarda da çokça karşımıza çıkacak. Satış sözleşmeleri; satıcı ile tüketici arasında ürün veya hizmetin belli bir bedel karşılığında devrini konu alır. Bu sözleşme türünün e-ticaret hukukundaki yansıması ise pratik hayattan çok alışkın olduğumuz “mesafeli satış sözleşmeleri” olarak adlandırılırlar. “Teknolojideki gelişmeler, mesafeli sözleşmelere ivme kazandırmış ve bunların sayılarının her geçen gün artmasına zemin hazırlamıştır. Keza talep edilmemiş mal ve hizmet sunumlarına karşı tüketicinin korunması, mesafeli sözleşmenin kurulma ve hükümlerini doğurma anının belirlenmesi, sözleşmenin şekli, elektronik imza, taraf edimlerinin ifasına ilişkin detaylar, banka kartlarının kötüye kullanımına karşı tüketicilerin korunması, yabancılık unsuru taşıyan sözleşmelere uygulanacak hukukun tespiti gibi hususlar tüketiciler lehine ilave bir koruma katmanı inşa etmiştir. Bu dönem "Birinci Reform Dönemi" olarak adlandırılır. Burada dijital ortama güven ve dijital ortamda güvenlik kavramları ortaya çıkar ve önem kazanır. Bu bağlamda birinci regülasyon döneminin momentumunu, artan mesafeli sözleşmeler ve bu yeni düzlemde tüketicilerin etkin şekilde korunması oluşturmuştur. Ayrıca, genel anlamda elektronik sözleşmelerin unsurları standart hale getirilmeye çalışılmıştır.”³

² Mihci Hukuk Bürosu, “E-Ticaret Sitelerinde Bulunması Gereken Hukuki Metinler”, Erişim Tarihi: 25.12.2025, <https://www.mihcihukuk.com/e-ticaret-sitesinde-bulunmasi-gereken-hukuki-metinler.html/>.

³ Mehmet Bedii Kaya, *Avrupa Birliği P2B Tüzüğü*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2022, s.5.

- Müşterilerle/tüketicilerle mesafeli satış sözleşmesi kurulduktan sonra satışa konu olan ürünlerin gönderim hizmetini yerine getirilmesi için kargo şirketleriyle ya da lojistik firmalarıyla “taşıma sözleşmesi” kurulması gerekir. Bu da aynı satış sözleşmesinde olduğu gibi hem borçlar hukukunun hem ticaret hukukunun bir yansımasıdır. Taşıma sözleşmelerinde; gönderilecek malın, belirli bir ücret karşılığında bir yerden başka bir yere güvenli şekilde taşınmasını düzenlenir ve taşıtanın hakları güvence altına alınır. Bunu yaparken de taşıyıcı firmaların sorumluluğu bu sözleşmeler kapsamında düzenlenmiş olur.
- Çevrimiçi ödemeler konusu düşünüldüğünde ise çeşitli ödeme sistemleri ya da bankalarla yapılan “ödeme hizmeti sözleşmeleri” önem kazanır. Bu kapsamda en çok “sanal POS” olarak da bildiğimiz sistem karşımıza çıkar. Bu konu diğer iki sözleşme türünden farklı olarak hem özel hukukun hem de kamu hukukunun bir uzantısıdır. Bunun başlıca sebebi ödeme sistemlerinde karşımıza BDDK ve MASAK düzenlemelerinin çıkmasıdır. Bunları ihlal edecek herhangi bir sistemsal ve hukuksal hatanın olmaması satışların devamının sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi açısından çok önemlidir. Temel amaç, ödeme işlemlerinin güvenli bir şekilde sağlanmasıdır. Ödeme hizmet sağlayıcısının yükümlülükleri de bu sözleşmeler aracılığıyla düzenlenir.
- Bir diğer sözleşme ise “barındırma sözleşmeleri”dir. Buna “web hosting sözleşmesi” de denilmektedir. Bunlar hizmet sözleşmesi olarak düşünülebilir. Bu kapsamda Web hosting sağlayıcılarından bahsederiz. Bunlar sosyal medya, forum ve blog gibi platformları kapsar ve içeriklerin hukuka uygunluğunu önceden denetleme yükümlülükleri yoktur. Ancak hukuka aykırı içerik yetkili merciler veya hak sahipleri tarafından bildirildiğinde sorumluluk doğabilir. Türkiye’de ise hosting sağlayıcı olarak faaliyet göstermek için BTK’dan yetki belgesi alınması gerekir. Ticari hosting sağlayıcılarının listesi BTK’nın sitesinde yayımlanmaktadır.⁴ Bir web hosting sözleşmesi, bir web sitesinin sahibi ile bu siteyi çevrimiçi ortamda barındıran hizmet sağlayıcı arasında kurulan ve belirli bir süre boyunca sunucu alanı tahsisini konu alan bir hizmet sözleşmesidir. İşletmenin ihtiyaçlarına göre farklı hosting türleri tercih edilebilir.⁵

⁴ Kılınç Law, “Legal Responsibilities of Web Hosting Providers Such as Instagram, Facebook and Youtube”, Erişim Tarihi: 25.12.2025, <https://kilinclaw.com.tr/en/legal-responsibilities-of-web-hosting-providers-such-as-instagram-facebook-and-youtube/>.

⁵ Contracts Counsel, “What Is a Website Hosting Agreement?”, Erişim Tarihi: 25.12.2025, <https://www.contractsounsel.com/t/us/website-hosting-agreement>.

- Buradaki temel unsur hizmet sözleşmesinin, web sitesinin internet ortamında yayınlanabilmesi için sunucu hizmeti sağlayan firma ile yapılmasıdır. Bu sözleşme türü özellikleri kendi web sitesini kullanacak olan Gizem için ayrıca bir önem arz etmektedir. Bu sözleşmeler belirli süreli olarak ve ücret karşılığında kurulur.
- Lisans sözleşmesi niteliğinde olan “domain kayıt sözleşmesi” alan adı sağlayıcılarıyla yapılır. Burada amaç; web sitesinin adresi olan alan adının belirli bir kişi veya kuruluşa tahsisinin sağlanmasıdır. Bu sözleşmeler tahsis süresi ve yenileme esaslarını içerir.
- Fikri mülkiyet hukuku ve borçlar hukukunun konusu sayılabilecek hizmet sözleşmesi veya "lisans sözleşmesi", e-ticaret yazılım sağlayıcılarıyla imzalanır. Buradaki temel amaç e-ticaret altyapısını sağlayan yazılım firmasıyla yapılan yazılımın kullanımının ve destek hizmetlerinin düzenlenmesidir.
- Bir başka hizmet sözleşmesi ise Tuğçe ve Gizem’in bu yöndeki taleplerine göre değişecek şekilde reklam ve pazarlama firmalarıyla imzalanır. Buradaki amaç; reklam ve dijital pazarlama hizmeti veren firmalarla yapılan, belirli bir kampanya ya da hizmetin gerçekleştirilmesidir. Bu sözleşmelerle görülecek olan hizmetin kapsamının hangi çerçeveye şekillendiği, süresi ve hizmet bedeli belirlenir.
- Yukarıda bahsedilen sözleşmeler dışında, kamu hukukunun bir konusu olan vergisel yükümlülükler de bu aşamada çok önemlidir. Bu yükümlülükler vergi otoritelerine karşıdır. E-ticaret faaliyetinde bulunan kişiler ile devlet arasında kural olarak sözleşme ilişkisi bulunmaz. Bu kapsamda mükellefiyet kavramı tartışılır. KDV, gelir/kurumlar vergisi, e-fatura, ETBİS kaydı gibi, tek taraflı ve zorunlu vergisel yükümlülükler mevcuttur. Burada devlet ile Tuğçe ve Gizem’in ilişkisi dolaylı bir ilişkidir.

Tuğçe açısından değerlendirelim. Tuğçe mardinsepeti.com isimli pazar yerini kullanacak ve bu platform üzerinden satış yapacaktır. Bu platform ile Tuğçe arasındaki sözleşme ilişkisini daha net bir şekilde incelememiz gerekir.

- Pazar yeri platformu ile satıcı Tuğçe arasında sözleşmenin türü “Elektronik Ticaret aracılık Hizmeti Sözleşmesi”dir. Bu sözleşme niteliği itibarıyla temelini 6563 sayılı *Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun*’dan, 7416 sayılı *Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*’dan ve Ticaret Bakanlığı’nın ilgili yönetmeliklerinden alır. Bu sözleşmede Tuğçe ile Pazaryeri arasında düzenlenmesi gereken temel unsurlar vardır. Bunlar pazar yerinin her satıştan komisyon olarak alacağı yüzde oranı; ödeme alıp fatura kesme gibi işlemler için alınan hizmet bedeli, ürünlerin görsellerinin ve açıklamalarının hazırlanmasına dair olan hizmetler, fatura kesim işlemi için gereken e-arşiv fatura entegrasyon sistemi, iptal ve iade süreçlerinin ne şekilde yürütüleceği ve buradaki sorumluluğun kimlerde ne şekilde olacağı, olası uyuşmazlıkların hangi yollarla çözüleceği gibi konulardır. Ayrıca müşterilerin/tüketicilerin yorumları, ürün değerlendirmeleri ve derecelendirmeleri, ürün içerikleri gibi konularla ilgili platform kurallarına uyumun ne şekilde olması gerektiği de yer alır.
- Tuğçe ayrıca tüketicilerle “Mesafeli Satış Sözleşmesi” yapar. İnternet ortamında kurulan sözleşmeler de diğer tüm sözleşmeler gibi TBK m.1 ve devamı hükümlerine tabidir. Mesafeli sözleşmeler, tarafların aynı fiziksel ortamda bulunmalarını gerektirmediği için hem hazır olanlar hem de hazır olmayanlar arasında kurulabilir. Önemli olan, tarafların birbirlerinin irade beyanlarını anında öğrenebilmesidir. Bu nedenle telefonla yapılan sözleşmeler veya tarafların bilgisayar başında eş zamanlı olarak irade açıklamasında bulunduğu online işlemler, TBK m.4/2 gereğince hazırlar arasında kurulan mesafeli sözleşmeler sayılır. Uygulamada internet sözleşmelerinin bütün bölümü, web siteleri üzerinden yapılan irade beyanlarıyla kurulmaktadır.⁶ Burada artık tüketici ile olan ilişkilerden söz etmeye başladığımız için kapsam tamamen değişir. Bu sebeple mevzuattaki dayanak da 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği, Ticari İletişim ve Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik olarak sayılabilir. Bu sözleşmede düzenlenmesi gereken başlıca konular

⁶ Özge Uzun Kazmacı, “İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, DergiPark, Erişim Tarihi: 25.12.2025, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/373445>.

vardır. Bunlar en temel olarak satışa konu üründür. Fiziki ürünün ya da ürüne ait dijital içeriğin tüketiciye en sağlıklı ve gerçeği yansıtan şekilde gösterilmesi çok önemlidir. Ürünle ilgili özellikler, fiyat, kargo süresi, cayma hakkı, ödeme/taksit yöntemlerinin ön bilgilendirme formunda anlatılması gereklidir. Borçlar Hukuku anlamında çok önemli olan “cayma hakkı”na dair bilgiler detaylı bir şekilde verilmelidir. Tüketicie, 14 gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin cayma hakkına sahip olduğu ve bu hakkın kullanılması durumunda ürün ve bedel iadesinin yapılacağı hakkında aydınlatılmalıdır. İade sürecini ne şekilde yürütüleceği, ürünün nasıl ve kimin tarafından kargolanacağı ve masrafların ne şekilde dağıtılacağı net bir şekilde belirlenmelidir. Garanti ve ayıplı mal durumunda tüketiciye asgari 2 yıl garanti tanınacağı belirtilmeli ve ayıplı mal durumunda ise iade, değişim ve bedel indirimi gibi hakların sağlanacağı açıklanmalıdır. Sözleşmenin kurulma anı, nasıl ki satış sözleşmesinde irade beyanlarının uyuşmasıyla kuruluyorsa burada da “siparişi onayla” butonuna tıklanması ile kurulmuş sayılır. Bu tıklama TBK m.1 anlamında “kabul beyanı” niteliğindedir.

- Tuğçe, kargo ve lojistik firmalarıyla da “Taşıma Sözleşmesi” yapar. Buradaki temel dayanak da Borçlar Kanunu ve Ticaret Kanunu’dur. Bunun yanında teslim süreleri ve iade kargo süreçleri ile ilgili olarak Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği’nde de düzenlemeler vardır. Tuğçe’nin taşıma sözleşmesinin düzenlenmesinde takip etmesi gereken iki yol vardır. İlk olarak pazar yerinin kendilerine ait anlaşmalı kargo firmasını kullanabilir. Burada dolaylı olarak kargo hizmetinden yararlanmış olur ve platform buradaki tüm taşıma işlemlerinden sorumlu olan mercidir. Bu yolu kullanmazsa Tuğçe doğrudan kendisi taraf olarak kargo firması ile sözleşme yapabilir. Bu sözleşme içerisinde kargonun hasara uğraması durumunda sorumluluğun kimde olacağı, teslim süreleri ve gecikmeler durumunda neler yapılacağı, iade kargolarının nasıl yönetileceği, kargo takibi ve sigorta hizmetlerinin nasıl yapılacağı, kapıda ödeme hizmeti ve fiyatlandırma gibi konular detaylarıyla yer alır.
- Bunların haricinde sözleşme olarak değerlendirilmeyen ama ilk aşamada da bahsedildiği üzere Vergi Hukuku ve İdare Hukuku’ndan kaynaklanan birtakım vergisel yükümlülükler vardır. Bunlar kamu hukukunun bir yansımasıdır. Kamu idaresi ile işletmeler arasında; dilekçe verilmesi, kamu ihalelerine girilmesi, vergilerin ödenmesi, çeşitli izinlerin elektronik ortamda verilmesi, izlenmesi, denetlenmesi ve düzenlenmesi, sosyal güvenlik hizmetleri, gümrükleme, onay kurumları vb. Konular çerçevesinde girişilen ilişkiler kamu hukuku tarafından

düzenlenmektedir.⁷ Burada vergilendirme konusu altında bahsettiğimiz hususun yasal dayanakları yasal dayanakları Vergi Usul Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu, KDV Kanunu, Kurumlar Vergisi Kanunu, ETBİS Hakkında Yönetmelik ve Elektronik Belgeler Tebliğleridir. Tuğçe'nin temel vergisel sorumlulukları vardır. Defter ya da e-defter tutmalıdır, e-ticaret yaptığı için Ticaret Bakanlığı sistemine kaydolarak ETBİS kaydı oluşturmak zorundadır, e-fatura/e-arşiv uygulamasına geçmesi gerekmektedir, yıl içinde üçer aylık dönemlerle mevcut kârı üzerinden tahsil edilecek olarak geçici vergi ödemesini gerçekleştirmelidir, KDV beyanında bulunarak aylık olarak devlete ödeme yapmalıdır ve gelir vergisi veya kurumlar vergisini faaliyet türüne göre yıllık beyanname vermek usulüyle ödemelidir.

Kendi web sitesi üzerinden satış yapmak isteyen Gizem ise durumu çerçevesinde birtakım sözleşmeler kurmak zorundadır:

- Gizem işe öncelikle web sitesini kurmakla başlayacaktır ve bunun için de bir yazılımcıya ihtiyaç duyar. Web sitesi geliştiricisi/yazılımcısı ile bir Hizmet Sözleşmesi kurmalıdır. Bu hizmet sözleşmesi yazılım geliştirmeye dair olmalıdır. Bu bir özel hukuk ilişkisi olacaktır ve borçlar hukuku yanında fikri mülkiyet hukuku anlamında da çok önemlidir. Yazılımcının fikri hakları bu kanun çerçevesinde kurulacaktır. Yazılımcı bu sözleşme çerçevesinde veri güvenliğini sağlamalı, ödeme altyapısını entegre etmeli, gerektiğinde bakım ve desteğin ne kadar süreyle verileceğini belirlemelidir. Gizem'in kullanıcı arayüzü ve tasarım beklentilerini karşılamalı ve siteyi mobil uyumlu şekle getirmelidir.
- Gizem kendi e-ticaret sitesini kurmak için bir alan adına ihtiyaç duyar ve bu alan adını da domain kayıt şirketi üzerinden belirli bir süreliğine tescil ettirir. Alan adları sistemi (DNS), internet adreslerinin kolayca anlaşılabilir isimlerle eşleştirilmesini sağlar. Örneğin www.realmardin.com sitesini kullanacaksa bu site domain kayıt şirketinde tescil ettirilir. Tescil süresi genellikle 1 yıl içindir. Bu işlem, domain tescil (tahsis) sözleşmesi ile gerçekleştirilir. Bu sözleşmede alan adının ne kadar süreyle kullanılabileceği, yenileme haklarının nasıl olacağı ve kime ait olacağı belirlenir. Ayrıca ICANN adında uluslararası domain kurallarını düzenleyen bir koordinasyonun bir parçası olması ve buna uyumlu olması gerekmektedir. Bu sistemler zaten tek bir uluslararası düzenlemeye bağlı değildir, ICANN genel alan adlarını

⁷ Organ, A., & Karadağ, N. C., "İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret ve Hukuki Altyapısı", Journal of Internet Applications and Management, 2011, Cilt: 2, Sayı: 2, s.88, <https://doi.org/10.5505/iuyd.2011.18291>.

yönetirken ülke uzantılı alan adlarıyla ilgili kuralları ise her ülke kendisi belirler.⁸ Sözleşmede buna uyum için hükümler ayrıca düzenlenir. Domainler kiralanabilir şeylerdir, eğer tescil süresi sonunda yenileme yapılmazsa artık başkaları bu domainleri kiralayabilir. Tahsis sözleşmesi kapsamında, alan adının kime ait olduğu bilgisi WHOIS sistemiyle herkese açık olur ancak bu bilgiler, eğer istenirse gizlilik hizmeti kullanılarak saklanabilir. Bu konu da kişisel verilerin korunması açısından önemli bir noktadır.

- Bir web sitesinin internette yayınlanabilmesi için gereken dosya ve verilerin sunucuda saklanması işlemine hosting, diğer adıyla barındırma hizmeti denmektedir. Gizem, kendi stesi için bir hosting firmasıyla “Barındırma Hizmet Sözleşmesi” yapar. Bu aslında bir hizmet sözleşmesidir. Bu sözleşmede ne kadar veri saklanacağı, güvenlik ve yedekleme gibi konuların belirlenmesi, sunucu tipinin başkalarıyla paylaşımlı mı yoksa özel mi olacağı, siteye aynı anda kaç kişinin girebileceği gibi hususlar düzenlenir. Bu sözleşmenin en önemli özelliği sitenin sürekli açık kalması ve verilen güvenli şekilde korunmasının sağlanmasıdır.
- Gizem ödemelerin düzgün işleyebilmesi için bir başka hizmet sözleşmesi daha yapmak durumundadır. Burada BDDK düzenlemeleri ve MASAK yükümlülükleri önem kazandığı için hem özel hukuk hem de kamu hukukunu ilgilendiren bir konu haline gelir. Burada “Ödeme Hizmeti Sözleşmesi ya da Sanal POS Sözleşmesi” yapılmalıdır. Sözleşmede veri güvenliği hususu, kullanıcı sözleşmesi ve gizlilik politikası entegrasyonu, ödeme gecikmeleri ve hak ediş süreleri ile ilgili detaylar, sanal POS kurulumu ve komisyon oranlarının ne şekilde olacağı, dolandırıcılık durumundaki sorumlulukların nasıl şekilleneceği gibi konular düzenlenmelidir.
- Gizem ayrıca aynı Tuğçe’nin yaptığı gibi kargo firmaları ile “Taşıma Sözleşmesi” akdetmelidir. Bu sözleşmelerde kapıda ödemelerin ne şekilde gerçekleştirileceği, teslimat süreleri ve gecikme cezaları, taşınanın durumunun takibinin yapılması ve buna dair SMS/e-mail bilgilendirmeleri, iade ve değişim süreçlerinde taşıma koşullarının nasıl olacağı, taşıma sırasında oluşan hasarlarda sorumluluğun ne olacağı düzenlenmelidir.

⁸ WIPO, “*The Role of the Domain Name System and Its Operators in Domain Registration and WHOIS Data*”, <https://www.wipo.int/documents/2810628/2827506/case-study-the-role-of-dns-and-operators.pdf>, Erişim Tarihi: 25.12.2025, s:3.

- Gizem yine Tuğçe gibi tüketici ile “Mesafeli Satış Sözleşmesi” akdetmelidir. Burada 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği ve Ticaret Bakanlığı Rehberleri temel alınır. Bu sözleşmede, tüketiciye yönelik ön bilgilendirme formu yer alır, 14 gün süreli cayma hakkından bahsedilir, teslimat süresi, garanti ve ayıplı mal durumlarında ne yapılacağı detaylandırılır, iade ve değişim koşulları belirtilir. Bu sözleşmeler Vergi Usul Kanunu uyarınca dijital olarak arşivlenmelidir.
- Eğer Gizem markasını tanıtmak için reklam ve pazarlama yoluna gidecekse bunun için de bir “Hizmet Sözleşmesi” akdetmesi gerekir. Bu dijital pazarlama, sosyal medya ajanslarıyla yapılmalıdır. Sözleşmede hizmet kapsamı belirtilir. Kampanyaların süreleri, reklam bütçeleri, aylık ödeme planı gibi süre ve bütçeye dair konular detaylandırılır. Performans kriterlerinin ne olduğu açıklanır. İçerik hakları ve fikri mülkiyet haklarına dair düzenlemelerin yanında verilerin çıktıları ne şekilde paylaşılacağı ve çalışılacağı açıklanır. Burada reklam kampanyalarının saldırgan olmamasının üzerinde de durmamız iyi olacaktır. Avrupa Birliği Hukuku'nda da benzer bir yaklaşım vardır. Örneğin 2005/29/CE sayılı Direktif’in 8. maddesi, tüketicinin karar özgürlüğünü baskı, taciz veya haksız yönlendirme yoluyla önemli ölçüde zayıflatan ve onu normal şartlarda vermeyeceği bir karara iten uygulamaları “agresif ticari uygulama” olarak tanımlar.⁹ Bundan kaçınmak gerekir.

Gizem’in kendi web sitesi olacağı için, pazar yerine göre bir karşılaştırma yapıldığında daha çok yönlü hukuki sorumluluk ve sözleşme yönetimi olduğunu görürüz çünkü Gizem hem altyapı sağlayıcılarla hem de tüketiciyle doğrudan doğruya iletişimde olacağı için bu noktada sözleşmelerin detaylı bir şekilde hazırlanması önem kazanır.

Genel bir değerlendirme yaptığımızda hem Tuğçe’nin hem de Gizem’in birbirinden farklı yerlerde satış yapmalarına rağmen birtakım sözleşmesel ilişkileri kurmak zorunda olduklarını görüyoruz. Bunların en temeli tüketicilerle yapılan “mesafeli satış sözleşmesi”, kargo şirketleriyle yapılan “taşıma sözleşmesi”, paketleme ve depolama süreçleri için eğer bir hizmet alınması gerekecekse buna dair yapılacak olan “hizmet sözleşmesi”, pazarlama süreçlerinde yapılacak reklam işleriyle ilgili bir başka “hizmet sözleşmesi”. Ayrıca her durumda kamu düzeninden kaynaklanan vergisel

⁹ Céline Castets-Renard, “Le commerce électronique et la protection des consommateurs”, Revue internationale de droit économique, 2016, Toulouse, Erişim Tarihi: 25.12.2025, https://irdeic.ut-capitole.fr/medias/fichier/commerce-electronique_1473407879416-pdf.

yükümlülükler uymaları gerekir. Bunun içinde e-arşiv ve e-fatura gibi sistemler vardır. Sonuç olarak Tuğçe, Pazaryeri uygulaması üzerinden hazır altyapıyı kullanarak satış yapacağı için görece daha az sayıda sözleşme ilişkisi içerisine girer. Ancak Gizem kendi altyapısını kurduğu için daha fazla sözleşme ilişkisi kurar.

Gizem ve Tuğçe dilerse ileride beraber bir adi ortaklık veya şirket kurarak ortak satış yaparlarsa buna dair Borçlar Kanunu'nda yer alan "adi ortaklık sözleşmesi" akdetmeleri ya da Ticaret Kanunu'ndaki gibi "şirket ana sözleşmesi" hazırlamaları gerekir. Bunun haricinde markalarının ve tasarımlarının haklarının korunması için web sitesi tasarımı, logo, marka ismi gibi unsurlar için FSEK veya marka hukuku çerçevesine koruma ve sözleşmeler yapabilirler. Son olarak en önemli konulardan bir tanesi de kişisel verilerin korunmasıdır. Web sitesi üzerinden veri toplayan her girişim, kullanıcı verilerini işlerken KVKK gereği aydınlatma metni hazırlamalı ve üçüncü taraf veri işleyenlerle "veri işleme sözleşmeleri" yapılmalıdır.

Buna ek olarak veri işleme konusuyla ilgili bazı noktalara değinmek gerekir. E-Ticaret Kanunu temel olarak ticari elektronik iletileri ve hizmet sağlayıcıların bu alandaki yükümlülüklerini düzenlerken, KVKK kişisel verilerin işlenmesine ilişkin hakları korur. Bu iki düzenleme farklı alanlara hitap etse de uygulamada genellikle birlikte işlerler. Bir iletinin gönderilmesi sırasında kişisel veri işleniyorsa önce KVKK'nın veri işleme şartlarına uyulması gerekir; ileti ticari nitelikteyse ayrıca E-Ticaret Kanunu'ndaki onay ve ret mekanizmaları da devreye girer. KVK Kurulu'nun Amazon kararı da bu yaklaşımı açıkça desteklemektedir. Siyasi iletiler E-Ticaret Kanunu kapsamı dışında kalsa da, kişisel verilerin bu amaçla hukuka aykırı kullanılması hâlinde KVKK çerçevesinde yaptırımlar söz konusu olabilir. Dolayısıyla her iki kanun, kendi alanlarında kalmakla birlikte, uygulamada birbirini tamamlayan bir işlev görür.¹⁰

¹⁰ Mehmet Bedii KAYA, Elektronik Ticaret Hukuku Ticari Elektronik İletiler, On İki Levha Yayınları, 2. Baskı, İstanbul, 2020, s.162.

SORU 2- Tuğçe ve Gizem’in tercihlerinin hukuki ve teknik avantajları ve dezavantajları nelerdir? Tüm ihtimalleri değerlendiriniz. Etraflıca tartışınız.

Tuğçe, Türkiye’nin en bilinen ve kullanılan çevrimiçi pazar yerlerinden biri olan mardinsepeti.com üzerinden satış yapmayı planlarken; Gizem ise realmardin.com isimli kendi web sitesini kurarak doğrudan kendi hedef müşterilerine ulaşmak istemektedir. Hangi yol tercih edilirse edilsin hem hukuki açıdan hem de teknik açıdan çeşitli avantajlar ve dezavantajlar vardır.

Öncelikli olarak Tuğçe’nin pazar yeri platformu üzerinden satış yapması durumunu inceleyelim. Öncelikle 7416 sayılı Kanun’un 2. Maddesiyle ETHDK’ya eklenen 2/1/h maddesinde e-ticaret pazar yerinin yasal tanımı “e-ticaret aracı hizmet sağlayıcının aracılık hizmetlerini sunduğu e-ticaret ortamı” ifadesi kullanılarak yapılmıştır. O halde pazar yeri dediğimizde; Netice itibariyle ETDHK kapsamında pazar yerinden söz edilebilmesi için aşağıda sayılan unsurların hepsinin bir arada mevcut olması şarttır. Bu unsurlar:

- Çevrim içi iktisadi ve ticari nitelikte faaliyette bulunulan internet sitesi, mobil site veya mobil uygulama gibi platform vasfında bir e-ticaret ortamı,
- Elektronik ticaret ortamında mal ve hizmet sağlanmasına ilişkin sözleşme yapan veya sipariş alan birden çok ETHS’nin varlığı,
- E-ticaret pazar yerinde ETHS’nin mal veya hizmetlerinin sağlanmasına ilişkin sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine elektronik teknik imkân sağlayan ETAHS’nin varlığı,
- Müşteriler ve/veya alıcıların varlığı ve
- ETAHS tarafından aracılık hizmetinin sunulması olarak başlıklandırılabilir.¹¹

Genellikle küçük üreticiler veya girişimler başlangıç aşamasında hali hazırda oturmuş platformlarda satış yapmayı daha konforlu bulurlar çünkü platforma ait zaten bir güven toplumunda oluşmuştur, bilinirlik vardır ve birçok hukuki prosedür platformun kendisi tarafından satıcıya sağlanır. Bunun hem hukuki hem teknik avantajları vardır. Hukuken, Tuğçe’nin pazar yeri uygulamasında satıcı hesabı açtığı anda bir sözleşme kurulur. Bu elektronik ticaret “aracılık sözleşmesi” olarak adlandırılır. “Aracılık sözleşmesinin, e-ticaret pazar yerinde ETAHS tarafından ETHS’ye sunulan aracılık hizmetinin kapsam ve koşullarının Yönetmelik’te belirlenen asgari içerik koşuluna uygun olarak yazılı veya elektronik ortamda düzenlendiği; sunulan hizmet karşılığında ETHS’nin,

¹¹ Emel Badur-Kutay Hatipoğlu, “Elektronik Ticaret Pazar Yerinde Aracılık Sözleşmesi”, DergiPark, Erişim Tarihi: 25.12.2025, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3331673?utm>, s.325.

ETAHS'ye bir bedel ödediği, tam iki tarafa borç yükleyen ve sürekli borç ilişkisi doğuran bir sözleşme olarak tanımlanması mümkündür.”¹²

Bu sözleşme sayesinde Tuğçe uygulamaya karşı komisyon yükümlülüğünü yerine getirip kurallara uyarken, uygulama da tüketiciyle Tuğçe adına mesafeli satış sözleşmesini akseder, ön bilgilendirme formlarını paylaşır. Bunlar platformda hazır olarak sağlanır, satıcının bunun için uğraşmasına gerek yoktur. Bu durum özellikle yeni başlayan küçük işletmeler ve girişimciler için büyük rahatlık sağlar. Teknik anlamda ise bu platformlar ürün listeleme, sipariş takibi, ödeme süreçlerinin yönetilmesi ve faturalandırılması, stokların yönetimi gibi birçok sistemsel konuyu kendi yazılımları aracılığıyla yürütür. Satıcının bu konuda ekstra bir know-how sahibi olmasını gerektirmez, zaten sistem hazır bir şekilde yürümeye devam edecektir. Bununla birlikte kargo anlaşmaları ve lojistik destek genellikle platformlar tarafından sağlanır ve müşteriye ürün teslimatı konusunda da satıcılara büyük kolaylık sağlar.

Pazaryerinden satış yapmanın avantajları olduğu gibi dezavantajları da vardır. Bunların başında platformun kendi kurallarına uyma yükümlülüğü gelir. Bu da beraberinde ciddi komisyon ödemelerini getirir. Bu uygulamaları kullanan satıcılar, platformun uygun gördüğü komisyon oranlarına uymak zorundadır ve bunlar platform tarafından tek taraflı düzenlenir. Örneğin, komisyon oranlarının arttırılması, ürün listeleme kurallarının değiştirilmesi gibi durumlar üzerinde satıcıların hiçbir etkisi olamaz çünkü bu uygulamalarda yer almayı ve satış yapmayı kabul ederek zaten bu değişikliklere uyacakları konusunu da garanti etmiş olurlar. Komisyon meselesinin zaman içindeki değişimine bağlı olarak uzun vadede karlılığı negatif anlamda etkileyebilir. Bir diğer önemli dezavantaj oluşturabilecek konu ise Pazaryeri üzerinden yapılan satışlarda, müşterilerin satın alma davranışını kullandıkları platformun marka değeri belirler. Bu sebeple müşteriler alışveriş yaptıkları markayı ayırt etmekte zorlanabilirler. Tuğçe de haliyle kendi markasını tanıtmakta, markalaşmada ve müşteri kilesi oluşturmada yetersiz kalabilir.

Şimdi de Gizem'in kendi web sitesini kurup onun üzerinden doğrudan satış yaptığı durumda bakalım. Gizem sıfırdan bir oluşum kurduğu için tüm yasal belgeleri kendisi oluşturmak ve yayınlamak zorundadır. Bunların hukuka uygun düzenlenmesi ileride görülebilecek muhtemel çatışmalar için çok verimli olacaktır. Bu durum ilk bakışta külfet gibi gelse de aslında ilerisi için

¹² a.g.e., s.332.

önemli bir yatırımdır çünkü bu belgeler iş modeline, ürün yapısına ve müşteri progiline uygun bir şekilde özgülleştirilebilir ve üzerinde özgürce değişiklikler yapılabilir. Bununla birlikte, bu modelde KVKK yükümlölükleri doğrudan Gizem'e ait olacaktır. Buna müşteri verilerinin toplanması, hukuka uygun bir şekilde işlenmesi, saklanması ve silinmesi süreçlerinin tamamı dahildir ve tümünden Gizem sorumludur. Teknik olarak baktığımızda Gizem'in kendine ait bir web sitesi kullanması ve onun üzerinden satış yapması onu rekabette ve pazarlamada özgür kılar. Site tasarımı, kullanıcı deneyimi, çevrim içi ödeme sistemleri gibi tüm detayları kendi zevkine göre belirleyebilir. Siteye giren ziyaretçilerin davranışlarını izleyip analiz edebilir ve hedef kitlesiyle ilgili bir öngörü geliştirebilir. Kendi oluşturduğu dijital pazarlama stratejileriyle müşteri etkileşimini artırabilir. Kendi alan adına sahip olması ise uzun vadede markalaşmasını kolaylaştırır çünkü marka bilinirliğini artırır. "23.10.2024 tarihinde kabul edilen 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da elektronik ticarete ilişkin düzenlemelerin yanısıra; elektronik sözleşmelere ilişkin bilgi verme yükümlölükleri, ticari iletişim, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumlulukları, kişisel verilerin korunması ve uygulanacak yaptırımlar düzenlenmiştir. Bu kanundaki ilgili hükümler, tüketici işlemi olsun olmasın genel olarak elektronik ortamda yapılan sözleşmeleri kapsamaktadır. Bu kanun kapsamında tüketiciler açısından getirilen önemli bir düzenleme, satıcı ve sağlayıcıların reklam ve sözleşme kurma amacıyla tüketicilere gönderecekleri mesaj, e-posta gibi iletilerin tüketicinin iznine bağlanmasıdır."¹³

Ancak avantajları olduğu kadar tüm teknik sorumlulukların Gizem'e ait olması sebebiyle zorlanacağı alanlar da olacaktır. Web sitesinin kurulumu, güvenlik önlemleri, ödeme altyapısının entegrasyonu, mobil uyumluluk gibi pek çok konu onun tarafından yönetilmelidir ya da bu işi yapabilecek kapasitede insanlarla çalışılmalıdır. Sitenin aktivasyonunu arttırmak için sosyal medya yönetimi ve dijital reklam kampanyaları gibi faaliyetleri hem maddi olarak hem de vakit olarak yatırım yapması gerekecektir. Bu da onun için ekstra gider kalemi çıkaracaktır.

Sonuç olarak baktığımızda başlangıçta Pazaryeri kullanımı teknik gerekliliklerin ve hukuki yükümlölüklerin daha az olması daha kolayken, ilerleyen dönemde web sitesi markalaşma açısından çok daha kolaylık sağlayacaktır. Tuğçe'nin tercih ettiği yöntem daha düşük riskli ve pratik olacakken, Gizem'in seçimi daha çok sorumluluk ve maliyeti beraberinde getirecektir. Ancak uzun vadede daha sürdürülebilir bir marka etkileşimi ve itibarı getirecektir.

¹³ Kazmacı, a.g.e., s.2800.

SORU 3- Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılara getirilen elektronik ticaret lisansı uygulamasının yerindeliğini ve hukukiliğini etraflıca tartışınız.

Elektronik ticaret çok uzun yıllardır olsa bile 2000’lerin başından itibaren çok daha görünür hale gelmiştir ve özellikle teknolojinin öngörülemez bir şekilde büyümesiyle beraber, Covid döneminin de etkileri düşünüldüğünde günümüzde çok yaygın bir hale gelmiş durumdadır Bu yaygınlaşmanın sonucunda Ticaret Bakanlığı tarafından 7416 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile yürürlüğe konulan ve 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’da önemli değişiklikler getirilen bir lisans uygulaması başlamıştır. Öncelikle elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların (ETHS) ne olduğunu konuşmalıyız. ETHS dediğimiz kişiler ya da işletmeler kendi internet sitesi üzerinden doğrudan ürün ya da hizmet satarlar. Örneğin somut olayda Gizem realmardin.com üzerinden satış yapacağı için ETHS sayılıyorlar. Buna karşılık elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı (ETAHS) ise başkalarına ait ürünleri kendi platformlarında sergileyip satışa aracılık eden uygulamalardır. Bu da Tuğçe’nin satış için kullandığı mardinsepeti.com gibi pazar yerleridir.

Ticaret Bakanlığı, yeni düzenlemeyle başlattığı lisans uygulamasını özellikle belli bir ciroyu geçen aracı hizmet sağlayıcılarının faaliyet sürdürebilmeleri için zorulu hale getirmiştir. Ayrıca bu platformlar için reklam bütçeleri, yapılan indirimler ve kendi markalarını öne çıkarma gibi konularda da bazı kısıtlamalar getirilmiştir. Bence bu lisans uygulaması, özellikle büyük platformların kontrolünü artırmayı amaçlıyor olabilir. Mesela reklam bütçeleri ve yaptıkları indirim kampanyaları gibi konularda artık bazı kurallara uymak durumundadır.¹⁴

Elektronik ticaret lisansının hukukiliğine baktığımızda ise ilk olarak Anayasa’nın 48. maddesinden bahsetmemiz gerekir. Buna göre herkes çalışma ve sözleşme özgürlüğüne sahiptir ve devlet, kamu yararı ve ekonomik dengeyi sağlamak amacıyla kişilere girişimde bulunma özgürlüğü sağladıkları gibi buna müdahalede de bulunabilirler. İlaç ve enerji sektörlerinde, bankacılık düzenlemelerinde zaten uzun zamandır lisans zorunluluğu vardı. Daha önceden bahsettiğimiz gibi e-ticaret bir anda bu kadar yoğunlaşınca devlet bu alana da müdahale etme kararı almıştır çünkü bu platformlar ekonomi üzerinde çok etkilidir. Bunun haricinde çok büyük bir veri toplanması ve depolanması söz

¹⁴ Ticaret Bakanlığı, “Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı Rehberi”, 2023.

konusudur. Bu sebeple ayrıca Anayasa'nın 167. Maddesinde devlete atfedilen "piyasaların sağlıklı işlemlerini sağlama" görevinin de gündeme geldiğini görürüz. Devletin bu müdahaleleri bu maddenin de bir yansıması gibidir. Bir de Anayasa'nın 5. Maddesindeki devletin "kişilerin ve toplumun refahını, huzurunu ve ekonomik güvenliğini sağlamak" görevinden de bahsedebiliriz. Bunun yanında Anayasa 73. Maddede vergilendirme adaleti konusuyla ilgili olarak lisansla kayıt dışı ekonomik kazancı önlemeye çalışılıyor da diyebiliriz. Devlet vergilendirme yetkisini kanunlar vasıtasıyla kullanır. 73. Maddenin 3. Fıkrasında "vergi, resim, harç ve benzeri yükümlülükler kanunla konulur, kanunla değiştirilir veya kaldırılır" hükmüne yer verilmiştir. Bu hükümde "vergilerin kanuniliği ilkesi"nden söz edilir. Bu nedenle elektronik ticaret işlemlerinin vergilendirilmesi ancak kanuni düzenlemelerle mümkündür. Vergi hukukunda "kıyas yasağı" vardır. Buna göre mevcut kuralların yorumlanıp elektronik ticarete uyarlanması mümkün değildir. Bu nedenle kanunda vergi kapsamına girecek işlemlerin ve faaliyetlerin açık ve net bir biçimde belirtilmesi gerekir.¹⁵ Bu sebeple lisans uygulaması bu açıdan da anayasal bir zeminde değerlendirilebilir. Burada söz konusu olan, özel girişimlere doğrudan bir yasak getirmek değil, kamu yararı doğrultusunda getirilen bir denge mekanizmasıdır. Bu sebeple lisans uygulamasının ticari özgürlük ve ekonomik anlamda kamusal düzen arasında dengede durduğu bir pozisyonun bahsedebiliriz.

Devletin anayasadan gelen bu görevlerini düşünmemiz kamusal yarar açısından hukuka uygun gözüktüğü de bunun ölçülülük ve orantılılık konularında bazı soru işaretleri yaratabileceğini de düşünebiliriz. Son zamanlarda büyük pazar yerleri küçük satıcıları çok zorlamaktadır. Büyük platformların kendi markalarını daha görünür hale getirdiği ve fiyat algoritmalarıyla piyasayı yönlendirdikleri yönünde şikayetler gündeme geldi. Bunların sonucu olarak da kayıt dışı kazanç ve vergi kaybı gibi konuların üzerinde durulması devletin bu alana müdahale etmesi gerektiği yönünde bir yaklaşımı beraberinde getirmiştir. Bu açıdan baktığımızda lisans uygulaması, yukarıda da bahsettiğim 73. Madde çerçevesinde "vergilendirmede adalet ve eşitlik" ilkesine katkıda bulunabilir çünkü buralarda yapılan ticaretin kayıt altına alınması gerekliliği önemli hale gelmiştir. Büyük platformların faaliyetleri eğer ki kayıt dışı kalırsa, vergi yükü de düşük cirolu küçük esnafa binmiş olur. Sonuç olarak da lisans sistemi bu sebepler göz önünde bulundurulduğunda genel perspektifte ölçülü ve gerekli gözüktüğü bile getirilen lisans ücretlerinin yüksekliği orantılılık konusunda soru

¹⁵ Organ, A., & Karadağ, N. C., "İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret ve Hukuki Altyapısı", Journal of Internet Applications and Management, 2011, Cilt: 2, Sayı: 2, 81-104, s.92, <https://doi.org/10.5505/iuyd.2011.18291>.

işaretleri yaratmıştır. Bence her ne kadar devletin endişesi haklı gibi görünse de yaptırımlar pratik hayatta duruma göre çok da orantılı kalmayabiliyor.

Sadece ekonomik değil, aynı zamanda bu küçük satıcıları göz önünde bulundurduğumuzda piyasada yaratılan dengesizliğe karşı da önemli bir tedbir haline geliyor. Küçük lekli girişimciler bu platformlara girmezlerse ürünlerini satamaz hale geliyorlar. Bu platformlar da bunu fırsat bilerek yüksek komisyonlar getirebiliyorlar. Bu da piyasayı haksız rekabet ortamına dönüştürüyor. Bu sebeple lisans uygulaması; küçük işletmeler, KOBİ’ler ve yerel üreticiler açısından önemli bir koruma sağlıyor. Örneğin olayımızda Tuğçe gibi satıcılar, eskiden bahsedilen sebeplerle haksız rekabete uğruyordu ancak lisans uygulamasıyla birlikte artık platformlar kendi ürünlerini ne çıkaramaz hale geldi ve belli oranların üzerinde reklam yapamıyor. Öte yandan bu düzenlemeler küçük işletmelerin lehine sonuçlar getirse de lisans ücretleri çok yüksek olduğundan bu firmalar yatırım yapmaktan çekinir hale geldiler. Bu maliyetleri satıcılara ya da tüketicilere yansıtmaya ihtimalleri doğdu. Bu da zaman içinde fiyatların artmasına ve yeniliklerin azalmasına sebep oldu.

İleride daha farklı olumsuz etkileri de karşımıza çıkabilir. Bana kalırsa, ileride özellikle girişimcilerin önüne bu tarz yeni uygulamalar çıkarılırsa yeni fikirlerin de hayata geçmesi zorlaşabilir. Buradaki hukuki ve mali yaptırımlar girişimcileri adım atma konusunda geri tutabilir. Sadece lisans alabilen büyük firmalar ayakta kalırsa, bu sefer de başka tür tekelleşmelerle karşılaşabiliriz. Küçük işletmeler ekosistem dışına kayabilir. Kayıt dışı e-ticaret yapılabilir. Bu sebeple lisans uygulamasını getirmekle iş bitmez, bu sistemin adil, dengeli ve orantılı bir şekilde sürdürülmesi çok önemlidir. Hakkaniyetli olacak uygulamalar getirilerek piyasada denge sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

I. Kitaplar

Kaya, M. B., *Avrupa Birliği P2B Tüzüğü*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2022.

Kaya, M. B., *Elektronik Ticaret Hukuku: Ticari Elektronik İletiler*, 2. Baskı, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul, 2020.

II. Mevzuat

Türk Borçlar Kanunu

Türk Ticaret Kanunu

6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

7416 sayılı Kanun (E-Ticaret Kanununda Değişiklik)

Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu

5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun

III. Akademik Makaleler

Badur, E., & Hatipoğlu, K., “Elektronik Ticaret Pazar Yerinde Aracılık Sözleşmesi”, *DergiPark*. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3331673>

Castets-Renard, C., “Le commerce électronique et la protection des consommateurs”, *Revue internationale de droit économique*, Toulouse, 2016. https://irdeic.ut-capitole.fr/medias/fichier/commerce-electronique_1473407879416-pdf

Maulidiana, L., Idham, & Nadriana, L., “Contract Law in E-Commerce Perspective and Its Implications for Consumers”, *International Journal of Business Law and Education*, Cilt 6, Sayı 1, 2025.

Organ, A., & Karadağ, N. C., “İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret ve Hukuki Altyapısı”, *Journal of Internet Applications and Management*, Cilt 2, Sayı 2, 2011, ss. 81–104.

DOI: <https://doi.org/10.5505/iuyd.2011.18291>.

Uzun Kazmacı, Ö., “İnternet Ortamında Kurulan Mesafeli Sözleşmelerde Tüketicinin Korunması”, *DergiPark*. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/373445>

IV. Resmi ve Kurumsal Raporlar

Ticaret Bakanlığı, *Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcı Rehberi*, 2023.

WIPO, *The Role of the Domain Name System and Its Operators in Domain Registration and WHOIS Data*. <https://www.wipo.int/documents/2810628/2827506/case-study-the-role-of-dns-and-operators.pdf>

V. WEB Kaynakları

Contracts Counsel, “What Is a Website Hosting Agreement?” <https://www.contractscounsel.com/t/us/website-hosting-agreement>

Kılınç Law, “Legal Responsibilities of Web Hosting Providers Such as Instagram, Facebook and Youtube” <https://kilinlaw.com.tr/en/legal-responsibilities-of-web-hosting-providers-such-as-instagram-facebook-and-youtube/>

Mihci Hukuk Bürosu, “E-Ticaret Sitelerinde Bulunması Gereken Hukuki Metinler” <https://www.mihcihukuk.com/e-ticaret-sitesinde-bulunmasi-gereken-hukuki-metinler.html/>