

Elektronik Ticaret

Umut AI

umutal@hacettepe.edu.tr

Elektronik Ticaret (E-Ticaret)

- ❑ Ürün veya hizmetler ile ilgili tüm faaliyetlerin (üretim, tanıtım, satış, dağıtım gibi) elektronik araçlar üzerinden yapılması
- ❑ Ekşi sözlükten =>
 - ❑ “alışverişin tembeller göre düşünülmesi hali...”
 - ❑ “cumaya gittim döneceğim sorunsalının ortadan kalktığı ticaret şeklidir...”
 - ❑ “geleneksel ticaretle karşılaştırılca sanıldığı kadar aksine geleneksel ticaretten daha güvenli ve daha hızlı olan, tüketici açısından daha iyi fiyat araştırması

E-Ticaret Süreci

- ❑ Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi
- ❑ Firmaların elektronik ortamda buluşması
- ❑ Ödeme sürecinin yerine getirilmesi
- ❑ Taahhüdün yerine getirilmesi, ürün veya hizmetin müşteriye teslimi
- ❑ Satış sonrası bakım, destek vb hizmetlerin sağlanması

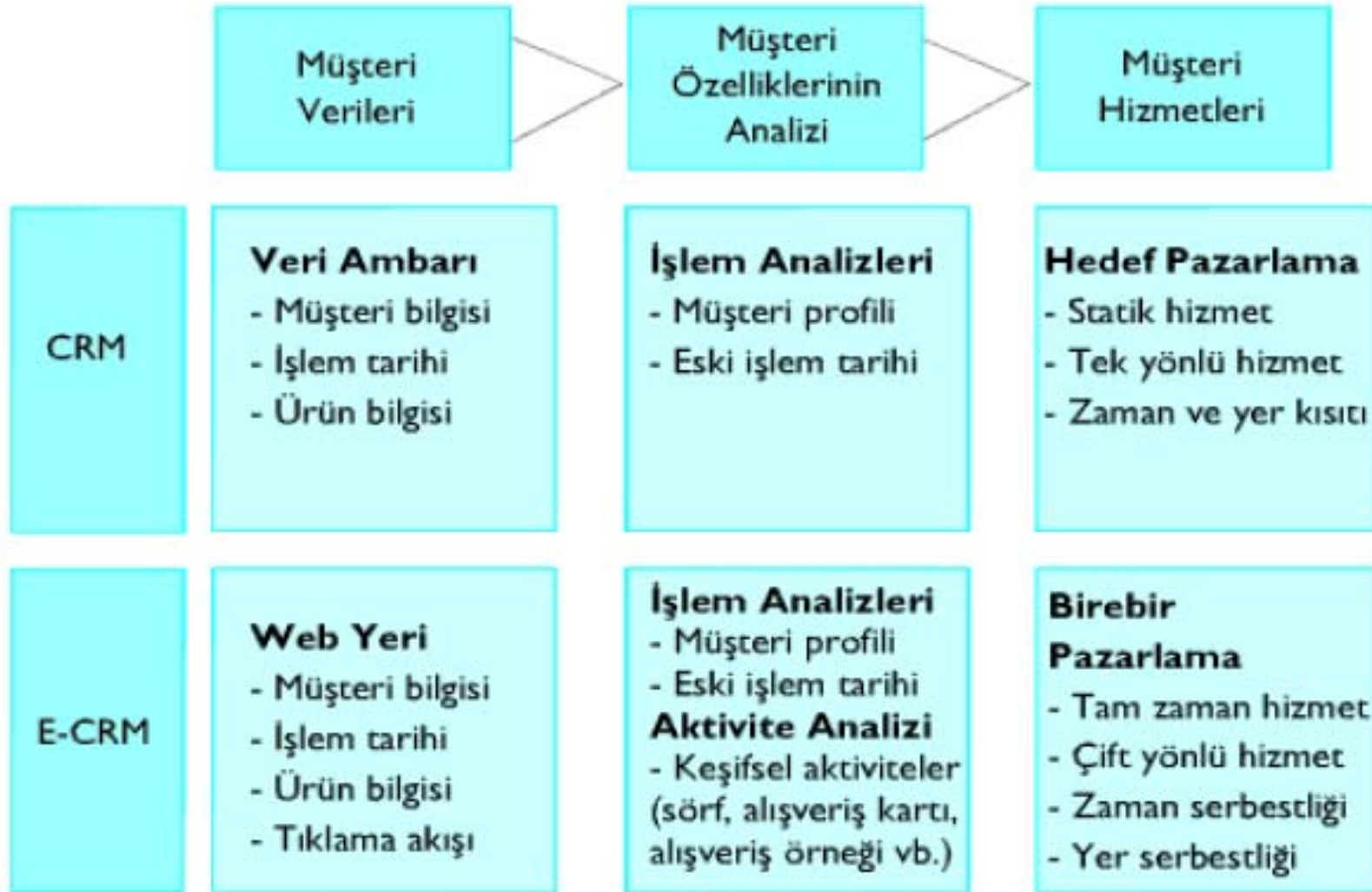
E-Ticaretin Ortaya Çıkışı

- ❑ TCP-IP
- ❑ HTML dili
- ❑ Tarayıcılar
- ❑ İnternet kullanım maliyetindeki azalış
- ❑ İnternet kullanıcı sayısındaki artış
- ❑ İnternet'in ticari amaçlı kullanımı
- ❑ ...

A timeline for the development of e-commerce:

- 1971 or 1972: The [ARPANET](#) is used to arrange a cannabis sale between students at the [Stanford Artificial Intelligence Laboratory](#) and the [Massachusetts Institute of Technology](#), later described as "the seminal act of e-commerce" in [John Markoff's](#) book *What the Dormouse Said*.^[1]
- 1979: [Michael Aldrich](#) demonstrates the first [online shopping](#) system.^[2]
- 1981: Thomson Holidays UK is first business-to-business online shopping system to be installed.^[3]
- 1982: [Minitel](#) was introduced nationwide in France by [France Télécom](#) and used for online ordering.
- 1983: [California State Assembly](#) holds first hearing on "electronic commerce" in Volcano, California.^[4] Testifying are CPUC, MCI Mail, Prodigy, CompuServe, Volcano Telephone, and Pacific Telesis. (Not permitted to testify is Quantum Technology, later to become AOL.)
- 1984: [Gateshead SIS/Tesco](#) is first B2C online shopping system ^[5] and Mrs Snowball, 72, is the first online home shopper^[6]
- 1984: In April 1984, [CompuServe](#) launches the Electronic Mall in the USA and Canada. It is the first comprehensive electronic commerce service.^[7]
- 1990: [Tim Berners-Lee](#) writes the first web browser, [WorldWideWeb](#), using a [NeXT](#) computer.^[8]
- 1992: [Book Stacks Unlimited](#) in Cleveland opens a commercial sales website ([www.books.com](#)) selling books online with credit card processing.
- 1993: [Paget Press](#) releases edition No. 3 ^[9] of the first^[citation needed] [app store](#). The [Electronic AppWrapper](#) ^[10]
- 1994: [Netscape](#) releases the Navigator browser in October under the code name [Mozilla](#). [Netscape 1.0](#) is introduced in late 1994 with [SSL](#) encryption that made transactions secure.
- 1994: [Ipswitch IMail Server](#) becomes the first software available online for sale and immediate download via a partnership between [Ipswitch, Inc.](#) and [OpenMarket](#).
- 1994: "Ten Summoner's Tales" by [Sting](#) becomes the first secure online purchase.^[11]
- 1995: The US [National Science Foundation](#) lifts its former strict prohibition of commercial enterprise on the Internet.^[12]
- 1995: Thursday 27 April 1995, the purchase of a book by Paul Stanfield, Product Manager for [CompuServe](#) UK, from [W H Smith's](#) shop within CompuServe's UK Shopping Centre is the UK's first national online shopping service secure transaction. The shopping service at launch featured [W H Smith](#), [Tesco](#), [Virgin Megastores/Our Price](#), [Great Universal Stores \(GUS\)](#), [Interflora](#), [Dixons Retail](#), [Past Times](#), [PC World \(retailer\)](#) and [Innovations](#).
- 1995: [Jeff Bezos](#) launches [Amazon.com](#) and the first commercial-free 24-hour, internet-only radio stations, [Radio HK](#) and [NetRadio](#) start broadcasting. [eBay](#) is founded by computer programmer [Pierre Omidyar](#) as [AuctionWeb](#).
- 1996: [IndiaMART](#) B2B marketplace established in India.
- 1996: [ECPlaza](#) B2B marketplace established in Korea.
- 1998: [Electronic postal stamps](#) can be purchased and downloaded for printing from the Web.^[13]
- 1999: [Alibaba Group](#) is established in China. [Business.com](#) sold for US \$7.5 million to eCompanies, which was purchased in 1997 for US \$149,000. The peer-to-peer filesharing software [Napster](#) launches. [ATG Stores](#) launches to sell decorative items for the home online.
- 2000: The dot-com bust.
- 2001: [Alibaba.com](#) achieved profitability in December 2001.
- 2002: [eBay](#) acquires [PayPal](#) for \$1.5 billion.^[14] Niche retail companies [Wayfair](#) and [NetShops](#) are founded with the concept of selling products through several targeted domains, rather than a central portal.
- 2003: [Amazon.com](#) posts first yearly profit.
- 2003: [Bossgoo](#) B2B marketplace established in China.
- 2004: [DHgate.com](#), China's first online b2b transaction platform, is established, forcing other b2b sites to move away from the "yellow pages" model.^[15]
- 2007: [Business.com](#) acquired by [R.H. Donnelley](#) for \$345 million.^[16]
- 2009: [Zappos.com](#) acquired by [Amazon.com](#) for \$928 million.^[17] Retail Convergence, operator of private sale website [RueLaLa.com](#), acquired by [GSI Commerce](#) for \$180 million, plus up to \$170 million in earn-out payments based on performance through 2012.^[18]
- 2010: [Groupon](#) reportedly rejects a \$6 billion offer from [Google](#). Instead, the group buying websites went ahead with an [IPO](#) on 4 November 2011. It was the largest IPO since [Google](#).^{[19][20]}
- 2011: [Quidsi.com](#), parent company of [Diapers.com](#), acquired by [Amazon.com](#) for \$500 million in cash plus \$45 million in debt and other obligations.^[21] [GSI Commerce](#), a company specializing in creating, developing and running online shopping sites for brick and mortar businesses, acquired by [eBay](#) for \$2.4 billion.^[22]
- 2014: [Overstock.com](#) processes over \$1 million in [Bitcoin](#) sales.^[23] India's e-commerce industry is estimated to have grown more than 30% from 2012 to \$12.6 billion in 2013.^[24] US eCommerce and Online Retail sales projected to reach \$294 billion, an increase of 12 percent over 2013 and 9% of all retail sales.^[25] [Alibaba Group](#) has the largest [Initial public offering](#) ever, worth \$25 billion.

CRM * E-CRM



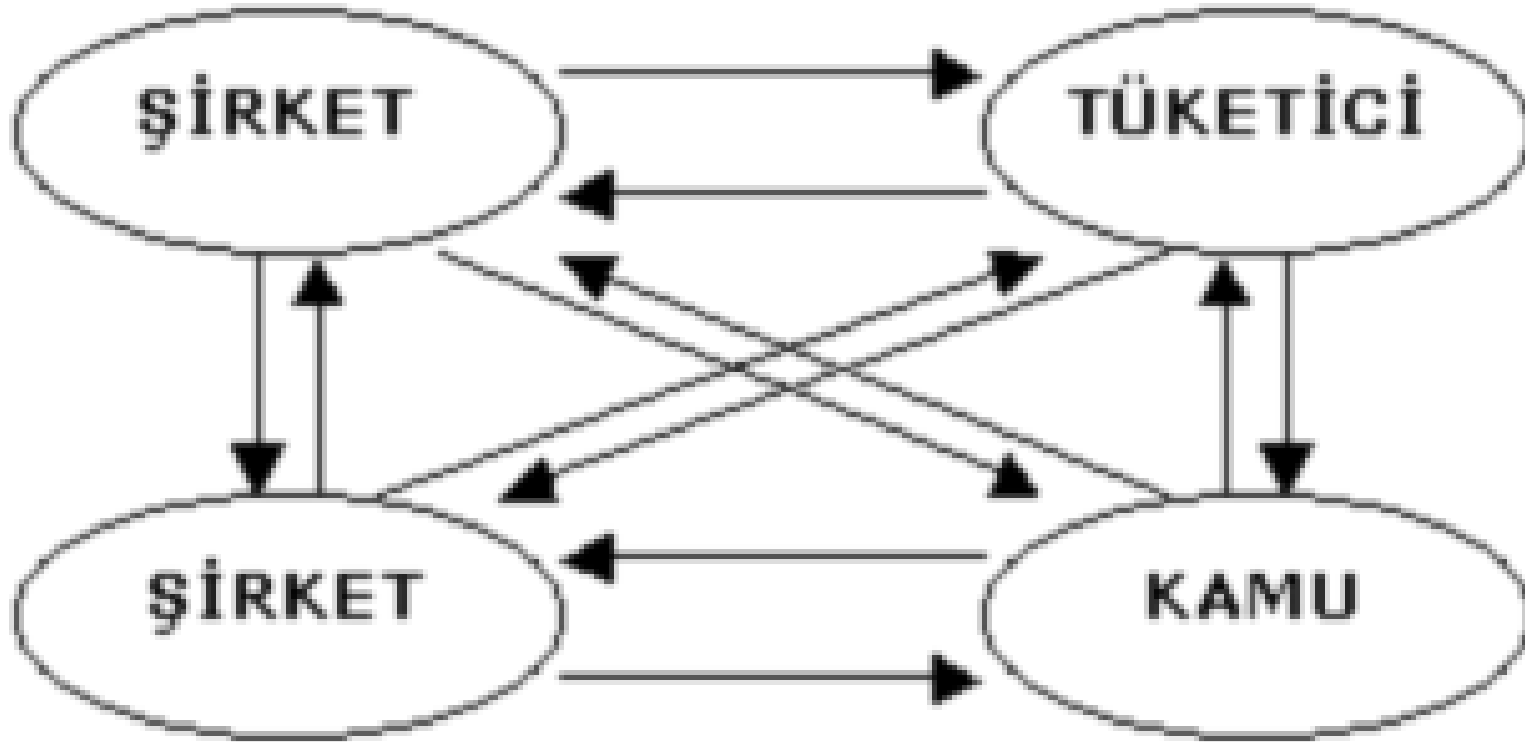
E-Ticaret Araçları

- ❑ Telefon
- ❑ Faks
- ❑ Televizyon
- ❑ İnternet
- ❑ İnternet
- ❑ WAP
- ❑ ...

E-Ticaret Türleri

- ❑ Şirketler Arası
- ❑ Şirket-Tüketici Arası
- ❑ Şirket-Kamu İdaresi Arası
- ❑ Tüketici-Kamu İdaresi Arası
- ❑ ...

E-Ticaretin Tarafları



E-Ticaret İle İlgili Sorunlar

- ❑ Teknik sorunlar
 - ❑ Alt yapı, İnternet'e erişim sorunları vb.
- ❑ Hukuksal sorunlar
 - ❑ Fikri mülkiyet hakları, elektronik belgelerin geçerliliği, sayısal imzanın geçerliliği, fiziksel malların teslimi ile ilgili olarak elektronik onay ve kabul belgelerinin geçerliliği vb.
- ❑ Sosyal sorunlar
 - ❑ Kamu ve özel sektörün koordinasyon eksikliğinin giderilmesi, elektronik ticaret içinde yer alacak kurumların oluşturulması vb.

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ

YASAMA DÖNEMİ

24

YASAMA YILI

2

SIRA SAYISI: 240

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)

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

T.C.

Başbakanlık

Kanunlar ve Kararlar

Genel Müdürlüğü

Sayı: B.02.0.KKG.0.10/101-193/5488

27/12/2010

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Adalet Bakanlığı'na hazırlanan ve Başkanlığımıza arzı Bakanlar Kurulu'na 6/12/2010 tarihinde kararlaştırılan "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı" ile gerekçesi ilişikte gönderilmiştir.

Gereğini arz ederim.

Recep Tayyip Erdoğan
Başbakan

HAVALE EDİLDİĞİ KOMİSYONLAR (1/488)

ESAS	Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu
TALİ	Adalet Komisyonu Avrupa Birliği Uyum Komisyonu Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonu

GENEL GEREKÇE

XX. Yüzyılın ortalarından itibaren kullanılmaya ve gelişmeye başlayan bilgi ve iletişim teknolojileri her geçen gün ekonomi, iş, ticaret, kamu idaresi, eğitim, adalet, sağlık ve kültür gibi hayatın tüm alanlarında büyük değişikliklere sebep olmakta, bu teknolojilerin ortaya çıkardığı yeni araçlar ve hizmetler hızla insanlığın tüm yaşamını etkilemeye devam etmektedir. Bilişim teknolojileri ve sunduğu hizmetler, nitelikleri gereği sadece ulusların millî düzenlerini değil tüm uluslararası toplumu etkilemekte; bu nedenle, modern dünyadaki ülkeler ve uluslararası örgütler, bu alanda iş birliğine giderek baş döndürücü bir hızla gelişen bu yeni ortama ayak uydurmaya çalışmakta, aynı çabalar birçok ülke tarafından takip edilmektedir. Artık herkesin benimsediği gibi, bilgi teknolojilerine ait ürünler ve bilgi toplumu hizmetleri modern bireyin günlük hayatını neredeyse çepeçevre kuşatmış bulunmaktadır. Başta bilgisayarlar olmak üzere, internete bağlanabilen cep telefonları, bankamatikler, internet üzerinden gerçekleştirilebilen bankacılık işlemleri ve çeşitli kamu hizmetlerinin bilişim ağları üzerinden verilebilmesi, modern hayatta insanlığın yaşamını kolaylaştırmak için çok büyük imkânlar sunmaktadır. Özellikle son otuz yılda çok büyük gelişmeler gösteren bilişim teknolojileri, sağladıkları büyük

Türkiye Büyük Millet Meclisi

(S. Sayısı: 240)

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonu Raporu

Türkiye Büyük Millet Meclisi

Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve

Turizm Komisyonu

3/11/2011

Esas No: 1/488

Karar No: 3

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Adalet Bakanlığınca hazırlanarak Bakanlar Kurulunca Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunulan ve Başkanlıkça 25/10/2011 tarihinde tali komisyon olarak Komisyonumuza, esas komisyon olarak da Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonuna havale edilen 1/488 esas numaralı “Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı”, geçtiğimiz dönem görüşülemediği için hükümsüz olmuş, ancak Hükümetin 21/10/2011 tarihli yazısı ile İttüzüğün 77 nci maddesine istinaden yenilenmiştir. Tasarı, Komisyonumuzun 03/11/2011 tarihinde yaptığı toplantısında; Adalet, Gümrük ve Ticaret, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme bakanlıkları ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Başkanlığı temsilcilerinin katılımlarıyla incelenip görüşülmüştür.

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

Alt Komisyon Raporu

Türkiye Büyük Millet Meclisi
Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar,
Bilgi ve Teknoloji Komisyonu
Esas No: 1/488

27/3/2012

SANAYİ, TİCARET, ENERJİ, TABİİ KAYNAKLAR, BİLGİ VE TEKNOLOJİ KOMİSYONU BAŞKANLIĞINA

Bakanlar Kurulunca, 21/10/2011 tarihinde İçtüzüğü'nün 77 nci maddesi uyarınca yenilenen ve Başkanlıkça 25/10/2011 tarihinde tali komisyon olarak Adalet, Avrupa Birliği Uyum ve Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm komisyonlarına, esas komisyon olarak Komisyonumuza havale edilen 1/488 esas numaralı "Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı"; Komisyonumuzun 18/1/2012 tarihinde Hükümeti temsilen Adalet Bakanlığı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Bilgi Teknolojileri Kurumu, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Avrupa Birliği Bakanlığı ve ilgili sivil toplum kuruluşları temsilcilerinin katılımlarıyla yaptığı, 24 üncü Dönem 2 nci Yasama Yılı'nın 4 üncü Birleşiminde incelenip görüşülmüştür.

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

ELEKTRONİK TİCARETİN DÜZENLENMESİ HAKKINDA KANUN TASARISI

Amaç ve kapsam

MADDE 1- (1) Bu Kanunun amacı, elektronik ticarete ilişkin esas ve usûlleri düzenlemektir.

(2) Bu Kanun, ticarî iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları kapsar.

Tanımlar

MADDE 2- (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

- a) Elektronik ticaret: Fizikî olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrim içi iktisadi ve ticarî her türlü faaliyeti,
- b) Ticarî iletişim: Alan adları ve elektronik posta adresi dışında, mesleki veya ticarî faaliyet kapsamında kazanç sağlamaya yönelik olarak elektronik ticarete ilişkin her türlü iletişimi,
- c) Ticarî elektronik ileti: Telefon, çağrı merkezleri, faks, otomatik arama makineleri, akıllı ses kaydedici sistemler, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve ticarî amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletileri,
- ç) Hizmet sağlayıcı: Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişileri,
- d) Aracı hizmet sağlayıcı: Elektronik ticaret faaliyetlerini sürdürmeleri amacıyla kullanıcılarına elektronik iletişim araçları vasıtasıyla iletişim, sipariş verme, içerik ve ilan yayınlama, ödeme, tanıtım, pazarlama gibi hizmetleri sunan gerçek ve tüzel kişileri,
- e) Bakanlık: Gümrük ve Ticaret Bakanlığını,

ifade eder.

Bilgi verme yükümlülüğü

MADDE 3- (1) Hizmet sağlayıcı, elektronik iletişim araçlarıyla bir sözleşmenin yapılmasından önce;

- a) Alıcıların kolayca ulaşabileceği şekilde ve güncel olarak tanıtıcı bilgilerini,
- b) Sözleşmenin kurulabilmesi için izlenecek teknik adımlara ilişkin bilgileri,
- 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 bilgileri,
- ç) Veri girişindeki hataların açık ve anlaşılır bir şekilde belirlenmesine ve düzeltilmesine ilişkin teknik araçlara ilişkin bilgileri,
- d) Uygulanan gizlilik kuralları ve varsa alternatif uyumsuzluk çözüm mekanizmalarına ilişkin bilgileri,

sunar.

(2) Hizmet sağlayıcı, varsa mensubu olduğu meslek odası ile meslekle ilgili davranış kurallarını ve bunlara elektronik olarak ne şekilde ulaşabileceğini belirtir.

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

HÜKÜMETİN TEKLİF ETTİĞİ METİN

ELEKTRONİK TİCARETİN DÜZENLENMESİ HAKKINDA KANUN TASARISI

Amaç ve kapsam

MADDE 1- (1) Bu Kanunun amacı, elektronik ticarete ve bu Kanunda yer alan bilgi toplumu hizmetlerine ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir.

(2) Bu Kanun, ticarî iletişimi, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları kapsar.

Tanımlar

MADDE 2- (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

a) Bakanlık: Sanayi ve Ticaret Bakanlığını,
b) Bilgi toplumu hizmetleri: Fizikî olarak karşı karşıya gelmeksizin, bedelli ya da bedelsiz olarak elektronik ortamda yerine getirilen çevrim içi hizmetleri,

c) Elektronik ileti: Telefon, faks, otomatik arama makineleri, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve doğrudan pazarlama, reklam, tanıtım, promosyon, yardım ve bağış toplama, araştırma, inceleme, propaganda veya cinsel içerik iletimi gibi amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletileri,

ç) Elektronik ticaret: Fizikî olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen ticarî faaliyetleri,

d) Hizmet sağlayıcı: Bilgi toplumu hizmeti sağlayan gerçek ya da tüzel kişileri,

e) Ticarî iletişim: Alan adları ve elektronik posta adresi dışında meslekî veya ticarî faaliyet kapsamında kazanç sağlamaya yönelik olarak elektronik ticarete ilişkin her türlü iletişimi, ifade eder.

Bilgi verme yükümlülüğü

MADDE 3- (1) Hizmet sağlayıcı, elektronik iletişim araçlarıyla bir sözleşmenin yapılmasından önce;

SANAYİ, TİCARET, ENERJİ, TABİİ KAYNAKLAR, BİLGİ VE TEKNOLOJİ KOMİSYONUNUN KABUL ETTİĞİ METİN

ELEKTRONİK TİCARETİN DÜZENLENMESİ HAKKINDA KANUN TASARISI

Amaç ve kapsam

MADDE 1- (1) Bu Kanunun amacı, elektronik ticarete ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir.

(2) Bu Kanun, ticarî iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları kapsar.

Tanımlar

MADDE 2- (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

a) Elektronik ticaret: Fizikî olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrim içi iktisadi ve ticarî her türlü faaliyeti,

b) Ticarî iletişim: Alan adları ve elektronik posta adresi dışında, meslekî veya ticarî faaliyet kapsamında kazanç sağlamaya yönelik olarak elektronik ticarete ilişkin her türlü iletişimi,

c) Ticarî elektronik ileti: Telefon, çağrı merkezleri, faks, otomatik arama makineleri, akıllı ses kaydedici sistemler, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve ticarî amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletileri,

ç) Hizmet sağlayıcı: Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişileri,

d) Aracı hizmet sağlayıcı: Başkalarına ait iktisadi ve ticarî faaliyetlerin yapılmasına, elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişileri,

e) Bakanlık: Gümrük ve Ticaret Bakanlığını, ifade eder.

Bilgi verme yükümlülüğü

MADDE 3- (1) Hizmet sağlayıcı, elektronik iletişim araçlarıyla bir sözleşmenin yapılmasından önce;

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

Kanun Tasarısı Bilgileri

Kanun Tasarısının Metni	
Dönemi ve Yasama Yılı	24/2
Esas Numarası	1/488
Başkanlığa Geliş Tarihi	21/10/2011
Tasarının Başlığı	Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı
Tasarının Özeti	Tasarı ile elektronik ticarete ve bilgi toplumu hizmetlerine ilişkin esas ve usuller ile istenmeyen elektronik postalara ilişkin hükümler düzenlenmekte ve Avrupa Birliğinin konuyla ilgili mevzuatı ile Türk mevzuatı arasında uyum sağlanması amaçlanmaktadır.
Tasarının Son Durumu	GÜNDEMDE

Kanun Tasarısı Komisyon Bilgileri

Komisyon Tipi	Adı	Giriş Tarihi	Çıkış Tarihi	Yapılan İşlem	Karar Tarihi
Tali Komisyon	Adalet Komisyonu	25/10/2011	10/05/2012	Raporunu Vermedi	
Tali Komisyon	Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonu	25/10/2011	15/11/2011	Raporunu Verdi	
Esas Komisyon	Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu	25/10/2011	10/05/2012	Raporunu Verdi	02/05/2012
Tali Komisyon	Avrupa Birliği Uyum Komisyonu	25/10/2011	10/01/2012	Raporunu Verdi	

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

Kanun Tasarısı Bilgileri					
Kanun Tasarısının Metni					
Dönemi ve Yasama Yılı	24/2				
Esas Numarası	1/488				
Başkanlığa Geliş Tarihi	21/10/2011				
Tasarının Başlığı	Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı				
Tasarının Özeti	Tasarı ile elektronik ticarete ve bilgi toplumu hizmetlerine ilişkin esas ve usuller ile istenmeyen elektronik postalara ilişkin hükümler düzenlenmekte ve Avrupa Birliği'nin konuyla ilgili mevzuatı ile Türk mevzuatı arasında uyum sağlanması amaçlanmaktadır.				
Tasarının Son Durumu	KANUNLAŞTI				
Kanun Tasarısı Komisyon Bilgileri					
Komisyon Tipi	Adı	Giriş Tarihi	Çıkış Tarihi	Yapılan İşlem	Karar Tarihi
Tali Komisyon	Adalet Komisyonu	25/10/2011	10/05/2012	Raporunu Vermedi	
Tali Komisyon	Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonu	25/10/2011	15/11/2011	Raporunu Verdi	
Esas Komisyon	Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu	25/10/2011	10/05/2012	Raporunu Verdi	02/05/2012
Tali Komisyon	Avrupa Birliği Uyum Komisyonu	25/10/2011	10/01/2012	Raporunu Verdi	
Esas Komisyon Raporu(Sirasayısı)				240	
Kanun Numarası:				6563	

E-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

Kanun Bilgileri

Kanun Numarası	6563
Başlığı	ELEKTRONİK TİCARETİN DÜZENLENMESİ HAKKINDA KANUN
Kanunun Görüşüldüğü Birleşimler	24.Dönem 5.Yasama Yılı 8.Birleşim
Kabul Tarihi	23/10/2014
Kabul Edildiği Birleşim	24.Dönem 5.Yasama Yılı 8.Birleşim
Cumhurbaşkanlığına Gidiş Tarihi	31/10/2014
Cumhurbaşkanlığından Geliş Tarihi	04/11/2014
Cumhurbaşkanınca Yapılan İşlem	Onay
Resmi Gazete Tarihi	05/11/2014
Resmi Gazete Numarası	29166
Diğer Bilgiler	Geçmiş Dönem Tasarı Bilgileri ve Komisyon Raporları

KANUN

ELEKTRONİK TİCARETİN DÜZENLENMESİ

HAKKINDA KANUN

Kanun No. 6563**Kabul Tarihi: 23/10/2014****Amaç ve kapsam****MADDE 1 –** (1) Bu Kanunun amacı, elektronik ticarete ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir.

(2) Bu Kanun, ticari iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları kapsar.

Tanımlar**MADDE 2 –** (1) Bu Kanunun uygulanmasında;

a) Elektronik ticaret: Fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrim içi iktisadi ve ticari her türlü faaliyeti,

b) Ticari iletişim: Alan adları ve elektronik posta adresi dışında, mesleki veya ticari faaliyet kapsamında kazanç sağlamaya yönelik olarak elektronik ticarete ilişkin her türlü iletişimi,

c) Ticari elektronik ileti: Telefon, çağrı merkezleri, faks, otomatik arama makineleri, akıllı ses kaydedici sistemler, elektronik posta, kısa mesaj hizmeti gibi vasıtalar kullanılarak elektronik ortamda gerçekleştirilen ve ticari amaçlarla gönderilen veri, ses ve görüntü içerikli iletileri,

ç) Hizmet sağlayıcı: Elektronik ticaret faaliyetinde bulunan gerçek ya da tüzel kişileri,

d) Aracı hizmet sağlayıcı: Başkalarına ait iktisadi ve ticari faaliyetlerin yapılmasına elektronik ticaret ortamını sağlayan gerçek ve tüzel kişileri,

e) Bakanlık: Gümrük ve Ticaret Bakanlığını,

ifade eder.

Bilgi verme yükümlülüğü

Türkiye'de E-Ticaret Hacmi

18
NOV

Facebook'a göre Türkiye'de E-Ticaret hacmi 2019 yılında 100 milyar TL seyrinde

Yazar : Opencart | Oku : 16

Facebook Retail Summit'de, Facebook Türkiye E-ticaret Yöneticisi Ayten Ateş; Türkiye özelinde dikkat çeken rakamları paylaştı. Türkiye'de e-ticaret satışlarını 2015'te 25 milyar TL olarak açıklayan Ayten Ateş, 2016'da ülkemizde e-ticaret pazarının 31 milyar TL olduğunu belirtti. 2019'daki beklenti ise oldukça şaşırtıcı: 100 milyar TL!

Facebook, e-ticaretteki hacim haricinde, dijitalden offline dahil perakendede satışı tetikleyen hacim ise 50 milyar TL olarak açıklıyor.

Satış hacminin haricinde Facebook'un kitleye ulaşmadaki gücünü açıkladığı slaytta, herhangi bir televizyon kanalından daha fazla kişiye eriştiğini belirtiyor. Sırasıyla soldan sağa: Facebook, Star TV, FOX, Kanal D, ATV, Show TV, TV 8 ...

Reklamdan aslan payını alan televizyon kanallarına karşı dijitalin önemini gösteren Facebook, Prime Time'da Tv kullanımı ve akıllı telefon kullanımı grafiği ile mobilin önemini gözler önüne seriyor.

Facebook'un Türkiye sayıları ile devam edelim. Facebook'u Türkiye'de ayda 42 milyon kişi aktif kullanıma sahip, günlük aktif kullanıcı sayısı ise 29 milyon kişi.

Facebook'u Türkiye'de ayda 37 milyon kişi aktif olarak mobilden kullanıyor, günlük aktif kullanıcı sayısı ise 26 milyon kişi. Instagram'da Türkiye'deki aylık aktif kullanıcı sayısı ise 17 milyon.

Facebook'ta derinlemesine hedefleme yapılabilmesine de yüzeysel değinen Ayten Ateş Facebook'ta 18-44 yaş aralığında 12 milyon kadın olduğunu belirtti. 8,6 milyon kadın online alışveriş ile ilgilendiğini açıklarken, 4,6 milyon kadının ise kıyafete ilgilendiğini belirtti. Bu arada belirtiyim, Facebook'ta reklam verirken kaç kişiyi hedeflediğinizi sizler de görebilirsiniz.

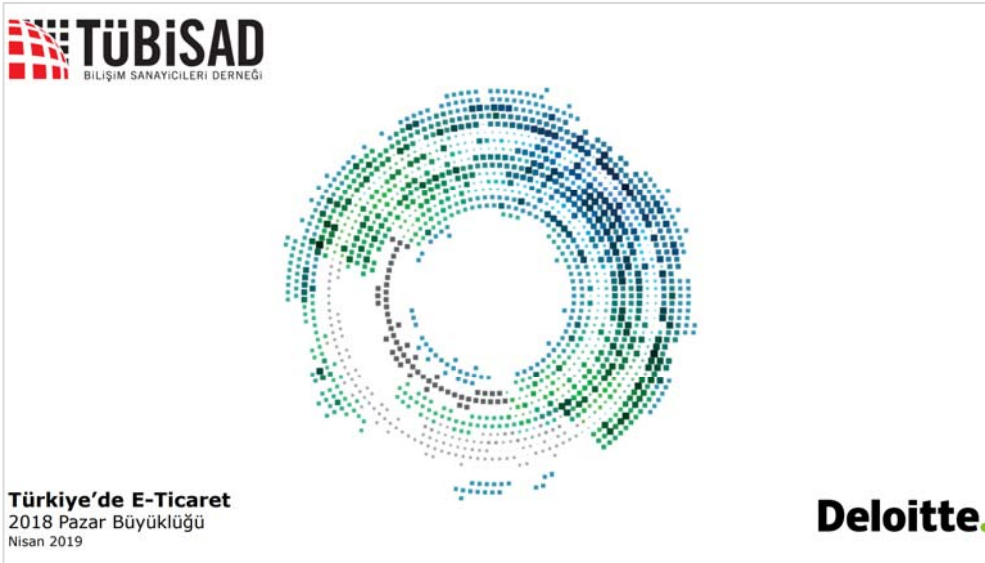
E-ticaret hacmi 2018'de yüzde 42 büyüdü

"Türkiye e-Ticaret Pazar Büyüklüğü" raporuna göre, e-ticaret sektörü 2018 yılında, yüzde 42 büyüme ile 59,9 milyar liralık hacme ulaştı.

12:53 - 24 Nisan 2019

Haberler | Ekonomi

Türkiye'de E-Ticaret



E-Ticaret Tanımı

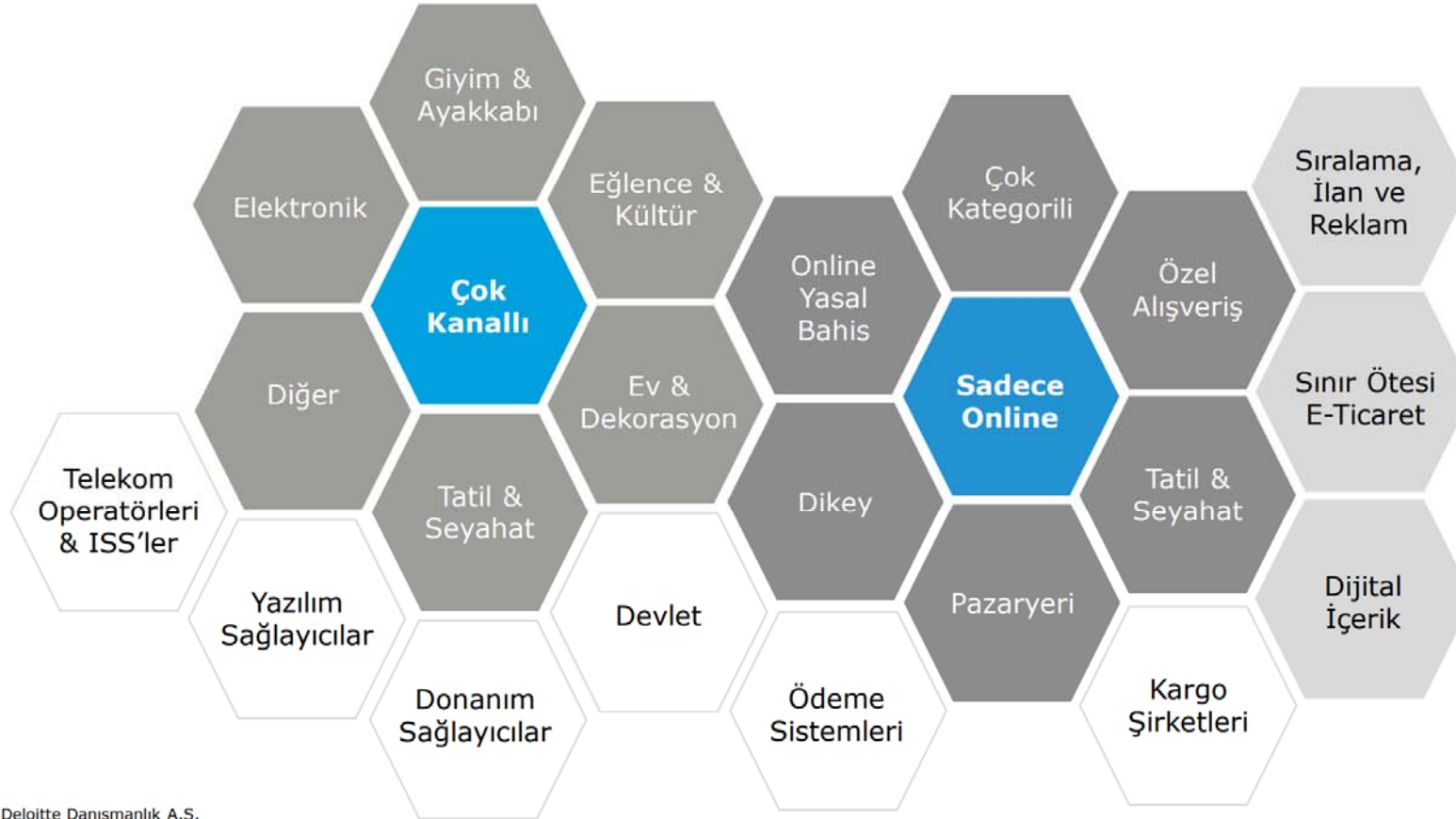
Ürün ya da servis siparişi Online kanaldan verilmelidir. Telefon, fax, çağrı merkezi, e-mail vb. aracı kanallar ile yapılan işlemler hariç tutulur

Ürün ya da servis teslimatı online ya da çevrimdışı olabilir

Ödeme kanalı online ya da çevrimdışı olabilir

Türkiye'de E-Ticaret

E-Ticaret ekosistemi

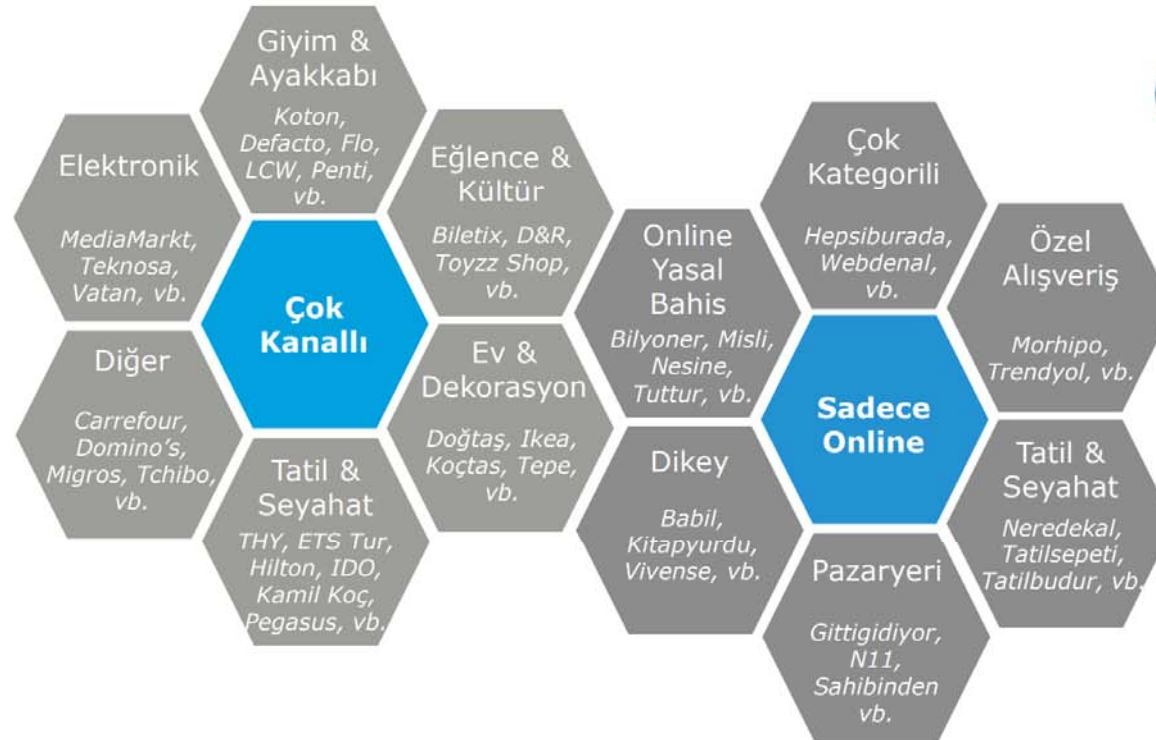


Türkiye'de E-Ticaret

Tahminlenen pazar kapsamı



Örnek Siteler



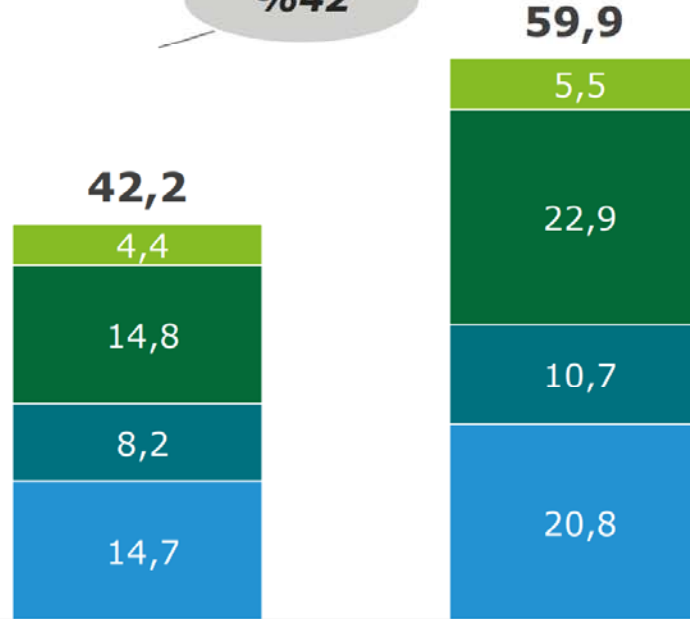
Türkiye'de E-Ticaret

Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar TL)



2017-18 Yıllık Büyüme

%42



2017

2018



Online Yasal Bahis



Tatil ve Seyahat



Çok Kanallı Perakende



Sadece Online Perakende

2017-18 Yıllık Büyüme

%26

%54

%30

%41

2018 Sektör Büyüklüğü

28,4
milyar TL

Perakende Dışı

31,5
milyar TL

Perakende

Türkiye'de E-Ticaret

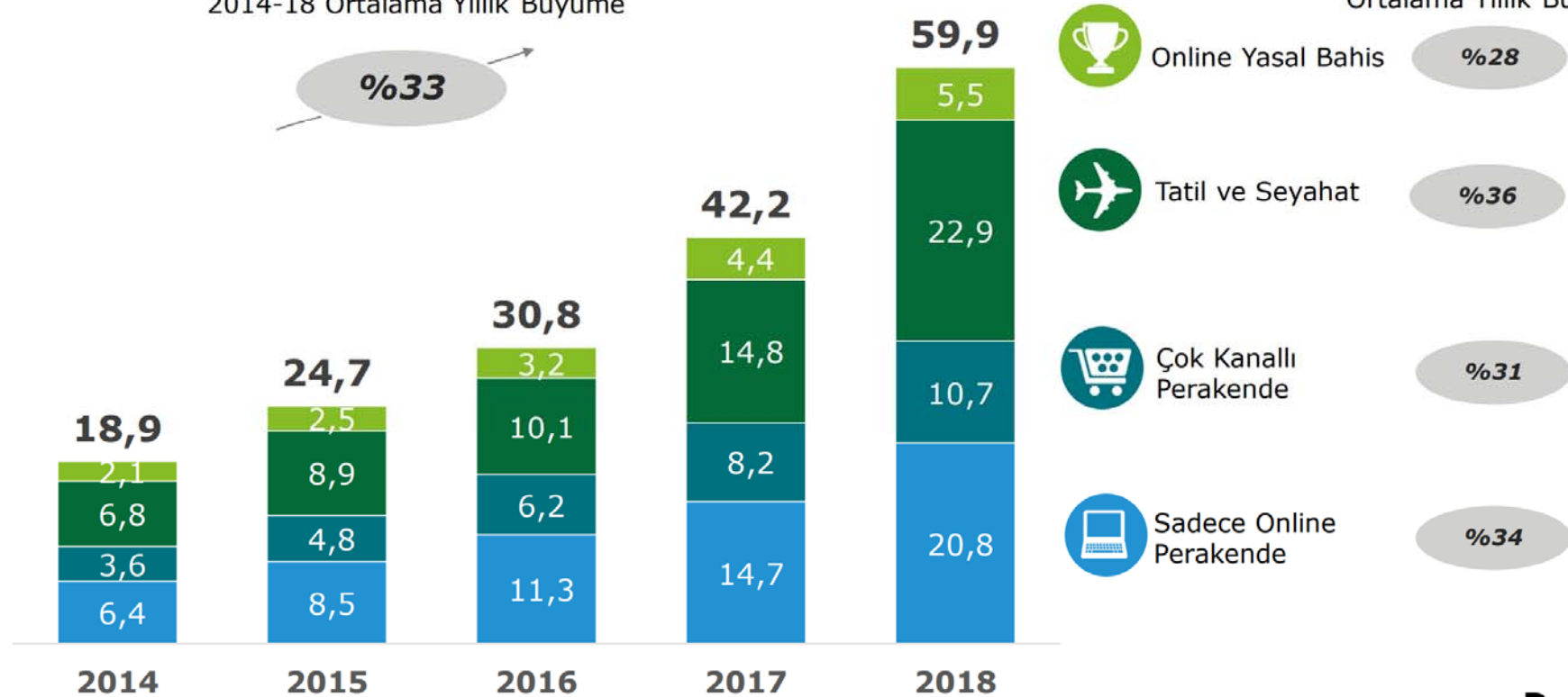
Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar TL)



2014-18 Ortalama Yıllık Büyüme

%33

2014-18
Ortalama Yıllık Büyüme



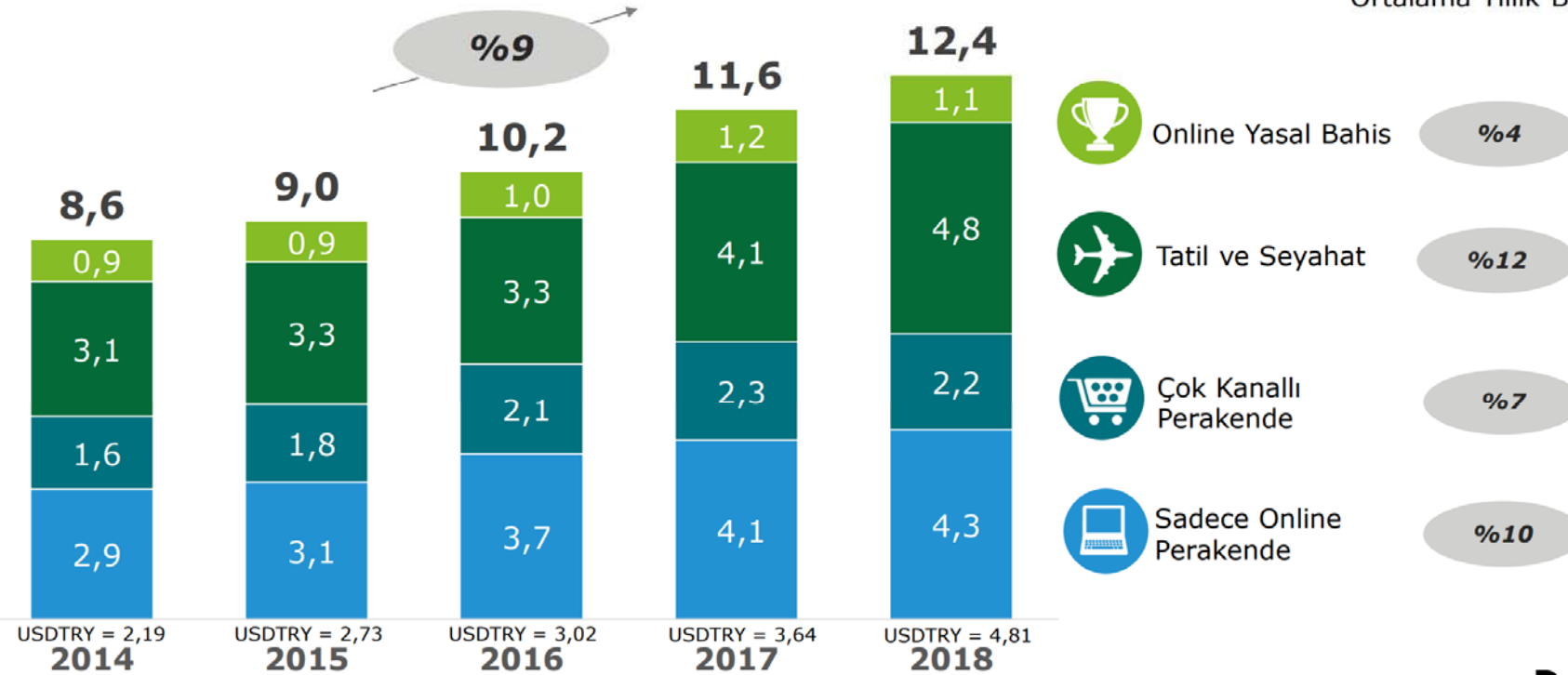
Türkiye'de E-Ticaret

Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar USD)



2014-18 Ortalama Yıllık Büyüme

2014-18 Ortalama Yıllık Büyüme



14 | © 2019 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

Deloitte

Türkiye'de E-Ticaret

E-Ticaret Karşılaştırma (2018)

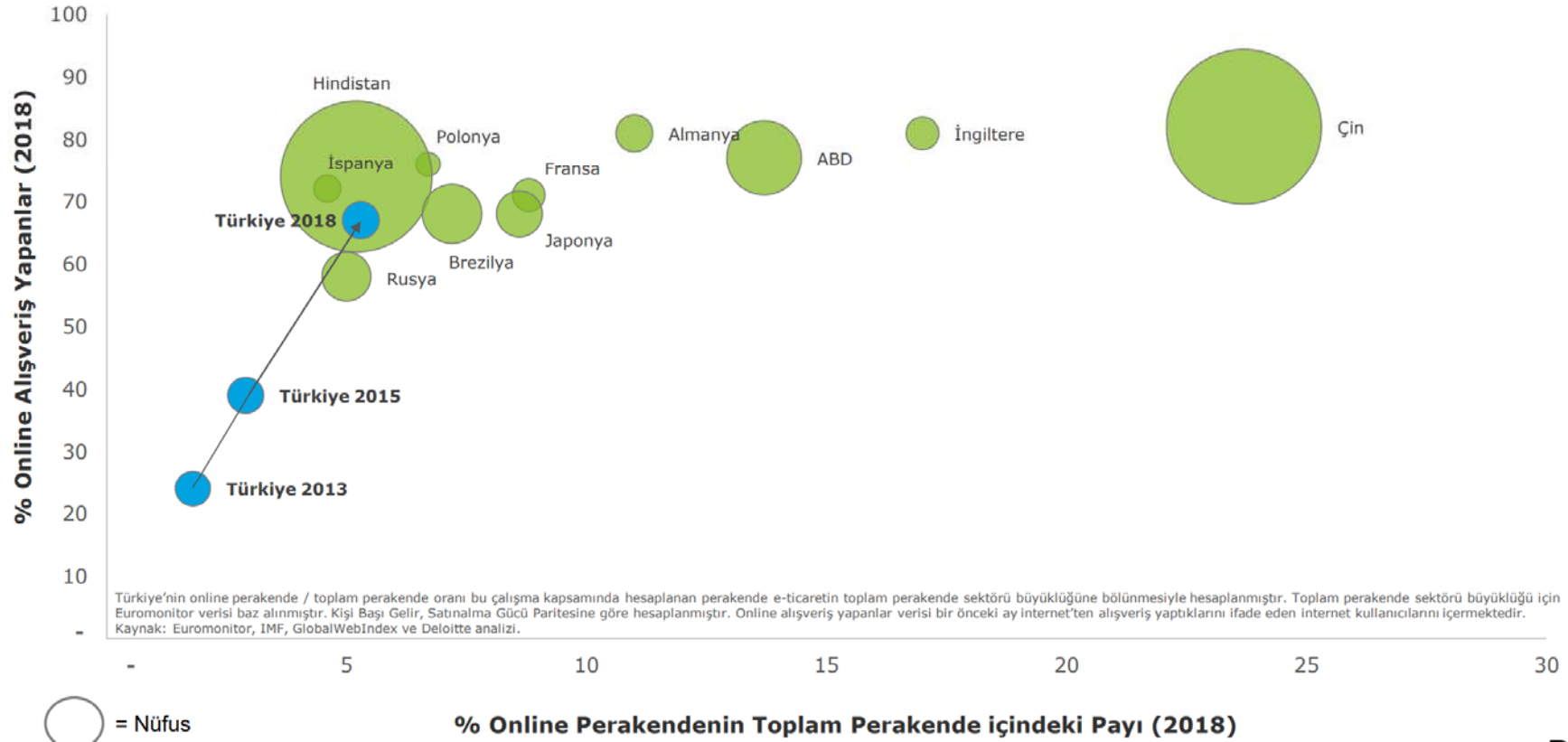


Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende	Sabit Genişbant Penetrasyonu	Mobil Genişbant Penetrasyonu	Online Alışveriş Yapanlar	Mobil Alışveriş Yapanlar	Kişi Başı Gelir \$ PPP	Nüfus (mn)
İngiltere	%17,0	%39,9	%98,5	%81	%45	\$45,7K	66,4 mn
ABD	13,7	33,4	136,6	77	44	62,6	328,1
Almanya	Ortalama %11,1*	40,7	81,0	81	29	52,5	82,7
Fransa	8,8	42,9	85,5	71	26	45,7	65,0
Japonya	8,6	31,1	168,1	68	34	44,2	126,4
İspanya	4,6	31,6	96,9	72	40	40,1	46,2
Çin	23,7	31,8	98,1	82	74	18,1	1.396,9
Polonya	Ortalama %5,9**	18,4	102,6	76	36	31,9	37,9
Hindistan	5,2	1,5	35,9	74	60	7,8	1.334,2
Brezilya	7,2	14,6	96,7	68	45	16,1	209,2
Rusya	5,0	22,7	90,3	58	32	29,2	143,9
Türkiye 2017	4,1	14,7	69,9	43	30	26,9	80,8
Türkiye 2018	5,3	16,3	74,5	67	50	27,9	82,0

Türkiye'nin online perakende / toplam perakende oranı, bu çalışma kapsamında hesaplanan perakende e-ticaretin toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır. Toplam perakende sektörü büyüklüğü için Euromonitor verisi baz alınmıştır. Genişbant penetrasyonu Türkiye verileri BTK'dan alınmıştır ve abone sayısının nüfusa oranlanmasıyla hesaplanmıştır. Kişi Başı Gelir, Satınalma Gücü Paritesine göre hesaplanmıştır. Online ve mobil alışveriş yapanlar verisi bir önceki ay internet'ten alışveriş yaptıklarını ifade eden internet kullanıcılarını içermektedir. *Ülke gruplamaları World Economic Situation and Prospects, 2017 klasifikasyonuna göre düzenlenmiştir. Gelişmiş ülke ortalaması ağırlığını Avrupa ülkelerinin oluşturmuş olduğu 32 ülke verisi kullanılarak hesaplanmıştır. **Gelişmekte olan ülkeler Çin hariçindeki 47 ülkeden oluşmaktadır. Kaynak: Euromonitor, IMF, OECD Genişbant portalı, GlobalWebIndex, BTK, GSMA Intelligence, TÜİK ve Deloitte analizi.

Türkiye'de E-Ticaret

E-Ticaret Karşılaştırma (2018)



19 | © 2019 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

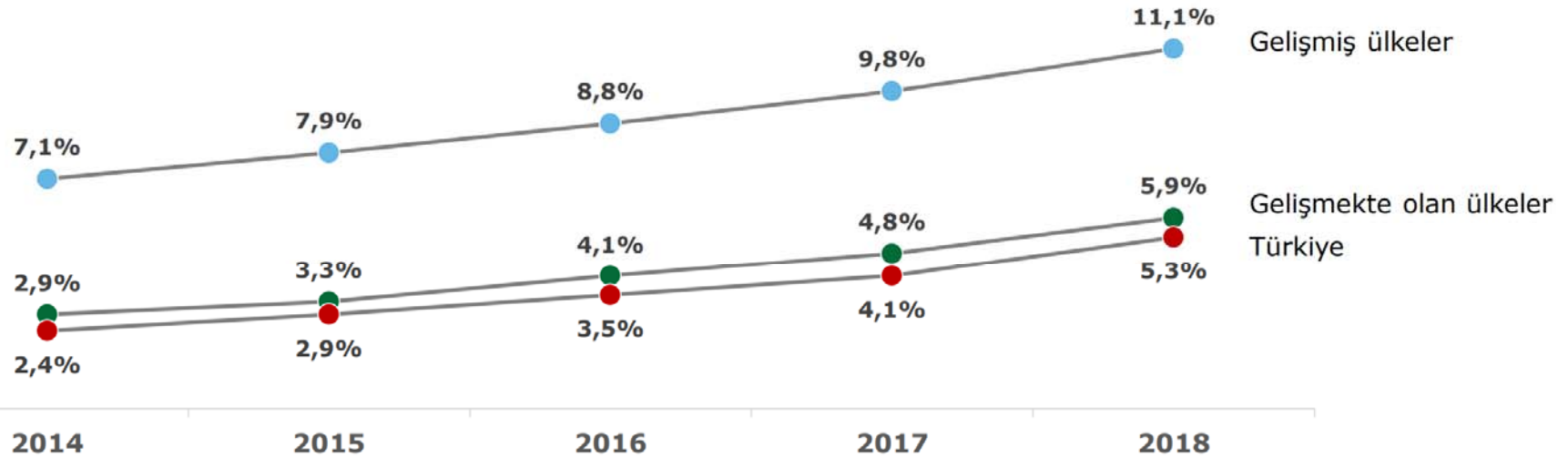
Deloitte.

Türkiye'de E-Ticaret

E-Ticaret Karşılaştırma (2014-2018)



% Online Perakendenin Toplam Perakende içindeki Payı (2014-2018)



Türkiye'nin online perakende / toplam perakende oranı bu çalışma kapsamında hesaplanan perakende e-ticaretin toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır. Toplam perakende sektörü büyüklüğü için Euromonitor verisi baz alınmıştır. Ülke gruplamaları World Economic Situation and Prospects, 2017 klasifikasyonuna göre düzenlenmiştir. Gelişmiş ülke ortalaması ağırlığını Avrupa ülkelerinin oluşturmuş olduğu 32 ülke verisi kullanılarak hesaplanmıştır. Gelişmekte olan ülkeler Çin haricindeki 47 ülkeden oluşmaktadır. Kaynak: Euromonitor ve Deloitte analizi.

Tartışma

- ❑ Türkiye e-dönüşümün neresinde?
- ❑ E-ticarete ne kadar hazırız?
- ❑ E-ticaret geleneksel ticareti tamamen bitirir mi?
- ❑ Mobil cihazların rolü?
- ❑ İnternet'te veri güvenliği nasıl sağlanır?

Kaynaklar

- Bu sunum aşağıdaki web sayfalarından derlenen bilgilerle hazırlanmıştır:
 - <http://www.bilgitoplumu.gov.tr>
 - <http://www.bkm.com.tr/>
 - <http://www.eksisozluk.com>
 - <http://www.elektronikticaretrehberi.com>
 - <http://ekutup.dpt.gov.tr/ticaret/incem/eticaret.html>
 - <http://eticaretmag.com>
 - <http://en.wikipedia.org>
 - <http://www.tubisad.org.tr>
 - <http://www.tbmm.gov.tr>