

## ELEKTRONİK TİCARET DÜZENLEMELERİ ŞİLİ ÜLKE RAPORU

### 1-Şili’de Elektronik Ticaret Hakkında Genel Bilgiler ve İlgili Mevzuat

Yaklaşık 20 Milyon nüfusa sahip Şili’de, İletişim Müsteşarlığının güncel verilerine göre 3.8 milyon adet sabit internet bağlantısı, 21.1 milyon adet mobil internet bağlantısı bulunmakta olup söz konusu bağlantı sayılarında yıllar içerisinde istikrarlı bir artış yaşanmıştır. Statista tarafından hazırlanan Şili E-Ticaret Raporuna göre 2019 yılında 10.4 milyon düzeyinde olan e-ticaret kullanıcıları sayısı 2021 yılında 12.1 Milyon kişiye yükselmiştir. Şili’de 2019 yılında e-ticaret satışlarından elde edilen gelir 6 Milyar ABD Doları seviyesinde iken bu rakam Covid-19 Pandemisinin etkisiyle 2020 yılında 9.4 Milyar Dolara yükselmiş olup 2021 yılı sonunda e-ticaret satışlarından elde edilecek gelirin 12 Milyar Dolara yükselmesi beklenmektedir. Yine aynı Raporda, Latin Amerika ülkeleri incelendiğinde Pandemi başlangıcında 2020 yılı içerisinde e-ticaret sitelerinden alışveriş yapanların en fazla artış gösterdiği ülke Şili olmuş olup 2020 yılında e-ticaret yoluyla alışveriş yapanların sayısı bir önceki yıla göre %66.5 oranında artış göstermiştir.

Bu durumda, devletin ve sivil toplum kuruluşlarının e-ticareti özendirici politikaları da oldukça etkili olmuştur. Örneğin, Sağlık Bakanlığı tarafından Pandemi sürecinde (Mayıs 2020) reçeteli ve reçetesiz ilaçların online satışına izin veren yasal bir düzenleme yapılmıştır. Yine bu süreçte, online süpermarket alışverişleri ve mobil yemek sipariş platformlarının kullanımında rekor seviyede artışlar kaydedilmiştir. Benzer şekilde, 2020 Ağustos ayında Santiago Ticaret Odası (CCS) inisiyatifiyle düzenlenen 3 günlük CyberDay etkinliğinde online alışverişlerden elde edilen gelir 368 Milyon ABD Doları olarak gerçekleşmiş olup 2019 yılına göre %40’lık bir artış yaşanmıştır.

Santiago Ticaret Odası tarafından hazırlanan 2021 Elektronik Ticaretin Görünümü Raporunda (Bkz.: <https://www.ecommerceccs.cl/wp-content/uploads/2021/04/Perspectivas-del-Comercio-Electr%C3%B3nico-George-Lever.pdf>) Pandemi sonrasında da e-ticaret platformlarını kullanmayı tercih edeceklerin oranında çeyrek dönemler halinde istikrarlı ve kademeli bir artış kaydedildiği görülmektedir. Başka bir ifade ile, 2020 yılı ikinci çeyreğinde, Pandemi sonrasında online alışveriş yapmayı bırakıp fiziki mağazalardan alışverişe geri döneceğini ifade edenlerin oranı %21, sadece online platformları kullanmaya devam edeceğini belirtenlerin oranı %12 iken; 2021 yılı ilk çeyreğinde, Pandemi bitiminde online alışveriş yapmayı bırakıp fiziki mağazalardan alışverişe geri döneceğini ifade edenlerin oranı %17’ye düşmüş, sadece online platformları kullanmaya devam edeceğini belirtenlerin oranı ise %18’e yükselmiştir. Dolayısıyla, Şili halkı arasında pandeminin pekiştirdiği e-ticaret kullanım alışkanlıklarının kalıcı olacağı ve giderek artış göstereceği anlaşılmıştır.

Bununla birlikte, her ne kadar Covid-19 Pandemisinin etkileri ile birlikte Şili’de e-ticaret kullanımında artış yaşansa da Şili genel olarak e-ticaret alanında bir takım eksikliklere de sahiptir. UNCTAD 2020 B2C E-ticaret Endeksi sonuçlarına göre 152 ülke arasında Şili 59. sırada kendine yer bulmuş olup bölgesinde Costa Rica’dan sonra ikinci sırada yer almıştır. Şili’de tüketici hakları, kişisel veriler, internet güvenliği, stok yönetimi, lojistik, bankacılık ve mevzuat konularında belirli eksiklikler olduğu bilinmektedir.

Mevcut durumda Şili’de E-ticaret ile ilgili spesifik bir mevzuat bulunmamakta olup bu alanda eksikliklerin giderilmesi ihtiyacı özellikle 2020 yılında oldukça fazla hissedilmiştir. E-ticaret ile ilgili düzenlemeler halihazırda, 19.496 sayılı Tüketici Haklarının Korunmasına Dair Kanun, 19.628 sayılı Özel Hayatın Korunmasına Dair Kanun, 19.799 sayılı Elektronik İmza ve Elektronik Belgelere İlişkin Kanun ile 20.727 sayılı Elektronik Fatura Hususunda Vergi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun kapsamında ele alınmaktadır. Ayrıca, Santiago Ticaret Odası Elektronik Ticaret Komitesi tarafından öz-düzenleme (self-regulation) ve gönüllülük esaslı çerçevesinde, sosyal sorumluluk ve etik değerler dikkate alınarak tüketicileri ve e-ticaret pazaryerleri kullanıcılarını korumaya yönelik İyi Uygulama Kuralları (Codigo de Buenas Practicas) Rehberi hazırlanmıştır. Yine, Ticaret Kanunu ile Medeni Kanunun ilgili hükümleri genel olarak ticari hayatı düzenlemektedir. Son olarak, Şili Finansal Piyasalar Komisyonu (Comision para el Mercado Financiero-CMF) 1 Haziran 2019 tarihinden itibaren daha önce Bankalar ve Finansal Kuruluşları Denetleme Kurumu-Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras-SBIF tarafından yerine getirilmekte olan bankacılık sektörüne ilişkin denetim görevini devralmış olup bankaların elektronik para transferi hususunda yerine getirmesi gereken yükümlülükleri belirleyen ve izleyen bir kurum olarak faaliyet göstermektedir.

Bununla birlikte, Ekonomi, Kalkınma ve Turizm Bakanlığı tarafından e-ticarete ilişkin mevzuat eksikliğinin giderilmesi ihtiyacı doğrultusunda Ocak 2021’de 6 No’lu Kararname (Decreto No. 6) olarak bilinen Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kararname hazırlanmış olup söz konusu düzenleme henüz yürürlüğe girmemiştir. Ayrıca, 19.496 sayılı Tüketici Haklarının Korunmasına Dair Kanun ile 19.628 sayılı Özel Hayatın Korunmasına Dair Kanunun yenilenmesi de gündemdedir.

Yukarıda bahsi geçen bilgiler doğrultusunda Şili’de e-ticaret ve ilgili mevzuat hususunda özellikle Pandemi ile birlikte gelişen bir trend yakalandığı, ancak genel olarak e-ticaret ve gerekli düzenlemeler bağlamında ülkenin bazı ülkelere kıyasla geride olduğu söylenebilir. Gerek mevcut olan gerekse henüz yeni yeni ele alınan düzenlemelerde ise odak noktasının “satıcılardan” ziyade daha çok “tüketici ve hakları” olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim, serbest piyasa ekonomisi modelinin benimsendiği Şili’de hakim olan neo-liberal politikalar doğrultusunda devlet, piyasa aktörlerine doğrudan müdahale edici bir rol üstlenmemekte küçük işletmeler ve tüketiciler gibi belirli grupları destekleyici mekanizmalarla süreci yürütmektedir. Dolayısıyla, mevzuat düzenlemelerinde diğer tüm sektörlerde olduğu gibi e-ticaret alanında da devlet tarafından belirlenmiş ayrıntılı kurallardan ziyade genel prensipler çerçevesinde piyasa aktörleri serbest bırakılmıştır.

Şili’de e-ticaretin kullanımının yaygınlaştırılması ile hem tüketicilerin hem de KOBİ’lerin e-ticaret kanallarını benimsemesine ve bu hususta bilinçlendirilmesine yönelik başlıca çalışmalar Santiago Ticaret Odası bünyesinde 2010 yılında kurulan Elektronik Ticaret Komitesince (Comite de Comercio Electronico) yürütülmektedir. Komite çeşitli projelerde Ekonomi, Turizm ve Kalkınma Bakanlığı ile koordineli çalışmaktadır. Ülkede e-ticaretin geliştirilmesine yönelik başlıca aktiviteler arasında "Cyber Day", "Cyber Monday", "E-commerce Innovation Summit", "Ecommerce Day Santiago" ve "Fashion Online" gelmektedir. Özellikle pandemi sürecinde işyerlerini kapatmak zorunda kalan mikro ve küçük ölçekli işletmelere destek olmak amacıyla Santiago Ticaret Odası ve Ekonomi Bakanlığı işbirliği ile aPoYaME Platformu kurulmuştur. Söz konusu platformun ismi İspanyolca’da "bana destek ol" (apoya me) anlamına gelmekte ve sözcük içerisinde KOBİ anlamına gelen "PYME" (Pequeña y Mediana Empresa) kısaltmasına da vurgu yapılmaktadır. Pandemi nedeniyle işyerini kapatmak zorunda kalan ve fiziki olarak müşterilerine hizmet sunamayan KOBİ’lerin müşterilerine ülkede faaliyet gösteren başlıca elektronik ticaret pazaryerleri vasıtasıyla ulaşması hedeflenmiştir (<http://www.apoyameaqui.cl/>).

## 2-Elektronik Ticaret Pazaryerlerinin Sayısı ve Pazar Payları

Santiago Ticaret Odası Elektronik Ticaret Komitesi tarafından en son 2019 yılına ilişkin sunulan verilere göre Şili’de faaliyet gösteren elektronik ticaret pazaryerlerinin toplam sayısı 9.236’dır. Son 5 yıl içerisinde söz konusu firma sayılarında yıllık bazda ortalama %25’lik bir artış yaşandığı dikkate alındığında bu sayının 2021 yılında en az 14500 civarında olabileceği söylenebilir.

MarketLine tarafından hazırlanan 2021 Şili Online Perakende Sektörü Raporuna (MarketLine Industry Profile-Online Retail in Chile 2021) göre; Şili online perakende sektörünün toplam pazar payı 2020 yılında bir önceki yıla göre %39.3’lük bir artış ile 2.1 Milyar ABD Dolarına yükselmiştir. Bu değer 2025 yılında %90’lık bir artış ile 4 Milyar Dolara çıkması beklenmektedir. Bununla birlikte, tüm Amerika Bölgesinde online perakende sektöründen Şili’nin aldığı pay %0.3 düzeyindedir. Her ne kadar, son yıllarda e-ticaret sektörü Şili’de yeni yeni gelişmeye başlasa da, sektörün oldukça rekabetçi bir yapıda olduğu ve ilgili sektörde bölgede coğrafi sınırların iç içe geçtiği söylenebilir. Sektörde çok fazla sayıda aktör yer alsa da, pazar hakimiyeti yalnızca bir kaç adet perakende devinin elinde bulunmaktadır. Bunlardan ülke genelinde zincir mağaza-çok katlı mağaza-süpermarket-hipermarket ağlarına sahip Falabella, Cencosud ve Ripley Latin Amerika genelinde faaliyet gösteren yerel nitelikli firmalar iken MercadoLibre (Arjantin) ve Walmart (ABD) yabancı oyuncular olarak piyasada rekabet etmektedir. Küresel e-ticaret devleri Alibaba ve Amazon’un Şili’deki varlığı ise henüz oldukça sınırlıdır. Şili’de varlık gösteren Meksikalı e-ticaret platformu Linio’nun hisselerinin tamamı ise 2018 yılında yine Falabella tarafından satın alınmıştır.

Genel olarak sektöre giriş için yüksek sabit maliyetlere ve sermaye yatırımına ihtiyaç duyulmamaktadır. Yerli, yabancı ve her ölçekteki oyuncuya açık oldukça rekabetçi yapıda olan sektörde teknik, finansal ve mevzuata dayalı pazara giriş engeli olarak sayılabilecek herhangi bir husus bulunmamakla birlikte bazı aktörler sahip oldukları ürün çeşitliliği, depolama, dağıtım, lojistik, teknoloji ve marka üstünlükleri sebebiyle daha küçük ölçekli ve yeni oyuncuların rekabet gücünü kırabilmektedir. Gittikçe artan şekilde tüketici bilinç düzeyi de sektör oyuncularını etkilemektedir. Tüketicilerin artan internet kullanımına bağlı olarak karşılarındaki çok fazla seçeneği kolaylıkla kıyaslayabiliyor olması, fiyat duyarlılığı ve online platformlara yönelik güvenlik endişeleri hangi piyasa oyuncusunun öne çıkacağını belirlemektedir.

Yukarıda izah edilen bilgiler ışığında, Şili’de e-ticaret pazaryerlerinin %62.8’ine halihazırda fiziki olarak perakende sektöründe varlık gösteren ve aynı zamanda kendi e-ticaret platformlarına sahip olan zincir mağaza devleri (Falabella, Cencosud ve Ripley) hakim iken “pure online players” olarak bilinen ve yalnızca dijital ortamda varlık gösteren firmaların (MercadoLibre gibi) oranının %37.2 olduğu bilinmektedir (MarketLine, 2021). Bu durumda, anılan firmaların yukarıda bahsi geçen ürün çeşitliliği, depolama, dağıtım, lojistik, teknoloji ve marka üstünlüklerini avantaja çevirdikleri açıkça görülmektedir. Ülkede son yıllarda gelişmeye başlayan e-ticaret sektöründe tüketiciler, pure players olarak bilinen elektronik platformlardan ziyade, gerek web-sitesi güvenliği, gerek kendilerine ait dağıtım hizmetlerinin bulunması ve fiziki mağazalarında yaratmış oldukları tanınırlık sayesinde kendilerine daha çok güven veren zincir mağazaların e-ticaret platformlarını tercih etmektedir.

EcommerceDB tarafından hazırlanan Şili’de E-Ticaret 2020 Raporunda (eCommerce in Chile 2020), ülkede faaliyet gösteren en büyük 100 e-ticaret platformu arasında toplam net satışların %66’sını ilk 5’de yer alan firmaların oluşturduğu, ilk 100 içerisinde yalnızca 17 adet firmanın “pure online player” niteliğinde olduğu, bu 17 adet firmanın ise toplam net satışlara katkısının yalnızca %6 düzeyinde olduğu ortaya konulmuştur.

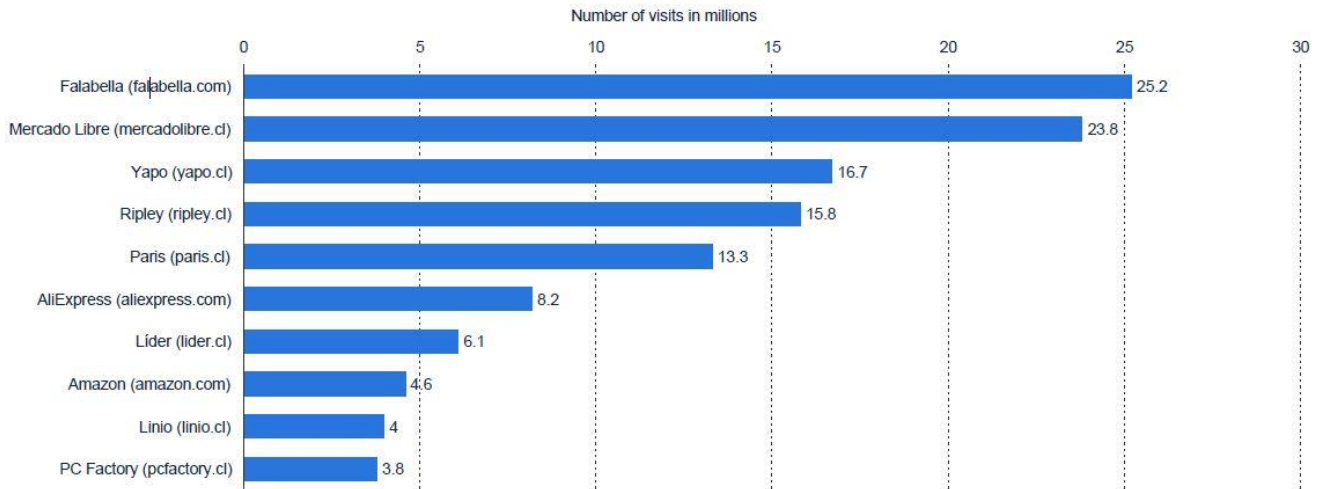
Analiz edilen ülkeler içerisinde e-ticaret sektöründe pure player oranı bakımından en düşük ülkenin Şili olduğu, örneğin bu oranın (pure player niteliğindeki firmaların toplam net satışlara katkısı) Çin’de %72 düzeyinde olduğu ifade edilmiştir. Pure player olarak faaliyet gösteren Mercado Libre’de tedarikçilerin %70’i, Linio’da ise %84’ü KOBİ niteliğindeki işletmelerden oluşmaktadır. Zincir mağazaların e-ticaret platformlarında da özellikle Pandemi ile birlikte ve yukarıda bahsi geçen aPoYaME İnisyatifi kapsamında gittikçe artan şekilde KOBİ düzeyindeki üçüncü parti tedarikçilere de pay ayrılmıştır.

**Tablo 1: Şili’de İlk 10’da Yer Alan E-Ticaret Pazaryeri ve Pazar Payları**

Sıra	Pazaryeri	Net Satışlar (2019, Milyon Dólar)	Ana Kategori	Pazar Payı
1	falabella.com	550	Elektronik & Medya	% 14
2	paris.cl	267	Oyuncak, Hobi, Dekorasyon	% 7
3	ripley.cl	209	Elektronik & Medya	% 5
4	lider.cl	201	Oyuncak, Hobi, Dekorasyon	% 5
5	easy.cl	130	Mobilya & Araç-Gereç	% 3
6	sodimac.cl	106	Oyuncak, Hobi, Dekorasyon	% 3
7	jumbo.cl	75	Gıda, Kişisel Bakım	% 2
8	pcfactory.cl	60	Elektronik & Medya	% 1
9	abcdin.cl	54	Mobilya & Araç-Gereç	% 1
10	dafiti.cl	43	Giyim	% 1

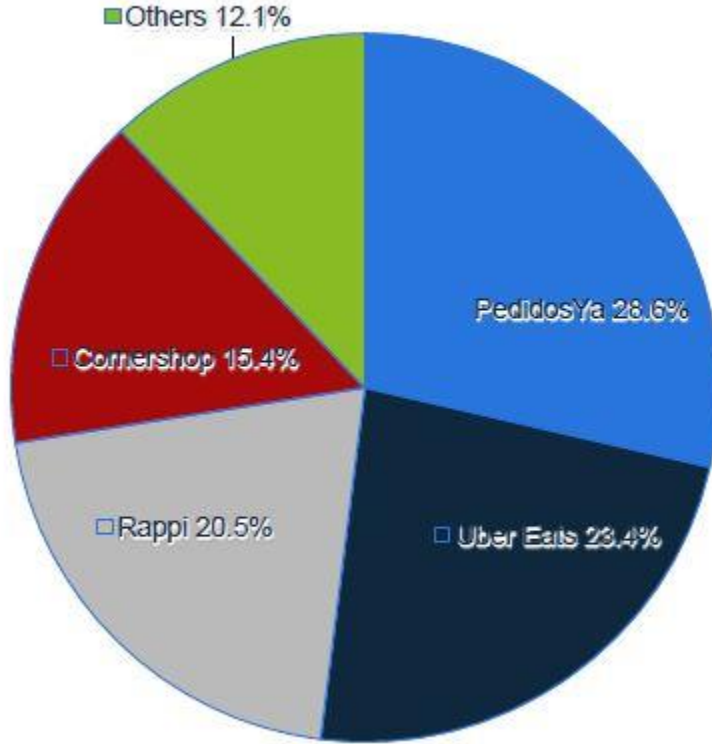
*Kaynak: EcommerceDB, 2020*

**Şekil 1: Şili’de En Fazla Ziyaret Edilen E-Ticaret Web Siteleri (Temmuz 2020, Aylık Ziyaret Sayıları)**



*Kaynak: Statista, 2021*

## Şekil 2: Şili’de En Çok Kullanılan Mobil Yemek Sipariş Uygulaması ve Pazar Payları



Kaynak: Statista, 2021

### 3-Şeffaflık ile Adil Uygulama Olanaklarının Artırılmasına ve Haksız Ticari Uygulamaların Önlenmesine Dair Alınan Tedbirler

Ülkede e-ticaret özelinde yürürlükte olan spesifik bir mevzuat bulunmamasıyla birlikte, yukarıda ele alınan bilgiler kapsamında, İş Kanunu, 20.123 sayılı Taşeronluk Rejimi ve Geçici Hizmet Sözleşmeleri Hakkında Kanun ile 20.393 sayılı Tüzel Kişilerin Belirli Suçlarda Cezai Sorumlulukları Hakkında Kanun gibi genel mevzuat düzenlemeleri e-ticaret alanında da temel çerçeveyi belirlemekte ve piyasa aktörleri kendi aralarındaki ilişkilerinde belirli kurallar çerçevesince serbest bırakılmaktadır. Örneğin İş Kanununda, iş sözleşmeleri, sözleşmelerde asgari olarak bulunması gereken hükümler, uyuşmazlıkların çözümüne dair mekanizmalar, tarafların sorumluluk, hak ve yükümlülükleri belirlenmektedir. Kanun gereği yazılı olarak hazırlanması gereken iş sözleşmelerinde e-ticaret pazaryerleri tarafından tedarikçilere yönelik belirlenen hükümler söz konusu mevzuat kapsamında ele alınmaktadır.

Santiago Ticaret Odası Elektronik Ticaret Komitesi tarafından hazırlanan ve e-ticaret pazaryerlerinin gönüllülük esasında uygulamayı taahhüt ettiği İyi Uygulama Kuralları (Codigo de Buenas Practicas) Rehberinde de odak noktası tüketicilerin korunması olmakla birlikte adil rekabet ortamının korunması ile şeffaflık ve açıklık ilkelerinin benimsenmesi teşvik edilmiştir. Genel olarak, şeffaflık ve açıklık ilkesi Şili’de

gerek özel sektör gerekse kamu kurum ve kuruluşları tarafından benimsenmekte, her konuda tüm bilgi ve belgeye kolay erişimin sağlanması genellikle mümkün olmaktadır. E-ticaret İyi Uygulama Kuralları Rehberinde de e-ticaret pazaryerlerinin internet sitelerinde yayınladıkları “Şartlar ve Koşullar”, “Sözleşme Koşulları”, “Gizlilik İlkeleri”, “Reklam-Tanıtım” gibi tüm bilgi ve belgelerin basit ve anlaşılır bir dilde olması hususlarına ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir. Örneğin, bahsi geçen Uygulama Kurallarınının 11 inci maddesinde e-ticaret pazaryerleri tarafından hazırlanacak ve websitesinde tüm kullanıcıların kolay şekilde erişebileceği “Şartlar ve Koşullar- Términos y condiciones para el uso del sitio” bölümünün zorunlu olarak içermesi gereken bilgiler;

- elektronik hizmet sunucusu ve temsilcilerinin kimler olduğu,
- tüketicilerin bilgi almak için kolayca erişebileceği e-posta adresi ve telefon numarası bilgileri,
- kullanıcı hakları,
- tedarikçinin yükümlülükleri,
- ödeme yöntemleri,
- iptal ve iade koşulları vb.

olarak sıralanmıştır.

Elektronik ticaret pazaryerlerinin, bünyesinde faaliyet gösteren satıcılar ile ilişkilerinde şeffaflığın ve adil uygulama olanaklarının artırılmasına ve haksız ticari uygulamaların önlenmesine yönelik mevzuatta spesifik olarak belirlenen kurallar bulunmamakla birlikte, tüketicilere yönelik şeffaflık uygulamalarının pazaryerleri ile tedarikçileri arasındaki ilişkilerinde de büyük ölçüde geçerli olduğu söylenebilir. Her pazaryerinin kendi platformlarında, satıcı ve tedarikçi olmak isteyen özel ve tüzel kişilerin tabi olacağı haklar, kurallar ve yükümlülükler açık ve net bir şekilde ilan edilmektedir. Pazaryeri ile tedarikçi arasında geçerli olacak sözleşme koşulları açık ve net bir şekilde tedarikçilerin bilgisine sunulmaktadır.

Diğer taraftan, adil uygulama olanaklarının artırılması ve haksız ticari uygulamaların önlenmesi bağlamında özellikle pandemi döneminde, daha dezavantajlı gruplar olan mikro ve küçük ölçekli işletmelere yönelik pozitif ayrımcılık uygulamaları örnek gösterilebilir. Santiago Ticaret Odası ve Ekonomi Bakanlığı işbirliği ile oluşturulan aPoYaME Platformu KOBİ’ler açısından kullanım kolaylığı ile öne çıkan bir platformdur. Anılan platformda, ülkenin öne çıkan e-ticaret pazaryerlerinde tedarikçi olabilmek için gereken koşullar ve şartlar her bir pazaryeri özelinde açıkça ve sade bir dilde sunulmuştur (<https://www.apoyameaqui.cl/#marketplaces>). Yine, KOBİ’lerin e-ticarete girişte teknoloji, yazılım, lojistik gibi konularda hizmet alabileceği firmalar ve ilgili bilgiler için ayrı bir sayfa oluşturulmuştur (<https://www.apoyameaqui.cl/#providers>).

İlave olarak, yine Santiago Ticaret Odası inisiyatifiyle, Red Negocios-İşletmeler Ağı Platformu, tedarikçi ve yüklenicilerin ticaret, finans, vergi, hukuk, personel, teknik destek, hijyen ve güvenlik, çevre gibi konularda durumlarını izleme ve değerlendirme ile satın alma ve karar verme süreçlerinde onlara destek olmak ve rekabet güçlerini artırmak amacıyla kurulmuştur (<https://www.rednegociosccs.cl/>). Tedarikçi ve satıcılar kurulan bu elektronik platformda kayıt işlemlerini gerçekleştirerek sunulan hizmetlerden faydalanmaktadırlar. İşletmeler Ağı Platformu ile hem tedarikçilere hem satıcılara sunulan hizmetler arasında:

- Tedarikçilerin kapsamlı değerlendirilmesi,
- Performans ölçümü,
- Mevzuata uyum,
- Hizmet ve ürün tedarikçilerinin temini,
- Tedarikçi ve satıcılar için işlem maliyetlerinin azaltılması,

- Verimlilik, üretkenlik ve sürdürülebilirliğin sağlanması,
- Dürüstlük, şeffaflık ve gözetim uygulamalarının sağlanması, yer almaktadır.

#### **4-Uyuşmazlıkların Çözümü**

Şili İş Kanununun 378 ila 399 uncu maddeleri arasında arabuluculuk ve tahkim mekanizmaları düzenlenmiştir. Örneğin anılan Kanunun 378 inci maddesinde, herhangi bir uyuşmazlık durumunda tarafların mutabık kalması halinde Çalışma ve Sosyal Refah Bakanlığına bağlı Çalışma Müdürlüğüne (Dirección del Trabajo) müracaatta bulunularak bir arabulucu talep edebilecekleri hususuna yer verilmiştir.

Genel olarak, e-ticaret pazaryerleri kendi hukuk birimleri vasıtasıyla hazırladıkları “Etik Kurallar Rehberi” vb. politika belgeleri ve sözleşme hükümlerinde, bünyelerinde satıcı olarak faaliyet gösteren işletmelerle yaşanabilecek uyuşmazlıklar durumunda nasıl hareket edilmesi gerektiği hususlarına yer vermektedirler. Örneğin, Falabella’ya ait “Çıkar Çatışması Politikası”nda, herhangi bir çıkar çatışması yaşanması durumunda, satıcının hiyerarşik anlamda bir üst kademedeki yöneticisine durumu Falabella üst yönetimine bildirmesi hususunda başvurması gerektiği belirtilmiştir. Yine, pazaryerleri ile satıcılar arasında yapılan Hizmet Sözleşmesinde, sözleşme hükümleri ile ilgili uyuşmazlıklarda yetkili olan mahkemeler belirtilmektedir.

#### **5-Elektronik Ticaret Pazaryerleri ile Kendi E-Ticaret Sitesi Olan İşletmelerin Yükümlülükleri**

Gerek mevcut mevzuatın e-ticaret ile ilgili bölümlerinde, gerekse henüz yürürlüğe girmemiş olan tasarı aşamasındaki düzenlemelerde e-ticaret pazaryerleri ile e-ticaret sitesi olan işletmelere getirilen yükümlülükler tüketici hakları bağlamında ele alınmıştır.

İlgili düzenlemelerde, mal veya hizmet satan tüm e-ticaret sitelerinin, kişisel verilerin işlenmesine ilişkin bir gizlilik politikasının yanı sıra web sitesinin kullanımına ilişkin şartlar ve koşullar ile tüketici ve satıcı arasındaki yazılı sözleşmeyi herkesin kolayca erişebileceği ve anlayabileceği şekilde hazırlamaları ve sitelerinde ilan etmeleri zorunlu tutulmuştur.

Ülkede, pazara hakim durumdaki büyük elektronik pazaryerleri, tüketici hakları bağlamında bünyelerinde faaliyet gösterecek satıcıları sorumlu tutan ve platform sahibinden ziyade satıcılara bir dizi yükümlülük yükleyen sözleşme hükümleri belirlemiştir.

İlerleyen süreçte yürürlüğe girmesi beklenen Ekonomi, Kalkınma ve Turizm Bakanlığınca hazırlanan 6 No’lu Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kararıyla e-ticaret faaliyetinde bulunan işletmelere getirilen başlıca yükümlülükler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

- Şartlar ve Koşullar hükümlerinin sade ve anlaşılır dilde hazırlanması,
- E-ticaret platformunda yer alan tüm bilgilerin açık, anlaşılır, kolay erişilebilir ve kapsayıcı olması,
- İşletme unvanı ve markası, vergi kimlik bilgileri, yasal adresi, tüketicilere yönelik iletişim bilgisi, tüketicilere hangi kanallar vasıtasıyla ulaşılabileceği ve yasal temsilcilerin bilgilerinin eksiksiz sunulması,
- E-ticaret platformuna sahip olan işletmeler ile bünyesinde faaliyet gösteren satıcıların tüketicilere karşı tam olarak hangi sorumluluklara sahip oldukları; bilgi talebinde bulunulması durumunda, tüketicinin hangi konularda platform sahibi ile, hangi konularda doğrudan satıcı ile muhatap olacağını açıkça belirtilmesi,

- Satışa sunulan ürün veya hizmetlerin özellikleri, fiyatı, ilave ücret ve bedeller ile ödeme koşulları hakkında detaylı bilgi paylaşılması,
- Satışa sunulan ürün ve hizmetin toplam maliyeti hakkında tüketiciye açık ve net bilgi sunulması,
- Stok durumu, teslim, iptal ve iade koşullarının net ve sade bir dilde hazırlanması,
- Satış işlemi gerçekleşmeden önce ücret ve teslimat adresi gibi bilgilerin yer aldığı özet ekranın sunulması,
- Reklam, promosyon ve tekliflerin ilgili mevzuat çerçevesinde yürütülmesi.

## **6- Elektronik Ticaret Pazaryerleri Tarafından Alınan Komisyon ve Diğer Bedeller**

Elektronik ticaret pazaryerleri tarafından bünyesinde faaliyet gösteren satıcılardan alınan komisyon ve diğer bedeller her bir pazaryeri tarafından, satıcılara sunulan hizmetler bağlamında değişen oranlarda kendilerince belirlenmektedir. Genel olarak Şili’de faaliyet gösteren e-ticaret pazaryerlerince satıcılardan %5 ila %30 arasında değişen oranlarda her bir ürünün satış bedeli üzerinden komisyon ücreti alınmaktadır. Pazaryeri elektronik platformuna üyelik ve reklam hizmetleri için ilave bedel talep etmeyen pazaryerleri de vardır (Örneğin Linio). Komisyon bedelleri ürün kategorisine göre de değişkenlik gösterebilmektedir.

Özellikle pandemi döneminde, mikro ve küçük ölçekli işletmeleri teşvik amacıyla Falabella, Linio ve Sodimac gibi pazaryerlerince platformlarına yeni katılan bu tür işletmelere ilk üç ay boyunca hiçbir komisyon veya kesinti ücreti uygulanmayacağı yönünde karar alınmıştır.

## **7- Elektronik Ticaret Faaliyetinde Bulunan İşletmelerin Karşılaşacağı Teknik ve Mevzuata Dayalı Engeller**

Daha önce de belirtildiği üzere, genel olarak sektöre giriş için yüksek sabit maliyetlere ve sermaye yatırıma ihtiyaç duyulmamaktadır. Yerli, yabancı ve her ölçekteki oyuncuya açık oldukça rekabetçi yapıda olan sektörde teknik, finansal ve mevzuata dayalı pazara giriş engeli olarak sayılabilecek herhangi bir husus bulunmamakla birlikte bazı aktörler sahip oldukları ürün çeşitliliği, depolama, dağıtım, lojistik, teknoloji ve marka üstünlükleri sebebiyle daha küçük ölçekli ve yeni oyuncuların rekabet gücünü kırabilmektedir. Gittikçe artan şekilde tüketici bilinç düzeyi de sektör oyuncularını etkilemektedir. Tüketicilerin artan internet kullanımına bağlı olarak karşılarındaki çok fazla seçeneği kolaylıkla kıyaslayabiliyor olması, fiyat duyarlılığı ve online platformlara yönelik güvenlik endişeleri hangi piyasa oyuncusunun öne çıkacağını belirlemektedir. Temel olarak, bilgi ve iletişim teknolojileri ile lojistik ve dağıtım konuları piyasaya yeni girecek oyuncular için engel yaratmaktadır.

Özellikle, KOBİ niteliğindeki işletmelerin e-ticaret platformlarını benimsemeleri maksadıyla devlet ve STK’lar aracılığıyla çeşitli teşvik mekanizmaları yaratılmaktadır. Sunulan desteklerde, özellikle bu tür işletmelerin teknik ve mevzuata ilişkin konularda bilinçlenmeleri ve piyasaya girişte zorlanmalarını hedeflenmektedir.