

e-Ticaret Modelleri

Günümüzde internet alt yapısı ve dijital teknolojiler hızla gelişerek, ticari faaliyetlerin neredeyse tamamını elektronik ortamlara taşımıştır.

Av. Burak Üçüncü · 12 Şubat 2025 · 4 dk okuma

Günümüzde internet alt yapısı ve dijital teknolojiler hızla gelişerek, ticari faaliyetlerin neredeyse tamamını elektronik ortamlara taşımıştır. Bu dönüşüm, yalnızca mağazacılık ve satış süreçlerinde değil; pazarlama, reklam, ödeme, lojistik ve müşteri ilişkileri gibi pek çok alanda da köklü değişikliklere yol açmaktadır. Dolayısıyla, **elektronik ticaret (e-ticaret)**, işletme sahiplerinden bireysel girişimcilere, tüketicilerden kamu kurumlarına kadar çok geniş bir kesimin etkileşim içinde olduğu bir ekosisteme dönüşmüştür.

Bu ekosistemde firmaların ürün ve hizmetlerini çevrimiçi mecralarda tanıtması, tüketicilerin ev konforunda ve mobil cihazlarından alışveriş yapabilmesi, kamu kurumlarıyla dijital kanallar üzerinden işlem gerçekleştirilmesi gibi sayısız yenilik, ticari ilişkilerin hızlı ve verimli bir şekilde yürütülmesini sağlamıştır. Ancak taraflar ve işleyiş süreçleri çeşitlendikçe, e-ticaret de farklı modeller üzerinden sınıflandırılmaya ihtiyaç duymuştur. Bugün genel kabul görmüş temel e-ticaret modelleri;

- B2B (Business to Business – İşletmeler arası)
- B2C (Business to Customer – İşletme ile tüketici arasında)
- C2C (Customer to Customer – Tüketici ile tüketici arasında)
- B2G (Business to Government – İşletme ile devlet arasında)
- C2G (Customer to Government – Tüketici ile devlet arasında)

şeklinde sıralanmaktadır. Her bir model, kendi içinde tarafların ticari amaçları, hukuki sorumlulukları ve işleyiş biçimleri açısından farklılıklar barındırır. Bu nedenle e-ticaretin yapı taşlarını anlamak, dijitalleşen ekonomideki dinamikleri daha iyi kavramak açısından büyük önem taşımaktadır.

BÖLÜM II

B2B – İşletmeler Arası E-Ticaret Modeli

“Business to business” (B2B), işletmeler arasındaki ticari ilişkileri ifade eder. Tüm dünyada, açık ya da kapalı ağların kullanılması sayesinde tedarikçilerden mal siparişi verilmesi, ödemelerin yapılması ve fatura alınması gibi işlemler B2B kapsamında gerçekleşir. Bu tür e-ticaret, aslında uzun zamandır Elektronik Veri Değişimi (EDI) yoluyla hayata geçirilmektedir.

B2B modelinde üç aşamalı bir yapı söz konusudur:

1. İnternet ve benzeri web tabanlı iletişim ağlarının kullanımı,
2. İşletme içinde dahili bir ağ sisteminin kurulması,
3. Bu iç ağın iş yapıldığı diğer işletmelerle bağlantı kurarak dış bir ağ düzeninin oluşturulması.

“B2B e-commerce” adıyla da anılan işletmeler arası elektronik ticaret; birçok alıcı ve satıcı firmanın bir araya gelerek alım satım işlemlerini ve tedarik zincirindeki tüm süreçleri elektronik ortamda gerçekleştirebildikleri yeni bir ticaret şeklidir. Buradaki temel amaç; otomasyon sistemlerini üretici, tedarikçi, bayi, mağaza ve benzeri paydaşlarla entegre ederek işletmeler arasında ürün, hizmet ve bilgi akışını sağlamaktır.

İşletmeler arasında gerçekleştiğinden, B2B modelinin Tüketici Hukuku kapsamının dışında kaldığı açıktır. Bu tür uyuşmazlıklar, ilgili durumlara göre **Türk Ticaret Kanunu (TTK)** ve uygun düştüğü ölçüde **Türk Borçlar Kanunu (TBK)** ile Medeni Kanun’daki dürüstlük ve iyi niyet ilkeleri çerçevesinde çözümlenir.

BÖLÜM III

B2C – İşletme ile Tüketici Arasında E-Ticaret

Bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler sayesinde ortaya çıkan elektronik pazaryerleri, firmalara tüketicilere ulaşmak için ekonomik, hızlı ve sınırları geniş fırsatlar sunmaktadır. Geleneksel satış yöntemlerinin yanı sıra elektronik satış yöntemlerine de yönelen firmalar; seyahat, kitap, finans, hediyelik eşya, elektronik ürünler, giyim ve gıda gibi pek çok ürünün satışını doğrudan dijital ortamda gerçekleştirmektedir.

Bireysel tüketicilerin hedeflendiği “Business to Consumer (B2C)” modeli, “retail e-commerce” veya “e-tailing” olarak da bilinir. Bu model, tüketicilere zaman avantajı ve mekansal sınırsızlık sunduğundan kısa sürede yaygınlaşmıştır.

E-ticaret sayesinde tüketici, almak istediği ürünü kalite, fiyat vb. kriterlere göre diğer ürünlerle kolayca karşılaştırabilir. Ayrıca, güvenlik ve tüketiciyi koruyucu hukuksal düzenlemeler de e-ticareti tüketiciler arasında giderek daha popüler hale getirmektedir. Bu nedenle, B2C işlemleri **6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK)** kapsamına girer. TKHK’ye göre “tüketici işlemi” kavramı; ticari veya mesleki amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiler (kamu tüzel kişileri de dahil) ile tüketiciler arasında kurulan her türlü sözleşme ve hukuki işlemi ifade etmektedir. Eser, taşıma, simsarlık, sigorta, vekalet ve bankacılık sözleşmeleri de bu kapsamda değerlendirilir. Tüketicilerin korunmasına yönelik ayrıntılı hükümler ise ilgili bölümlerde ele alınmıştır.

BÖLÜM IV

C2C – Tüketici ile Tüketici Arasında E-Ticaret

C2C e-ticaret, elektronik pazaryerlerinde tüketicilerin birbirleriyle yaptığı işlemleri kapsar. Bu modelde kullanıcılar, kendi ürünlerini başka kullanıcılara satışa sunar. Ürünlerini satışa çıkaran taraf, bir rezerv fiyatı, teklif süresi ve artırma adımlarını belirler. Ürünü satın almak isteyenler, belirlenen asgari artırma tutarından veya kendi tercih ettikleri miktarda fiyat artırarak teklifte bulunurlar.

Bu tip platformlarda, kullanıcıların alışveriş deneyimlerini ve satıcılarla ilgili yorumlarını paylaşmaları da mümkündür. Böylece güven unsuru desteklenir ve güvenilir satıcılar ön plana çıkar. Son yıllarda, gerçek kişi satıcıların e-pazaryeri platformlarını kullanarak **C2C** faaliyet yürütmesi de giderek yaygınlaşmıştır. Örneğin,

toptancıdan çok uygun fiyata toplu alım yaparak bu ürünleri internet üzerinden satmak veya kullanılmış bir bilgisayar yine bu platformlarda satışa sunmak bu kapsama girmektedir.

Bazı C2C pazaryerleri ise açık artırma sistemi kullanır. Sınırlı sayıdaki ürüne bir taban fiyat ve belirli bir süre konur, süre bitiminde en yüksek teklifi veren kişi(ler) ürünü satın alır. Tüm bu işlemler tüketiciler arasında gerçekleştiği için TKHK'daki "tüketici işlemi" tanımına uymayabilir ve dolayısıyla TKHK korumasından yararlanılamaz.

Buna karşın, işlemler bir e-pazaryerinde gerçekleşiyorsa ve tüketici bu pazar yerince yeterince bilgilendirilmemişse, tüketici –bizim görüşümüze göre– ilgili platforma karşı TKHK'daki haklarını ileri sürebilecektir.

BÖLÜM V

B2G – İşletme ile Devlet Arasında

İşletmelerle kamu kurumları arasındaki ticari işlemler, "Business to Government (B2G)" adı verilen e-ticaret modelini oluşturur. Kamu ihalelerinin internet üzerinden duyurulması, şirketlerin elektronik ortamda teklif vermesi, vergi ödemelerinin takibi, e-beyan ve e-tebligat uygulamaları bu modele örnek olarak gösterilebilir. Burada satıcı konumunda işletmeler, alıcı konumunda kamu kuruluşları ve aracılık hizmeti veren kurumlar yer alır.

BÖLÜM VI

G2C – Devlet ile Tüketici Arasında

"Government to Consumer (G2C)" modelinde ise devlet, vatandaşlara sosyal güvenlik primlerinin ve vergilerin internetten ödenmesi, belirli belgelerin e-Devlet üzerinden temin edilmesi, SGK sorgularının elektronik ortamda yapılması, e-beyanname ve e-tebligat gibi hizmetler sunar. Bu sayede devlet ile vatandaş arasında dijital kanallar üzerinden etkileşim ve işlem yapma imkanı sağlanmış olur.

Sonuç olarak, elektronik ticaretin hızla gelişen yapısı ve farklı modelleri (B2B, B2C, C2C, B2G, C2G) hem fırsatları hem de hukuki zorlukları beraberinde getirmektedir. Alım satım sözleşmelerinden veri güvenliğine, ödeme sistemlerinden tüketici haklarına kadar geniş bir yelpazede düzenlemeleri barındıran bu alan, titizlikle ele alınmalıdır. İşte bu noktada, uygulamada karşılaşılan uyuşmazlıkların çözümü ve hukuki risklerin önceden yönetilebilmesi için bir [bilişim hukuku avukatı](#) ile çalışmak büyük önem taşır. Gerek şirketlerin, gerekse bireysel girişimcilerin bilişim ve e-ticaret süreçlerinde uzman bir hukuk danışmanına başvurmaları; yasal gerekliliklerin doğru anlaşılmasını, hak kayıplarının önlenmesini ve dijital dünyada güvenli bir ticari ortam sağlanmasını mümkün kılar.

Çevrimiçi sürüm: <https://burakucuncu.com.tr/e-ticaret-modelleri>