

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ

YASAMA DÖNEMİ

24

YASAMA YILI

2

SANAYİ ALT KOMİSYONU

TUTANAK DERGİSİ

16 Şubat 2012 Perşembe

SANAYİ ALT KOMİSYONU

GÖRÜŞME TUTANAKLARI

16 Şubat 2012 Perşembe

---0---

K O N U

Sayfa

**Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı (1/488)
(Devam)**

1:25

İ Ç İ N D E K İ L E R

Sayfa

BİRİNCİ OTURUM

1:25

Oktay YILMAZ (Elektronik Tic.İşletmecisi.der.Bşk.Yrd.)		1:3, 13:14
Emin Haluk AYHAN	(Denizli)	3, 8, 12, 15, 16, 17:18
Mustafa ÖZTÜRK	(Bursa)	3, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 16
Buket HİMMETOĞLU (TBB Hukuk Uzmanı)		3:4, 5, 23
Prof. Dr. Tekin MEMİŞ (İst.Şehir Ü.Öğretim Üyesi)		4:5, 8:9, 25
Oğuzkan GÜZEL (Türk TELEKOM A.Ş. Regülasyon ve Rekabet. Danışmanı)		5:6
Murat AKYÜZ (Tür.İhracatçı.Bir.Yönetim Kurulu Üyesi)		6:7
Hüseyin KASAP (Tüm Sigorta Acenta.Federas.Başkanı)		7:8, 9
Fevzi GÜNGÖR (Çağrı Merkezleri Derneği Temsilcisi)		8, 12:13, 23
Selin BİLLİ (Euromassage Dijital Paz.Şti.Temsilcisi)		9:10, 11
Ümit ÖZGÜMÜŞ	(Adana)	10:11, 12:13
İbrahim AYDEMİR (Rekabet Kurumu Temsilcisi)		11, 20
Emre BERK (Doğrudan Paz.İletişimci.Der.Hukuk Müşaviri)		14:15, 15
Uğur ÇELEBİOĞLU (Bankalararası Kart Mrk.Danışmanı)		15:16
Osman Okyar TAHAOĞLU (Bankalararası Kart Mrk.Müdürü)		16:18, 24:25
Av. Özgür ERALP (Türkiye Barolar Birliği Temsilcisi)		18:19
Av. Ersin SOYBAŞ (Ankara Barosu Temsilcisi)		20
Hakan KARATAŞ (AB Bakanlığı Temsilcisi)		20:21, 23:24
İsmail YÜCEL (İç Tic.Genel Müdürü)		21, 24
Gülcan İPEK (Tüketici.Korun.ve Piyasa Gözet.Gn. Md.Güm.ve Tic.Uzmanı)		21:23, 24
Cihan KANLIGÖZ (Ulaştırma Bakanlığı Temsilcisi)		24

Açılma Saati: 10.34

Kapanma Saati: 12.55

16 Şubat 2012 Perşembe

BİRİNCİ OTURUM

Açılma Saati: 10.34

BAŞKAN : Mehmet ERDOĞAN (Denizli)

----- 0 -----

BAŞKAN – Değerli Komisyon üyeleri, değerli davetliler; hepiniz hoş geldiniz.

Yeterli çoğunluğumuz vardır, toplantıyı açıyorum.

Bugün Adalet Bakanlığınca hazırlanan Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı'nı görüşmek üzere toplanmış bulunuyoruz. Önceki toplantılarımızda tasarımı hazırlayan Sayın Hocamız Tekin Memiş'ten tasarı hakkında bilgi almıştık, yine ilgili bakanlık temsilcilerimizle müzakerelerimiz olmuştu. Bu toplantılarda ayrıca Ticaret ve Gümrük Bakanlığı, Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, TÜSİAD, Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği ve tüketicilerle birlikte tasarı ile ilgili görüşler almıştık. Bugün de görüşmelerimiz kaldığımız yerden devam edecektir. Hayırlı olmasını diliyorum.

Tabii, katılımcılardan arzumuz kendilerini tanıttıktan sonra, temsil ettikleri kurumu da deklare ederlerse kayıtlara alma açısından faydalı olacaktır. İzleyeceğimiz yöntem katılımcılarımızın tek tek konuyla ilgili görüşlerini belirtirken diğer katılımcıların o konuya müdahalelerine fırsat vereceğiz, yani bir beyin fırtınası şeklinde geçirdik daha önceki toplantılarımızı, bunda da aynı yöntemi izleyeceğiz. Ancak, katılımcıların bir tanesinin konusu bittikten sonra diğerine söz vereceğiz. Bir katılımcımız konuşurken orada kafamıza takılan bir konu varsa ya da düzeltilmesini istediğimiz ya da kendi görüşümüze aykırı olan bir şey varsa müdahalede bir sorun görmüyoruz, yani çok açık bir şekilde herkes görüşünü burada ifade edecek.

Toplantıyı başlatıyorum, söz almak isteyen arkadaşlar varsa önlerindeki butona basarlarsa söz vereceğim.

Buyurun.

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Derneğimizde Türkiye'deki birçok elektronik son kullanıcıya satış yapan elektronik ticaret sitesinin barındığı bir derneğiz biz. Burada, bu yasa tasarısıyla alakalı esasında bizim özellikle.. Sonuçta yapılan bu yasa tasarısı hem elektronik ticaretin Türkiye'de gelişmesi ve buradaki birtakım sorunların da düzenlemelerle daha efektif bir şekilde devam edilir olmasıyla alakalı.

Bu yasa tasarısıyla alakalı biz buradaki noktaları bütün dernek üyelerimizle de paylaştık, ki baktığınız zaman Türkiye'deki e-ticaret, son kullanıcıya yapılan elektronik ticaretin belki yüzde 80'ini kapsayacak üyelerin oluşturduğu bir derneğiz.

Burada, tabii şöyle bir durum var, esasında Türkiye'de elektronik ticaret hızla artıyor ama artarken belirli düzenlemelerin yapılmasıyla alakalı şeyler biraz daha geriden geliyor vaziyette. Bununla alakalı, bu şeyle alakalı esas ilk başta, bizim ilk görüşümüz şu: Yasa tasarısıyla alakalı esasında baktığımız zaman güzel bir çalışma var fakat daha e-ticaretle alakalı yasa tasarısı değil de elektronik iletişimle alakalı bir düzenlemenin ağırlığının olduğu bir yer hâlinde. Daha hizmet verenle hizmeti alan arasındaki ilişkileri yönetmek yerine, biraz daha iletişim tarafındaki düzenlemelerin yapılmasıyla alakalı birtakım notlar var.

Şimdi, esasında iki tane şey noktası var, 4077 no.lu Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun esasında şu anda elektronik ticaretle ilgili yapılan işlerin de birtakım kapsamları içerisine alıyor vaziyette. Öncelikle biz bu e-ticaretin bu kapsam içerisinde değil, kendi başına bir kanunla temsil edilmesi gerekiyor olduğu düşüncesindeyiz çünkü normal, fiziksel yapılan ticaretle İnternet üzerinden yapılanların arasında gerçekten büyük farklılıklar var, bu farklılıklardan dolayı da yaşanan birçok sıkıntı var.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Özür dilerim, siz 4077'deki hususu bu tasarı açısından uygun bulmuyor musunuz? Sözüünüzden öyle anladım, yanlış anlamış olmayayım.

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Buradaki yasa tasarısında olan birtakım notlar 4077'nin içerisine dâhil olduğu için esasında onların bu kapsam içerisinde, buradaki yasa içerisinde, buna özel bir şekilde çalışılması gerektiği düşüncesindeyiz. Yani, çok küçük bir örnek veriyor olacağım: Hizmet verenle hizmeti alan arasında olası bir sıkıntıda dahi, şimdi bir insan İnternette alışveriş yaptığı zaman Türkiye'nin her noktasına kapı teslimatı işlem gerçekleşiyor. Bir ürünü satın aldığı zaman -örnek veriyorum- İstanbul menşeli bir şirket ve Kars'taki bir müşterimiz sipariş verdiği

zaman ve oluşan bir sıkıntıda hakem heyetine gidiyor, tabii Türkiye'nin her yerinde belki binlerce sipariş gönderimi yapıyor, hakem heyetine gidip o kişinin bulunduğu yerde hakem heyetine katılması gerekiyor çünkü neden? Bunun mantığı şuna göre yapılmış, kişinin satın aldığı yerde yoğunlukla kendi bulunduğu bölge içerisinde yapıldığı için aynı bölgenin hakem heyetine başvurulması gerekiyor. Birçok firmayı biz biliyoruz, yani, oraya gidip gelme ve hepsine, yani oluşan sıkıntılarda ulaşmaları tabii çok mümkün değil. Yani bunun gibi birtakım böyle problemler gerçekten yer alıyor. Bu yüzden elektronik ticaretin bu büyüyen kapsamda kendi başına bir ele alınması ve buna özel bir şey çıkarılmasının gerektiğini düşünüyoruz. Çünkü, burada baktığınız zaman yasa tasarısındaki şeyler çok doğru, izinsiz iletişim kurulmaması, bunların kontrol edilmesi noktaları çok doğru.

Esas bu taraftaki elektronik ticaretin daha problemsiz ve özellikle son kullanıcı tarafında avantajlı bir şekilde yapılabilmesi için en başta şey problemimiz var, kredi kartıyla alakalı, çünkü şu anki yapılan işlemlerin çok büyük miktarı kredi kartıyla yapılan alışverişlerle gerçekleşmekte, BKM'yle birtakım toplantılar gerçekleştiriyoruz. Buradaki en büyük kısım insanlardaki kredi kartı bilgilerinin çalınma olasılığı ve bu konudaki belirsizlik insanları tabii ki çok tedirgin ediyor. Elektronik ticaretle alakalı bu husustaki birtakım standartların belirleniyor olması ve bunlara göre de kullanıcıların bu tarz sıkıntılarının bertaraf edilmesi gerekiyor olduğunu düşünüyoruz.

Esasında üç tane başlıkta toparlayabiliriz, yani İnternette e-ticaretin gelişmesini engelleyen, Avrupa'ya ya da Amerika'ya göre baktığınız zaman işlemlerin artmıyor olmasıyla alakalı en büyük sıkıntı, bir tanesi kredi kartı, yani ödemeyle ilgili güvensizlik problemi; satın alınan ürün veya teslim edilen ürünlerin arasındaki farklılaşma ve ondan insanların emin olamıyor olması; üçüncü olarak da satış sonrası hizmetlerin verilir verilememesiyle alakalı sıkıntılar. Bu üç tane ana başlık hâlinde esasında bunları söyleyebiliriz.

Bunun dışında belirli noktalar var, sonuçta bakıldığı zaman son kullanıcıların iyi servis alıyor olması çok önemli çünkü baktığınız zaman, elektronik ticaret sitelerine bakıldığı zaman arkasında 2-3 kişinin çalıştığı şirketle de 300-500 kişinin çalıştığı şirketle de web sitesi üzerinden baktığınız zaman benzer yapılar ve çok büyük farklılık, izlenim alınamıyor. Esasında burada belirli standartları belirleyip ve belirli kontrollerin yapılıyor olması gerçekten çok önemli noktalardan bir tanesi.

Bunun dışında spam yapılmasıyla alakalı... Yani esasında yasa tasarısına baktığınız zaman belirli cezai maddeler var, izinsiz yere yapılan birtakım e-posta gönderimleri söz konusu. Esas en büyük İnternet tarafında sıkıntılardan bir tanesi bu. Benim de sabahleyin geldiğim zaman belki inboxın içerisindeki yüzde 40-yüzde 50 e-mailler benden izinsiz bana gönderilen maillerden oluşuyor.

Noktalar çok doğru iletilmiş fakat birtakım açıklar var, nedir? Örnek veriyorum, şimdi bu yapılan mail gönderimleri Türkiye içerisinde yapılabileceği gibi yurt dışı merkezli noktalardan da çok rahatlıkla yapılabilen bir durum. Yani, ben burada yapmak istiyorduktan sonra yurt dışından hemen bir servis alıp istediğim bir firma adına e-posta gönderimini yapabilirim. Bu benim kontrolümde ya da kontrolüm dışında gerçekleşebilecek bir durum. Bunları iyi ayırıp iyi analiz edilmesi gerektiğini düşünüyorum çünkü ben burada gidip de... Çünkü, bunun art niyetli kullanımı da söz konusu, benim gidip herhangi bir yer için böyle bir şey yaptığım zaman, o e-postanın gerçekten benim tarafımdan gönderilip gönderilmediğini kontrolünün merkezî bir şekilde yapılıyor olması gerektiğini düşünüyorum. Bu konuda da dünyada da esasında bununla ilgili çok ciddi problemler var. Baktınız zaman Symantec'in yaptığı 2009 yılı bir çalışması var, o çalışmada da Türkiye bakıldığında en fazla spam gönderen yirmi ülkenin içerisinde değil ama bunun kontrolüyle alakalı da daha ölçümlenebilir bir mekanizmanın oluşturulması gerektiğini düşünüyorum. Genel olarak bu biçimde söyleyebilirim.

Teşekkür ederim.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Şimdi, siz tespitlerinizi yaptınız, tasarının içine monte edebilecek şekilde bunları kalem aldınız mı?

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Yani biz almadık ama bir önceki toplantı için biz bir çalışma yapıp yollamıştık. Örnek veyahut da -nasıl söyleyeyim- bir şey gibi bir şey düşündük esasında.

Bu e-posta gönderimiyle alakalı, mesela maddede şöyle bir şey var, yani bunu tartışalım -bir fikir fırtınası yapıyor olduğumuz için yine söylüyorum, doğrusu yanlış tartışılabilir- e-posta aldığım zaman "bu postadan çıkarılmak istiyorum"u -yasa tasarısında da gerçi yazıyor- işaretlediğim zaman bir hafta içerisinde bu kişinin çıkarılması ve o firmadan bir daha e-posta alınmaması gerekiyor. Belki bunların, e-posta almak istemiyorum işlemlerinin belki merkezi bir noktada o firma için kayıtlı bir hâle getirilmesi gerekiyor olduğunu düşünüyorum.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Merkezî bir yerde...

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Evet, yani şöyle düşünün: Ben bir firmayım, size e-posta atıyorum haksız yere, siz gidiyorsunuz, bu e-postanın içerisindeki linkten “Beni bu listeden çıkar” diyorsunuz, şu an sizinle benim aramdaki bir nokta. Siz iyi niyetli ya da kötü niyetli “çıkardık” ya da “çıkarmadık” diyebilirsiniz. Bunu iki tarafın da yapıp yapmadığını kontrol edecek bir mekanizma oluşması gerekiyor. Yani, sizin dediğiniz noktada “Ben bunu yaptım.” firma da “Hayır, böyle bir şey yapılmadı.” dendiği takdirde bunun karar mercii kim olacak? Çünkü, belli cezalar ve belirli uygulamalar var.

Belki şöyle bir şey yapılabilir: Özellikle belirli bir merkezden -örnek veriyorum- bu listeden çıkmak istiyorum mevzuları, belirli bir teknolojik yapıyla yapılan bütün talepler belirli bir merkez içerisinde kayıt altına alınabilir. Bu kayıt altına alınan, gelen noktalarda, daha sonrasında bir şikâyet olduğu zaman “Ben bu başvuruyu yaptığım hâlde yapılmıyor.” şeklinde, bu kayıtlar incelenerek bunun yapıp yapılmadığıyla alakalı kontrol edilebilir bir hâle getirilebilir. Bir öneri.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Şimdi, benim ifade etmek istediğim şu: Hakikaten biz ne kadar çok bir araya gelirsek bu tasarı o kadar olgunlaşacak. Yalnız nihai aşamada da bunun, yani tasarının netleşmesi lazım alt komisyonda da, bir görüş beyan edeceğiz.

Geçen toplantıda zaten söyleyiş amacımız da şuydu: Özellikle taraflar, sivil toplum örgütleri, ilgili kamu kurum ve kuruluşları şimdiden bu mevcut metnin nasıl değiştirilmesini arzu ediyorlar ise veya çıkarılmasını, ilaveyi, onu metne derç ederler ise gerekçesiyle beraber, biz bundan daha çok istifade ederiz şeklinde bir düşünce ortaya çıkmıştı.

Şimdi, bu konuşmalardan hadise daha çok vuzuha kavuşacak, bu kesin. Yani sizin söyleminizden not alıyoruz, bunu yapıyoruz ama bu söylediğimiz şekle getirirseniz -bütün arkadaşlar için söylüyorum- hem bizim işimiz kolaylaşacak hem sizin işiniz çünkü üst komisyona da verirken de -Sayın Başkanım, izninizle- biz bunu ne yapmış olacağız? Tekâmül ettirmiş olacağız. Hocamıza da vereceğiz bunun hukuki prosedürünü bir incele, bak diye. Metne bakacağız, bundan sonra daha rahat gidecek. O amaçla ben sordum, yani böyle bir şeye derç ettiniz mi diye.

Teşekkür ediyorum, sağ olun.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Ben de Sayın Vekilime bir katkı yapayım.

Bakın, bir çalışma yaptım, belli maddelere kadar geldim. Şurada kırmızı olarak gördükleriniz maddelere derç edilmiş şekilde, yani eklenmiş şekilde, Sayın Vekilim de onu kastediyor. Mesela sizin biraz önce söylediğiniz şey 6'ncı maddede var, bu 6'ncı madde ticari elektronik ileti gönderme şartını ihtiva ediyor. Ben mesela -örnek söylüyorum- şu ana kadar yaptığımız çalışmalar sonucunda ve arkadaşlarımızı dinleme sonucunda şöyle bir şey eklemiştir: “Onay haricinde başka bir unsur içermez. Onay, yazılı elektronik ileti ve yazılı alınabilir. Onay elektronik kayıt veya yazılı kayıt şeklinde saklanabilir.” Yani, bunun alt düzenlemelerini yaparsın, işte sizin dediğiniz merkezî sistem o alt düzenlemelerde gerçekleştirilebilir. Bu şekilde olursa düşünmek, ilerlemek daha kolay olur.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Yani, hızlandırmak açısından söylüyorum.

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Bir şey daha söylemek istiyorum, bu yasa tasarısının içerisinde olmayan ama önem arz eden eklemeleri de gerçekleştirebilir miyiz?

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Öneri olarak neyin varsa derç edilecek, ilave, fazla...

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Yeni maddeler şeklinde ekleyebiliriz değil mi?

BAŞKAN – Ek maddeler ekleyebiliriz.

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Teşekkür ederim.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Sayın Başkanım, ben buna bir örnek vereyim -tabii tartışılacak bunlar da- 2'nci madde var, 2'nci maddede tanımlar var. Burada yine çok konuştuk bu tanımları ama bu tanımlar için elektronik kayıt tanımı eksik gözüküyordu, biz yine yaptığımız çalışmada elektronik kaydı bir (f) maddesi olarak eklemiştik. Yani olabilir, bunlar Komisyonda değerlendirilecek hepsi.

BAŞKAN – Buyurun.

TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ HUKUK DANIŞMANI BUKET HİMMETOĞLU – Efendim, tasarının genel gerekçesi ve madde gerekçesine baktığımız zaman Avrupa Birliğinin 8 Haziran 2000 tarih ve 2000/31 sayılı Bilgi Toplum Hizmetlerinin, Özellikle Elektronik Ticaretin Ortak Pazardaki Bazı Yönleri Hakkında Direktif ile 1997/67, 2002/58 sayılı Elektronik İletişimde Kişisel Verilerin İzlenmesi ve Gizliliğin Korunması Yönergesi'nin esas alındığını görüyoruz.

Biz Avrupa Birliği mevzuatına baktığımız zaman finansal hizmetlere ilişkin bu iki düzenlemeden ayrılan ve yirmi dört maddeden oluşan bir başka yönergeyi tespit ettik. Bu mesafeli sürüm yoluyla tüketiciye sunulan finansal hizmetlerin ve muhtelif yönergelerde değişik yapılmasına ilişkin 23 Eylül 2002 tarihli ve 2002/65 sayılı Yönerge. Bu yönerge tamamen finansal hizmetlere ilişkin yirmi dört maddeden ibaret bir düzenleme. Burada finansal hizmetlerin tanımı da yapılmış, diyor ki: "Bankacılık, kredi, sigorta, bireysel emeklilik, yatırım veya ödemelere ilişkin herhangi bir hizmet anlamındadır."

Bizim mevcut tasarı metnimizle bu direktif maddelerine baktığımız zaman farklılıklar görüyoruz. Dolayısıyla sektör olarak finansal hizmetlere ilişkin bu tasarıda yer alan düzenlemelerden farklılık içeren bu direktifin esas alınarak, ayrı bir düzenlemede mutlaka düzenlenmesinin gerektiğine inanıyoruz. Örnek vermek gerekirse, istenmeyen elektronik iletilerle ilgili bu direktife baktığımız zaman, elektronik iletinin çeşidine göre farklılık yapıldığını görüyoruz.

Yine tasarinın 6'ncı maddesinin birinci fıkrasında elektronik iletiye ilişkin gerekçede direktife atıf yapılıyor ama orada, orijinal direktifte pazarlama ve reklam amaçlı elektronik iletilerin muvafakate bağlı olarak gönderilmesi esas benimsenirken bizim tasarı metnimizde herhangi bir açıklama yer almaksızın, yani pazarlama veya reklam denmeksizin bir sözleşme ilişkisi içinde dahi elektronik iletilerin izin tabi olarak gönderilmesi zorunluluğu getiriliyor hem kapsam açısından hem de gönderilen elektronik ileti açısından yine bir farklılık var. Yine direktifte, orijinal metinde, 13'üncü maddede "Otomatik arama sistemleri veya faks cihazları veya elektronik postanın kullanımı için mutlaka muvafakat gerekir." dediği hâlde bizim Tasarinın 6'ncı maddesinin birinci fıkrası kapsamda sınırlama yapmaksızın tüm elektronik iletilerin muvafakate tabi olacağını söylüyor.

2002'ye 65 sayılı Finansal Hizmetlere İlişkin Direktifin 10'uncu maddesine baktığımız zaman ise talep edilmeyen iletişimle ilgili yine burada da farklılıklar var. Her bir elektronik iletinin niteliğine göre otomatik arama, faks veya diğer iletilere göre farklı düzenlemeler söz konusu.

Özetlemek gerekirse; Avrupa Birliğine uyum amacıyla gerçekleştirilen bu düzenlemede de biz Avrupa Birliği düzenlemesinin esas alınmasını, orada nasıl finansal hizmetlere ilişkin özel bir düzenleme varsa burada da finansal hizmetlerin özel bir düzenlemeyle ayrıca düzenlenmesi gerektiğine inanıyoruz.

Maddelerle ilgili sanıyorum müteakip toplantılarda davet edilirse görüşlerimizi açıklama imkânına kavuşursak sevinirim.

BAŞKAN – Yani buradaki, yeni düzenlemedeki kastınız, ek maddelerle mi olmalı bu?

BANKALAR BİRLİĞİ TEMSİLCİSİ HUKUK DANIŞMANI BUKET HİMMETOĞLU – Hayır efendim, ayrı bir düzenleme. Çünkü finansal hizmetler diğer hizmetlerden çok farklılık arz ediyor.

Bu, yirmi dört sayfalık oldukça kapsamlı bir düzenleme; bunu incelediğimiz zaman da görüyoruz zaten. Dolayısıyla da ayrı bir düzenleme konusu olmalı.

Önerimiz de, kanunun kapsam maddesinde finansal hizmetlere ilişkin elektronik ticaret ve elektronik iletinin bu kanun kapsamında düzenlenmemesi, kapsam haricinde olduğunun vurgulanması ve ayrı bir kanun tasarısıyla gündeme getirilmesi yönünde.

BAŞKAN – Tekin Memiş Hocam, bu konuda ne diyorsunuz?

PROF. DR. TEKİN MEMİŞ – Öncelikle, arkadaşımızın görüşlerine tabii katılıyoruz.

Biz Komisyon toplantılarında, zaten bu Kanun Tasarısında finansal hizmetlerin düzenlenmeyeceğini, kapsam dışında tutulacağını, bunun ayrı bir çalışma konusu olduğunu açık seçik zaten belirtmiştik; yani biz de o kanaatteyiz. Fakat iki tane hususa şuna katılmıyoruz: Yani birtakım genel konular var ki, bu genel konuların bu kanun içinde düzenlenmesi lazım, aynen Avrupa Birliği Elektronik Ticaret Direktifi'nde olduğu gibi.

Yine istenmeyen elektronik postalara ilişkin söylenmiş olduğunuz hususa biz iki ya da üç tane direktiften yararlanarak bu şeye ulaştık.

İkinci olarak söylediğiniz bazı, daha teknik detayların da yönetmeliklere bırakılmasının daha doğru olacağını düşündük.

Bunun da gerekçesi şu: Kanunlar biliyorsunuz kolay değiştirilmiyor. Özellikle sizden önce söz alan Oktay Bey'in de zannediyorum buna ilişkin birtakım düşünceleri vardı. Biz bu konuyla ilgili aslında düzenleme yetkilerini Gümrük ve Ticaret Bakanlığına bıraktık. Dolayısıyla orada yönetmeliklerle daha kolay düzenlenebilecek bir alan olması gerektiğini söyledik.

Bizim hukukumuzda, yani daha doğrusu belki bütün dünyanın uygulamış olduğu bilişim hukukuna ilişkin temel bir düstur var; o da kanunların teknoloji tarafsızlığı ya da teknoloji nötr olarak ifade edebileceğimiz bir kavram. Biz bu teknolojiye ya da düzenlemiş olduğumuz bir şeyde bir teknolojiye doğrudan doğruya hiçbir zaman atıf yapmayız. Mesela işte, elektronik postaların ya da istenmeyen listelerin tutulacağı "blacklist"lere atıf yapmadığımız gibi. Mesela 3D güvenlik kredi kartı hizmetlerine ilişkin ya da kredi

kartı güvenlik sistemlerine ilişkin hususlara atıf yapmadığımız gibi. Biz, teknik detayları yönetmeliklere bıraktık. Ama şunu söyleyebilirim ki, sizin söylediğiniz kaygılar hani çok fazla bizim burada yok. Yani onu söyleyebilirim. Yani biz o sizin söylediğiniz hususları gördük ama dedik ki “Bu, bizim zaten düzenleme alanımız değil.” Orayı özel kanunlarına bıraktık. Özel bir düzenleme olursa elbette onu bekleyeceğiz.

BANKALAR BİRLİĞİ TEMSİLCİSİ HUKUK DANIŞMANI BUKET HİMMETOĞLU – Hocam da finansal hizmetlerin kanun kapsamına girmeyeceğini ifade etti yanılmıyorsam ama bu konu uygulamada çok tereddüde yer verebilir. Bu yüzden mutlaka kanun kapsamında bunun, finansal hizmetlere ilişkin elektronik ticaretin ve elektronik iletilerin kanun kapsamı dışında olduğunu vurgulamak gerekir diye düşünüyorum.

İkinci olarak; tasarının 6’ncı maddesinin birinci fıkrasında, yine gerekçe kısmında “2002’ye 58 sayılı Direktifin 13’üncü maddesinin birinci fıkrasına uygun olarak, kişi müdahalesi olmadan çalışan faks, elektronik posta, kısa mesaj gibi otomatik arama sistemleri vasıtasıyla kişinin önceden izni alınmaksızın pazarlanan veya reklam amacıyla istenmeyen elektronik ileti gönderilemeyeceği belirtilmektedir.” diyor.

Ben bu Direktifin 13’üncü maddesine bakıyorum, orada bakın aynen şöyle yazıyor: “Doğrudan pazarlama amacıyla insan müdahalesi olmaksızın otomatik telefonla arama sistemleri, faks cihazı, elektronik posta.”

Bir ilave olarak şunu söylemek istiyorum: Tasarıya baktığımız zaman, -Aslında “Ticari elektronik ileti” olması lazım ama orada “Elektronik ileti” diye geçmiş- orada telefon, otomatik arama sistemleri, faks, elektronik posta, hepsi var. Eğer biz Kanun maddesine, 6’ncı maddenin birinci fıkrasında “Elektronik posta” diye bir tanımlama yapar ve açıkça “Muvafakate tabi olmalıdır.” dersek, daha sonra yönetmelikle bunun dışında düzenle yapamayız.

Uygun görürseniz o zaman kapsamı, yani teknolojik anlamda iletilerin niteliklerini belirlemek gerekiyorsa, kanun maddesine mutlaka hangi elektronik iletinin muvafakate tabi olup olmayacağı hususunun yönetmelikle belirlenmesi gerektiği konusunda Kanunda açık düzenleme olması gerektiğini düşünüyorum.

PROF. DR. TEKİN MEMİŞ – Ben hemen orada bir şey söyleyeyim: Yani 6’ncı maddede düzenlediğimiz şey bankaları hariç tutmak değil. Bankaların gün boyu -Mesela hemen sizin sektörünüz için örnek vereyim, doğrudan da söyleyeyim- tartıştığımız problem belki, yani bankaların gün boyunca bana bütün müşterilerinin reklamını göndermesini istemiyoruz. Yani Kanunda çok açık konuşalım hedeflediğimiz şeylerden bir tanesi bu. Bu noktada bankacılık ya da finansal hizmetlerin diğer ticari hizmetlerden ayrıldığı bir noktanın olmadığını düşünüyoruz.

Avrupa Birliğinin direktifindeki 13’üncü maddeyi aynen almadık. Çünkü Avrupa Birliğinin direktifi biliyorsunuz bir standart getiriyor. Bu standardın içeriğini belirleme yetkisini de tamamen ülkelere veriyor ve biz -Komisyona göndermişim ama çıkışta tekrar isterseniz, elektronik postanızı alırsam size de göndereyim.- 70 küsur tane ülkenin tek tek uygulamasını aldık. Tabii, Avrupa Birliği ülkelerinin tamamını inceledik ve buradaki standartlara uygun bir standart getirdik.

Dolayısıyla bankaların göndereceği reklam içerikli elektronik postaları buradan hariç tutmanın hiçbir anlamı yok. Zaten benim cep telefonuma ya da elektronik postama gelen reklam içeriklerinin çoğunluğu bankalardan.

Dolayısıyla zaten, burada zaten menfaatler çatışıyor. Ona elbette ki, Meclis karar verecek. Burada çatışan bir menfaat var ve biz bu çatışan menfaatlarda tamamen alıcının menfaatini göz önünde bulunduruyoruz. İlkemiz net.

BAŞKAN – Buyurun.

TÜRK TELEKOM A.Ş. REGÜLASYON VE REKABET DANIŞMANI OĞUZKAN GÜZEL – Tam bu konuda, aynı paralel konuda bizim de itirazlarımız var.

Mesajların iletimini yapan sektör temsilcisi olarak, bu toplu SMS’ler sektörde gelişen bir uygulama ve bundan doğan huzursuzlukların da farkındayız. Buna dediğiniz gibi, Sayın Hocamızın dediği gibi Meclis karar verecek. Ancak bizim TÜBİSAT aracılığıyla iletmeye çalıştığımız -Ama doğrudan ilk defa katılıyoruz bu toplantıya- bu “opt-in” “opt-out” sistemi içerisinde biz erken mi davranıyoruz, gerçekten Avrupa Birliği direktiflerine tam uyumlu muyuz konusunda bizim de çekincelerimiz var. Elektronik Haberleşme Kanunu da değiştiriliyor burada, değiştirilen mevzuatta ve burada da “Önceden izinleri alınmaksızın...” şeklinde yani bütün abonelerin, tüm kullanıcıların önceden izinlerinin alınması gerekiyor ki, onlara bir şey gönderebilesiniz, herhangi bir mesaj gönderebilesiniz. Bunu engellemek için yaptığını da açıkça belirtiyor Hocamız da.

Ancak burada, bu onayların alınmasında sektörde çok büyük sorun var. Yani ayrıca, bu direktifin Avrupa Birliği Komisyonunda da bu kanun görüşülürken gündeme gelmiş, 2002’ye 58 sayılı Direktifin 13’üncü maddesinin birinci fıkrası alınmış,

ikinci fıkrası atlanmış. Bu tartışmalar orada da yapılmış ve bu tercih yapılmış gibi görünüyor ama bu tercihin biz en azından sektör için ve uygulamada yaratacağı sorunlar için doğru olmadığını düşünüyoruz. Bu şekilde yasalarsa Kanun kendi abonelerimize dahi biz bilgilendirme, pazarlama, vesaire hiçbir işlem yapamayacak duruma geleceğiz.

Şimdi, eskiden beri abone olmuş kişiler, yani Türk Telekom'un 15 milyon sabit, işte grup olarak Avea'nın 12 milyon, işte TTNet'in 6,5 milyon gibi bir sürü kullanıcı var ve bunlardan onayı almakta gerçekten Hocamın da dediği gibi fazla olan bu spam uygulamaları nedeniyle de yani bir güvensizlik nedeniyle onay almakta zorluk çekiliyor.

Şimdi öyle bir nokta ki bu, Bankalar Birliği Temsilcisinin söylediği gibi bankaya, internet bankacılığına girişte mesaj bile alamayabilirsiniz. Yani internet bankacılığını kullanamaz hâle düşeceksiniz. Yani böyle bir tehlike var ve bunun bir şekilde burada düzeltilmesi gerektiğini düşünüyoruz biz. Yani ikinci bir fıkra olarak 6'ncı maddeye, yani aynen direktifte olduğu gibi en azından uyum yapılması gerekiyor hatta "opt-in" "opt-out" sisteminde de biz bunu bu şekilde kabul ediyoruz şeyi de Medisin takdirindedir. Avrupa Birliği çalışmalarında da işte bu kişisel verilerin korunması şu anda Avrupa Birliği Komisyonunun da yeni bir teklifi var, gündeminde. Orada da çok büyük tartışmalar var ve iki yıl sonra yasalacağı ve işte, bunun da yürürlüğe girmesinde bir sürü, bilgilerin değişiminde bir sürü sorunlar çıkacağı söyleniyor. Yani ticari hayatı çok etkileyecek bir şey. Burada çok dikkatli olunmasında fayda var. Bu "opt-in" sistemine geçiş için belki biraz daha beklenmeli. Beklenmiyorsa dahi en azından bu ikinci fıkra düzenlemesinin bu yasaya yansıtılması gerekir. Aynı şekilde elektronik haberleşme...

Başka diğer konular da var aslında bizim söylediğimiz hem genel mantık olarak. İşte "Kanunun sistematığında diğer elektronik kanunlarla serpiştirilmiş şeylere dokunmak istemiyoruz." denildiği hâlde işte Elektronik Haberleşme Kanunu'nda bir değişiklik yapılıyor, orada bir müdahale oluşmuş oluyor. Bu düzenlemeleri orada, o Kanun çerçevesinde de bir değerlendirmek gerekebilir. Ama bizim özellikle söylemek istediğimiz, vurgulamak istediğimiz husus bu "opt-in" "opt-out" sisteminin gerçekten değerlendirilmesi, her yönüyle değerlendirilmesi, yani bu sektörün düşüncesinin daha ağırlıklı olarak bir alınıp, tartışılması ve karar için göz önüne alınması gerektiğini düşünüyoruz.

BAŞKAN – Evet, zaten bu konu için, bunu yapmak için buradayız bugün.

Söz almak isteyen arkadaşlar önlerindeki butonlara basarlarsa söz vereceğim.

Buyurun.

TÜRKİYE İHRACATÇILAR BİRLİĞİ YÖNETİM KURULU ÜYESİ MURAT AKYÜZ – Sayın Başkanım, Sayın Komisyon üyeleri; Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı'nın elektronik ticaret ortamının disipline edilmesi konusunda önemli bir boşluğu doldurmak üzere hazırlandığı anlaşılmaktadır.

Kanun Tasarısı mediamize çok kısa bir süre önce resmî olarak ulaşmış olup, bu nedenle teknik çalışmadan ziyade genel bir inceleme sadece yapılabilmıştır.

Bu incelemenin sonucunda ulaştığımız değerlendirmelerimiz ise kısaca şöyledir:

Kanun Tasarısı taslağının detaylara fazla değinmeden, modern ve minimalist bir yaklaşımla hazırlandığı görülmekte ve bu, olumlu değerlendirilmektedir.

Bununla birlikte mevcut hükümlerinin yanında elektronik ticaretin sağlıklı ve tüm tarafların ihtiyaçlarına cevap verir mahiyette olabilmesi için aşağıdaki alanlarda da düzenlemeler içermesinde büyük yarar görmekteyiz. Bu düzenlemelerin detaylara girmekten çok genel çerçeveyi belirlemesi, ilgili kurum ve kuruluşları yetkilendirmesi ve ikincil mevzuata atıfta bulundurulmasının yeterli olacağı mütalaa edilmektedir.

Başlıklardan ilki "Tüketici hakları" Günümüzde elektronik ticaretin istenilen düzeyde ilerleme kaydedememesinin en önemli sebepleri arasında elektronik ticarete güvenlik ve güvenilirlik kavramlarının yetersiz kalması sayılabilir. Ticaret hayatındaki aktörlerin ticari ilişkilere girebilmesi için en önemli unsur biliyoruz ki, güven unsurudur. Birbirleri arasında ve tüketicilerle olan ilişkilerdeki güvenilirlik seviyesini artırmak için işletme modellerinde ve işletme vizyonlarında güvenilirlik unsurunu en üst seviyeye taşıyacak projeler üretilmelidir.

Müşteriye endekslî güvenilirliğin oluşturulmasının ve bunun devam etmesinin sağlanması için de firmalar etkin ve güvenli çevrim içi sistem kurmalıdırlar. Yani işletmede çalışan personel gibi internet sayfalarında da tüketicilerin güven duyacağı altyapıların tesisi temin edilebilir.

Türkiye'deki internet kullanıcı sayısı, e-ticaret kültürünün oluşma hızı bizi daha en baştan beri standartları oluşturma konusunda zorlamaktadır. Yani kısaca, belli standartları oluşturmayan, denetlenmeyen ve mali açıdan güçlü olmayan firmaların bir anda

çoğalmasını önleyecek önlemler alınmalıdır. Özellikle bu tür yeni oluşumlarda belli standartların oluşturulması ve denetlenebilir olması adına merkezi düzenleme ve denetleme sistemlerinin oturtulması önem arz etmektedir.

Belli markalar piyasadaki bilinirlikleri ve kurumsal ilkeleri ile tüketici hakları konusunda hassas davranırsa da daha küçük ölçekli girişimciler için bu standartlara uyumun sağlanması büyük önem taşımaktadır.

Sonuç olarak; kanun taslağında tüketicilerin güvenle e-alışveriş yapabilecekleri ortamın sunulmasına olanak sağlayacak hükümlerin yer almasını burada önemsiyoruz.

İkinci başlık olarak; "Satıcı, Tedarikçi hakları" Tüketici haklarının yanında mal ve hizmet satışı yapanların haklarının korunması da önem taşıyan bir husustur.

Yasa tasarısının özellikle firma haklarını düzenleyen ticari konulara yeteri kadar atıfta bulunmadığı görülmektedir. Tüketici ve hizmet sağlayıcı arasındaki ilişkinin yanında bu tür mecralarda ürünü satılan firma ve hizmet sağlayıcı arasındaki ticari ilişkiyi düzenleyen unsurların da biraz daha kapsamlı ele alınması gerektiğine inanıyoruz.

Şöyle ki, özellikle marka olan ve marka olma yolunda ilerleyen firmaların fikri, sınai, mülkiyet hakları ve sahteciliğe karşı bu ilişki çerçevesinde korunmasına ilişkin altyapıların kontrol ve güvenlik mekanizmalarının oluşturulması gerektiğine inanmaktayız.

Üçüncü başlığımız "Elektronik Veri Değişiminin Güvenli ve Altyapı Standartları." Bu mecraların bankalarla ya da münferiden oluşturdukları güvenli altyapı mekanizmalarının da belli bir standartta olmasının gereğini görüyoruz.

E-ticaret süreçlerinde oluşacak anlaşmazlıklar, dolandırıcılık vakaları, ceza davaları, vesaire devletin iş yükünü ciddi oranda artıracak vakalar olabilmektedir. Bu sebeple bunların önlemlerinin bir şekilde kanun ya da ek yönetmelik veya düzenlemelerle alınmasının sağlanması gerektiğini düşünüyoruz.

Fikri ve sınai mülkiyet hakları açısından elektronik ticaret fikri ve sınai mülkiyet haklarının en çok ihlal edildiği mecralar arasında yer alıyor. Bu nedenle fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması yönünde mutlaka caydırıcı önlemlerin düşünülmesi anlamlı ve faydalı olacaktır.

E-ticaret; ihracat, ithalat, gümrükleme konusunda ise elektronik ticaret yoluyla yapılan yurt dışı satışların yürürlükteki ihracat rejimi kurallarına ve gümrük mevzuatına tabi olduğu hususuna taslakta yer verilmelidir. Hâlihazırda elektronik ticarete konu malların teslimi hem miktar hem de değer açısından posta ve kargo yoluyla yapılmaktadır. Bu husus ise posta ve hızlı kargo taşımacılığına ilişkin gümrük genel tebliğiyle düzenlenmiş bulunmaktadır. Kanun taslağı veya sonrasında düzenlenecek ikincil mevzuatın yürürlükteki ithalat, ihracat ve gümrük mevzuatıyla uyumlu olması gerektiğine inanıyoruz ve son olarak, bankacılık işlemleri konusunda elektronik ticaretin önemli unsurlarından birini de mal ya da hizmete karşılık olarak müşteri tarafından yapılacak ödeme teşkil etmekte. Biraz evvel de zaten tartışılan konu üzerinde, bu ödemelerin tamamı bankacılık sistemi üzerinden yürütülmektedir. Taslakta hem satıcı hem alıcı hem de bankaların hak ve yükümlülüklerine genel olarak atıfta bulunularak, bu hak ve yükümlülükler garanti altına alınmalı, standart hâle getirilmelidir.

Biz aynı zamanda görüşlerimizi sizlere yazılı olarak da sunacağız Sayın Başkanım.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN – Teşekkür ederim.

Buyurun.

TÜM SİGORTA ACENTALARI FEDERASYONU BAŞKANI HÜSEYİN KASAP - Sayın Başkan, Sayın Komisyon üyeleri, sayın konuklar; hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Federasyonumuz, Türkiye genelinde en büyük örgüttür ve tektir ve başka bir federasyon yoktur sigorta acenteleriyle ilgili. Aynı zamanda Ankara Ticaret Odası Meclis üyesiyim. Başkanımız Salih Bezi'nin onayıyla da biraz sonra ki, söyleyeceğim görüşlerimiz hem Federasyonun hem de Ankara Ticaret Odasının da görüşüdür aynı zamanda.

E- ticaret, tabii bir genel kanun olarak, bir çerçeve kanun olarak çıkması gerekli ve önemli bir kanun. Finansal hizmetlerle ilgili detayları ise Hazine Müsteşarlığı bu konuda gerekli çalışmayı yapıyor zaten özellikle sigortacılık konusunda Sigortacılık Genel Müdürlüğü uzaktan mesafeli satışlarla ilgili bir yönetmelik hazırlığına başladı bile. Tabii ki, bir çerçeve kanun olmalı ve detaylarını da ilgili bakanlıklar yönetmeliklerle halletmeli.

Onun için ben biraz sonra da yazılı olarak sunacağım görüşlerimde bizim için önemli gördüğümüz bir şey acente, bayi gibi aracı kullanan firmaların bizzat veya paravan firma aracılığıyla aynı zamanda elektronik ticaret yapmaması yönünde.

Örneğin sigorta sektöründe üretim, yüzde 65'ini acenteler, yüzde 12,5-13 civarında brokerlar ve yüzde 12,5 civarında da bankalar kanalıyla, yani üretimin yüzde 90'ını aracılar kanalıyla yapılmakta. Böyle bir sektörde ana şirketlerin kendi bayileriyle ve aracılıyla rekabet edip bir e-ticaret yoluyla satış yapmasını çok doğru ve etik olarak bulmuyoruz.

Tabii ki biz, bankaların, brokerların ve acentelerin e-ticaret yoluyla satış yapmasından yanayız. Yani kesinlikle ona karşı değiliz ama ana şirketlerin kendi bayileriyle, aracılıyla rekabet etmemesinden yanayız.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Biraz daha açık tekrar edebilir miyiz? Çok özür dilerim.

TÜM SİGORTA ACENTALARI FEDERASYONU BAŞKANI HÜSEYİN KASAP – Biz bayi veya aracı kullanan ana şirketlerin kendi aracılıyla veya bayileriyle, acenteleriyle rekabet etmemesinden yanayız e-ticaret yoluyla. Yani örnek olarak sigorta sektörünü verirsek, üretimin yüzde 65'ini acenteler, işte yüzde 13'ünü bankalar, 13'ünü de brokerlar dersek, yüzde 91'ni aracılardan yapıldığı, üretimi sağladığı bir sektör sigortacılık sektörü. Böyle bir sektörde ana şirketin bu araçlarla rekabet ederek, e-ticaret yoluyla piyasaya girerek kendi aracılıyla rekabet etmemesinden yanayız. Ama bu acentelerin, bankaların ve brokerların e-ticaret yoluyla satış yaparak bu yolun kullanılmasını ve pastanın büyütülmesini, üretiminin artırılmasından yanayız. Ama ana şirketin bayileriyle rekabet etmemesini...

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Şöyle söyleyebilir miyiz daha çok vuzuha kavuşması için: A Sigorta A.Ş Genel Müdürlüğü merkezden müşterilerine e-ticaret yoluyla satış yapabilir. Acenteler, aracılar da yapabilir, brokerlar da yapabilir, vesaire. Siz diyorsunuz ki, şirketin merkezi, kendisi elektronik ticaret yapmasın.

TÜM SİGORTA ACENTALARI FEDERASYONU BAŞKANI HÜSEYİN KASAP – Yapmasın ama bin tane acente, 100 tane banka şubesi yapabilsin. Yalnız bu şirket derse ki, ben aracı kullanmayacağım –Biz ona karşı değiliz çünkü- yani banka şubem olmayacak, brokerım olmayacak, acentem olmayacak. Ben sadece e-ticaret yoluyla bu işi yapacağım. Bir sigorta şirketi, B sigorta şirketi “Ben sadece bu yolu kullanarak bir satış yapacağım.” derse onu da yapabilir. Batı'da bunun örnekleri var. Acente, aracı kullanmayıp sadece e-ticaret yoluyla sigorta ürünü satan şirketler var.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Sayın Başkan, ben de burada araya gireyim.

Sayın hocalar, tabii Komisyon olarak, Bilim Komisyonu olarak bu Kanun Tasarısı üzerinde epey çalışmışlar. Fakat şimdi söylenen şeylere, daha önceki haftalarda yaptığımız alt komisyon toplantılarında da mesela, bu mesele tamamen ticareti düzenleyen bir hadise. Hâlbuki bizim önümüzdeki Kanun Tasarısı elektronik ortamdaki ticaretin belli kuralları, ticaretin kuralları değil de o hukuku sözleşmelerle tüketici ve satıcı arasındaki bağlantıları sağlama, onları güvenli bir ortama taşıma ve ondan sonra da elektronik ortamda istenmeyen iletilerle alakalı bir hadise. Yani bunların teferruatları bu Kanun Tasarısında düzenlenmesi çok zor, onlar Ticaret Kanunu'na falan giriyor diye düşünüyorum yani.

Yani genel maddeler söyleniyor, o yüzden biraz daha somut şeye gelirse...

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Söz bana geçti.

Çağrı Merkezi Derneği olarak Türkiye'deki çağrı merkezi sektörünün...

BAŞKAN – İsterseniz burayı tamamlayalım. Ben size tekrar söz vereceğim. Siz kendi görüşünüzü belirteceksiniz herhâlde.

Burayı bir tamamlayalım. Sigorta Acenteleri Federasyonu Başkanı sözünü bir tamamlasın, konusunu.

Buyurun.

TÜM SİGORTA ACENTALARI FEDERASYONU BAŞKANI HÜSEYİN KASAP – Bir madde de vazgeçme hakkı... Başka kanunlarda da var ama Türk Ticaret Kanunu'nda veya Tüketiciyi Koruma Kanunu'nda özellikle buraya “Elektronik ticaret yoluyla mal ve hizmet alanlar, sebep göstermeksizin malın veya hizmetle ilgili belgenin tesliminden itibaren otuz gün içinde aldığı malı iade etmek, hizmet almaktan vazgeçip akdi feshetmek hakkına sahiptir. Bu takdirde alıcı tarafından yapılan ödemeler eksiksiz olarak iade edilir.” diye eklenmesini talep ediyoruz. Çünkü bu yolla hizmet de olsa, bir mal satışı da olsa tüketicinin çok kandırıldığı bir gerçeği var; ya malı aldığı zaman kendisine anlatılan malın aynı olmadığını görüyor ya da hizmet aldığı anda, bu hizmetle ilgili belgeyi aldığı anda bir sürü engellerin olduğu, eksiklerin olduğu veya kesintilerin olduğu, muafiyetlerin olduğu veya bizim kendi ürünümüzden bahsederek, muafiyetlerin veya teminatların olmadığı ve onu ancak eline belgeyi alıp, bütün her şeyi okuduğunda anlıyor. Yani bu vazgeçme hakkının da özellikle buraya yazılmasını talep ediyoruz.

Teşekkür ederim.

PROF. DR. TEKİN MEMİŞ – Ben sadece bu hani arkadaşımızın özellikle bir talebi vardı. Hani ana şirketlerine, sigorta şirketlerine doğrudan doğruya elektronik ticaret yapmasını engelleyen bir hüküm koyulması.

Tabii bu, bu Kanunun içinde bunu düzenleme şansımız yok. Biliyorsunuz Sigortacılık Kanunu var. Sigortacılık Kanunu'nda bir sigorta şirketinin ruhsat alabilmesi, daha doğrusu çalışma izni alabilmesi için belirli sayıda zaten acentesinin olma şartı getiriyor hâlihazırdaki bizim Sigortacılık Kanunu.

İkincisi, tabii bir çalışma özgürlüğü dediğimiz, bizim Anayasa'mızdaki meşhur ilkemiz var. Yani elektronik ticareti sadece birilerine açıp, birilerine kapatma gibi imkânımız asla olamaz burada. Hani bu sigorta şirketi ile acente arasında düzenlenecek, acenteler arasında düzenlenecek, belki Federasyon ile sigorta şirketleri arasında düzenlenebilecek ya da Türkiye Reasürans ve Sigorta Şirketleri Birliği nezdinde belki çözüme kavuşturulacak bir mesele. Hani buna, kanunla böyle bir ticari hayata müdahale etme şansımız yok diye düşünüyorum.

TÜM SİGORTA ACENTALARI FEDERASYONU BAŞKANI HÜSEYİN KASAP – Sigortacılık Kanunu'nda böyle bir şart yok. Acentesi olur diye bir şartı var.

PROF. DR. TEKİN MEMİŞ – Şimdi hemen söyleyeyim: Sigortacılık Kanunu'nun ya 3 ya da 4'üncü maddesinde yeterlilikle ilgili biliyorsunuz, belirli şekilde "acente" demiyor ama "Türkiye çapında bu organizasyonu gerçekleştirmek." Biz onu yorumlarken hukukçular olarak, acente ya da işte ne bileyim bir başka aracı, hani prodüktör ya da broker olarak kabul ediyoruz. Yani biliyorsunuz yabancı şirketlerin bile Türkiye'de çalışabilmesi için mutlaka burada yine bir brokerla yine iş birlikteliği yapması lazım. Fakat orası belki asıl mesele değil ama bu Kanunla, hani sigorta şirketine ya da bankalara, mesela, bankalara da sigorta acenteliği yapmayı bu Kanunla yasaklayamayız. Mesela, acentelerin...

TÜM SİGORTA ACENTALARI FEDERASYONU BAŞKANI HÜSEYİN KASAP – Sigortacılık Kanunu'nda o hakları var zaten. Onun için...

PROF. DR. TEKİN MEMİŞ – Dolayısıyla elektronik ticaret yapmayı da bu Kanunla yasaklayabileceğimiz kanaatinde değilim ama dediğimiz gibi takdir hani Medise ait olacaktır.

TÜM SİGORTA ACENTALARI FEDERASYONU BAŞKANI HÜSEYİN KASAP – Yasaklama gibi yaklaşmıyoruz zaten biz Hocam, yani tercihini yapsın. Yani ben acenteyle, brokerla, banka şubesiyle çalışıyorum ve bunlar kanalıyla poliçeyi satacağım ama elektronik ticareti de benim acentelerim, banka şubelerim ve brokerlarım yapabilsin; yani bizim getirmek istediğimiz şey bu. Eğer bayi şeklinde çalışmayı tercih ediyorsa sigorta şirketi bunun bütün bayileri, banka şubesi de, brokerlar da, acenteler de elektronik ticaret yapsın. Ama bu şirket "Yok, ben bayi kanalıyla çalışmayacağım. Sadece elektronik ticareti tercih edeceğim." Başka şans yok çünkü, o zaman zaten elektronik ticaretle de poliçe satılır.

Bu Kanundaki örgütlenme, Anadolu'daki bölge müdürlüklerini kurduğu zaman da Kanun'a göre örgütlenmiş sayılıyor sigorta şirketleri.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Şimdi, Hocamın dediği gibi, tamamen ticaret, taraflar arasında düzenlenmesi gereken bir hadise olarak görüyorum bunu. Sadece sizin sektörde değil, ben eski bir Türk Telekomcuyum. Orada da örnek söylüyorum: Türk Telekomun bayileri var ama Türk Telekomun kendine has çağrı merkezleri de var veya diğer GSM şirketlerde de var bu benzer veya başka ürünlerde de olabilir. Bu her tarafta var; yani sadece sigortacılık sektöründe değil. Ama burada, özellikle Kanunun 2'nci maddesindeki tanımlar kısmında telefonun yanına çağrı merkezlerini -Benim hazırladığım metinde- yine otomatik arama makinelerinin yanında IVN dediğimiz akıllı ses kaydedici sistemleri de ekliyoruz ki, bütün hepsini kapsasın diye. Yani bu sizin dediğiniz tamamen ticaretle alakalı bir hadise; yani burada zor biraz.

BAŞKAN – Şimdi, şu ana kadar, yani kurumsal görüşlerini anlatmadan önce, şu ana kadar görüştüğümüz konular üzerinde söz almak isteyen var mı?

Buyurun, ben size söz vereyim.

EUROMASSAGE DİJİTAL PAZARLAMA ŞİRKETİ TEMSİLCİSİ SELİN BİLLİ – Sayın Başkanım, değerli komisyon üyeleri; çok uzun senelerdir e-mail ve SMS gönderimlerinde Türkiye'nin birçok şirketine destek veren bir kurumda çalışıyorum, o yüzden de sektörün problemlerine çok yakın olduğumuzu düşünüyorum. Ondan evvel de uzun bir bankacılık geçmişim var, orada da kredi kartlarının pazarlama bölümündeydim. O yüzden bu konuyla ilgili çok kafa yordum biz içeride.

Biz hep şu bölüme çok takılıyoruz: Bu yasanın çıkması çok önemli, çünkü biz şirket olarak bile spam tarafında büyük zorluklar yaşıyoruz; müşterilerimize bunu öğretebilmek, anlatabilmek. Çünkü özellikle e-mail marketing tarafı zaten kendi kendine regüle edilebilir bir taraf diğer sistemlerden farklı olarak. Gerek ISP'ler, Hotmail, Gmail, Yahoo gibi dünyanın en büyük ISP'leri, ki Türkiye'deki e-mail adreslerinin yüzde 90'ı bu ISP'ler üzerinden gönderiliyorlar, onlar zaten yirmi dört saat bu konuyla savaşıyorlar. Siz

isteseniz bile yabancı müşterilere o kadar kolay kolay spam yapamazsınız. Zaten kendi kendini regüle eden bir sistem var. Fakat yine de bir yasa olmalı, fakat bu yasayı yaparken, tüketiciyi koruyalım derken tüketiciye zarar verme gibi bir tehlikemiz de var. Çünkü, banka tarafında çalıştığım dönemlerden hatırlıyorum, bir SMS ya da e-mail gönderisi yapıldığında kurumların cirosu yüzde 30 ile yüzde 70, hatta yüzde 300'lere kadar çıkabiliyor. Evet, kurum bu işten para kazanıyor ama diğer taraftan da bu ürünleri satın alan insanlar bir ürüne çok daha fazla taksitle ya da indirimle, normalde ulaşamayacakları bir ürüne ulaşabilmenin yolunu sadece ve sadece bu e-mail ve SMS'ler yoluyla görebiliyor. O yüzden de, bu düzenlemeyi eğer baştan çok sıkı tutarsak müşterilerin elinden bu fırsatı almış olacağız. Bir müşteri bir mesaja baktığı zaman, ancak o zaman onun içindeki iletinin onun için iyi mi ya da kötü mü olduğunu görebiliyor, izin sırasında bunu maalesef göremiyor.

O yüzden, bizim ilk etapta yapmamız gereken en önemli şey opt-in'den daha evvel opt-out sorununu çözüyor olmamız lazım. Çünkü müşteri tabii ki ulaşmak istiyor onun için yararlı olan bilgiye ama ulaşmak istemediği noktada da bundan çıkabilmek istiyor. Biz daha burayı tam oturtabilmiş değiliz; hâlâ e-mail gönderimlerinin üzerine opt-out koydurtmakta zorluk çekiyoruz, hâlâ SMS gönderimlerinden nasıl çıkacağıyla ilgili bir konuda karar birliğine varmış değiliz. E-mail kolay, SMS çok daha zor ve üzerinde çok daha fazla düşünülmeli gereken bir konu. Bizim özellikle sektör olarak ve Türkiye'deki hemen hemen bütün e-mail adreslerine sahip bir kurum olarak gördüğümüz, her şeyden evvel insanların çıkabilecekleri rahat mekanizmaların içeriye yerleştirilmesi konusu.

Opt-in konusu da önemli, çünkü opt-in'i açık bırakırsak bu sefer gerçek spam'ciler "Hoş geldin." demiş olacağız. O yüzden gerçek spam'cileri önüyor olmamız çok çok önemli ama bunu önlerken yararlı gönderileri önlemememiz gerekiyor. O yüzden bizim önerimiz, bir kere...

BAŞKAN – Yararlı gönderilerin kıstası nedir? Nasıl onu çözeceksiniz?

EUROMASSAGE DİJİTAL PAZARLAMA ŞİRKETİ TEMSİLCİSİ SELİN BİLLİ – Şimdi aslında gönderiler ikiye ayrılıyor. Bir kere tanımı ikiye ayırmamız gerekiyor. Bunlardan bir tanesi bilgilendirici mesajlar, ikincisi kampanya mesajları. Özellikle bankacılık sektörü ve telekomünikasyon sektörünün en büyük korkusunun bu tarafta olduğunu düşünüyorum. Çünkü SMS'lerin birçoğu bilgilendirici "Kredi kartı limitinizi aştınız." ya da "Bir işlem yapıldı, bu işlem size ait olmayabilir." gibi müşteriyi koruyucu anlamda atılan bilgilendirme mesajları var ya da "Limitinizi doldurmaya çok yaklaştınız, hâlâ alışveriş etmek istiyor musunuz?" a kadar varan tüketiciyi koruyucu bir sürü mailing ve SMS atılmakta. Bir kere bu gönderilerin kesinlikle kapsam dışına çıkıyor olması lazım, çünkü müşteriye bu tip gönderiler yapılamazsa müşteriler çok önemli bir bilgiye ulaşamıyor olacak.

İkinci bölüm; ticari pazarlamayla ilgili yapılan gönderiler. Zaten zorlu olan kısım burada. Çünkü bir marka, kendi müşterisine, zaten hâlihazırda müşterisi olan bir müşteriye "Benim (A) ürünümü almıştın, şu anda (B) ürünümü de alabilirsin ve hatta bunu yüzde 50 indirimli alabilirsin." demek hem şirkete yararlı ama aynı zamanda bu maili, SMS'si alan insana da yararlı. Çünkü o ürüne yüzde 50 indirimle ulaşabileceğini başka türlü öğrenmesi çok kolay değil; ancak o mail geldiğinde, ancak o SMS geldiğinde bu bilgiye kavuşabilecektir. Yoksa kendisi çok uzun araştırmalar yapmak zorunda. Artık bilgi o kadar dağıldı ve o kadar çok yerde var ki istediği markadan bilgi alabiliyor olmak bir müşteri için önemli. Ama bundan çıkabiliyor olması lazım ve gerçekten o firmayla daha evvel bir münasebetinin olmuş olması lazım. Yoktan, hiç bilmediğin bir yerden gelen mailing'lerden bahsetmiyorum. Ama bir şirketle bir münasebetim varsa eğer, bu demek ki ben o şirketin mal, ürün ya da hizmetleriyle ilgiliyim ve olabilecek potansiyel hizmetleri de alabilmek ve görebilmek istiyorum ama hangi şartla? İstediğim anda, "O ürünü sevmeyim, o şirketle görüşmek istemiyorum, bilgi almıyorum." dediğim anda bundan çıkabilme izninin verilmesi şartıyla.

Çok teşekkür ediyorum.

BAŞKAN – Biz teşekkür ederiz.

ÜMİT ÖZGÜMÜŞ (Adana) – Peki, mevcut düzenlemede bunu engelleyen bir şey var mı?

EUROMASSAGE DİJİTAL PAZARLAMA ŞİRKETİ TEMSİLCİSİ SELİN BİLLİ – Mevcut düzenlemede izin bölümüyle ilgili bir problem var. İzin alınması...

ÜMİT ÖZGÜMÜŞ (Adana) – Opt-in, opt-out dışında herhangi başka bu ticareti engelleyen veya tüketiciye yararlı olacak veya daha önce alışveriş yaptığı firma, banka, sigortadan gelecek olan mailleri engelleyecek herhangi bir düzenleme gördünüz mü ya da bir cümle, bir şey?

EUROMASSAGE DİJİTAL PAZARLAMA ŞİRKETİ TEMSİLCİSİ SELİN BİLLİ – Hayır. Sadece opt-in tarafında bunun görebildim. Bir de SMS tarafının opt-out'unun düzenlenmesiyle ilgili bir şey eklenebilir. Diğer mecralar çok kolay, SMS tarafında belki biraz daha derine inmek gerekebilir.

ÜMİT ÖZGÜMÜŞ (Adana) – Teşekkür ederim.

BAŞKAN – Arka taraftan söz almak isteyenler olmuştur galiba.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Sayın Başkan, ben bir katkı yapayım.

BAŞKAN – Tabii, buyurun.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Selin Hanım, kanun tasarısına tamamen baktığınız zaman, zaten bu kanun tasarısında istenen şeylerden bir tanesi bunların bir sistem dâhilinde düzenli olarak karşılıklı iletişim kurulmasıdır, yani amaç budur. Yoksa bir firmaya gittiniz, kanun tasarısında belirlendiği şekilde bir form doldurdunuz, orada “Bana şirketinizle ve firmanızla ilgili SMS veya e-postaları gönderebilirsiniz.” diye bir talepte bulundunuz, onay verdiniz. Ondan sonra zaten bu size geliyor. Tekrar bir daha onay almanıza gerek yok, zaten amaç bu.

Ama öteki taraftan daha önce de tartışıldı, sıkıntılardan bir tanesi şu: Toplu SMS’lerde maalesef bilgilerin nereden alındığı belli olmayan, hangi yollarla alındığı belli olmayan ve istem dışı SMS’lerin engellenmesi noktasında bunların da düzene bağlanması noktasında kanun tasarısında birtakım ifadeler var. Bunların da ben, şahsen, doğru olduğunu düşünüyorum, çünkü benim irademin dışında elde edilmiş birtakım bilgiler var yani.

EUROMASSAGE DİJİTAL PAZARLAMA ŞİRKETİ TEMSİLCİSİ SELİN BİLLİ – Çok kısa bir ekleme yapabilir miyim?

BAŞKAN – Buyurun.

EUROMASSAGE DİJİTAL PAZARLAMA ŞİRKETİ TEMSİLCİSİ SELİN BİLLİ – Çok teşekkür ediyorum.

Çok haklısınız, bizim korkumuz zaten ileriye dönük değil, daha çok geriye dönük olan ilişkiyle alakalı. Daha evvel bu konuyla ilgili bir yasa, bir uygulama olmadığı için hiçbir kurum eskiye dönük izinlerini saklamasıyla ilgili bir bilgiye sahip değildi. O yüzden herkes bu izin almaları kendine göre yöntemlerle yaptı ve birçoğu da bu izinleri saklamadı. Bu izinler geriye dönüp tekrardan almak zorunda kalırsa eğer, ben size en azından bir e-mail gönderisinin istatistiğini verebilirim, bir e-mail gönderisi yapıldığı zaman bir kere zaten yüzde 90 subject-line’a bakılarak, yani kimden gelmiş ve konu ne diye bakılıyor önce. Ve yüzde 90 “Ben bugün bu ürünle ilgilenmiyorum.” deyip zaten açmıyor, çünkü onu ilgilendiren bir subject’in olması lazım. Çünkü mesajlar geldiği zaman biz bakıyoruz “Şu şirketten bu gelmiş, bu şirketten bu gelmiş, şu ikisine ihtiyacım yok, a buzdolabıyla ilgili bir şey var, bu beni ilgilendiriyor.” diye bunu açıyorum. Şimdi bu sayı zaten maksimumda da yüzde 10’larda. Açtıktan sonra herhangi bir şeyi tıklama ihtimali ise yüzde 2-3’lerde. Şimdi izin maili de, izin SMS’leri de, hatta SMS belki biraz daha iyi olacak, çünkü SMS çok elinize geliyor, orada bir şekilde aksiyon vermeye daha hazırlıklısiniz, ama bir mailde zaten o maili açma ihtimaliniz yüzde 10. Bir kere subject’i anlamayacaksınız, “Niçin izin alıyor, niye izin vereyim, zaten bu bankanın ya da bu kurumun müşterisiyim.” Tahminen o maili açmayacak. Maili açmadığı için izin alınmak istendiğini görmeyecek, açsa bile büyük bir ihtimalle çok okumayacak ve ne olduğunu anlamayacak, orada o click’e basması gerektiğini de anlayamayacak. Bu çok oluyor, satışlarda da oluyor. “Ben satın almak istiyordum ürünü, alamadım.” diye bize şeyler geliyor. Ee, çünkü click yapmalıydınız, butona basmalıydınız, çünkü daha çok yeni gelişen kavramlar bunlar. Böyle olunca da...

BAŞKAN – Anlaşıldı efendim konu.

EUROMASSAGE DİJİTAL PAZARLAMA ŞİRKETİ TEMSİLCİSİ SELİN BİLLİ – Yani izin geriye dönük eğer almaya çalışırsak ticareti hem müşteri açısından hem hizmeti veren açısından zorlayacağız.

BAŞKAN – Peki, teşekkür ederim.

Buyurun.

REKABET KURUMU TEMSİLCİSİ İBRAHİM AYDEMİR – Teşekkür ederim Sayın Başkan.

Ben sigorta sektörünü temsilen katılan beyefendinin söyledikleriyle ilgili bir hususu ifade etmek isterim. Elektronik ticaretin vatandaş açısından en önemli yararı, araçları ortadan kaldırarak maliyetleri ve dolayısıyla fiyatları düşürerek rekabeti artırmasıdır. Dolayısıyla, siz “Sigorta sektöründe ana firmalar elektronik ticaret yapmasın.” dediğiniz zaman, bir yerde elektronik ticaretin ruhuna aykırı bir öneri getirmiş oluyorsunuz. E-ticaretin bütün dünyada hızla yaygınlaşma nedeni de budur zaten, maliyetlerin, fiyatların düşmesi. İnsanlar bunun için bu kadar buna önem vermiş, bu kadar hızla yayılmış geometrik bir şekilde. Bu nedenle, böyle bir öneri rekabeti ciddi anlamda kısıtlar. Sadece sigorta sektöründe değil, bütün sektörlerde ana firmaların, üreticilerin vatandaşlara aracısız olarak ulaşma imkânı olan bütün firmaların e-ticaretinin engellenmeye çalışılması değil, aksine teşvik edilmesi gerektiğini düşünüyoruz. İfade ettiğim gibi, aksi e-ticaretin ruhuna aykırı olur, rekabeti de önemli ölçüde kısıtlar.

Benim ifade etmek istediğim husus budur, teşekkür ederim.

BAŞKAN – Ben teşekkür ederim.

Buyurun.

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Sayın Başkan, sayın komisyon üyeleri, değerli konuklar; Çağrı Merkezleri Derneği olarak Türkiye'deki çağrı merkezi sektörünün yüzde 70'ini temsil ediyoruz. Toplamda yaklaşık 35-40 bin civarında personel istihdam ediyor üyelerimiz.

Her ne kadar Hocam çok net bir şekilde bu yasanın neyi engellemek istediğini net olarak anlatsa da ve spesifik olarak bir teknoloji adreslemek istenmediği belirtilmiş olsa da ben iki konuda hassasiyeti dile getirmek istiyorum.

Bunlardan bir tanesi: SMS ve İnternet'in aynı olarak algılanmaması, yani İnternet üzerinden gönderilen e-maillerin. Burada belli farklar var. Farkların en başında şu geliyor: Bir tanesi ücretli, herkese ücretli, yurt dışından gelse de ücretli, yurt dışına gitse de ücretli.

İkincisi: Burada, SMS tarafında operatörlerin denetimi ve yönlendirebilmesi, yönetimi söz konusu. Bu konuda zaten BTK'nın 2008 yılında çıkardığı bir tebliğ taslağı var buradaki iletişimin düzenlenmesi ve istenmeyen SMS'lerin engellenmesiyle ilgili. Burada bizim düşüncemiz, o tebliğ çerçevesindeki regülasyonun SMS için uygulanması olacaktır.

İkinci olarak; izin konusu çok net değil. Burada yasa bir şekilde tüketici ile hiçbir etkileşimi olmayan firma ile bir şekilde ticaret içerisinde bulunan veya bir etkileşimi olan, ticari etkileşimi olan firmayı aynı kefeye koyuyor. Yani, size hiç tanımadığınız, hiçbir zaman bir etkileşiminiz olmayan bir yerden gelen, hayatınızda da hiç ihtiyaç duymadığınız bir ürünle ilgili bir tanıtım mesajı ile ayda bir ürün aldığınız firmadan gelen kampanya mesajını aynı kefeye koymamamız gerektiğini düşünüyoruz.

Burada Sayın Vekilim bir konuyu belirtti, bunun nasıl edildiği değil izinli olup olmadığının önemi olması gerektiği. Bizim yorumumuz biraz farklı. Şöyle: Yani nasıl onay alındığı veya ne zaman onay alındığı konusundaki tespit nasıl yapılacaksa bu verinin nasıl alındığı yönündeki tespit de öyle yapılabilirse buradaki sorunun biz aşılabileceğini düşünüyoruz. Yani söylemek istediğim şu: Eğer kullanıcı açıkça belirterek cep telefonu numarasını veya e-mail adresini müşteri profili içerisinde sunduysa, bu firmanın buraya iletişimde bizce bir problem olmamalı. Ancak, tabii ki müşteriye ücretsiz ve kolay yoldan bundan çıkabilme hakkı verilmesi gerekliliği. Ben de hani Doğrudan Pazarlama İletişim Derneğinin görüşünü benimsiyorum orada. Aksi hâlde, ticaretin aksaması söz konusu.

Son olarak operatörler tarafında hani bir sorumluluk yükleniyor, taşıyıcıya bir sorumluluk yükleniyor. Burada ticari iletinin reddiyle ilgili bir sorumluluk üstlenmesi anlamlı ama gönderen kişinin bu konuda izin alıp almadığının kontrolü mümkün olmadığı için taşıyıcı tarafından, o konuda bir sorumluluk üstlenmesini biz pratiğe uygun bulmuyoruz.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Hizmet sağlayıcılar mı sorumluluk yüklenmesin?

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Evet.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Nasıl denetleyeceğiz işte onu o zaman?

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Ben tam net sorunuzun anlayamadım.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Yani biraz önce söylediniz ya operatörler ve hizmet sağlayıcılar mı sorumluluk yüklenmesin bu istenmeyen iletilerde? Kimde olacak sorumluluk yani?

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Şöyle: Bu konudaki sorumluluk ilgili firmada olmalı, yani bu ticari iletiyi gönderen firmada olmalı. Çünkü operatörün veya e-mail veya SMS gönderen firmanın dönüp bunun izninin alınıp alınmadığını her müşteri için, her alıcı için kontrol etmesi hem pratikte mümkün değil hem de uygulanabilir de değil.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Yani, siz temsil ettiğiniz -yanlış anlıyorsam lütfen düzeltin- grubun veya meslek üyelerinin, sizin derneğin mensuplarının mı sorumlu olmasını düşünüyorsunuz?

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Evet, olması gerektiğini düşünüyoruz. Çünkü burada eğer genel kapsamda bir uygulama çıkarsa operatör bunu kökten engelleyecek veya SMS gönderen firma bunu hiçbir şekilde yapamayacak, çünkü benim izinli olup olmadığımı denetleyemiyorsa yanımda oturan firmanınkini de denetleyemeyecek. Bu sefer hiç kimsenin göndermemesi anlamına gelecek bu.

ÜMİT ÖZGÜMÜŞ (Adana) – Şimdi, biraz önce Selin Hanım'a sorduğum soruyu size sormak istiyorum.

Ondan önce, bu toplantıya yeni katılanlar için geçen toplantıda söylediğim bir şeyi söyleyeyim: Biraz çok soru soruyorsak eğer konuyu değişik bakış açılarından daha iyi kavrayabilmek açısından. Yoksa bu Komisyon sanayi, ticaret ve enerji komisyonu; yani bir tüketici komisyonu değil, sadece istenmeyen maillerden ya da SMS'lerden tüketiciyi koruma komisyonu değil; aynı zamanda

elektronik ticaretin de önünü açmak üzere çalışmalar yapacak bir komisyon. Ama çok değişik sektörlerden değişik görüşler geldikçe bizim de ufkumuz biraz açılıyor. Onun için daha çok böyle ayrıntılı sorular soruyorum.

Biraz önce Selin Hanım'a sorduğum sorunun benzerini ya da aynısını size soracağım. "Herhangi bir şekilde elde edilmiş bir adrese mail gönderen bir firma ile tüketicinin herhangi bir firmadan bir kez alışveriş yaptıktan sonra o firmadan mail almasını aynı kefiye koymayın ya da aynı kapsamda değerlendirmeyin." diyorsunuz. Ne sakıncası var? Yani diyelim ki ben (A) firmasından bir alışveriş yaptım ve üründen memnun kalmadım; fiyat politikasından, müşteri politikasından memnun kalmadım ve ondan bir daha da mail almak istemiyorum. İlk kez bana hiç tanımadığım bir firmadan gelen maille daha önce bir kez alışveriş yapıp oraya mail adresimi yazdığım bir firmanın aynı kapsamda değerlendirilmesinin ne sakıncası var? Mevcut, şimdiye kadarki tasarıda beni bundan koruyacak herhangi bir engelleme, yanlış bulduğunuz bir cümle, bir şey var mı?

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Efendim, izin konusuyla ilgili bir fark var, ama sakıncadan önce şöyle bir fark var: Bir tanesine siz gönüllü olarak e-mail adresinizi veya telefonunuzu veriyorsunuz...

ÜMIT ÖZGÜMÜŞ (Adana) – Ama Katolik nikahı yapmıyorsunuz, yani o anda vitrinde gördüğünüz bir ürünü, bir elektronik parçayı ilk defa görüyorsunuz, "Aa, iyi" diyorsunuz ve veriyorsunuz, sonra gelen üründe bir defa, iki defa beğenmiyorsunuz ve çıkmak istiyorsunuz. Onunla ilk defa size hiç bilmediğiniz bir firmadan gelen mail arasında nasıl bir fark görüyorsunuz ki ikisini farklı kapsamda, farklı şekilde değerlendirelim diyorsunuz?

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Şöyle izah edeyim: Bir tanesinde müşteri firmaya bilerek adresini veriyor, tabii ki bundan çıkabilme hakkı her zaman saklı olmalı, bu ücretsiz ve kolay olmalı, yani tekrar bir aşama istememeli, bir kerede çıkabilmeli. Ama bunlar bir yana bir tanesinde müşteri bilerek adresini veriyor, diğerinde bir şekilde bir yerden bir liste bulunuyor, telefon numarası veya e-mail listesi ve buraya gönderim yapılıyor. Bence bunlar çok ciddi anlamda farklı. Bir tanesinde sizin nereye girip nereden çıktığınızı biliyor olmanız mümkünken, öbüründe çıkabileceğiniz bir şey yok, çünkü nereye datanın gideceğini bilmiyorsunuz.

ÜMIT ÖZGÜMÜŞ (Adana) – Bilmeyin ne olur? Mesela yeni bir ürün ürettiniz, diyelim ki yeni bir elektronik parça, hayatı kolaylaştırıcı yeni bir ürün. Diyelim ki Tokat'taki bir tüketicinin gelip Ankara'ya ya da o firmayı tespit etmesini nasıl sağlayacaksınız? Bir pazarlama yöntemidir, sonuç olarak bunun e-mail adresini, SMS adresini bulursunuz ve "Ben böyle yeni bir ürün ürettim ve o sizin hayatınızı kolaylaştıracak." diye gönderirsiniz.

Orada ne sakınca var ya da ikisinin arasında nasıl bir fark var? Ben hâlâ ne demek istediğinizi tam olarak anlayamadım.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Sayın Vekilim, burada açıklanması gereken şey, arkadaşımız da onu kastetmiş olabilir, ben de notlarımı aldım ama zaten bir firmayla sürekli bir iletişim varsa kanun tasarısının da bahsettiği gibi onaylı olmak şartıyla zaten bu iletiler gidip geliyor, burada bir sıkıntı yok. Yine bir defa, ilk defa mail atacak, bunun da onaylı olmak şartıyla burada da bir sıkıntı yok. Arasında da bu noktada fark olması da zaten söz konusu değil. Önemli olan burada bunun bir düzene sokulması.

Şimdi, ben bir hususu daha burada dile getirmek istiyorum, daha önce de konuşuldu. Yani, e-ticaretin dünyada da Türkiye'de de hacmi artıyor. E-ticaretin pastasını büyütmek istiyoruz değil mi, yani temel felsefe bu. Bunu yaparken de bunun bir sistematığının olması lazım. E-ticaretin önündeki en önemli engelin de güvenlik sorunu olduğunu biliyoruz. Yani, insanlar İnternet ortamında alışveriş şu anda tam güvenmiyorlar. Birtakım bilgilerinin kaybolacağından, suiistimallerden veya ürünle ilgili birtakım sıkıntılardan olabilir. Amaç, işte bunları düzenleyerek daha güvenli bir ortamda e-ticareti sağlayarak pastayı büyütme. Yani bugün herhâlde 30 milyar dolara yaklaşıyor elektronik ticaret; ee bu 50 milyar, 60 milyar, 100 milyar dolara çıksın. Ama güvenirse insanlar buradan daha fazla alışveriş yaparlar. Bizim biraz da buna kafa yormamız lazım, yani olmazları değil de olurları konuşursak -hep konuşuyoruz zaten de- daha güzel olacak.

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Ben bir şey eklemek istiyorum mümkünse.

BAŞKAN – Buyurun.

ELEKTRONİK TİCARET İŞLETMECİLERİ DERNEĞİ BAŞKAN YARDIMCISI OKTAY YILMAZ – Şimdi, orada bakıldığı zaman... En son aylık 25-30 bin siparişin alındığı elektronik ticaretleri yönettim. Belki sadece bir elektronik ticaret sitesi olarak 300-400 binin üzerinde üyesi olan yapılarla uğraştım.

Şimdi, şöyle bir şey var, esasında şunu düşünmek lazım: Kullanıcı neden rahatsız oluyor? Kullanıcı esasında şundan rahatsız oluyor: Daha önce hiç alışveriş... Örnek veriyorum, ben alışveriş yaptım ve artık memnun değilim. Memnun değilsem, bu durumda

attığım mailde alt tarafta olan “Gelen e-postalardan artık almak istemiyorum.” yapısı zaten basıldığı zaman bir daha gelmiyorsa müşteri için zaten çok büyük bir şeydir, o an kesebiliyorsa onu ya da gidip profilinden bunları düzelttebiliyorsa müşteri için çok yeterli bir durum bu. Ama hâlihazırda devamlı geliyorsa esas o zaman çok büyük problem yaşanabiliyor. Çünkü birçok müşteri de var, şu da oluyor: İster istemez bu elektronik ticaretle alakalı müşterinin bir sefer alışveriş yapıyor olması elbette ki hiçbir e-ticaret müessesesi için... Çünkü bir seferinden kimse bir para kazanamaz, devamlı müşteriye oluşturmak çok önemli. O yüzden de çok iyi bir hizmet alması gerekiyor. Ama baktığınız zaman Türkiye'nin tüm noktalarına... Şöyle söyleyeyim, biz şöyle adreslere gönderimler yapıyorduk: “İskenderun çıkışı 20'nci kilometre bir benzin istasyonunun arkası” diye adres yazıldığını gördüm. Çünkü İnternet’le işi olan her yerden servis satın alması gerçekleşiyor ve oraya elbette ki bir şekilde ulaşmaya çalışıyorsunuz. Problem yaşıyor mu? Yaşamıyor diyen birisi olamaz, çünkü bunlar yaşanabilir problemlerdir.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Sayın Başkanım, ben tekrar burada güvenlikle ilgili hem hard hem de soft yazılım ve donanımsal güvenlik tedbirlerinin artırılması, yani hem hizmet sağlayıcıların, araçların bununla ilgili tedbirlere başvurmalarını bir de şifreleme tekniklerinin geliştirilmesi -ki bankalarda bu çok ileri noktalara gitti, orada güvenlik şeyleri de hemen hemen aşıldı, sıkıntı yok- üzerinde durulması gerektiğini şahsen düşünüyorum.

BAŞKAN – Buyurun.

DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ HUKUK MÜŞAVİRİ EMRE BERK – Geçen hafta bir önceki toplantıda da görüşlerimizi sözlü ve yazılı olarak ilettiğimiz. Ancak, sevinerek görüyorum ki birkaç maddelik endişemizi diğer sektör temsilcileri de bizimle paylaşıyor.

Ben hemen Sayın Vekilimin sorusuna cevap vermek istiyorum, pratikle veriyorum. “Ne fark var iki firma arasında?” dedik. Yani daha önce beni hiç tanımayan, görmeyen, hiç iletişime geçmediğim bir firmanın gönderim yapması ile mağazasında ziyaret ettiğim, ürünü hakkında bilgi aldığım, küçük bir form doldurduğum firma arasında şöyle bir fark var: Türkiye’de e-ticaret uygulamaları ve bu tarz veri toplama uygulamaları 2000 yılından itibaren başladı ve bu konularda hukuki platformda 2005 veya 2008’den sonra konuşulmaya başlandı. Dolayısıyla, toplanan sektördeki verinin, datanın yaklaşık yüzde 90’ı bu şekilde toplanmış data. Dolayısıyla, daha önceden herhangi bir şekilde meşru olarak ticari etkileşimde veya iletişimde bulunulmadan sadece açık ön izne, yani “Tarafıma yukarıda sağladığım bilgiler ışığında iletişime geçilmesine onay veriyorum”u basılı ortamda tıklayarak ya da İnternet ortamında onay vererek gönderime tabi tutarsak piyasada toplanmış olan datanın yüzde 90’ı çöp sayılacaktır. Dolayısıyla, bu hep komisyonun savunduğu fikir olan ve bizlerin de desteklediği fikir olan tabii ki temel amaç tüketicinin korunmasıdır, fakat sektörü de tabiri caizse baltalamamak lazımdır. Bu da, yine affınıza sığınarak tabiri caizse, sektörü baltalamaya giden sonuçlara sebebiyet verebilir. Sorunun cevabı aslında, teoride haklısınız, çok haklısınız ama pratikte böyle bir problem var.

Avrupa Birliğini örnek alıyoruz. Ama Avrupa Birliği, 1980 yılından beri daha 108 sayılı direktiften itibaren otuz iki yıldır bu düzenlemeleri yapıyor ve direkt olarak opt-in’e geçmedi, yumuşak bir geçiş olarak kullandı. Dolayısıyla, diğer sektör temsilcilerinin de savunduğu 2002/58/AT direktifindeki 13’üncü maddedeki ikinci fıkranın, yani bizim parantez içinde istisna olarak yorumladığımız, yani “Önceden onay alınmaksızın bazı şartlar dâhilinde de gönderim yapılabilmesi” maddesinin -ki, yazılı olarak da ilettiğimiz komisyona- tekrar değerlendirmeye alınmasını rica ediyoruz. Çünkü, bu geçici madde 1 bu sorunu çözmiyor, o da çünkü onaya tabi tutuyor. Biz ise burada, demin dediğim gibi, bir malın ya da hizmetin satışı ya da satışa yönelik faaliyeti esnasında meşru yollardan toplanmış verilere dayanarak iletişim yapılabilceğini düşünüyoruz.

Son olarak, kısa ama çok önemli bir noktaya değinmek istiyorum. O da “hizmet sağlayıcı” tabiri. Bu da nerede önem kazanıyor? Cezai müeyyidelerde önem kazanıyor. Buna da bir önceki toplantıda TOBB da değinmişti, biz de değinmekte fayda görüyoruz. Çünkü cezai müeyyidelerde sadece “hizmet sağlayıcı” tabiri üzerine gidilmiş. Hizmet sağlayıcının tarifine baktığımızda da bilgi teknolojileri hizmeti veren kurumlar olarak görüyoruz. Tekrardan bir göz geçiriyorum, evet tarife baktığım zaman böyle bir tarif görüyorum, bilgi toplumu hizmetleri veren kurumlar olarak görüyoruz. Ancak burada, bir datanın hak sahipliği de söz konusu, yani söz konusu verinin hak sahibi olan kurum da söz konusu. Yani bu hizmet sağlayıcı, datanın, toplanmış olan kişisel verilerin sahibi olmayabilir ama gönderiminden sorumlu şirket olabilir. Bu da pratikte ajanslar, yani reklam ve pazarlama ajanslarıdır. Bu cezai müeyyidelerden sadece hizmet sağlayıcıları sorumlu tutmak demek, yine sektörde ciddi markalara göre nispeten daha küçük olan şirketlerin çokmesi demek olacaktır. Çünkü sadece onlar sorumlu tutulacaktır. Dolayısıyla, belki burada bir “data hak sahipliği” kavramının da tarifi yapılması gerekebilir. Yani, datayı toplayan ya da özel yetki çerçevesinde toplanmasını sağlayan ve üzerinde kontrol yetkisi olan kurumlar, gerçek ve tüzel kişiler data hak sahibi olarak tanımlanabilir. Çünkü bir kurum her zaman data hak sahibi ve hizmet

sağlayıcı olmayabilir; ayrı ayrı kurumlardan bahsediyor olabiliriz ki uygulamada çoğu kez bunu görüyoruz. Dolayısıyla, cezai müeyyidelerde “hak sahibi” tanımının da dâhil edilmesi sektör için verimli olacaktır.

Teşekkürler.

BAŞKAN – Teşekkür ederim.

Söz isteyen?

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Sayın Başkanım, ben bir şey ifade etmek istiyorum.

Ben sizin sözlerinizden yanlış anlamadıysam, şimdi “Bu düzenleme ile sektöre zarar veririz.” diyorsunuz, yani biz bu elektronik ticaret yasa tasarısını çıkarmakla sektöre, elektronik ticarete zarar mı vereceğiz? O anlamı mı çıkarmalıyım?

DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ HUKUK MÜŞAVİRİ EMRE BERK – Hayır efendim, estağfurullah öyle bir şey demedim. Sadece şunu belirtmek istiyorum: Tabii ki sektöre çok yararlı bir faaliyette bulunuyorsunuz ve biz de elimizden geldiği kadar naçizane katkıda bulunmaya çalışıyoruz. Sadece 6’ncı madde, bu şekilde sadece önceden onaya tabi tutularak ticari iletme imkân verir ise sektörün elindeki datanın yüzde 90’ı çöp olabilir demeye çalışıyorum sadece.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Şimdi, burada... Sayın Başkanım izin verirseniz...

BAŞKAN – Tabii, buyurun.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Mutlaka sivil toplum örgütleri temsil ettikleri grubu savunacak, hak ve menfaatlerini kollayacak; bu doğal. Ama şimdi, sizin bütün taleplerinizi yerine getirirken piyasaya yeni oyuncuların girmesini de bir anlamda engellemiş olacağız veya kısıtlamış olacağız. Bu, benim şahsi görüşüm. Siz, bundan hak iddia ediyorsunuz ama mesela cezalandırma hadisesi geldiği zaman, o zaman onu da sizden reklamcılara kaydırıyorsunuz. Yani tartışsın diye söylüyorum, taraf olduğum için değil.

DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ HUKUK MÜŞAVİRİ EMRE BERK – Tabii efendim, saygı duyuyorum, teşekkür ederim.

Ben, direkt olarak zaten markalara kaydırılmasından bahsetmiyorum ama bir marka hem datanın hak sahibi hem de göndereni olabilir, arada bir bilgi toplumu hizmet sağlayıcı sunmadan kendi yapabilir ya da tam tersi arada bir hizmet sağlayıcı olabilir ama hizmet sağlayıcının hiçbir şeyden haberi olmayabilir. O da datanın izinsiz olarak toplanmasından marka, yani datanın hak sahibi haberdar olup aradaki hizmet sağlayıcı haberdar olmayabilir. Bu tarz uygulamaları pratikte çok görüyoruz, o yüzden naçizane ben onu anlatmaya çalıştım.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Onu kategorize etmek lazım.

DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ HUKUK MÜŞAVİRİ EMRE BERK – Tabii ki, tabii ki. Ben demiyorum ki aradaki hizmet sağlayıcıyı tamamen dışarı çıkaralım. Zaten yazılı görüşümüzde de “İkisini de tatalım.” diyoruz. Ama data hak sahipliğini de tanımlayıp markaların da, aynı reklam kurulunun markalara ceza kesme yetkisi olduğu gibi ajanslara da vardır, ama genelde markalara kesilir, çünkü gerçek anlamda sorumlu markalardır diye algılanır. Aralarındaki rücu ilişkisi onları ilgilendirir, tabii ki bizi ilgilendirmez.

İlk kısımda da kesinlikle yanlış anlamayın lütfen beni, tüm saygımla söylüyorum, sadece pratikteki durumu anlatmaya çalıştım ben. Çünkü ben aslında sektörü temsil ediyorum, hiçbir markayı ya da bir özel bir kurumu değil. Yalnız sektördeki durumun çok içinde olduğum için, sayısız ajansla iş birliği içerisindeyim, sektörün de elli beşten fazla üyesi var, dolayısıyla herkesin derdi şu: Bizim elimizdeki data onaya tabi ama açık, o kutucuğun çarpya alınması ya da click’lenmesi şeklinde değil birçoğu. Bir form doldurmuşuz, isim soyad, karşılığında e-mail...

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Ben de tartışsın diye provoke ediyorum tamam mı, ben sizin şu konuşmanızdan bile sizin geçmişte nasıl data topladığınızı, orada click’lerde ne gibi problemler olabileceğini öğrenmiş oldum, ben bunu bire bir bilmiyorum.

Teşekkür ediyorum.

DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ HUKUK MÜŞAVİRİ EMRE BERK – Ben teşekkür ederim.

BAŞKAN – Teşekkür ederiz.

Buyurun.

BANKALARARASI KART MERKEZİ DANIŞMANI UĞUR ÇELEBİOĞLU - Bu toplantıya, daha önceki toplantıya bir iletişim hatası nedeniyle zannediyorum katılmadık maalesef fakat bu toplantıda bir iki konuda görüşlerimizi belirtmek istiyoruz BKM olarak. Öncelikle e-ticaret konusu bizim açımızdan da çok önemli bir konu. “2023’te nakitsiz Türkiye” diye bir hedefimiz var ve nakdin mümkün olduğu derecede ortadan kaldırılarak tüm ticaretin olabildiğince kayıt altına da alınabilmesi için, kayıtlı ekonomiye de geçişi de

desteklemek amacıyla kartlı ödemelere aktarılması için çabalarımızı sürdürüyoruz. Bu nedenle de e-ticaret konusu bizim için gerçekten çok önemli ve bunun geliştirilmesi, piyasanın daha da büyütülmesi çok önem arz ediyor ve tabii ki bunu yaparken, biraz önce sayın vekilim de değindiler, işin güvenlik tarafı da çok önemli ancak güvenlik dediğimizde bu işi belki birtakım safhalara ayırmamız gerekir. Bir kere e-ticarete yer alan firmanın güvenilirliği konusu da güvenlik başlığı altında değerlendirilebilir. Yani ben bir tüketici olarak İnternet sitesine girdiğimde karşıma çıkan firmanın ne derece güvenilir bir firma olduğunu eğer bilebilirsem, bu bir şekilde bana sağlanabilirse daha rahat alışveriş yapabilirim.

Bir başka güvenlik konusu, satın almayı düşündüğünüz mal ya da hizmetin güvenilirliği konusu. Alacağım şeyin kalitesinden emin miyim, nasıl emin olabilirim?

Bir başka konu ise bu malın bana teslim edileceğine olan inancım, güvencim, yani işin teslimat tarafı. Bunun nasıl yapılacağını, benim adresime nasıl getirileceği veya güvenli getirilip getirilmeyeceğinden de emin olabilmeliyim.

Tabii ki bir başka konu da eğer kartla ödeme yapıyorsam ödeme yapacağım karta ait bilgilerin güvenliği konusu.

Dolayısıyla, güvenlik dediğimiz zaman belki bunları ayrı ayrı dikkate almakta fayda olabilir. Genellikle İnternet'te yapılan e-ticaretin güvenliği dediğimiz zaman sadece kartın güvenliği akıllara geliyor. Onun için, bir altını çizmek ihtiyacı hissettim.

Peki, bu güvenlikleri nasıl sağlayabiliriz? Elbette ki İnternet'teki müşterinin bilgilendirilmesi suretiyle. Ha, bu bilgilerin doğruluğunda her zamane endişe olabilir ama bunu da engellemenin muhtelif yolları var, daha fazla uzatmamak için o konuya girmiyorum.

Şimdi, bir de tasarının başlığıyla, adıyla, içeriği hakkında bizim biraz soru işaretlerimiz oluştu. Şu manada: Bir e-ticaretin düzenlenmesi yasası deniyorsa, bir ticaretin oluşabilmesinden bahsettiğimiz zaman bunun muhtelif aşamaları var. Nedir? Malın tanıtımı, yani pazarlama aşaması. Pazarlama aşamasından sonra bu, müşteriyle satıcı arasındaki sözleşmenin imzalanması aşaması. Sözleşmenin imzalanmasından sonra ödeme yapılması aşaması. Daha sonra da malın teslimatı aşaması.

Şimdi, bu ticaret kavramı altında bu aşamaları eğer doğru kabul edeceksek e-ticaretin düzenlenmesi dediğimiz zaman da bu aşamalara ilişkin birtakım belki maddeler olması düşünülebilirdi ancak bunu söylerken bir yandan da şunu söyleme ihtiyacını hissediyorum: Bu tasarıda her konunun belirtilmemesi, mevcut yasalardaki düzenlemelerin de geçerli olacağından bahisle onların buralara dâhil edilmemesi gibi bir ana kabulden sonra belki bu söylediklerimi daha farklı değerlendirmek de mümkün olabilir. Örneğin e-ticarete kart bilgilerinin güvenliği konusu 5464 sayılı Kanun çerçevesinde BDDK tarafından çıkarılan yönetmelikte gayet açık, net, oldukça detaylı düzenlenmektedir. Dolayısıyla orada zaten bir şey var.

Sözleşmeyle ilgili birtakım hususlarda, bilebildiğim ve hatırlayabildiğim kadarıyla, mesafeli sözleşmeler kapsamı altında 4077 sayılı Yasa'da düzenleniyor. Ha, buralarda eksiklikler veya geliştirmeler var mıdır veya bu yasa içerisinde oralara bir atıfta bulunmak gerekir midir, bu tartışmayı belki hukukçu kişilerin, ben hukukçu olmadığım için oralara girmek istemiyorum, belki hukukçularınızın yapması veya hocamın belki bu konuda görüşü daha önemli olacaktır.

Ben sözlerime burada son verirken eğer sayın Başkanım, arzu ederseniz BKM olarak istatistikleri tutan da bir birim olduğumuz için Türkiye'deki e-ticarete ilişkin birkaç rakamı da arkadaşım Okyar Bey size aktarabilir, eğer uygun görürseniz efendim.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN - Biz teşekkür ederiz.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Sayın Başkanım, eğer siz de müsaade ederseniz şu bir iki rakamı alalım, nedir, gerçekten yani...

BAŞKAN - Alalım, tabii, istatistik önemli, onun için açtım ben.

Buyurun.

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Uğur Bey'in bahsettiği nakitsiz ödemeler kısmıyla ilgili istatistik vereyim. Şu an Türkiye'de yapılan harcamaların yüzde 30'u kartlı ödeme sistemlerinden geçmekte. Nakitsiz Türkiye hedefi, 2023'de de bu oranın yüzde 100 olmasını hedefliyoruz.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Burada harcamalardan kastınız ne, bir de onu bilelim. Bankadan yapılan harcamalar mı?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Nakit, yani tüketicilerin şu an yaptığı harcamalar.

BAŞKAN - Toplam harcamanın yüzde 30'u.

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Yüzde 30'u. Yani kredi kartıyla aslında yapılabilecekken nakitle yapılacaklar.

Bildiğiniz gibi, biz bankalardan alıyoruz verilerimizi ve bankalardan gelen bilgiler bizde toplanıyor ve biz bunu her ay bir önceki ayın rakamlarını kamuya açıklıyoruz. Yani şu an vereceğim rakamlara aslında bkm.com'dan erişilebiliyor.

BAŞKAN - Varılan rakam var mı? Toplam hacim ne kadar?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Hemen söylüyorum Başkanım, şöyle: 2011 yılında 265 milyar TL kartlı sistemde alışveriş yapılmış, 265 milyar TL, bunun yüzde 8'i e-ticaret. Bu, Türkiye'deki iş yerlerinde yapılan harcamalardır. Bunları sizinle detaylı paylaşabiliriz ama kabaca 23 milyar TL alışveriş yapılmış. Son iki yıldır da bu rakam yüzde 50 büyüyor, TL olarak. Adet olarak ise 2,5 milyar TL adet alışveriş yapılıyor Türkiye'de kartlarla. Bunun yüzde 5'i, yani 126 milyon adet e-ticaretten geçiyor.

MUSTAFA ÖZTÜRK (Bursa) – Bir daha tekrarlar mısınız?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Tabii.

2,5 milyar adet kartlı işlem var, bunun yüzde 5'i olan 126 milyon adet de e-ticaretten geçiyor. Yani ciroda yüzde 8, adette yüzde 5 gibi bir payı var e-ticaretin.

Alışverişler yüzde 50 artıyor, son iki yıldır.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Orayı bir netleştirelim. 250 milyar adet kartlı alışveriş mi var?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – 2,5 milyar.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – 2,5 milyar kartlı alışveriş var. E-ticaretle olan?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – 126 milyon adet. Yani yüzde 5'i ve bu adetler de son iki yıldır yüzde 38 artıyor. Bu yıl da aynı şekilde, yani bundan geri kalmayacak şekilde 2012'nin daha da fazla artmasını bekliyoruz.

Sanal iş yeri dediğimiz adet var. Yani Türkiye'de bir iş yeri açıldığı zaman şu anki adet 38 bin 792. Yani bu kadar şirket e-ticarette hizmet veriyor, işgal ediyor. Bunların birden fazla sanal POS'u olabilir farklı bankalarla çalıştığı için ama tekil olarak 38 bin 792 tane. Bu da son yılda da yüzde 56 artmış.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Son yılda?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Evet, 2010'la 2011 arasındaki artış yüzde 56.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Peki, toplam şirketlerin yüzde kaç bu? Varsa, yoksa şey yapmayın. Yoksa durma üstünde.

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Şöyle Başkanım, var ama şu an elimde yok.

BAŞKAN - O verileri yazılı olarak da alalım isterseniz sizden.

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Tabii memnuniyetle.

Bunları tabii, sektör olarak incelemek gerekirse bunları da paylaşıyoruz. Tabii kavramlar şöyle: Bunların tamamı e-ticaret diye bakılıyor ama çok da detaylı inceleme yapıldıkça daha verimli yatırım anlamında veya karar verme anlamında detay açığa çıkabilir. Hizmet sektörü var yüzde 15, hizmet sektörü dediğimiz rakamın içerisinde vergiler de var, yani son yıllarda artan e-devlet uygulamaları var. Bunlar arasında motorlu taşıtlar vergisi, SGK ödemeleri, belediyeler var. Bunların payı çok yüksek ve çok başanlı.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Toplamın yüzde kaç, bu bahsettiğimiz 23 milyarın?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Yüzde 15'i hizmet sektörü. Hava yolları var gene yüzde 15. O da çok popüler. Elektrik elektronik ve bilgisayar sektörü var yüzde 12. Bu şekilde sektör iniyor ama en yukarıdaki sektörler bunlar.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Bu toplam e-ticaret mi?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Toplam e-ticaret tabii, artık e-ticaretin sektörel kırılımı. İlk üç sektör hizmet sektörü, vergiler dâhil, hava yolları ve elektrik elektronik, daha sonra da diğer sektörler geliyor.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Peki, vergileri hangi kategoriye hizmete mi koyuyorsunuz?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Bu hizmet diye konuyor. Bu uluslararası bir tanım.

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Bu tamam, hizmetin altında bu. Hizmetin ne kadarı bu? Onu bilmiyorsunuz. O, önemli yalnız.

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHAOĞLU – Onu özel olarak şey yapabiliriz, o Gelir İdaresi Başkanlığı rakamı olduğu için biz direkt şey yapamayız ama..

EMİN HALUK AYHAN (Denizli) – Doğru, ona bir bakalım.

BAŞKAN - Peki, teşekkür ederim.

Buyurun.

TÜRKİYE BAROLAR BİRLİĞİ TEMSİLCİSİ AV. ÖZGÜR ERALP – Biz esas itibarıyla e-ticaret ile ilgili bu düzenlemenin, elektronik ticaret kanun tasarısıyla ilgili bir, mevcut hukuki uyumsuzluklar açısından, bir de olabilecek, doğabilecek hukuki uyumsuzluklar açısından irdelenmek istiyoruz. Bu anlamda genel olarak, bir elektronik ticaret kanunun ayrı bir şekilde düzenlenmesi, bu çatı altında olması bizim için uygun ancak Tekin Hoca'mız gerçi bunu söyledi, genel çatısının kanunun belli bazı maddeler üzerinde yoğunlaştığını ama detayların ve ayrıntıların yönetmeliklere düzenleneceği yönünde. Ancak çok bu konuyla ilişkili kanunların da en azından uygulama birliği açısından biz bu mevzuatına içerisine ama atıf yoluyla ama ayrı bir maddeyle düzenlenmesinin doğru olacağını düşünüyoruz. Örneğin elektronik ticaretin temeli, elektronik sözleşme. Elektronik sözleşmenin temeli, Türk hukukunda şu anda düzenlenen maddeler itibarıyla birisi 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu. Elektronik ortamda tabi tutulan işlemlerin elektronik imzayla yapılması gerekir, güvenli elektronik imza.

İkincisi, yeni Türk Ticaret Kanunu'yla 1 Temmuzda yürürlüğe girecek olan bir kayıtlı elektronik posta kurumu var. Bu kayıtlı elektronik posta kurumunun da muhakkak bu sözleşme içerisinde değerlendirilmesi gerekir. Aynı şekilde, zaman damgası dediğimiz, yine 5070 sayılı Kanun'un öngördüğü ama Türkiye'de fazlasıyla şu anda uygulama alanı bulmayan zaman damgası da önem kazanmaktadır. Bu, şunun için önemlidir: Bir sözleşme kurulurken tarafların irade beyanının ispatı Türk hukukunda elektronik imzayla düzenlenmiş. Elektronik postayla yapılacak tebligat ise yürürlüğe girecek olan Ticaret Kanunu'ndaki, belki onun da ayrı bir kanunla düzenlenmesi gerekirdi ama artık o süreç geçtiği için bir şey söyleyemiyoruz, kayıtlı elektronik posta maddesi yürürlüğe girecek ve zaman damgası. Bunlar ileride çıkabilecek hukuki uyumsuzluklarda ispat hukuku açısından mahkemeleri, Yargıtayı...Şimdi bilirkişi incelemesine gittiği zaman bu veriler dışında ispatlama şansı hukuken zorunlu olacak.

Bunun dışında BDDK ve ilgili birimdeki arkadaşlar da belirttiler. Örneğin bir banka kredi kartıyla ilgili olarak da yönetmelikte düzenlenmiş maddeler var, yeterlidir, yetersizdir, bu tartışılır ancak burada ya atıf yoluyla, ki nihayetinde bu bir kanundur ve bu kanuna dayanarak bir yönetmelik çıkartılırsa, bu yönetmelik maddeleri çelişirse o zaman iki yönetmelik arasında uyumsuzluk söz konusu olabilir.

En önemli sıkıntı da yine arkadaşlarımız bahsettiler, tüketici korunmasının kanunda mesafeli sözleşmeler olarak tanımlanan maddeye dayalı olarak çıkartılan hâli hazırda yürürlükte bir yönetmeliğimiz var. 2002 yılında çıkan bu yönetmelik, 2011 yılında revize oldu ve mesafeli sözleşmelere, esasen bize göre e-ticaretin tüketici boyutunu, ki tamamını aldığını biz düşünüyoruz, düzenleyen bir yönetmeliğimiz var. Bu yönetmeliğimizle paralel mi gidecek? En azından... Çünkü orada o kadar önemli ki bir cayma hakkı düzenleniyor. Siz İnternet'ten sipariş verdiğiniz zaman bir malı tüketici yedi gün içerisinde hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin malı iade edebilir. Mesafeli sözleşmeler bu hakkı tüketiciye vermiş. E-ticaretin düzenlendiği bir kanunda bu anlamda bir cayma hakkıyla ilgili bir düzenlemeyle paralellik arz edecek mi, arz etmeyecek mi? En önemli sıkıntılardan bir tanesi, siz tüketici olarak mesafeli sözleşmeler yönetmeliğine göre İnternet sitesinde bir ayakkabı istediniz- somut örnek veriyorum- bu ayakkabıyı satıcı otuz gün içerisinde size göndermekle yükümlü. Bu otuz günlük süre, eğer şartlar olursa on gün daha uzatılabilir, otuz+on günlük. Bu tüketici hukuku anlamında çok uzun bir süre e-ticarette. E-ticareti düzenleyen bir kanunda acaba satıcının böyle bir yükümlülüğü olacak mı, olmayacak mı, bu konuların tartışılacağı yer burası mı, yoksa mesafeli sözleşmeler yönetmeliğine devam edecek mi, gibi düşünceler var.

Bir başka boyutu, elbette mevzuatımız dağınık bir şekilde, bunların hepsini tek bir kanun içerisinde toplamak mümkün değil ancak atıf veya farklı yöntemler düşünülebilir çünkü hâkimlerimiz şuna bakacaklar: Uygulamada çok dağınık hükümlerden daha ziyade toplu bir hükmü düzenliyor. Yarın bu kanun yürürlüğe girdiği zaman ticaret mahkemeleri, tüketici mahkemeleri açacaklar, hemen diyecekler ki: A, evet bir Elektronik Ticaret Kanunu varmış. Bu Elektronik Ticaret Kanunu üzerinden gidecekler. Orada bir mesafeli sözleşmeler yönetmeliği, bir BDDK, bir yönetmelik bunlara çok fazlasıyla bakmayacaklar. Örneğin bizim şu anda en çok gördüğümüz

sıkıntılardan bir tanesi e-ticaretin darbe aldığı konu, sanal dolandırıcılıktır. Sanal İnternet siteleri aracılığıyla yapılan dolandırıcılıklar. Örneğin 5651 sayılı İnternet Sitelerine Erişimin Engellenmesini Düzenleyen Kanun bu da tartışmalıdır ancak... Şu anda çocuk pornografisiyle ilgili bir site olduğu zaman bunun direkt engellenebilme şansı var, kumarla ilgili bir site olduğu zaman bunun engellenebilme şansı var ama siz sanal dolandırıcılık sitesini görüyorsunuz gözünüzle, yazmış adam bilmem ayakkabı satış.com demiş ve tamamen sahte bir düzenek kurmuş, emniyet bunun farkında, mahkeme farkında, tüketiciler bunun farkında ve sizin o İnternet sitesine erişimi engelleme şansınız yok, böyle bir yasal düzenlemeniz yok. E-ticaretle Sanayi Bakanlığı veya ilgili kurumlara böyle bir yetki verilebilir mi? Mahkemelere böyle bir yetki verilebilir mi? Bu konuların da tartışılması gerekebilir. Yani dürüst ticaret yapan e-ticaret şirketlerinin en büyük rakipleri esasen dürüst ticaret yapmayan aynı malı çok daha ucuzaymış gibi gösterip piyasayı dolandırmaya çalışan şirketlerdir.

Bununla birlikte, bir arkadaşımız şunu söyledi: Şu andaki hakem heyeti kararları... Biliyorsunuz tüketici hukukuyla ilgili uyuşmazlıklarda, 1.100 TL diyelim şu anda yuvarlak olsun, 1.100 TL'nin altındaki uyuşmazlıklar hakem heyetlerine gider, mahkemelere gitmez. İnternette yapılıp yapılmaması bu anlamda bir ayrım göstermeyecek. Şimdi, İnternet'te yapılan alışverişlerin tamamına yakını, çoğunluğu da belki denebilir ama 1.100 TL'nin altında kaldığını düşünülebilir, özellikle Türkiye ortamında. İnternette ayakkabı, kitap, DVD, cep telefonu belki, yani şu anda elektrikli ev malzemeleri gidiyor, hediye eşya ama 1.100 TL'nin altında kaldığını düşünebiliriz. Bir uyuşmazlık olduğunu düşündüm. Ben tüketiciyim, 1.100 TL'nin altında bir alışveriş yaptım ve satıcıyla aramızda bir uyumsuzluk söz konusu oldu. Benim başvurabileceğim yer neresi? Tüketici mahkemeleri, ticaret mahkemeleri değil, hakem heyetine gitmek zorundayım, bulunduğum yerdeki kaymakamlığa geçip, hakem heyetine başvurabilirim. Hakem heyetine başvurduğum zaman buradaki kararın niteliğini tartışmıyorum ama karar, kimin aleyhine olursa tüketici mahkemesine gitme hakkı var. Tüketici mahkemesine gittiğiniz zaman oradan da karar kimin lehine değilse Yargıtaya kadar gitme hakkı var. Basit bir alışverişin yaklaşık üç-dört sene içerisinde, özellikle tüketiciyi bu anlamda mağdur edebilecek düzeyde çünkü tüketici gidecek, davasını takip edecek, mahkemeye gidecek, Yargıtaya gidecek. İnternette 100 TL'ye bir ayakkabı almış, 50 TL'ye bir flaş disk almış, bu flaş diski bozuk diye, başka bir sıkıntısı var diye onu mahkemelerde... Hem mahkemenin iş yükü artacak belki bu anlamda bu bir fırsattır, hakem heyetleri anlamında da İnternet'te yapılan alışverişleri bu anlamda belki tüketici lehine çezebilecek, daha pratik bir şekilde çezebilecek mekanizma getirebilir.

Konu çok daha fazla uzun ama en son bir olumsuzluğu daha söyleyip geçmek isterim. Özellikle uluslararası ticaret boyutunun da bu anlamda eksik kaldığını düşünüyoruz. Elbette ki bu kanun içerisinde tamamen düzenleyebileceğiniz maddeler yoktur, Türkiye'nin uluslararası sözleşmelere koymuş olduğu imzalar nedeniyle bazı direktifler aracılığıyla her şeyi rahatça düzenlemesi, möyük anlamında her şeyi rahatça düzenleme şansı olmayabilir ama elektronik ticaretin, özellikle İnternet üzerinden çok rahat bir şekilde yapılabilir olması bunun uluslararası ticaret boyutunu getiriyor. Şu anda sizin Amerika'da şirketinizin olması, Türkiye'de şirketinizin olması veya Amerika'da bir tüketicinin veya Türkiye'de olması arasında hemen hemen hiçbir fark yok. İki boyutlu düşüneceğiz, birincisi, Amerika'dan bir alışveriş yapan Türk tüketicisinin bu anlamda düzenleyebilecek, koruyabilecek hükümler ne olabilir. Artı, çok sıkıcı bir mevzuat yapısına sahip olursak Türkiye'de bu işi yapmaya hevesli olan tacirler diyecekler ki -bunun çok fazlasıyla örneklerini yapıyorlar- ben çok daha rahat olan örneğin İtalya üzerinde bir sunucu kiralayacağım, İtalyan firması üzerinden bunu yapacağım. Her şeyim ama Türkçe, bütün satışlarım Türkiye üzerinden gerçekleşiyor ve Türk vatandaşlarına yönelik gerçekleşiyor ama ben İtalyan mevzuatına göre kurulmuş bir şirketim, bunun bedeli şu an için bin dolar ile 3 bin dolar arasındadır. Yani siz bin ile 3 bin dolar arasında verirsiniz dünyanın neresinde olursa olsun bir e-ticaret sitesi ve yapılması kurabilirsiniz. Bu anlamda Türk mevzuatından kurtulma şansı olabilecek mi? Bu konunun da önemli olduğunu düşünüyoruz.

Bu anlamda sonuç olarak demek isterim ki mevzuatta dağınık olan hükümlerin en azından burada belli bir şekilde yer alması gerekir. Bir somut örnekle bunu sonuçlandırmak isterim, Elektronik İmza Kanunu 2004 yılında çıktı artık sekiz sene oluyor. İş mahkemesinde, biliyorsunuz iş mahkemeleri İş Kanunu'na göre düzenlenir ancak HMK ve benzeri süreçleriyle de gider. Bir mahkeme sırasında elektronik posta yoluyla yapılmış bir işçinin fesih sebebini 5070 sayılı Kanun'a göre elektronik imzayla olup olmadığı değerlendirmemiz anlamında hâkimin bakış açısı şuydu: İş Kanunu'nda böyle bir düzenleme yok, bizim baktığımız düzenleme budur, ki HMK'da da o anlamda bir eksiklik yoktu, HMK'da bağlar ancak bu belki kanun yapma sistematığı açısından doğru değildir ama Türkiye'deki uygulama, hâkim, Yargıtay uygulaması açısından en azından elektronik ticaretle ilgili düzenlenen bir kanun varsa hâkimlerimiz bu kanun içerisinde bakacak. Yeni bir kanun olmasa bile en azından elektronik imza, zaman damgası ve kayıtlı elektronik posta gibi konuların bu kanunda bir şekilde yer alması gerektiğini düşünüyoruz.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN - Ben teşekkür ederim.

Buyurun.

ANKARA BAROSU TEMSİLCİSİ AV. ERSİN SOYBAŞ – Sayın Başkan, değerli Komisyon üyelerini ve katılımcıları saygıyla selamlıyorum.

Genel olarak az önce konuşan meslektaşımı destekliyorum, biraz daha ayrıntıya girmek istiyorum. Tasarıda bir terim bütünlüğü sağlanması gerektiğini düşünüyoruz, başta 5651 sayılı Kanun olmak üzere. Örneğin bilgi toplumu hizmetleri tanımının tam olarak neyi karşıladığını biz anlayamadık. Örneğin elektronik ticaret tanımının dolaylı ticaret faaliyetlerini kapsayıp kapsamadığını tespit edemedik. Hizmet sağlayıcı kavramının sadece erişim sağlayıcı ve yer sağlayıcıya karşılık geldiği ama içerik sağlayıcıyı karşılamadığı anlaşılmakta.

Bir de 2'nci maddenin (c) fıkrasındaki cinsel içerik iletiminin neden ayrıca düzenlendiği ama buna karşın açık artırma siteleri ve benzeri sitelerle ilgili bir düzenlemenin olmadığını görüyoruz.

6'ncı maddede düzenlenen opt-in yöntemini genel olarak destekliyoruz. Burada önceden toplanan verilerin artık kullanılamayacağını söyleyemeyiz, zira, geçici 1'inci madde önceden toplanan verilere bunların uygulanmayacağını düzenlemiş fakat 10'uncu maddedeki üçüncü kişilerle paylaşılabilmesi düzenlemesinin önceden toplanan verilere uygulanıp uygulanamayacağı belli değil. Bunun, bu yasaklamaya tabi olması gerektiğini düşünüyoruz.

Genel olarak da Elektronik Haberleşme Kanunu'muz var. Orada 50'nci maddenin beşinci fıkrası yine opt-in yöntemine dönüş sağlıyor, bu olumlu bir gelişme fakat meslektaşımın da söylediği gibi mevzuat dağınık olduğu için, farklı mevzuatlarda yapılan değişiklikler daha fazla bir karmaşaya yol açabilir. Belki Ticaret Kanunu'nda, Tüketici Kanunu'nda ilgili maddelerinde değişiklik yapılarak daha sağlıklı bir düzenleme yapılabilir diye düşünüyoruz. Örneğin SMS'lerde, hanımefendinin söylediği gibi, opt-out yöntemi kullanılması teknik olarak çok zor, bu nedenle değişiklik yapılacaksa mutlaka SMS'lerde opt-in yönteminin kullanılması gerektiğini düşünüyoruz.

10'uncu maddenin (b) fıkrasında yine onay alınmaksızın üçüncü kişilere bilgilerin iletilemeyeceği düzenlenmiş ancak bazı durumlarda bu onay verilmeden zaten işlem yapılamayacağı gibi düzenlemeler olabiliyor. Yani o, o şekilde aşıyor. Onay ve işlemin birbirinden bağımsız olması gerektiğini düşünüyoruz.

Benim söyleyebileceklerim bu kadar.

Çok teşekkür ediyorum.

BAŞKAN – Peki, teşekkür ederim.

Rica edeceğim kısa tutarsak çünkü maksat hasıl oldu ama görüşlerinizi de mutlaka duymak istiyoruz. Kısa tutmamızda şu fayda var: Eğer süre yeterse bire on kala bitireceğim, yok eğer konuşmacılar devam edecekse bir saat ara verip tekrar devam edeceğiz. Artık buradaki duruma göre hareket edeceğim.

REKABET KURUMU TEMSİLCİSİ İBRAHİM AYDEMİR – Efendim, ben kısaca geçici madde 1'le alakalı olarak rekabet açısından bir endişemizi paylaşmak istiyorum. Madde bu haliyle hâli hazırda piyasada faal olan firmalarla bundan sonra piyasaya girecek firmalar arasında birinci grup lehine bir ayrımcılık getirerek rekabeti kısıtlar niteliktedir. Zira, hâlen faal firmaların önceden almış oldukları varsayılan izinler çerçevesinde daha sonra yeniden bir izin alma zorunlulukları ortadan kalkmış oluyor gibi gözüküyor fakat bu iki grup firmanın alacağı izin arasında ciddi bir mahiyet farkı olduğu ortadadır çünkü hâlen piyasada olan firmalar, örneğin müşterinin e-mail adresi bırakması, önceden gelen e-maile itiraz ya da SMS'e itiraz etmemesi gibi durumlarda, bu da iyimser bir tahminle izin almış sayılacak. Fakat yeni girecek olan firmalar bu yasal düzenleme çerçevesinde daha zorlu bir izin alma sürecinden geçecek. Belki arkadaşlarımızın ifade ettiği gibi, izin amacıyla gönderilen SMS'ler, e-mailler açılmadan silinecek ve bu yeni girişleri engelleyecek, bir giriş engeli yaratacak, yeni firmaları dezavantajlı konuma getirecektir, bunun da e-ticaretin gelişimini kısıtlayacağı açıktır.

Dolayısıyla hemen neticeye gelirse burada bizim kanaatimizce yapılması gereken ya bu geçici maddenin çıkarılması ya da bu iki grup iznin mahiyet olarak birbiriyle eşitleneceği biçimde bir düzenleme yapılması gerektiği yönündedir.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN – Peki teşekkür ederim.

AVRUPA BİRLİĞİ BAKANLIĞI TEMSİLCİSİ HAKAN KARATAŞ – Sayın Başkan, değerli Komisyon üyeleri; malumlarınız olduğu üzere bu kanun tasarısının gerekçesinde esas alındığı belirtilen ilgili Avrupa Birliği direktifinde ticari iletişim

göndermenin önceden izne bağlanması maddesi bulunmakta ancak bunun hemen arkasından 2'nci maddede buna bazı istisnalar getirilmektedir. Bu istisnalar daha önce Avrupa Birliği Uyum Komisyonunda tartışılmış olmasına rağmen bu alt komisyonda tekrar daha detaylı olarak da konuşulması, tartışılması kararlaştırılmıştı. Orada da bu istisna bu opt-out, opt-in meselesindeki istisna bir ürünün satılması ya da hizmetin sağlanması sırasında edinilen tüketiciye ait iletişim bilgilerinin benzer ürünleri doğrudan pazarlama amacıyla kullanılabilmesi şeklinde ifade edilmektedir. Yani benim bilgilerimi, benim bir hizmet ya da mal aldığım firma, aynı firma yine bana doğrudan ticari bir pazarlama faaliyeti amacıyla geri dönüş yapabilir şeklinde ikinci bir istisnai maddesi bulunmaktadır. Bu husustaki görüşümüz, aynı zamanda Rekabet Kurumundan temsilcinin de belirttiği gibi, geçici maddenin de rekabete aykırı, daha önce toplanmış veri bilgilerinin, veri tabanlarının bu piyasaya yeni girecek ve elinde bu tür veri tabanları olmayan oyuncular açısından bir sakınca da doğurabileceği yönündedir. Bu da yine bizim taşıdığımız endişelerden bir tanesidir.

Teşekkür ediyorum.

BAŞKAN – Ben teşekkür ederim.

Buyurun.

İÇ TİCARET GENEL MÜDÜRÜ İSMAİL YÜCEL – Ben de Komisyonu saygıyla selamlıyorum.

Sayın Başkanım, çok uzun bir değerlendirme yapmayacağım. Bizim görüşlerimiz zaten Komisyona arz edilmişti ancak 10 Şubat tarihi itibarıyla Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığıyla, o Bakanlığın hassasiyetleriyle ilgili bir toplantı yaptık. O toplantıda varılan mutabakatlar var, henüz hocamızla yeni paylaştık. Bu süreçte hem hocamızla hem de Adalet Bakanlığıyla da bu toplantının içeriğini değerlendireceğiz. Bizim esas itibarıyla, bu kanun tasarısında düzenleyici Bakanlık olarak bu tasarının daha ziyade elektronik ticareti düzenleyen, onun dışındaki alanlara çok fazla müdahale etmeyen bir tasarı olmasını arzu ediyoruz ve burada ifade edilen birçok hassasiyetin de ilgili bakanlıkların da görüşü alınarak hazırlanacak yönetmeliklerle düzenlenebileceğini düşünüyoruz.

Toplantının başından beri tüketicinin korunması alanında birçok görüş ve kaygı ifade edildi. Müsaade ederseniz Bakanlığımızın ilgili genel müdürlüğü olan Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü Gümrük ve Ticaret Uzmanı Gülcan İpek burada, bu hususlarla ilgili Bakanlığımızın görüşünü ifade etmesini arzu ediyoruz.

BAŞKAN – Buyursunlar.

TÜKETİCİNİN KORUNMASI VE PİYASA GÖZETİMİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ GÜMRÜK VE TİCARET UZMANI GÜLCAN İPEK – Merhabalar, öncelikle herkesi saygıyla selamlıyorum.

Bütün görüşmeleri, konuşmaları dinledikten sonra tek tek cevap vermek istiyorum kendi Genel Müdürlük olarak görüşlerimizi beyan etmeden önce.

Elektronik ticaretle ilgili faaliyet gösteren pek çok firmanın üye olduğu derneğin temsilcisi Oktay Bey'le başlamak istiyorum. Oktay Bey, elektronik ticaretle ilgili Tüketici Kanunu'nda yer alan pek çok hükmün e-ticaret başlıklı tasarı içine dâhil edilmesinin uygun olacağını söylemişti. Böyle bir şey pek mümkün görünmüyor hâlihazırda çünkü e-ticaretle ilgili her şeyin tek bir kanunda olması takdir edersiniz mümkün değil. 9/A başlıklı mesafeli sözleşmelerde taraflardan birini tüketicinin oluşturduğu elektronik ticaretle ilgili hükümler yer almakta.

Diğer taraftan hakem heyetiyle ilgili görüşlerine değinecek olursak, hakem heyetinde Kars'taki bir tüketicinin İstanbul'dan alışveriş yapması hâlinde Kars'taki hakem heyetine başvurusu itibarıyla İstanbul'dan firma temsilcisinin Kars'a gitmesi gibi bir örnek verdi. Hakem heyetinde incelemeler dosya üzerinden yapılır, o yüzden herhangi bir firma temsilcisinin hakem heyeti görüşmelerine katılması gibi bir şey söz konusu değildir. O yüzden Kars'ta da olsa, Ağrı'da da olsa, İstanbul'da da olsa hakem heyetinde görüşülen dosya gündem maddesine göre görüşülür, karşı tarafın savunması istenir, dosya üzerinde inceleme yapılır. Bunun herhangi bir ticareti engelleyici, zaman kaybına, emek kaybına yol açıcı bir şey olduğunu düşünmüyoruz.

Diğer taraftan, kredi kartıyla ilgili ödemelerde güvensizlik problemine değindi. Uğur Bey'in de bahsettiği gibi bu durum, zaten 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Kanun'da düzenlenmiş durumda. Kredi kartıyla ödeme yaptığınızda bilgilerinizin çalınması ya da herhangi başka bir kötü durumda zaten yaptırımlar o kanunda düzenlenmiş durumda.

"Güvenlikle ilgili -Uğur Bey'e geçmişken hemen oraya değineyim- alacağım ürün güvenli mi, firma güvenilirliğinin iletişimine ilişkin bilgi sağlanması iyi olur, alacağım ürünün güvenliğine ilişkin bilgi sağlanması iyi olur, adresime güvenli olarak teslim edilecek mi, bu konuda bilgi sağlanırsa iyi olur." dedi Uğur Bey. Kesinlikle katılıyorum. Bizim zaten Tüketici Kanunu'nda en çok problem yaşadığımız nokta tüketicinin iletişime geçtiği firmanın bilgilerine ulaşamama noktası. Özellikle elektronik ticaret boyutuyla ilgili konuşacak olursak mevcut tasarıda biz bunu fazlasıyla bertaraf etmiş olabiliyoruz 3'üncü madde sayesinde. Eğer bu tasarının o

hükmü bu hâliyle geçerse, bugün elektronik ticarete firma kendine ait iletişim bilgilerini yayınlamak zorunda kalacak ve bu gerçekleştiği zaman, biz 4077 sayılı Kanunu fazlasıyla ya da hakkıyla uygulama alanı bulmuş olacağız. Bu anlamda firmanın güvenilirliğine ilişkin bilgiye de tüketicilere sağlamış olacağız çünkü muhatabımız kim, onu öğrenmiş olacağız.

Diğer taraftan, alacağımız ürünün güvenli olup olmadığıyla ilgili de yine Genel Müdürlüğümüz görev alanında bulunan piyasa gözetim, denetim faaliyetleri var, ürün güvenliğiyle de bu birim ilgileniyor. Bu birime ilişkin düzenlemeler de mevcut kanun çalışmalarımızda yer alıyor. Mevcut kanun çalışmalarımızda zaten belli bir boyuta geldi, hatta martın ilk haftasında da akademik camiayla paylaşacağız görüşlerimizi, taslağımızı. Burada ürün güvenliğiyle ilgili de fazlasıyla düzenleme getiriyoruz.

Diğer taraftan, adresime güvenli olarak gönderilecek mi? Bu, işin taşımacılık boyutuyla ilgili bir şey. Bu hem Ticaret Kanunu'nda hem de taşımacılıkla ilgili ilke kararları olabilir firmaların, demeklerin, sivil toplum örgütlerinin aldığı ilke kararları olabilir, işin bu boyutu daha farklı değerlendiriliyor.

Bunun dışında Bankalar Birliği 2002/65 sayılı Finansal Hizmetlerin Mesafeli Satışına İlişkin Direktif'e değindi, bu direktif de yeni kanunumuzda düzenleniyor. Şu anda direktifi olduğu gibi yeni kanunumuza, taslak metne yedirmiş durumdayız. Dolayısıyla Avrupa Birliğinin öngördüğü şekilde, nasıl ki mesafeli sözleşmeler 4077 sayılı Kanun'da düzenlediyse 2002/65 sayılı finansal hizmetlere ilişkin mesafeli sözleşmeler de yine 4077'de düzenlenecek. Bu şekilde çalışıyoruz yani.

Diğer taraftan, Türkiye İhracatçılar Medisinin de en büyük kaygısı e-ticarete güvenirliliğin yetersiz olduğu görüşüydü. Dediğim gibi e-ticarete güvenirlilikte bizim üstünde en çok durduğumuz şey iletişime geçtiğimiz firmanın bilgilerine ulaşamama boyutu. Bu anlamda bu firmanın bilgilerine ulaştıktan sonra, bugüne kadar Genel Müdürlüğümüze ulaşan şikâyetler doğrultusunda, tüketici şikâyetleri doğrultusunda konuşuyorum, en büyük sıkıntımız bu olduğu için, e-ticarete güvenirliliğin yeni tasarının 3'üncü maddesi sayesinde bertaraf edileceğini düşünüyorum.

Sigortacılık Federasyonundan bir beyefendi söz almıştı. Burada Sigortacılık Genel Müdürlüğünün mesafeli yönetmeliği hazırladığından bahsetti. 2002/65 sayılı Direktife uygun olacağına tahmin ediyorum.

Diğer taraftan, yine otuz günlük cayma süresi istediğinden bahsetti. Otuz günlük cayma süresi mevcut direktifler çerçevesinde mümkün değil çünkü yeni direktif çıktı bu eylül ayı sonu itibarıyla, Tüketici Hakları Direktifi, o direktifte dahi cayma süresi on dört gün olarak düzenlenmiş durumda. Mevcut hâliyle şu anda yedi gün cayma süremiz, on dört gün olarak düzenlenmiş durumda ve 2002/65 sayılı Finansal Hizmetlerin Mesafeli Satışına İlişkin Direktif'te de bu cayma süresi aynı şekilde düzenlenmiş durumda. Yani, otuz günlük cayma süresi mevcut hiçbir düzenlemede olmadığı gibi, Avrupa Komisyonunun üzerinde çalıştığı herhangi bir düzenlemede de bulunmamakta.

Eurodigital Firmasından söz alan hanımefendi firmaların tüketicilere ya da elektronik iletişime muhatap kişilere satış sonrasında, satış öncesinde birtakım mailler gönderdiğini, bu kapsamda insanların bilgilendirildiğini, bu bildirim maillerinin engellenmesinin önüne geçilmesi gerektiğini söyledi. "Firmalar tüketici alışveriş yaptıktan sonra bu alışverişe ilişkin bildirimini iyi niyetli bir şekilde yapıyorlar, mevcut hâliyle bu tasarı geçerse bu bildirimlerin de önü kesilmiş olacak." dedi. Böyle bir şey de söz konusu değil mevcut mevzuat kapsamında çünkü 4077'nin 9/A'sına göre -mesafeli sözleşmeler maddesine göre yani- firmalar zaten satış öncesinde de, satış sonrasında da birtakım bildirim yapmak zorundalar ve e-ticaret tasarısında da bu kanun hükmü, daha doğrusu genel itibarıyla tüketicinin taraf olduğu tüm işlemlerde ilgili mevzuat kapsam dışı bırakılacağı için, zaten bu bildirim firmalar yapmakla yine yükümlü olacaklar. Anlatabildim mi, bilemiyorum, yani firmalar tüketiciye satış öncesinde ve satış sonrasında yaptıkları bildirim, mevzuata göre zaten yapmak zorundalar. E-ticaret tasarısında da bu firmaları bu zorunluluk altında tutan hükümler kapsam dışı bırakıldığı için, yani bu hükümler saklı tutulduğu için bu bildirim zaten bu kanun tasarısı bu hâliyle geçse dahi yapılmak zorunda.

Avukat Özgür Bey, Türkiye Barolar Birliğinden söz alan beyefendi mesafeli yönetmeliğine değindi. Otuz günlük teslimat süresinin -örnek verdi bunu- çok uzun bir süre olduğunu, işte mesafeli sözleşmelerle ilgili yönetmelikte cayma süresi düzenlendiğini, e-ticarete buna paralel hükümlerin gelip gelmeyeceği konusunda kaygıları olduğunu dile getirdi. Cayma süresi, otuz günlük teslimat süresi, bunlar Avrupa Birliği direktifiyle gelen, mevzuatımıza Avrupa Birliği direktifleriyle gelen hükümler ve son çıkan direktifte de aynı geçerliliğini koruyor, cayma süresi on dört güne çıkıyor, otuz günlük teslimat süresinde herhangi bir değişiklik yok. Avrupa Birliğine uyum aşamasında maksimum uyum gerektiren bu direktifleri mevzuatımıza olduğu gibi uyumlaştırıyoruz doğal olarak.

Elektronik ticaret kanununda mesafeliyle paralel hükümler gelip gelmeyeceği konusu da üzerinde uzun uzun tartışılması gereken konu olarak düşünüyorum çünkü tüketicinin taraf olduğu işlemleri kapsam dışı bıraktıktan sonra elektronik ticaret kanununda elimizde kalan "C2C" işlemler ve "B2B" işlemler, yani işletmeden işletmeye elektronik işlemler ve tüketiciden tüketiciye elektronik

işlemler kalacak. Yani, elektronik ticaret kanunu esas itibarıyla bunları düzenliyor. Dolayısıyla bu “B2C” işlemlerinde düzenlendiği mesafeli yönetmeliğine paralel hükümlerin bu tasarıda aynen geçerli olması, paralellik göstermesi doğası itibarıyla mümkün görünmüyor bence. Bu üstünde çok tartışılması gereken uzun bir konu.

Bir de hakem heyetiyle ilgili, sürecin uzunluğuyla ilgili bir görüş beyan etti, bunun da düzenlemesi gerektiği, diğer elektronik ticaret kanununda paralel hükümler gelirse ve hakem heyeti gibi bir yapı kurulursa mevcut durumun bertaraf edilmesi gerektiğine ilişkin bir görüş beyan etti, örnek verdi “hakem heyeti 1.100 küsur.” dedi. Ben net rakamı söyleyeyim, 1.161,67 kuruşa kadar hakem heyetleri ilgileniyor. Bu sınırın altındaki işlemlerle ilgili, evet hakem heyetine gitmek zorunlu, evet kaybeden kişi tüketici mahkemesine itiraz edebilir ama Yargıtay boyutu işin içine girdiğinde Yargıtay’a hepsi intikal etmiyor, tüketici mahkemesinin kesin olarak karar verdiği bir rakamsal sınırı var, 2012 için net rakam aklımda değil şu an.

Bir de uluslararası ticaret boyutu eksik diyor elektronik ticarette, mevcut mevzuatımızın uluslararası ticaret boyutunun eksik olduğundan bahsetti. Kendisine kesinlikle katılıyorum, yalnız tüketici işlemleriyle ilgili bir görüş beyan edecek olursam ICPEN diye uluslararası bir kuruluş var ve Türkiye şu an itibarıyla buna üye. Bu demek oluyor ki, bu yapı layığıyla çalışmaya başladığı anda siz Amerika’dan da ürün alsanız, Avrupa’dan da ürün alsanız bir Amerikalı Türkiye’den de ürün alsa tüketici hakları konusunda ortak hükümler geçerli olduğundan hakkınızı koruyabileceksiniz ama dediğim gibi, yeter ki karşımızdaki muhatabın kim olduğunu bilelim, en önemli konu bu. O yüzden e-ticaret tasarısındaki hükümlerin az değil, yetersiz değil, aksine bence fazlasıyla düzgün ve gerekli olduğuna inanıyorum ben. Diğer mevzuat hükümleriyle birlikte düşünüldüğünde e-ticaret tasarısındaki hükümlerin çok tamamlayıcı hükümler olduğunu düşünüyorum. O yüzden tek bir açıdan bakmak yerine tüm mevzuat hükümleriyle birlikte değerlendirmek gerektiğini düşünüyorum tasarı hükümlerinin.

Herkese çok teşekkür ediyorum. Mesafeli sözleşmelerle ilgili herhangi başka bir soru, kaygı varsa cevaplayabilirim.

BAŞKAN – Biz teşekkür ederiz.

Bakanlıkları temsilen katılan arkadaşlar ve kurumları temsilen katılan arkadaşlardan söz almak isteyenler bir el kaldırırlarsa, şöyle bir görmek istiyorum, ona göre süreyle ilgili karar alacağız. Yoksa o zaman şöyle yapalım, bire on kala bitirmek istiyorum. Onun için birer cümlelik olsun lütfen.

Buyurun.

TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ HUKUK DANIŞMANI BUKET HİMMETOĞLU – Arkadaşımızın açıklamasından finansal hizmetlere ilişkin düzenlemenin 4077 sayılı Kanun içinde tasarlandığını öğrendim. Bu elektronik iletileri de kapsıyor mu, kapsamıyor mu? O konuda bilgi almak istiyorum mümkünse.

TÜKETİCİNİN KORUNMASI VE PİYASA GÖZETİMİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ GÜMRÜK VE TİCARET UZMANI GÜLCAN İPEK – 2002/65 sayılı Direktif olduğu gibi 4077’nin içine yediriliyor. İçindeki tüm hükümler 4077’ye olduğu gibi yedirilecek, tasarı bu şekilde şu anda ve bu konuyla ilgili Bankalar Birliğiyle de daha önce toplantı yaptığımızı hatırlıyorum, başka bir yetkili katılmış olabilir, bunu daha sonra görüşebiliriz isterseniz.

BAŞKAN – Buyurun.

ÇAĞRI MERKEZLERİ DERNEĞİ TEMSİLCİSİ FEVZİ GÜNGÖR – Ben de aynı konuşmayla ilgili şunu soracağım B2C’nin dışında olduğunu söylediniz ama bu yasa kapsamında şirketlerin tüketicilerle olan iletişimi değil mi kastettiğiniz, onu bir açabilir misiniz?

TÜKETİCİNİN KORUNMASI VE PİYASA GÖZETİMİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ GÜMRÜK VE TİCARET UZMANI GÜLCAN İPEK – Şimdi, B2C’yle ilişkin hükümler 4077’nin mesafeli sözleşmelerle ilgili maddesinde düzenlendiğini söyledim, bununla ilişkin yönetmelik de var, orada da düzenlenmiş durumda. Bunun üzerine çıkan ve bu tasarıda yer alan hükümler elbette ki uygulanacak daha genel bir kanun olacağı için elektronik ticaret kanunu. Bu ne demek? Biz 4077’de elektronik ticaretle uğraşan firmaların kendisiyle ilgili iletişim bilgilerini yayınlama yükümlülüğünü düzenlemiyoruz örnek vermek gerekirse. Şimdi, biz elektronik ticaret tasarısında 9/A’yı kapsam dışı, daha doğrusu bu hükümleri saklı bıraktıktan sonra, bu hükümler yine de uygulanmayacak anlamına gelmiyor. Bizim kanunun üzerine çıkan elektronik ticaret tasarısındaki hükümler elbette ki uygulama alanı bulacak.

BAŞKAN – Buyurun.

AVRUPA BİRLİĞİ BAKANLIĞI TEMSİLCİSİ HAKAN KARATAŞ – Sayın Başkan, biz bilgi toplum hizmetlerine aracılık eden ara hizmet sağlayıcılar diye bilinen grubun Avrupa Birliği direktiflerinde, elektronik ticaret direktifinde üç temel kategoride ele alındığını fakat tasarıda bunlardan sadece ön belleklemeyle ilgili kategoriyle açısında bir düzenleme yapıldığını, diğer iki alan olan

basit iletim ve hosting ara hizmet sağlayıcılarıyla ilgili olarak da bir düzenleme yapılmasının faydalı olacağını düşünüyoruz. Nitekim 2007 yılında Avrupa Komisyonu tarafından elektronik ticaret direktifinin etki analizine yönelik açıklanan bir raporda bu direktifin, ara hizmet sağlayıcıları sorumluluklarına ilişkin bu direktifle yapılan düzenlemenin e-ticarete ilişkin yapılan en yerinde uygulama olduğuna dair görüşler yer almaktadır. Buna ilişkin detaylı direktifteki maddelere yönelik görüşlerimizi de Komisyonumuza resmî olarak zaten yazılı bir şekilde ilettik.

Teşekkür ediyorum.

BAŞKAN – Peki, teşekkür ediyorum.

Buyurun.

Ulaştırma Bakanlığı mıydı?

ULAŞTIRMA BAKANLIĞI TEMSİLCİSİ CİHAN KANLIGÖZ – Evet.

BAŞKAN – Adalet Bakanlığıyla görüşebildiniz mi?

ULAŞTIRMA BAKANLIĞI TEMSİLCİSİ CİHAN KANLIGÖZ – Sayın Başkan, biz öncelikle teşekkür ediyoruz. Adalet Bakanlığımızla da, Gümrük ve Ticaret Bakanlığımızla da görüştük, kendilerine görüşlerimizi ilettik, kendilerine teşekkür ediyoruz. Sanırım o görüşlerimizde de belli ölçüde, büyük oranda da mutabakatımız vardı Gümrük ve Ticaret Bakanlığımızla. Tekin Hocamıza da görüşlerimizi ilettik, kendisi üstünde bir değerlendirme yapacak sanırım.

Teşekkür ederim.

BAŞKAN – O zaman şöyle yapalım, biz haftaya toplantı yapmak niyetindeydik ama Komisyon olarak da değerlendirdik, haftaya bakanlıklar arası görüşlerinizi tamamlayın, önümüzdeki haftayı size bırakıyoruz. Bir sonraki haftaya Tekin Hocam bir araya gelelim, sizin gününüzü de belirleyin, çarşamba ya da perşembe günü, Tekin Hocam hangi gün müsait iseniz bir sonraki haftanın toplantısını o gün yapalım.

İsmail Bey, bir şey mi diyecaktınız?

İÇ TİCARET GENEL MÜDÜRÜ İSMAİL YÜCEL – Sayın Başkanım, benzer yönde bir talepte bulunacaktım. Ulaştırma Bakanlığıyla çok geniş bir toplantı yaptık, büyük ölçüde mutabıkız ama bunun Adalet Bakanlığıyla ve bilim komisyonuyla paylaşılması lazım. Şu anda en son yaptığımız toplantının tutanağı ve hangi maddelerde değişiklik yapılması hususlarını bir rapor olarak tasarı üzerinde de işleyerek Hocamıza da, Adalet Bakanlığına da vermiş durumdayız.

Önümüzdeki hafta biz bakanlıklar arası, Hocamın da uygun olduğu bir tarihte bir araya gelip bir çalışırsak Komisyonun önüne daha hazır bir metin getirmiş oluruz. Bu toplantı da bizim için son derece yararlı oldu, ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri doğrultusunda da gerekirse yeniden birtakım maddelerde değerlendirme yapma imkânı oldu.

BAŞKAN – Şimdi önümüzde iki haftamız var, bu iki hafta içerisinde... Hem bakanlıklarımız bu üç toplantıdır çok kapsamlı bir şekilde katılımcılar görüşlerini belirttiler, yani artık her şey hasıl oldu, maksat hasıl oldu, konular anlaşılır hâle geldi, sorunların nerede olduğu da çok iyi anlaşıldı.

Şimdi, bizim burada yapacağımız, bir, e-ticaretin önünü daha çok açmak, bunu sıkı yasalarla ya da çok sıkıştırarak yurt dışına kaçmasını engellemek, çünkü bu ülke ekonomisine zarar verecek ve boyut olarak da artık Türkiye'deki ticaretin üçte 1'ini e-ticaret olarak yapıyoruz ve bu oranda gittikçe hızla yükseliyor, değil mi? 23 milyar mıydı? Yüzde 15 mi?

BANKALARARASI KART MERKEZİ MÜDÜRÜ OSMAN OKYAR TAHA OĞLU – Yüzde 5 işlem, 8 ciro...

BAŞKAN – Şimdi oran çok büyük, 23 milyarlık oran, büyük bir oran. Tabii bunlara çok dikkat edeceğiz. Biz önümüzdeki iki haftayı sizin diyaloglarınıza bırakıyoruz, sadece daha sonraki toplantımızda, iki hafta sonraki toplantımızda doğrudan maddelere geçeceğiz.

Maddelere geçmezden önce Tekin Hocam sizden şu ana kadar olan görüşler doğrultusunda kapsamlı bir brifing de almak istiyoruz. Hem kafadaki soru işaretlerini giderecek hem de yine söylüyoruz gerek Barolar Birliğinden gelen gerek iş hayatından gelen hem satıcı diyelim -yani temin edici olabilir bu, çünkü orada da üç tane şey karşımıza geliyor, cezai müeyyidede üç tane- buradaki muğlaklığı da giderecek bir şekilde, artı, tüketicinin haklarını kollayacak, üçüncü de millî menfaatlerimizi kollayacak, yani biz bu ticareti çok iyi şekilde yapmalıyız, önümüzdeki engelleri kaldırmalıyız, bunu çevre ülkelere kaptırmamalıyız. Adam Hasaki şurada, 1 kilometre sınırımızda, Irak öyle, Yunanistan öyle, gidip orada bir sistem kurarak, demin bahsedildiği gibi 3 milyar gibi bir rakamla, Türkiye'yle ya da bizim ülke menfaatlerimizle, bizim sektörlerimizle rekabet edecek kuruluşlara fırsat vermeyeceğiz. Bu noktada çalışmalarımızı yürüteceğiz.

Ben tüm katılımcılara çok teşekkür ediyorum ama son sözü Tekin Hocama bırakıyorum.

Buyurun Hocam.

PROF. DR. TEKİN MEMİŞ – Ben de herkese geldiği, katıldığı ve fikirlerini açıkladıkları için canı gönülden teşekkür ediyorum. Bazı konularda görüşlerimizi açıkladık ama ben bugün hassaten sadece dinlemeye ayırmıştım, o yüzden hiçbir kimseye müdahale etmemek için elimden geldiği kadar uğraşım. Ara sıra müdahale ettiysem ve kırdıysam da özür diliyorum.

Sadece istediğim bütün görüşlerin bize yazılı olarak gelmesi çünkü benim de çalışabilmem için -söz uçar yazı kalır- eğer yazılarınız bize gelirse yani ben tekrar tekrar bunları değerlendireceğim. Elimizdeki tasarı metni, şunu söyleyeyim, 2009’ dan bu tarafa aslında gündemde olan bir metindi ama hani son aşamada bile olsa bir görüşün alınması ve faydalı görüşlerin alınması elbette ki faydalı. O yüzden ben yazılı olarak görüşlerinizi sizde talep ediyorum. Bütün görüşlerinizin değerlendirileceğinden de emin olmanızı istiyorum.

Ben de size saygılar sunuyorum. Teşekkürler.

BAŞKAN – Peki, herkese çok teşekkürler.

Kapanma Saati: 12.55