TBMM
HALKLARIN EŞİTLİK VE DEMOKRASİ PAR
GRUP BAŞKANLIĞI
Sayı :20951
Tarih :2.11.2026

52386

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞI'NA

Aşağıdaki sorularımın **Ticaret Bakanı Ömer Bolat** tarafından Anayasa'nın 98'inci ve TBMM İçtüzüğünün 96'ncı ve 99'uncu maddeleri gereğince yazılı olarak cevaplandırılmasını arz ederim.

Serhat EREN

Diyarbakır Milletvekili

Türkiye'de elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte milyonlarca yurttaş temel ihtiyaçlarını dijital platformlar üzerinden karşılamaktadır. Çevrim içi alışverişin büyümesi, tüketicilere ürün ve fiyat karşılaştırma imkânı sunarken dijital platformların fiyatlandırma, reklam ve ürün sıralama uygulamalarının tüketici tercihleri üzerindeki etkisini de artırmaktadır.

Dijital platformlarda ürünlerin hangi sırayla gösterildiği, hangi fiyatların öne çıkarıldığı ve tüketicilere hangi indirimlerin sunulduğu büyük ölçüde algoritmik sistemlerle belirlenmektedir. Kullanıcıların alışveriş geçmişi, platform üzerindeki davranışları ve diğer verilerinden yararlanılarak oluşturulan kişiselleştirilmiş ticari uygulamalar, tüketicilerin karşılaştıkları fiyatları ve satın alma kararlarını etkileyebilmektedir. Bu sistemlerin hangi ölçütlere göre çalıştığının tüketiciler tarafından bilinmemesi, ticari ilişkilerde bilgi eşitsizliğini artırmaktadır.

Gerçeği yansıtmayan indirim oranları, indirim öncesinde fiyatların yükseltilmesi, sınırlı süre veya stok bulunduğu izlenimi yaratılması, reklam niteliğindeki ürünlerin tarafsız öneri gibi sunulması ve satın alma sürecinde tüketiciyi belirli tercihlere yönlendiren dijital tasarımlar, tüketici hakları açısından incelenmesi gereken uygulamalardır. Özellikle toplam bedelin ödeme aşamasında değişmesi veya ek hizmetlerin tüketicinin açık tercihi olmadan satın alma sürecine dâhil edilmesi ekonomik mağduriyetlere yol açabilmektedir.

Ticaret Bakanlığının 16 Ekim 2026 tarihli açıklamasına göre Reklam Kurulu tarafından 2026 yılının ilk dokuz ayında 33 binden fazla başvuru değerlendirilmiş, resen incelemeler yürütülmüş ve aldatıcı reklamlar ile haksız ticari uygulamalar nedeniyle toplam 249 milyon TL'yi aşan idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir. Bununla birlikte dijital platformlarda algoritmik fiyatlandırma, kişiselleştirilmiş reklamlar ve tüketici davranışlarını yönlendiren uygulamalara ilişkin denetimlerin kapsamı ve sonuçları konusunda ayrıntılı verilere ihtiyaç bulunmaktadır.

Öte yandan 1 Ağustos 2026 tarihinde yürürlüğe giren düzenlemeyle indirimli satış reklamlarında, malın indirim başlangıcından önceki son on gün içinde uygulanan en düşük fiyatının esas alınması zorunlu hâle getirilmiştir. Bu düzenlemenin uygulanma sonuçlarının izlenmesi, dijital platformlardaki indirim kampanyalarının gerçeği yansıtıp yansıtmadığının denetlenmesi açısından önem taşımaktadır.

Bu kapsamda:

1. Bakanlığınız tarafından 2024, 2025 ve 2026 yıllarında elektronik ticaret platformlarında yanıltıcı indirim kampanyaları, gerçeğe aykırı fiyat gösterimleri ve haksız ticari uygulamalar nedeniyle kaç inceleme gerçekleştirilmiştir? Kaç işletmeye toplam ne kadar idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir?
2. Dijital platformların kullanıcıların alışveriş geçmişi, konumu veya diğer kişisel verilerine dayanarak aynı ürün ya da hizmet için farklı fiyatlar sunmasına ilişkin Bakanlığınız tarafından herhangi bir araştırma veya denetim yapılmış mıdır? Bu uygulamaların tüketiciye açıkça bildirilmesine yönelik bir düzenleme planlanmakta mıdır?
3. Elektronik ticaret platformlarında ürünlerin arama sonuçlarında ve öneri alanlarında hangi ölçütlere göre sıralandığının tüketicilere açıklanması konusunda mevcut yükümlülükler nelerdir? Ücretli reklamların ve sponsorlu ürünlerin tarafsız arama sonuçlarından açık biçimde ayrılmasına ilişkin son üç yılda kaç ihlal tespit edilmiştir?
4. Tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemek amacıyla kullanılan sahte geri sayım sayaçları, gerçeğe aykırı stok uyarıları, önceden işaretlenmiş seçenekler ve iptal işlemlerini güçleştiren dijital tasarımlar hakkında Bakanlığınıza kaç şikâyet ulaşmıştır? Bu uygulamalar nedeniyle hangi yaptırımlar uygulanmıştır?
5. 1 Ağustos 2026 tarihinde yürürlüğe giren indirimli satış reklamlarına ilişkin düzenlemenin ardından elektronik ticaret platformlarında kaç denetim gerçekleştirilmiş ve kaç ihlal tespit edilmiştir? Yeni düzenlemenin tüketicilerin korunması üzerindeki etkilerine ilişkin bir değerlendirme yapılmış mıdır?
6. Elektronik ticaret platformlarında tüketiciye ilk aşamada gösterilen fiyat ile ödeme aşamasında karşılaşılan toplam bedel arasında farklılık oluşmasına yol açan hizmet, işlem, teslimat ve benzeri ücretlerin açıkça gösterilmesi nasıl denetlenmektedir? Son üç yılda bu konuda kaç şikâyet alınmıştır?
7. Dijital platformların tüketicilerin satın alma kararlarını yönlendirmek amacıyla kullandığı algoritmik sistemlerin ayrımcı, yanıltıcı veya haksız ticari uygulamalara yol açıp açmadığının incelenmesi için Bakanlığınızın teknik denetim kapasitesi bulunmakta mıdır? Bu alanda kaç uzman görev yapmakta ve hangi denetim yöntemleri kullanılmaktadır?
8. Dijital platformlarda kişiselleştirilmiş fiyatlandırma, davranışsal reklamcılık ve tüketici profillemesi uygulamalarının tüketici hakları üzerindeki etkilerine ilişkin Kişisel Verileri Koruma Kurumu ve Rekabet Kurumu ile herhangi bir ortak çalışma yürütülmekte midir?
9. Dijital platformların kullandığı algoritmik fiyatlandırma ve tüketici yönlendirme uygulamalarının şeffaflaştırılması, tüketicilerin kişiselleştirilmiş ticari uygulamalar hakkında bilgilendirilmesi ve yanıltıcı dijital tasarımların önlenmesi amacıyla yeni bir yasal düzenleme hazırlanmakta mıdır?
10. Elektronik ticaret platformlarında aldatıcı reklamlar, yanıltıcı indirimler ve haksız ticari uygulamalar nedeniyle yapılan tüketici başvurularının yıllara göre dağılımı nedir? Bu başvuruların ne kadarı tüketici lehine sonuçlandırılmıştır? Başvuru sonuçlarının ve uygulanan yaptırımların kamuoyuyla düzenli olarak paylaşılması planlanmakta mıdır?