

Koronavirüs Salgını Kapsamında Elektronik Ticaret ile İlgili Merak Edilenler

Koronavirüs'ün dünya genelinde hızla yayılması ve son dönemde ülkemizde de etkisini arttırması ile belirli yaş grupları için sokağa çıkma yasağı ülkemiz genelinde uygulanmaya başlamıştır. Pandemi döneminde sokağa çıkma yasağının etkilediği kişilerin yanı sıra, yasak kapsamına dahil olmayanların da toplum sağlığının korunmasına katkı sağlamak üzere zorunlu olmadıkça evden çıkmadığı da bilinen bir gerçek. Hükümet tarafından da insanların sosyal faaliyetlerin azalmasını sağlamak üzere pek çok adım atılıyor.

Dünya ve Türkiye genelinde yaşanan tüm bu gelişmeler ise pek tabii toplumun alışveriş alışkanlıklarını gözle görülür bir şekilde değiştirmekte. Artık elektronik ticaret [**"e- ticaret"**] sitelerini kullanarak alışveriş yapmak, alışveriş için tercih edilen yöntemlerin başında geliyor. E-ticaret sitelerine artan ilgi ve sipariş yoğunluğunun öngörülenden fazla olması bu alandaki sorunları da doğal olarak arttırmakta. Bu yazımızda e- ticaret sektöründe ortaya çıkan ve çıkması muhtemel sorunlara ve çözüm önerilerimize yer vereceğiz.

1. Tüketicilerin elektronik ortamda -genelde okumadan- "kabul ediyorum" butonuna bastığı mesafeli sözleşmeler hukuken ne anlam ifade ediyor? Tüketicilere ne gibi haklar sağlıyor? Mesafeli sözleşmelerde nelere dikkat etmek gerekir?

6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun [**"TKHK"**] madde 48/1'de mesafeli sözleşmeleri tanımlamaktadır. Bu tanıma göre, tüketici hukukunda mesafeli sözleşmeler tarafların fiziksel olarak yüz yüze gelmedikleri sözleşmelerin tümünü kapsar.

Mesafeli sözleşmeler kanun koyucu tarafından içeriği oldukça sınırlandırılmış ve regüle edilmiş sözleşme tipleridir. Mesafeli sözleşmeler genel olarak tüketicinin, satıcı/sağlayıcıdan talep ettiği hizmetin türüne göre isimlendirilir. Örneğin bir elektronik ticaret [**"e-ticaret"**] sitesinden ürün satın alındığında alıcı ile satıcı arasında kurulan sözleşme "mesafeli satış sözleşmesi" olarak adlandırılır.

Mesafeli sözleşmelerin en temel özelliği tarafların eş zamanlı varlığı olmadan kurulmasıdır. Genel olarak elektronik ortamda kurulan mesafeli sözleşmelerde tüketiciye, sözleşme üzerinde değişiklik hakkı tanınmaz ve tüketici "kabul ediyorum" butonuna basmadıkça bir sözleşme kurulmaz.

Bu sebeple çoğu zaman tüketiciler mesafeli sözleşmeleri okumadan "kabul etme" eğilimindedir. Bu husus kanun koyucu tarafından da dikkate alınmış ve mesafeli sözleşmelerde tüketicinin korunması için birtakım düzenlemeler yapılmıştır.

Bu kapsamda mesafeli sözleşmelere, satıcı veya sağlayıcı borcunu ifa etmediği halde tüketiciyi haksız yere sorumluluk altına sokan kayıtlar, satıcı veya sağlayıcının bir fiili ile tüketiciyi zarara uğratmasına rağmen sorumlu olmadığına ilişkin kayıtlar, satıcı veya sağlayıcının sözleşmeyi nedensiz yere feshedebileceğine dair kayıtlar, tüketici borcunu yerine getirmedikçe orantısız bir yaptırıma uğramasını öngören kayıtlar, satıcı veya sağlayıcı tarafından sözleşmenin koşullarının değiştirilebileceğine ilişkin kayıtlar konulamaz. Hukukumuzdaki düzenlemeye göre bu türde kayıtlar

hem geçersizlik yaptırımı ile karşılaşacak hem de TKHK madde 77 uyarınca bu kayıtları kullanan kişiler hakkında idari para cezasına hükmedilecektir.

Hal böyle olmakla birlikte, sözleşmelerin tüketiciler tarafından dikkatle okunması şarttır. Mesela ürünün cayma hakkı kapsamında iadesi için sözleşmede bir kargo firması belirtilmişse, tüketicinin o firma vasıtası ile ürünü göndermemesi, iade masraflarını ödemekle yükümlü olmasına sebep olabilir. Özellikle cayma hakkına ilişkin sözleşme maddelerine tüketicilerin dikkat etmesi gerekmektedir.

2. E- ticaret sitelerinde oluşan sipariş yoğunluğu sebebiyle ürünlerin zamanında tüketiciye ulaştırılmaması durumunda tüketicinin ne gibi hakları vardır?

Öncelikle mesafeli satış sözleşmesinde ürünün teslimi için taahhüt edilmiş bir sürenin olup olmadığı incelenmelidir. Bu noktada değinmek gerekir ki mal satışları bakımından taahhüt edilen süre TKHK madde 48/3 gereği her halükarda 30 günü geçemez. Belirtilen sürede ürün tüketiciye ulaştırılmadığında, tüketici sözleşmeyi sona erdirebilir ve sona erdirme halinde satıcı satış bedelini tüketiciye 14 gün içinde faizi ile iade etmek zorundadır.

3. Tüketici tarafından sipariş verildikten sonra ürünün stoklarda olmadığı fark edilmesi halinde satıcının teslim sorumluluğu sona erer mi?

Siparişi verilmiş bir ürünün stokta bulunmadığı gibi bir gerekçe, satıcıyı ürünü teslim sorumluluğundan kurtarmadığı gibi bu türde bir davranış ayrıca satıcı aleyhine idari para cezasına da yol açar. Ne var ki günümüzde Covid-19 nedeniyle alınan tedbirler kapsamında satıcının deposundan alıcının belirttiği adrese malı götürebilmek mümkün değil ise artık burada kısmi bir imkansızlıktan bahsedilebilecektir. Böyle bir durum üzerine satıcı tüketiciye bu durumu üç gün içinde yazılı yolla [e-mail, sms vb.] bildirmeli ve ürün bedelini iade etmelidir.

4. Bazı ürünlere talebin artmasıyla, fiyatlarda çok ciddi artışlar yapılmasının satıcılar bakımından bir yaptırımı var mıdır?

Tüketiciler için bu konuda işleyen bir şikayet mekanizmasının olduğunu belirtmek gerekir. Bu konu ile ilgili Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü'nün HFA-Bildirim şeklinde bir uygulaması bulunmaktadır.

Ayrıca 31.08.2018 tarihli ve 30521 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" ile, ilgili Yönetmeliğin "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı Ek'inin "A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar" bölümüne "Girdi maliyeti ve döviz kuru artışı gibi fiyat değişimlerinden etkilenmemesine rağmen bu durumlardan etkileniyormuş gibi hareket ederek tüketiciye sunulan mal veya hizmetin satış fiyatında haklı bir gerekçe olmaksızın artış yapmak" bendi eklenmiştir. Böylelikle satıcının haklı bir gerekçesi olmaksızın fahiş fiyat uygulaması yapması ciddi yaptırımlara bağlanmıştır.

5. Bir Ürünün Fiyatının İndirim Dönemi Öncesinde Şeklen Arttırılması ve Bu Suretle İndirim Oranı İle Oynanması Karşısında Tüketicinin Seçenekleri Nelerdir?

Kural olarak bir ürün indirime girdiği zaman “*üzeri çizili*” olan tutar, o ürünün indirime girmeden önce satıldığı son fiyat olmalıdır. Normal sezon şartlarında malını, indirim döneminde “*üzerini çizdiği*” tutar üzerinden satmayan satıcı aldatıcı reklam yapıyor demektir. Bu durumda tüketicinin şikayeti ile satıcı aleyhine ciddi idari para cezalarına hükmedilebilir.

TKHK madde 54 uyarınca indirimli satışa konu edilen mal veya hizmetlerin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı satıcıya aittir. Örnek vermek gerekirse bir uyuşmazlık durumunda satıcı 01.01.2020 - 01.02.2020 tarihleri arasında 10 liradan 7 liraya düşürdüğünü belirttiği bir ürünün 31.12.2019 tarihinde 10 lira olduğunu ispatla yükümlüdür.

Ayrıca bu noktada eklemek gerekir ki satıcının indirim öncesi belirlediği fiyatı belirli bir süre uygulamak gibi bir yükümlülüğü bulunmamaktadır. Bu konuda yasal bir boşluk olduğunu belirtmek mümkündür.

6. Web sitelerinde yoğunluk gibi nedenlerle yavaşlama yaşanması tüketiciler açısından nasıl değerlendirilmelidir?

Burada soruyu yalnız e-ticaret siteleri değil bankalar için de geçerli olacak şekilde farklı bir perspektifte ele almak gerekir. Koronavirüs gündemimize girdiğinden beri insanlarda Covid-19 nedeniyle belli bazı yükümlülüklerin hafiflediğine, askıya alınabileceğine, uygulanmayabileceğine, mazur görülebileceğine ilişkin bir algı oluşmuştur. Bu doğru bir algı olmayıp hatta tam tersine koronavirüs nedeniyle ek yükümlülükler dahi söz konusu olabilir. Örneğin bir e-ticaret sitesi insanların evden çıkamadığı bu süreçte işlem hacimlerinin artacağını öngörmelidir. Bunun önümüzdeki aylarda da süreceğini tahmin etmek hiç de zor değildir. Bu koşullarda sitelerin artan trafik nedeniyle hizmetlerinin aksamaması için gerekli yatırımları yapması gerekir. Özellikle mağazalarını kapatıp online sitelere yönlendirme yapan satıcıların kargo süreçlerinde yaşanabilecek aksaklıklara hazırlıklı olmaları ve yaşanabilecek olumsuzluklara karşı tedbirlerini almaları gerekmektedir. Bu açıdan mümkünse birden fazla kargo firması ile çalışmak bir seçenektir ve hatta bu husus basiretli bir tacir olmanın gereğidir.

7. Sepet Miktarına Göre Ürün Gönderimi Sınırlamaları Hukuka Uygun Mudur?

Tüketicie site içerisinde minimum sepet tutarına ilişkin bilgilendirmede bulunulduğu takdirde herhangi bir hukuka aykırılık durumu ortaya çıkmayacaktır.

8. Kapıda ödeme yöntemi ile ödeme yapılırken kart bilgilerinin kopyalanması halinde sorumluluk kime aittir?

Kart kopyalama işlemi kapıda ödeme sırasında yaşandı ise kurye e-ticaret sitesinin ifa yardımcısı olduğundan hem kargo şirketi hem de e- ticaret sitesi tüketicie karşı sorumlu olacaktır.

9. E-ticaret sitelerinin hacklenmesi sonucu kredi kartı bilgilerinin ya da tüketicilerin kişisel verilerinin çalınması söz konusu olabilir mi?

Bir e-ticaret şirketinin müşterilerinin kart bilgilerini ve kişisel verilerini bünyesinde saklayabilmesi için birtakım özel prosedürleri yerine getirmesi ve/veya birtakım sertifikalara sahip olması gerekmektedir. Özellikle bir e-ticaret sitesinin kredi kartı bilgisini güvenli bir şekilde saklayabilmesi için Kartlı Ödeme Endüstrisi Veri Güvenlik Standardına [**“PCI DSS”**] uygun hareket etmesi elzemdir. Uygulamada e-ticaret siteleri genel olarak kredi kartı ile ödeme işlemine aracılık etmesi için bu konuda yeterliliği ve izni olan firmalarla anlaşmaktadırlar. Tüketici, kredi kartı bilgilerini ilgili siteye yazdığında, bilgiler e-ticaret sitesi tarafından değil bahsi geçen şirketler tarafından kontrol edilir ve Bankalar arası işleme sokulur. Yani e-ticaret sitesine kart bilgileri yazılıp ödeme butonuna basıldığında, e-ticaret sitesi kart bilgilerini veri tabanında tutmaz yalnızca ödeme aracıları şirkete aktarır ve bu noktadan sonra Bankalar devreye girer. Kart saklama işleminde de yine genelde e-ticaret siteleri bu konuda yeterliliği olan firmalarla anlaşmaktadırlar. E-ticaret sitesi tarafından ödeme işlemlerinde kartın son dört ya da altı hanesi ile kontrol yapılmaktadır. E-ticaret sitesi hacklendiğinde ise site eğer kart bilgilerini kendisi saklamıyorsa bunlara erişim söz konusu olmaz ancak diğer verilere erişim söz konusu olabilir. Bir veri güvenliği ihlali olduğunda, teknolojik imkan dahilinde kendisinden beklenen önlemleri almayan e-ticaret sitelerinin sorumluluğunun doğacağı açıktır.

10. Mesafeli satış sözleşmelerinde cayma hakkı ne ifade etmektedir?

Mesafeli satış sözleşmelerinde cayma hakkı 6502 sayılı THKK madde 48’te düzenlenmiştir. Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Tüketicilere cayma hakkının tanınmasının asıl sebebi tüketicinin korunmasıdır. Tüketicinin koruma amacının var olması satıcıyı da tamamen göz ardı etmeyi gerektirmez. Kanun koyucu bu niyetle tüketiciye bu hakkın kullanımı konusunda sınırsız bir süre tanımamış, satıcı ve sağlayıcıyı da korumak adına on dört günlük bir süre tanımıştır. Ayrıca hakkın kötüye kullanılması teşkil edebilecek durumlar halinde dürüstlük kuralına aykırı olarak cayma hakkını kullanma talebinde bulunan kişi hukuk düzeni tarafından korunmaz.

11. Cayma hakkı hangi hallerde kullanılamaz?

Elektronik ortamda anında ifa edilen sözleşmelerde cayma hakkının uygulanabilirliği yoktur. Örneğin online ortamda alınan ve ödemenin yapılması ile birlikte bilgisayara kurulumu, satın alınan lisans anahtarı ile gerçekleşen bilgisayar programları bakımından cayma hakkının varlığından söz edilemez. Zira ani teslimli gayri maddi mallarda cayma hakkının kullanım alanı yoktur.

Ayrıca yine tüketicinin özel isteklerine göre hazırlanan ürünler cayma hakkına konu olamaz. Örneğin bir bardağın üzerine isim yazdırılması halinde artık bu bardak cayma hakkı kullanılarak iade edilemez. Bununla birlikte bandı ambalajı açılmış gazete dergi gibi süreli yayınlar da cayma hakkının kapsamı dışındadır. Bu noktada önemle belirtmek gerekir ki ürünün bandının ya da ambalajının açılması tek başına cayma hakkının kullanılamayacağı anlamına gelmez. Bu noktada özel düzenlemeleri ayırık tutarak bir ayırım yapmak gerekmektedir. Örneğin sağlık ve hijyen açısından ambalajının açılması o üründen beklenen faydayı olumsuz etkileyecekse ya da hijyen açısından sıkıntı oluştuyorsa ambalajı

açılan ürünlerin cayma hakkına konu edilmesi mümkün olmaz. Temizlik ürünleri, sabun, şampuan bu çerçevede değerlendirilebilir.

Piyasada fiyatı finansal dalgalanmalara göre değişen ürünler de cayma hakkına konu olamaz. Çabuk bozulabilen ürünler ya da son kullanma tarihi geçebilecek mallar için de cayma hakkı kullanılmaz.

12. Koronavirüs salgını nedeniyle cayma hakkının kullanılması sonrasında malın iadesinde sorunlar olabilir mi?

Özellikle kargo firmalarının bu pandemi döneminde şube kapattıkları bir durumda tüketicinin ürünü iadesi zorlaşabilir ya da tüketici salgın dolayısıyla sokağa çıkmak istemediğinden cayma hakkını kanunla gösterilen sürede kullanamayabilir. Kanunda öngörülen bu sürenin tüketicinin hastalandığı ya da sokağa çıkma yasağı gibi sebeplerle konutundan ayrılamadığı durumda ne olacağı tartışmalıdır. Kanaatimizce böyle bir durumda tüketicinin cayma hakkını kullanmak istemesine rağmen kullanamaması cayma hakkından feragat olarak değil bir geçici imkansızlık olarak nitelendirilmelidir. Buna göre bu olağanüstü dönem geçene kadar cayma hakkına ilişkin sürelerin işlemeyeceği kabul edilebilir. Tüketici, satıcı/sağlayıcıdan sözleşmede bu yönde bir taahhüt olmadıkça cayma hakkı uyarınca ürün iadesi yapabilmesi için evine kurye gönderilmesini talep edemez.

13. Yalnızca online platformlardan alışveriş yapan ve hasta insanlarla teması olmayan birinin alışveriş sonrası virüs ile enfekte olmasından e-Ticaret şirketlerinin sorumluluğu doğar mı?

Kargo görevlilerinin sosyal mesafe kuralına uyup uymadıkları bakımından bir sorumluluk doğabilir. Ayrıca yine ürünün tüketiciye ulaşana kadar geçirdiği yolculukta virüslü bir ortama maruz kalması söz konusu olmuşsa ve bu durum tespit edilebilirse satıcının sorumluluğu gündeme gelebilir.

14. Ürün teslimatı sırasında kargo şirketlerinin Covid-19 salgını sebebiyle imza ve T.C. kimlik numarası almak yerine, kimlik çipi okutma uygulaması kişisel verilerin korunması hukuku bakımından nasıl değerlendirilmeli?

Kargo şirketlerinin teslimat yaptığı kişinin bilgilerini kaydetmesi, kendi faaliyetleri açısından gerekli olduğundan, e-ticaret şirketinin gerekli aydınlatmayı yapması şartı ile çip okutma hukuki bir sorun oluşturmayacaktır. Yine aynı işlem sırasında katmanlı aydınlatma uygulaması ile kuryenin neden bu yönde bir veri işlemesi yaptığını açıklaması ve kargo şirketinin (Kişisel Verileri Koruma Kurulu, kargo şirketlerinin kendi operasyonları açısından veri sorumlusu oldukları kararını verdiğiinden) asıl aydınlatma metninde de tüketiciyi yönlendirmesi - mesela sözlü olarak ne için gerektiğini açıklayıp bu veri işleme faaliyetine ilişkin detayların bulunduğu bir web adresini belirtmesi- gerekir. Çip okuma açısından asıl sorun o çip datasının içinde ad soyad kimlik numarasından farklı olarak din hanesinin olup olmadığına yatmaktadır. Eğer din hanesi çip okunduğunda kargo firmasının ekranlarına kaydoluyorsa bu verinin işlenebilmesi için açık rıza gerekir.

15. Kargo şirketlerinin Covid-19 salgını sebebiyle karşılaşabileceği sorunların e-ticarete yansması nasıl olur?

Kargo firmalarının bu geçici dönemde üstlendiği yükün e-ticaret şirketlerinin faaliyetlerine etki edeceği yadsınamaz. Gönderi sayısını sınırlamak için firmaların belli miktarda sepet zorunluluğu getirmesinin arka planında bu durum yatmakta olabilir. Ayrıca bu noktada belirtmek gerekir ki kargo şirketleri Karayolu Taşıma Yönetmeliği madde 43 uyarınca teslimatını yapacakları ürünü teslim aldıkları günden itibaren il içi taşımalarda en geç 2 gün, yurtiçi taşımalarda en geç 3 gün, uluslararası taşımalarda ise en geç 15 gün içinde taşımak ve bu süreler içinde teslimat şekline uygun olarak alıcısına ulaştırmakla yükümlüdürler. Kargo şirketlerinin yoğunluğu neden göstererek tüketicilerin ürünleri geç teslim etmesi kabul edilebilir olmayacaktır.

Saygılarımızla

LBF Partners